

2009-2013年中国婚庆产业运行动态及投资前景咨询报告

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《2009-2013年中国婚庆产业运行动态及投资前景咨询报告》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/7757877578.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

【 报告 前言 】

中国的婚庆行业真正的发展从1990年开始，到现在已经有20年的发展历史。在这么长的发展历史中，经历了如下几个阶段：

- 1、开拓阶段：1990 - 1995。在这个阶段，富有开拓思想的人，开始缔造初期的婚庆文化，并且让社会逐步承认。
- 2、新文化阶段：1995 - 2000。在这个阶段，婚庆开始逐步引入多元素，展示婚庆文化内涵。如婚纱摄影，各种婚庆道具开始广泛使用。高科技技术开始使用，成为发展得萌芽。
- 3、纷争阶段：2000 - 2006。这个阶段，涌现了大量婚庆公司，原来做司仪的，自己起了炉灶；做摄像的，跟妆的，等等，都做起了老板。同时，专业化开始分工，司仪、车队、道具、摄影、摄像、键盘等分工明细。
- 4、爆发阶段：2006 - 2010年。由于成立婚庆公司的门槛较低，特别是2008年，很多新人在这一年做婚礼，婚庆相对集中，导致，爆发出了很多婚庆公司。都想在2008年大赚一下。同时，各地政府也开始注重婚庆行业的发展，并拿出相关的政策扶持，如婚庆一条街等政策。从2000年开始，全国各个地方，逐步开始成立婚庆协会，旨在维护婚庆市场秩序。但总体效果并不理想。很多地方到现在为止，还没有成立婚庆协会。已经成立婚庆协会的，也没有很好的助推行业的发展。

2009-2010年是中国婚庆服务行业发展空前的繁荣年，主要是因为上世纪80年代中期高出生率阶段出生的人群陆续进入婚龄，全国当年登记结婚的人数较前年大幅度提升。这种适婚人数大幅增加的状况在今后几年仍将持续。未来5年~10年，我国婚庆服务行业的发展仍将加速。而未来几年，国内婚庆市场将向以下几个方面发展：

- 1、婚礼庆典模式将呈现个性与多样、怀旧与时尚、注重情感与追求浪漫并存的格局。婚庆服务机构从传统的简单服务开始向重视婚礼文化层面、注重婚礼策划方向转变。通过专业婚庆服务机构操办婚礼成为趋势。一批专业婚庆公司的市场实力将进一步显现出来。
- 2、婚礼择日择时将逐步摆脱传统理念、地域风俗的束缚，婚礼消费将从“假日经济”的拥挤空间向外延伸，这一现象将会引起与婚礼相关的诸多社会经济行业的密切关注。
- 3、随着回归自然社会风气的形成，举办婚礼的场所，将从基本单一的室内向庭院、园林、湖光山色等更有意境的自然与人文景观场所发展。一些触角敏锐的商家已经开始了就其场所与婚庆公司合作意向的推介。
- 4、随着数码时代的来临，数字技术和数码设备大规模进入婚庆市场，多角度渗透到婚庆经济领域，不断满足当代新人日益提高的消费要求与文化品位。
- 5、新人更加注重创造婚礼现场的氛围，将舞美、灯光、展板、道具等引入婚礼场地的装饰；纱幔、布艺、鲜花、工艺品都将成为新人装点婚礼的热衷选择。
- 6、新人对婚宴的需求将从经济实惠型向注重文化品位方向发展。在色香味的基础上为传

统佳肴赋予纳吉、贺喜的新意，将会成为餐饮业争夺婚庆市场的重要方式。

7、婚纱人像摄影新娘妆与现场新娘化妆效果反差将进一步明显，婚纱照将更加突出艺术修饰；而婚礼妆则更突出清新淡雅、真实自然。所使用的化妆品也有明显区别。

8、为了永久的纪念，新娘婚纱的租用比例在缩小，量身定做、购买的比例逐步增加。婚纱的款式更加时尚，与世界流行趋势接轨。追求简约、突出线条，诸如吊带、无带、露肩等款式越来越被现在的女孩所青睐。婚纱的面料也越来越考究，双色缎、闪光缎、蕾丝等新面料也早已投入婚纱制作市场；而色彩柔和的米色预计将是今年的流行趋势。

【 报告目录 】

第一章 2008-2009年婚庆产业概述及世界分析 15

第一节 婚庆产业的相关概述 15

一、婚庆产业的概念 15

二、婚庆产业链的内涵 15

三、中西婚庆的特色比较 15

四、婚庆经济呈现三大突出特点 17

五、婚庆产业的商业模式 18

第二节 2008-2009年国外婚庆产业的发展概况 18

一、金融危机下婚庆产业成为美国经济亮点 18

二、日本婚庆业积极向外扩张 19

三、金融危机下英国婚庆业 19

四、西班牙婚庆服装业发展迅猛 20

第三节 2009-2013年婚庆产业发展趋势分析 21

第二章 2008-2009年中国婚庆产业运行环境分析 22

第一节 2008-2009年中国婚庆产业政策分析 22

一、婚庆行业服务标准 22

二、河南省婚庆服务合同条款细化 22

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 23

一、中国GDP分析 23

二、中国CPI指数分析 25

三、工业发展形势分析 27

第三节 2008-2009年中国婚庆产业社会环境分析 28

第三章 2008-2009年中国婚庆产业运行形势分析 36

第一节 2008-2009年中国婚庆产业总述 36

一、建国60年婚庆行业的变化分析 36

二、中国婚庆行业发展的四大阶段 36

三、中国婚庆产业的结构形态 37

第二节 2008-2009年中国婚庆行业发展近况 41

- 一、中国婚庆产业渐入佳境 41
- 二、2008年外资进入中国婚庆遇阻 41
- 三、经济危机下婚庆行业的生存现状 41
- 四、2009年婚庆对拉动内需作出重要贡献 42
- 五、2009年12月首部婚庆服务标准正式出炉 42

第三节 2008-2009年中国婚庆行业存在的问题分析 42

- 一、我国婚庆产业发展的制约因素 42
- 二、中国婚庆产业发展的困惑 43
- 三、婚庆行业问题层出投诉上升 44
- 四、婚庆行业专业人才紧缺 44

第四节 2008-2009年中国婚庆产业发展的对策分析 45

- 一、婚庆产业专业市场的选址案例分析 45
- 二、国内婚庆公司发展产品创新 46
- 三、婚庆行业的根本出路在于不断创新 46

第四章 2008-2009年中国婚庆市场发展动态分析 48

第一节 2008-2009年中国婚庆市场发展概况 48

- 一、中国婚庆市场蓬勃兴旺 48
- 二、婚庆市场三大产品的流行趋势透析 48
- 三、全国性结婚产业品牌各地尚未形成 49
- 四、2009年婚庆领域出现的新鲜元素 49
- 五、新市场建设热开始升温 49

第二节 2008-2009年中国婚庆消费市场分析 50

- 一、消费需求分析 50
- 二、消费区域特征分析 50
- 三、消费需求趋势分析 50
- 四、2009年婚庆消费涌现涨价潮 52
- 五、2009年婚庆消费市场需求特点剖析 53

第三节 2008-2009年中国婚庆市场的营销分析 54

- 一、婚庆市场的营销状况解析 54
- 二、浅析婚庆公司之网络营销 55
- 三、婚庆经济大蛋糕的营销策略 55

第五章 2008-2009年中国各区域婚庆市场走势分析 57

第一节 东北地区 57

- 一、龙江音乐台借助展会推广哈市婚庆产业 57

- 二、沈阳婚庆市场呈现新特点 60
- 三、2009年国庆期间大连婚庆市场热点透析 60
- 四、大连婚庆市场主持人稀缺 61
- 第二节 华北地区 61
 - 一、2009年十一黄金周北京婚庆价格水涨船高 61
 - 二、北京十一婚庆喜糖市场呈现“三新”特点 62
 - 二、2009年天津婚庆市场迎来高峰 63
 - 三、天津婚庆市场新时尚：个人影视艺术片 63
 - 四、太原婚庆市场存在的问题分析 64
 - 五、大同婚庆市场发展现状及前景分析 65
- 第三节 华东地区 66
 - 一、2009年上海市婚庆市场消费状况剖析 66
 - 二、世博会期间上海婚庆市场面临火爆局面 67
 - 三、南京婚庆业发展轨迹 67
 - 四、杭州婚庆市场发展概况 68
 - 五、2009年杭州婚庆市场变局在即 69
 - 六、浙江金华市婚庆市场分析 69
 - 七、青岛婚庆产业发展的新特点解析 70
- 第四节 中南地区 70
 - 一、武汉婚庆市场发展近况分析 70
 - 二、广州婚庆行业发展现状及对策探讨 71
 - 三、深圳婚庆市场价格分析 72
 - 四、2009年深圳婚庆市场空前火爆 73
- 第五节 西南地区 73
 - 一、重庆婚庆产业积极谋求整合壮大 73
 - 二、2009年重庆婚庆市场价格相差悬殊 73
 - 三、成都婚庆市场发展特点剖析 74
 - 四、云南婚庆市场发展现状与潜力分析 75
- 第六章 2008-2009年中国婚纱礼服市场运行态势分析 76
 - 第一节 2008-2009年中国婚纱礼服市场发展概况 76
 - 一、国内婚纱礼服市场的基本状况 76
 - 二、中国婚纱市场发展趋向透析 77
 - 三、婚纱礼服市场的消费特征透析 78
 - 四、2009年婚纱礼服市场迈向标准化时代 79
 - 第二节 2008-2009年中国部分地区婚纱市场的发展分析 79

- 一、青岛婚纱市场发展状况分析 79
- 二、虎丘婚纱竞争力分析 81
- 三、经济危机催促苏州婚纱寻求新出路 82
- 四、苏州婚纱行业的成长困扰与反思 83
- 五、济南婚纱礼服市场发展迅猛 83
- 第三节 2008-2009年中国婚纱行业存在的现状与发展分析 84
 - 一、中国婚纱行业竞争状况 84
 - 二、我国婚纱品牌化、个性化成为未来趋势 86
 - 三、中国婚纱市场的开发思路探析 86
- 第七章 2008-2009年中国婚纱摄影市场运行解析 88
 - 第一节 2008-2009年中国婚纱摄影市场概述 88
 - 一、中国婚纱摄影行业的发展壮大 88
 - 二、婚纱摄影市场的变迁透析 89
 - 三、当前婚纱摄影行业发展的特征 89
 - 四、2009年婚纱摄影市场发展动态解析 90
 - 五、婚纱摄影行业电子商务化分析 90
 - 第二节 2008-2009年中国主题婚纱摄影市场分析 91
 - 一、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝 91
 - 二、婚纱MV电影在中国的扩张进程 91
 - 三、MV主题婚纱摄影成行业新宠 92
 - 四、剧情式婚纱照成为婚纱摄影流行新趋向 92
 - 第三节 2008-2009年中国部分地区婚纱摄影市场的发展分析 92
 - 一、厦门主题婚纱摄影看好 92
 - 二、上海旅游婚纱摄影突起 93
 - 三、新派婚纱摄影亮相济南 93
 - 第四节 2008-2009年中国婚纱摄影市场的经营战略探究 94
 - 一、婚纱摄影市场的竞争形态剖析 94
 - 二、思想超前和观念更新是制胜法宝 95
 - 三、要根据市场变化不断转变思维方式 97
 - 四、在市场变化中要随时转换思维角度 98
 - 五、以不变求万变把握好思维方向 99
 - 六、经营者的思维作风对优化企业效率至关重要 100
- 第八章 2008-2009年中国婚庆服务(婚庆服务市场分析)市场运行格局分析 102
 - 第一节 2008-2009年中国婚庆服务(婚庆服务市场分析)市场总体概况 102
 - 一、我国婚庆服务产业化的时机来临 102

- 二、婚庆服务市场发展的特点透析 102
- 三、促进婚庆服务业健康发展的对策 103
- 第二节 2008-2009年中国婚礼策划(婚礼策划市场分析)市场分析 104
 - 一、婚礼策划的基本要素 104
 - 二、婚庆模式日益向多样化转变 105
 - 三、婚礼策划步入个性化时代 105
 - 四、婚礼操办的一般流程解析 106
- 第三节 2008-2009年中国婚车(婚车市场分析)市场分析 114
 - 一、婚车租赁市场消费特征透析 114
 - 二、婚车装扮市场显巨大商机 115
 - 三、武汉婚车租赁市场发展综述 115
- 第九章 2008-2009年中国婚宴及喜糖(婚宴及喜糖市场分析)市场分析 118
 - 第一节 2008-2009年婚宴市场发展概况 118
 - 一、婚宴成国庆餐饮(庆餐饮市场考察)市场消费主力 118
 - 二、2008年南宁婚宴市场行情透析 118
 - 三、2009年武汉婚宴需求持续旺盛 118
 - 第二节 2008-2009年中国婚宴酒(婚宴酒市场分析)市场分析 119
 - 一、婚宴酒市场发展态势剖析 119
 - 二、品牌定位应成为婚宴酒市场发展重点 119
 - 三、婚宴用酒的市场竞争分析 122
 - 四、婚宴酒市场的机会与营销方案探析 123
 - 第三节 2008-2009年中国喜糖(喜糖市场分析)市场分析 125
 - 一、喜糖市场的供需特点解析 125
 - 二、喜糖市场品牌格局剖析 127
 - 三、国内喜糖(喜糖市场报告)市场开发前景广阔 130
 - 四、喜糖市场的未来发展方向探析 131
- 第十章 2008-2009年中国婚庆旅游(婚庆旅游市场分析)市场分析 133
 - 第一节 2008-2009年婚庆旅游的基本概况 133
 - 一、蜜月旅游的市场开发价值剖析 133
 - 二、婚庆旅游的消费特征透析 133
 - 三、婚庆旅游产品开发类型简介 135
 - 第二节 2008-2009年中国婚庆旅游(婚庆旅游市场分析)市场发展状况分析 135
 - 一、国际蜜月旅游(蜜月旅游市场分析)市场特点剖析 135
 - 二、我国婚庆旅游特点 136
 - 三、出境蜜月游市场渐受青睐 137

- 第三节 2008-2009年中国婚庆旅游(婚庆旅游市场分析)市场的综合开发策略 137
 - 一、蜜月游市场应向专业化转轨 137
 - 二、婚庆旅游市场的开发思路探讨 138
 - 三、婚庆旅游产品的市场开发要点 141
- 第十一章 2008-2009年中国婚庆其他关联(婚庆其他关联行业调研)行业运行分析 142
 - 第一节 婚庆珠宝 142
 - 一、婚庆珠宝市场趋向个性化发展 142
 - 二、2009年婚庆珠宝的消费心理特征剖析 142
 - 三、婚庆市场黄金饰品受追捧 143
 - 四、80后渐成婚庆珠宝消费主流 144
 - 第二节 婚庆床上用品 144
 - 一、婚床挑选特点 144
 - 二、传统婚庆床上用品成为市场热点 145
 - 三、婚庆床上用品消费特征剖析 145
 - 第三节 其他领域 146
 - 一、国内家居建材超市发力婚庆消费市场 146
 - 二、婚庆高峰期玩具消费渐入佳境 146
 - 三、金融危机致使婚庆鲜花需求趋冷 146
 - 四、数码印刷大肆掘金婚庆消费市场 146
- 第十二章 2009-2013年中国婚庆产业发展前景预测分析 148
 - 第一节 2009-2013年中国婚庆产业的发展前景展望 148
 - 一、未来我国婚庆产业的发展趋势探析 148
 - 二、婚庆行业将逐步形成跨行业联盟 148
 - 三、中国婚庆(婚庆市场分析)市场的走势与潜力探讨 148
 - 四、中国婚庆产业增长前景看好 149
 - 第二节 2009-2013年中国婚纱礼服(婚纱礼服市场分析)市场的发展展望 149
 - 一、中国婚纱礼服(婚纱礼服市场分析)市场发展空间广阔 149
 - 二、未来婚纱市场的发展趋势 150
 - 第三节 2009-2013年中国婚纱摄影(婚纱摄影市场分析)市场发展趋势分析 150
 - 一、婚纱摄影市场发展的趋向透析 150
 - 二、艺术V影取代婚纱照将是大势所趋 151
 - 三、未来婚纱摄影业的发展出路分析 152
- 第十三章 2009-2013年中国婚庆产业投资机会与风险分析 153
 - 第一节 2009-2013年中国婚庆产业的投资现状及机会 153
 - 一、婚庆连锁加盟成市场投资新热点 153

- 二、婚庆细分市场投资机会繁多 153
- 三、婚庆公司的投资要点剖析 154
- 四、中国婚庆市场的投资潜力挖掘 155
- 第二节 2009-2013年中国婚庆产业投资风险分析 156
 - 一、市场竞争风险分析 156
 - 二、政策风险分析 156
 - 三、其它风险分析 156
- 第三节 专家建议 157
- 附加章：2009-2012年中国婚庆行业市场投资机会风险与应对策略点评 159
 - 第一节 2009-2012年中国婚庆行业投资操作分析 159
 - 一、婚庆创业流程操作 159
 - 三、婚庆产业投资过程全解析 159
 - 三、投资婚庆行业要重视规范操作 160
 - 第二节 2009-2012年中国婚庆行业投资机会分析 162
 - 一、中国大城市婚庆市场大有商机 162
 - 二、旅行社与婚庆公司联手市场潜力大 162
 - 第三节 2009-2012年中国婚庆行业投资风险预警 163
 - 一、政策风险 163
 - 二、经营风险 164
 - 三、进入退出风险 164
 - 第四节 2009-2012年中国婚庆行业投资策略分析 165
 - 一、多行业联手打造婚庆行业一条龙服务 165
 - 二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展 165
 - 三、婚庆公司促进网络拓展 166
 - 第五节 专家建议 167

【 图 表 目 录 】

- 图表 1 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 23
- 图表 2 2006-2009年中国季度GDP增长率走势图 23
- 图表 3 2006-2009年中国季度GDP增长速度表 24
- 图表 4 2008-2009年各月中国价格指数统计表 25
- 图表 5 2006-2009年6月中国价格指数月度走势图 26
- 图表 6 2006-2009年5月中国主要消费品CPI月度走势图 26
- 图表 7 2003-2008年中国工业增加值增长趋势图 27
- 图表 8 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 29
- 图表 9 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 30

- 图表 10 2000-2008年中国就业人数变化趋势图 30
- 图表 11 2000-2008年中国城镇就业人数变化趋势图 31
- 图表 12 1970-2008年中国城乡就业人口对比图 31
- 图表 13 1988-2007年中国不同产业就业人口增长对比 32
- 图表 14 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 33
- 图表 15 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 34
- 图表 16 2003-2009年中国社会消费品零售总额变化情况 35
- 图表 17 武汉婚车市场普通车出租价格表 115
- 图表 18 武汉婚车市场豪华车出租价格表 116
- 图表 19 2008-2009年中国糖果产量及地区分布 125
- 图表 20 2008-2009年中国成品糖产量及地区分布 126
- 图表 21 糖果细分领域领导品牌（主打产品）统计表 128
- 图表 22 2009-2012年中国婚庆行业发展趋势分析 160
- 图表 23 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 171
- 图表 24 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 172
- 图表 25 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 173

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/7757877578.html>