

# 2024-2030年中国婚庆市场 评估与行业前景预测报告

## 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

《2024-2030年中国婚庆市场评估与行业前景预测报告》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/202310/412975.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

婚庆产业通俗地讲，又叫新婚消费产业，是为处于家庭生命周期中的新婚阶段（包括婚前准备、婚礼庆典、婚后蜜月等时期）的新婚人群提供系列产品和全面服务的各种行业的集合，是传统意义上仅注重婚庆典礼的婚庆行业的延伸与扩充。

随着人民生活水平的提高，结婚新人对婚礼文化和品质需求更加重视，因此婚庆行业的关注度也越来越高，婚庆行业这种重品类、低频次的市场属性在消费者心理诉求中占据着相当大的比例。中国婚庆行业从过去作坊式的分散经济逐渐发展为跨行业、多业态的创新产业格局，并往多样化、便利化、精细化、品质化、网络化和产业化发展的趋势。

2015-2021年，我国登记结婚新人数量持续呈下降趋势，2021年，全国共有婚姻登记机构和场所共计4372个，其中婚姻登记机构1069个，全年依法办理结婚登记764.3万对，比上年下降6.1%。虽然我国结婚登记数量逐年递减，但随着居民收入水平的提高和消费意识的增强，我国人均消费金额还是比较可观的。2020年受疫情影响平均每对新人结婚花费达17.4万元，较2019年有所下降，但仍然是男女双方月收入总和的8.8倍，是2015年的2.7倍，可见，婚庆市场的消费潜力依旧可观。

我国婚庆行业目前处于繁荣成熟期，头部企业优势开始显现，逐步开始整合婚庆服务上下游产业链，意图为消费者提供一站式的解决方案。2020年受疫情意向以及我国结婚人数下降等因素，我国婚庆市场规模较2019年下降31.6%，为14148亿元。2021年中国婚庆产业市场规模达16978亿元，较2020年增加了2830亿元，同比增长20.00%，婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、婚礼租车、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，充满了巨大的潜在商机。未来随着疫情逐步得到控制，综合考虑各方面因素，我国婚庆行业仍较保持5%左右的年复合增速，到2026年预计将突破2万亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国婚庆市场评估与行业前景预测报告》共九章。首先介绍了婚庆产业的基本概念、国内外婚庆产业的发展状况。然后分析了我国婚庆市场及主要省份婚庆市场的发展。随后，报告分别介绍了婚纱礼服、婚纱摄影、婚庆服务、婚宴、喜糖、婚庆旅游、珠宝首饰等婚庆细分市场的发展，最后分析了婚庆产业的投资及未来发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对婚庆产业有个系统深入的了解、或者想投资婚庆行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录：

### 第一章 2021-2023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 婚庆产业链分析

##### 1.1.3 中西婚庆的特色比较

##### 1.1.4 婚庆经济的突出特点

##### 1.1.5 婚庆产业的商业模式

#### 1.2 2021-2023年国外婚庆产业发展概况

##### 1.2.1 全球婚庆市场

##### 1.2.2 美国婚庆市场

##### 1.2.3 英国婚庆市场

##### 1.2.4 韩国婚庆市场

#### 1.3 中国婚庆产业总体发展概述

##### 1.3.1 行业发展阶段

##### 1.3.2 行业发展现状

##### 1.3.3 产业结构形态

##### 1.3.4 行业发展特点

#### 1.4 2021-2023年中国婚庆产业运行现状

##### 1.4.1 行业发展规模

##### 1.4.2 婚庆企业数量

##### 1.4.3 行业模式创新

##### 1.4.4 行业发展态势

#### 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 线上渠道分布

##### 1.5.3 互联网+婚介婚庆

##### 1.5.4 线上结合线下

##### 1.5.5 婚庆公司网络营销

##### 1.5.6 困境及解决方案

#### 1.6 中国婚庆行业存在的问题

- 1.6.1 行业准入门槛不高
- 1.6.2 产业发展水平偏低
- 1.6.3 企业专业性质不足
- 1.6.4 市场专业人才紧缺
- 1.6.5 疫情下行业发展问题
- 1.7 中国婚庆产业发展的对策
  - 1.7.1 提升婚庆服务质量
  - 1.7.2 建立科学行业标准
  - 1.7.3 积极创建婚庆品牌
  - 1.7.4 提高从业人员素质
  - 1.7.5 新技术应用策略
  - 1.7.6 疫情下行业应对策略

## 第二章 2021-2023年中国婚庆市场发展分析

- 2.1 2021-2023年婚庆市场发展现状
  - 2.1.1 疫情对市场的影响
  - 2.1.2 婚庆市场发展态势
  - 2.1.3 婚庆市场竞争态势
  - 2.1.4 线上婚庆市场规模
  - 2.1.5 婚庆O2O市场动态
  - 2.1.6 婚庆分期市场现状
  - 2.1.7 婚庆鲜花市场前景
- 2.2 中国婚庆消费市场分析
  - 2.2.1 消费需求分析
  - 2.2.2 结婚率变化趋势
  - 2.2.3 结婚年龄分布
  - 2.2.4 婚礼预算分布
  - 2.2.5 婚礼花销品类
  - 2.2.6 消费结构分析
  - 2.2.7 消费模式分析
  - 2.2.8 消费需求偏好
  - 2.2.9 婚庆消费趋势

- 2.3 特定群体婚庆消费者偏好分析
  - 2.3.1 “90后”婚庆消费偏好分析
  - 2.3.2 “90后”大学生婚恋观特征
  - 2.3.3 “90后”毕业大学生婚礼特征
  - 2.3.4 小镇青年婚庆消费偏好分析
  - 2.3.5 婚庆产业健康发展总体建议
- 2.4 2021-2023年主要省份婚庆市场分析
  - 2.4.1 各省婚庆市场
  - 2.4.2 河南省
  - 2.4.3 广东省
  - 2.4.4 四川省
  - 2.4.5 江苏省
  - 2.4.6 安徽省
  - 2.4.7 山东省
  - 2.4.8 湖南省
  - 2.4.9 浙江省
  - 2.4.10 江西省
  - 2.4.11 福建省
- 2.5 2021-2023年婚庆市场的营销分析
  - 2.5.1 网络搜索营销
  - 2.5.2 口碑营销
  - 2.5.3 差异化营销
  - 2.5.4 微喜帖营销
  - 2.5.5 企业营销策略
  - 2.5.6 网络营销策略
- 2.6 婚庆市场存在问题及应对策略
  - 2.6.1 面临问题分析
  - 2.6.2 主要原因分析
  - 2.6.3 市场发展建议

### 第三章 2021-2023年婚纱礼服市场分析

- 3.1 2021-2023年国内婚纱礼服市场发展概况

- 3.1.1 市场发展态势
- 3.1.2 市场发展现状
- 3.1.3 行业发展规模
- 3.1.4 市场竞争格局
- 3.1.5 市场价格定位
- 3.1.6 未来发展趋势
- 3.2 中国婚纱礼服电商市场分析
  - 3.2.1 电商平台产品品类
  - 3.2.2 电商平台交易状况
  - 3.2.3 婚纱礼服买家分析
  - 3.2.4 行业品类销售情况
- 3.3 中国定制婚纱的发展分析
  - 3.3.1 定制婚纱基本综述
  - 3.3.2 定制婚纱市场特点
  - 3.3.3 定制婚纱项目动态
  - 3.3.4 礼服定制运营方式
  - 3.3.5 市场存在的问题
  - 3.3.6 市场发展的建议
  - 3.3.7 市场发展的前景
- 3.4 中国婚纱行业区域市场分析
  - 3.4.1 区域分布
  - 3.4.2 广东潮州
  - 3.4.3 辽宁沈阳
  - 3.4.4 福建福州
  - 3.4.5 安徽六安
  - 3.4.6 江苏苏州
- 3.5 中国婚纱礼服行业营销方式分析
  - 3.5.1 品牌返祖
  - 3.5.2 渠道扁平化
  - 3.5.3 硬广开始消失
  - 3.5.4 快乐营销
  - 3.5.5 定制至上

- 3.5.6 粉丝经济
- 3.6 中国婚纱行业存在的问题
  - 3.6.1 消费者认知不足
  - 3.6.2 产品缺乏创新
  - 3.6.3 品牌建设困难
  - 3.6.4 人才培养困难
- 3.7 中国婚纱行业发展对策分析
  - 3.7.1 寻找新的销售渠道
  - 3.7.2 提升企业的创新能力
  - 3.7.3 婚纱设计相关建议
- 3.8 中国婚纱礼服市场发展方向分析
  - 3.8.1 定制逐渐成为主流
  - 3.8.2 国内外品牌并驾齐驱
  - 3.8.3 深度细分市场成为趋势
  - 3.8.4 营销主渠道逐步改变
  - 3.8.5 行业走向产业集群

#### 第四章 2021-2023年婚纱摄影市场分析

- 4.1 婚纱摄影行业发展综述
  - 4.1.1 行业驱动因素
  - 4.1.2 行业发展历程
  - 4.1.3 服务方式分析
- 4.2 中国婚纱摄影市场概述
  - 4.2.1 行业发展规模
  - 4.2.2 市场销售情况
  - 4.2.3 行业区域布局
  - 4.2.4 行业企业布局
  - 4.2.5 品牌竞争格局
  - 4.2.6 行业发展痛点
  - 4.2.7 市场发展乱象
- 4.3 部分地区婚纱摄影市场的发展
  - 4.3.1 西安市



- 4.3.2 三亚市
- 4.3.3 厦门市
- 4.3.4 丽江市
- 4.3.5 青岛市
- 4.4 中国婚纱摄影行业“波特五力”竞争模型分析
  - 4.4.1 上游议价能力
  - 4.4.2 下游议价能力
  - 4.4.3 新进入者威胁
  - 4.4.4 替代产品威胁
  - 4.4.5 行业内部竞争
- 4.5 婚纱摄影市场用户行为洞察
  - 4.5.1 婚纱摄影选择时机
  - 4.5.2 婚纱摄影选择风格
  - 4.5.3 婚纱摄影选择机构
  - 4.5.4 婚纱摄影类型选择
  - 4.5.5 婚纱摄影决策模式
  - 4.5.6 婚纱拍摄沟通手段
- 4.6 婚纱摄影行业广告投放情况分析
  - 4.6.1 投放机构
  - 4.6.2 投放渠道
  - 4.6.3 落地页形式
  - 4.6.4 素材创意
- 4.7 互联网+婚纱摄影市场发展状况
  - 4.7.1 运营模式
  - 4.7.2 发展挑战
  - 4.7.3 发展建议
- 4.8 婚纱摄影市场未来发展趋势分析
  - 4.8.1 市场发展趋势
  - 4.8.2 未来发展出路
  - 4.8.3 未来发展方向探讨

## 第五章 2021-2023年婚庆服务市场分析

## 5.1 婚庆服务市场总体概况

### 5.1.1 行业发展现状分析

### 5.1.2 用户服务需求分析

### 5.1.3 主要服务模式分析

### 5.1.4 行业发展标准现状

### 5.1.5 行业发展存在问题

### 5.1.6 行业健康发展对策

### 5.1.7 行业发展趋势分析

## 5.2 婚礼策划市场分析

### 5.2.1 婚礼策划的基本要素

### 5.2.2 婚礼策划流行趋势分析

### 5.2.3 婚礼操办的一般流程解析

### 5.2.4 婚礼策划行业标准规范

### 5.2.5 婚庆策划市场发展现状

## 5.3 婚车市场分析

### 5.3.1 婚车租赁市场消费状况

### 5.3.2 婚车装扮市场发展潜力

### 5.3.3 部分地区婚车租赁市场

### 5.3.4 婚车租赁市场存在问题

### 5.3.5 婚车租赁市场发展空间

### 5.3.6 婚车租赁市场发展趋势

## 第六章 2021-2023年婚宴及喜糖市场分析

### 6.1 中国婚宴市场发展综合分析

#### 6.1.1 市场规模现状

#### 6.1.2 消费价格分析

#### 6.1.3 区域消费特点

#### 6.1.4 新人消费偏好

#### 6.1.5 市场发展趋势

### 6.2 “80、90后”婚宴市场诉求的分析

#### 6.2.1 “80后”的消费行为特征和婚宴市场诉求

#### 6.2.2 “90后”的消费行为特征和婚宴市场诉求

- 6.2.3 “80、90后”需求下星级酒店婚宴面临的问题
- 6.2.4 “80、90后”需求下星级酒店婚宴应对策略
- 6.3 婚宴酒市场分析
  - 6.3.1 婚宴酒市场消费偏好
  - 6.3.2 婚宴酒市场品牌竞争
  - 6.3.3 婚宴酒企业运作建议
  - 6.3.4 婚宴酒市场发展趋势
- 6.4 喜烟市场分析
  - 6.4.1 喜烟市场品牌格局
  - 6.4.2 市场消费影响因素
  - 6.4.3 婚庆用烟消费渠道
  - 6.4.4 喜烟市场营销分析
  - 6.4.5 主要地区喜烟市场分析
- 6.5 喜糖市场分析
  - 6.5.1 喜糖市场发展现状分析
  - 6.5.2 喜糖市场供需特点解析
  - 6.5.3 喜糖市场竞争状况解析
  - 6.5.4 喜糖市场主要区域发展
  - 6.5.5 喜糖市场未来发展方向

## 第七章 2021-2023年婚庆旅游市场分析

- 7.1 婚庆旅游的基本概况
  - 7.1.1 婚庆旅游融合发展分析
  - 7.1.2 婚庆旅游产品类型及特征
  - 7.1.3 我国婚庆旅游市场细分化
  - 7.1.4 婚庆旅游消费动因及特征
  - 7.1.5 中国婚庆旅游发展现状
  - 7.1.6 婚庆旅游旅行社的作用
- 7.2 2021-2023年蜜月旅游市场发展态势
  - 7.2.1 蜜月旅游市场开发价值
  - 7.2.2 蜜月旅游产品消费需求
  - 7.2.3 蜜月旅游市场发展特点

- 7.2.4 出境蜜月旅游市场发展
- 7.2.5 蜜月旅游产品发展策略
- 7.2.6 蜜月旅游线路创新建设
- 7.2.7 蜜月旅游市场变化趋势
- 7.3 部分地区婚庆旅游发展分析
  - 7.3.1 海南
  - 7.3.2 三亚
  - 7.3.3 青岛
  - 7.3.4 蓬莱
  - 7.3.5 云南
  - 7.3.6 桂林
  - 7.3.7 甘肃
- 7.4 婚庆旅游市场综合开发策略
  - 7.4.1 婚庆旅游市场开发对策
  - 7.4.2 婚庆旅游市场开发思路
  - 7.4.3 婚庆旅游产品开发要点
  - 7.4.4 婚庆旅游产品市场运作
- 7.5 婚庆旅游市场营销策略分析
  - 7.5.1 婚庆旅游消费心理分析
  - 7.5.2 完善婚庆旅游一体化服务
  - 7.5.3 提升婚庆旅游品质与价值
  - 7.5.4 强化婚庆旅游传播手段
  - 7.5.5 实现婚庆旅游品牌化经营

## 第八章 2021-2023年婚庆其他关联行业分析

- 8.1 珠宝行业
  - 8.1.1 珠宝首饰行业概述
  - 8.1.2 行业发展优势分析
  - 8.1.3 珠宝首饰行业运行
  - 8.1.4 珠宝行业发展现状
  - 8.1.5 婚庆珠宝市场需求
  - 8.1.6 行业发展趋势展望

## 8.2 家纺行业

### 8.2.1 家纺行业运行状况

### 8.2.2 市场消费影响因素

### 8.2.3 家纺产品营销策略

### 8.2.4 婚庆家纺市场规模

### 8.2.5 婚庆家纺企业品牌

### 8.2.6 婚庆家纺促销策略

## 8.3 家电行业

### 8.3.1 行业运行情况

### 8.3.2 行业发展特点

### 8.3.3 发展抑制因素

### 8.3.4 行业发展趋势

### 8.3.5 疫情影响分析

### 8.3.6 婚庆家电网购市场

## 8.4 婚庆博览会

### 8.4.1 婚庆博览会发展概述

### 8.4.2 婚博会品牌塑造意义

### 8.4.3 婚博会品牌塑造存在问题

### 8.4.4 婚博会品牌塑造对策建议

## 8.5 其他领域

### 8.5.1 婚庆文化产业

### 8.5.2 婚庆鲜花市场

### 8.5.3 婚庆杂志发展

### 8.5.4 婚礼主题酒店

## 第九章 2024-2030年中国婚庆产业投资分析及前景趋势预测

### 9.1 婚庆产业的投资现状及机会

#### 9.1.1 企业融资动态

#### 9.1.2 企业上市情况

#### 9.1.3 市场投资热点

#### 9.1.4 市场投资机会

#### 9.1.5 企业投资要点

- 9.1.6 市场投资潜力
- 9.1.7 行业竞争壁垒
- 9.2 婚庆产业的发展前景展望
  - 9.2.1 市场发展前景分析
  - 9.2.2 产业经营模式预测
  - 9.2.3 婚庆行业发展趋势
  - 9.2.4 市场流行趋势分析
  - 9.2.5 市场未来发展方向
- 9.3 对2024-2030年中国婚庆市场预测分析
  - 9.3.1 2024-2030年中国婚庆市场影响因素分析
  - 9.3.2 2024-2030年中国结婚登记人数预测
  - 9.3.3 2024-2030年中国婚庆市场规模预测

## 图表目录

- 图表 2020年美国各州新人数量和平均婚礼花费
- 图表 2020年美国婚礼平均支出
- 图表 婚庆行业产业链构成
- 图表 2017-2021年中国婚庆行业市场规模
- 图表 2010-2022年中国婚庆相关企业注册量
- 图表 2021年中国婚庆相关企业注册资本分布情况
- 图表 2021年中国婚庆相关企业省份分布情况
- 图表 2010-2021年中国婚庆企业注册量
- 图表 用户获取婚礼服务信息线上渠道分布
- 图表 婚庆行业线上业务销售额
- 图表 2021年淘系平台婚庆用品各子类目销售额、销量及均价
- 图表 2016-2021年淘系平台婚庆用品销售额月度变动趋势
- 图表 2016-2021年淘系平台婚庆用品销售额季度变动趋势
- 图表 婚礼纪婚策新零售整体解决方案
- 图表 2010-2021年中国结婚、离婚数量及比率
- 图表 2014-2021年中国结婚率和离婚率变化
- 图表 2021年结婚登记人口年龄分布
- 图表 2021年结婚登记人口年龄占比

图表 2021年中国移动端垂直结婚服务用户婚礼预算区间分布

图表 2021年中国移动端垂直结婚服务用户婚礼花销TOP5品类

图表 2021年婚礼服务核心业务消费占比

图表 2021年秋季上海婚博会交易金额

图表 2021年各省市结婚登记人数排行

图表 2021年中国婚品地域消费偏好

图表 2021各省份婚庆公司数量排行榜

图表 山东省彩礼分布

图表 2014-2021年湖南省不同年龄段结婚登记占比情况

图表 2014-2021年湖南省不同年龄段离婚登记占比情况

图表 2008-2021年浙江省结婚、离婚登记数

图表 2021年浙江省结婚登记年龄段分布

图表 国内购买婚纱的主要方式占比

图表 2013-2021年中国婚纱及伴娘裙制造行业收益情况

图表 2021年婚纱礼服十大品牌

图表 婚纱礼服品类

图表 2021年淘系平台婚纱产地分布

图表 2021年婚纱礼服买家国家分布

图表 2016-2021年婚纱销售走势

图表 2021年婚纱gmv走势

图表 女裙/礼服三级类目销售趋势

图表 2019年福州婚纱礼服排行榜TOP10

图表 国内婚纱摄影平均消费金额

图表 婚纱摄影发展阶段

图表 新人了解和购买婚纱摄影服务的方式占比

图表 2014-2021年婚纱摄影市场规模

图表 2021年旅行婚纱摄影各价格区间销售额

图表 2021年本地婚纱摄影各价格区间销售额

图表 中国各线城市婚纱照拍摄平均花费统计

图表 三亚、厦门、青岛婚纱摄影元素对比表

图表 2021年三亚婚纱摄影企业TOP5

图表 婚纱拍摄基地

图表 婚纱摄影行业上游议价能力分析

图表 婚纱摄影行业下游议价能力分析

图表 婚纱摄影行业新进入者威胁分析

图表 婚纱摄影行业替代产品威胁分析

图表 婚纱摄影行业内部竞争分析

图表 2021年婚纱摄影选择时机

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412975.html>