

2017-2022年中国婚庆行业市场行情动态及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国婚庆行业市场行情动态及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/311734.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

婚庆，具体来说指的是婚礼庆典策划。婚礼策划是指为客人量身打造的婚礼。它涵盖各种婚礼形式或是各种婚礼形式的组合体，它是根据每位新人的不同爱好、追求或诉求点而不同为新人量身定做的婚礼。婚庆包括，婚纱摄影，婚宴酒席，婚庆策划，主持司仪，婚车出租，婚礼跟拍，婚礼摄像，蜜月旅游等相关行业。

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，2000年后，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。

2006-2015中国婚庆市场规模走势

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 2014-2016年国内外婚庆产业发展分析 16

1.1 婚庆产业的相关概述 16

1.1.1 婚庆产业的概念 16

1.1.2 婚庆产业链的内涵 16

1.1.3 中西婚庆的特色比较 16

1.1.4 婚庆经济呈现三大突出特点 19

1.1.5 婚庆产业的商业模式 19

1.2 2014-2016年国外婚庆产业的发展现状 20

1.2.1 国外婚庆形式及成本概述 20

1.2.2 西班牙华人婚庆业发展局势 21

1.2.3 日本婚庆公司抢夺中国市场 24

1.2.4 美国婚庆摄影市场发展状况 24

1.2.5 美国新人婚庆消费有所增加 27

1.3 中国婚庆产业总体发展概述 28

1.3.1 建国60年婚庆行业的变化分析 28

1.3.2 中国婚庆行业发展的四大阶段 38

1.3.3 中国婚庆产业的结构形态分析 40

- 1.3.4 中国婚庆产业的发展现状解析 43
- 1.3.5 中国婚庆行业的发展特点 44
- 1.3.6 中国婚庆企业呼唤大品牌的出现 51
- 1.4 2014-2016年中国婚庆行业发展近况 55
 - 1.4.1 “主题婚庆”产业成热点 55
 - 1.4.2 第一部婚庆专业工具书编订 56
 - 1.4.3 结婚电商对传统婚庆公司的影响 56
 - 1.4.4 O2O全面入侵我国婚庆行业 58
- 1.5 中国婚庆行业存在的问题 60
 - 1.5.1 中国婚庆行业面临的主要问题 61
 - 1.5.2 婚庆公司面临的困境与挑战 61
 - 1.5.3 婚庆行业专业人才紧缺 67
- 1.6 中国婚庆产业发展的对策 68
 - 1.6.1 婚庆产业发展的建议 68
 - 1.6.2 婚庆产业专业市场的选址要点 72
 - 1.6.3 国内婚庆公司发展的出路探讨 73
 - 1.6.4 中国婚庆用品店的经营策略分析 73
 - 1.6.5 日本婚庆龙头企业经验借鉴及战略路径探析 76

第二章 2014-2016年中国婚庆市场发展分析 81

- 2.1 2014-2016年婚庆市场发展情况 81
 - 2.1.1 中国婚庆市场蓬勃兴旺 81
 - 2.1.2 中国婚庆消费发展强劲 81
 - 2.1.3 国内大城市婚庆市场发展态势 84
 - 2.1.4 婚庆市场发展带热婚博会 87
- 2.2 2014-2016年中国婚庆消费市场分析 88
 - 2.2.1 消费需求分析 88
 - 2.2.2 消费结构分析 88
 - 2015年中国婚庆行业市场消费结构
 - 2.2.3 消费区域特征分析 89
 - 2.2.4 消费需求趋势分析 89
- 2.3 2014-2016年中国婚庆网络市场消费状况 90
 - 2.3.1 婚庆网络消费特征分析 90
 - 2.3.2 婚庆网络消费状况分析 91

2.3.3 东莞婚庆网络消费情况分析	92
2.4 2014-2016年婚庆市场的营销分析	93
2.4.1 婚庆市场兴起概念营销风潮	93
2.4.2 婚庆市场跨界整合效果显著	95
2.4.3 婚庆服务企业的营销策略分析	103
2.4.4 网络时代婚庆市场的营销策略分析	104
第三章 2014-2016年各区域婚庆市场分析	107
3.1 东北地区	107
3.1.1 2016年辽宁千山婚庆市场分析	107
3.1.2 2016年长春婚庆成本上涨情况	108
3.1.3 2016年黑龙江省出台婚庆消费规范	109
3.1.4 2016年沈阳婚庆产业发展概况	110
3.1.5 2016年哈尔滨婚庆市场发展态势	112
3.1.6 大连婚庆行业创建金融共享平台	115
3.1.7 2016年大连明确婚庆行业工资标准	120
3.2 华北地区	120
3.2.1 2016年太原婚庆市场发展状况	120
3.2.2 北京市婚庆市场消费特征分析	121
3.2.3 天津市婚庆行业地方标准实施	122
3.2.4 天津市婚庆市场消费特征分析	124
3.2.5 2016年天津市婚庆产业发展分析	125
3.2.6 大同婚庆市场发展现状及前景分析	126
3.3 华东地区	126
3.3.1 2016年上海婚庆消费状况分析	127
3.3.2 2016年福州婚庆价格情况分析	128
3.3.3 2016年安徽铜陵婚庆消费状况调查	128
3.3.4 2016年山东婚庆市场低迷运行	130
3.3.5 2016年山东婚庆市场持续萎缩	131
3.3.6 2016年厦门婚庆行业发展现状	132
3.3.7 浙江为婚庆消费者打造O2O平台	133
3.4 中南地区	134
3.4.1 武汉婚庆产业发展现状分析	134
3.4.2 广东省婚庆产业基本情况	136
3.4.3 深圳市婚庆产业发展状况	137

- 3.4.4 2016年香港婚庆消费调查分析 138
- 3.4.5 2016年海南成立婚庆产业联盟 140
- 3.4.6 海南以婚庆旅游为突破培育婚庆经济 140
- 3.4.7 澳门婚庆行业的发展战略分析 142
- 3.5 西南地区 148
 - 3.5.1 云南婚庆市场发展状况分析 148
 - 3.5.2 云南打造婚庆消费一站式模式 150
 - 3.5.3 成都婚庆市场消费状况分析 151
 - 3.5.4 成都婚庆行业存在的问题分析 152
 - 3.5.5 2016年成都酒店业转攻婚庆市场 152
- 3.6 西北地区 153
 - 3.6.1 西宁成立婚庆行业协会 153
 - 3.6.2 2016年西安婚庆市场表现火爆 154
 - 3.6.3 2016年兰州婚庆行业发展透析 155
 - 3.6.4 2016年银川婚庆行业发展现状 160

第四章 2014-2016年婚纱礼服市场分析 163

- 4.1 2014-2016年婚纱礼服市场发展现状 163
 - 4.1.1 中国婚纱市场现状剖析 163
 - 4.1.2 中国婚纱市场发展趋向透析 163
 - 4.1.3 中国婚礼服市场以外销为主 165
 - 4.1.4 品牌婚纱降价抢夺山寨婚纱市场份额 167
 - 4.1.5 我国婚纱行业电子商务的新动态 168
 - 4.1.6 中国婚纱礼服行业组织应运而生 170
- 4.2 我国定制婚纱的发展分析 171
 - 4.2.1 定制婚纱发展综述 171
 - 4.2.2 我国定制婚纱市场存在的问题 172
 - 4.2.3 我国定制婚纱的市场发展建议 173
 - 4.2.4 我国定制婚纱的发展前景 174
- 4.3 2014-2016年部分地区婚纱市场的发展 175
 - 4.3.1 苏州婚纱行业的成长困扰与反思 175
 - 4.3.2 苏州婚纱产业基地构建一站式产业链 183
 - 4.3.3 广东婚纱晚礼服市场发展策略 184
 - 4.3.4 大连婚纱等服装企业进军电子商务 185
 - 4.3.5 沈阳婚纱礼服市场解析 186

4.3.6 芜湖市婚纱市场现状及消费特征分析 187

4.4 中国婚纱行业存在的问题与对策 194

4.4.1 中国婚纱行业面临品牌缺失难题 194

4.4.2 我国婚纱设计存在的问题 194

4.4.3 中国婚纱企业的出路探讨 196

4.4.4 中国婚纱市场的开发思路探析 196

4.4.5 我国婚纱设计的建议 196

4.5 婚纱礼服市场的发展展望 197

4.5.1 我国婚纱礼服市场发展空间广阔 197

4.5.2 未来我国婚纱市场的发展趋势 197

4.5.3 我国婚纱礼服市场的发展方向 199

第五章 2014-2016年婚纱摄影市场分析 201

5.1 中国婚纱摄影市场概述 201

5.1.1 中国婚纱摄影行业的发展分析 201

5.1.2 当前婚纱摄影行业发展的特征 201

5.1.3 婚纱摄影行业利润空间状况 203

5.1.4 婚纱摄影行业O2O市场发展现状 204

5.2 部分地区婚纱摄影市场的发展 204

5.2.1 天津市婚纱摄影行业发展格局剖析 205

5.2.2 芜湖婚纱摄影市场发展态势 209

5.2.3 海南婚纱摄影市场现状透析 211

5.2.4 青岛婚纱摄影市场日渐火爆 213

5.2.5 昆明婚纱摄影行业发展历程 215

5.3 婚纱摄影市场的竞争状况分析 216

5.3.1 我国婚纱摄影市场的竞争状况 216

5.3.2 大型影楼和婚纱摄影工作室的对比分析 217

5.3.3 婚纱摄影机构大型品牌简介 221

5.4 婚纱摄影市场的营销分析 229

5.4.1 影楼婚庆经营状况及发展模式透析 229

5.4.2 传统影楼的移动APP营销新渠道分析 231

5.4.3 移动互联网时代下婚纱摄影的营销 233

5.4.4 婚纱摄影市场营销策略分析 234

5.5 婚纱摄影市场未来发展趋势分析 235

5.5.1 婚纱摄影市场发展的趋向透析 235

5.5.2 未来婚纱摄影业的发展出路分析 236

5.5.3 跨行业联盟将是婚纱摄影发展方向 237

第六章 2014-2016年婚庆服务市场分析 239

6.1 婚庆服务市场总体概况 239

6.1.1 我国婚庆服务产业化的时机来临 239

6.1.2 个性化服务成婚庆产业新趋势 239

6.1.3 婚庆服务行业存在的主要问题 241

6.1.4 促进婚庆服务业健康发展的对策 242

6.1.5 婚庆服务机构有了等级划分规范 246

6.1.6 一站式婚庆服务发展潜力分析 247

6.2 婚礼策划市场分析 248

6.2.1 婚礼策划的基本要素 248

6.2.2 婚礼策划花费占婚庆大头 249

6.2.3 婚礼策划流行趋势分析 251

6.2.4 婚礼操办的一般流程解析 252

6.3 婚车市场分析 253

6.3.1 婚车租赁市场消费特征透析 253

6.3.2 婚车装扮市场显巨大商机 254

6.3.3 婚车租赁市场的问题分析 256

6.3.4 武汉婚车租赁市场发展综述 257

第七章 2014-2016年婚宴及喜糖市场分析 259

7.1 婚宴市场发展分析 259

7.1.1 大连婚宴市场价格高企 259

7.1.2 广州高端婚宴竞争激烈 261

7.1.3 大庆婚宴市场浪费状况 262

7.1.4 上海婚宴订单数有所下降 267

7.1.5 重庆市高档婚宴市场疲软 268

7.1.6 乌鲁木齐婚宴市场发展动态 270

7.2 婚宴酒市场分析 271

7.2.1 婚宴酒市场发展态势剖析 271

7.2.2 品牌定位应成为婚宴酒市场发展重点 276

7.2.3 婚宴酒的市场渠道剖析 277

7.2.4 婚宴葡萄酒市场潜力分析 282

- 7.2.5 婚宴用酒的市场开发攻略解析 286
- 7.2.6 婚宴酒市场的机会与营销方案探析 287
- 7.2.7 白酒企业在婚宴市场的竞争策略 289
- 7.2.8 拓展婚宴酒市场的创新策略 293
- 7.3 喜烟市场分析 296
 - 7.3.1 喜烟市场品牌格局 297
 - 7.3.2 影响婚庆用烟市场消费的因素 301
 - 7.3.3 婚庆用烟消费渠道 301
 - 7.3.4 主要地区喜烟市场发展分析 302
 - 7.3.5 喜烟企业市场营销存在的问题 305
 - 7.3.6 喜烟品牌培育的作用与策略分析 308
- 7.4 喜糖市场分析 319
 - 7.4.1 喜糖市场的供需特点解析 319
 - 7.4.2 喜糖市场品牌格局剖析 320
 - 7.4.3 江南地区喜糖市场发展现状 322
 - 7.4.4 国内喜糖市场开发前景广阔 324
 - 7.4.5 喜糖市场的未来发展方向探析 326

第八章 2014-2016年婚庆旅游市场分析 328

- 8.1 婚庆旅游的基本概况 328
 - 8.1.1 蜜月旅游的市场开发价值剖析 328
 - 8.1.2 婚庆旅游产品的类型及特征 329
 - 8.1.3 我国婚庆旅游市场的细分 330
 - 8.1.4 婚庆旅游的消费动因及特征 331
 - 8.1.5 婚庆旅游产品开发策略分析 333
 - 8.1.6 开发婚庆旅游产品应注意的问题 334
- 8.2 2014-2016年婚庆旅游市场发展态势 336
 - 8.2.1 我国蜜月旅游市场的发展特点 336
 - 8.2.2 我国蜜月旅游市场的变化趋势 337
 - 8.2.3 春节后蜜月游市场成热点 337
 - 8.2.4 出境蜜月游市场渐受青睐 338
- 8.3 婚庆旅游市场的综合开发策略 339
 - 8.3.1 蜜月游市场应向专业化转轨 339
 - 8.3.2 蜜月旅游线路创新建设的策略 340
 - 8.3.3 我国婚庆旅游市场开发对策分析 341

- 8.3.4 婚庆旅游市场的开发思路探讨 344
- 8.3.5 婚庆旅游产品的市场开发要点 346
- 8.3.6 婚庆旅游产品的市场运作思路解析 348

第九章 2014-2016年婚庆其他关联行业分析 354

- 9.1 婚庆珠宝 354
 - 9.1.1 婚庆保值需求拉动珠宝行业增长 354
 - 9.1.2 婚嫁珠宝市场的发展特点分析 361
 - 9.1.3 婚庆珠宝市场趋向个性化发展 363
 - 9.1.4 婚庆珠宝市场钻石需求增加 365
 - 9.1.5 婚庆首饰市场需求旺盛 366
 - 9.1.6 中国铂金婚庆首饰发展强劲 369
- 9.2 婚庆家纺 370
 - 9.2.1 传统婚俗文化与现代婚庆家纺设计 370
 - 9.2.2 我国婚庆家纺市场发展势头迅猛 372
 - 9.2.3 婚庆家纺市场主要品牌的发展分析 372
 - 9.2.4 传统婚庆床上用品成为市场热点 373
 - 9.2.5 婚庆床上用品的消费特征剖析 374
 - 9.2.6 婚庆家纺产品促销的特点和策略 375
- 9.3 婚庆家电 376
 - 9.3.1 婚庆家电市场劲吹节能环保风潮 376
 - 9.3.2 家电业积极应对婚庆家电消费高潮 377
 - 9.3.3 婚庆家电市场热潮持续升温 378
 - 9.3.4 我国婚庆家电网购市场趋热 379
- 9.4 其他领域 382
 - 9.4.1 中国婚庆网站的发展状况分析 382
 - 9.4.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境 386
 - 9.4.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析 387
 - 9.4.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场 387
 - 9.4.5 婚庆杂志的发展现状与趋势 389

第十章 婚庆产业的投资及前景分析 393

- 10.1 婚庆产业的投资现状及机会 393
 - 10.1.1 婚庆连锁加盟成市场投资新热点 393
 - 10.1.2 婚庆细分市场投资机会繁多 394

- 10.1.3 婚庆公司的投资要点剖析 398
- 10.1.4 中国婚庆市场的投资潜力挖掘 399
- 10.2 婚庆产业的发展前景展望 401
- 10.2.1 2017-2022年中国婚庆市场规模预测 402
- 10.2.2 婚庆产业的经营模式预测 403
- 10.2.3 我国婚庆产业的发展趋势探析 404
- 10.2.4 我国婚庆市场流行趋势分析 404
- 10.2.5 我国婚庆市场的发展方向分析 406
- 10.2.6 纵横联合是婚庆产业的发展方向 407

图表目录：

- 图表 1 婚庆产业链 95
- 图表 2 信息渠道统计 188
- 图表 3 吸引因素统计 189
- 图表 4 产品关注点统计 190
- 图表 5 风格偏好统计 191
- 图表 6 色系偏好统计 191
- 图表 7 款式偏好统计 191
- 图表 8 供应状况统计 192
- 图表 9 存在问题统计 193
- 图表 10 2016年中国婚纱影楼十大品牌企业排名 221
- 图表 11 2015年公司各类别卷烟销售情况及单项批发销售收入单位：（箱、%、元/箱） 310
- 图表 12 双喜（软国际）进入固原市场所面临的“SWOT”分析 311
- 图表 13 双喜（软国际）培育效果较同品类单品销售对比 单位：（箱、万元、%） 316
- 图表 14 双喜（软国际）波士顿矩阵分析 317
- 图表 15 国内知名珠宝商旗下品牌及定位 354
- 图表 16 珠宝行业价值链 357
- 图表 17 2013年至今传统珠宝企业获VC/PE融资情况 359
- 图表 18 2013年至今电商珠宝企业获VC/PE融资情况 359
- 图表 19 国内已上市珠宝企业名单 360
- 图表 20 国内A股拟上市珠宝企业名单 360
- 图表 21 2012-2016年全国登记结婚新人数量变化情况（单位：万对，%） 366
- 图表 22 2012-2016年我国黄金消费量情况（单位：吨） 368
- 图表 23 2017-2022年我国我国婚庆市场规模预测分析 402

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/311734.html>