

2019-2025年中国婚庆服务 市场前景研究与投资战略研究报告

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

《2019-2025年中国婚庆服务市场前景研究与投资战略研究报告》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/wenhuaityu/0061896PZY.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

2016年东北地区结婚等级数量为84.02万对，相比2015年减少86.12万对，同比较少约3.4个百分点。2011-2016年东北地区结婚登记数量统计资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国婚庆服务市场前景研究与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了婚庆服务行业市场发展环境、婚庆服务整体运行态势等，接着分析了婚庆服务行业市场运行的现状，然后介绍了婚庆服务市场竞争格局。随后，报告对婚庆服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了婚庆服务行业发展趋势与投资预测。您若想对婚庆服务产业有个系统的了解或者想投资婚庆服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章2014-2017年中国婚庆产业整体运行状况

1.1婚庆产业概述

1.1.1婚庆产业的含义及特征

1.1.2婚礼由自办走向婚庆公司代办

1.1.3婚庆服务行业相关介绍

1.1.4婚庆服务行业婚礼顾问介绍

1.1.5婚庆服务新出职业“新娘秘书”

1.1.6婚庆经济发展特点

1.2 2014-2017年中国婚庆产业发展状况2011-2017年中国婚庆市场规模统计资料来源：公开资料整理

1.2.1婚庆业已成中国新兴产业

1.2.2婚庆产业链正在逐步形成

1.2.3中国婚庆服务业尚在成长期

1.2.4国内婚庆企业迫切需要升级

1.2.5高温之下婚庆产业淡中求精

1.2.6婚庆团购普及尚需时日

1.3 2014-2017年中国婚庆产业管理规范情况

1.3.1 婚庆行业亟待标准规范

1.3.2 婚庆行业将有“国标”

1.3.3 国家标准将禁用婚礼彩带

1.3.4 婚庆行业将得到规范管理

1.4 2014-2017年中国婚庆产业存在的问题

1.4.1 中国婚庆行业存在的问题

1.4.2 婚庆用品质量有待提高

1.4.3 婚庆投诉大幅上升

1.4.4 婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展

1.4.5 旺季之后婚庆行业面临洗牌

1.5 婚庆产业发展策略

1.5.1 多行业联手打造婚庆产业一条龙服务

1.5.2 品牌连锁机构将引领婚庆业发展

1.5.3 婚庆公司搭乘Web2.0顺风车促进网络拓展

第二章 2014-2017年中国婚庆服务市场整体运行走势分析

2.1 2014-2017年中国婚庆市场总体情况

2.1.1 婚庆市场概况

2.1.2 婚庆市场发展特点

2.1.3 婚庆市场的多样化选择

2.1.4 “十一”婚庆市场特别火

2.1.5 一边婚庆价猛涨一边浪费严重

2.1.6 婚庆市场两大走势解析

2.2 2014-2017年中国部分细分婚庆市场

2.2.1 春节婚庆礼品市场极其红火

2.2.2 二手婚庆用品市场解析

2.2.3 网上婚庆市场谁主风云

2.2.4 婚庆汽车租赁市场前景

2.3 2014-2017年中国婚庆分析

2.3.1 杭州特色婚庆市场围绕第一世界大酒店引发竞争

2.3.2 日本婚庆公司看好中国婚庆市场

- 2.3.3“喜洋洋”来中国婚庆市场淘金
- 2.4 2014-2017年中国婚庆市场营销分析
 - 2.4.1 婚庆市场的营销状况解析
 - 2.4.2 浅析婚庆公司之网络营销
 - 2.4.3 婚庆经济大蛋糕的营销策略
 - 2.4.4“五一”黄金周婚庆促销方略全解析
- 2.5 2014-2017年中国婚庆市场品牌分析
 - 2.5.1 中国婚庆市场缺乏婚庆主导品牌产品
 - 2.5.2 中国婚庆产业品牌化建设
 - 2.5.3 中国婚庆产业的品牌战略

第三章 2014-2017年中国婚庆消费行业分析

- 3.1 2014-2017年中国婚庆消费市场概况
 - 3.1.1 婚庆消费面面观
 - 3.1.2 婚庆市场的非理性消费
 - 3.1.3 婚庆消费市场待挖掘
- 3.2 2014-2017年中国婚庆消费走势
 - 3.2.1 中国婚庆消费市场新动态
 - 3.2.2 婚庆消费市场从传统到个性
 - 3.2.3 婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归
 - 3.2.4 婚庆时尚品成为消费新热点
- 3.3 2014-2017年中国婚庆消费应注意的问题
 - 3.3.1 婚庆消费市场的四大问题
 - 3.3.2 婚庆市场的消费纠纷
 - 3.3.3 婚庆消费要注意陷阱
 - 3.3.4 婚庆消费存在的八大误区
- 3.4 2014-2017年中国消费者婚礼消费情况调查分析
 - 3.4.1 消费者对婚礼所持态度调查分析
 - 3.4.2 消费者婚礼费用构成调查分析
 - 3.4.3 消费者婚礼预计花费调查分析
 - 3.4.4 消费者选择结婚方式调查分析

第四章2014-2017年中国部分地区婚庆市场运行分析

4.1上海

4.1.1上海婚庆市场分析

4.1.2上海新人婚庆市场消费状况

4.1.3 2014-2017年“五一”黄金周上海婚庆市场消费情况

4.1.4上海婚庆市场前景乐观

4.1.5上海婚庆市场的发展与未来方向

4.2北京

4.2.1北京婚庆行业面临洗牌

4.2.2北京婚庆公司到天津抢地盘

4.2.3北京婚庆行业存在的问题

4.3广东

4.3.1广州婚庆消费呈现新特色

4.3.2深圳婚庆消费特点

4.3.3汕头婚庆市场情况

4.4浙江

4.4.1杭州婚庆市场分析

4.4.2宁波婚庆市场分析

4.4.3温州婚庆市场分析

4.4.4古城绍兴复古婚礼带动传统产业发展

4.5福建

4.5.1福州婚庆市场分析

4.5.2厦门东方明珠领航厦门婚庆业发展

4.5.3泉州婚庆市场运行情况

4.6山东

4.6.1青岛市北区婚庆市场调查与策略

4.6.2青岛婚庆期待产业化发展

4.6.3济南婚庆业辐射周边城市

4.6.4临沂婚庆服务行业不断推陈出新

4.7湖北

4.7.1金融危机让武汉婚庆公司加速洗牌

4.7.2荆州婚庆公司的发展

- 4.7.3宜昌婚庆市场分析
- 4.8其他地区婚庆市场
 - 4.8.1南昌婚庆行业分析
 - 4.8.2合肥婚庆市场分析
 - 4.8.3兰州婚庆市场分析
 - 4.8.4唐山婚庆市场分析
 - 4.8.5锦州婚庆市场状况
 - 4.8.6郴州婚庆市场发展状况及预测
 - 4.8.7金融危机致南京20%婚庆公司将被淘汰

第五章2014-2017年中国婚庆服务细分市场运行分析-婚纱礼服

- 5.1 2014-2017年中国婚纱礼服市场分析
 - 5.1.1婚纱礼服全面调研
 - 5.1.2网上订购婚纱生意红火
 - 5.1.3冬季保暖婚纱市场面临空缺
 - 5.1.4定制婚纱市场看好
 - 5.1.5中国婚纱晚礼服行业出现新变局
- 5.22014-2017年中国地区婚纱市场分析
 - 5.2.1虎丘婚纱市场分析
 - 5.2.2青岛婚纱市场分析
 - 5.2.3上海婚纱租赁市场暗淡
- 5.32014-2017年中国婚纱礼服分析
 - 5.3.1买婚纱冲击婚纱租赁市场
 - 5.3.2婚纱行业企业竞争力解析
 - 5.3.3差异化创意产品抢夺上海婚庆市场

第六章2014-2017年中国婚庆服务细分市场运行分析-婚纱摄影

- 6.1 2014-2017年中国婚纱摄影市场概况
 - 6.1.1婚纱摄影市场服务成为制胜法宝
 - 6.1.2台商盯上中国大陆婚纱摄影市场
 - 6.1.3北京婚纱摄影市场状况分析
 - 6.1.4重庆婚纱摄影市场分析

- 6.1.5 丽水婚纱摄影市场状况
- 6.2 2014-2017年中国地区婚纱摄影市场竞争状况
 - 6.2.1 海口婚纱摄影市场竞争状况分析
 - 6.2.2 厦门婚纱摄影市场存在恶性竞争
 - 6.2.3 湖城婚纱摄影竞争更加激烈
 - 6.2.4 浚县婚纱摄影市场出现无序混乱竞争
- 6.3 2014-2017年中国婚纱摄影新动向
 - 6.3.1 大型喷绘婚纱照受青睐
 - 6.3.2 “另类”婚纱摄影打破传统演绎个性
 - 6.3.3 外景婚纱摄影走入乡野
- 6.4 2014-2017年中国地区婚纱摄影新动向
 - 6.4.1 新派婚纱摄影亮相济南
 - 6.4.2 上海旅游婚纱摄影突起
 - 6.4.3 厦门主题婚纱摄影看好

第七章 2014-2017年中国婚庆服务其它细分行业分析

- 7.1 2014-2017年中国婚庆服务市场概况
 - 7.1.1 婚庆服务市场分析
 - 7.1.2 婚庆公司推出个性服务
 - 7.1.3 中国婚庆服务市场趋向规范、规模、品牌化
 - 7.1.4 婚庆服务市场完善还需时日
- 7.2 2014-2017年中国婚礼策划市场聚焦
 - 7.2.1 新颖婚庆形式悄然亮相
 - 7.2.2 个性婚礼策划冲击婚庆市场
 - 7.2.3 个性婚礼推动婚庆产业
 - 7.2.4 中国“环保婚礼”意识初显
 - 7.2.5 上海主题婚礼策划均已突破万元
- 7.3 2014-2017年中国婚车租赁市场分析
 - 7.3.1 节前婚车租价水涨船高
 - 7.3.2 婚车租赁市场消费状况
 - 7.3.3 婚车租赁存在不少问题
 - 7.3.4 青岛私家车激增出租车退出婚车市场

7.3.5杭州婚车租赁市场有待规范管理

7.4 2014-2017年中国婚车装扮市场分析

7.4.1“十一”婚庆经济引起婚车装扮火热

7.4.2婚车装饰要点

第八章2014-2017年中国婚宴及婚宴酒市场分析

8.1 2014-2017年中国婚宴市场分析

8.1.1浅析中国婚宴形式的变迁

8.1.2婚宴市场消费特点分析

8.1.3新人追寻个性清爽婚宴

8.1.4婚宴需求价格分析

8.2 2014-2017年中国地区婚宴市场

8.2.1上海婚宴市场情况

8.2.2杭州主题餐厅做大婚宴市场

8.2.3天津婚庆业尚未进入成熟期

8.2.4湛江婚宴市场问题较多

8.3 2014-2017年中国婚宴酒市场

8.3.1婚宴酒市场解析

8.3.2女儿红走俏婚庆市场

8.3.3婚宴市场葡萄酒的发展

8.3.4成都婚宴市场红酒挑战白酒

8.4 2014-2017年中国婚宴酒发展策略及前景

8.4.1中国婚庆酒与婚文化结合发展策略

8.4.2白酒婚庆市场推广战略分析

8.4.3白酒的婚庆市场运作思路

8.4.4婚宴酒细分应注重品牌定位

8.4.5酒企运作婚宴市场策略分析

8.4.6长春婚宴白酒市场分析

第九章2014-2017年中国蜜月旅游市场运行分析

9.1 2014-2017年中国蜜月旅游市场概况

9.1.1蜜月旅游市场的特点

- 9.1.2蜜月游已成旅游市场新宠
- 9.1.3结婚高峰带火蜜月游市场
- 9.1.4节后蜜月旅游市场火热
- 9.2 2014-2017年中国地区蜜月旅游市场
 - 9.2.1上海新人蜜月旅游开始重实惠
 - 9.2.2景德镇旅行社争抢蜜月游市场
 - 9.2.3哈尔滨蜜月旅游带火黄金周后市场
- 9.3 2014-2017年中国蜜月旅游线路分析
 - 9.3.1蜜月游主打休闲度假力推深度游
 - 9.3.2“十一”黄金周特色出境旅游线路纷纷试水
 - 9.3.3温州度假型特制蜜月旅游线路难寻
- 9.4 2014-2017年中国蜜月旅游面临的挑战及对策
 - 9.4.1旅行社蜜月游存在的问题
 - 9.4.2蜜月旅游市场待开发
 - 9.4.3蜜月游市场发展策略

第十章2014-2017年中国喜糖市场运行分析

- 10.1 2014-2017年中国喜糖市场分析
 - 10.1.1中国喜糖市场概况
 - 10.1.2喜糖消费市场现状
 - 10.1.3探析喜糖市场新动向
 - 10.1.4喜糖市场竞争及渠道分析
- 10.2 2014-2017年中国地区喜糖市场
 - 10.2.1杭州喜糖市场状况
 - 10.2.2东莞喜糖做成礼品大受市场欢迎
 - 10.2.3沈阳喜糖市场品牌欠缺
 - 10.2.4青岛喜糖市场被外地糖果占据
- 10.3 2014-2017年中国喜糖市场发展策略及方向
 - 10.3.1打造婚庆市场有特色的喜糖包装
 - 10.3.2喜糖市场品牌拓展机会
 - 10.3.3婚庆喜糖店未来的发展方向

第十一章2014-2017年中国婚庆相关领域市场运行分析

11.1 2014-2017年中国珠宝首饰市场分析

11.1.1 婚庆市场各种珠宝首饰受欢迎情况

11.1.2 婚庆市场珠宝首饰款式新颖成选择标准

11.1.3 珠宝首饰市场K金销售逐步赶超黄金

11.1.4 婚庆市场翡翠再次流行

11.1.5 黄金首饰欲抢回婚庆市场

11.2 2014-2017年中国婚庆床上用品市场分析

11.2.1 床上用品种类

11.2.2 婚庆床上用品消费特点

11.2.3 婚庆床上用品流行个性化

11.2.4 床上用品消费的发展方向

11.3 2014-2017年中国家电市场分析

11.3.1 家电巨头纷抢婚庆市场蛋糕

11.3.2 家电消费品质享受时代到来

11.3.3 家电套餐消费时代降临

11.3.4 婚庆热潮国美家电营销分析

11.3.5 婚庆潮引热洗衣机高端市场

11.3.6 合肥婚庆与家电联合做市场

11.4 2014-2017年中国家具市场分析

11.4.1 中国家具市场现状剖析

11.4.2 广州家具市场发展特点分析

11.4.3 新仿古典家具市场发展状况分析

11.4.4 结婚潮带火家具市场

11.4.5 家具商家进攻婚庆市场

11.5 2014-2017年中国其他相关婚庆市场分析

11.5.1 家居建材零售业脚步已迈入婚庆市场

11.5.2 数码印刷抢食婚庆消费市场

11.5.3 2014-2017年婚庆热潮拉动花市销售

11.5.4 耐用消费品把握婚庆消费市场销售策略

第十二章2019-2025年中国婚庆行业投资及前景趋势（ZY LII）

- 12.1 2019-2025年中国婚庆行业投资操作分析
 - 12.1.1 婚庆创业流程操作
 - 12.1.2 婚庆产业投资过程全解析
 - 12.1.3 投资婚庆行业要重视规范操作
- 12.2 2019-2025年中国婚庆产业投资前景分析
 - 12.2.1 中国大城市婚庆市场大有商机
 - 12.2.2 旅行社与婚庆公司联手市场潜力大
 - 12.2.3 上海婚庆市场投资前景及建议
- 12.3 2019-2025年中国婚庆行业发展前景
 - 12.3.1 中国婚庆市场前景广阔
 - 12.3.2 杭州婚庆产业潜力大
 - 12.3.3 婚庆用品市场迎来高潮
- 12.4 2019-2025年中国婚庆行业发展趋势（ZY LII）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/0061896PZY.html>