

# 2009年中国婚庆行业市场分析及 投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009年中国婚庆行业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/8634.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国婚庆行业市场运行环境浅析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国婚庆行业政策环境分析

- (一) 婚庆行业服务标准
- (二) 河南省婚庆服务合同条款细化

#### 三、2008年中国婚庆行业社会环境分析

- (一) 人民生活水平提高
- (二) 居民消费观念
- (三) 独生子女家庭比例增多

### 第二章 2008年中国婚庆行业发展现状综述

#### 一、婚庆行业及婚庆产业链简析

- (一) 婚前准备、
- (二) 婚礼庆典
- (三) 婚后蜜月

#### 二、2008年中国婚庆行业发展状况分析

#### 三、2008年中国婚庆经济发展特点分析

#### 四、2008年婚庆行业规模分析

- (一) 总量规模
- (二) 企业规模

#### 五、2008年中国婚庆行业区域市场结构分析

#### 六、2008年婚庆行业最新资讯

- (一) 地域性的行业品牌正在形成：
- (二) 全国缺少婚庆“一条龙”服务的专业市场
- (三) 新市场建设热开始升温

### 第三章 2008年中国婚庆行业结构分析

#### 一、婚礼服务

## 二、婚纱摄影

- (一) 婚纱照整体市场规模
- (二) 城乡的拍照率和拍照花费同比
- (三) 新婚夫妇选择影楼比较看重的因素

## 三、婚纱影楼发展

- (一) 婚纱影楼发展历程
- (二) 婚纱影楼现状
- (三) 影楼经营存在的问题

## 四、婚纱礼服

## 五、婚宴服务

## 第四章 2008年中国新婚消费需求解析

- 一、2008年中国新婚消费需求现状
- 二、2008年中国新婚消费结构分析
- 三、2008年中国区域经济水平及其结婚消费差异分析
- 四、2009-2012年中国结婚消费需求的发展趋势分析
  - (一) 结婚消费项目增加
  - (二) 结婚消费范围不断扩大
  - (三) 现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变
  - (四) 婚纱照整体市场规模略有扩大
  - (五) 传统观念对结婚择日仍有影响
  - (六) 在经济承担能力之内的婚庆行为，得到认可

## 第五章 2008年中国婚庆行业的商业模式探析

- 一、产品服务型商业模式，
  - (一) 独立的婚庆产品生产销售商
  - (二) 婚庆服务提供商
- 二、品牌型商业模式
  - (一) 品牌连锁
  - (二) 网络营销
- 三、整合型商业模式
  - (一) 婚博会

## （二）结婚展

### 第六章 2008年中国婚庆行业存在的问题探究

- 一、产品服务同质化，不能满足个性化需求
- 二、前景看好但混乱无序，诚信问题严重
- 三、婚庆公司良莠不齐，鱼龙混杂现象影响行业发展，
- 四、高端新婚消费市场不成熟
- 五、行业标准欠缺，行业管理力不从心
- 六、资源配置效率低下，行业资源亟待整合
- 七、缺乏符合行业发展的企业营销模式
- 八、从业人员素质偏低，各种职业培训不够发达

### 第七章 2008年中国婚庆行业消费目录群体市场调查分析

- 一、消费者对婚礼所持态度调查分析
  - （一）调查者认为婚嫁是人生大事，应倾力为之
  - （二）调查者认为婚礼应量力而行
  - （三）调查者认为婚礼应节简，不宜铺张
- 二、消费者婚礼费用构成调查分析
  - （一）调查者认为婚礼的费用应完全由新人承担
  - （二）调查者认为婚礼费用应由家庭成员和新人共同承担
  - （三）调查者认为婚礼费用应完全由家长承担
- 三、消费者婚礼预计花费调查分析
- 四、消费者选择结婚方式调查分析
  - （一）消费者喜欢沿袭传统的婚礼分析
  - （二）消费者喜欢旅游结婚方分析
  - （三）消费者喜欢网上婚礼分析
- 五、婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

### 第八章 2008年中国婚庆行业市场竞争格局透析

- 一、2008年中国婚庆行业竞争现状分析
- 二、2008年中国婚庆行业竞争方式分析
  - （一）个性策划竞争

(二) 服务竞争

(三) 价格竞争

三、2008年中国婚庆行业地区竞争格局分析

四、2008年中国婚庆市场竞争存在的问题分析

五、2009-2012年中国婚庆市场竞争趋势分析

## 第九章 2008年中国主要地区婚庆市场分析

### 一、广州

(一) 广州婚庆市场消费状况

(二) 广州婚庆相关产业发展分析

### 二、北京

(一) 北京婚庆市场消费状况

(二) 北京婚庆相关产业发展分析

### 三、上海

(一) 上海婚庆市场消费状况

(二) 上海婚庆相关产业发展分析

## 第十章 婚庆相关领域市场发展态势探究

### 一、珠宝首饰市场

(一) 婚庆市场各种珠宝首饰受欢迎情况

(二) 婚庆市场珠宝首饰款式新颖成选择标准

(三) 珠宝首饰市场K金销售逐步赶超黄金

(四) 2006年婚庆市场翡翠再次流行

(五) 黄金首饰欲抢回婚庆市场

### 二、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) 婚庆床上用品流行个性化

(四) 床上用品消费的发展方向

### 三、家电市场

(一) 家电巨头纷抢婚庆市场蛋糕

(二) 家电消费品质享受时代到来

- (三) 家电套餐消费时代降临
- (四) 婚庆热潮国美家电营销分析

#### 四、家具市场

- (一) 中国家具市场现状剖析
- (二) 广州家具市场发展特点分析
- (三) 2006年新仿古典家具市场发展状况分析

### 第十一章 2009-2012年中国婚庆行业的发展及投资分析

#### 一、2009-2012年中国婚庆行业发展分析

- (一) 行业分工细化，服务范围不断扩大
- (二) 服务质量将不断提升
- (三) 各类婚庆服务公司共赢发展趋势
- (四) 婚庆行业“掘金”行业不断扩充，新婚消费蛋糕持续增大
- (五) 各地区婚庆协会不断成立，将大力提倡贴心服务、诚信服务
- (六) 政府更加重视婚庆文化，制定和完善新婚消费行业规范，整治行业市场
- (七) 企业更加注重创建婚庆行业知名品牌，打造核心竞争力，提高全行业经营管理水平
- (八) 网络等现代科技手段在婚庆行业中将发挥更大的宣传和销售作用

#### 二、2009-2012年中国婚庆行业投资操作分析

- (一) 婚庆创业流程操作
- (二) 婚庆行业投资过程全解析
- (三) 投资婚庆行业要重视规范操作

#### 三、2009-2012年中国婚庆行业投资机会分析

- (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

#### 四、2009-2012年中国婚庆行业投资风险分析

#### 五、2009-2012年中国婚庆行业投资策略分析

- (一) 多行业联手打造婚庆行业一条龙服务
- (二) 品牌连锁机构将引领婚庆业发展
- (三) 婚庆公司促进网络拓展

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8634.html>