

2017-2022年中国婚庆市场发展现状及投资战略研究报告

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《2017-2022年中国婚庆市场发展现状及投资战略研究报告》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/293314293314.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、我国婚庆产业在建设发展过程中表现出的特征

(一)婚庆产业蕴含着巨大的商机,是具有良好发展态势的朝阳产业

相关调查研究表明,近几年,我国每年登记结婚的新人已经高达一千万,全国每年由结婚而产生的婚庆消费总额也突破了25千亿元,婚庆消费在我国GDP总量中占据1.9%。每对新人正常愿意在婚庆工作中花费6—20万元人民币,特别是随着建国后我国婚庆高峰的到来,婚庆市场必然具有更强的发展趋势,婚庆产业也蕴含着无限商机,具有可观的发展前景。

现阶段,随着社会对婚庆工作的重视,婚庆产业已经真正发展成为我国经济领域的朝阳产业,在推动经济发展和社会建设方面贡献了一定的力量。

(二)婚庆消费量较大,市场空间亟待拓展

对于高度重视婚庆工作的中国社会来说,婚庆甚至可以称之为一个人一生中第二重要的消费,而婚庆市场的存在和发展不仅带动了婚宴行业的兴盛,也促使婚庆产业相关的各类产业得到了长足的发展,对我国社会建设产生了相应的积极影响,婚庆产业甚至一度被称之为甜蜜的金矿。巨额的消费对婚庆市场的发展起到了巨大的刺激作用,婚庆市场在新时期得到了迅猛的发展,婚庆经济链已经关联到婚庆服务、摄影、美容美发、珠宝首饰、家居、汽车、楼盘等多方面的内容,带动了我国经济社会的整体性进步。但是从整体上进行分析,婚庆行业的市场发展空间仍然很大,因此新时期要想实现婚庆产业的跨越式发展,十分有必要加强对婚庆市场发展空间的探索,为婚庆产业在未来取得更大的发展成效提供相应的保障。

唯有如此,婚庆产业在拉动经济增长方面的作用才能够得到充分的发挥,也才可以切实推进我国社会主义现代化建设进程。

(三)当前我国婚庆消费相对集中,婚庆产业时间性强

在中国人的传统理念中,结婚消费是人一生中最为重要的消费活动之一,在婚礼操办过程中投入大量的资金是当前社会上大多数人的共识。一般来说,受到当前我国节假日安排和中国人传统婚庆观念的影响,我国婚庆典礼一般集中在五一、国庆、春节等喜庆节日或者特殊的纪念日中,在一定程度上导致婚庆产业的淡季和旺季存在巨大的差异。因此现阶段要想改变我国婚庆产业时间性强带来的不良影响,婚庆企业在发展和建设过程中还应该注意向人们

宣传新的婚庆思想,转变人们的传统婚庆观念,让人们婚庆工作形成全新的认识,进而逐步改善当前婚庆消费过于集中的问题,促使婚庆产业在新时期获得更好的发展。

(四)当前我国婚庆经济主体规模小、数量大

婚庆企业在发展过程中一般具有资金回笼循序的特点,受到传统风俗习惯的影响,一般人们在举办婚礼庆典的过程中不会选择赊账,因此婚庆企业各个相关项目的开展都能够获得一定的利润,极大推进了婚庆行业的快速发展。这一特点也在一定程度上促使每年有大量的公司在高利润的刺激下投入到婚庆市场的开发建设中,我国婚庆企业的整体数量十分庞大。

图：2012-2018年我国婚庆产业规模走势

资料来源：公开资料，中国报告网整理

但是由于当前我国婚庆行业的发展时间相对较短,所以现阶段各个城市中一般尚未成立具有一定规模,能够为新人提供全方位婚庆服务的大型专业化婚庆服务公司,绝大多数婚庆服务公司的主营业务仍然局限在婚纱摄影、婚礼摄像、新娘化妆和婚车出租等方面,农村地区的这一特征表现得更为明显。

由此可见,现阶段在我国婚庆行业中,各企业之间仍然保持着各自为战的关系,企业之间缺乏有效的交流和合作,对婚庆行业的现代化建设和发展产生不良影响。

二、积极推进我国婚庆产业持续健康发展的措施

(一)高度重视婚庆文化,逐步提升婚庆服务工作质量

婚庆服务行业在发展过程中要想在社会大众心中树立良好的形象,不仅要在工作中不断提升自身工作质量,还应该加强对婚礼宣传和婚俗文化的重视,积极转变社会大众的婚庆观念,倡导健康的婚庆模式,为婚庆产业的良好发展创造条件。

现阶段,从市场情况进行综合分析,我国婚庆行业中存在一定的铺张浪费现象,一些年轻的结婚对象受到“流行趋势”的影响,在婚庆过程中盲目的追求高档次,不断追加投资,虽然极大刺激了婚庆行业的发展,但是却不利于婚庆产业的稳定运行。同时,我国婚庆产业中还存在传统婚庆模式单一,存在低俗内容的现象,基于此,婚庆企业在提供婚庆服务的过程中要应该通过合理的宣传和引导,促使社会大众对文明婚庆形成正确的认识,并积极倡导时尚、文明的婚礼,为婚庆产业的持续稳定运行提供坚实的保障。

在具体操作方面,婚庆企业应该从自身人手,在婚庆人员的选拔过程中注意从业人员的综合素质,并通过科学的管理对婚庆人员的行为加以规范,进而有效提升婚庆人员的综合素质,为婚庆产业的发展奠定人才基础。

唯有如此,才能够借助婚庆人员综合素质的提升促使我国婚庆文化建设得到进一步发展,进而增强社会大众对婚庆企业的认同度和信任度,为婚庆产业的产业化发展和规范化发展创造有机条件。

(二)建立科学的行业标准,成立婚庆行业发展协会

现阶段,我国婚庆行业由于缺乏科学的管理存在严重的乱收费现象,所有相关服务的价格一般都由婚庆服务公司和客户协商决定,虽然能够满足部分客户的需求,但是从整体上看婚庆行业乱收费的现象已经严重影响了社会大众对行业的信任度,对婚庆产业的持续健康发展产生着一定的不利影响。因此,婚庆行业在发展过程中十分有必要结合行业实际情况制定科学的管理规范和管理制度,进而在行业内容部形成统一的行为标准,为婚庆产业的规范化发展奠定基础。

同时,为了全面保障婚庆行业的稳定发展,还应该创立相应的婚庆行业发展协会,对各婚庆企业建设、综合服务工作的开展提供相应的指导,切实维护婚庆消费者的合法权益,促使婚庆行业在实际发展过程中能够树立良好的社会形象,为婚庆行业的现代化建设创造条件。

(三)积极创建婚庆产业品牌,构建核心竞争力

由于当前我国婚庆市场缺乏系统的管理,在一定程度上造成客户和婚庆公司的矛盾不断升级,由婚庆公司管理不当造成客户损失的现象不断出现,严重影响了社会大众对婚庆行业的信任度,限制了婚庆行业的稳步运行。基于此,在当前我国婚庆产业飞速发展的同时,相关企业应该认识到提升产品和服务质量,打造服务品牌的重要性,只有婚庆企业为客户提供高质量的婚庆服务,才能够促使婚庆企业在激烈的市场竞争中获得一定的优势,为婚庆企业的现代化发展贡献相应的力量。因此为了能够保证我国婚庆经济在当前社会背景下可以逐渐走向稳定、理性、健康的发展道路。基于此,婚庆公司在建设发展过程中应该逐步提升自身管理水平,并注意通过文化建设、服务建设和产品营销建设等打造知名品牌,为婚庆行业的发展做出正确的引领,促使我国婚庆行业在发展过程中构建良好的产业链条,全面推进婚庆产业的现代化建设进程。

(四)逐步提升婚庆对象的维权意识

婚庆产业的健康发展不仅需要婚庆行业规范和婚庆企业服务质量的提升,还需要婚庆对象逐步提升自身维权意识,在遇到不良服务的时候能够自觉维护自身合法权益,做好人民群众的监督工作,促使婚庆企业在建设发展过程中必须规范自身行为,为客户提供高质量的服务。具体来说,一方面,婚庆对象在选择婚庆服务的过程中应该重点考虑大型、具有良好信誉度的公司;另一方面,在确定婚庆公司后应该注意与公司合理协商婚庆服务问题,并签订相应的合同。此外,一旦出现婚庆服务问题,应该及时运用法律武器维护自身合法权益,在保障自身权益的同时,也促使婚庆行业能够得到规范发展。

三、小结

综上所述,婚庆产业作为当前我国社会上的朝阳产业具有巨大的发展潜力,因此应该加强对婚庆产业的重视,结合时代背景探索更为专业的产业发展规划,制定科学的产业发展对策,对婚庆产业的产业化、规范化和专业化发展指明方向,促使婚庆产业化建设能够得到进一步推进,为婚庆行业的持续发展奠定基础。

中国报告网发布的《2017-2022年中国婚庆市场发展现状及投资战略研究报告》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、市场前景、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。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录:

第一章:中国婚庆产业背景分析

1.1婚庆产业定义及产业链分析

1.1.1婚庆产业定义

1.1.2婚庆产业的特征

- 1.1.3婚庆产业链结构分析
- 1.2婚庆产业消费群体分析
 - 1.2.1登记结婚的新人数量分析
 - 1.2.2登记结婚新人结构分析
 - 1.2.3登记结婚新人消费群体消费能力分析
 - 1.2.4登记结婚新人消费群体消费需求分析
 - 1.2.5登记结婚新人人均消费费用分析
- 1.3婚庆产业消费特征分析
 - 1.3.1新婚消费需求现状分析
 - 1.3.2新婚消费需求结构分析
 - 1.3.3区域结婚消费差异分析
 - 1.3.4结婚消费需求趋势分析
- 1.4婚庆产业相关政策分析
 - 1.4.1《婚纱和礼服行业标准》
 - 1.4.2《婚姻庆典服务》

第二章：中国婚庆产业发展状况分析

- 2.1婚庆产业发展分析
 - 2.1.1婚庆产业发展概况分析
 - 2.1.2婚庆产业发展特点分析
 - (1) 产业链逐步形成
 - (2) 供给总量不断扩大
 - (3) 企业规模较小
 - (4) 企业区域性强
 - (5) 地域性行业品牌正在形成
 - (6) 婚庆产业高度分散
 - (7) 新市场建设热开始升温
 - 2.1.3婚庆产业市场规模分析
- 2.2婚庆产业商业模式分析
 - 2.2.1产品服务性商业模式
 - 2.2.2品牌型商业模式
 - 2.2.3整合型商业模式
- 2.3婚庆产业区域市场分析
 - 2.3.1北京婚庆市场分析
 - (1) 北京年结婚人口规模分析

- (2) 北京婚庆市场规模分析
- (3) 北京婚庆服务需求分析
- (4) 北京婚庆市场前景预测
- 2.3.2 上海婚庆市场分析
 - (1) 上海年结婚人口规模分析
 - (2) 上海婚庆市场规模分析
 - (3) 上海婚庆市场发展前景预测
- 2.3.3 广州婚庆市场分析
 - (1) 广州年结婚人口规模分析
 - (2) 广州婚庆市场规模分析
 - (3) 广州婚庆市场发展前景预测
- 2.3.4 深圳婚庆市场分析
 - (1) 深圳年结婚人口规模分析
 - (2) 深圳婚庆市场规模分析
 - (3) 深圳婚庆市场发展前景预测
- 2.3.5 苏州婚庆市场分析
 - (1) 苏州年结婚人口规模及预测
 - (2) 苏州婚庆市场规模分析
 - (3) 苏州婚庆市场发展前景预测
- 2.4 婚庆博览会发展分析
 - 2.4.1 婚庆博览会简介
 - 2.4.2 婚庆博览会营销体系分析
 - 2.4.3 主要大型婚庆博览会分析
 - (1) 北京婚庆博览会
 - (2) 上海婚庆博览会
 - (3) 深圳婚庆博览会
 - (4) 杭州婚庆博览会
- 2.5 华德培婚礼有限公司经营情况分析
 - 2.5.1 华德培发展历程分析
 - 2.5.2 华德培主营业务分析
 - 2.5.3 华德培经营情况分析
 - 2.5.4 华德培经营策略分析
 - 2.5.5 华德培在华竞争分析
 - 2.5.6 华德培给中国企业的借鉴

第三章：中国婚庆产业策划市场分析

3.1婚庆策划服务概述

3.1.1婚庆策划内容简述

3.1.2婚庆策划主要业务及特点

3.1.3婚庆策划主要模式分析

3.2婚庆策划服务市场需求分析

3.3婚庆策划服务市场规模分析

3.4婚庆策划服务市场竞争分析

3.4.1北京婚庆策划服务市场竞争格局

3.4.2上海婚庆策划服务市场竞争格局

3.4.3广州婚庆策划服务市场竞争格局

3.4.4杭州婚庆策划服务市场竞争格局

3.4.5成都婚庆策划服务市场竞争格局

3.5婚庆策划服务市场趋势分析

3.5.1婚礼主题化

3.5.2婚礼个性化

3.5.3婚礼仪式化

3.5.4婚礼品质化

3.6婚庆策划服务市场前景分析

第四章：中国婚庆产业婚纱摄影市场分析

4.1婚纱摄影行业发展分析

4.1.1婚纱摄影行业发展现状

4.1.2婚纱摄影行业规模分析

4.1.3婚纱摄影行业发展趋势分析

(1) 经营连锁化

(2) 处理高科技化

(3) 市场多元化

(4) 职业化

(5) 规范化

4.2婚纱摄影市场分析

4.2.1婚纱摄影市场需求分析

4.2.2婚纱摄影市场规模分析

4.2.3婚纱摄影市场竞争格局分析

(1) 北京婚纱摄影市场竞争格局分析

- (2) 上海婚纱摄影市场竞争格局分析
- (3) 广州婚纱摄影市场竞争格局分析
- (4) 深圳婚纱摄影市场竞争格局分析
- (5) 苏州婚纱摄影市场竞争格局分析
- (6) 海口婚纱摄影市场竞争格局分析

4.2.4 婚纱摄影市场主要特点分析

4.2.5 婚纱摄影市场发展前景预测

4.3 婚纱摄影行业市场营销分析

4.3.1 婚纱摄影行业营销方式分析

- (1) 直营模式
- (2) 展会模式
- (3) 网络模式

4.3.2 婚纱摄影行业营销策略分析

- (1) 网络营销策略分析
- (2) 特色优先策略分析
- (3) 价格适应策略分析
- (4) 品牌提升策略分析
- (5) 刺激促销策略分析
- (6) 现身说法策略分析
- (7) 媒体组合策略分析
- (8) 单一诉求策略分析
- (9) 口碑营销策略分析

第五章：中国婚庆产业珠宝首饰市场分析

5.1 婚庆珠宝首饰市场分析

5.1.1 婚庆珠宝首饰市场需求分析

5.1.2 婚庆珠宝首饰市场规模分析

5.1.3 婚庆珠宝首饰市场竞争格局分析

5.1.4 婚庆珠宝首饰细分市场的需求分析

- (1) 黄金首饰市场需求分析
- (2) K金首饰市场分析
- (3) 铂金首饰市场需求分析
- (4) 钻石市场需求分析
- (5) 玉石市场需求分析

5.1.5 婚庆珠宝首饰市场发展前景预测

5.2婚庆珠宝首饰消费环境分析

5.2.1婚庆珠宝首饰市场调查

- (1) 新人采购珠宝首饰的比例分析
- (2) 新人采购珠宝的平均预算分析

5.2.2婚庆珠宝首饰消费者特征分析

- (1) 婚庆珠宝首饰消费者规模分析
- (2) 婚庆珠宝首饰消费者经济实力分析
- (3) 婚庆珠宝首饰消费者喜好分析
- (4) 婚庆珠宝首饰80后消费群体分析
- (5) 婚庆珠宝首饰90后消费群体分析

5.3婚庆珠宝首饰销售渠道分析

5.3.1商超渠道

5.3.2专卖店渠道

5.3.3网络渠道

- (1) 网络销售的优劣势分析
- (2) 网络销售案例分析

第六章：中国婚庆产业其他细分市场分析

6.1婚纱礼服市场分析

6.1.1婚纱礼服市场发展分析

- (1) 婚纱礼服市场需求分析
- (2) 婚纱礼服市场规模分析
- (3) 婚纱礼服市场竞争格局分析
- (4) 婚纱礼服市场发展前景预测

6.1.2婚纱礼服地区市场分析

- (1) 虎丘婚纱礼服市场分析
- (2) 广州婚纱礼服市场

6.1.3婚纱礼服销售渠道分析

- (1) 批发渠道
- (2) 婚纱影楼渠道
- (3) 商场渠道
- (4) 网络渠道

6.2中国婚宴市场分析

6.2.1婚宴市场发展分析

- (1) 婚宴市场需求分析

- (2) 婚宴市场规模分析
 - (3) 婚宴市场特点分析
 - (4) 婚宴价格分析
 - (5) 婚宴市场竞争格局分析
 - (6) 消费者选择婚宴酒店的因素分析
 - (7) 婚宴市场发展前景预测
- 6.2.2 婚宴地区市场分析
- (1) 北京婚宴市场分析
 - (2) 上海婚宴市场分析
 - (3) 广州婚宴市场分析
 - (4) 深圳婚宴市场分析
- 6.2.3 高星级酒店婚宴市场分析
- (1) 高星级酒店优势分析
 - (2) 高星级酒店经营策略分析
- 6.3 中国婚庆旅游市场分析
- 6.3.1 婚庆旅游市场发展现状分析
- 6.3.2 婚庆旅游消费特点分析
- (1) 旅游服务需求细
 - (2) 旅游消费档次高
 - (3) 季节性明显，停留时间长
 - (4) 对目的地资源要求高
- 6.3.3 婚庆旅游产品开发策略
- (1) 深挖细分市场需求
 - (2) 产品主题鲜明有特色
 - (3) 产品内容丰富多彩且注重细节
 - (4) 产品开发强调强强联合
- 6.3.4 婚庆旅游产品营销策略
- (1) 以独特性推出产品系列
 - (2) 设置产品进入壁垒
 - (3) 产品品牌化经营
 - (4) 旅游目的地加大对婚庆市场的投入
- 6.3.5 婚庆旅游市场发展前景预测

第七章：中国婚庆产业主要企业生产经营分析

7.1 婚纱摄影行业领先企业个案分析

7.1.1重庆金夫人实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务结构分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

7.1.2深圳市天长地久文化产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.3广东色色婚纱摄影有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.4上海巴黎婚纱摄影有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.5杭州薇薇新娘爱情山庄摄影有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.6上海珍妮花婚纱摄影有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.7西安蒙娜丽莎婚纱摄影设计有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.1.8钟爱一生婚纱摄影连锁机构经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2婚庆珠宝首饰行业领先企业个案分析

7.2.1周生生集团国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.2周大福珠宝金行（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.3六福集团（国际）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.4上海老凤祥有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.5东莞市金叶珠宝有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.6浙江日月首饰集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.7 深圳市粤豪珠宝有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.8 广东潮宏基实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.9 东方金钰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.10 金大福珠宝有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3 婚纱礼服行业领先企业个案分析

7.3.1 广东名瑞(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.2 潮州市金嘉德服饰有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.3 潮州市龙宝工艺服装有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.4 厦门福祥礼服有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.5 伟标(潮州)工艺服装有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.6 潮州市安琪婚纱礼服有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.7 潮州市宝妮珠饰有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3.8 厦门伟栊服饰有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4 婚宴酒店行业领先企业个案分析

7.4.1 上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.2 华天酒店集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.3深圳新都酒店股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5婚礼服务行业领先企业个案分析

7.5.1北京经典时光婚庆有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5.2美薇亭(北京)文化发展有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5.3上海花嫁喜铺婚礼服务有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5.4天津圣典盛世礼仪策划有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5.5郑州牵手婚庆礼仪策划有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5.6哈尔滨爱琴海岸礼仪策划有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.5.7南京罗曼庭文化传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.5.8广州市美辰婚庆服务有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.6婚庆旅游行业领先企业个案分析

7.6.1中国国旅股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.6.2中青旅控股股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.6.3黄山旅游发展股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第八章：中国婚庆产业发展趋势与前景预测

8.1婚庆产业发展前景预测

8.1.1婚庆产业驱动因素分析

- (1) 适婚人口规模庞大

- (2) 婚庆消费观念趋势
- (3) 婚庆消费能力发展
- (4) 婚庆消费水平走向
- 8.1.2 婚庆产业发展前景预测
- 8.2 婚庆产业链整合分析
 - 8.2.1 婚庆产业链整合现状
 - 8.2.2 婚庆企业产业链整合分析
 - (1) 深圳市天长地久文化产业股份有限公司
 - (2) 重庆金夫人实业有限公司
 - 8.2.3 婚庆产业链整合前景分析
- 8.3 婚庆产业发展策略分析
 - 8.3.1 婚庆产业存在问题分析
 - 8.3.2 婚庆产业发展策略分析
 - (1) 渠道规模化
 - (2) 产业链一体化
 - (3) 目标市场多元化

图表目录

- 图表1：全国登记结婚新人数量变化情况（单位：万对，%）
- 图表2：各地结婚人口数量统计情况（单位：万对，%）
- 图表3：城市举行婚礼的各项费用支出比例（单位：%）
- 图表4：城市举行婚礼的各项费用支出占比（单位：%）
- 图表5：农村举行婚礼的各项费用支出占比（单位：%）
- 图表6：我国婚庆市场规模情况（单位：万亿元）
- 图表7：品牌型商业模式概况
- 图表8：北京市结婚登记人数统计（单位：万对，%）
- 图表9：北京市婚庆市场规模预测（单位：亿元）
- 图表10：上海市结婚登记人数统计（单位：万对，%）
- 图表11：上海市婚庆市场规模预测（单位：亿元）
- 图表12：广州市结婚登记人数统计（单位：万对，%）
- 图表13：深圳市结婚登记人数统计（单位：万对，%）
- 图表14：深圳市婚庆市场规模预测（单位：亿元）
- 图表15：2015财年华德培的收入情况（单位：百万日元）
- 图表16：华德培自产自销模式的建立过程
(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/293314293314.html>