

2009-2010年中国婚庆行业市场调查及产业研究发 展报告

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《2009-2010年中国婚庆行业市场调查及产业研究发展报告》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/6243762437.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 2009-2010年中国婚庆产业运行状况	1
第一节 2009-2010年中国婚庆产业发展概述	1
一、婚礼由自办走向婚庆公司代办	1
二、婚庆服务行业相关介绍	2
三、婚庆服务行业婚礼顾问介绍	3
四、婚庆服务新出职业“新娘秘书”	4
五、婚庆经济发展特点	6
第二节 2009-2010年中国婚庆产业发展状况	6
一、婚庆业已成中国新兴产业	6
二、婚庆产业链正在逐步形成	9
三、中国婚庆服务业尚在成长期	11
四、国内婚庆企业迫切需要升级	12
五、高温之下婚庆产业淡中求精	13
六、婚庆团购普及尚需时日	15
第三节 2009-2010年中国婚庆产业管理规范情况	16
一、婚庆行业亟待标准规范	16
二、婚庆行业将有“国标”	16
三、国家标准将禁用婚礼彩带	17
第四节 2009-2010年中国婚庆产业存在的问题	17
一、婚庆用品质量有待提高	17
二、婚庆投诉大幅上升	19
三、婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展	20
四、旺季之后婚庆行业面临洗牌	22
第五节 2009-2010年中国婚庆产业发展策略探讨	22
一、多行业联手打造婚庆产业一条龙服务	22
二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展	23
三、婚庆公司搭乘WEB0顺风车促进网络拓展	23
第二章 2009-2010年中国婚庆市场运行动态	26
第一节 2009-2010年中国婚庆市场总体情况	26
一、婚庆市场发展特点	26
二、婚庆市场的多样化选择	26
三、一边婚庆价猛涨一边浪费严重	30
四、婚庆市场两大走势解析	31

第二节2009-2010年中国部分细分婚庆市场 33

一、春节婚庆礼品市场极其红火 33

二、二手婚庆用品市场解析 34

三、网上婚庆市场谁主风云 36

四、农村婚庆用品租赁市场大有潜力 38

第三节2009-2010年中国婚庆市场营销 38

一、婚庆市场的营销状况解析 38

二、浅析婚庆公司之网络营销 39

三、婚庆经济大蛋糕的营销策略 40

四、“五一”黄金周婚庆促销方略全解析 41

第四节2009-2010年中国婚庆市场品牌 44

一、中国婚庆市场缺乏婚庆主导品牌产品 44

二、中国婚庆产业品牌化建设 47

三、中国婚庆产业的品牌战略 48

第三章 2009-2010年中国婚庆消费市场走势 49

第一节 2009-2010年中国婚庆消费市场概况 49

一、婚庆消费面面观 49

二、婚庆市场的非理性消费 50

三、婚庆消费市场待挖掘 52

第二节 2009-2010年中国婚庆消费走势 53

一、中国婚庆消费市场新动态 53

二、婚庆消费市场从传统到个性 57

三、婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归 58

四、婚庆时尚品成为消费新热点 59

第三节 2009-2010年中国婚庆消费应注意的问题 60

一、婚庆消费市场的五大问题 60

二、婚庆市场的消费纠纷 60

三、婚庆消费要注意陷阱 61

四、婚庆消费存在的八大误区 63

第四章 2009-2010年中国婚庆服务市场运行格局 68

第一节 2009-2010年中国婚庆服务市场概况 68

一、婚庆服务市场 68

二、婚庆公司推出个性服务 70

三、中国婚庆服务市场趋向规范、规模、品牌化 71

四、婚庆服务市场完善还需时日 72

第二节 2009-2010年中国婚礼策划市场 73

- 一、新颖婚庆形式悄然亮相 73
- 二、个性婚礼策划冲击婚庆市场 74
- 三、个性婚礼推动婚庆产业 78
- 四、中国“环保婚礼”意识初显 80
- 五、上海主题婚礼策划均已突破万元 81

第三节 2009-2010年中国婚车租赁市场解析 81

- 一、节前婚车租价水涨船高 81
- 二、婚车租赁市场消费状况 83
- 三、婚车租赁存在不少问题 84
- 四、青岛私家车激增出租车退出婚车市场 85
- 五、杭州婚车租赁市场有待规范管理 87

第四节 2009-2010年中国婚车装扮市场透析 88

第五章 2009-2010年中国婚庆市场竞争格局 90

第一节 2009-2010年中国婚庆市场竞争 90

- 一、杭州特色婚庆市场围绕第一世界大酒店引发竞争 90
- 二、日本婚庆公司看好中国婚庆市场 91
- 三、“喜洋洋”来中国婚庆市场淘金 92

第二节 2009-2010年中国部分地区婚庆市场格局 93

- 一、上海 93
- 二、北京 96
- 三、广东 96
- 四、浙江 96
- 五、福建 97
- 六、山东 101
- 七、湖北 101

第六章 2009-2010年中国婚纱礼服市场运行态势 102

第一节 2009-2010年中国婚纱礼服市场 102

- 一、婚纱礼服市场需求 102
- 二、网上订购婚纱生意红火 103
- 三、冬季保暖婚纱市场面临空缺 103
- 四、定制婚纱市场看好 104
- 五、中国婚纱晚礼服行业出现新变局 105

第二节 2009-2010年中国重点地区婚纱市场 107

- 一、虎丘婚纱市场 107

- 二、青岛婚纱市场 107
- 三、上海婚纱租赁市场暗淡 109
- 第三节 2009-2010年中国婚纱礼服市场竞争 110
 - 一、买婚纱冲击婚纱租赁市场 110
 - 二、婚纱行业企业竞争力解析 112
 - 三、差异化创意产品抢夺上海婚庆市场 113
- 第七章 2009-2010年中国婚纱摄影市场运行走势透析 116
 - 第一节 2009-2010年中国婚纱摄影市场概况 116
 - 一、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝 116
 - 二、台商盯上中国大陆婚纱摄影市场 116
 - 三、北京婚纱摄影市场状况 117
 - 四、重庆婚纱摄影市场 122
 - 五、丽水婚纱摄影市场状况 125
 - 第二节 2009-2010年中国地区婚纱摄影市场竞争状况 127
 - 一、海口婚纱摄影市场竞争状况 127
 - 二、厦门婚纱摄影市场存在恶性竞争 129
 - 三、丽水婚纱摄影市场走向品牌竞争 131
 - 四、湖城婚纱摄影竞争更加激烈 132
 - 五、浚县婚纱摄影市场出现无序混乱竞争 133
 - 第三节 2009-2010年中国婚纱摄影新动向 134
 - 一、大型喷绘婚纱照受青睐 134
 - 二、“另类”婚纱摄影打破传统演绎个性 134
 - 三、外景婚纱摄影走入乡野 136
 - 第四节 2009-2010年中国地区婚纱摄影新动向 136
 - 一、新派婚纱摄影亮相济南 136
 - 二、上海旅游婚纱摄影突起 137
 - 三、厦门主题婚纱摄影看好 138
- 第八章 2009-2010年中国婚宴及婚宴酒市场 139
 - 第一节 2009-2010年中国婚宴市场 139
 - 一、浅析中国婚宴形式的变迁 139
 - 二、婚宴市场消费特点 140
 - 三、婚宴需求价格 142
 - 第二节 2009-2010年中国地区婚宴市场 144
 - 一、上海婚宴市场情况 144
 - 二、杭州主题餐厅做大婚宴市场 145

- 三、天津婚庆业尚未进入成熟期 146
- 四、湛江婚宴市场问题较多 148
- 第三节 2009-2010年中国婚宴酒市场 149
 - 一、女儿红走俏婚庆市场 149
 - 二、婚宴市场葡萄酒的发展 150
 - 三、成都婚宴市场红酒挑战白酒 151
- 第四节 2009-2010年中国婚宴酒发展策略及前景 154
 - 一、中国婚庆酒与婚文化结合发展策略 154
 - 二、白酒婚庆市场推广战略 155
 - 三、白酒的婚庆市场运作思路 158
 - 四、婚宴酒细分应注重品牌定位 161
 - 五、酒企运作婚宴市场策略 162
 - 六、长春婚宴白酒市场 164
- 第九章 2009-2010年中国喜糖市场运行格局透析 166
 - 第一节 2009-2010年中国喜糖市场 166
 - 一、喜糖消费市场现状 166
 - 二、喜糖市场新动向探析 168
 - 三、喜糖市场竞争及渠道 171
 - 第二节 2009-2010年中国地区喜糖市场 173
 - 一、杭州喜糖市场状况 173
 - 二、东莞喜糖做成礼品大受市场欢迎 174
 - 三、沈阳喜糖市场品牌欠缺 175
 - 四、青岛喜糖市场被外地糖果占据 176
 - 第三节 2009-2010年中国喜糖市场发展策略及方向 177
 - 一、打造婚庆市场有特色的喜糖包装 177
 - 二、喜糖市场品牌拓展机会 180
 - 三、婚庆喜糖店未来的发展方向 181
- 第十章 2009-2010年中国蜜月旅游市场运行局势 183
 - 第一节 2009-2010年中国蜜月旅游市场概况 183
 - 一、蜜月旅游市场的特点 183
 - 二、蜜月游已成旅游市场新宠 184
 - 三、结婚高峰带火蜜月游市场 185
 - 四、节后蜜月旅游市场火热 185
 - 第二节 2009-2010年中国地区蜜月旅游市场浅析 186
 - 一、上海新人蜜月旅游开始重实惠 186

- 二、泉州蜜月旅游市场正逐渐启动 187
- 三、景德镇旅行社争抢蜜月游市场 189
- 四、哈尔滨蜜月旅游带火黄金周后市场 189
- 第三节 2009-2010年中国蜜月旅游线路 190
 - 一、蜜月游主打休闲度假力推深度游 190
 - 二、“十一”黄金周特色出境旅游线路纷纷试水 190
 - 三、温州度假型特制蜜月旅游线路难寻 191
- 第四节 2009-2010年中国蜜月旅游面临的挑战及对策 194
 - 一、旅行社蜜月游存在的问题 194
 - 二、蜜月旅游市场待开发 195
 - 三、蜜月游市场发展策略 197
- 第十一章 2009-2012年中国婚庆产业发展前景展望 200
 - 第一节 2009-2012年中国婚庆行业发展前景 200
 - 一、中国婚庆市场前景广阔 200
 - 二、杭州婚庆产业潜力大 200
 - 三、婚庆用品市场迎来高潮 201
 - 第二节 2009-2012年中国婚庆行业发展趋势 201
 - 一、中国婚庆服务行业未来发展趋势 201
 - 二、婚庆行业未来发展特征 201
 - 三、婚庆市场流行趋势 202
 - 第三节 2009-2012年中国婚庆行业市场盈利预测 202
- 第十二章 2009-2012年中国婚庆行业投资机会与风险 204
 - 第一节 2009-2012年中国婚庆行业投资操作 204
 - 一、婚庆创业流程操作 204
 - 二、婚庆产业投资过程全解析 205
 - 三、投资婚庆行业要重视规范操作 205
 - 第二节 2009-2012年中国婚庆产业投资机会 206
 - 一、中国大城市婚庆市场大有商机 206
 - 二、旅行社与婚庆公司联手市场潜力大 208
 - 三、上海婚庆市场投资前景及建议 209
 - 第三节 2009-2012年中国婚庆产业投资风险 209
- 第十三章 2009年金融危机对婚庆产业的影响及企业应对策略 211
 - 第一节 金融危机对婚庆产业的影响 211
 - 一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面 211
 - 二、金融危机对中国婚庆产业的传导机制 211

第二节 我国婚庆产业应对金融危机的主要策略探讨 212

一、政策角度 212

二、增强内功修炼，提升产品质量 212

三、海外并购策略 212

第三节 应对金融危机建议 213

图表目录：

图表 1：1999-2008年粗结婚率和粗离婚率 8

图表 2：结婚人群消费水平及其所占比例统计表 9

图表 3：城市举行婚礼的各项费用支出比例 49

图表 4：2004-2008年我国婚车装扮平均价格走势 88

图表 5：上海主要婚庆公司一览表 94

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/6243762437.html>