

2015-2020年中国婚庆行业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国婚庆行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1411/S02716AVK6.html>

【报告价格】纸介版元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】2014-11-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国婚庆行业深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了婚庆产业的基本概念、国内外婚庆产业的发展状况。然后分析了我国婚庆市场及主要区域婚庆市场的发展。随后，报告分别介绍了婚纱礼服、婚纱摄影、婚庆服务、婚宴、喜糖、婚庆旅游、珠宝首饰等婚庆细分市场的发展，最后分析了婚庆产业的投资及未来发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中国美发美容协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对婚庆产业有个系统深入的了解、或者想投资婚庆行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。婚庆作为一个新兴行业，在全国已到了火爆的程度。北京、上海、广州、深圳，婚庆公司如雨后春笋般涌现。尤其是上海婚庆协会的成立，正式标榜婚庆行业正朝专业化、正规化的方向发展。

婚庆产业正逐渐成长为一个新的朝阳产业，婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等众多关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。在婚庆产业快速发展的过程中，相关企业也越来越注重品牌服务和规模经营，婚庆的高层次服务也在增多，整个行业都在为满足当代青年多元化、时尚化、个性化、追求浪漫服务的需求而努力，婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

近年来全国城镇居民因结婚产生的直接消费保持稳步上升趋势，整个结婚消费市场发展势头强劲，其中，婚宴酒店消费增速最快。2010年全国有1205万对夫妻登记结婚，2014年1247万对夫妻登记结婚，2014年1302.4万对夫妻登记结婚，登记结婚新人数量五年突破1000万大关，拉动了中国婚庆消费的强势增长。全国调查的数据样本显示，在2014年，全国婚庆行业营业额将达到7500亿-8000亿元。

中国至少未来10年都将是婚庆高峰年。“80后”作为一个庞大的社会群体进入婚育年龄，给这个行业注入了强大的生命力，如果把这个庞大的待婚嫁群体平均分配到10年中陆续完婚，每年也有1400万对新人，此婚庆市场被称为“甜蜜金矿”。而且随着居民消费收入的不断提高，人们用在婚庆上的花费也会增加，整个结婚消费市场的发展也更强劲。

报告目

第一章 2013-2014年国内外婚庆产业发展分析

1.1 婚庆产业的相关概述

1.1.1 婚庆产业的概念

1.1.2 婚庆产业链的内涵

1.1.3 中西婚庆的特色比较

1.1.4 婚庆经济呈现三大突出特点

1.1.5 婚庆产业的商业模式

1.2 2013-2014年国外婚庆产业的发展概况

1.2.1 国外婚庆形式及成本概述

1.2.2 西班牙华人婚庆业发展局势

1.2.3 日本婚庆公司抢夺中国市场

1.2.4 美国婚庆摄影市场发展状况

1.2.5 美国新人婚庆消费有所增加

1.3 中国婚庆产业总体发展概述

1.3.1 建国60年婚庆行业的变化分析

1.3.2 中国婚庆行业发展的四大阶段

1.3.3 中国婚庆产业的结构形态分析

1.3.4 中国婚庆产业的发展现状解析

1.3.5 中国婚庆行业的发展特点

1.3.6 中国婚庆企业呼唤大品牌的出现

1.4 2013-2014年中国婚庆行业发展近况

1.4.1 “主题婚庆”产业成热点

1.4.2 第一部婚庆专业工具书编订

1.4.3 结婚电商对传统婚庆公司的影响

1.5 中国婚庆行业存在的问题

1.5.1 中国婚庆行业面临的主要问题

1.5.2 婚庆公司面临的困境与挑战

1.5.3 婚庆行业六类专业人才紧缺

1.6 中国婚庆产业发展的对策

1.6.1 婚庆产业发展的建议

- 1.6.2 婚庆产业专业市场的选址要点
- 1.6.3 国内婚庆公司发展的出路探讨
- 1.6.4 中国婚庆用品店的经营策略分析
- 1.6.5 日本婚庆龙头企业经验借鉴及战略路径探析

第二章 2013-2014年中国婚庆市场发展分析

- 2.1 2013-2014年婚庆市场发展概况
 - 2.1.1 中国婚庆市场蓬勃兴旺
 - 2.1.2 中国婚庆消费发展强劲
 - 2.1.3 国内大城市婚庆市场发展态势
 - 2.1.4 婚庆市场发展带热婚博会
- 2.2 2013-2014年中国婚庆消费市场概述
 - 2.2.1 消费需求分析
 - 2.2.2 消费结构分析
 - 2.2.3 消费区域特征分析
 - 2.2.4 消费需求趋势分析
- 2.3 2013-2014年中国婚庆网络市场消费状况
 - 2.3.1 婚庆网络消费特征分析
 - 2.3.2 婚庆网络消费状况分析
 - 2.3.3 东莞婚庆网络消费情况分析
- 2.4 2013-2014年婚庆市场的营销分析
 - 2.4.1 婚庆市场兴起概念营销风潮
 - 2.4.2 婚庆市场跨界整合效果显著
 - 2.4.3 婚庆服务企业的营销策略分析
 - 2.4.4 网络时代婚庆市场的营销策略分析

第三章 2013-2014年各区域婚庆市场分析

- 3.1 东北地区
 - 3.1.1 2014年辽宁千山婚庆市场分析
 - 3.1.2 2014年长春婚庆成本上涨情况
 - 3.1.3 2014年黑龙江省出台婚庆消费规范
 - 3.1.4 2014年沈阳婚庆产业发展概况

- 3.1.5 2014年哈尔滨婚庆市场发展态势
- 3.1.6 大连婚庆行业创建金融共享平台
- 3.1.7 2014年大连明确婚庆行业工资标准
- 3.2 华北地区
 - 3.2.1 2014年太原婚庆市场发展状况
 - 3.2.2 北京市婚庆市场消费特征分析
 - 3.2.3 天津市婚庆行业地方标准实施
 - 3.2.4 天津市婚庆市场消费特征分析
 - 3.2.5 2014年天津市婚庆产业发展分析
 - 3.2.6 大同婚庆市场发展现状及前景分析
- 3.3 华东地区
 - 3.3.1 2014年上海婚庆消费状况分析
 - 3.3.2 2014年福州婚庆价格情况分析
 - 3.3.3 2014年安徽铜陵婚庆消费状况调查
 - 3.3.4 2014年山东婚庆市场低迷运行
 - 3.3.5 2014年山东婚庆市场持续萎缩
 - 3.3.6 2014年厦门婚庆行业发展现状
 - 3.3.7 浙江为婚庆消费者打造O2O平台
- 3.4 中南地区
 - 3.4.1 武汉婚庆产业发展现状分析
 - 3.4.2 广东省婚庆产业基本情况
 - 3.4.3 深圳市婚庆产业发展状况
 - 3.4.4 2014年香港婚庆消费调查分析
 - 3.4.5 2014年海南成立婚庆产业联盟
 - 3.4.6 海南以婚庆旅游为突破培育婚庆经济
 - 3.4.7 澳门婚庆行业的发展战略分析
- 3.5 西南地区
 - 3.5.1 云南婚庆市场发展状况分析
 - 3.5.2 云南打造婚庆消费一站式模式
 - 3.5.3 成都婚庆市场消费状况分析
 - 3.5.4 成都婚庆行业存在的问题分析
 - 3.5.5 2014年成都酒店业转攻婚庆市场

3.6 西北地区

3.6.1 西宁成立婚庆行业协会

3.6.2 2014年西安婚庆市场表现火爆

3.6.3 2014年兰州婚庆行业发展透析

3.6.4 2014年银川婚庆行业发展现状

第四章 2013-2014年婚纱礼服市场分析

4.1 2013-2014年婚纱礼服市场发展概况

4.1.1 中国婚纱市场现状剖析

4.1.2 中国婚纱市场发展趋向透析

4.1.3 中国婚礼服市场以外销为主

4.1.4 品牌婚纱降价抢夺山寨婚纱市场份额

4.1.5 我国婚纱行业电子商务的新动态

4.1.6 中国婚纱礼服行业组织应运而生

4.2 我国定制婚纱的发展分析

4.2.1 定制婚纱发展综述

4.2.2 我国定制婚纱市场存在的问题

4.2.3 我国定制婚纱的市场发展建议

4.2.4 我国定制婚纱的发展前景

4.3 2013-2014年部分地区婚纱市场的发展

4.3.1 苏州婚纱行业的成长困扰与反思

4.3.2 苏州婚纱产业基地构建一站式产业链

4.3.3 济南婚纱礼服市场发展迅猛

4.3.4 广东婚纱晚礼服市场发展策略

4.3.5 大连婚纱等服装企业进军电子商务

4.3.6 沈阳婚纱礼服市场解析

4.3.7 芜湖市婚纱市场现状及消费特征分析

4.4 中国婚纱行业存在的问题与对策

4.4.1 中国婚纱行业面临品牌缺失难题

4.4.2 我国婚纱设计存在的问题

4.4.3 中国婚纱企业的出路探讨

4.4.4 中国婚纱市场的开发思路探析

4.4.5 我国婚纱设计的建议

4.5 婚纱礼服市场的发展展望

4.5.1 我国婚纱礼服市场发展空间广阔

4.5.2 未来我国婚纱市场的发展趋势

4.5.3 我国婚纱礼服市场的发展方向

第五章 2013-2014年婚纱摄影市场分析

5.1 中国婚纱摄影市场概述

5.1.1 中国婚纱摄影行业的发展分析

5.1.2 当前婚纱摄影行业发展的特征

5.1.3 婚纱摄影行业利润空间状况

5.1.4 婚纱摄影行业O2O市场发展现状

5.2 部分地区婚纱摄影市场的发展

5.2.1 天津市婚纱摄影行业发展格局剖析

5.2.2 芜湖婚纱摄影市场发展态势

5.2.3 海南婚纱摄影市场现状透析

5.2.4 青岛婚纱摄影市场日渐火爆

5.2.5 昆明婚纱摄影行业发展历程

5.3 婚纱摄影市场的竞争状况分析

5.3.1 我国婚纱摄影市场的竞争状况

5.3.2 大型影楼和婚纱摄影工作室的对比分析

5.3.3 婚纱摄影机构大型品牌简介

5.4 婚纱摄影市场的营销分析

5.4.1 影楼婚庆经营状况及发展模式透析

5.4.2 传统影楼的移动APP营销新渠道分析

5.4.3 移动互联网时代下婚纱摄影的营销

5.4.4 婚纱摄影市场营销策略分析

5.5 婚纱摄影市场未来发展趋势分析

5.5.1 婚纱摄影市场发展的趋向透析

5.5.2 未来婚纱摄影业的发展出路分析

5.5.3 跨行业联盟将是婚纱摄影发展方向

第六章 2013-2014年婚庆服务市场分析

6.1 婚庆服务市场总体概况

6.1.1 我国婚庆服务产业化的时机来临

6.1.2 个性化服务成婚庆产业新趋势

6.1.3 婚庆服务行业存在的主要问题

6.1.4 促进婚庆服务业健康发展的对策

6.1.5 婚庆服务机构有了等级划分规范

6.1.6 一站式婚庆服务发展潜力分析

6.2 婚礼策划市场分析

6.2.1 婚礼策划的基本要素

6.2.2 婚礼策划花费占婚庆大头

6.2.3 婚礼策划流行趋势分析

6.2.4 婚礼操办的一般流程解析

6.3 婚车市场分析

6.3.1 婚车租赁市场消费特征透析

6.3.2 婚车装扮市场显巨大商机

6.3.3 婚车租赁市场的问题分析

6.3.4 武汉婚车租赁市场发展综述

第七章 2013-2014年婚宴及喜糖市场分析

7.1 婚宴市场发展概况

7.1.1 2014年大连婚宴市场价格高企

7.1.2 2014年广州高端婚宴竞争激烈

7.1.3 2014年大庆婚宴市场浪费状况

7.1.4 2014年上海婚宴订单数有所下降

7.1.5 2014年重庆市高档婚宴市场疲软

7.1.6 2014年乌鲁木齐婚宴市场发展动态

7.1.7 农村婚宴“蛋糕”引起关注

7.2 婚宴酒市场分析

7.2.1 婚宴酒市场发展态势剖析

7.2.2 品牌定位应成为婚宴酒市场发展重点

7.2.3 婚宴酒的市场渠道剖析

- 7.2.4 婚宴葡萄酒市场潜力分析
- 7.2.5 婚宴用酒的市场开发攻略解析
- 7.2.6 婚宴酒市场的机会与营销方案探析
- 7.2.7 白酒企业在婚宴市场的竞争策略
- 7.2.8 拓展婚宴酒市场的创新策略
- 7.3 喜烟市场分析
 - 7.3.1 喜烟市场品牌格局
 - 7.3.2 影响婚庆用烟市场消费的因素
 - 7.3.3 婚庆用烟消费渠道
 - 7.3.4 主要地区喜烟市场发展分析
 - 7.3.5 喜烟企业市场营销存在的问题
 - 7.3.6 喜烟品牌培育的作用与策略分析
- 7.4 喜糖市场分析
 - 7.4.1 喜糖市场的供需特点解析
 - 7.4.2 喜糖市场品牌格局剖析
 - 7.4.3 江南地区喜糖市场发展现状
 - 7.4.4 国内喜糖市场开发前景广阔
 - 7.4.5 喜糖市场的未来发展方向探析

第八章 2013-2014年婚庆旅游市场分析

- 8.1 婚庆旅游的基本概况
 - 8.1.1 蜜月旅游的市场开发价值剖析
 - 8.1.2 婚庆旅游产品的类型及特征
 - 8.1.3 我国婚庆旅游市场的细分
 - 8.1.4 婚庆旅游的消费动因及特征
 - 8.1.5 婚庆旅游产品开发策略分析
 - 8.1.6 开发婚庆旅游产品应注意的问题
- 8.2 2013-2014年婚庆旅游市场发展态势
 - 8.2.1 我国蜜月旅游市场的发展特点
 - 8.2.2 我国蜜月旅游市场的变化趋势
 - 8.2.3 春节后蜜月游市场成热点
 - 8.2.4 2014年我国蜜月游市场发展形势

- 8.2.5 出境蜜月游市场渐受青睐
- 8.3 婚庆旅游市场的综合开发策略
 - 8.3.1 蜜月游市场应向专业化转轨
 - 8.3.2 蜜月旅游线路创新建设的策略
 - 8.3.3 我国婚庆旅游市场开发对策分析
 - 8.3.4 婚庆旅游市场的开发思路探讨
 - 8.3.5 婚庆旅游产品的市场开发要点
 - 8.3.6 婚庆旅游产品的市场运作思路解析

第九章 2013-2014年婚庆其他关联行业分析

- 9.1 婚庆珠宝
 - 9.1.1 婚庆保值需求拉动珠宝行业增长
 - 9.1.2 婚嫁珠宝市场的发展特点分析
 - 9.1.3 婚庆珠宝市场趋向个性化发展
 - 9.1.4 婚庆珠宝市场钻石需求增加
 - 9.1.5 2014年上半年婚庆首饰市场需求旺盛
 - 9.1.6 中国铂金婚庆首饰发展强劲
- 9.2 婚庆家纺
 - 9.2.1 传统婚俗文化与现代婚庆家纺设计
 - 9.2.2 我国婚庆家纺市场发展势头迅猛
 - 9.2.3 婚庆家纺市场主要品牌的发展分析
 - 9.2.4 传统婚庆床上用品成为市场热点
 - 9.2.5 婚庆床上用品的消费特征剖析
 - 9.2.6 婚庆家纺产品促销的特点和策略
- 9.3 婚庆家电
 - 9.3.1 婚庆家电市场劲吹节能环保风潮
 - 9.3.2 家电业积极应对婚庆家电消费高潮
 - 9.3.3 婚庆家电市场热潮持续升温
 - 9.3.4 我国婚庆家电网购市场趋热
- 9.4 其他领域
 - 9.4.1 中国婚庆网站的发展状况分析
 - 9.4.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境

- 9.4.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析
- 9.4.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场
- 9.4.5 婚庆杂志的发展现状与趋势

第十章 博思数据关于婚庆产业的投资及前景分析

- 10.1 婚庆产业的投资现状及机会
 - 10.1.1 婚庆连锁加盟成市场投资新热点
 - 10.1.2 婚庆细分市场投资机会繁多
 - 10.1.3 婚庆公司的投资要点剖析
 - 10.1.4 中国婚庆市场的投资潜力挖掘
- 10.2 婚庆产业的发展前景展望
 - 10.2.1 2015-2020年中国婚庆市场规模预测
 - 10.2.2 婚庆产业的经营模式预测
 - 10.2.3 我国婚庆产业的发展趋势探析
 - 10.2.4 我国婚庆市场流行趋势分析
 - 10.2.5 我国婚庆市场的发展方向分析
 - 10.2.6 纵横联合是婚庆产业的发展方向

图表目录

- 图表 2009-2014年全国登记结婚新人数量变化情况
- 图表 中国网购婚庆用品消费力TOP10省份
- 图表 中国网购婚庆用品消费力TOP10城市
- 图表 中国网购婚庆用品消费力增速TOP10省份
- 图表 中国网购婚庆用品消费者的年龄分布
- 图表 中国网购婚庆用品消费者的性别比例
- 图表 中国网购婚庆用品TOP10热搜关键词
- 图表 2010-2014年北京各类结婚商户单次人均价格
- 图表 2014年香港人结婚开支统计
- 图表 2014年香港人结婚人情指标
- 图表 信息渠道统计
- 图表 吸引因素统计
- 图表 产品关注点统计

图表 风格偏好统计

图表 色系偏好统计

图表 款式偏好统计

图表 供应状况统计

图表 存在问题统计

图表 选择摄影婚纱照的动机因素

图表 影响新婚人员购买婚纱摄影的因素

图表 婚纱摄影行业价值链

图表 大型影楼和婚纱摄影工作室的选购因素分析

图表 大型影楼和婚纱摄影工作室的市场成功要素对比

图表 大型影楼和婚纱摄影工作室的行业成功要素分析

图表 大连市四星级酒店婚宴最低报价变化表

图表 2014年初广州部分高级酒店婚宴市场情况对比

图表 国内知名珠宝商旗下品牌及定位

图表 珠宝行业价值链

图表 2015-2020年中国结婚登记人数预测

图表 2015-2020年中国婚庆市场规模预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1411/S02716AVK6.html>