

2021-2027年中国婚庆策划 行业前景研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国婚庆策划行业前景研究与投资战略咨询报告》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/R0904/202011/17-373179.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

婚礼策划是指为客人量身打造婚礼而进行的策划，是各种婚礼形式的组合体。婚礼策划师根据每位新人的不同爱好、追求或诉求点而为新入量身定做的婚礼，并非简单的流程组合加会场布置此类简单的婚礼服务项目组合，而是依据新人的兴趣、要求结合婚宴场地来策划的，整个婚礼围绕一至两个主题或两至三个侧重点进行。为了表达这些主题和侧重点，会场布置格调、灯光、音乐、道具、情感表达方式、舞台节目、主持人、主持词等各种人、物、情景等元素需要完美配合来演绎期待中的婚礼

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国婚庆策划行业前景研究与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了婚庆策划行业市场发展环境、婚庆策划整体运行态势等，接着分析了婚庆策划行业市场运行的现状，然后介绍了婚庆策划市场竞争格局。随后，报告对婚庆策划做了重点企业经营状况分析，最后分析了婚庆策划行业发展趋势与投资预测。您若想对婚庆策划产业有个系统的了解或者想投资婚庆策划行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章中国婚庆策划产业环境分析

第一节婚庆策划行业政策环境分析

一、婚庆策划行业管理体制

二、婚庆策划行业标准规范

三、婚庆策划行业政策法规

四、婚庆策划行业发展规划

第二节婚庆策划行业社会环境分析

一、中国人口发展现状

二、中国城镇化进程分析

（一）城镇化进程及其特征

（二）城镇化推进积极影响

（三）城市化拓宽农村市场

三、中国食品安全总体情况

四、新农村建设的消费潜力

第三节婚庆策划行业消费环境分析

一、居民消费能力分析

（一）人均GDP增长分析

（二）城乡居民收入分析

（三）城乡居民储蓄存款分析

二、城镇居民消费情况分析

（一）城镇居民消费支出情况

（二）城镇居民食品消费支出

（三）城镇居民消费特点分析

三、农村居民消费情况分析

（一）农村居民消费支出情况

（二）农村居民食品消费支出

（三）农村居民消费特点分析

四、居民消费信心指数分析

五、居民消费价格指数分析

第四节婚庆策划行业技术环境分析

第二章国婚庆策划行业发展概述

第一节中国婚庆策划行业发展状况分析

一、中国婚庆策划行业发展阶段

二、中国婚庆策划行业发展总体概况

三、中国婚庆策划行业发展特点分析

第二节2015-2019年婚庆策划行业发展现状

一、2015-2019年中国婚庆策划行业市场规模

二、2015-2019年中国婚庆策划行业发展分析

三、2015-2019年中国婚庆策划企业发展分析

第三节2021-2027年中国婚庆策划行业面临的困境及对策

一、中国婚庆策划行业面临的困境及对策

1、我国婚庆策划行业存在供求结构性矛盾

（1）高端婚庆策划

(2) 中端婚庆策划

(3) 低端婚庆策划

2、中国婚庆策划行业对策探讨

二、中国婚庆策划企业发展困境及策略分析

1、中国婚庆策划企业面临的困境

2、中国婚庆策划企业的对策探讨

三、国内婚庆策划企业的出路分析

第三章中国婚庆策划所属行业数据监测分析

第一节中国婚庆策划行业发展分析

一、中国婚庆策划行业发展概述

二、中国婚庆策划行业发展概述

三、中国婚庆策划行业发展概况

第二节婚庆策划所属行业经济运行状况

一、婚庆策划行业企业数量分析

二、婚庆策划行业资产规模分析

三、婚庆策划行业销售收入分析

四、婚庆策划行业利润总额分析

第三节婚庆策划行业结构特征分析

一、婚庆策划企业经济类型分析

(一) 国有婚庆策划企业经济指标分析

(二) 集体婚庆策划企业经济指标分析

(三) 股份制婚庆策划企业的经济指标

(四) 股份合作婚庆策划企业经济指标

(五) 私营婚庆策划企业经济指标分析

(六) 外资婚庆策划企业经济指标分析

二、婚庆策划企业规模结构分析调

(一) 大型婚庆策划企业经济指标分析

(二) 中型婚庆策划企业经济指标分析

(三) 小型婚庆策划企业经济指标分析

三、婚庆策划行业区域结构分析

(一) 东北地区婚庆策划行业发展分析

- (二) 华北地区婚庆策划行业发展分析
- (三) 华东地区婚庆策划行业发展分析
- (四) 华中地区婚庆策划行业发展分析
- (五) 华南地区婚庆策划行业发展分析
- (六) 西南地区婚庆策划行业发展分析
- (七) 西北地区婚庆策划行业发展分析

第四节 婚庆策划所属行业运营效益分析

- 一、婚庆策划所属行业盈利能力分析
- 二、婚庆策划行业的毛利率分析
- 三、婚庆策划所属行业运营能力分析
- 四、婚庆策划所属行业偿债能力分析
- 五、婚庆策划行业成长能力分析

第五节 婚庆策划行业成本费用分析

- 一、婚庆策划所属行业销售成本分析
- 二、婚庆策划所属行业销售费用分析
- 三、婚庆策划所属行业管理费用分析
- 四、婚庆策划所属行业财务费用分析

第四章 婚庆策划连锁行业发展情况分析

第一节 婚庆连锁市场发展概况

- 一、婚庆连锁经营模式
- 二、婚庆连锁发展特点
 - (一) 门店联盟特点
 - (二) 供应链管理特点
 - (三) 物流链管理特点
 - (四) 需求链管理特点
- 三、婚庆连锁市场现状
- 四、婚庆连锁区域特点
- 五、婚庆连锁制约因素

第二节 婚庆策划商超模式分析

第三节 婚庆策划专卖连锁模式分析

- 一、连锁经营概述

二、连锁经营模式

三、专卖连锁经营瓶颈

四、专卖连锁经营要求

第四节婚庆策划连锁竞争分析

第五节婚庆连锁企业连锁特点

第六节婚庆连锁市场信息化概况

一、连锁店信息化管理现状

二、连锁店信息化的必要性

三、连锁店ERP的系统模型

四、连锁店信息化效益分析

（一）服装采购信息化效益

（二）库存管理信息化效益

（三）生产管理信息化效益

（四）连锁配送信息化效益

（五）加盟营运信息化效益

（六）POS收银信息化效益

（七）大宗销售信息化效益

（八）新业务的拓展及支持

第五章中国婚庆策划行业市场渠道分析

第一节婚庆行业营销渠道分析

第二节婚庆行业消费调查分析

一、婚庆业消费者调研分析

（一）消费者偏好分析

（二）消费者购买行为

二、婚庆策划消费需求特征

（一）主要消费人群

（二）消费心理特征

（三）消费地理特征

三、婚庆策划消费影响因素

（一）社会层次因素

（二）人口地理因素

(三) 购买心理因素

(四) 购买行为因素

四、婚庆产品消费推动因素

五、婚庆品牌顾客认知调查

六、婚庆策划农村市场调研

七、婚庆策划消费需求趋势

第六章中国婚庆策划行业营销策略分析

第一节中国婚庆策划行业经营模式

一、经营模式概述

二、经营模式分类

(一) 按产品组合分

(二) 按业务范围分

(三) 按策略定位分

三、服务接待形态

四、品牌化运营分析

第二节婚庆策划企业营销策略分析

一、国外营销策略借鉴

二、经营多元策略分析

三、产品细分策略分析

四、市场细分策略分析

五、营销理念创新分析

六、营销组合创新分析

七、零售终端销售策略

八、农村市场营销策略

九、提升企业核心竞争力

第三节婚庆策划企业另类营销策略

一、节日营销

(一) 消费特点

(二) 促销方式

(三) 营销步骤

(四) 营销要点

二、网络营销

（一）博客营销

（二）微博营销

（三）流量引导

三、娱乐营销

四、二维码营销

五、展览会营销

六、FBA利益销售

七、特色营销方式

第四节婚庆策划企业选址及装修策略

一、产品设计及其定位

二、店址商圈确定原则

三、婚庆店错位开店策略

四、店铺装修误区分析

五、店铺装修风格定位

第五节连锁婚庆策划企业管理策略

第七章中国婚庆策划行业主要品牌案例分析

第一节北京花海阁婚礼策划有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第二节重庆金夫人婚庆礼仪有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第三节上海韦创贸易发展有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第四节北京皆喜文化发展有限责任公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第五节深圳市好百年婚庆礼仪策划有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第六节广州领势盛禧婚庆礼仪策划有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第七节广州缘梦纪婚礼策划有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第八节北京恒通阳光文化发展有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业经营状况分析

三、品牌市场定位分析

四、品牌营销推广渠道

第八章中国婚庆策划所属行业进出口分析

第一节中国婚庆策划进口分析

一、婚庆策划进口数量情况

二、婚庆策划进口金额情况

三、婚庆策划进口来源分析

四、婚庆策划进口均价分析

第二节中国婚庆策划出口分析

一、婚庆策划出口数量情况

二、婚庆策划出口金额情况

三、婚庆策划出口流向分析

四、婚庆策划出口均价分析

第九章中国婚庆策划行业重点区域市场状况分析

第一节北京婚庆策划行业市场

一、北京市婚庆策划需求环境

二、北京市婚庆策划市场现状

三、北京婚庆策划市场竞争力

四、北京市婚庆策划市场前景

第二节上海婚庆策划发展分析

一、上海市婚庆策划需求环境

二、上海市婚庆策划市场现状

三、上海婚庆策划市场竞争力

四、上海市婚庆策划市场前景

第三节江苏婚庆策划发展分析

一、江苏省婚庆策划需求环境

二、江苏省婚庆策划市场现状

三、江苏婚庆策划市场竞争力

四、江苏省婚庆策划市场前景

第四节浙江婚庆策划发展分析

一、浙江省婚庆策划需求环境

二、浙江省婚庆策划市场现状

三、浙江婚庆策划市场竞争力

四、浙江省婚庆策划市场前景

第五节山东婚庆策划发展分析

一、山东省婚庆策划需求环境

二、山东省婚庆策划市场现状

三、山东婚庆策划市场竞争力

四、山东省婚庆策划市场前景

第六节广东婚庆策划发展分析

一、广东省婚庆策划需求环境

二、广东省婚庆策划市场现状

三、广东婚庆策划市场竞争力

四、广东省婚庆策划市场前景

第七节四川婚庆策划发展分析

一、四川省婚庆策划需求环境

二、四川省婚庆策划市场现状

三、四川婚庆策划市场竞争力

四、四川省婚庆策划市场前景

第八节重庆婚庆策划发展分析

一、重庆市婚庆策划需求环境

二、重庆市婚庆策划市场现状

三、重庆婚庆策划市场竞争力

四、重庆市婚庆策划市场前景

第十章2021-2027年中国婚庆策划行业发展前景及预测

第一节婚庆策划发展前景

一、婚庆策划发展前景分析

二、婚庆策划发展机遇分析

三、功能婚庆策划发展前景

四、信息化婚庆策划发展前景

第二节婚庆策划发展趋势

一、国际婚庆策划发展趋势

二、婚庆策划市场发展趋势

三、婚庆策划细分市场趋势

四、婚庆策划企业发展趋势

五、婚庆策划技术发展趋势

第三节婚庆行业市场预测

一、国际婚庆策划规模预测

二、婚庆策划零售规模预测

- 三、中国蛋糕零售规模预测
- 四、中国面包零售规模预测
- 五、中国月饼点心规模预测

第十一章中国婚庆策划行业投资与风险分析

第一节婚庆策划行业投资风险分析

- 一、行业政策风险分析
- 二、行业经营风险分析
 - (一) 行业原料风险分析
 - (二) 连锁租赁风险分析
 - (三) 食品卫生风险分析
- 三、行业技术风险分析

第二节婚庆策划行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业发展有利因素
- 三、行业发展不利因素
- 四、市场供求及其变动

第三节婚庆策划行业投资策略及建议

- 一、行业投资环境分析
- 二、行业投资机会分析
 - (一) 产品投资机会
 - (二) 区域投资机会
 - (三) 消费者投资机会
- 三、行业投资策略建议
- 四、区域市场授信建议

部分图表目录：

图表2015-2019年中国婚庆行业销售成本分析

图表2015-2019年中国婚庆行业销售费用分析

图表2015-2019年中国婚庆行业管理费用分析

图表2015-2019年中国婚庆行业财务费用分析

图表2015-2019年中国婚庆行业盈利能力分析

图表2015-2019年中国婚庆行业偿债能力分析

图表2015-2019年中国婚庆行业运营能力分析

图表2015-2019年中国婚庆行业成长能力分析

图表2021-2027年中国婚庆行业市场规模增长预测

图表2021-2027年中国婚庆行业产量规模增长预测

图表2021-2027年中国婚庆行业需求规模增长预测

图表2021-2027年中国婚庆行业进出口增长预测

图表2021-2027年中国婚庆行业市场盈利能力趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202011/17-373179.html>