

# 2021年中国婚庆市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国婚庆市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/540130540130.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

婚庆产业，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礼庆典的婚庆行业的延伸与扩充。

2017年-2020年我国婚庆行业市场规模持续增长。据数据显示2020年我国婚庆行业市场规模达到28068亿元。2017年-2020年我国婚庆行业市场规模 资料来源：公开资料整理

### 一、优势分析

（1）婚庆行业成本低、利润大婚庆行业是一个进入门槛比较低的产业。目前婚庆消费总额在不断增长。婚庆产业已显示出巨大的发展前景，为从事婚庆产业的上下游企业带来了巨大商机。

2018年我国婚庆服务预算范围在5-10万的用户占比最高，为32.2%，其次是预算在3-5万的用户占比，为23.4%，再次是预算在10-15万的用户占比，为14.2%，总体来看有近七成用户婚礼预算在10万以内，整体备婚人群平均婚礼预算为9.6万。

2018年我国结婚用户婚礼预算区间 资料来源：公开资料整理

结婚人群在选择婚礼花销时，对于珠宝钻戒、婚宴预订和婚礼策划的选择比例较高，用户占比分别为76.2%、75.1%和64.6%，其次为婚纱摄影62.2%和婚礼礼服53.4%。2018年我国结婚用户婚礼花销情况 资料来源：公开资料整理

（2）婚庆行业人力资源丰富 目前全国有22所高校开设婚庆相关专业，分别是北京社会管理职业学院、长沙民政职业技术学院、武汉民政职业学院、重庆城市管理职业学院、武汉信息传播职业技术学院、兰州职业技术学院、天津青年职业学院、四川文化产业职业学院、南京城市职业学院、广东科学技术职业学院人文社科学院（珠海校区）、云南旅游职业学院、云南文化艺术职业学院、太原旅游职业学院、太原旅游职业学院、陕西青年职业学院、上海工商职业技术学院、福建泉州华光职业学院（播音与主持专业（婚礼策划方向））、桂林旅游高等专科学校（文化市场经营管理专业（婚庆节庆））、黑龙江民族职业学院（传媒策划与管理专业）、河南省民政学校、广东民政职业技术学校、四川省志翔职业技术学校。

### 二、劣势分析

（1）从业人员素质不高，服务质量参差不齐 从婚庆产业发展现状来看，服务质量和行业水平良莠不齐。婚庆服务缺乏严格的衡量标准，从业人员文化素质普遍偏低，很多服务人员不具备从业资格。

（2）婚庆市场混乱，行业标准欠缺 婚庆行业没有完整统一的行业标准，存在缺少服务规范和服务标准等问题，致使婚庆市场较为混乱。大量无资质婚庆服同行间相互压价拆台，恶性竞争频频发生。

（3）缺乏品牌意识，无法形成核心竞争力 目前，我国婚庆行业品牌意识淡漠，缺

乏知名婚庆公司，缺乏拔尖专业人才。只有着力打造婚庆服务品牌，突出婚庆活动形式的多样性，将婚庆服务产业以“文化产业”为起点打造成一个产业链，同时又深入挖掘婚庆文化内涵和外延，提高核心竞争力，才能使婚庆经济走上理性、健康发展的轨道。

### 三、机遇分析

(1) 经济的快速增长和居民人均可支配收入的提高给婚庆行业发展提供了必要条件。据数据显示2016年-2020年我国人均可支配收入从23820.98万元，增长至32189万元。2016年-2020年我国人均可支配收入情况 资料来源：公开资料整理

(2) “90后”逐渐成为婚庆消费市场的主力军，其婚庆消费偏好也与“80后”、“70后”十分不同。据《2020年中国结婚消费趋势洞察报告》信息显示，“90后”消费偏好TPO3分别为：钻戒、旅拍和隐形文胸；在婚礼宴席方面，“90后”也更加青睐“私人定制”、追求“品质为先”。可见，未来“个性化、定制化”将是婚庆产品的发展趋势。

“90后”结婚消费偏好TOP3 资料来源：公开资料整理

四、威胁分析 据数据可知，2016年到2020年，我国结婚登记数量从1142.8万对骤减到813.1万对。结婚率下滑不仅关系到人口增长率，更是直接影响到婚庆行业的市场空间。

2016年-2020年我国结婚登记数量情况 资料来源：公开资料整理 (wz)

《2021年中国婚庆市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国婚庆行业发展概述

#### 第一节 婚庆行业发展情况概述

- 一、婚庆行业相关定义
- 二、婚庆行业基本情况介绍
- 三、婚庆行业发展特点分析
- 四、婚庆行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、婚庆行业需求主体分析

#### 第二节 中国婚庆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、婚庆行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国婚庆行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国婚庆行业生命周期分析

- 一、婚庆行业生命周期理论概述
- 二、婚庆行业所属的生命周期分析

#### 第四节 婚庆行业经济指标分析

- 一、婚庆行业的赢利性分析
- 二、婚庆行业的经济周期分析
- 三、婚庆行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国婚庆行业进入壁垒分析

- 一、婚庆行业资金壁垒分析
- 二、婚庆行业技术壁垒分析

- 三、婚庆行业人才壁垒分析
- 四、婚庆行业品牌壁垒分析
- 五、婚庆行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球婚庆行业市场发展现状分析

- 第一节 全球婚庆行业发展历程回顾
- 第二节 全球婚庆行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲婚庆行业地区市场分析
  - 一、亚洲婚庆行业市场现状分析
  - 二、亚洲婚庆行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲婚庆行业市场前景分析
- 第四节 北美婚庆行业地区市场分析
  - 一、北美婚庆行业市场现状分析
  - 二、北美婚庆行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美婚庆行业市场前景分析
- 第五节 欧洲婚庆行业地区市场分析
  - 一、欧洲婚庆行业市场现状分析
  - 二、欧洲婚庆行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲婚庆行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界婚庆行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球婚庆行业市场规模预测

## 第三章 中国婚庆产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
  - 一、中国GDP增长情况分析
  - 二、工业经济发展形势分析
  - 三、社会固定资产投资分析
  - 四、全社会消费品婚庆总额
  - 五、城乡居民收入增长分析
  - 六、居民消费价格变化分析
  - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国婚庆行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国婚庆产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国婚庆行业运行情况

### 第一节 中国婚庆行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国婚庆行业市场规模分析

### 第三节 中国婚庆行业供应情况分析

### 第四节 中国婚庆行业需求情况分析

### 第五节 我国婚庆行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

### 第六节 中国婚庆行业供需平衡分析

### 第七节 中国婚庆行业发展趋势分析

## 第五章 中国婚庆所属行业运行数据监测

### 第一节 中国婚庆所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国婚庆所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

### 第三节 中国婚庆所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析

## 四、行业发展能力分析

### 第六章 2017-2020年中国婚庆市场格局分析

#### 第一节 中国婚庆行业竞争现状分析

##### 一、中国婚庆行业竞争情况分析

##### 二、中国婚庆行业主要品牌分析

#### 第二节 中国婚庆行业集中度分析

##### 一、中国婚庆行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国婚庆行业市场集中度分析

#### 第三节 中国婚庆行业存在的问题

#### 第四节 中国婚庆行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国婚庆行业钻石模型分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

### 第七章 2017-2020年中国婚庆行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国婚庆行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国婚庆行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 婚庆行业成本结构分析

#### 第四节 婚庆行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国婚庆行业价格现状分析

#### 第六节 中国婚庆行业平均价格走势预测

##### 一、中国婚庆行业价格影响因素

##### 二、中国婚庆行业平均价格走势预测

### 三、中国婚庆行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国婚庆行业区域市场现状分析

### 第一节 中国婚庆行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区婚庆市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区婚庆市场规模分析

##### 四、华东地区婚庆市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区婚庆市场规模分析

##### 四、华中地区婚庆市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区婚庆市场规模分析

##### 四、华南地区婚庆市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国婚庆行业竞争情况

### 第一节 中国婚庆行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国婚庆行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国婚庆行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

## 四、技术环境

### 第十章 婚庆行业企业分析（随数据更新有调整）

#### 第一节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国婚庆行业发展前景分析与预测

## 第一节 中国婚庆行业未来发展前景分析

- 一、婚庆行业国内投资环境分析
- 二、中国婚庆行业市场机会分析
- 三、中国婚庆行业投资增速预测

## 第二节 中国婚庆行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国婚庆行业市场发展预测

- 一、中国婚庆行业市场规模预测
- 二、中国婚庆行业市场规模增速预测
- 三、中国婚庆行业产值规模预测
- 四、中国婚庆行业产值增速预测
- 五、中国婚庆行业供需情况预测

### 第四节 中国婚庆行业盈利走势预测

- 一、中国婚庆行业毛利润同比增速预测
- 二、中国婚庆行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国婚庆行业投资风险与营销分析

### 第一节 婚庆行业投资风险分析

- 一、婚庆行业政策风险分析
- 二、婚庆行业技术风险分析
- 三、婚庆行业竞争风险分析
- 四、婚庆行业其他风险分析

### 第二节 婚庆行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国婚庆行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国婚庆行业品牌战略分析

- 一、婚庆企业品牌的重要性
- 二、婚庆企业实施品牌战略的意义
- 三、婚庆企业品牌的现状分析
- 四、婚庆企业的品牌战略
- 五、婚庆品牌战略管理的策略

### 第二节 中国婚庆行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性

- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国婚庆行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 婚庆行业竞争力提升策略

- 一、婚庆行业产品差异性策略
- 二、婚庆行业个性化服务策略
- 三、婚庆行业的促销宣传策略
- 四、婚庆行业信息智能化策略
- 五、婚庆行业品牌化建设策略
- 六、婚庆行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国婚庆行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国婚庆行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国婚庆行业营销渠道策略

- 一、婚庆行业渠道选择策略
- 二、婚庆行业营销策略

### 第三节 中国婚庆行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国婚庆行业重点投资区域分析
- 二、中国婚庆行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/540130540130.html>