

2009年中国婚庆行业市场分析及投资前景预测报告

告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国婚庆行业市场分析及投资前景预测报告》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/hunjiehunqing/3102131021.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

第一章 2008年中国婚庆行业市场运行环境浅析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国婚庆行业政策环境分析

- (一) 婚庆行业服务标准
- (二) 河南省婚庆服务合同条款细化

三、2008年中国婚庆行业社会环境分析

- (一) 人民生活水平提高
- (二) 居民消费观念
- (三) 独生子女家庭比例增多

第二章 2008年中国婚庆行业发展现状综述

一、婚庆行业及婚庆产业链简析

- (一) 婚前准备、
- (二) 婚礼庆典
- (三) 婚后蜜月

二、2008年中国婚庆行业发展状况分析

三、2008年中国婚庆经济发展特点分析

四、2008年婚庆行业规模分析

- (一) 总量规模
- (二) 企业规模

五、2008年中国婚庆行业区域市场结构分析

六、2008年婚庆行业最新资讯

- (一) 地域性的行业品牌正在形成：
- (二) 全国缺少婚庆“一条龙”服务的专业市场
- (三) 新市场建设热开始升温

第三章 2008年中国婚庆行业结构分析

一、婚礼服务

二、婚纱摄影

- (一) 婚纱照整体市场规模
- (二) 城乡的拍照率和拍照花费同比
- (三) 新婚夫妇选择影楼比较看重的因素

三、婚纱影楼发展

- (一) 婚纱影楼发展历程
- (二) 婚纱影楼现状
- (三) 影楼经营存在的问题

四、婚纱礼服

五、婚宴服务

第四章 2008年中国新婚消费需求解析

- 一、2008年中国新婚消费需求现状
- 二、2008年中国新婚消费结构分析
- 三、2008年中国区域经济水平及其结婚消费差异分析
- 四、2009-2012年中国结婚消费需求的发展趋势分析
 - (一) 结婚消费项目增加
 - (二) 结婚消费范围不断扩大
 - (三) 现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变
 - (四) 婚纱照整体市场规模略有扩大
 - (五) 传统观念对结婚择日仍有影响
 - (六) 在经济承担能力之内的婚庆行为，得到认可

第五章 2008年中国婚庆行业的商业模式探析

- 一、产品服务型商业模式，
 - (一) 独立的婚庆产品生产销售商
 - (二) 婚庆服务提供商
- 二、品牌型商业模式
 - (一) 品牌连锁
 - (二) 网络营销
- 三、整合型商业模式
 - (一) 婚博会
 - (二) 结婚展

第六章 2008年中国婚庆行业存在的问题探究

- 一、产品服务同质化，不能满足个性化需求
- 二、前景看好但混乱无序，诚信问题严重
- 三、婚庆公司良莠不齐，鱼龙混杂现象影响行业发展，
- 四、高端新婚消费市场不成熟
- 五、行业标准欠缺，行业管理力不从心
- 六、资源配置效率低下，行业资源亟待整合
- 七、缺乏符合行业发展的企业营销模式

八、从业人员素质偏低，各种职业培训不够发达

第七章 2008年中国婚庆行业消费目录群体市场调查分析

一、消费者对婚礼所持态度调查分析

(一) 调查者认为婚嫁是人生大事，应倾力为之

(二) 调查者认为婚礼应量力而行

(三) 调查者认为婚礼应节简，不宜铺张

二、消费者婚礼费用构成调查分析

(一) 调查者认为婚礼的费用应完全由新人承担

(二) 调查者认为婚礼费用应由家庭成员和新人共同承担

(三) 调查者认为婚礼费用应完全由家长承担

三、消费者婚礼预计花费调查分析

四、消费者选择结婚方式调查分析

(一) 消费者喜欢沿袭传统的婚礼分析

(二) 消费者喜欢旅游结婚方分析

(三) 消费者喜欢网上婚礼分析

五、婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

第八章 2008年中国婚庆行业市场竞争格局透析

一、2008年中国婚庆行业竞争现状分析

二、2008年中国婚庆行业竞争方式分析

(一) 个性策划竞争

(二) 服务竞争

(三) 价格竞争

三、2008年中国婚庆行业地区竞争格局分析

四、2008年中国婚庆市场竞争存在的问题分析

五、2009-2012年中国婚庆市场竞争趋势分析

第九章 2008年中国主要地区婚庆市场分析

一、广州

(一) 广州婚庆市场消费状况

(二) 广州婚庆相关产业发展分析

二、北京

(一) 北京婚庆市场消费状况

(二) 北京婚庆相关产业发展分析

三、上海

(一) 上海婚庆市场消费状况

(二) 上海婚庆相关产业发展分析

第十章 婚庆相关领域市场发展态势探究

一、珠宝首饰市场

- (一) 婚庆市场各种珠宝首饰受欢迎情况
- (二) 婚庆市场珠宝首饰款式新颖成选择标准
- (三) 珠宝首饰市场K金销售逐步赶超黄金
- (四) 2006年婚庆市场翡翠再次流行
- (五) 黄金首饰欲抢回婚庆市场

二、婚庆床上用品市场

- (一) 床上用品种类
- (二) 婚庆床上用品消费特点
- (三) 婚庆床上用品流行个性化
- (四) 床上用品消费的发展方向

三、家电市场

- (一) 家电巨头纷抢婚庆市场蛋糕
- (二) 家电消费品质享受时代到来
- (三) 家电套餐消费时代降临
- (四) 婚庆热潮国美家电营销分析

四、家具市场

- (一) 中国家具市场现状剖析
- (二) 广州家具市场发展特点分析
- (三) 2006年新仿古典家具市场发展状况分析

第十一章 2009-2012年中国婚庆行业的发展及投资分析

一、2009-2012年中国婚庆行业发展分析

- (一) 行业分工细化，服务范围不断扩大
- (二) 服务质量将不断提升
- (三) 各类婚庆服务公司共赢发展趋势
- (四) 婚庆行业“掘金”行业不断扩充，新婚消费蛋糕持续增大
- (五) 各地区婚庆协会不断成立，将大力提倡贴心服务、诚信服务
- (六) 政府更加重视婚庆文化，制定和完善新婚消费行业规范，整治行业市场
- (七) 企业更加注重创建婚庆行业知名品牌，打造核心竞争力，提高全行业经营管理水平
- (八) 网络等现代科技手段在婚庆行业中将发挥更大的宣传和销售作用

二、2009-2012年中国婚庆行业投资操作分析

- (一) 婚庆创业流程操作
- (二) 婚庆行业投资过程全解析
- (三) 投资婚庆行业要重视规范操作

三、2009-2012年中国婚庆行业投资机会分析

- (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

四、2009-2012年中国婚庆行业投资风险分析

五、2009-2012年中国婚庆行业投资策略分析

- (一) 多行业联手打造婚庆行业一条龙服务
- (二) 品牌连锁机构将引领婚庆业发展
- (三) 婚庆公司促进网络拓展

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/3102131021.html>