

婚庆趋势 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“尽管中国社会日益包容不同的生活方式，但仍是一个集体主义社会——即重视家庭的团结和统一。这意味着，婚恋、婚礼策划和婚姻咨询等行业不会成为夕阳产业。年轻夫妻其实更倾向于一起分担结婚相关的筹备工作，而非和父母一起筹划。”

— 马子淳，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 结婚喜品的新商机
- 如何为旅行结婚产品制造话题？
- 如何说服人们购买结婚相关的产品和服务？

中国社会结婚率不断下滑，似乎正经历婚姻危机。这可能是因为越来越多人开始对婚姻和未来伴侣提出了质疑——他们当中多数人在相识3年内就走入婚姻。这为婚恋、保险和法律服务等公司带来了可挖掘的市场良机。尽管人们的确希望单身更长时间，但他们也普遍受传统家庭观念的影响。当决定结婚后，他们通常认为婚礼一定要举办的，而且通常由新人（而非他们的父母）决定各种婚礼产品的购买。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

婚庆趋势 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

综述

消费者

当地文化对人们的婚姻观有什么重要影响？

数据1: 结婚的原因，2017年12月

婚礼是否已过时？

数据2: 不举办婚礼的原因，2017年12月

年轻夫妻参与结婚相关准备工作的积极性如何？

数据3: 不同婚礼相关品类的购买决策者，2017年12月

旅行结婚会不会取代婚礼？

数据4: 婚礼场地的偏好，2017年12月

理想的结婚喜品是什么样的？

数据5: 理想结婚喜品的价位，2017年12月

数据6: 理想结婚喜品的包装，2017年12月

数据7: 理想结婚喜品的品类，2017年12月

婚戒是否一个足矣，且要独一无二？

数据8: 结婚戒指的偏好，2017年12月

近来新兴的网购趋势是否也波及结婚用品？

数据9: 不同婚礼相关品类的重要信息渠道（珠宝首饰、喜品和婚宴用酒），2017年12月

我们的观点

议题与洞察

结婚喜品的新商机

现状

启示

数据10: 歌帝梵婚礼礼盒产品实例，中国

数据11: 雀巢花街产品实例，中国

数据12: 糖村喜糖产品实例，台湾

数据13: 爱哆哆婚礼产品实例，中国

数据14: 徐福记婚礼产品实例，中国

数据15: 趣味性喜糖实例，中国

数据16: 糖果大师的定制页面，澳大利亚

数据17: 糖果研究室的定制页面，中国

数据18: 糖果研究室的喜糖产品实例，中国

如何为旅行结婚产品制造话题？

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婚庆趋势 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据19: 国泰航空举办的婚礼营销活动，香港，2017年

数据20: 爱彼迎戒指实例，澳大利亚，2017年

如何说服人们购买结婚相关的产品和服务？

现状

启示

数据21: “做自己的新娘”营销活动，美国，2017年

消费者——您所需要了解的

老生常谈的婚姻迷信似乎应验

强烈希望自己策划婚礼

更多依赖线下渠道

婚姻的刻板印象

25-29岁是黄金婚龄

数据22: 中国结婚率和离婚率，2009-2016年

数据23: 受访者的婚姻状况（按年龄区分），2017年12月

数据24: 中国15岁以上的群体的婚姻状况，2015年对比2016年

受传统文化影响，“三年之痛”的确存在

数据25: 决定结婚前两人的恋爱时间，2017年12月

谁更热衷结婚：年轻还是年长群体？

数据26: 受访者的婚姻状况和性别（按年龄区分），2017年12月

数据27: 受访者的婚姻状况和年龄（按决定结婚前的恋爱时间区分），2017年12月

结婚的动机

什么对触发结婚动机更重要：文化理念还是爱情？

数据28: 结婚的原因，2017年12月

人群特征对结婚动机的影响

数据29: 结婚的原因（按性别区分），2017年12月

数据30: 结婚的原因（按年龄区分），2017年12月

数据31: 结婚的原因（按个人收入区分），2017年12月

数据32: 结婚的原因（按公司性质区分），2017年12月

筹办婚礼与否

举办婚礼是主流选择

数据33: 婚姻状况（按对婚礼的渴望区分），2017年12月

经济条件是不是举办婚礼的最大障碍？

数据34: 不举办婚礼的原因，2017年12月

购买决策者

当今消费者对自己的婚礼更喜欢亲力亲为

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婚庆趋势 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据35: 不同婚礼相关品类的购买决策者，2017年12月

购买大权在谁手中？

数据36: 不同婚礼相关品类的购买决策者（按性别区分），2017年12月

受欢迎的婚宴场所

室内和户外元素的结合

数据37: 婚礼场地的偏好，2017年12月

数据38: 户外婚礼场地的偏好（按购买决策者区分），2017年12月

数据39: 户外婚礼场地的偏好（按婚姻状况区分），2017年12月

旅行成为婚礼的延伸

数据40: 旅行结婚的偏好（按婚姻状况区分），2017年12月

数据41: 旅行结婚的偏好（按购买决策者区分），2017年12月

室内婚礼场地的未来趋势

数据42: 室内婚礼场地的偏好（按购买决策者区分），2017年12月

数据43: 室内婚礼场地的偏好（按婚姻状况区分），2017年12月

人群特征对结婚场地选择的影响

数据44: 婚礼场地的偏好（按年龄区分），2017年12月

理想的结婚喜品

最“合理”的价位升至20-29元人民币

数据45: 理想结婚喜品的价位，2017年12月

数据46: 理想结婚喜品的价位（按购买决策者区分），2017年12月

数据47: 理想结婚喜品的价位（按婚姻状况区分），2017年12月

简约中式风格受欢迎，但不久可能会改变

数据48: 理想结婚喜品的传统程度，2017年12月

数据49: 理想结婚喜品的传统程度（按设计风格区分），2017年12月

数据50: 理想结婚喜品的设计风格（按购买决策者区分），2017年12月

对包装的多样化偏好可能将持续

数据51: 理想结婚喜品的包装，2017年12月

数据52: 理想结婚喜品的包装（按购买决策者区分），2017年12月

数据53: 理想结婚喜品的包装（按婚姻状况区分），2017年12月

数据54: 理想结婚喜品的包装（按单价区分），2017年12月

食品是喜品的首选但并非唯一品类

数据55: 理想结婚喜品的品类，2017年12月

结婚喜品今后的品类发展趋势

数据56: 理想结婚喜品的品类（按购买决策者区分），2017年12月

数据57: 理想结婚喜品的品类（按婚姻状况区分），2017年12月

数据58: 理想结婚喜品的品类（按年龄区分），2017年12月

偏好的结婚戒指

婚戒的耐久性需要能维持一段婚姻

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婚庆趋势 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据59: 结婚戒指的拥有情况和价值偏好，2017年12月

从婚戒中获得安全感

数据60: 结婚戒指的购买方式和预算偏好，2017年12月

对品牌和产品特征的偏好

数据61: 结婚戒指的产品特征偏好，2017年12月

主要信息渠道

结婚珠宝首饰：受品牌影响较大，而非口碑效应

数据62: 重要信息渠道（戒指/珠宝首饰），2017年12月

结婚喜品和酒精饮料：多依赖线下商店

数据63: 重要信息渠道（喜品和婚宴用酒），2017年12月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群一样渴望婚姻

结婚的相关决策：更加果断、亲力亲为和体验尝新

数据64: 购买决策者（按消费者分类区分），2017年12月

数据65: 购买决策者（按消费者分类区分），2017年12月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com