

2011-2015年中国婚庆行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国婚庆行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yule1102/93382712ZE.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-02-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国婚庆行业市场分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了婚庆行业相关概述、中国婚庆产业运行环境等，接着分析了中国婚庆行业的现状，然后介绍了中国婚庆行业竞争格局。随后，报告对中国婚庆行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婚庆产业发展前景与投资预测。您若想对婚庆产业有个系统的了解或者想投资婚庆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 2010年国内外婚庆产业运行状况分析

第一节 婚庆产业相关概述

- 一、婚庆产业链的内涵
- 二、中西婚庆的特色比较
- 三、婚庆经济呈现三大突出特点
- 四、婚庆产业的商业模式

第二节 2010年国外婚庆产业运行透析

- 一、金融危机下婚庆产业成为美国经济亮点
- 二、日本婚庆业积极向外扩张
- 三、英国婚庆业逆市上扬
- 四、西班牙婚庆服装业发展迅猛

第三节 2010年中国婚庆产业运行总况

- 一、建国60年婚庆行业的变化分析
- 二、中国婚庆行业发展的四大阶段
- 三、中国婚庆产业的结构形态
- 四、婚庆经济已成为现在中国的朝阳产业
- 五、中小民营企业成为婚庆行业主导者
- 六、外资开始集中发力中国婚庆业
- 七、经济危机下婚庆行业的生存现状
- 八、婚庆对拉动内需作出重要贡献

第四节 2010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、混乱无序，诚信问题严重
- 三、婚庆公司良莠不齐，鱼龙混杂
- 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

第二章 2010年中国婚庆行业市场运行环境浅析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、婚庆经济将牵动多产业
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

第二节 2010年中国婚庆行业政策环境分析

- 一、《婚姻庆典服务》国家标准实施
- 二、河南省婚庆服务合同条款细化
- 三、工商行政管理行政指导意见书》

第三节 2010年中国婚庆行业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、独生子女家庭比例增多
- 三、居民消费观念

第三章 2010年中国婚庆产业链透析

第一节 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

第二节 2010年婚庆产业规模分析

一、总量规模

二、企业规模

三、婚庆行业区域市场结构分析

第三节2010年婚庆行业热点聚焦

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

第四节2010年中国新婚消费需求解析

一、中国新婚消费结构分析

1、结婚消费项目增加、范围不断扩大

2、现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变

3、传统观念对结婚择日仍有影响

二、区域经济水平及其结婚消费差异分析

第四章 2010年中国婚庆行业的商业模式探析

第一节 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

第二节 品牌型商业模式

一、品牌连锁

二、网络营销

第三节 整合型商业模式

一、婚博会

二、结婚展

第五章 2010年中国婚庆服务市场运行透析

第一节 2010年中国婚庆服务市场概况

一、婚庆服务市场热点聚焦

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 2010年中国婚礼策划市场

- 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 2010年中国婚车租赁市场分析

- 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、上海婚车租赁市场新时尚
- 五、青岛私家车激增出租车退出婚车市场
- 六、杭州婚车租赁市场有待规范管理

第四节 2010年中国婚车装扮市场分析

- 一、婚庆经济引起婚车装扮火热
- 二、婚车装饰要点

第六章 2010年中国婚纱摄影市场动态分析

第一节 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
- 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

第二节 2010年中国婚纱摄影市场竞争分析

- 一、婚纱摄影市场竞争力体现
- 二、婚纱摄影市场存在恶性竞争
- 三、婚纱摄影市场品牌竞争升级

第三节 2010年中国婚纱摄影新动向

- 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

第七章 2010年中国婚宴及婚宴酒市场剖析

第一节2010年中国婚宴市场总况

- 一、浅析中国婚宴形式的变迁
- 二、婚宴市场消费特点分析
- 三、新人追寻个性清爽婚宴

第二节 2010年中国地区婚宴市场分析

- 一、上海婚宴市场火爆
- 二、杭州主题餐厅做大婚宴市场
- 三、天津婚庆业尚未进入成熟期
- 四、湛江婚宴市场问题较多

第三节2010年中国婚宴酒市场分析

- 一、婚宴酒市场解析
- 二、女儿红走俏婚庆市场
- 三、婚宴市场葡萄酒的发展
- 四、成都婚宴市场红酒挑战白酒

第四节 未来中国婚宴酒发展策略及前景预测

- 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、婚宴白酒市场将步入爆发期

第八章 2010年中国蜜月旅游市场运行新格局分析

第一节 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2010年中国地区蜜月旅游市场动态分析

- 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 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 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

三、蜜月游市场发展策略

第九章 2010年中国喜糖市场消费动态分析

第一节 2010年中国喜糖市场透析

一、中国喜糖及包装业亮点分析

二、喜糖消费市场现状综述

三、探析喜糖市场新动向

四、喜糖市场竞争及渠道分析

第二节 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 未来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

第十章 2010年中国婚庆行业消费目标群体市场调查分析

第一节 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

第二节 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

第三节 2010年消费者婚礼预计花费调查分析

一、2010年北京婚礼预计花费调查分析

1、婚礼预计花费构成

2、各项花费所占份额

二、2010年上海婚礼预计花费调查分析

三、2010年广州婚礼预计花费调查分析

四、2010年武汉婚礼预计花费调查分析

五、2010年哈尔滨婚礼预计花费调查分析

六、2010年天津婚礼预计花费调查分析

第四节 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

第五节 婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

第十一章 2010年中国婚庆行业市场竞争格局透析

第一节 2010年中国婚庆行业竞争现状分析

一、婚庆产业竞争激烈

二、婚庆产业竞争焦点分析

三、婚庆产业面向服务竞争升级

第二节 2010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

第三节 2010年中国婚庆市场竞争存在的问题分析

第四节 2011-2015年中国婚庆市场竞争趋势分析

第十二章 2010年中国婚庆市场区域性发展态势分析

第一节 东北地区

一、龙江音乐台借助展会推广哈市婚庆产业

- 二、沈阳婚庆市场呈现新特点
- 三、2010年国庆期间大连婚庆市场热点透析
- 四、大连婚庆市场主持人稀缺

第二节 华北地区

- 一、2010年十一黄金周北京婚庆市场透析
- 二、2010年天津市婚庆行业大打诚信牌
- 三、太原婚庆市场存在的问题分析
- 四、大同婚庆市场发展现状及前景分析

第三节 华东地区

- 一、2010年上海市婚庆市场消费状况剖析
- 二、世博会期间上海婚庆市场面临火爆局面
- 三、南京婚庆业发展轨迹
- 四、杭州婚庆市场发展概况
- 五、2010年杭州婚庆市场变局在即
- 六、浙江金华市婚庆市场分析
- 七、青岛婚庆产业发展的新特点解析

第四节 中南地区

- 一、武汉婚庆市场发展近况分析
- 二、2010年黄金周武汉婚庆市场发展浅析
- 三、广州婚庆行业发展现状及对策探讨
- 四、深圳婚庆市场竞争激烈
- 五、2010年深圳婚庆市场空前火爆

第五节 西南地区

- 一、2010年重庆婚庆市场进入转折时期
- 二、成都婚庆用品市场发展特点剖析
- 三、云南婚庆市场发展现状与潜力分析
- 四、云南积极谋划婚庆市场领先品牌

第十三章 2010年中国婚庆相关领域市场发展态势探究

第一节 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、婚庆市场翡翠再次流行

五、黄金首饰欲抢回婚庆市场

第二节 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

第三节 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

第四节 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、新仿古典家具市场发展状况分析

第十四章 2011-2015年中国婚庆行业的发展趋势展望

第一节 2011-2015年中国婚庆产业前景预测

一、婚庆服务产业前景预测

二、婚庆服务其综细分领域前景展望

第二节 2011-2015年中国婚庆产业趋势探析

一、婚庆专区产品出现多元化趋势

二、婚庆潮流趋势分析

三、婚庆消费流行元素的注入

第三节 2011-2015年中国婚庆市场前景预测

一、中国婚庆市场规模预测

二、中国婚庆市场消费市场盈利预测

第四节 2011-2015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

第十五章 2011-2015年中国婚庆行业市场投资机会风险与应对策略点评

第一节 2011-2015年中国婚庆行业投资操作分析

一、婚庆创业流程操作

二、婚庆行业投资过程全解析

三、投资婚庆行业要重视规范操作

第二节 2011-2015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

第三节 2011-2015年中国婚庆行业投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、进入退出风险

四、其它风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2010年消费者婚礼预计花费调查分析

图表：2010年北京婚礼预计花费调查分析

图表：2010年上海婚礼预计花费调查分析

图表：2010年广州婚礼预计花费调查分析

图表：2010年武汉婚礼预计花费调查分析

图表：2010年哈尔滨婚礼预计花费调查分析

图表：2010年天津婚礼预计花费调查分析

图表：消费者对婚礼所持态度调查分析

图表：调查者认为婚嫁是人生大事，应倾力为之；

图表：调查者认为婚礼应量力而行

图表：调查者认为婚礼应节简分析

图表：消费者婚礼费用构成调查分析

图表：调查者认为婚礼的费用应完全由新人承担

图表：调查者认为婚礼费用应由家庭成员和新入共同承担

图表：调查者认为婚礼费用应完全由家长承担

图表：消费者选择结婚方式调查分析

图表：消费者喜欢沿袭传统的婚礼分析

图表：消费者喜欢旅游结婚方分析

图表：消费者喜欢网上婚礼分析

图表：婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国婚庆行业市场分析与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1102/93382712ZE.html>