

2018-2023 年中国婚庆行业市场研究与投资潜力分析报告

内容概要：

婚庆行业是为处于家庭生命周期中的新婚阶段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。婚庆行业链在一定的地理区域内，以新人消费需求为导向，所有企业部分或完全围绕新婚消费主题，以产品、服务为纽带结成的一种具有价值增值功能的战略关系网链。

2016 年全国共有事业单位性质的婚姻登记机构 1393 个，办理婚姻登记场所 4863 处。各级民政部门和婚姻登记机构共依法办理结婚登记 1142.8 万对，其中：涉外及华侨、港澳台居民登记结婚 4.2 万对。结婚率为 8.3‰。2016 年 25-29 岁办理结婚登记占结婚总人口比重最大，占 38.2%。

与婚庆相关的策划服务业、婚纱摄影业、珠宝首饰业、酒店业以及投融资机构等纷纷高调进军和介入，在加快转变经济发展方式的过程中，婚庆行业的崛起将带来较多好的投资机遇。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对婚庆行业的基本概况、国外婚庆行业状况、宏观发展环境、行业市场规模情况、婚庆行业商业模式、竞争格局、重点地区及企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、民政部、中国婚庆行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为婚庆行业相关企业、销售企业、投资企业等准确了解婚庆行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 12800
英文版价格：USD 10900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国婚庆行业市场研究与投资潜力分析报告

■ 报告目录

第 1 章 婚庆行业发展综述

1.1 婚庆行业定义及行业链分析

1.1.1 婚庆行业定义

1.1.2 婚庆行业的特征

1.1.3 婚庆行业链结构分析

1.2 婚庆行业消费群体分析

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 婚庆行业消费特征分析

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

第 2 章 婚庆行业发展环境 PEST 分析

2.1 婚庆行业政治法律环境

2.1.1 行业主要政策法规

2.1.2 政策环境对行业的影响

2.2 婚庆行业经济环境分析

2.2.1 中国 GDP 增长情况

2.2.2 工业经济发展形势

2.2.3 社会固定资产投资情况

2.2.4 全社会消费品零售总额

2.2.5 中国融资环境分析

2.3 行业社会环境分析

2.3.1 人口结构环境分析

2.3.2 居民人均可支配收入

2.3.3 居民消费水平情况

2.3.4 文化教育环境分析

2.3.5 中国城镇化率水平

2.4 行业技术环境分析

第3章 婚庆行业发展运行状况分析

3.1 国外婚庆行业发展分析

3.1.1 婚庆形式及成本

3.1.2 婚庆电商的创新

3.1.3 德国婚庆市场

3.1.4 美国婚庆市场

3.1.5 日本婚庆市场

3.1.6 韩国婚庆行业

3.2 中国婚庆产业总体发展情况

3.2.1 行业变化分析

3.2.2 行业发展阶段

3.2.3 产业结构形态

3.2.4 行业发展特点

3.3 互联网时代婚庆行业发展分析

3.3.1 婚庆平台及婚庆店铺

3.3.2 O2O 平台发展

3.3.3 线上结合线下

3.3.4 结婚人群分析

3.3.5 困境及解决方案

3.4 婚庆行业市场发展现状

3.4.1 婚庆市场蓬勃兴旺

3.4.2 婚庆市场现状透析

3.4.3 婚庆市场流行风潮

3.4.4 婚庆市场服务模式

3.4.5 婚庆行业市场规模分析

3.5 婚庆行业商业模式分析

3.5.1 产品服务性商业模式

3.5.2 品牌型商业模式

3.5.3 整合型商业模式

3.6 婚庆博览会发展分析

3.6.1 婚庆博览会简介

3.6.2 婚庆博览会营销体系分析

3.6.3 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

第4章 婚庆行业区域市场分析

4.1 北京婚庆市场分析

4.1.1 北京婚庆市场现状分析

4.1.2 北京年结婚人口规模分析

4.1.3 北京婚庆市场规模分析

4.1.4 北京婚庆市场前景预测

4.2 上海婚庆市场分析

4.2.1 上海婚庆市场现状分析

4.2.2 上海年结婚人口规模分析

4.2.3 上海婚庆市场规模分析

4.2.4 上海婚庆市场发展前景预测

4.3 广州婚庆市场分析

4.3.1 广州婚庆市场现状分析

- 4.3.2 广州年结婚人口规模分析
- 4.3.3 广州婚庆市场规模分析
- 4.3.4 广州婚庆市场前景预测

4.4 深圳婚庆市场分析

- 4.4.1 深圳婚庆市场现状分析
- 4.4.2 深圳年结婚人口规模分析
- 4.4.3 深圳婚庆市场规模分析
- 4.4.4 深圳婚庆市场前景预测

4.5 苏州婚庆市场分析

- 4.5.1 苏州婚庆市场现状分析
- 4.5.2 苏州年结婚人口规模及预测
- 4.5.3 苏州婚庆市场规模分析
- 4.5.4 苏州婚庆市场前景预测

第 5 章 婚庆行业策划服务市场分析

5.1 婚庆行业策划服务概述

- 5.1.1 婚庆策划内容简述
- 5.1.2 婚庆策划主要业务及特点
- 5.1.3 婚庆策划主要模式分析

5.2 婚庆行业策划服务市场发展分析

- 5.2.1 婚庆策划服务市场需求分析
- 5.2.2 婚庆策划服务市场规模分析
- 5.2.3 婚庆策划服务市场前景分析

5.3 婚庆行业策划服务市场竞争分析

- 5.3.1 北京婚庆策划服务市场竞争格局
- 5.3.2 上海婚庆策划服务市场竞争格局
- 5.3.3 广州婚庆策划服务市场竞争格局
- 5.3.4 杭州婚庆策划服务市场竞争格局
- 5.3.5 成都婚庆策划服务市场竞争格局

5.4 婚庆策划服务市场趋势分析

5.4.1 婚礼主题化

5.4.2 婚礼个性化

5.4.3 婚礼仪式化

5.4.4 婚礼品质化

第 6 章 婚庆行业婚纱摄影市场分析

6.1 婚纱摄影行业发展分析

6.1.1 婚纱摄影行业发展现状

6.1.2 婚纱摄影行业规模分析

6.1.3 婚纱摄影行业发展趋势分析

6.2 婚纱摄影市场分析

6.2.1 婚纱摄影市场需求分析

6.2.2 婚纱摄影市场规模分析

6.2.3 婚纱摄影市场竞争格局分析

6.2.4 婚纱摄影市场主要特点分析

6.2.5 婚纱摄影市场发展前景预测

6.3 婚纱摄影行业市场营销分析

6.3.1 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

6.3.2 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

第 7 章 婚庆行业珠宝首饰市场分析

7.1 婚庆珠宝首饰市场分析

7.1.1 婚庆珠宝首饰市场需求分析

- 7.1.2 婚庆珠宝首饰市场规模分析
- 7.1.3 婚庆珠宝首饰市场竞争格局分析
- 7.1.4 婚庆珠宝首饰细分市场的需求分析
- 7.1.5 婚庆珠宝首饰市场发展前景预测

7.2 婚庆珠宝首饰消费环境分析

- 7.2.1 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
- 7.2.2 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

7.3 婚庆珠宝首饰销售渠道分析

- 7.3.1 商超渠道
- 7.3.2 专卖店渠道
- 7.3.3 网络渠道

第 8 章 婚庆行业其他细分市场分析

8.1 婚纱礼服市场分析

- 8.1.1 婚纱礼服市场发展分析
- 8.1.2 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
- 8.1.3 婚纱礼服销售渠道分析

8.2 中国婚宴市场分析

- 8.2.1 婚宴市场发展分析
- 8.2.2 婚宴地区市场分析
- 8.2.3 高星级酒店婚宴市场分析

8.3 中国婚庆旅游市场分析

8.3.1 婚庆旅游市场发展现状分析

8.3.2 婚庆旅游消费特点分析

8.3.3 婚庆旅游产品开发策略

8.3.4 婚庆旅游产品营销策略

8.3.5 婚庆旅游市场发展前景预测

第9章 婚纱摄影行业主要经营分析

9.1 上海巴黎婚纱摄影有限公司

9.1.1 企业发展简况分析

9.1.2 企业服务结构分析

9.1.3 企业销售网络分析

9.1.4 企业经营状况优劣势分析

9.2 重庆金夫人实业有限公司

9.2.1 企业发展简况分析

9.2.2 企业服务结构分析

9.2.3 企业销售网络分析

9.2.4 企业经营状况优劣势分析

9.3 深圳市天长地久文化产业股份有限公司

9.3.1 企业发展简况分析

9.3.2 企业服务结构分析

9.3.3 企业销售网络分析

9.3.4 企业经营状况优劣势分析

9.4 杭州薇薇新娘爱情山庄摄影有限公司

9.4.1 企业发展简况分析

9.4.2 企业服务结构分析

9.4.3 企业销售网络分析

9.4.4 企业经营状况优劣势分析

9.5 西安蒙娜丽莎婚纱摄影设计有限公司

9.5.1 企业发展简况分析

- 9.5.2 企业服务结构分析
- 9.5.3 企业销售网络分析
- 9.5.4 企业经营状况优劣势分析

第 10 章 婚庆珠宝首饰行业主要企业经营分析

10.1 周生生集团国际有限公司

- 10.1.1 企业发展简况
- 10.1.2 主营业务领域
- 10.1.3 市场布局情况
- 10.1.4 竞争优势分析
- 10.1.5 经营业绩分析
- 10.1.6 盈利能力分析
- 10.1.7 运营能力分析
- 10.1.8 发展能力分析
- 10.1.9 偿债能力分析

10.2 周大福珠宝金行（深圳）有限公司

- 10.2.1 企业发展简况
- 10.2.2 主营业务领域
- 10.2.3 市场布局情况
- 10.2.4 竞争优势分析
- 10.2.5 经营业绩分析
- 10.2.6 盈利能力分析
- 10.2.7 运营能力分析
- 10.2.8 发展能力分析
- 10.2.9 偿债能力分析

10.3 六福集团（国际）有限公司

- 10.3.1 企业发展简况
- 10.3.2 主营业务领域
- 10.3.3 市场布局情况
- 10.3.4 竞争优势分析

10.3.5 经营业绩分析

10.3.6 盈利能力分析

10.3.7 运营能力分析

10.3.8 发展能力分析

10.3.9 偿债能力分析

10.4 上海老凤祥有限公司

10.4.1 企业发展简况

10.4.2 主营业务领域

10.4.3 市场布局情况

10.4.4 竞争优势分析

10.4.5 经营业绩分析

10.4.6 盈利能力分析

10.4.7 运营能力分析

10.4.8 发展能力分析

10.4.9 偿债能力分析

10.5 东莞市金叶珠宝有限公司

10.5.1 企业发展简况

10.5.2 主营业务领域

10.5.3 市场布局情况

10.5.4 竞争优势分析

10.5.5 经营业绩分析

10.5.6 盈利能力分析

10.5.7 运营能力分析

10.5.8 发展能力分析

10.5.9 偿债能力分析

第 11 章 婚纱礼服行业主要经营分析

11.1 广东名瑞（集团）股份有限公司

11.1.1 企业发展简况

11.1.2 主营业务领域

11.1.3 市场布局情况

11.1.4 竞争优势分析

11.1.5 经营业绩分析

11.1.6 盈利能力分析

11.1.7 运营能力分析

11.1.8 发展能力分析

11.1.9 偿债能力分析

11.2 潮州市金嘉德服饰有限公司

11.2.1 企业发展简况

11.2.2 主营业务领域

11.2.3 市场布局情况

11.2.4 竞争优势分析

11.2.5 经营业绩分析

11.2.6 盈利能力分析

11.2.7 运营能力分析

11.2.8 发展能力分析

11.2.9 偿债能力分析

11.3 潮州市龙宝工艺服装有限公司

11.3.1 企业发展简况

11.3.2 主营业务领域

11.3.3 市场布局情况

11.3.4 竞争优势分析

11.3.5 经营业绩分析

11.3.6 盈利能力分析

11.3.7 运营能力分析

11.3.8 发展能力分析

11.3.9 偿债能力分析

11.4 厦门福祥礼服有限公司

11.4.1 企业发展简况

11.4.2 主营业务领域

11.4.3 市场布局情况

11.4.4 竞争优势分析

11.4.5 经营业绩分析

11.4.6 盈利能力分析

11.4.7 运营能力分析

11.4.8 发展能力分析

11.4.9 偿债能力分析

11.5 伟标（潮州）工艺服装有限公司

11.5.1 企业发展简况

11.5.2 主营业务领域

11.5.3 市场布局情况

11.5.4 竞争优势分析

11.5.5 经营业绩分析

11.5.6 盈利能力分析

11.5.7 运营能力分析

11.5.8 发展能力分析

11.5.9 偿债能力分析

第 12 章 婚宴酒店行业主要企业经营分析

12.1 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

12.1.1 企业发展简况

12.1.2 主营业务领域

12.1.3 市场布局情况

12.1.4 竞争优势分析

12.1.5 经营业绩分析

12.1.6 盈利能力分析

12.1.7 运营能力分析

12.1.8 发展能力分析

12.1.9 偿债能力分析

12.2 华天酒店集团股份有限公司

12.2.1 企业发展简况

12.2.2 主营业务领域

12.2.3 市场布局情况

12.2.4 竞争优势分析

12.2.5 经营业绩分析

12.2.6 盈利能力分析

12.2.7 运营能力分析

12.2.8 发展能力分析

12.2.9 偿债能力分析

12.3 深圳新都酒店股份有限公司

12.3.1 企业发展简况

12.3.2 主营业务领域

12.3.3 市场布局情况

12.3.4 竞争优势分析

12.3.5 经营业绩分析

12.3.6 盈利能力分析

12.3.7 运营能力分析

12.3.8 发展能力分析

12.3.9 偿债能力分析

第 13 章 婚礼服务行业主要企业经营分析

13.1 北京经典时光婚庆有限公司

13.1.1 企业发展简况分析

13.1.2 企业服务结构分析

13.1.3 企业销售网络分析

13.1.4 企业经营状况优劣势分析

13.2 美薇亭（北京）文化发展有限公司

13.2.1 企业发展简况分析

13.2.2 企业服务结构分析

13.2.3 企业销售网络分析

13.2.4 企业经营状况优劣势分析

13.3 上海花嫁喜铺婚礼服务有限公司

13.3.1 企业发展简况分析

13.3.2 企业服务结构分析

13.3.3 企业销售网络分析

13.3.4 企业经营状况优劣势分析

13.4 天津圣典盛世礼仪策划有限公司

13.4.1 企业发展简况分析

13.4.2 企业服务结构分析

13.4.3 企业销售网络分析

13.4.4 企业经营状况优劣势分析

13.5 南京罗曼庭文化传媒有限公司

13.5.1 企业发展简况分析

13.5.2 企业服务结构分析

13.5.3 企业销售网络分析

13.5.4 企业经营状况优劣势分析

第 14 章 婚庆旅游行业主要经营分析

14.1 中国国旅股份有限公司经营情况分析

14.1.1 企业发展简况

14.1.2 主营业务领域

14.1.3 市场布局情况

14.1.4 竞争优势分析

14.1.5 经营业绩分析

14.1.6 盈利能力分析

14.1.7 运营能力分析

14.1.8 发展能力分析

14.1.9 偿债能力分析

14.2 中青旅控股股份有限公司经营情况分析

14.2.1 企业发展简况

14.2.2 主营业务领域

14.2.3 市场布局情况

14.2.4 竞争优势分析

14.2.5 经营业绩分析

14.2.6 盈利能力分析

14.2.7 运营能力分析

14.2.8 发展能力分析

14.2.9 偿债能力分析

14.3 黄山旅游发展股份有限公司经营情况分析

14.3.1 企业发展简况

14.3.2 主营业务领域

14.3.3 市场布局情况

14.3.4 竞争优势分析

14.3.5 经营业绩分析

14.3.6 盈利能力分析

14.3.7 运营能力分析

14.3.8 发展能力分析

14.3.9 偿债能力分析

第 15 章 婚庆行业发展趋势与前景预测

15.1 婚庆行业发展前景预测

15.1.1 婚庆行业驱动因素分析

15.1.2 婚庆行业发展前景预测

15.2 婚庆行业链整合分析

15.2.1 婚庆行业链整合现状

15.2.2 婚庆企业产业链整合分析

15.2.3 婚庆行业链整合前景分析

15.3 婚庆行业发展策略分析

15.3.1 婚庆行业存在问题分析

15.3.2 婚庆行业发展策略分析

15.4 婚庆行业市场投资风险预警

15.4.1 政策风险及对策

15.4.2 市场风险及对策

15.4.3 竞争风险及对策

15.4.4 运营风险及对策

■ 图表目录

图表 1：各地结婚人口数量统计情况

图表 2：城市举行婚礼的各项费用支出占比

图表 3：农村举行婚礼的各项费用支出占比

图表 4：我国婚庆市场规模情况

图表 5：北京市结婚登记人数统计

图表 6：北京市婚庆市场规模预测

图表 7：上海市结婚登记人数统计

图表 8：上海市婚庆市场规模预测

图表 9：深圳市结婚登记人数统计

图表 10：深圳市婚庆市场规模预测

图表 11：婚庆 O2O 服务模式分析

图表 12：周生生集团国际有限公司盈利能力分析

图表 13：周生生集团国际有限公司运营能力分析

图表 14：周生生集团国际有限公司发展能力分析

图表 12：周大福珠宝金行（深圳）有限公司盈利能力分析

图表 13：周大福珠宝金行（深圳）有限公司运营能力分析

图表 14：周大福珠宝金行（深圳）有限公司发展能力分析

图表 15：上海老凤祥有限公司盈利能力分析

图表 16：上海老凤祥有限公司运营能力分析

图表 17：上海老凤祥有限公司发展能力分析

图表 18：东莞市金叶珠宝有限公司盈利能力分析

图表 19：东莞市金叶珠宝有限公司运营能力分析

图表 20：东莞市金叶珠宝有限公司发展能力分析

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方：_____

企业负责人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

企业联系人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

手 机：_____ 企业传真：_____

座 机：_____ 电子邮箱：_____

地 址：_____

☐套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 ☐套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元

☐套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 ☐套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元

备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐：_____ 份数：_____

服 务 方 式：☐全套版本（电子版+印刷版） ☐电子版（电子邮件发送） ☐印刷版本（免费快递）

协 议 金 额：_____ 付款日期：_____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

联 系 电 话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**

地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）

■汇款至 招商银行 ■汇款至 中国建设银行

账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司

开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行

账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方：_____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

盖章：_____ 盖章：_____

日期：_____年_____月_____日 日期：_____年_____月_____日