

# 2020-2026年中国婚庆行业 前景展望与市场年度调研报告

## 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年中国婚庆行业前景展望与市场年度调研报告》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/202005/165643.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85后和90后结婚爆发期。中国结婚登记人数 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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婚庆行业前景展望与市场年度调研报告》共十章。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 2013-2019年国内外婚庆产业发展分析

#### 1.1 婚庆产业的相关概述

##### 1.1.1 婚庆产业的概念

##### 1.1.2 婚庆产业链的内涵

##### 1.1.3 中西婚庆的特色比较

#### 1、婚礼进行曲--中西婚礼形式差异

#### 2、文化面面观--探中西文化内涵对比

- 1.1.4 婚庆经济的突出特点
- 1.1.5 婚庆产业的商业模式
  - (一) 产品服务性商业模式
  - (二) 品牌型商业模式
  - (三) 整合型商业模式
- 1.2 2013-2019年国外婚庆产业发展概况
  - 1.2.1 婚庆形式及成本
    - 1、 国外结婚成本
    - 2、 国内结婚成本
  - 1.2.2 婚庆电商的创新
  - 1.2.3 德国婚庆市场
  - 1.2.4 美国婚庆市场
  - 1.2.5 日本婚庆市场
  - 1.2.6 韩国婚庆行业
- 1.3 中国婚庆产业总体发展概述
  - 1.3.1 行业变化分析
  - 1.3.2 行业发展阶段
  - 1.3.3 产业结构形态
  - 1.3.4 行业发展特点
- 1.4 2013-2019年中国婚庆产业运行现状
  - 1.4.1 行业模式创新
  - 1.4.2 行业发展态势
  - 1.4.3 产业规模现状2011-2016年中国婚庆市场规模
- 1.5 互联网时代婚庆行业发展分析
  - 1.5.1 婚庆平台及婚庆店铺
  - 1.5.2 O2O平台发展
  - 1.5.3 线上结合线下
  - 1.5.4 结婚人群分析
  - 1.5.5 困境及解决方案
- 1.6 中国婚庆行业存在的问题
  - 1.6.1 行业主要问题
  - 1.6.2 行业制约因素

### 1.6.3 企业困境分析

### 1.6.4 专业人才紧缺

## 1.7 中国婚庆产业发展的对策

### 1.7.1 产业发展建议

- (1) 重视婚庆文化，提高服务质量
- (2) 行业内应加强合作，合纵连横，优化资源配置
- (3) 推广多样的婚庆文化，进行情感型营销
- (4) 创建婚庆产业知名品牌，打造核心竞争力

### 1.7.2 专业市场选址要点

### 1.7.3 企业发展出路探讨

### 1.7.4 用品店的经营策略

### 1.7.5 国外企业经验借鉴

## 第二章 2013-2019年中国婚庆市场发展分析

### 2.1 2013-2019年婚庆市场发展现状

#### 2.1.1 婚庆市场蓬勃兴旺

#### 2.1.2 婚庆市场现状透析

#### 2.1.3 婚庆市场流行风潮

#### 2.1.4 婚庆市场服务模式

### 2.2 2013-2019年中国婚庆消费市场分析

#### 2.2.1 消费需求分析

#### 2.2.2 消费结构分析

#### 2.2.3 消费区域特征分析

#### 2.2.4 消费需求趋势分析

### 2.3 2013-2019年婚庆市场的营销分析

#### 2.3.1 网络搜索营销

#### 2.3.2 口碑营销

#### 2.3.3 差异化营销

#### 2.3.4 微喜帖营销

#### 2.3.5 企业营销策略

- (一) 利用多种营销传播手段，提高行业知名度
- (二) 提供多种婚礼模式，提高行业进入门槛

- (三) 举行大型促销活动，打造销售声势
- (四) 进行情感营销，推广多样的婚庆文化

#### 2.3.6 网络营销策略

### 2.4 婚庆服务市场的问题及应对策略

#### 2.4.1 面临问题分析

- (一) 无照经营时有发生
- (二) 服务水平良莠不齐
- (三) 不正当竞争屡出现
- (四) 侵权行为频频发生

#### 2.4.2 主要原因分析

- (一) 高额利润驱使诱惑
- (二) 培训不足素质较差
- (三) 法律盲区监管困难

#### 2.4.3 市场发展建议

- (一) 规范主体资格
- (二) 加强巡查力度
- (三) 强化行业自律
- (四) 推行示范文本
- (五) 加大执法力度
- (六) 增强维权实效

## 第三章 2013-2019年各区域婚庆市场分析

### 3.1 东北地区婚庆市场

#### 3.1.1 吉林省长春市

#### 3.1.2 黑龙江省

#### 3.1.3 黑龙江省哈尔滨市

#### 3.1.4 黑龙江省大庆市

#### 3.1.5 辽宁省沈阳市

#### 3.1.6 辽宁省大连市

### 3.2 华北地区婚庆市场

#### 3.2.1 北京市

#### 3.2.2 天津市

- 3.2.3 河北省石家庄市
- 3.2.4 山西省大同市
- 3.3 华东地区婚庆市场
  - 3.3.1 上海市
  - 3.3.2 山东省
    - 3.3.3 山东省泰安市
    - 3.3.4 江苏省无锡市
    - 3.3.5 浙江省
    - 3.3.6 安徽省
    - 3.3.7 福建省厦门市
    - 3.3.8 福建省福州市
- 3.4 中南地区婚庆市场
  - 3.4.1 湖北省武汉市
  - 3.4.2 广东省
    - 3.4.3 广东省深圳市
    - 3.4.4 海南省
    - 3.4.5 香港地区
    - 3.4.6 澳门地区
- 3.5 西南地区婚庆市场
  - 3.5.1 云南省
  - 3.5.2 四川省成都市
  - 3.5.3 重庆市
- 3.6 西北地区婚庆市场
  - 3.6.1 青海省西宁市
  - 3.6.2 陕西省西安市
  - 3.6.3 甘肃省兰州市
  - 3.6.4 宁夏回族自治区银川市
  - 3.6.5 新疆自治区

#### 第四章 2013-2019年婚纱礼服市场分析

- 4.1 2013-2019年婚纱礼服市场发展概况
  - 4.1.1 市场现状剖析

#### 4.1.2 市场发展趋向

#### 4.1.3 市场以外销为主

#### 4.1.4 电子商务新动态

#### 4.1.5 行业组织应运而生

### 4.2 中国定制婚纱的发展分析

#### 4.2.1 基本综述

#### 4.2.2 市场存在的问题

#### 4.2.3 市场发展的建议

- 1、增强品牌的升级与建设
- 2、开拓新型销售渠道，扩大销售范围

#### 4.2.4 市场发展的前景

- 1、使定制婚纱成为一种新型生活模式
- 2、建立中国元素的定制婚纱设计
- 3、建立定制婚纱的创新模式

### 4.3 部分地区婚纱市场的发展

#### 4.3.1 济南

#### 4.3.2 广东

#### 4.3.3 大连

#### 4.3.4 沈阳

#### 4.3.5 芜湖

### 4.4 中国婚纱行业存在的问题与对策

#### 4.4.1 国际品牌渠道下沉

#### 4.4.2 婚纱设计存在的问题

- (一) 婚纱设计缺少个性化
- (二) 婚纱品牌良莠不齐影响行业发展
- (三) 婚纱设计管理混乱

#### 4.4.3 婚纱企业的出路探讨

#### 4.4.4 市场开发思路探析

#### 4.4.5 婚纱设计相关建议

- (一) 婚纱设计应顺应社会发展需求
- (二) 创建婚纱产业知名品牌
- (三) 规范婚纱产业的行业环境



## 4.5 婚纱礼服市场的发展展望

### 4.5.1 市场发展空间

### 4.5.2 市场发展趋势

### 4.5.3 市场发展方向

## 第五章 2013-2019年婚纱摄影市场分析

### 5.1 中国婚纱摄影市场概述

#### 5.1.1 行业发展现状

#### 5.1.2 行业发展特征

- 1、经营连锁化
- 2、处理高科技化
- 3、市场多元化
- 4、职业化
- 5、规范化

#### 5.1.3 行业利润空间

#### 5.1.4 行业O2O发展

### 5.2 部分地区婚纱摄影市场的发展

#### 5.2.1 天津市

#### 5.2.2 厦门市

#### 5.2.3 海南省

#### 5.2.4 青岛市

#### 5.2.5 昆明市

#### 5.2.6 济南市

### 5.3 婚纱摄影市场的竞争状况分析

#### 5.3.1 我国婚纱摄影市场的竞争状况

#### 5.3.2 大型影楼和婚纱摄影工作室的对比分析

- 1、拍摄上的不同
- 2、服装上的不同
- 3、后期制作的不同
- 4、妆束上的不同
- 5、规模上的不同
- 6、消费上的不同

### 5.3.3 婚纱摄影机构大型品牌简介

## 5.4 婚纱摄影市场的营销分析

### 5.4.1 影楼婚庆经营状况及发展模式透析

### 5.4.2 传统影楼的移动APP营销新渠道分析

### 5.4.3 移动互联网时代下婚纱摄影的营销

### 5.4.4 婚纱摄影市场营销策略分析

- 1、特色优先策略
- 2、价格适应策略
- 3、品牌提升策略
- 4、刺激促销策略
- 5、现身说法策略
- 6、媒体组合策略
- 7、单一诉求策略

## 5.5 婚纱摄影市场未来发展趋势分析

### 5.5.1 市场发展趋向透析

- 1、一对一vip服务备受推崇
- 2、主题摄影将成为婚纱摄影主流
- 3、平面静态与动态mtv结合产品的需求增加
- 4、婚纱摄影的后期数码制作，越来越显出重要性
- 5、网络营销将成为影楼营销的重要渠道

### 5.5.2 未来发展出路分析

### 5.5.3 未来发展方向探讨

## 第六章 2013-2019年婚庆服务市场分析

### 6.1 婚庆服务市场总体概况

#### 6.1.1 我国婚庆服务产业化的时机来临

#### 6.1.2 个性化服务成婚庆产业新趋势

#### 6.1.3 婚庆服务行业存在的主要问题

- (一) 无照经营时有发生
- (二) 服务水平良莠不齐
- (三) 不正当竞争屡出现
- (四) 侵权行为频频发生

#### 6.1.4 促进婚庆服务业健康发展的对策

- (一) 规范主体资格
- (二) 加强巡查力度
- (三) 强化行业自律
- (四) 推行示范文本
- (五) 加大执法力度
- (六) 增强维权实效

#### 6.1.5 婚庆服务机构有了等级划分规范

#### 6.1.6 一站式婚庆服务发展潜力分析

### 6.2 婚礼策划市场分析

#### 6.2.1 婚礼策划的基本要素

#### 6.2.2 婚礼策划花费占婚庆大头

#### 6.2.3 婚礼策划流行趋势分析

#### 6.2.4 婚礼操办的一般流程解析

### 6.3 婚车市场分析

#### 6.3.1 婚车租赁市场消费特征透析

#### 6.3.2 婚车装扮市场显巨大商机

#### 6.3.3 婚车租赁市场的问题分析

#### 6.3.4 武汉婚车租赁市场发展综述

## 第七章 2013-2019年婚宴及喜糖市场分析

### 7.1 婚宴市场发展概况

#### 7.1.1 大连婚宴市场价格高企

#### 7.1.2 大庆婚宴市场浪费状况

#### 7.1.3 上海婚宴订单数有所下降

#### 7.1.4 广州高端婚宴竞争激烈

#### 7.1.5 重庆市高档婚宴市场疲软

#### 7.1.6 2019年乌鲁木齐婚宴市场发展动态

#### 7.1.7 2019年广州五一婚宴市场遇冷

#### 7.1.8 农村婚宴“蛋糕”引起关注

### 7.2 “80、90后”婚宴市场诉求的分析

#### 7.2.1 中国新婚市场分析

## 7.2.2 “80后”的消费行为特征和婚宴市场诉求

- 1、当前市场——“80后”人群的消费行为特征
- 2、“80后”对婚宴市场的诉求

## 7.2.3 “90后”的消费行为特征和婚宴市场诉求

- 1、“90后”人群的消费行为特征
- 2、“90后”对婚宴市场的诉求

## 7.2.4 星级酒店婚宴市场存在的问题

- 1、无视婚宴产品雷同，无品牌质量特色
- 2、忽略婚宴市场细分，无个性时代特征
- 3、忽视婚宴网络营销，无时尚潮流元素

## 7.2.5 星级酒店的应对策略

- 1、注重婚宴策划，加强婚宴品牌建设
- 2、注重产品创新，强调个性化营销
- 3、注重服务细节，实施差异化战略
- 4、注重体验营销，加强战略联盟
- 5、注重营销整合，获得竞争优势

## 7.3 婚宴酒市场分析

### 7.3.1 品牌定位成为婚宴酒市场发展重点

### 7.3.2 婚宴酒的市场渠道剖析

### 7.3.3 婚宴葡萄酒市场潜力分析

### 7.3.4 婚宴用酒的市场开发攻略解析

### 7.3.5 婚宴酒市场的机会与营销方案探析

### 7.3.6 白酒在大众婚宴市场发展态势强势

### 7.3.7 白酒企业在婚宴市场的竞争策略

### 7.3.8 拓展婚宴酒市场的创新策略

## 7.4 喜烟市场分析

### 7.4.1 喜烟市场品牌格局

### 7.4.2 影响婚庆用烟市场消费的因素

### 7.4.3 婚庆用烟消费渠道

- 1、完善婚庆用烟的产品线
- 2、加强婚庆用烟的价格监控，正确疏导市场需求
- 3、保持对婚庆市场的长期关注，巩固卷烟在送礼婚庆渠道的地位

#### 7.4.4 主要地区喜烟市场发展分析

#### 7.4.5 喜烟企业市场营销存在的问题

- 1、在烟草营销过程中缺乏先进的创新性营销理念
- 2、烟草企业缺乏创新营销系统
- 3、烟草企业缺乏创新型人才
- 4、烟草企业缺乏产品创新

#### 7.4.6 人性化服务助推婚庆用烟营销

#### 7.4.7 喜烟品牌培育的作用与策略分析

### 7.5 喜糖市场分析

#### 7.5.1 喜糖市场的供需特点解析

#### 7.5.2 喜糖市场品牌格局剖析

#### 7.5.3 江南地区喜糖市场发展现状

#### 7.5.4 国内喜糖市场开发前景广阔

#### 7.5.5 喜糖市场的未来发展方向探析

## 第八章 2013-2019年婚庆旅游市场分析

### 8.1 婚庆旅游的基本概况

#### 8.1.1 蜜月旅游市场开发价值剖析

#### 8.1.2 婚庆旅游产品的类型及特征

#### 8.1.3 我国婚庆旅游市场的细分

#### 8.1.4 婚庆旅游的消费动因及特征

- (一) 旅游服务需求细
- (二) 旅游消费档次高
- (三) 季节性明显，停留时间长
- (四) 对目的地资源要求高

#### 8.1.5 婚庆旅游产品开发策略分析

- (一) 深挖细分市场需求
- (二) 产品主题鲜明有特色
- (三) 产品内容丰富多彩且注重细节
- (四) 产品开发强调强强联合

#### 8.1.6 开发婚庆旅游产品应注意的问题

- (一) 以独特性推出产品系列

- (二) 设置产品进入壁垒
- (三) 产品品牌化经营
- (四) 旅游目的地加大对婚庆市场的投入

## 8.2 2013-2019年婚庆旅游市场发展态势

### 8.2.1 我国蜜月旅游市场的发展特点

### 8.2.2 我国蜜月旅游市场的变化趋势

### 8.2.3 秋节后蜜月游市场成热点

### 8.2.4 我国蜜月游市场发展形势

(一) 国内蜜月游服务尚不能满足市场需求

(二) 旅游产品开发有待改进

### 8.2.5 海南三亚领跑中国婚庆旅游市场

### 8.2.6 出境蜜月游市场渐受青睐

## 8.3 婚庆旅游市场的综合开发策略

### 8.3.1 蜜月游市场向专业化转轨

### 8.3.2 蜜月旅游线路创新建设的策略

### 8.3.3 我国婚庆旅游市场开发对策分析

### 8.3.4 婚庆旅游产品的市场开发要点

### 8.3.5 婚庆旅游产品的市场运作思路解析

## 第九章 2013-2019年婚庆其他关联行业分析

### 9.1 婚庆珠宝

#### 9.1.1 婚庆保值需求拉动珠宝行业增长

#### 9.1.2 婚嫁珠宝市场的发展特点分析

#### 9.1.3 婚庆珠宝市场趋向个性化发展

#### 9.1.4 婚庆珠宝市场钻石需求增加

#### 9.1.5 中国铂金婚庆首饰发展强劲

#### 9.1.6 铂金婚庆首饰需求旺盛

### 9.2 婚庆家纺

#### 9.2.1 传统婚俗文化与现代婚庆家纺设计

#### 9.2.2 我国婚庆家纺市场发展势头迅猛

#### 9.2.3 婚庆家纺市场主要品牌的发展分析

#### 9.2.4 传统婚庆床上用品成为市场热点

- 9.2.5 婚庆床上用品的消费特征剖析
- 9.2.6 婚庆家纺产品促销的特点和策略
- 9.3 婚庆家电
  - 9.3.1 婚庆家电市场劲吹节能环保风潮
  - 9.3.2 家电业积极应对婚庆家电消费高潮
  - 9.3.3 婚庆家电市场热潮持续升温
  - 9.3.4 我国婚庆家电网购市场趋热
- 9.4 其他领域
  - 9.4.1 中国婚庆网站的发展状况分析
  - 9.4.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境
  - 9.4.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析
  - 9.4.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场
  - 9.4.5 婚庆杂志的发展现状与趋势

## 第十章 济,研咨,询:婚庆产业的投资及前景分析

- 10.1 婚庆产业的投资现状及机会
  - 10.1.1 婚庆连锁加盟成市场投资新热点
  - 10.1.2 婚庆细分市场投资机会繁多
  - 10.1.3 婚庆公司的投资要点剖析
  - 10.1.4 中国婚庆市场的投资潜力挖掘
- 10.2 婚庆产业的发展前景展望
  - 10.2.1 我国婚庆市场未来前景广阔
  - 10.2.2 婚庆产业的经营模式预测
  - 10.2.3 我国婚庆产业的发展趋势探析
  - 10.2.4 我国婚庆市场流行趋势分析
  - 10.2.5 我国婚庆市场的发展方向分析
  - 10.2.6 纵横联合是婚庆产业的发展方向
- 10.3 2020-2026年中国婚庆市场规模预测分析
  - 10.3.1 未来中国婚庆市场发展影响因素分析
  - 10.3.2 2020-2026年中国结婚登记人数预测
  - 10.3.3 2020-2026年中国婚庆行业服务营业额预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165643.html>