

2018-2024年中国婚纱摄影 行业市场分析与投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国婚纱摄影行业市场分析与投资机遇研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201803/26-256294.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

持续受捧的海南旅游市场，源源不断的顾客也让婚纱摄影行业发展日渐繁荣。在三亚，数百家规模不一的婚纱影楼、婚庆服务公司等机构，为吸引顾客，纷纷出奇招，多样化的婚庆产品让消费者选择越来越多。

目前三亚的婚纱摄影机构基本上可以分为3类：一类是知名的婚纱摄影连锁店，有固定的门店和固定的室内摄影棚，实力雄厚，工作人员也有上百人；另一类是只有固定门店，没有室内摄影棚，工作人员三四十人；还有一类则是那种既没有固定门店，又没有室内摄影棚，工作人员只有寥寥几人的工作室，大都是租用小区或民宅，而这一类工作室数量最多。保守估计，三亚婚纱摄影机构也有400家，价格几千元到几万元不等。

近年来，随着海南旅游市场持续升温，除了传统的婚纱摄影外，旅行蜜月、旅行婚礼越来越受欢迎。三亚独有的气候和地理位置，一年四季都适合拍摄婚纱照，正因如此，海南的各大旅行社纷纷推出婚庆旅游产品，旅行社联合酒店、婚庆公司、婚纱摄影机构，共享这一新兴的旅游产品。

报告目录

第一章 婚纱摄影行业发展概述

第一节 行业界定

一、婚纱摄影行业定义及分类

二、婚纱摄影行业经济特性

三、婚纱摄影行业产业链简介

第二节 婚纱摄影行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 国内婚纱摄影发展演变历程

一、婚纱摄影雏形——摄影技术的引进以及照相楼的诞生

二、照相馆婚纱摄影的初步商业化

三、“革命图式”的结婚照

四、专业市场下的婚纱摄影

第四节 婚纱摄影行业价值链分析

一、婚纱摄影行业价值链分析

二、婚纱摄影行业利润最大的环节或部分

三、婚纱摄影行业战略控制点

第二章 国内婚纱摄影行业品牌产品市场规模分析

第一节2015-2017年婚纱摄影市场规模分析

第二节 我国婚纱摄影区域结构分析

第三节 婚纱摄影区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2018-2024年婚纱摄影市场规模预测

第三章2015-2017年我国婚纱摄影行业发展现状分析

第一节我国婚纱摄影行业发展现状

一、婚纱摄影行业品牌发展现状

二、婚纱摄影行业需求市场现状

三、婚纱摄影市场需求层次分析

四、我国婚纱摄影市场走向分析

第二节中国婚纱摄影产品技术分析

一、2015-2017年婚纱摄影产品技术变化特点

二、2015-2017年婚纱摄影产品市场的新技术

三、2015-2017年婚纱摄影产品市场现状分析

第三节中国婚纱摄影行业存在的问题

一、婚纱摄影产品市场存在的主要问题

二、国内婚纱摄影产品市场的三大瓶颈

三、婚纱摄影产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国婚纱摄影市场的分析及思考

一、婚纱摄影市场特点

二、婚纱摄影市场分析

三、婚纱摄影市场变化的方向

四、中国婚纱摄影行业发展的新思路

五、对中国婚纱摄影行业发展的思考

第四章2015-2017年国内婚纱摄影行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 婚纱摄影产量统计分析

第二节 婚纱摄影历年消费量统计分析

第三节 国内婚纱摄影行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 婚纱摄影产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 婚纱摄影产品的品牌市场调查

一、消费者对婚纱摄影品牌认知度宏观调查

二、消费者对婚纱摄影产品的品牌偏好调查

三、消费者对婚纱摄影品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、婚纱摄影品牌忠诚度调查

六、婚纱摄影品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五章 国内婚纱摄影行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对婚纱摄影行业品牌发展的重要性

第三节 婚纱摄影行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 中国婚纱摄影行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 国内婚纱摄影行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 我国婚纱摄影行业营销趋势及策略分析

第一节 婚纱摄影行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、婚纱摄影营销环境分析与评价

- 1、国际环境下的婚纱摄影
- 2、企事业需求下的婚纱摄影
- 3、我国婚纱摄影市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 婚纱摄影行业营销策略分析

一、中国婚纱摄影营销概况

二、婚纱摄影营销策略探讨

第三节 婚纱摄影营销的发展趋势

一、未来婚纱摄影市场营销的出路

二、中国婚纱摄影营销的趋势预测

第四节 婚纱摄影市场营销模式与面临的挑战

第七章 婚纱摄影国内重点生产厂家分析

第一节 现代经典婚纱摄影

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营状况优劣势分析
- 五、企业最新发展动向分析

第二节 米兰新娘婚纱摄影有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第三节 上海唯一视觉摄影

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第四节 西安蒙娜丽莎婚纱摄影设计有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第五节 湖南艾特婚纱摄影有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 钦州市第一夫人外景婚纱摄影有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第七节 三亚美之璇旅游婚纱摄影有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第八节 巴黎春天婚纱摄影有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第九节 薇薇新娘婚纱摄影有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第十节 钟爱一生婚纱摄影集团

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第八章 国内婚纱摄影行业品牌竞争格局分析

第一节 婚纱摄影行业历史竞争格局概况

一、婚纱摄影行业集中度分析

二、婚纱摄影行业竞争程度分析

第二节 婚纱摄影行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2018-2024年国内婚纱摄影行业品牌竞争格局展望

第九章 2018-2024年国内婚纱摄影行业品牌发展预测

第一节 2018-2024年婚纱摄影行业品牌市场财务数据预测

一、2018-2024年婚纱摄影行业品牌市场规模预测

二、2018-2024年婚纱摄影行业总产值预测

三、2018-2024年婚纱摄影行业利润总额预测

四、2018-2024年婚纱摄影行业总资产预测

第二节2018-2024年婚纱摄影行业供需预测

一、2018-2024年婚纱摄影产量预测

二、2018-2024年婚纱摄影需求预测

三、2018-2024年婚纱摄影供需平衡预测

五、2018-2024年主要婚纱摄影产品进出口预测

第三节2018-2024年婚纱摄影行业投资机会

一、2018-2024年婚纱摄影行业主要领域投资机会

二、2018-2024年婚纱摄影行业出口市场投资机会

三、2018-2024年婚纱摄影行业企业的多元化投资机会

第四节 影响婚纱摄影行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响婚纱摄影行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响婚纱摄影行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响婚纱摄影行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国婚纱摄影行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国婚纱摄影行业发展面临的机遇分析

第五节2018-2024年婚纱摄影行业投资风险及控制策略分析

一、婚纱摄影行业市场风险及控制策略

二、婚纱摄影行业政策风险及控制策略

三、婚纱摄影行业经营风险及控制策略

四、婚纱摄影行业技术风险及控制策略

五、婚纱摄影行业同业竞争风险及控制策略

六、婚纱摄影行业其他风险及控制策略

第十章2018-2024年国内婚纱摄影行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 婚纱摄影行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 婚纱摄影行业投资价值分析

一、2015-2017年婚纱摄影市场趋势总结

二、2018-2024年婚纱摄影发展趋势分析

三、2018-2024年婚纱摄影市场发展空间

四、2018-2024年婚纱摄影产业政策趋向

五、2018-2024年婚纱摄影技术革新趋势

六、2018-2024年婚纱摄影价格走势分析

第四节 婚纱摄影行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 婚纱摄影行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十一章 业内专家对国内婚纱摄影行业总结及企业经营战略建议

第一节 婚纱摄影行业问题总结

第二节 2018-2024年婚纱摄影行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2018-2024年婚纱摄影行业企业的资本运作模式

一、婚纱摄影行业企业国内资本市场的运作建议

二、婚纱摄影行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2018-2024年婚纱摄影行业企业营销模式建议

一、婚纱摄影行业企业的国内营销模式建议

二、婚纱摄影行业企业海外营销模式建议

第五节婚纱摄影市场的重点客户战略实施

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

图表目录

图表：婚纱摄影业生命周期

图表：婚纱摄影业从业人数

图表：2013-2017年全球婚纱摄影业市场规模

图表：2013-2017年中国婚纱摄影业市场规模

图表：2013-2017年婚纱摄影业重要数据指标比较

图表：2013-2017年中国婚纱摄影市场占全球份额比较

图表：2013-2017年婚纱摄影业工业总产值

图表：2013-2017年婚纱摄影业销售收入

图表：2013-2017年婚纱摄影业利润总额

图表：2013-2017年婚纱摄影业资产总计

图表：2013-2017年婚纱摄影业负债总计

图表：2018-2024年婚纱摄影业竞争力预测

图表：2018-2024年婚纱摄影市场价格走势预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业主营业务收入预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业主营业务成本预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业销售费用预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业管理费用预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业财务费用预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业销售毛利率预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业销售利润率预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业成本费用利润率预测

图表：2018-2024年婚纱摄影业总资产利润率预测

图表：2014-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2017年居民消费价格涨跌幅度

……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201803/26-256294.html>