

中国蜜月旅行行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2022-2029年）

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《中国蜜月旅行行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600855.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

蜜月旅行一般称之为度蜜月，通常是指新婚夫妇在婚礼后马上和爱人一起去旅游度假。“蜜月”一词产生于公元前500年的英国，当时的还处于较原始的荒蛮社会。而通常人们把新婚后的第一个月称为“蜜月”。蜜月旅游行业上游是景点、交通、住宿等资源端，中游是包括传统线下和新兴线上两种模式的渠道端，下游消费端则为有蜜月游需求的人群。

资料来源：观研天下整理

伴随着时代变迁，消费观念的改变，以及随着90后们陆续步入婚姻殿堂，越来越多的年轻人开始选择旅行婚拍，来一趟蜜月旅行。根据全国结婚产业调查统计中心《中国结婚产业发展调查报告》显示，平均每年全国有811.36万对新人登记结婚，其中仅城镇新人在婚礼上的消费就达4183亿元人民币。全国每年结婚新人近1000万对，新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费，有蜜月旅行需求的人数近60%。

随着国内经济持续回暖及居民人均可支配收入不断提高给蜜月旅行行业发展提供了必要条件。根据国家统计局数据显示，2021年，全年全国居民人均可支配收入35128元，比上年增长9.1%，扣除价格因素，实际增长8.1%。

数据来源：观研天下整理

同时庞大的婚庆市场带来较大潜能。随着居民收入的增加和生活品质的提高，婚庆质量要求和婚庆服务、准备婚庆的支出需求都在逐年上升，形式更趋于多样化，现成了巨大的增量市场。有相关数据显示，新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费。

数据显示，2017年-2019年我国婚庆产业规模由14623亿元增长至21120.3亿元。2020年受疫情影响，我国婚庆产业规模市场规模有所下降，下降到14148亿元。估计随着疫情好转，我国婚庆产业将逐步回温，推测2021年我国婚庆产业规模市场规模为16978亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

由此面对潜力巨大的市场，国内婚庆行业的发展也在发生着改变，新婚人群对于结婚的消费需求已由过去的模式化、单一化需求逐渐转变为个性化、多样化需求。而在婚庆经济的产业链中，婚庆蜜月旅游已经成为经济链中不可忽视的步骤。

目前“90后”已然成为了备婚人群的主力军。根据相关资料显示，目前我国婚庆市场的主要消费人群主要分布在20-30岁的年轻消费者，占比77.9%；从收入水平来看，则以5000-10000元的中产收入人群为主，占29.7%。其中更加人性化的私人定制游、小型游、精品游、深度游等新型旅游产品日益受到游客们的青睐，并成为旅游企业重点开发的领域。

此外“互联网”正在成为推动蜜月旅行行业转型升级、高质量发展的重要驱动力，蜜月旅行行业数字化转型发展趋势正在加速。“互联网”成为蜜月旅行的新场景、智慧旅游的新动能。

但值得注意的是，我国蜜月旅行行业主要面临的风险来自于国内结婚人数的持续下降。根据民政部数据显示，我国结婚登记人数由2015年的1224.71万对下降至2021年的763.6万对，结婚率由2013年的9.9%下降至2021年的5.41%。

数据来源：民政部+观研天下整理

数据来源：民政部+观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国蜜月旅行行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国蜜月旅行行业发展概述

第一节 蜜月旅行行业发展情况概述

一、蜜月旅行行业相关定义

二、蜜月旅行特点分析

三、蜜月旅行行业基本情况介绍

四、蜜月旅行行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、蜜月旅行行业需求主体分析

第二节中国蜜月旅行行业生命周期分析

一、蜜月旅行行业生命周期理论概述

二、蜜月旅行行业所属的生命周期分析

第三节蜜月旅行行业经济指标分析

一、蜜月旅行行业的赢利性分析

二、蜜月旅行行业的经济周期分析

三、蜜月旅行行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球蜜月旅行行业市场发展现状分析

第一节全球蜜月旅行行业发展历程回顾

第二节全球蜜月旅行行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲蜜月旅行行业地区市场分析

一、亚洲蜜月旅行行业市场现状分析

二、亚洲蜜月旅行行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲蜜月旅行行业市场前景分析

第四节北美蜜月旅行行业地区市场分析

一、北美蜜月旅行行业市场现状分析

二、北美蜜月旅行行业市场规模与市场需求分析

三、北美蜜月旅行行业市场前景分析

第五节欧洲蜜月旅行行业地区市场分析

一、欧洲蜜月旅行行业市场现状分析

二、欧洲蜜月旅行行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲蜜月旅行行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界蜜月旅行行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球蜜月旅行行业市场规模预测

第三章 中国蜜月旅行行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对蜜月旅行行业的影响分析

第三节中国蜜月旅行行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对蜜月旅行行业的影响分析

第五节中国蜜月旅行行业产业社会环境分析

第四章 中国蜜月旅行行业运行情况

第一节中国蜜月旅行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

第二节中国蜜月旅行行业市场规模分析

一、影响中国蜜月旅行行业市场规模的因素

二、中国蜜月旅行行业市场规模

三、中国蜜月旅行行业市场规模解析

第三节中国蜜月旅行行业供应情况分析

一、中国蜜月旅行行业供应规模

二、中国蜜月旅行行业供应特点

第四节中国蜜月旅行行业需求情况分析

一、中国蜜月旅行行业需求规模

二、中国蜜月旅行行业需求特点

第五节中国蜜月旅行行业供需平衡分析

第五章 中国蜜月旅行行业产业链和细分市场分析

第一节中国蜜月旅行行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、蜜月旅行行业产业链图解

第二节中国蜜月旅行行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对蜜月旅行行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对蜜月旅行行业的影响分析

第三节我国蜜月旅行行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国蜜月旅行行业市场竞争分析

第一节中国蜜月旅行行业竞争现状分析

- 一、中国蜜月旅行行业竞争格局分析
- 二、中国蜜月旅行行业主要品牌分析

第二节中国蜜月旅行行业集中度分析

- 一、中国蜜月旅行行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国蜜月旅行行业市场集中度分析

第三节中国蜜月旅行行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国蜜月旅行行业模型分析

第一节中国蜜月旅行行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国蜜月旅行行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国蜜月旅行行业SWOT分析结论

第三节中国蜜月旅行行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国蜜月旅行行业需求特点与动态分析

第一节中国蜜月旅行行业市场动态情况

第二节中国蜜月旅行行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节蜜月旅行行业成本结构分析

第四节蜜月旅行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

第五节中国蜜月旅行行业价格现状分析

第六节中国蜜月旅行行业平均价格走势预测

一、中国蜜月旅行行业平均价格趋势分析

二、中国蜜月旅行行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国蜜月旅行行业所属行业运行数据监测

第一节中国蜜月旅行行业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

第二节中国蜜月旅行行业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

第三节中国蜜月旅行行业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

第十章 2018-2022年中国蜜月旅行行业区域市场现状分析

第一节中国蜜月旅行行业区域市场规模分析

一、影响蜜月旅行行业区域市场分布的因素

二、中国蜜月旅行行业区域市场分布

第二节中国华东地区蜜月旅行行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 华东地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 华南地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 华东地区蜜月旅行行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 华中地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 华中地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 华中地区蜜月旅行行业市场规模预测

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、华南地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 华南地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 华南地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 华南地区蜜月旅行行业市场规模预测

第五节华北地区蜜月旅行行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 华北地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 华北地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 华北地区蜜月旅行行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 东北地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 东北地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 东北地区蜜月旅行行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 西南地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 西南地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 西南地区蜜月旅行行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区蜜月旅行行业市场分析

(1) 西北地区蜜月旅行行业市场规模

(2) 西北地区蜜月旅行行业市场现状

(3) 西北地区蜜月旅行行业市场规模预测

第十一章 蜜月旅行行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国蜜月旅行行业发展前景分析与预测

第一节 中国蜜月旅行行业未来发展前景分析

一、蜜月旅行行业国内投资环境分析

二、中国蜜月旅行行业市场机会分析

三、中国蜜月旅行行业投资增速预测

第二节中国蜜月旅行行业未来发展趋势预测

第三节中国蜜月旅行行业规模发展预测

一、中国蜜月旅行行业市场规模预测

二、中国蜜月旅行行业市场规模增速预测

三、中国蜜月旅行行业产值规模预测

四、中国蜜月旅行行业产值增速预测

五、中国蜜月旅行行业供需情况预测

第四节中国蜜月旅行行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国蜜月旅行行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国蜜月旅行行业进入壁垒分析

一、蜜月旅行行业资金壁垒分析

二、蜜月旅行行业技术壁垒分析

三、蜜月旅行行业人才壁垒分析

四、蜜月旅行行业品牌壁垒分析

五、蜜月旅行行业其他壁垒分析

第二节蜜月旅行行业风险分析

一、蜜月旅行行业宏观环境风险

二、蜜月旅行行业技术风险

三、蜜月旅行行业竞争风险

四、蜜月旅行行业其他风险

第三节中国蜜月旅行行业存在的问题

第四节中国蜜月旅行行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国蜜月旅行行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国蜜月旅行行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国蜜月旅行行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 蜜月旅行行业营销策略分析

一、蜜月旅行行业产品策略

二、蜜月旅行行业定价策略

三、蜜月旅行行业渠道策略

四、蜜月旅行行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600855.html>