

2015-2020年中国婚庆行业 市场监测及行业前景调研分析报告

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年中国婚庆行业市场监测及行业前景调研分析报告》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/qtzzh1507/U25104BOXF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2025-03-12

【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

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。

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 2012-2015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 2012-2015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	2012-2015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	2012-2015年中国婚庆市场发展分析	81
2.1	2012-2015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	2012-2015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
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	2012-2015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	2012-2015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 2012-2015年各区域婚庆市场分析		107
3.1	东北地区	107
3.1.1	2012年辽宁千山婚庆市场分析	107
3.1.2	2013年长春婚庆成本上涨情况	108
3.1.3	2013年黑龙江省出台婚庆消费规范	109
3.1.4	2013年沈阳婚庆产业发展概况	110
3.1.5	2014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	2014年大连明确婚庆行业工资标准	120
3.2	华北地区	120
3.2.1	2012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	2014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	2012年上海婚庆消费状况分析	127
3.3.2	2013年福州婚庆价格情况分析	128
3.3.3	2013年安徽铜陵婚庆消费状况调查	128
3.3.4	2013年山东婚庆市场低迷运行	130
3.3.5	2014年山东婚庆市场持续萎缩	131
3.3.6	2014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	2013年香港婚庆消费调查分析	138

3.4.5	2013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	2014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	2014年西安婚庆市场表现火爆	154
3.6.3	2014年兰州婚庆行业发展透析	155
3.6.4	2015年银川婚庆行业发展现状	160
第四章	2012-2015年婚纱礼服市场分析	163
4.1	2012-2015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	我国定制婚纱的趋势预测	174
4.3	2012-2015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投资策略	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 2012-2015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	婚纱摄影市场投资预测分析	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	2012-2015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	2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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	2012-2015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	婚庆产业的趋势预测展望	401
10.2.1	对2015-2020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	2014年中国婚纱影楼十大品牌企业排名	221
图表 11	2014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 2007年至今传统珠宝企业获VC/PE融资情况359

图表 18 2007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 2009-2014年全国登记结婚新人数量变化情况（单位：万对，%）366

图表 22 2010-2014年我国黄金消费量情况（单位：吨）368

图表 23 2015-2020年我国我国婚庆市场规模预测分析402

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1507/U25104BOXF.html>