

2012-2016年中国婚庆行业 市场分析与行业调查报告

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

《2012-2016年中国婚庆行业市场分析与行业调查报告》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/yule1201/5912853TXW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-17

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国婚庆行业市场分析与行业调查报告》共十三章。首先介绍了婚庆产业的概念，接着分析了中国婚庆产业行业发展环境，然后对中国婚庆产业行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婚庆产业行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婚庆产业行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国婚庆行业市场分析与行业调查报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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，有数据显示，中国每年因婚庆产生的狭义消费高达4000亿元人民币，占国民生产总值的2.5%。

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40多个关联行业，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。

在新婚消费方面，88.4%的新人需要拍摄婚纱照；49.14%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼；78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴；36.83%的新人要为新娘购买婚纱；67.66%的新人安排蜜月旅游。

但是，快速发展的婚庆产业也存在着一定的问题。中国婚庆产业品牌成长还处在蹒跚学步阶段。市场的良莠不齐、诚信缺失，使许多新人对新婚消费充满不信任。因此，从行业规律看，婚庆市场洗牌在即，亟须出现强势品牌来提升服务质量。婚庆行业要把握好市场脉搏，提升文化内涵，开发出符合市场的商品。对于日益壮大的婚庆市场，相关部门应加强管理，如对婚庆公司从审批注册到管理，从等级到价位，都应该有一套相应的规定和措施，并且严格把关，规范运作。要树立品牌意识，增强整个产业链的吸引力，树立行业整体信誉形象。

第一章 2010-2011年婚庆产业概述及世界分析

第一节 婚庆产业的相关概述

- 一、婚庆产业的概念
- 二、婚庆产业链的内涵
- 三、中西婚庆的特色比较
- 四、婚庆经济呈现三大突出特点
- 五、婚庆产业的商业模式

第二节 2010-2011年国外婚庆产业的发展概况

- 一、金融危机下婚庆产业成为美国经济亮点
- 二、日本婚庆业积极向外扩张
- 三、英国婚庆业逆市上扬
- 四、西班牙婚庆服装业发展迅猛

第三节 2012-2016年世界婚庆产业发展趋势分析

第二章 2010-2011年中国婚庆产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国婚庆产业政策分析

- 一、婚庆行业服务标准
- 二、河南省婚庆服务合同条款细化

第二节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国CPI指数分析
- 三、工业发展形势分析

第三节 2010-2011年中国婚庆产业社会环境分析

第三章 2010-2011年中国婚庆产业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国婚庆产业总述

- 一、建国60年婚庆行业的变化分析
- 二、中国婚庆行业发展的四大阶段
- 三、中国婚庆产业的结构形态
- 四、中国婚庆产业的发展特征解析
- 五、中小民营企业成为婚庆行业主导者

第二节 2010-2011年中国婚庆行业发展近况

- 一、中国婚庆产业渐入佳境
- 二、外资开始集中发力中国婚庆业
- 三、经济危机下婚庆行业的生存现状
- 四、婚庆对拉动内需作出重要贡献
- 五、2009年12月首部婚庆服务标准正式出炉
- 第三节2010-2011年中国婚庆行业存在的问题分析
 - 一、我国婚庆产业发展的制约因素
 - 二、中国婚庆产业发展的困惑
 - 三、婚庆行业问题层出不穷投诉上升
 - 四、婚庆行业六类专业人才紧缺
- 第四节2010-2011年中国婚庆产业发展的对策分析
 - 一、婚庆产业专业市场的选址要点透析
 - 二、国内婚庆公司发展的出路探讨
 - 三、婚庆行业的根本出路在于不断创新

第四章 2010-2011年中国婚庆市场发展动态分析

第一节2010-2011年中国婚庆市场发展概况

- 一、中国婚庆市场蓬勃兴旺
- 二、经济实惠成为婚庆市场主题
- 三、婚庆市场三大产品的流行趋势透析
- 四、国内大城市婚庆市场发展态势探析
- 五、中国婚庆市场的开发策略

第二节2010-2011年中国婚庆消费市场分析

- 一、消费需求分析
- 二、消费结构分析
- 三、消费区域特征分析
- 四、消费需求趋势分析
- 五、2010年婚庆消费涌现涨价潮
- 六、婚庆消费市场需求特点剖析

第三节2010-2011年中国婚庆市场的营销分析

- 一、中国婚庆市场形成独特的营销模式
- 二、2009年婚庆市场兴起概念营销风潮

三、婚庆市场跨界整合效果显著

四、网络时代婚庆市场的营销策略分析

第五章 2010-2011年中国各区域婚庆市场走势分析

第一节 东北地区

一、龙江音乐台借助展会推广哈市婚庆产业

二、沈阳婚庆市场呈现新特点

三、国庆期间大连婚庆市场热点透析

四、大连婚庆市场主持人稀缺

第二节 华北地区

一、年十一黄金周北京婚庆市场透析

二、天津婚庆市场迎来高峰

三、天津市婚庆行业大打诚信牌

四、太原婚庆市场存在的问题分析

五、大同婚庆市场发展现状及前景分析

第三节 华东地区

一、上海市婚庆市场消费状况剖析

二、世博会期间上海婚庆市场面临火爆局面

三、南京婚庆业发展轨迹

四、杭州婚庆市场发展概况

五、杭州婚庆市场变局在即

六、浙江金华市婚庆市场分析

六、青岛婚庆产业发展的新特点解析

第四节 中南地区

一、武汉婚庆市场发展近况分析

二、黄金周武汉婚庆市场发展浅析

三、广州婚庆行业发展现状及对策探讨

四、深圳婚庆市场竞争激烈

五、2009年深圳婚庆市场空前火爆

第五节 西南地区

一、重庆婚庆产业积极谋求整合壮大

二、重庆婚庆市场进入转折时期

- 三、成都婚庆用品市场发展特点剖析
- 四、云南婚庆市场发展现状与潜力分析
- 五、云南积极谋划婚庆市场领先品牌

第六章 2010-2011年中国婚纱礼服市场运行态势分析

第一节2010-2011年中国婚纱礼服市场发展概况

- 一、国内婚纱礼服市场的基本状况
- 二、中国婚纱市场发展趋向透析
- 三、婚纱礼服市场的消费特征透析
- 四、2010年婚纱礼服市场迈向标准化时代

第二节2010-2011年中国部分地区婚纱市场的发展分析

- 一、青岛婚纱市场发展状况分析
- 二、高价位阻碍苏州婚纱市场发展
- 三、经济危机催促苏州婚纱寻求新出路
- 四、苏州婚纱行业的成长困扰与反思
- 五、济南婚纱礼服市场发展迅猛

第三节2010-2011年中国婚纱行业存在的问题与对策分析

- 一、中国婚纱行业面临品牌缺失难题
- 二、我国婚纱行业的出路探讨
- 三、中国婚纱市场的开发思路探析

第七章 2010-2011年中国婚纱摄影市场运行解析

第一节2010-2011年中国婚纱摄影市场概述

- 一、中国婚纱摄影行业的发展壮大
- 二、婚纱摄影市场的变迁透析
- 三、当前婚纱摄影行业发展的特征
- 四、婚纱摄影市场发展动态解析

第二节2010-2011年中国主题婚纱摄影市场分析

- 一、金融危机下沈阳主题婚纱摄影趋冷
- 二、婚纱MV电影在中国的扩张进程
- 三、MV主题婚纱摄影成行业新宠
- 四、剧情式婚纱照成为婚纱摄影流行新趋向

第三节2010-2011年中国部分地区婚纱摄影市场的发展分析

一、天津市婚纱摄影行业发展格局剖析

二、石狮婚纱摄影业发展情况

三、厦门婚纱摄影市场走向理性化

四、北京婚纱摄影市场生存状态分析

五、深圳婚纱摄影市场的前路探讨

第四节2010-2011年中国婚纱摄影市场的经营战略探究

一、婚纱摄影市场的竞争形态剖析

二、思想超前和观念更新是制胜法宝

三、要根据市场变化不断转变思维方式

四、在市场变化中要随时转换思维角度

五、以不变求万变把握好思维方向

六、经营者的思维作风对优化企业效率至关重要

第八章 2010-2011年中国婚庆服务市场运行格局分析

第一节2010-2011年中国婚庆服务市场总体概况

一、我国婚庆服务产业化的时机来临

二、婚庆服务市场发展的特点透析

三、婚庆服务行业存在的主要问题

四、促进婚庆服务业健康发展的对策

第二节2010-2011年中国婚礼策划市场分析

一、婚礼策划的基本要素

二、婚庆模式日益向多样化转变

三、婚礼策划步入个性化时代

四、婚礼操办的一般流程解析

第三节2010-2011年中国婚车市场分析

一、婚车租赁市场消费特征透析

二、婚车装扮市场显巨大商机

三、武汉婚车租赁市场发展综述

四、南昌婚庆市场豪华车租赁炎热

第九章 2010-2011年中国婚宴及喜糖市场分析

第一节2010-2011年婚宴市场发展概况

- 一、婚宴成国庆餐饮市场消费主力
- 二、南宁婚宴市场行情透析
- 三、武汉婚宴需求持续旺盛
- 四、大连市婚宴价格呈直线上升趋势

第二节2010-2011年中国婚宴酒市场分析

- 一、婚宴酒市场发展态势剖析
- 二、品牌定位应成为婚宴酒市场发展重点
- 三、婚宴用酒的市场开发攻略解析
- 四、婚宴酒市场的机会与营销方案探析

第三节2010-2011年中国喜糖市场分析

- 一、喜糖市场的供需特点解析
- 二、喜糖市场品牌格局剖析
- 三、婚宴渐成糖果主要消费市场
- 四、国内喜糖市场开发前景广阔
- 五、喜糖市场的未来发展方向探析

第十章 2010-2011年中国婚庆旅游市场分析

第一节2010-2011年婚庆旅游的基本概况

- 一、蜜月旅游的市场开发价值剖析
- 二、婚庆旅游的消费动因解析
- 三、婚庆旅游的消费特征透析
- 四、婚庆旅游产品开发类型简介

第二节2010-2011年中国婚庆旅游市场发展状况分析

- 一、国外蜜月旅游市场特点剖析
- 二、国外蜜月旅游市场持续快速增长
- 三、我国婚庆旅游开发尚未成熟
- 四、出境蜜月游市场渐受青睐

第三节2010-2011年中国婚庆旅游市场的综合开发策略

- 一、蜜月游市场应向专业化转轨
- 二、婚庆旅游市场的开发思路探讨
- 三、婚庆旅游产品的市场开发要点

四、婚庆旅游产品的市场运作思路解析

第十一章 2010-2011年中国婚庆其他关联行业运行分析

第一节 婚庆珠宝

- 一、婚庆珠宝市场趋向个性化发展
- 二、婚庆珠宝的消费特征剖析
- 三、婚庆市场黄金饰品受追捧
- 四、80后渐成婚庆珠宝消费主流

第二节 婚庆床上用品

- 一、床上用品成婚庆产业重要环节
- 二、传统婚庆床上用品成为市场热点
- 三、婚庆床上用品消费特征剖析

第三节 婚庆家电

- 一、婚庆家电市场劲吹节能环保风潮
- 二、2婚庆繁荣带火家电销售
- 三、家电业积极应对婚庆家电消费高潮

第四节 其他领域

- 一、国内家居建材超市发力婚庆消费市场
- 二、婚庆高峰期玩具消费渐入佳境
- 三、金融危机致使婚庆鲜花需求趋冷
- 四、数码印刷大肆掘金婚庆消费市场

第十二章 2012-2016年中国婚庆产业发展前景预测分析

第一节 2012-2016年中国婚庆产业的发展前景展望

- 一、2010年后婚庆产业的经营模式预测
- 二、未来我国婚庆产业的发展趋势探析
- 三、婚庆行业将逐步形成跨行业联盟
- 四、我国婚庆市场的走势与潜力探讨
- 五、中国婚庆产业增长前景看好

第二节 2012-2016年中国婚纱礼服市场的发展展望

- 一、我国婚纱礼服市场发展空间广阔
- 二、未来婚纱市场的发展趋势

第三节 2012-2016年中国婚纱摄影市场发展趋势分析

- 一、婚纱摄影市场发展的趋向透析
- 二、艺术V影取代婚纱照将是大势所趋
- 三、未来婚纱摄影业的发展出路分析

第十三章 2012-2016年中国婚庆产业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国婚庆产业的投资现状及机会

- 一、婚庆连锁加盟成市场投资新热点
- 二、婚庆细分市场投资机会繁多
- 三、婚庆公司的投资要点剖析
- 四、中国婚庆市场的投资潜力挖掘

第二节 2012-2016年中国婚庆产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、其它风险分析

第三节 博思数据专家建议

图表名称：部分

图表 国内各地结婚人口数量统计

图表 新人结婚典礼选择项目

图表 城市举行婚礼的各项费用支出比例

图表 农村举行婚礼的各项费用支出比例

图表 2005-2009年大连市四星级酒店婚宴最低报价变化图

图表 “五一”黄金周上海百货商厦零售额前三名

图表 消费者对婚礼所持态度调查分析

图表 消费者婚礼费用构成调查分析

图表 2009年消费者婚礼预计花费调查分析

图表 消费者选择结婚方式调查分析

图表 婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

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/yule1201/5912853TXW.html>