

2024-2029年中国旅行结婚行业投资分析及未来发展趋势预测报告

报告简介

旅行结婚是许多情侣热衷的一种结婚方式，因为它不仅可以充分享受二人世界，而且可以欣赏到迷人的自然风光，旅行结婚是目前年轻人喜欢的结婚方式。旅行结婚的优点有自由、便宜有幸福感的特点。

提及旅游，世界上有许许多多美丽的地方，新婚燕尔的男女，更向往这些人间天堂。不过出行中，应该计划好自己的旅游结婚流程，使得出游计划顺利进行，避免被琐事困扰。成婚是人生的一件大事，每个人都期望本人的婚礼能留下人生的美好与回想。随着年代的变迁，21世纪的今日，婚礼不再以简单的婚宴的奢侈为新人的表达方式，而是出现了特性化与多元化的展现趋势。跳出传统婚宴，挑选轻松、浪漫的旅行、结婚、以及婚纱外拍融合为一体的旅行结婚，成为时下年青人的时髦选择。一张成婚证、一次浪漫而别致的游览，谱写着一首首新年代的婚姻奏鸣曲。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着旅行结婚行业竞争的不断加剧，国内优秀的行业企业愈来愈重视对市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的行业企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚！

本报告利用中道泰和长期对旅行结婚行业市场跟踪搜集的一手市场数据，应用先进的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告结合旅行结婚行业的背景，深入而客观地剖析了中国旅行结婚行业的发展现状、发展规模和竞争格局；分析了行业当前的市场环境、行业竞争格局、产品的市场需求特征、行业领先企业的经营情况、行业未来的发展趋势与前景；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个行业的市场走向和发展趋势。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据旅行结婚行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是旅行结婚行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

本报告将帮助旅行结婚行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录

第一章 旅行结婚行业相关概述

1.1 旅行结婚行业定义及特点

1.1.1 旅行结婚行业的定义

1.1.2 旅行结婚行业服务特点

1.2 旅行结婚行业相关分类

1.3 旅行结婚行业盈利模式分析

第二章 全球旅行结婚行业发展现状

2.1 2019-2023年全球旅行结婚行业发展情况概述

2.1.1 全球旅行结婚行业发展现状

2.1.2 全球旅行结婚行业发展特征

2.1.3 全球旅行结婚行业市场规模

2.2 2019-2023年全球主要地区旅行结婚行业发展状况

2.2.1 欧洲旅行结婚行业发展情况概述

2.2.2 美国旅行结婚行业发展情况概述

2.2.3 日韩旅行结婚行业发展情况概述

2.3 2024-2029年全球旅行结婚行业发展前景预测

2.3.1 全球旅行结婚行业市场规模预测

2.3.2 全球旅行结婚行业发展前景分析

2.3.3 全球旅行结婚行业发展趋势分析

2.4 全球旅行结婚行业重点企业发展动态分析

第三章 中国旅行结婚行业发展环境

3.1 中国旅行结婚行业政策法律环境分析

3.1.1 行业管理体制分析

3.1.2 行业主要法律法规

3.1.3 政策环境对行业的影响

3.2 中国旅行结婚行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 中国旅行结婚行业社会环境分析

3.3.1 行业社会环境分析

3.3.2 社会发展对行业的影响分析

3.4 中国旅行结婚行业消费环境分析

3.4.1 行业消费驱动分析

3.4.2 行业消费需求特点

3.4.3 行业消费群体分析

3.4.4 消费环境对行业的影响分析

第四章 中国旅行结婚行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

4.1.1 市场现状

4.1.2 市场容量

4.2 2019-2023年中国旅行结婚行业总体规模分析

4.2.1 企业数量结构分析

4.2.2 人员规模状况分析

4.2.3 行业资产规模分析

4.2.4 行业市场规模分析

4.3 2019-2023年中国旅行结婚行业市场供需分析

4.3.1 中国旅行结婚行业供给分析

4.3.2 中国旅行结婚行业需求分析

4.3.3 中国旅行结婚行业供需平衡

4.4 2019-2023年中国旅行结婚行业财务指标总体分析

4.4.1 行业盈利能力分析

4.4.2 行业偿债能力分析

4.4.3 行业营运能力分析

4.4.4 行业发展能力分析

第五章 旅行结婚行业目标客户群分析

5.1 消费者偏好分析

5.2 消费者行为分析

5.3 旅行结婚行业品牌认知度分析

5.4 消费人群分析

5.4.1 年龄分布情况

5.4.2 性别分布情况

5.4.3 职业分布情况

5.4.4 收入分布情况

5.5 需求影响因素

5.5.1 价格

5.5.2 服务质量

5.5.3 其他

第六章 旅行结婚行业营销模式分析

6.1 营销策略组合理论分析

6.2 营销模式的基本类型分析

6.3 旅行结婚行业营销现状分析

6.4 旅行结婚行业电子商务的应用情况分析

6.5 旅行结婚行业营销创新发展趋势分析

第七章 旅行结婚行业商业模式分析

7.1 商业模式的相关概述

7.1.1 参考模型

7.1.2 成功特征

7.1.3 历史发展

7.2 旅行结婚行业主要商业模式案例分析

7.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

7.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

7.2.3 案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

7.3 旅行结婚行业商业模式创新分析

7.3.1 商业模式创新的内涵与特征

7.3.2 商业模式创新的因素分析

7.3.3 商业模式创新的目标与路径

7.3.4 商业模式创新的实践与启示

7.3.5 2019-2023年最具颠覆性创新的商业模式分析

7.3.6 旅行结婚行业商业模式创新选择

第八章 中国婚礼市场供需状况分析

8.1 2019-2023年婚礼市场供需状况

8.1.1 供给状况

8.2.2 需求状况

5.1.3 供需缺口分析

8.2 2024-2029年我国婚礼供给变化趋势预测

8.3 2024-2029年我国婚礼需求变化趋势预测

8.4 2024-2029年我国婚礼供需缺口变化趋势预测

8.5 市场供需影响因素分析

第九章 中国旅行结婚行业企业经营分析

9.1 北京芝心国际旅行社有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

9.1.2 企业主要服务分析

9.1.3 企业竞争优势分析

9.1.4 企业经营状况分析

9.1.5 企业最新发展动态

9.1.6 企业发展战略分析

9.2 深圳市芊寻婚礼策划有限公司

9.2.1 企业发展基本情况

9.2.2 企业主要服务分析

9.2.3 企业竞争优势分析

9.2.4 企业经营状况分析

9.2.5 企业最新发展动态

9.2.6 企业发展战略分析

9.3深圳美樱国际旅行社有限公司

9.3.1 企业发展基本情况

9.3.2 企业主要服务分析

9.3.3 企业竞争优势分析

9.3.4 企业经营状况分析

9.3.5 企业最新发展动态

9.3.6 企业发展战略分析

9.4杭州爱旅信息技术有限公司

9.4.1 企业发展基本情况

9.4.2 企业主要服务分析

9.4.3 企业竞争优势分析

9.4.4 企业经营状况分析

9.4.5 企业最新发展动态

9.4.6 企业发展战略分析

9.5蜜动科技(北京)有限公司

9.5.1 企业发展基本情况

9.5.2 企业主要服务分析

9.5.3 企业竞争优势分析

9.5.4 企业经营状况分析

9.5.5 企业最新发展动态

9.5.6 企业发展战略分析

9.6北京誓言久久文化发展有限公司

9.6.1 企业发展基本情况

9.6.2 企业主要服务分析

9.6.3 企业竞争优势分析

9.6.4 企业经营状况分析

9.6.5 企业最新发展动态

9.6.6 企业发展战略分析

9.7山东罗曼斯文化传媒有限公司

9.7.1 企业发展基本情况

9.7.2 企业主要服务分析

9.7.3 企业竞争优势分析

9.7.4 企业经营状况分析

9.7.5 企业最新发展动态

9.7.6 企业发展战略分析

9.8北京威汀之旅庆典服务有限公司

9.8.1 企业发展基本情况

9.8.2 企业主要服务分析

9.8.3 企业竞争优势分析

9.8.4 企业经营状况分析

9.8.5 企业最新发展动态

9.8.6 企业发展战略分析

第十章 旅行结婚企业市场营销策略探讨

10.1 服务营销的特点

10.1.1 服务产品的无形性

10.1.2 服务的不可分离性

10.1.3 服务产品的可变性

10.1.4 服务产品的易失性

10.2 旅行结婚企业的营销策略

10.2.1 内部营销与交互作用营销

10.2.2 差别化管理

10.2.3 服务质量管理

10.2.4 平衡供求的策略

10.3 旅行结婚企业提高服务质量的营销策略

10.3.1 服务质量的主要影响因素模型

10.3.2 服务质量影响因素关系分析

10.3.3 旅行结婚企业提高服务质量的营销策略分析

10.4 旅行结婚企业的品牌营销

10.4.1 旅行结婚企业品牌营销中存在的问题

- 1、品牌营销处于初级阶段
- 2、缺乏品牌塑造意愿
- 3、服务品牌理念脱离实质
- 4、品牌营销定位不具备持续价值

10.4.2 旅行结婚企业品牌营销策略分析

- 1、实行差异化的服务
- 2、树立服务品牌营销意识
- 3、提高顾客满意度与忠诚度
- 4、打造高品质的企业服务文化

第十一章 2024-2029年中国旅行结婚行业发展趋势与前景分析

11.1 2024-2029年中国旅行结婚市场发展前景

11.1.1 2024-2029年旅行结婚市场发展潜力

11.1.2 2024-2029年旅行结婚市场发展前景展望

11.1.3 2024-2029年旅行结婚细分行业发展前景分析

11.2 2024-2029年中国旅行结婚市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2029年旅行结婚行业发展趋势

11.2.2 2024-2029年旅行结婚市场规模预测

11.2.3 2024-2029年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2029年中国旅行结婚行业供需预测

11.3.1 2024-2029年中国旅行结婚行业供给预测

11.3.2 2024-2029年中国旅行结婚行业需求预测

11.3.3 2024-2029年中国旅行结婚供需平衡预测

11.4 影响企业经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 服务业开放对旅行结婚行业的影响

11.4.4 互联网+背景下旅行结婚行业的发展趋势

第十二章 2024-2029年中国旅行结婚行业投资前景

- 12.1 旅行结婚行业投资现状分析
 - 12.2 旅行结婚行业投资特性分析
 - 12.2.1 旅行结婚行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 旅行结婚行业盈利模式分析
 - 12.2.3 旅行结婚行业盈利因素分析
 - 12.3 旅行结婚行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
 - 12.4 旅行结婚行业投资风险分析
 - 12.4.1 旅行结婚行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 技术研发风险
 - 12.4.6 其他投资风险
 - 12.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇
 - 12.5.1 “互联网+”与“双创”的概述
 - 12.5.2 企业投资挑战和机遇
 - 12.5.3 企业投资问题和投资策略
 - 1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
 - 2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究
- 第十三章 研究结论及建议

13.1 研究结论

13.2 中道泰和建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：旅行结婚行业特点

图表：旅行结婚行业生命周期

图表：旅行结婚行业产业链分析

图表：2019-2023年旅行结婚行业市场规模分析

图表：2024-2029年旅行结婚行业市场规模预测

图表：中国旅行结婚行业盈利能力分析

图表：中国旅行结婚行业运营能力分析

图表：中国旅行结婚行业偿债能力分析

图表：中国旅行结婚行业发展能力分析

图表：中国旅行结婚行业经营效益分析

图表：2019-2023年旅行结婚重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国旅行结婚行业销售情况分析

图表：2019-2023年中国旅行结婚行业利润情况分析

图表：2019-2023年中国旅行结婚行业资产情况分析

图表：2019-2023年中国旅行结婚行业竞争力分析

图表：2024-2029年中国旅行结婚行业消费量预测

图表：2024-2029年中国旅行结婚行业市场前景预测

图表：2024-2029年中国旅行结婚发展前景预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190113/104935.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)