

2024-2030年中国婚庆产业 发展现状与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国婚庆产业发展现状与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202312/431043.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

婚礼产业链属于以产品与服务结合的需求拉动型产业链，而且有多种产品与服务。婚礼产业的核心活动是新建家庭，其产业链主要是围绕着婚前准备、婚礼庆典及婚后蜜月三个不同阶段形成的。婚礼产业链在一定的地理区域内，以新人消费需求为导向，所有企业部分或完全围绕新婚消费主题，以产品、服务为纽带结成的一种具有价值增值功能的战略关系网链。近年来，随着经济的发展，婚庆行业正逐渐成长为一个新的朝阳产业，面对潜力巨大的市场，国内婚庆行业的发展也在发生着改变，新婚人群对于结婚的消费需求已由过去的模式化、单一化需求逐渐转变为个性化、多样化需求。婚庆核心的婚礼服务、婚纱摄影、婚宴服务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、银行保险等相结合，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，有着巨大潜在的商机。 中企顾问网发布的《2024-2030年中国婚庆产业发展现状与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录： 第1章：中国婚庆产业背景分析 20 1.1 婚庆产业定义及产业链分析 20 1.1.1 婚庆产业定义 20 1.1.2 婚庆产业的特征 20 1.1.3 婚庆产业链结构分析 20 1.2 婚庆产业消费群体分析 21 1.2.1 登记结婚的新人数量分析 21 1.2.2 登记结婚新人结构分析 22 1.2.3 登记结婚新人消费群体消费能力分析 22 1.2.4 登记结婚新人消费群体消费需求分析 22 1.2.5 登记结婚新人人均消费费用分析 23 1.3 婚庆产业消费特征分析 23 1.3.1 新婚消费需求现状分析 23 1.3.2 新婚消费需求结构分析 23 1.3.3 区域结婚消费差异分析 24 1.3.4 结婚消费需求趋势分析 24 1.4 婚庆产业相关政策分析 25 第2章：中国婚庆产业发展状况分析 36 2.1 婚庆产业发展分析 36 2.1.1 婚庆产业发展规模分析 36 2.1.2 婚庆产业发展特点分析 37 （1）产业链逐步形成 37 （2）供给总量不断扩大 37 （3）企业规模较小 38 （4）企业区域性强 38 （5）地域性行业品牌正在形成 38 （6）婚庆产业高度分散 39 2.1.3 婚庆产业市场规模分析 39 2.2 婚庆产业商业模式分析 39 2.2.1 产品服务性商业模式 39 2.2.2 品牌型商业模式 39 2.2.3 整合型商业模式 39 2.3 婚庆产业区域市场分析 40 2.3.1 北京婚庆市场分析 40 （1）北京结婚人口规模分析 40 （2）北京婚庆市场规模分析 40 （3）北京婚庆服务需求分析 40 （4）北京婚庆市场前景预测 41 2.3.2 上海婚庆市场分析 41 （1）上海结婚人口规模分析 41 （2）上海婚庆市场规模分析 41 （3）上海婚庆市场发展前景预测 42 2.3.3 广州婚庆市场分析 43 （1）广州结婚人口规模分析 43 （2）广州婚庆市场规模分析 44 （3）广州婚庆市场发展前景预测 44 2.3.4 深圳婚庆市场分析 44 （1）深圳年结婚人口规模分析 44 （2）深圳婚庆市场规模分析 44 （3）深圳婚庆市场发展前景预测 45 2.3.5 苏州婚庆市场分析 45 （1）苏州年结婚人口规模及预测 45 （2

) 苏州婚庆市场规模分析 46 (3) 苏州婚庆市场发展前景预测 46 2.4 婚庆博览会发展分析 46
2.4.1 婚庆博览会简介 46 2.4.2 婚庆博览会营销体系分析 47 2.4.3 主要大型婚庆博览会分析 47
(1) 北京婚庆博览会 47 (2) 上海婚庆博览会 48 (3) 深圳婚庆博览会 48 (4) 杭州婚庆博
览会 49 2.5 华德培婚礼有限公司经营情况分析 50 2.5.1 华德培发展历程分析 50 2.5.2 华德培主
营业务分析 50 2.5.3 华德培经营情况分析 51 2.5.4 华德培经营策略分析 51 2.5.5 华德培在华竞
争分析 51 2.5.6 华德培给中国企业的借鉴 52 第3章：中国婚庆产业婚纱摄影市场分析 53 3.1
婚纱摄影行业发展分析 53 3.1.1 婚纱摄影行业发展现状 53 3.1.2 婚纱摄影行业规模分析 53
3.1.3 婚纱摄影行业发展趋势分析 54 (1) 一对一VIP服务 54 (2) 主题摄影将成主流 54 (3
) 动态产品需求增加 54 (4) 数码制作日趋重要 55 (5) 营销渠道网络化 55 3.2 婚纱摄影市
场分析 55 3.2.1 婚纱摄影市场需求分析 55 3.2.2 婚纱摄影市场规模分析 55 3.2.3 婚纱摄影市
场竞争格局分析 56 (1) 北京婚纱摄影市场竞争格局分析 56 (2) 上海婚纱摄影市场竞争格局
分析 56 (3) 广州婚纱摄影市场竞争格局分析 57 (4) 深圳婚纱摄影市场竞争格局分析 57
(5) 苏州婚纱摄影市场竞争格局分析 57 3.2.4 婚纱摄影市场主要特点分析 58 3.2.5 婚纱摄影
市场发展前景预测 58 3.3 婚纱摄影行业市场营销分析 59 3.3.1 婚纱摄影行业营销方式分析 59
(1) 直营模式 59 (2) 展会模式 59 (3) 网络模式 59 3.3.2 婚纱摄影行业营销策略分析 60
(1) 特色优先策略分析 60 (2) 价格适应策略分析 61 (3) 品牌提升策略分析 61 (4) 刺激
促销策略分析 61 (5) 现身说法策略分析 61 (6) 媒体组合策略分析 62 (7) 单一诉求策略
分析 62 (8) 口碑营销策略分析 62 第4章：中国婚庆产业珠宝首饰市场分析 64 4.1 婚庆珠宝
首饰市场分析 64 4.1.1 婚庆珠宝首饰市场需求分析 64 4.1.2 婚庆珠宝首饰市场规模分析 65
4.1.3 婚庆珠宝首饰市场竞争格局分析 65 4.1.4 婚庆珠宝首饰细分市场的需求分析 66 (1) 黄金
首饰市场需求分析 66 (2) K金首饰市场分析 67 (3) 铂金首饰市场需求分析 67 (4) 钻石
市场需求分析 67 (5) 玉石市场需求分析 68 4.1.5 婚庆珠宝首饰市场发展前景预测 69 4.2 婚庆
珠宝首饰消费环境分析 70 4.2.1 婚庆珠宝首饰市场调查 70 (1) 新人采购珠宝首饰的比例分析
70 (2) 新人采购珠宝的平均预算分析 70 4.2.2 婚庆珠宝首饰消费者特征分析 71 (1) 婚庆珠
宝首饰消费者规模分析 71 (2) 婚庆珠宝首饰消费者经济实力分析 71 (3) 婚庆珠宝首饰消
费者喜好分析 71 (4) 婚庆珠宝首饰80后消费群体分析 71 1) 80后占婚庆珠宝首饰市场的份
额分析 71 2) 80后购买婚庆珠宝首饰的花费分析 72 3) 80后群体珠宝首饰的消费观念分析 72
4) 80后群体珠宝首饰的关注点分析 72 5) 80后群体珠宝首饰的购买渠道分析 72 4.3 婚庆珠宝
首饰销售渠道分析 73 4.3.1 商超渠道 73 4.3.2 专卖店渠道 73 4.3.3 网络渠道 73 (1) 网络销
售的优劣势分析 73 (2) 网络销售案例分析 74 1) 钻石小鸟“鼠标+水泥”模式 74 2
) “鼠标+水泥”发展趋势分析 77 第5章：中国婚庆产业其他细分市场分析 79 5.1
婚纱礼服市场分析 79 5.1.1 婚纱礼服市场发展分析 79 (1) 婚纱礼服市场需求分析 79 (2) 婚

纱礼服市场规模分析 79 (3) 婚纱礼服市场竞争格局分析 81 (4) 婚纱礼服市场发展前景预测 82

5.1.2 婚纱礼服地区市场分析 83 (1) 虎丘婚纱礼服市场分析 83 (2) 广州婚纱礼服市场 84

5.1.3 婚纱礼服销售渠道分析 85 (1) 批发渠道 85 (2) 婚纱影楼渠道 85 (3) 商场渠道 85 (4) 网络渠道 86

5.2 中国婚宴市场分析 86 5.2.1 婚宴市场发展分析 86 (1) 婚宴市场需求分析 86 (2) 婚宴市场规模分析 87 (3) 婚宴市场特点分析 87

1) 时间选择的集中性 87 2) 服务对象的复杂性 88 3) 菜品选择的特殊性 88 (4) 婚宴价格分析 88 (5) 婚宴市场竞争格局分析 90 (6) 消费者选择婚宴酒店的因素分析 90 (7) 婚宴市场发展前景预测 91

5.2.2 婚宴地区市场分析 92 (1) 北京婚宴市场分析 92 (2) 上海婚宴市场分析 93 (3) 广州婚宴市场分析 93 (4) 深圳婚宴市场分析 94

5.2.3 高星级酒店婚宴市场分析 94 (1) 高星级酒店优势分析 94

1) 市场优势 94 2) 资源优势 95 (2) 高星级酒店经营策略分析 95

1) 婚宴服务专业化 95 2) 拓展婚宴外延 96 3) 加强与婚庆公司合作 96 4) 体现人本管理 97 5) 做好客户关系管理 97

5.3 中国婚礼服务市场分析 98 5.3.1 婚礼服务市场发展分析 98 (1) 婚礼服务市场需求分析 98 (2) 婚礼服务市场规模分析 98 (3) 婚礼服务市场竞争格局分析 99

1) 北京婚礼服务市场竞争格局分析 99 2) 上海婚礼服务市场竞争格局分析 99 3) 广州婚礼服务市场竞争格局分析 100 4) 杭州婚礼服务市场竞争格局分析 100 5) 成都婚礼服务市场竞争格局分析 102 (4) 婚礼服务市场发展前景预测 103

5.3.2 婚礼服务需求趋势分析 104 (1) 婚礼主题化 104 (2) 婚礼个性化 104 (3) 婚礼仪式化 104 (4) 婚礼品质化 104

5.4 中国婚庆旅游市场分析 105 5.4.1 婚庆旅游市场发展现状分析 105 5.4.2 婚庆旅游消费特点分析 106 (1) 旅游服务需求细 106 (2) 旅游消费档次高 106 (3) 季节性明显, 停留时间长 106 (4) 对目的地资源要求高 107

5.4.3 婚庆旅游产品开发策略 107 (1) 深挖细分市场的需求 107 (2) 产品主题鲜明有特色 107 (3) 产品内容丰富多彩且注重细节 108 (4) 产品开发强调强强联合 108

5.4.4 婚庆旅游产品营销策略 109 (1) 以独特性推出产品系列 109 (2) 设置产品进入壁垒 109 (3) 产品品牌化经营 109 (4) 旅游目的地加大对婚庆市场的投入 110

5.4.5 婚庆旅游市场发展前景预测 110

第6章 : 中国婚庆产业主要企业生产经营分析 111

6.1 婚纱摄影行业领先企业个案分析 111 6.1.1 金夫人实业有限公司经营情况分析 111 (1) 企业发展简况分析 111 (2) 企业服务结构分析 112 (3) 企业销售网络分析 112 (4) 企业经营状况SWOT分析 113 (5) 企业最新发展动向分析 113

6.1.2 钟爱一生婚纱摄影 113 (1) 企业发展简况分析 113 (2) 企业运营状况分析 114 (3) 企业竞争力分析 114 (4) 企业未来发展战略分析 114

6.1.3 金夫人实业有限公司经营情况分析 115 (1) 企业发展简况分析 115 (2) 企业运营状况分析 115 (3) 企业竞争力分析 115 (4) 企业未来发展战略分析 115

6.2 婚庆珠宝首饰行业领先企业个案分析 116 6.2.1 周生生集团国际有限公司经营情况分析 116 (1) 企业发展简况分析 116 (2) 主要财务指标分析 116 (3) 企业偿债能力分析 117 (4) 企业运营能力分析 118 (5) 企业盈利能力分析 119 (6)

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431043.html>