

2012-2016年中国婚纱摄影 行业现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国婚纱摄影行业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1203/Z65104390D.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-03-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国婚纱摄影行业现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了婚纱摄影相关概述、中国婚纱摄影市场运行环境等，接着分析了中国婚纱摄影市场发展的现状，然后介绍了中国婚纱摄影重点区域市场运行形势。随后，报告对中国婚纱摄影重点企业经营状况分析，最后分析了中国婚纱摄影行业发展趋势与投资预测。您若想对婚纱摄影产业有个系统的了解或者想投资婚纱摄影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国婚纱摄影行业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

婚纱行业的发展得益于技术的进步，在上世纪80年代满街都是照相馆的年代，拍摄照片还使用的老式胶片相机，拍摄成本居高不下，婚纱照的拍摄并不能走进寻常百姓的家里，自从数码相机诞生以来，婚纱摄影的成不主要在于人力成本和材料价格，因此婚纱摄影的价格也越走越低，现在结婚拍摄婚纱照已成为年轻人结婚必备选项。婚纱摄影的拍摄也从传统的室内拍摄转变为内外景结合的拍摄方式，内景的拍摄也从单纯的背景布布景发展为360°纯实景的拍摄基地。婚纱摄影行业的重心恰恰和中国的经济发展格局成反比，体现为西重东轻的态势，在全国知名的影楼大多发迹于西部地区。

第一章 中国婚庆产业整体运行状况分析

第一节 2011-2012年中国婚庆产业总况分析

- 一、婚庆业已成中国新兴产业
- 二、婚庆产业链正在逐步形成
- 三、中国婚庆服务业尚在成长期
- 四、国内婚庆企业迫切需要升级
- 五、高温之下婚庆产业淡中求精
- 六、婚庆团购普及尚需时日

第二节 2011-2012年中国婚庆产业管理规范情况

- 一、婚庆行业亟待标准规范

二、婚庆行业将有“国标”

三、国家标准将禁用婚礼彩带

四、河南着手规范婚庆行业

第三节 2011-2012年中国婚庆产业存在的问题

一、中国婚庆行业存在的问题

二、婚庆用品质量有待提高

三、婚庆投诉大幅上升

四、婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展

五、旺季之后婚庆行业面临洗牌

第四节 婚庆产业发展策略

一、多行业联手打造婚庆产业一条龙服务

二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展

第二章 中国婚庆消费市场运行动态分析

第一节 2011-2012年中国婚庆消费市场概况

一、婚庆消费面面观

二、婚庆市场的非理性消费

三、婚庆消费市场待挖掘

第二节 2011-2012年中国婚庆消费走势分析

一、中国婚庆消费市场新动态

二、婚庆消费市场从传统到个性

三、婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归

四、婚庆时尚品成为消费新热点

第三节 2011-2012年中国婚庆消费应注意的问题

一、婚庆消费市场的五大问题

二、婚庆市场的消费纠纷

三、婚庆消费要注意陷阱

四、婚庆消费存在的八大误区

第四节 2011-2012年中国消费者婚礼消费情况调查分析

一、消费者对婚礼所持态度调查分析

二、消费者婚礼费用构成调查分析

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

五、婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

第三章 中国婚纱摄影市场运行环境分析

第一节 国内婚纱摄影经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国婚纱摄影经济发展预测分析

第二节 中国婚纱摄影行业政策环境分析

第四章 中国婚纱摄影市场运行态势分析

第一节 2011-2012年中国婚纱摄影市场运行总况

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

四、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝

五、台商盯上中国大陆婚纱摄影市场

第二节 2011-2012年中国婚纱礼服市场分析

一、婚纱礼服市场需求分析

二、网上订购婚纱生意红火

三、冬季保暖婚纱市场面临空缺

四、定制婚纱市场看好

五、中国婚纱晚礼服行业出现新变局

六、买婚纱冲击婚纱租赁市场

第三节 2011-2012年中国婚纱摄影行业存在问题分析

一、品牌繁杂

二、服务参差

三、营销保守

第五章 中国婚纱摄影行业消费市场调查分析

第一节 2011-2012年中国婚纱摄影行业消费者心理分析

一、适婚年龄消费者心理分析

二、中、老年消费者心理分析

第二节 2011-2012年中国婚纱摄影行业婚纱摄影发展动向调查

一、大型喷绘婚纱照受青睐

二、“另类”婚纱摄影打破传统演绎个性

三、外景婚纱摄影走入乡野

第三节 2011-2012年中国婚纱摄影行业地区婚纱摄影动向调查

一、新派婚纱摄影亮相济南

二、上海旅游婚纱摄影突起

三、厦门主题婚纱摄影看好

第六章 中国婚纱摄影行业营销策略分析

第一节 2011-2012年中国婚纱摄影行业主要经营模式探析

一、小作坊式的经营模式

二、传统影楼的经营模式

三、一站式的经营模式

四、品牌连锁经营模式

第二节 2011-2012年中国婚纱摄影行业发展策略分析

一、构建连锁运营模式，建立标准体系

二、运用异业整合传播策略进行营销策划创新

三、多元化经营，增加利润源

四、整合景区资源

第三节 2011-2012年中国婚纱摄影行业营销策略分析

一、特色优先策略分析

二、价格适应策略分析

三、品牌提升策略分析

四、刺激促销策略分析

五、现身说法策略分析

六、媒体组合策略分析

七、单一诉求策略分析

第七章 中国婚纱摄影行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国婚纱摄影竞争总况

一、婚纱摄影竞争激烈暗潮涌动

二、婚纱摄影市场竞争与经营思维变革

三、婚纱摄影的竞争由价格转为服务

四、婚纱摄影竞争的8大要素

第二节 2011-2012年中国婚纱摄影重点区域市场竞争分析

一、婚纱摄影市场龙争虎斗

二、恶性竞争使厦门市婚纱摄影行业遭遇“深寒”

三、京城上演婚纱摄影大战

第三节 2011-2012年中国婚纱摄影竞争中存在的问题分析

第四节 2012-2016年中国婚纱摄影竞争趋势探析

第八章 中国婚纱摄影市场品牌连锁机构分析

第一节 钟爱一生婚纱摄影

一、企业概况

二、企业运营状况分析

三、企业竞争力分析

四、未来发展战略分析

第二节 微微新娘婚纱摄影有限公司

一、企业概况

二、企业运营状况分析

三、企业竞争力分析

四、未来发展战略分析

第三节 法国卡罗国际连锁婚纱摄影

一、企业概况

二、企业运营状况分析

三、企业竞争力分析

四、未来发展战略分析

第四节 巴黎春天婚纱摄影

一、企业概况

二、企业运营状况分析

三、企业竞争力分析

四、未来发展战略分析

第五节 新新娘婚纱摄影

- 一、企业概况
- 二、企业运营状况分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、未来发展战略分析

第九章 2012-2016年中国婚纱摄影行业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国婚纱摄影行业发展前景预测分析

- 一、婚纱照消费日趋个性化、高档化发展
- 二、消费者追求新感觉、新体验的消费理念
- 三、影楼业日趋正规化、规模化发展

第二节 2012-2016年中国婚纱摄影市场预测分析

第三节 2012-2016年中国婚纱摄影市场盈利预测

第十章 2012-2016年中国婚纱摄影行业投资前景预测分析

第一节 2012-2016年中国婚纱摄影行业投资概况

- 一、婚纱摄影行业投资特性
- 二、婚纱摄影业投资盈利性分析
- 三、婚纱摄影投资环境分析

第二节 2012-2016年中国婚纱摄影投资机会分析

- 一、婚纱摄影投资热点
- 二、婚纱摄影投资吸引力分析

第三节 2012-2016年中国婚纱摄影投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：每年结婚的新人进行各项消费的比例

图表：京津地区拟结婚人群消费水平及其所占比例统计表

图表：中国部分城市结婚产业调查

图表：“五一”黄金周上海百货商厦零售额前三名

图表：消费者对婚礼所持态度调查分析

图表：消费者婚礼费用构成调查分析

图表：消费者婚礼预计花费调查分析

图表：消费者选择结婚方式调查分析

图表：婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1203/Z65104390D.html>