

# 2020-2026年中国婚庆行业 发展态势与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国婚庆行业发展态势与市场运营趋势报告》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/202005/165642.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。

2016年，全国依法办理结婚登记比上年下降6.7%。随着受教育程度的提高，结婚年龄也在不断推后。

中国结婚率也逐年下跌，2016年中国结婚率跌破9%，仅8.3‰。未来随着适婚人群减少，结婚年龄推迟，中国结婚人数将或有所减少，但是未来5-10年将会持续增长，主要由于85后和90后结婚爆发期。2011-2016年中国结婚率走势中国结婚登记人数

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婚庆行业发展态势与市场运营趋势报告》共十五章。首先介绍了中国婚庆行业市场发展环境、婚庆整体运行态势等，接着分析了中国婚庆行业市场运行的现状，然后介绍了婚庆市场竞争格局。随后，报告对婚庆做了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中国婚庆行业，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。

报告目录：

第一章 婚庆产业相关概述

第一节 婚庆产业定义及相关概述

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 婚庆产业发展历程与特征

一、行业发展历程

## 二、行业发展特征

### 第三节 婚庆产业生命周期分析

## 第二章 2012-2019年婚庆产业全球发展状况分析

### 第一节 2012-2019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、2009年英国婚庆业逆市上扬

#### 四、西班牙婚庆服装业发展迅猛

### 第二节 2012-2019年婚庆产业全球发展趋势预测

## 第三章 2012-2019年中国婚庆产业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济情况分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国婚庆产业政策环境分析

#### 一、婚庆产业监管体制分析

#### 二、婚庆产业相关政策分析

## 第四章 2012-2019年我国婚庆产业运行状况分析

### 第一节 2012-2019年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 2012-2019年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 2012-2019年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 2012-2019年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 2012-2019年中国婚庆产业发展策略探讨

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

第五章 2012-2019年中国婚庆市场运行动态分析

第一节 2012-2019年中国婚庆市场总体情况 2019年狭义婚嫁消费（包括婚礼策划、婚纱摄影、婚纱礼服、婚宴四大核心产业）市场规模达14623亿元，预计2019年市场规模突破20000亿，2021年突破30000亿。中国婚庆市场规模

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 2012-2019年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 2012-2019年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、&ldquo;五一&rdquo;黄金周婚庆促销方略全解析

第四节 2012-2019年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、中国婚庆产业的品牌战略

第六章 2012-2019年中国婚庆消费市场走势分析

第一节 2012-2019年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 2012-2019年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 2012-2019年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

第七章 2012-2019年中国婚庆服务市场运行格局分析

第一节 2012-2019年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 2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年年中国婚车装扮市场透析

第八章2012-2019年中国婚庆市场竞争格局分析

第一节2012-2019年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2012-2019年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

第九章 2012-2019年中国婚纱礼服市场运行态势分析

第一节2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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

## 第十章 2012-2019年中国婚纱摄影市场运行走势透析

### 第一节2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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

## 第十一章 2012-2019年中国婚宴及婚宴酒市场分析

## 第一节2012-2019年中国婚宴市场分析

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2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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

## 第十二章 2012-2019年中国蜜月旅游市场运行局势分析

### 第一节2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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2012-2019年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

## 第十三章2012-2019年中国喜糖市场运行格局透析

### 第一节2012-2019年中国喜糖市场分析

- 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2012-2019年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2012-2019年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

## 第十四章 2020-2026年中国婚庆产业发展前景展望分析

### 第一节2020-2026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2020-2026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2020-2026年中国婚庆行业市场盈利预测分析

## 第十五章 2020-2026年中国婚庆行业投资机会与风险分析

### 第一节2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年中国婚庆产业投资风险分析

#### 图表目录（部分）：

图表：2012-2019年年国内生产总值

图表：2012-2019年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2012-2019年年末国家外汇储备

图表：2012-2019年年财政收入

图表：2012-2019年年全社会固定资产投资

图表：2019年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165642.html>