

中国婚庆行业现状分析与发展前景研 究报告（2024年版）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称：	中国婚庆行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）		
报告编号：	1A17836	← 咨询订购时，请说明该编号	
报告价格：	电子版：9800 元	纸质+电子版：10000 元	
优惠价格：	电子版：8800 元	纸质+电子版：9100 元	可提供增值税专用发票
咨询热线：	400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099		
电子邮箱：	kf@Cir.cn		
详细内容：	https://www.cir.cn/6/83/HunQingShiChangDiaoYanBaoGao.html		
提示信息：	如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。		

二、内容介绍

婚庆行业作为一项富有仪式感的消费领域，近年来经历了显著的变化。随着个性化和主题化婚礼的流行，新人更加注重婚礼的独特性和体验感，从场地布置、婚纱摄影到婚宴菜单，都追求与众不同。此外，一站式婚礼策划服务的兴起，为新人提供了从筹备到执行的全面解决方案，简化了婚礼筹备的复杂程度。

未来，婚庆行业将更加注重数字化和定制化。通过虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，新人可以在婚礼策划阶段预览婚礼现场的效果，甚至远程参与婚礼的设计过程。同时，婚礼服务将更加个性化，包括定制化的婚礼主题、个性化婚礼网站和社交媒体邀请函，以满足新人对独特体验的追求。此外，环保和可持续婚礼的概念将受到更多关注，绿色婚礼和零浪费原则将逐渐成为行业趋势。

婚庆作为一个新兴行业，在全国已到了火爆的程度。北京、上海、广州、深圳，2000年后，婚庆公司如雨后春笋般涌现。尤其是上海婚庆协会的成立，正式标榜婚庆行业正朝专业化、正规化的方向发展。

婚庆产业正逐渐成长为一个新的朝阳产业，婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、婚礼租车、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大的潜在商机。在婚庆产业快速发展的过程中，相关企业也越来越注重品牌服务和规模经营，婚庆的高层次服务也在增多，整个行业都在为满足当代青年多元化、时尚化、个性化、追求浪漫服务的需求而努力，婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

在新婚消费方面，88.4%的新人需要拍摄婚纱照；49.14%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼；78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴；36.83%的新人要为新娘购买婚纱；67.66%的新人会安排蜜月旅游。

但是，快速发展的婚庆产业也存在着一定的问题。中国婚庆产业品牌成长还处在蹒跚学步阶段。市

场的良莠不齐、诚信缺失，使许多新人对新婚消费充满不信任。因此，从行业规律看，婚庆市场洗牌在即，亟须出现强势品牌来提升服务质量。婚庆行业要把握好市场脉搏，提升文化内涵，开发出符合市场的商品。对于日益壮大的婚庆市场，相关部门应加强管理，如对婚庆公司从审批注册到管理，从等级到价位，都应该有一套相应的规定和措施，并且严格把关，规范运作。要树立品牌意识，增强整个产业链的吸引力，树立行业整体信誉形象。

持续的金融危机已经一定程度上影响了人们的消费观念。曾经一度流行的高端婚庆形式已经鲜有人问津，而经济节约型婚庆模式越来越受到欢迎。婚庆的整体费用会出现5%左右的价格变动。在婚庆用品中，价格变化最大的就是鲜花。婚庆公司鲜花进货价格就已经翻了两番。而且，鲜花价格还有上涨趋势，到增幅在20%左右。

第1章 中国婚庆产业背景分析

1.1 婚庆产业定义及产业链分析

1.1.1 婚庆产业定义

1.1.2 婚庆产业的特征

1.1.3 婚庆产业链结构分析

1.2 婚庆产业消费群体分析

1.2.1 登记结婚的新人数量分析

1.2.2 登记结婚新人结构分析

1.2.3 登记结婚新人群体消费能力分析

1.2.4 登记结婚新人群体消费需求分析

1.2.5 登记结婚新人人均消费费用分析

1.3 婚庆产业消费特征分析

1.3.1 新婚消费需求现状分析

1.3.2 新婚消费需求结构分析

1.3.3 区域结婚消费差异分析

1.3.4 结婚消费需求趋势分析

1.4 婚庆产业相关政策分析

1.4.1 《婚纱和礼服行业标准》

1.4.2 《婚姻庆典服务》

第2章 中国婚庆产业发展状况分析

2.1 婚庆产业发展分析

2.1.1 婚庆产业发展规模分析

2.1.2 婚庆产业发展特点分析

(1) 产业链逐步形成

(2) 供给总量不断扩大

(3) 企业规模较小

- (4) 企业区域性强
 - (5) 地域性行业品牌正在形成
 - (6) 婚庆产业高度分散
- 2.1.3 婚庆产业市场规模分析
- 2.2 婚庆产业商业模式分析
 - 2.2.1 产品服务性商业模式
 - 2.2.2 品牌型商业模式
 - 2.2.3 整合型商业模式
- 2.3 婚庆产业区域市场分析
 - 2.3.1 北京婚庆市场分析
 - (1) 北京年结婚人口规模分析
 - (2) 北京婚庆市场规模分析
 - (3) 北京婚庆服务需求分析
 - (4) 北京婚庆市场前景预测
 - 2.3.2 上海婚庆市场分析
 - (1) 上海年结婚人口规模分析
 - (2) 上海婚庆市场规模分析
 - (3) 上海婚庆市场发展前景预测
 - 2.3.3 广州婚庆市场分析
 - (1) 广州年结婚人口规模分析
 - (2) 广州婚庆市场规模分析
 - (3) 广州婚庆市场发展前景预测
 - 2.3.4 深圳婚庆市场分析
 - (1) 深圳年结婚人口规模分析
 - (2) 深圳婚庆市场规模分析
 - (3) 深圳婚庆市场发展前景预测
 - 2.3.5 苏州婚庆市场分析
 - (1) 苏州年结婚人口规模及预测
 - (2) 苏州婚庆市场规模分析
 - (3) 苏州婚庆市场发展前景预测
- 2.4 婚庆博览会发展分析
 - 2.4.1 婚庆博览会简介
 - 2.4.2 婚庆博览会营销体系分析
 - 2.4.3 主要大型婚庆博览会分析
 - (1) 北京婚庆博览会
 - (2) 上海婚庆博览会

(3) 深圳婚庆博览会

(4) 杭州婚庆博览会

2.5 华德培婚礼有限公司经营情况分析

2.5.1 华德培发展历程分析

2.5.2 华德培主营业务分析

2.5.3 华德培经营情况分析

2.5.4 华德培经营策略分析

2.5.5 华德培在华竞争分析

2.5.6 华德培给中国企业的借鉴

第3章 中国婚庆产业婚纱摄影市场分析

3.1 婚纱摄影行业发展分析

3.1.1 婚纱摄影行业发展现状

3.1.2 婚纱摄影行业规模分析

3.1.3 婚纱摄影行业发展趋势分析

(1) 一对一vip服务

(2) 主题摄影将成主流

(3) 动态产品需求增加

(4) 数码制作日趋重要

(5) 营销渠道网络化

3.2 婚纱摄影市场分析

3.2.1 婚纱摄影市场需求分析

3.2.2 婚纱摄影市场规模分析

3.2.3 婚纱摄影市场竞争格局分析

(1) 北京婚纱摄影市场竞争格局分析

(2) 上海婚纱摄影市场竞争格局分析

(3) 广州婚纱摄影市场竞争格局分析

(4) 深圳婚纱摄影市场竞争格局分析

(5) 苏州婚纱摄影市场竞争格局分析

3.2.4 婚纱摄影市场主要特点分析

3.2.5 婚纱摄影市场发展前景预测

3.3 婚纱摄影行业市场营销分析

3.3.1 婚纱摄影行业营销方式分析

(1) 直营模式

(2) 展会模式

(3) 网络模式

3.3.2 婚纱摄影行业营销策略分析

- (1) 特色优先策略分析
- (2) 价格适应策略分析
- (3) 品牌提升策略分析
- (4) 刺激促销策略分析
- (5) 现身说法策略分析
- (6) 媒体组合策略分析
- (7) 单一诉求策略分析
- (8) 口碑营销策略分析

第4章 中国婚庆产业珠宝首饰市场分析

4.1 婚庆珠宝首饰市场分析

- 4.1.1 婚庆珠宝首饰市场需求分析
- 4.1.2 婚庆珠宝首饰市场规模分析
- 4.1.3 婚庆珠宝首饰市场竞争格局分析
- 4.1.4 婚庆珠宝首饰细分市场的需求分析
 - (1) 黄金首饰市场需求分析
 - (2) k金首饰市场分析
 - (3) 铂金首饰市场需求分析
 - (4) 钻石市场需求分析
 - (5) 玉石市场需求分析
- 4.1.5 婚庆珠宝首饰市场发展前景预测

4.2 婚庆珠宝首饰消费环境分析

- 4.2.1 婚庆珠宝首饰市场调查
 - (1) 新人采购珠宝首饰的比例分析
 - (2) 新人采购珠宝的平均预算分析
- 4.2.2 婚庆珠宝首饰消费者特征分析
 - (1) 婚庆珠宝首饰消费者规模分析
 - (2) 婚庆珠宝首饰消费者经济实力分析
 - (3) 婚庆珠宝首饰消费者喜好分析
 - (4) 婚庆珠宝首饰80后消费群体分析
 - 1) 80后占婚庆珠宝首饰市场的份额分析
 - 2) 80后购买婚庆珠宝首饰的花费分析
 - 3) 80后群体珠宝首饰的消费观念分析
 - 4) 80后群体珠宝首饰的关注点分析
 - 5) 80后群体珠宝首饰的购买渠道分析

4.3 婚庆珠宝首饰销售渠道分析

- 4.3.1 商超渠道

4.3.2 专卖店渠道

4.3.3 网络渠道

- (1) 网络销售的优劣势分析
- (2) 网络销售案例分析
- 1) 钻石小鸟“鼠标+水泥”模式
- 2) “鼠标+水泥”发展趋势分析

第5章 中国婚庆产业其他细分市场分析

5.1 婚纱礼服市场分析

5.1.1 婚纱礼服市场发展分析

- (1) 婚纱礼服市场需求分析
- (2) 婚纱礼服市场规模分析
- (3) 婚纱礼服市场竞争格局分析
- (4) 婚纱礼服市场发展前景预测

5.1.2 婚纱礼服地区市场分析

- (1) 虎丘婚纱礼服市场分析
- (2) 广州婚纱礼服市场

5.1.3 婚纱礼服销售渠道分析

- (1) 批发渠道
- (2) 婚纱影楼渠道
- (3) 商场渠道
- (4) 网络渠道

5.2 中国婚宴市场分析

5.2.1 婚宴市场发展分析

- (1) 婚宴市场需求分析
- (2) 婚宴市场规模分析
- (3) 婚宴市场特点分析
- 1) 时间选择的集中性
- 2) 服务对象的复杂性
- 3) 菜品选择的特殊性
- (4) 婚宴价格分析
- (5) 婚宴市场竞争格局分析
- (6) 消费者选择婚宴酒店的因素分析
- (7) 婚宴市场发展前景预测

5.2.2 婚宴地区市场分析

- (1) 北京婚宴市场分析
- (2) 上海婚宴市场分析

- (3) 广州婚宴市场分析
 - (4) 深圳婚宴市场分析
- 5.2.3 高星级酒店婚宴市场分析
 - (1) 高星级酒店优势分析
 - 1) 市场优势
 - 2) 资源优势
 - (2) 高星级酒店经营策略分析
 - 1) 婚宴服务专业化
 - 2) 拓展婚宴外延
 - 3) 加强与婚庆公司合作
 - 4) 体现人本管理
 - 5) 做好客户关系管理
- 5.3 中国婚礼服务市场分析
 - 5.3.1 婚礼服务市场发展分析
 - (1) 婚礼服务市场需求分析
 - (2) 婚礼服务市场规模分析
 - (3) 婚礼服务市场竞争格局分析
 - 1) 北京婚礼服务市场竞争格局分析
 - 2) 上海婚礼服务市场竞争格局分析
 - 3) 广州婚礼服务市场竞争格局分析
 - 4) 杭州婚礼服务市场竞争格局分析
 - 5) 成都婚礼服务市场竞争格局分析
 - (4) 婚礼服务市场前景预测
 - 5.3.2 婚礼服务需求趋势分析
 - (1) 婚礼主题化
 - (2) 婚礼个性化
 - (3) 婚礼仪式化
 - (4) 婚礼品质化
- 5.4 中国婚庆旅游市场分析
 - 5.4.1 婚庆旅游市场发展现状分析
 - 5.4.2 婚庆旅游消费特点分析
 - (1) 旅游服务需求细
 - (2) 旅游消费档次高
 - (3) 季节性明显，停留时间长
 - (4) 对目的地资源要求高
 - 5.4.3 婚庆旅游产品开发策略

- (1) 深挖细分市场需求
- (2) 产品主题鲜明有特色
- (3) 产品内容丰富多彩且注重细节
- (4) 产品开发强调强强联合

5.4.4 婚庆旅游产品营销策略

- (1) 以独特性推出产品系列
- (2) 设置产品进入壁垒
- (3) 产品品牌化经营
- (4) 旅游目的地加大对婚庆市场的投入

5.4.5 婚庆旅游市场发展前景预测

第6章 中国婚庆产业主要企业生产经营分析

6.1 婚纱摄影行业领先企业个案分析

6.1.1 金夫人实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务结构分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营状况swot分析
- (5) 企业最新发展动向分析

6.1.2 深圳市天长地久文化产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务结构分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营状况swot分析
- (5) 企业最新发展动向分析

6.1.3 广东色色婚纱摄影有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务结构分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营状况swot分析
- (5) 企业最新发展动向分析

6.2 婚庆珠宝首饰行业领先企业个案分析

6.2.1 周生生集团国际有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要财务指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.2 周大福珠宝金行（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.3 六福集团（国际）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要财务指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.3 婚纱礼服行业领先企业个案分析

6.3.1 广东名瑞集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.3.2 潮州市金嘉德服饰有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.3.3 潮州市龙宝工艺服装有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.4 婚宴酒店行业领先企业个案分析

6.4.1 上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要财务指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.4.2 华天酒店集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要财务指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.4.3 深圳新都酒店股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要财务指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业特色服务分析
- (8) 企业销售网络分析
- (9) 企业经营状况swot分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.5 婚礼服务行业领先企业个案分析

6.5.1 北京舒欣婚礼策划公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务结构分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营状况swot分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.5.2 北京经典时光婚庆有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务结构分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业经营状况swot分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.5.3 北京美薇亭婚礼顾问公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务结构分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业经营状况swot分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.6 婚庆旅游行业领先企业个案分析

6.6.1 中国国旅股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要财务指标分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业盈利能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业景区资源分布

(8) 企业主营业务分析

(9) 企业经营状况swot分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.6.2 中青旅控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要财务指标分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业盈利能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业景区资源分布

(8) 企业主营业务分析

(9) 企业经营状况swot分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.6.3 黄山旅游发展股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要财务指标分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业盈利能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业景区资源分布

(8) 企业主营业务分析

(9) 企业经营状况swot分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

第7章 中智林—中国婚庆产业发展趋势与前景预测

7.1 婚庆产业发展前景预测

7.1.1 婚庆产业驱动因素分析

(1) 适婚人口规模庞大

(2) 婚庆消费观念趋势

(3) 婚庆消费能力发展

(4) 婚庆消费水平走向

7.1.2 婚庆产业发展前景预测

7.2 婚庆产业链整合分析

7.2.1 婚庆产业链整合现状

7.2.2 婚庆企业产业链整合分析

(1) 深圳天长地久婚纱摄影公司

(2) 金夫人实业有限公司

7.2.3 婚庆产业链整合前景分析

7.3 婚庆产业发展策略分析

7.3.1 婚庆产业存在问题分析

7.3.2 婚庆产业发展策略分析

(1) 渠道规模化

(2) 产业链一体化

(3) 目标市场多元化

图表目录

- 图表 1：全国登记结婚新人数量（单位：万人）
- 图表 2：各地结婚人口数量统计（单位：万人）
- 图表 3：新人结婚选择项目比例（单位：%）
- 图表 4：城市举行婚礼的各项费用支出及其占比（单位：%）
- 图表 5：农村举行婚礼的各项费用支出及其占比（单位：%）
- 图表 6：金夫人实业有限公司swot分析
- 图表 7：深圳市天长地久文化产业股份有限公司swot分析
- 图表 8：广东色色婚纱摄影有限公司swot分析
- 图表 9：北京维纳斯婚纱摄影有限公司swot分析
- 图表 10：上海巴黎婚纱摄影有限公司swot分析
- 图表 11：杭州薇薇新娘爱情山庄摄影有限公司swot分析
- 图表 12：上海珍妮花婚纱摄影有限公司swot分析
- 图表 13：北京龙摄影新人世界swot分析
- 图表 14：西安蒙娜丽莎婚纱摄影设计有限公司swot分析
- 图表 15：钟爱一生婚纱摄影连锁机构swot分析
- 图表 16：周生生集团国际有限公司主要财务指标分析（单位：万元）
- 图表 17：周生生集团国际有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 18：周生生集团国际有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 19：周生生集团国际有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 20：周生生集团国际有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 21：周生生集团国际有限公司swot分析
- 图表 22：周生生集团国际有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）
- 图表 23：周生生集团国际有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元）
- 图表 24：周大福珠宝金行（深圳）有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 25：周大福珠宝金行（深圳）有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 26：周大福珠宝金行（深圳）有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 27：周大福珠宝金行（深圳）有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 28：周大福珠宝金行（深圳）有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 29：周大福珠宝金行（深圳）有限公司swot分析
- 图表 30：六福集团（国际）有限公司主要财务指标分析（单位：万元）
- 图表 31：六福集团（国际）有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 32：六福集团（国际）有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 33：六福集团（国际）有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 34：六福集团（国际）有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 35：六福集团（国际）有限公司swot分析
- 图表 36：六福集团（国际）有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）

- 图表 37：六福集团（国际）有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元）
- 图表 38：上海老凤祥有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 39：上海老凤祥有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 40：上海老凤祥有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 41：上海老凤祥有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 42：上海老凤祥有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 43：上海老凤祥有限公司swot分析
- 图表 44：东莞市金叶珠宝有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 45：东莞市金叶珠宝有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 46：东莞市金叶珠宝有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 47：东莞市金叶珠宝有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 48：东莞市金叶珠宝有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 49：东莞市金叶珠宝有限公司swot分析
- 图表 50：浙江日月首饰集团有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 51：浙江日月首饰集团有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 52：浙江日月首饰集团有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 53：浙江日月首饰集团有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 54：浙江日月首饰集团有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 55：浙江日月首饰集团有限公司swot分析
- 图表 56：深圳市粤豪珠宝有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 57：深圳市粤豪珠宝有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 58：深圳市粤豪珠宝有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 59：深圳市粤豪珠宝有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 60：深圳市粤豪珠宝有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 61：深圳市粤豪珠宝有限公司swot分析
- 图表 62：广东潮宏基实业股份有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表 63：广东潮宏基实业股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 64：广东潮宏基实业股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表 65：广东潮宏基实业股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表 66：广东潮宏基实业股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表 67：广东潮宏基实业股份有限公司swot分析
- 图表 68：东方金钰股份有限公司主要财务指标分析（单位：万元）
- 图表 69：东方金钰股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表 70：东方金钰股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 略……

订阅“中国婚庆行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）”，编号：1A17836，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/6/83/HunQingShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！