



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国婚庆产业市场 分析与投资前景评估报告

一、调研说明

《2011-2015年中国婚庆产业市场分析与投资前景评估报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/186934.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国婚庆产业市场分析与投资前景评估报告》共十二章。首先介绍了婚庆相关概述、中国婚庆市场运行环境等，接着分析了中国婚庆市场发展的现状，然后介绍了中国婚庆重点区域市场运行形势。随后，报告对中国婚庆重点企业经营状况分析，最后分析了中国婚庆行业发展趋势与投资预测。您若想对婚庆产业有个系统的了解或者想投资婚庆行业，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。

第一章 中国婚庆产业运行状况分析

第一节 中国婚庆产业发展概述

- 一、婚礼由自办走向婚庆公司代办
- 二、婚庆服务行业相关介绍
- 三、婚庆服务行业婚礼顾问介绍
- 四、婚庆服务新出职业"新娘秘书"
- 五、婚庆经济发展特点

第二节 中国婚庆产业发展状况分析

- 一、婚庆业已成中国新兴产业
- 二、婚庆产业链正在逐步形成
- 三、中国婚庆服务业尚在成长期
- 四、国内婚庆企业迫切需要升级

五、高温之下婚庆产业淡中求精

六、婚庆团购普及尚需时日

第三节 中国婚庆产业管理规范情况分析

一、婚庆行业亟待标准规范

二、婚庆行业将有"国标"

三、国家标准将禁用婚礼彩带

第四节 中国婚庆产业存在的问题分析

一、婚庆用品质量有待提高

二、婚庆投诉大幅上升

三、婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展

四、旺季之后婚庆行业面临洗牌

第五节 中国婚庆产业发展策略分析

一、多行业联手打造婚庆产业一条龙服务

二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展

三、婚庆公司搭乘Web0顺风车促进网络拓展

第二章 中国婚庆市场运行动态分析

第一节 中国婚庆市场总体情况

一、婚庆市场发展特点

二、婚庆市场的多样化选择

三、一边婚庆价猛涨一边浪费严重

四、婚庆市场两大走势解析

第二节 中国部分细分婚庆市场分析

一、春节婚庆礼品市场极其红火

二、二手婚庆用品市场解析

三、网上婚庆市场谁主风云

四、农村婚庆用品租赁市场大有潜力

第三节 中国婚庆市场营销分析

一、婚庆市场的营销状况解析

二、浅析婚庆公司之网络营销

三、婚庆经济大蛋糕的营销策略

四、"五一"黄金周婚庆促销方略全解析

第四节 中国婚庆市场品牌分析

- 一、中国婚庆市场缺乏婚庆主导品牌产品
- 二、中国婚庆产业品牌化建设
- 三、中国婚庆产业的战略

第三章 中国婚庆消费市场走势分析

第一节 中国婚庆消费市场概况

- 一、婚庆消费面面观
- 二、婚庆市场的非理性消费
- 三、婚庆消费市场待挖掘

第二节 中国婚庆消费走势分析

- 一、中国婚庆消费市场新动态
- 二、婚庆消费市场从传统到个性
- 三、婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归
- 四、婚庆时尚品成为消费新热点

第三节 中国婚庆消费应注意的问题分析

- 一、婚庆消费市场的五大问题
- 二、婚庆市场的消费纠纷
- 三、婚庆消费要注意陷阱
- 四、婚庆消费存在的八大误区

第四章 中国婚庆服务市场运行格局分析

第一节 中国婚庆服务市场概况

- 一、婚庆服务市场分析
- 二、婚庆公司推出个性服务
- 三、中国婚庆服务市场趋向规范、规模、品牌化
- 四、婚庆服务市场完善还需时日

第二节 中国婚礼策划市场分析

- 一、新颖婚庆形式悄然亮相
- 二、个性婚礼策划冲击婚庆市场
- 三、个性婚礼推动婚庆产业
- 四、中国"环保婚礼"意识初显

五、上海主题婚礼策划均已突破万元

第三节 中国婚车租赁市场解析

一、节前婚车租价水涨船高

二、婚车租赁市场消费状况

三、婚车租赁存在不少问题

四、青岛私家车激增出租车退出婚车市场

五、杭州婚车租赁市场有待规范管理

第四节 中国婚车装扮市场分析

第五章 中国婚庆市场竞争格局分析

第一节 中国婚庆市场竞争分析

一、杭州特色婚庆市场围绕第一世界大酒店引发竞争

二、日本婚庆公司看好中国婚庆市场

三、“喜洋洋”来中国婚庆市场淘金

第二节 中国部分地区婚庆市场格局分析

一、上海

二、北京

三、广东

四、浙江

五、福建

六、山东

七、湖北

第三节 中国婚庆市场提升竞争力策略分析

第六章 中国婚纱礼服市场运行态势分析

第一节 中国婚纱礼服市场分析

一、婚纱礼服市场需求分析

二、网上订购婚纱生意红火

三、冬季保暖婚纱市场面临空缺

四、定制婚纱市场看好

五、中国婚纱晚礼服行业出现新变局

第二节 中国重点地区婚纱市场分析

一、虎丘婚纱市场分析

二、青岛婚纱市场分析

三、上海婚纱租赁市场暗淡

第三节 中国婚纱礼服市场竞争分析

一、买婚纱冲击婚纱租赁市场

二、婚纱行业企业竞争力解析

三、差异化创意产品抢夺上海婚庆市场

第七章 中国婚纱摄影市场运行走势分析

第一节 中国婚纱摄影市场概况

一、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝

二、台商盯上中国大陆婚纱摄影市场

三、北京婚纱摄影市场状况分析

四、重庆婚纱摄影市场分析

五、丽水婚纱摄影市场状况

第二节 中国地区婚纱摄影市场竞争状况分析

一、海口婚纱摄影市场竞争状况分析

二、厦门婚纱摄影市场存在恶性竞争

三、丽水婚纱摄影市场走向品牌竞争

四、湖城婚纱摄影竞争更加激烈

五、浚县婚纱摄影市场出现无序混乱竞争

第三节 中国婚纱摄影新动向分析

一、大型喷绘婚纱照受青睐

二、“另类”婚纱摄影打破传统演绎个性

三、外景婚纱摄影走入乡野

第四节 中国地区婚纱摄影新动向

一、新派婚纱摄影亮相济南

二、上海旅游婚纱摄影突起

三、厦门主题婚纱摄影看好

第八章 中国婚宴及婚宴酒市场分析

第一节 中国婚宴市场分析

一、浅析中国婚宴形式的变迁

二、婚宴市场消费特点分析

三、婚宴需求价格分析

第二节 中国地区婚宴市场分析

二、上海婚宴市场情况

三、杭州主题餐厅做大婚宴市场

四、天津婚庆业尚未进入成熟期

五、湛江婚宴市场问题较多

第三节 中国婚宴酒市场分析

一、女儿红走俏婚庆市场

二、婚宴市场葡萄酒的发展

三、成都婚宴市场红酒挑战白酒

第四节 中国婚宴酒发展策略及前景

一、中国婚庆酒与婚文化结合发展策略

二、白酒婚庆市场推广战略分析

三、白酒的婚庆市场运作思路

四、婚宴酒细分应注重品牌定位

五、酒企运作婚宴市场策略分析

六、长春婚宴白酒市场分析

第九章 中国蜜月旅游市场运行局势分析

第一节 中国蜜月旅游市场概况

一、蜜月旅游市场的特点

二、蜜月游已成旅游市场新宠

三、结婚高峰带火蜜月游市场

四、节后蜜月旅游市场火热

第二节 中国地区蜜月旅游市场浅析

一、上海新人蜜月旅游开始重实惠

二、泉州蜜月旅游市场正逐渐启动

三、景德镇旅行社争抢蜜月游市场

四、哈尔滨蜜月旅游带火黄金周后市场

第三节 中国蜜月旅游线路分析

- 一、蜜月游主打休闲度假力推深度游
- 二、“十一”黄金周特色出境旅游线路纷纷试水
- 三、温州度假型特制蜜月旅游线路难寻

第四节 中国蜜月旅游面临的挑战及对策

- 一、旅行社蜜月游存在的问题
- 二、蜜月旅游市场待开发
- 三、蜜月游市场发展策略

第十章 中国喜糖市场运行格局分析

第一节 中国喜糖市场分析

- 一、喜糖消费市场现状
- 二、喜糖市场新动向探析
- 三、喜糖市场竞争及渠道分析

第二节 中国地区喜糖市场分析

- 一、杭州喜糖市场状况
- 二、东莞喜糖做成礼品大受市场欢迎
- 三、沈阳喜糖市场品牌欠缺
- 四、青岛喜糖市场被外地糖果占据

第三节 中国喜糖市场发展策略及方向

- 一、打造婚庆市场有特色的喜糖包装
- 二、喜糖市场品牌拓展机会
- 三、婚庆喜糖店未来的发展方向

第十一章 2011-2015年中国婚庆产业发展前景展望分析

第一节 2011-2015年中国婚庆行业发展前景分析

- 一、中国婚庆市场前景广阔
- 二、杭州婚庆产业潜力大
- 三、婚庆用品市场迎来高潮

第二节 2011-2015年中国婚庆行业发展趋势分析

- 一、中国婚庆服务行业未来发展趋势
- 二、婚庆行业未来发展特征
- 三、婚庆市场流行趋势

第三节 2011-2015年中国婚庆行业市场盈利预测分析

第十二章 2011-2015年中国婚庆行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国婚庆行业投资操作分析

- 一、婚庆创业流程操作
- 二、婚庆产业投资过程全解析
- 三、投资婚庆行业要重视规范操作

第二节 2011-2015年中国婚庆产业投资机会分析

- 一、中国大城市婚庆市场大有商机
- 二、旅行社与婚庆公司联手市场潜力大
- 三、上海婚庆市场投资前景及建议

第三节 2011-2015年中国婚庆产业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2011-2015年中国婚庆产业市场分析与投资前景评估报告》，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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/186934.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。