

2010-2015年中国婚庆产业前景分析与市场预测报告

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《2010-2015年中国婚庆产业前景分析与市场预测报告》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/8172581725.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

摘要

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，可能会因新人的兴趣和要求整个婚礼围绕一至两个主题或两至三个侧重点进行，为了表达这些主题和侧重点需要会场布置格调、灯光、音乐、道具、情感表达方式、舞台节目、主持人、主持词等各种人、物、情景等元素的完美配合方能演绎一场策划与期待中的婚礼，如果只是简单的流程组合加会场布置及服务项目，那只能说是进行了婚礼服务项目组合，一场好的婚礼是有灵魂的，是能让所有来宾朋友共同参与、共同投入、共同欢乐、共同震撼、共同感动的、共同祝福、难以忘怀的。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国婚庆行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区婚庆市场的发展状况、婚庆消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国婚庆市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对婚庆未来发展趋势进行了研判，是婚庆生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前婚庆行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国婚庆产业运行状况分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第二章 2009-2010年中国婚庆市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国婚庆市场总体情况

- 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 2009-2010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 2009-2010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、“五一”黄金周婚庆促销方略全解析

第四节 2009-2010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

第三章 2009-2010年中国婚庆消费市场走势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第四章 2009-2010年中国婚庆服务市场运行格局分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国婚车装扮市场透析

第五章 2009-2010年中国婚庆市场竞争格局分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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

第三节 2009-2010年中国婚庆市场提升竞争力策略分析

第六章 2009-2010年中国婚纱礼服市场运行态势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第七章 2009-2010年中国婚纱摄影市场运行走势透析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第八章 2009-2010年中国婚宴及婚宴酒市场分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第九章 2009-2010年中国蜜月旅游市场运行局势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第十章 2009-2010年中国喜糖市场运行格局透析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第十一章 2010-2015年中国婚庆产业发展前景展望分析

第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015年中国婚庆行业市场盈利预测分析

第十二章 2010-2015年中国婚庆行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015年中国婚庆产业投资风险分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：每年结婚的新人进行各项消费的比例

图表：京津地区拟结婚人群消费水平及其所占比例统计表

图表：中国部分城市结婚产业调查

图表：“五一”黄金周上海百货商厦零售额前三名

图表：消费者对婚礼所持态度调查分析

图表：消费者婚礼费用构成调查分析

图表：2008年消费者婚礼预计花费调查分析

图表：消费者选择结婚方式调查分析

图表：婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehunqing/8172581725.html>