

2017-2022年中国婚庆市场 全景调查与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国婚庆市场全景调查与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/qiyeguanli/l58532Y02S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

二、说明、目录、图表目录

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。2014年，O2O浪潮汹涌而来，不仅帮助传统的婚庆企业开始重构商业模式，更让婚庆业的双方大受裨益：对商户而言，O2O平台不仅帮助婚庆商户拓展了可观的新客源，更通过口碑机制让一批优质婚庆商户浮出水面。对结婚用户而言，O2O平台为其提供了透明的婚庆信息匹配服务，挤出价格水分，让筹婚变得更轻松、更实惠。

中国至少未来10年都将是婚庆高峰年。“80后、90后”作为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。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。

《2017-2022年中国婚庆市场全景调查与发展趋势研究报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了婚庆行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国婚庆做了重点企业经营状况分析，并分析了中国婚庆行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2012-2016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 婚庆经济的突出特点
 - 1.1.5 婚庆产业的商业模式
- 1.2 2012-2016年国外婚庆产业发展概况
 - 1.2.1 婚庆形式及成本
 - 1.2.2 婚庆电商的创新
 - 1.2.3 德国婚庆市场
 - 1.2.4 美国婚庆市场
 - 1.2.5 日本婚庆市场
 - 1.2.6 韩国婚庆行业
- 1.3 中国婚庆产业总体发展概述
 - 1.3.1 行业变化分析
 - 1.3.2 行业发展阶段
 - 1.3.3 产业结构形态
 - 1.3.4 行业发展特点
- 1.4 2012-2016年中国婚庆产业运行现状
 - 1.4.1 行业模式创新
 - 1.4.2 行业发展态势
 - 1.4.3 产业规模现状
- 1.5 互联网时代婚庆行业发展分析
 - 1.5.1 婚庆平台及婚庆店铺
 - 1.5.2 O2O平台发展
 - 1.5.3 线上结合线下
 - 1.5.4 结婚人群分析
 - 1.5.5 困境及解决方案
- 1.6 中国婚庆行业存在的问题
 - 1.6.1 行业主要问题
 - 1.6.2 行业制约因素
 - 1.6.3 企业困境分析

- 1.6.4 专业人才紧缺
- 1.7 中国婚庆产业发展的对策
 - 1.7.1 产业发展建议
 - 1.7.2 专业市场选址要点
 - 1.7.3 企业发展出路探讨
 - 1.7.4 用品店的经营策略
 - 1.7.5 国外企业经验借鉴

第二章 2012-2016年中国婚庆市场发展分析

- 2.1 2012-2016年婚庆市场发展现状
 - 2.1.1 婚庆市场蓬勃兴旺
 - 2.1.2 婚庆市场现状透析
 - 2.1.3 婚庆市场流行风潮
 - 2.1.4 婚庆市场服务模式
- 2.2 2012-2016年中国婚庆消费市场分析
 - 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 2012-2016年婚庆市场的营销分析
 - 2.3.1 网络搜索营销
 - 2.3.2 口碑营销
 - 2.3.3 差异化营销
 - 2.3.4 微喜帖营销
 - 2.3.5 企业营销策略
 - 2.3.6 网络营销策略
- 2.4 婚庆服务市场的问题及应对策略
 - 2.4.1 面临问题分析
 - 2.4.2 主要原因分析
 - 2.4.3 市场发展建议

第三章 2012-2016年各区域婚庆市场分析

- 3.1 东北地区婚庆市场
 - 3.1.1 吉林省长春市
 - 3.1.2 黑龙江省
 - 3.1.3 黑龙江省哈尔滨市
 - 3.1.4 黑龙江省大庆市
 - 3.1.5 辽宁省沈阳市
 - 3.1.6 辽宁省大连市
- 3.2 华北地区婚庆市场
 - 3.2.1 北京市
 - 3.2.2 天津市
 - 3.2.3 河北省石家庄市
 - 3.2.4 山西省大同市
- 3.3 华东地区婚庆市场
 - 3.3.1 上海市
 - 3.3.2 山东省
 - 3.3.3 山东省泰安市
 - 3.3.4 江苏省无锡市
 - 3.3.5 浙江省
 - 3.3.6 安徽省
 - 3.3.7 福建省厦门市
 - 3.3.8 福建省福州市
- 3.4 中南地区婚庆市场
 - 3.4.1 湖北省武汉市
 - 3.4.2 广东省
 - 3.4.3 广东省深圳市
 - 3.4.4 海南省
 - 3.4.5 香港地区
 - 3.4.6 澳门地区
- 3.5 西南地区婚庆市场
 - 3.5.1 云南省
 - 3.5.2 四川省成都市
 - 3.5.3 重庆市

3.6 西北地区婚庆市场

3.6.1 青海省西宁市

3.6.2 陕西省西安市

3.6.3 甘肃省兰州市

3.6.4 宁夏回族自治区银川市

3.6.5 新疆自治区

第四章 2012-2016年婚纱礼服市场分析

4.1 2012-2016年婚纱礼服市场发展概况

4.1.1 市场现状剖析

4.1.2 市场发展趋向

4.1.3 市场以外销为主

4.1.4 电子商务新动态

4.1.5 行业组织应运而生

4.2 中国定制婚纱的发展分析

4.2.1 基本综述

4.2.2 市场存在的问题

4.2.3 市场发展的建议

4.2.4 市场发展的前景

4.3 部分地区婚纱市场的发展

4.3.1 济南

4.3.2 广东

4.3.3 大连

4.3.4 沈阳

4.3.5 芜湖

4.3.6 武汉

4.4 中国婚纱行业存在的问题与对策

4.4.1 面临品牌缺失难题

4.4.2 婚纱设计存在的问题

4.4.3 婚纱企业的出路探讨

4.4.4 市场开发思路探析

4.4.5 婚纱设计相关建议

4.5 婚纱礼服市场的发展展望

4.5.1 市场发展空间

4.5.2 市场发展趋势

4.5.3 市场发展方向

第五章 2012-2016年婚纱摄影市场分析

5.1 中国婚纱摄影市场概述

5.1.1 行业发展现状

5.1.2 行业发展特征

5.1.3 行业利润空间

5.1.4 行业O2O发展

5.2 部分地区婚纱摄影市场的发展

5.2.1 天津市

5.2.2 芜湖市

5.2.3 海南省

5.2.4 青岛市

5.2.5 昆明市

5.2.6 济南市

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 市场发展趋向透析

5.5.2 未来发展出路分析

5.5.3 未来发展方向探讨

第六章 2012-2016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 2012-2016年婚宴及喜糖市场分析

7.1 婚宴市场发展概况

7.1.1 大连婚宴市场价格高企

7.1.2 大庆婚宴市场浪费状况

7.1.3 上海婚宴订单数有所下降

7.1.4 广州高端婚宴竞争激烈

7.1.5 重庆市高档婚宴市场疲软

7.1.6 2016年乌鲁木齐婚宴市场发展动态

7.1.7 2016年广州五一婚宴市场遇冷

7.1.8 农村婚宴“蛋糕”引起关注

7.2 “80、90后”婚宴市场诉求的分析

7.2.1 中国新婚市场分析

7.2.2 “80后”的消费行为特征和婚宴市场诉求

- 7.2.3 “90后”的消费行为特征和婚宴市场诉求
- 7.2.4 星级酒店婚宴市场存在的问题
- 7.2.5 星级酒店的应对策略
- 7.3 婚宴酒市场分析
 - 7.3.1 品牌定位成为婚宴酒市场发展重点
 - 7.3.2 婚宴酒的市场渠道剖析
 - 7.3.3 婚宴葡萄酒市场潜力分析
 - 7.3.4 婚宴用酒的市场开发攻略解析
 - 7.3.5 婚宴酒市场的机会与营销方案探析
 - 7.3.6 白酒在大众婚宴市场发展态势强势
 - 7.3.7 白酒企业在婚宴市场的竞争策略
 - 7.3.8 拓展婚宴酒市场的创新策略
- 7.4 喜烟市场分析
 - 7.4.1 喜烟市场品牌格局
 - 7.4.2 影响婚庆用烟市场消费的因素
 - 7.4.3 婚庆用烟消费渠道
 - 7.4.4 主要地区喜烟市场发展分析
 - 7.4.5 喜烟企业市场营销存在的问题
 - 7.4.6 人性化服务助推婚庆用烟营销
 - 7.4.7 喜烟品牌培育的作用与策略分析
- 7.5 喜糖市场分析
 - 7.5.1 喜糖市场的供需特点解析
 - 7.5.2 喜糖市场品牌格局剖析
 - 7.5.3 江南地区喜糖市场发展现状
 - 7.5.4 国内喜糖市场开发前景广阔
 - 7.5.5 喜糖市场的未来发展方向探析

第八章 2012-2016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 2012-2016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 2016年我国蜜月游市场发展形势
 - 8.2.5 海南三亚领跑中国婚庆旅游市场
 - 8.2.6 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 2012-2016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 中国铂金婚庆首饰发展强劲
 - 9.1.6 2014年铂金婚庆首饰需求旺盛
- 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 我国婚庆市场未来前景广阔
 - 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
- 10.3 2017-2022年中国婚庆市场规模预测分析（ZY YL）
 - 10.3.1 未来中国婚庆市场发展影响因素分析
 - 10.3.2 2017-2022年中国结婚登记人数预测
 - 10.3.3 2017-2022年中国婚庆行业服务营业额预测

图表目录：

- 图表1 2010-2016年北京各类结婚商户单次人均价格
- 图表2 2013-2016年香港人各类结婚项目开支比较
- 图表3 2016年香港人各类结婚项目市场总开支估计
- 图表4 2010-20116年香港人结婚平均开支趋势
- 图表5 2010-2016年香港人结婚人情价格指针（中位数）
- 图表6 2016年香港人结婚摆酒地区排名
- 图表7 信息渠道统计
- 图表8 吸引因素统计
- 图表9 产品关注点统计
- 图表10 风格偏好统计
- 图表11 色系偏好统计
- 图表12 款式偏好统计
- 图表13 供应状况统计
- 图表14 存在问题统计
- 图表15 选择摄影婚纱照的动机因素
- 图表16 影响新婚人员购买婚纱摄影的因素
- 图表17 婚纱摄影行业价值链
- 图表18 大型影楼和婚纱摄影工作室的选购因素分析
- 图表19 大型影楼和婚纱摄影工作室的市场成功要素对比
- 图表20 大型影楼和婚纱摄影工作室的行业成功要素分析
- 图表21 大连市四星级酒店婚宴最低报价变化表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/I58532Y02S.html>