2024-2029年中国婚纱摄影行业全景调研与投资趋势预测报告

报告简介

婚纱摄影是为客户量身打造，服务，品质，销售于一体的婚纱摄影。摄影主营婚纱照、全家福、写真、商业摄影、婚礼跟妆跟拍等，为顾客提供高品质的拍摄，产品品质和可信赖的服务。我国婚纱摄影行业主要受登记结婚对数的变化影响。整体来看，近年来随着结婚登记对数的下降，我国婚纱摄影行业市场规模也呈现出逐年下滑的趋势。

目前结婚登记的总人数减少的原因一方面由于当前适婚主力军为85后、90后人群，而我国从上世纪80年代开始实施计划生育政策，这一代多为独生子女，另一方面，随着受教育程度的提高，结婚年龄也在不断推后。如果把登记结婚对数下降给行业发展带来的负面效应纳入考虑，消费升级带来的红利将被部分抵消，预计未来行业市场规模将维持1-2%的速度低速增长。

除新婚夫妇婚纱摄影需求以外，中年夫妻补拍婚纱照的数量不断上涨。在儿女的见证下，补拍婚纱照日渐变得普遍。70后人口2.15亿，结婚对数大约1亿，而补拍婚纱照的大约占20%-30%，也就是2000-3000万对夫妻。婚纱照均价5000元左右，这样70后人群中潜在市场规模1000亿到1500亿元。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国婚庆行业协会、、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国婚纱摄影行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国婚纱摄影行业发展状况和特点，以及中国婚纱摄影行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球婚纱摄影行业发展态势作了详细分析，并对婚纱摄影行业进行了趋向研判，是婚纱摄影经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前婚纱摄影行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国婚纱摄影行业发展综述

第一节 婚纱摄影行业定义及分类

一、婚纱摄影行业概念及定义

二、婚纱摄影行业发展阶段

第二节 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

第三节 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 中国婚纱摄影行业发展环境分析

第一节 婚纱摄影行业政策环境分析

一、婚纱摄影行业监管现状

二、婚纱摄影行业监管体系

三、婚纱摄影行业相关政策

四、婚纱摄影行业监管趋势

第二节 婚纱摄影行业经济环境分析

一、中国gdp增长情况

二、固定资产投资情况

三、居民收入情况

四、国内宏观经济预测

第三节 婚纱摄影行业技术环境分析

一、婚纱摄影行业专利申请数分析

二、婚纱摄影行业专利公开数分析

三、婚纱摄影行业专利申请人分析

四、婚纱摄影行业热门专利技术分析

第四节 婚纱摄影行业消费环境分析

一、婚纱摄影行业消费态度调查

二、婚纱摄影行业消费驱动分析

三、婚纱摄影行业消费需求特点

四、婚纱摄影行业消费群体分析

五、婚纱摄影行业消费关注点分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国婚纱摄影行业市场发展现状分析

第一节 婚纱摄影行业发展概况

一、婚纱摄影行业发展概况

二、婚纱摄影行业商业模式分析

三、婚纱摄影行业发展存在的痛点

1、产品高度同质化

2、获客成本不断上升

3、客户沟通途径太繁琐

4、客户资源流失严重

第二节 婚纱摄影行业市场发展分析

一、婚纱摄影行业市场规模分析

二、婚纱摄影行业接单数量分析

三、婚纱摄影行业线上订单占比

第三节 中国婚纱摄影企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、婚纱摄影从业人员数量分析

第四节 婚纱摄影行业供需状况分析

一、婚纱摄影行业供给状况分析

二、婚纱摄影行业需求状况分析

三、婚纱摄影行业整体供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第四章 中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、中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

第四部分 竞争格局分析

第五章 中国婚纱摄影行业重点区域市场分析

第一节 中国婚纱摄影行业区域市场概况

一、婚纱摄影机构区域分布特点

二、婚纱摄影市场规模区域结构

三、登记结婚新人数量区域分布结构

第二节 江苏省婚纱摄影行业需求分析

一、江苏省婚纱摄影行业发展概况

二、江苏省登记结婚新人数量分析

三、江苏省婚纱摄影机构数量分析

四、江苏省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第三节 浙江省婚纱摄影行业需求分析

一、浙江省婚纱摄影行业发展概况

二、浙江省登记结婚新人数量分析

三、浙江省婚纱摄影机构数量分析

四、浙江省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第四节 山东省婚纱摄影行业需求分析

一、山东省婚纱摄影行业发展概况

二、山东省登记结婚新人数量分析

三、山东省婚纱摄影机构数量分析

四、山东省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第五节 河北省婚纱摄影行业需求分析

一、河北省婚纱摄影行业发展概况

二、河北省登记结婚新人数量分析

三、河北省婚纱摄影机构数量分析

四、河北省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第六节 河南省婚纱摄影行业需求分析

一、河南省婚纱摄影行业发展概况

二、河南省登记结婚新人数量分析

三、河南省婚纱摄影机构数量分析

四、河南省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第七节 四川省婚纱摄影行业需求分析

一、四川省婚纱摄影行业发展概况

二、四川省登记结婚新人数量分析

三、四川省婚纱摄影机构数量分析

四、四川省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第八节 广东省婚纱摄影行业需求分析

一、广东省婚纱摄影行业发展概况

二、广东省登记结婚新人数量分析

三、广东省婚纱摄影机构数量分析

四、广东省婚纱摄影行业发展趋势及前景

第六章 中国婚纱摄影行业市场竞争格局分析

第一节 婚纱摄影行业竞争分析

一、选购因素分析

二、市场成功要素对比分析

三、行为成功要素分析

第二节 婚纱摄影行业竞争五力分析

一、婚纱摄影行业上游议价能力

二、婚纱摄影行业下游议价能力

三、婚纱摄影行业新进入者威胁

四、婚纱摄影行业替代产品威胁

五、婚纱摄影行业内部竞争

六、婚纱摄影行业竞争五力分析

第三节 婚纱摄影影楼的营销策略

一、品牌策略

二、网络策略

三、图像产品类型策略

四、价格促销策略

五、服务策略

第四节 婚纱摄影行业品牌升级转型的策略

一、“米兰春天”婚纱摄影优势

二、“米兰春天”婚纱摄影劣势

三、“米兰春天”婚纱摄影机遇

四、“米兰春天”婚纱摄影挑战

五、企业升级转型实施的策略

第七章 2024-2029年婚纱摄影行业领先企业经营形势分析

第一节 重庆金夫人实业有限公司

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

第二节 广东色色婚纱摄影有限公司

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 深圳市天长地久文化产业股份有限公司

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

第四节 上海巴黎婚纱摄影有限公司

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

第五节 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

第六节 深圳市维纳斯婚纱摄影有限公司

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 上海唯一视觉企业发展有限公司

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 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

第九节 珠海现代经典摄影设计有限公司

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

第十节 青岛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

第五部分 发展前景展望

第八章 中国婚纱摄影行业发展趋势与前景预测

第一节 2024-2029年婚纱摄影市场发展前景

一、2024-2029年婚纱摄影市场发展潜力

二、2024-2029年婚纱摄影市场发展前景展望

三、2024-2029年婚纱摄影细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年婚纱摄影市场发展趋势预测

一、2024-2029年婚纱摄影行业发展趋势

二、2024-2029年婚纱摄影行业应用趋势预测

三、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国婚纱摄影行业供需预测

一、2024-2029年中国婚纱摄影企业数量预测

二、2024-2029年中国婚纱摄影市场规模预测

三、2024-2029年中国婚纱摄影市场订单量预测

四、2024-2029年中国婚纱摄影市场需求预测

五、2024-2029年中国婚纱摄影行业供需平衡预测

第九章 2024-2029年婚纱摄影行业投资机会与风险防范

第一节 婚纱摄影行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2024-2029年婚纱摄影行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、婚纱摄影行业投资机遇

第三节 2024-2029年婚纱摄影行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国婚纱摄影行业投资建议

一、婚纱摄影行业未来发展方向

二、婚纱摄影行业主要投资建议

三、中国婚纱摄影企业融资分析

1、中国婚纱摄影企业IPO融资分析

2、中国婚纱摄影企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十章 婚纱摄影行业发展战略研究

第一节 婚纱摄影行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国婚纱摄影品牌的战略思考

一、婚纱摄影品牌的重要性

二、婚纱摄影实施品牌战略的意义

三、婚纱摄影企业品牌的现状分析

四、中国婚纱摄影企业的品牌战略

五、婚纱摄影品牌战略管理的策略

第三节 婚纱摄影经营策略分析

一、婚纱摄影市场细分策略

二、婚纱摄影市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、婚纱摄影新产品差异化战略

第四节 婚纱摄影行业投资战略研究

一、2019-2023年婚纱摄影企业投资战略

二、2024-2029年婚纱摄影行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十一章 研究结论及投资建议

第一节 婚纱摄影行业研究结论及建议

第二节 婚纱摄影子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和婚纱摄影行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：婚纱摄影行业生命周期

图表：婚纱摄影行业产业链结构

图表：2019-2023年全球婚纱摄影行业市场规模

图表：2019-2023年中国婚纱摄影行业市场规模

图表：2019-2023年婚纱摄影行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国婚纱摄影市场占全球份额比较

图表：2019-2023年婚纱摄影行业利润总额

图表：2019-2023年婚纱摄影行业资产总计

图表：2019-2023年婚纱摄影行业负债总计

图表：2019-2023年婚纱摄影行业竞争力分析

图表：2019-2023年婚纱摄影市场价格走势

图表：2019-2023年婚纱摄影行业主营业务收入

图表：2019-2023年婚纱摄影行业需求分析

图表：2019-2023年婚纱摄影行业集中度

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/sc/20191108/145487.shtml

在线订购：点击这里