

2008-2010年中国婚庆市场分析及投资前景分析报告

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《2008-2010年中国婚庆市场分析及投资前景分析报告》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/xiantiyongpin/2940229402.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7300

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

英文版：17000元 日本の版：23000元 婚庆产业通俗地讲，又叫新婚消费产业，是为处于家庭生命周期中的新婚阶段（包括婚前准备、婚礼庆典、婚后蜜月等时期）的新婚人群提供系列产品和全面服务的各种行业的集合，是传统意义上仅注重婚庆典礼的婚庆行业的延伸与扩充。随着婚庆市场的快速发展，现已经形成了“五一 绣 葇婁虞 擗袍悃 揪地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两大结婚旺季策划筹备。各种婚纱摄影、婚礼服务的企业数量持续增加，市场供给总量有所扩大。依据中国婚博会对相关行业专家的调研，全国婚纱影楼平均每年以10%的速度增加，影楼婚纱销量每年至少以20%的速度递增；北京2004年到2005年11月份有276家婚礼服务公司注册，2007年至少翻了2番。 新中国建国以来最大的生育高峰期即20世纪80年代中后期出生的人群将于2007至2012年左右进入婚龄。中国的婚庆产业将迎来一个前所未有的市场高峰期，不少商家已经觊觎婚宴市场这一蛋糕了。本报告首先介绍了国内婚庆业的发展概况，然后分析了婚庆市场、婚庆消费市场及部分地区婚庆市场的运行情况。随后，报告分别介绍了婚纱礼服、婚纱摄影、婚庆服务、婚宴、蜜月旅游、喜糖及珠宝首饰等婚庆细分市场的发展，最后分析了婚庆行业的投资潜力和未来发展前景趋势。您若想对婚庆行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告是您不可或缺的重要工具。第一章

婚庆产业概述	第一节 婚庆产业的含义及特征	第二节 2007年婚庆经济发展特点	第三节 2007年婚庆产业发展状况	第四节 2007年中国婚庆产业存在的问题	第五节 2008-2010年我国婚庆产业发展策略				
第二章 2008-2010年我国婚庆市场总体概况	第一节 2007年我国婚庆市场总体情况	一、2007年我国婚庆市场概况	二、2007年婚庆市场发展特点	三、我国婚庆市场的多样化选择	四、我国婚庆市场两大走势解析				
第二节 二手婚庆用品市场分析	第三节 网上婚庆市场分析	第四节 农村婚庆用品租赁市场分析	第五节 2008-2010年我国婚庆市场前景展望						
第三章 2008-2010年我国婚庆市场竞争分析	第一节 中国婚庆市场竞争状况	第二节 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			
第三节 婚庆市场品牌分析	二、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	第四节 中国婚庆产业的 品牌战略分析						
第四章 2008-2010年我国婚庆消费市场分析	第一节 婚庆消费市场概况	一、2007年我国新婚消费需求现状	二、2007年我国新婚消费结构	三、2008-2010年我国结婚消费需求的发展趋势	第二节 婚庆消费走势	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	三、2007年婚庆时尚品成为消费新热点
第三节 婚庆消费应注意的问题	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五章
2008-2010年我国区域婚庆市场分析		第一节
2005-2010年上海婚庆市场发展状况及预测一、2005—2007年上海结婚人口数量统计 二、上海新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年上海婚庆市场消费结构（二）2006—2007年上海举行婚礼的各项费用支出比例		
三、上海婚庆市场存在的问题四、2008-2010年我国上海婚庆市场前景展望		第二节
2005-2010年北京婚庆市场发展状况及预测 一、2005—2007年北京结婚人口数量统计 二、北京新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年北京婚庆市场消费结构（二）2006—2007年北京举行婚礼的各项费用支出比例		
三、北京婚庆市场存在的问题四、2008-2010年我国北京婚庆市场前景展望		第三节
2005-2010年广州婚庆市场发展状况及预测 一、2005—2007年广州结婚人口数量统计 二、广州新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年广州婚庆市场消费结构（二）2006—2007年广州举行婚礼的各项费用支出比例		
三、广州婚庆市场存在的问题四、2008-2010年我国广州婚庆市场前景展望		第四节
2005-2010年深圳婚庆市场发展状况及预测一、2005—2007年深圳结婚人口数量统计 二、深圳新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年深圳婚庆市场消费结构（二）2006—2007年深圳举行婚礼的各项费用支出比例		
三、深圳婚庆市场存在的问题四、2008-2010年我国深圳婚庆市场前景展望		第五节
2005-2010年汕头婚庆市场发展状况及预测一、2005—2007年汕头结婚人口数量统计 二、汕头新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年汕头婚庆市场消费结构（二）2006—2007年汕头举行婚礼的各项费用支出比例		
三、汕头婚庆市场存在的问题四、2008-2010年我国汕头婚庆市场前景展望		第六节
2005-2010年杭州婚庆市场发展状况及预测一、2005—2007年杭州结婚人口数量统计 二、杭州新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年杭州婚庆市场消费结构（二）2006—2007年杭州举行婚礼的各项费用支出比例		
三、2008-2010年我国杭州婚庆市场前景展望		第七节
2005-2010年宁波婚庆市场发展状况及预测 一、2005—2007年宁波结婚人口数量统计 二、宁波新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年宁波婚庆市场消费结构（二）2006—2007年宁波举行婚礼的各项费用支出比例		
三、2008-2010年我国宁波婚庆市场前景展望		第八节
2005-2010年温州婚庆市场发展状况及预测 一、2005—2007年温州结婚人口数量统计 二、温州新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年温州婚庆市场消费结构（二）2006—2007年温州举行婚礼的各项费用支出比例		
三、2008-2010年我国温州婚庆市场前景展望		第九节
2005-2010年古城绍兴婚庆市场发展状况及预测一、2005—2007年古城绍兴结婚人口数量统计 二、古城绍兴新人婚庆市场消费状况（一）2006—2007年古城绍兴婚庆市场消费结构（二）2006—2007年古城绍兴举行婚礼的各项费用支出比例		
三、2008-2010年我国古城绍兴婚庆市场前景展望		第十节
2005-2010年福州婚庆市场发展状况及预测		第十一节

2005-2010年厦门婚庆市场发展状况及预测	第十二节
2005-2010年泉州婚庆市场发展状况及预测	第十三节
2005-2010年武汉婚庆市场发展状况及预测	第十四节
2005-2010年宜昌婚庆市场发展状况及预测	第十五节
2005-2010年南昌婚庆市场发展状况及预测	第十六节
2005-2010年兰州婚庆市场发展状况及预测	第十七节
2005-2010年唐山婚庆市场发展状况及预测	第十八节
2005-2010年常州婚庆市场发展状况及预测	第十九节
2005-2010年长沙婚庆市场发展状况及预测	第二十节
2005-2010年郴州婚庆市场发展状况及预测	第六章
2008-2010年我国婚庆服务市场分析	
第一节 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
第二节 婚礼策划市场分析	第三节
婚车租赁市场分析	第四节
婚车装扮市场分析	第七章
2008-2010年我国蜜月旅游市场分析	
第一节 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、节后蜜月旅游市场火热
第二节 地区蜜月旅游市场	第三节
蜜月旅游线路分析	第四节
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
第八章 2008-2010年我国婚纱摄影市场分析	
第一节 婚纱摄影市场概况	
第二节 地区婚纱摄影市场竞争状况	第三节
婚纱摄影新动向	第四节
地区婚纱摄影新动向	第九章
2008-2010年我国婚纱礼服市场分析	第一节
婚纱礼服市场分析一、	2006-2007年我国婚纱礼服市场需求分析二、
2006—2007年我国婚纱礼服不同层次消费额度调查	二、
2006-2007年我国婚纱网购市场分析	三、
2006-2007年我国定制婚纱市场分析	
五、2006-2007年我国婚纱晚礼服行业分析	第二节
婚纱区域市场分析	第三节
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
第十章 2008-2010年婚宴及婚宴酒市场分析	
第一节 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
第二节 地区婚宴市场	第三节
婚宴酒市场	一、婚宴酒市场解析
	二、婚宴市场葡萄酒的发展
第四节	婚宴酒发展策略及前景
第四节	
中国婚庆酒与婚文化结合发展策略	一、白酒婚庆市场推广战略分析
二、白酒的婚庆市场运作思路	三、
	婚宴酒细分应注重品牌定位
四、酒企运作婚宴市场策略分析	第十一章
2008-2010年我国喜糖市场分析	第一节
喜糖市场分析	一、中国喜糖市场概况
	二、喜糖消费市场现状
	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
地区喜糖市场	第三节
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	第十二章
2008-2010年我国婚庆相关领域市场分析	第一节
珠宝首饰市场分析	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、床上用品消费的发展方向 第三节 家电市场分析 第四节 家具市场分析 第五节 其他相关婚庆市场 二、家居建材零售业脚步已迈入婚庆市场 二、数码印刷抢食婚庆消费市场 三、耐用消费品把握婚庆消费市场销售策略第十三章 2008-2010年我国婚庆行业投资及前景趋势 第一节 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 婚庆产业投资前景分析 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 婚庆行业发展前景 第四节 婚庆行业发展趋势 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、婚庆市场流行趋势图表目录省略，如需详细目录，请来电索取！

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2940229402.html>