

2021年

互联网婚庆行业研究报告



2021年4月

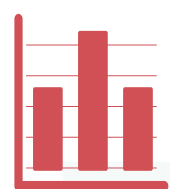
Mob研究院出品

| 核心观点



“云备婚”成热潮，互联网婚庆蓬勃发展

疫情黑天鹅下，线下备婚受阻，互联网婚庆行业发展迅速。2021年互联网婚庆用户激增，市场规模将突破840亿元



90后小镇青年是备婚主力

互联网婚庆用户以女性为主，占比超六成；年龄以90后为主，收入中等，集中在5-10K；有房无车；下沉市场用户占比近6成



三大头部玩家玩转互联网婚庆

婚礼纪玩转内容社区、中国婚博会以线下赋能线上、蜜匠婚礼加码加盟模式，三大头部玩家逐渐形成企业护城河



直播+婚庆，营销场景多元化

个性化主题式婚礼成婚庆热门主题。直播赋能互联网婚庆行业，营销场景更加多样化

| 目录



一、互联网婚庆市场起底

二、互联网婚庆用户分析

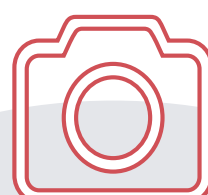
三、互联网婚庆企业探究

四、互联网婚庆未来趋势

互联网婚庆定义：线上婚庆服务平台

互联网婚庆是指为新人提供婚纱摄影、婚礼策划、婚宴酒席、蜜月旅游等服务的互联网平台

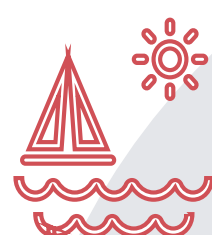
婚纱摄影



婚礼策划



蜜月旅游



婚宴酒席



婚车出租



.....

.....

互联网婚庆：

服务于结婚场景的互联网平台

发展背景：消费水平提高，结婚花费攀升

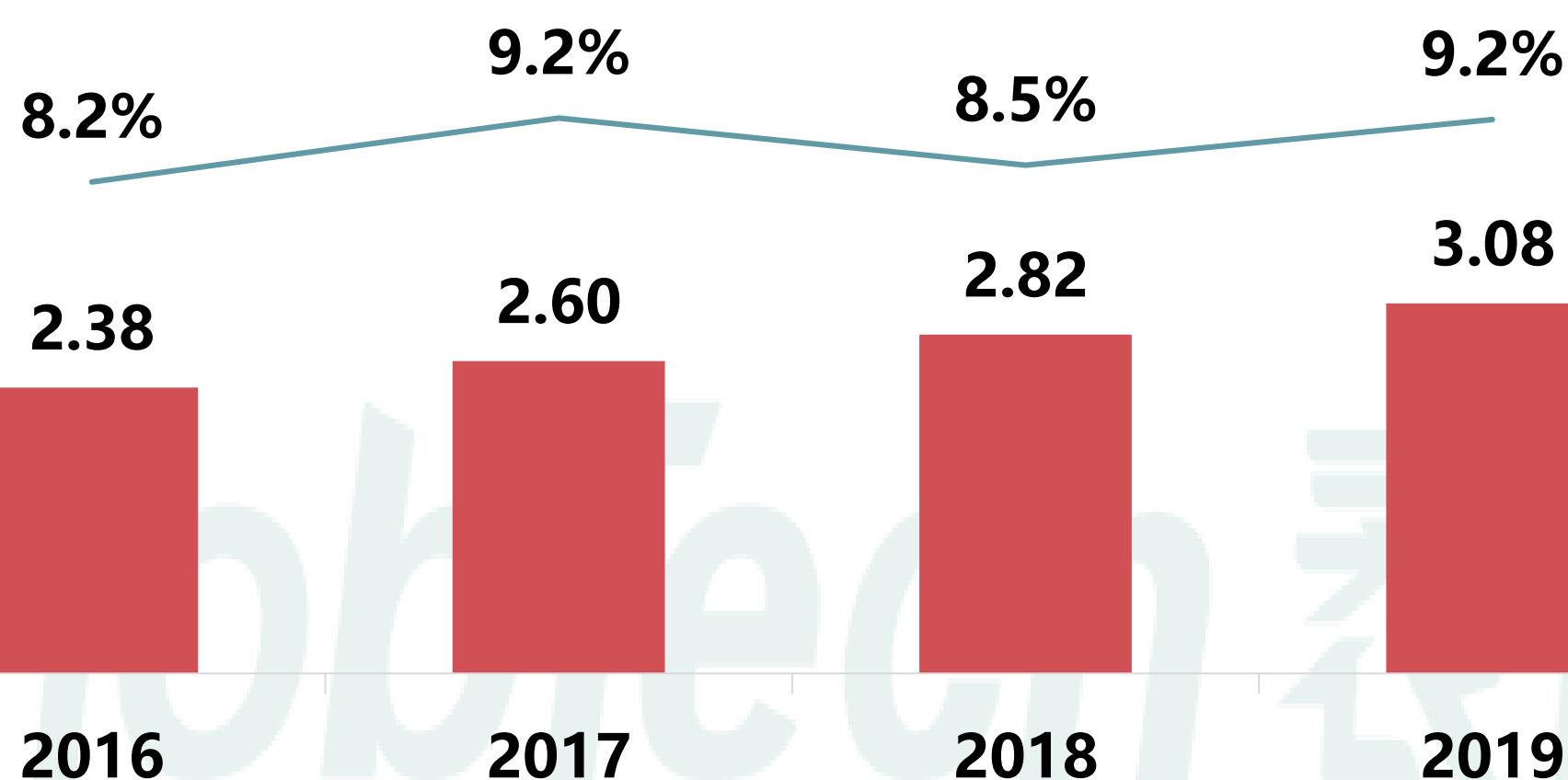
近年来国民经济稳步提升，居民消费水平提高，对于结婚这一人生大事花钱更是毫不手软。2019年每对新人**结婚平均花费已突破22万元**，是2015年的3.5倍

Mob研究院

2015-2019 居民人均可支配收入

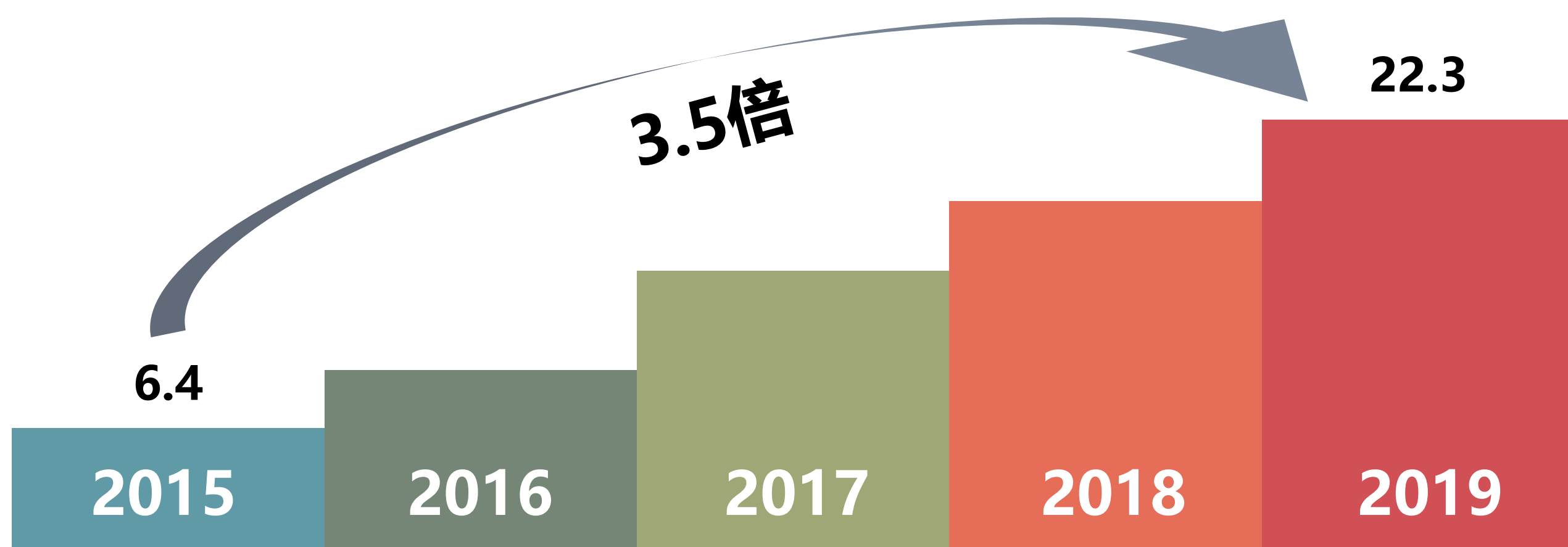
■ 人均可支配收入 (万元)

— 同比增长率



Mob研究院

2015-2019 平均每对新人结婚花费 (万元)



兴起契机：互联网赋能，解决行业痛点

传统线下婚庆行业存在获客渠道单一、价格不透明，选择丰富度不足等问题，互联网婚庆平台兴起，商家与用户触达链路缩短，为传统婚庆行业带来新机遇



- **获客渠道单一：** 传统线下婚庆行业缺乏宣传渠道，多为靠口碑传播，获客成本大，渠道单一
- **用户决策时间长：** 对于一生一次的婚礼，备婚人群决策谨慎，备婚过程往往长达数月
- **价格不透明：** 行业信息透明度低，没有公开的比价途径，用户选择成本大
- **选择多样性低：** 传统线下婚庆店受地域限制大，用户选择多样性低

互联网婚庆平台

互联网+婚庆使得企业与用户触达链路缩短，**增加企业获客渠道，降低获客成本**

互联网婚庆平台提供给用户一个公开比价平台，**用户选择成本降低，选择多样性增加**

互联网婚庆平台可以提供社区交友功能，通过KOL的备婚经验分享，**可以有效地减少用户决策时间**

发展历程：行业洗牌加剧，品牌化趋势明显

互联网婚庆行业经历近十年的发展历程，如今行业壁垒逐渐形成，头部玩家初显，业务模式向上下游渗透转型

互联网婚庆行业发展历程

起步期

2013年之前

- 此时婚庆行业以传统的线下婚庆店为主。主要为小型婚庆公司，尚未形成连锁规模
- 传统综合电商巨头阿里、京东等开始涉足婚庆行业，但浅尝辄止

探索期

2013年-2020年

- 婚礼纪、蜜匠婚礼等互联网婚庆综合平台相继成立，将互联网模式代入传统婚庆行业，抢占第一波用户心智
- 行业竞争激烈，洗牌加剧，倒逼企业提升服务水平和产品质量，行业逐渐走向规范化

繁荣期

2020年-至今

- 行业壁垒逐渐形成，婚礼纪、中国婚博会等头部企业优势显现，品牌化趋势明显
- 互联网婚庆平台逐渐向产业链上游渗透，构建自有供应链。同时布局线下场景，线上线下资源联动，打造婚庆一体化业务模式

市场规模：2021年预计突破840亿元

近年来，互联网婚庆行业市场规模保持高速增长，预计2021年突破840亿元，同比增长20.0%

Mob研究院

互联网婚庆行业市场规模

■ 市场规模（亿元） — 同比增长率

24.7%

24.7%

23.4%

20.0%



455.3

567.7

700.4

840.2

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38042

