

2020年中国婚庆旅游行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国婚庆旅游行业分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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/lyyou/520392520392.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

婚庆旅游是指婚庆服务和旅游服务相结合的一种复合型旅游产品。它具有独特性、季节性、复合型、休闲性、娱乐性的特征。

婚庆旅游特征

数据来源：公开资料整理

我国婚庆旅游行业产业链上游为酒店、婚纱摄影、花艺设计等资源供应商；中游根据消费者需求，可分为婚庆旅拍服务、婚礼策划服务、蜜月旅游定制服务等；下游包括新婚人群和已婚人群。

我国婚庆旅游产业链

数据来源：公开资料整理

近年来，我国相继出台多项相关政策对婚庆旅游行业进行监管并促其健康发展。2016年民政部出台《婚姻登记工作规范》，规定婚纱摄影、婚庆旅游等服务机构不得设置在婚姻登记场所内，杜绝搭车收费现象，避免婚姻登记人遭到莫名骚扰。

我国婚庆旅游行业相关政策

时间

政策名称

制定部门

相关内容

2015年8月

《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

国务院

大力促进旅游投资，鼓励市场各类投资机构进入旅游相关产业;鼓励各单位和企业根据自身实际状况,将带薪休假与本地传统节日、地方特色活动相结合，安排错峰休假;提出明确的旅游基础设施提升计划,围绕国家重点旅游线路改扩建支线机场,完善周边停车位建设和城市旅游咨询中心服务。

2015年9月

《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

原国家旅游局

督促各婚庆旅游企业停止恶性竞争行为，坚持依法运营,维护婚庆旅游市场秩序。

2016年1月

《婚姻登记工作规范》

民政局

规定婚纱摄影、婚庆旅游等服务机构不得设置在婚姻登记场所内，杜绝搭车收费现象。避免婚姻登记人遭到莫名骚扰。

2016年3月

《“十三五”旅游业发展规划》

国务院

将旅游产业提升至国家战略层面，大力鼓励发展旅游业。数据来源：公开资料整理

在政策的监管下，我国婚庆旅游行业市场规模呈增长态势。根据数据显示，2018年我国婚庆旅游行业市场规模为1.5亿元；较上年同比增长7.1%；2019年我国婚庆旅游行业市场规模为1.7亿元；较上年同比增长13.3%。

2015-2019年我国婚庆旅游行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

我国婚庆旅游行业快速发展的同时，也存在着一些问题。当前婚庆旅游行业参与者众多但大部分相关企业不仅缺少规范和标准，还缺乏整体品牌竞争意识。其次虚假广告、价格圈套、就业人员素质不高等因素均对行业发展造成了较大的影响。

我国婚庆旅游行业发展现状

数据来源：公开资料整理

此外，近年来我国结婚登记人数的持续下降，也对我国婚庆旅游行业的发展起着一定的制约作用。

根据数据显示，2019年我国结婚人数为947.1万对,2020年上半年我国结婚人数为387.9万对。

2015-2020年H1我国结婚对数

数据来源：国家统计局（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国婚庆旅游行业分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国婚庆旅游行业发展概述

第一节 婚庆旅游行业发展情况概述

一、婚庆旅游行业相关定义

二、婚庆旅游行业基本情况介绍

三、婚庆旅游行业发展特点分析

第二节 中国婚庆旅游行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、婚庆旅游行业产业链条分析

三、中国婚庆旅游行业上游环节分析

四、中国婚庆旅游行业下游环节分析

第三节 中国婚庆旅游行业生命周期分析

一、婚庆旅游行业生命周期理论概述

二、婚庆旅游行业所属的生命周期分析

第四节 婚庆旅游行业经济指标分析

一、婚庆旅游行业的赢利性分析

二、婚庆旅游行业的经济周期分析

三、婚庆旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国婚庆旅游行业进入壁垒分析

一、婚庆旅游行业资金壁垒分析

二、婚庆旅游行业技术壁垒分析

三、婚庆旅游行业人才壁垒分析

四、婚庆旅游行业品牌壁垒分析

五、婚庆旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球婚庆旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球婚庆旅游行业发展历程回顾

第二节 全球婚庆旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲婚庆旅游行业地区市场分析

一、亚洲婚庆旅游行业市场现状分析

二、亚洲婚庆旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲婚庆旅游行业市场前景分析

第四节 北美婚庆旅游行业地区市场分析

一、北美婚庆旅游行业市场现状分析

二、北美婚庆旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美婚庆旅游行业市场前景分析

第五节 欧盟婚庆旅游行业地区市场分析

一、欧盟婚庆旅游行业市场现状分析

二、欧盟婚庆旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟婚庆旅游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界婚庆旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球婚庆旅游行业市场规模预测

第三章 中国婚庆旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品婚庆旅游总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国婚庆旅游行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国婚庆旅游产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国婚庆旅游行业运行情况

第一节 中国婚庆旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国婚庆旅游行业市场规模分析

第三节 中国婚庆旅游行业供应情况分析

第四节 中国婚庆旅游行业需求情况分析

第五节 中国婚庆旅游行业供需平衡分析

第六节 中国婚庆旅游行业发展趋势分析

第五章 中国婚庆旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国婚庆旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国婚庆旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国婚庆旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国婚庆旅游市场格局分析

第一节 中国婚庆旅游行业竞争现状分析

一、中国婚庆旅游行业竞争情况分析

二、中国婚庆旅游行业主要品牌分析

第二节 中国婚庆旅游行业集中度分析

一、中国婚庆旅游行业市场集中度分析

二、中国婚庆旅游行业企业集中度分析

第三节 中国婚庆旅游行业存在的问题

第四节 中国婚庆旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国婚庆旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国婚庆旅游行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国婚庆旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国婚庆旅游行业消费者基本情况

第二节 中国婚庆旅游行业消费者属性及偏好调查

第三节 婚庆旅游行业成本分析

第四节 婚庆旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国婚庆旅游行业价格现状分析

第六节 中国婚庆旅游行业平均价格走势预测

一、中国婚庆旅游行业价格影响因素

二、中国婚庆旅游行业平均价格走势预测

三、中国婚庆旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国婚庆旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国婚庆旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区婚庆旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婚庆旅游市场规模分析

四、华东地区婚庆旅游市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区婚庆旅游市场规模分析

四、华北地区婚庆旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区婚庆旅游市场规模分析

四、华南地区婚庆旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国婚庆旅游行业竞争情况

第一节 中国婚庆旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国婚庆旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国婚庆旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 婚庆旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国婚庆旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国婚庆旅游行业未来发展前景分析

一、婚庆旅游行业国内投资环境分析

二、中国婚庆旅游行业市场机会分析

三、中国婚庆旅游行业投资增速预测

第二节 中国婚庆旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国婚庆旅游行业市场发展预测

一、中国婚庆旅游行业市场规模预测

二、中国婚庆旅游行业市场规模增速预测

三、中国婚庆旅游行业产值规模预测

四、中国婚庆旅游行业产值增速预测

五、中国婚庆旅游行业供需情况预测

第四节 中国婚庆旅游行业盈利走势预测

一、中国婚庆旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国婚庆旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国婚庆旅游行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 婚庆旅游产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 婚庆旅游行业投资风险分析

一、婚庆旅游行业政策风险分析

二、婚庆旅游行业技术风险分析

三、婚庆旅游行业竞争风险分析

四、婚庆旅游行业其他风险分析

第三节 婚庆旅游行业企业经营发展分析及建议

一、婚庆旅游行业经营模式

二、婚庆旅游行业销售模式

三、婚庆旅游行业创新方向

第四节 婚庆旅游行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国婚庆旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国婚庆旅游行业品牌战略分析

一、婚庆旅游企业品牌的重要性

二、婚庆旅游企业实施品牌战略的意义

三、婚庆旅游企业品牌的现状分析

四、婚庆旅游企业的品牌战略

五、婚庆旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国婚庆旅游行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国婚庆旅游行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国婚庆旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国婚庆旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国婚庆旅游行业定价策略分析

第三节 中国婚庆旅游行业营销渠道策略

一、婚庆旅游行业渠道选择策略

二、婚庆旅游行业营销策略

第四节 中国婚庆旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国婚庆旅游行业重点投资区域分析

二、中国婚庆旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/520392520392.html>