

2017-2022年中国婚庆家纺市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国婚庆家纺市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201703/506844.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章婚庆家纺相关概述14

第一节婚庆家纺相关概况14

一、婚庆家纺相关定义14

二、婚庆家纺产品设计理念14

三、婚庆家纺产品选购要求16

第二节婚庆家纺主要产品分析17

一、床品套件17

二、浴巾17

三、窗帘18

第二章中国婚庆家纺行业发展环境分析19

第一节中国宏观经济发展环境分析19

一、2016年中国GDP增长情况分析19

二、2016年工业经济发展形势分析20

三、2016年社会固定资产投资分析21

四、2016年全社会消费品零售总额22

五、2016年城乡居民收入增长分析23

六、2016年居民消费价格变化分析24

七、2016年对外贸易发展形势分析25

第二节婚庆家纺行业政策环境分析26

一、婚庆家纺行业管理体制26

二、婚庆家纺行业相关政策27

三、《家纺行业十三五规划》32

第三节婚庆家纺行业社会环境分析33

一、中国人口环境分析33

二、中国城镇化率分析35

三、人均床上用品消费35

第三章中国婚庆行业发展态势分析37

第一节婚庆行业发展概况37

一、婚庆产业的概念37

二、婚庆行业发展特点37

三、婚庆产业商业模式37

第二节婚庆市场分析38

- 一、婚庆行业发展状况分析38
- 二、居民登记结婚情况分析39
- 三、婚庆市场消费规模分析40
- 四、婚庆市场消费结构分析40
- 五、婚庆市场消费差异分析40
- 六、婚庆市场消费特性分析41
- 第三节婚庆主要消费市场分析42
 - 一、婚纱礼服市场发展分析42
 - 二、婚纱摄影市场发展分析44
 - 三、婚庆服务产业发展分析45
 - 四、婚礼策划产业发展分析45
 - 五、婚车租赁市场发展分析46
 - 六、婚宴服务市场发展分析47
- 第四章中国婚庆家纺行业发展分析49
 - 第一节婚庆家纺市场分析49
 - 一、婚庆家纺市场基本情况49
 - 二、80后成婚庆家纺主力军49
 - 三、婚庆家纺市场规模分析50
 - 四、婚庆家纺产品市场价格51
 - 第二节婚庆家纺热销产品分析51
 - 一、颠覆传统大红色51
 - 二、追求个性新潮设计52
 - 三、婚纱照印上被子受青睐52
 - 第三节婚庆家纺产品消费分析53
 - 一、婚庆家纺产品消费动因53
 - 二、婚庆家纺产品消费特点54
 - 三、婚庆家纺市场个性需求54
 - 四、婚庆家纺区域消费差异55
 - 五、婚庆家纺消费者偏好分析55
 - 第四节婚庆家纺市场竞争分析56
 - 一、婚庆家纺市场竞争状况56
 - 二、婚庆家纺市场区域格局56
 - 第五节婚庆家纺行业存在问题分析57
 - 一、零售放缓背景下误判57
 - 二、企业订货会增长隐患57

第五章中国婚庆家纺主要市场发展分析59

第一节婚庆床上用品市场分析59

- 一、传统婚庆床上用品成市场热点59
- 二、婚庆床上用品营销现状分析59
- 三、婚庆床上用品流行趋势分析60

第二节婚庆家纺礼品市场分析60

- 一、家纺礼品市场发展状况60
- 二、婚庆家纺礼品市场概况61
- 三、婚庆家纺礼品市场需求62

第六章中国婚庆家纺重点品牌分析63

第一节罗莱63

- 一、品牌发展及定位63
- 二、品牌竞争特色分析64
- 三、品牌婚庆系列产品64
 - (一) 幸福起点64
 - (二) 爱丽丝婚礼65
 - (三) 珠光宝气66
 - (四) 爱的约定67
 - (五) 中国甜心68
 - (六) 恋尚69
 - (七) 其他70

第二节南方寝饰曼卡蕾71

- 一、品牌发展及定位71
- 二、品牌竞争特色分析72
- 三、品牌婚庆系列产品73
 - (一) 甜蜜婚典73
 - (二) 爱是永恒74
 - (三) 花嫁红妆75
 - (四) 公主的嫁妆76
 - (五) 爱是依恋77
 - (六) 爱是传奇78
 - (七) 其他系列79

第三节富安娜95

- 一、企业品牌及定位95
- 二、品牌竞争特色分析96

三、品牌婚庆系列产品97

- (一) 玫瑰园/娇华初绽97
- (二) 醉美良缘98
- (三) 幸福里99
- (四) 爱?永恒100
- (五) 金风玉露101
- (六) 心动感觉102
- (七) 其他系列103

第四节红豆106

- 一、品牌发展及定位106
- 二、品牌竞争特色分析107
- 三、品牌婚庆系列产品108
 - (一) 古典新娘108
 - (二) 可爱新娘109
 - (三) 牡丹情愫110
 - (四) 凤穿牡丹111
 - (五) 花叶盛开112
 - (六) 似水柔情113
 - (七) 其他系列114

第五节梦洁116

- 一、品牌发展及定位116
- 二、品牌竞争特色分析116
- 三、品牌婚庆系列产品117
 - (一) 吉祥117
 - (二) 如意118
 - (三) 喜上眉梢119
 - (四) 如果?爱120
 - (五) 恋爱中的宝贝121
 - (六) 其他系列123

第六节多喜爱124

- 一、品牌发展及定位124
- 二、品牌竞争特色分析124
- 三、品牌婚庆系列产品126

第七节艾维128

- 一、品牌发展及定位128

- 二、品牌竞争特色分析129
- 三、品牌婚庆系列产品130
- 第七章中国婚庆家纺市场营销模式及渠道分析132
- 第一节婚庆家纺企业销售模式分析132
- 一、旗舰店132
- 二、主力店132
- 三、基础店132
- 四、店中店与商场专柜133
- 第二节婚庆家纺市场销售渠道结构133
- 一、主力型渠道133
- 二、紧凑型渠道133
- 三、伙伴型渠道133
- 四、松散型渠道133
- 第三节婚庆家纺营销渠道分析134
- 一、连锁直销134
- 二、礼品销售渠道134
- 三、微电影时代营销135
- 四、展会经济营销135
- 五、社区营销分析136
- 六、增加体验式消费136
- 七、电子商务渠道137
- 第八章中国婚庆家纺企业市场营销策略分析138
- 第一节婚庆家纺企业网络促销手段138
- 一、网上折价促销手段138
- 二、网上赠品促销手段138
- 三、网上抽奖促销手段138
- 四、网络秒杀促销手段138
- 五、节假日的促销手段138
- 第二节婚庆家纺企业地位与广告策略139
- 一、市场领导者广告策略139
- 二、市场挑战者广告策略140
- 三、市场追随者广告策略140
- 第三节婚庆家纺企业广告运作决策141
- 一、影响企业广告费用的因素141
- 二、企业选择广告代理的决策141

- 三、企业对广告投放媒体决策142
- 四、企业对广告效果评价研究144
- 第四节婚庆家纺企业品牌营销策略及运作145
 - 一、婚庆家纺企业品牌市场定位策略145
 - (一) 品牌定位战略的概述146
 - (二) 品牌定位必要性分析146
 - (三) 品牌定位应注意问题147
 - (四) 品牌定位的战略策略148
 - 二、婚庆家纺企业品牌文化建设策略150
 - (一) 品牌文化建设诚信为本150
 - (二) 品牌文化建设质量要求151
 - (三) 品牌文化需要持续创新151
 - (四) 品牌文化建设安全保障152
 - (五) 品牌文化建设服务途径153
 - 三、婚庆家纺企业品牌宣传推广策略153
 - (一) 消费者互动的推广153
 - (二) 新闻广告品牌推广153
 - (三) 事件营销品牌推广154
 - (四) 网络营销品牌推广154
 - (五) 活动赞助品牌推广154
 - (六) 口碑传播品牌推广154
 - 四、婚庆家纺企业营销策略及操作156
- 第九章中国婚庆家纺重点区域分析158
 - 第一节北京市158
 - 一、北京婚庆家纺行业发展环境158
 - 二、北京居民登记结婚情况分析159
 - 三、北京床上用品行业发展分析159
 - 四、北京婚庆家纺市场需求分析160
 - 第二节上海市161
 - 一、上海婚庆家纺行业发展环境161
 - 二、上海居民登记结婚情况分析161
 - 三、上海床上用品行业发展分析162
 - 四、上海婚庆家纺市场需求分析163
 - 第三节广东省164
 - 一、广东婚庆家纺行业发展环境164

- 二、广东居民登记结婚情况分析164
- 三、广东床上用品行业发展分析165
- 四、广东婚庆家纺市场发展分析166
- 第四节浙江省167
 - 一、浙江婚庆家纺行业发展环境167
 - 二、浙江居民登记结婚情况分析167
 - 三、浙江床上用品行业发展分析168
 - 四、浙江婚庆家纺市场发展分析169
- 第五节江苏省170
 - 一、江苏婚庆家纺行业发展环境170
 - 二、江苏居民登记结婚情况分析170
 - 三、江苏床上用品行业发展分析170
 - 四、江苏婚庆家纺市场发展分析172
- 第六节山东省172
 - 一、山东婚庆家纺行业发展环境172
 - 二、山东居民登记结婚情况分析173
 - 三、山东床上用品行业发展分析174
 - 四、山东婚庆家纺市场发展分析175
- 第十章中国婚庆家纺优势企业分析176
 - 第一节罗莱家纺股份有限公司176
 - 一、企业基本情况概述176
 - 二、企业主要产品分析176
 - 三、企业经营情况分析178
 - 四、企业经济指标分析179
 - 五、企业细分市场分析179
 - 六、企业竞争优势分析181
 - 七、企业营销网络分析181
 - 八、企业发展前景分析181
 - 第二节湖南梦洁家纺股份有限公司182
 - 一、企业基本情况概述182
 - 二、企业主要产品分析183
 - 三、企业经营情况分析183
 - 四、企业经济指标分析185
 - 五、企业竞争优势分析185
 - 六、企业营销网络分析186

七、企业发展前景分析187

第三节深圳市富安娜家居用品股份有限公司188

一、企业基本情况概述188

二、企业主要产品分析188

三、企业经营情况分析189

四、企业经济指标分析189

五、企业竞争优势分析190

六、企业营销网络分析191

第四节江苏紫罗兰家用纺织品有限公司191

一、公司基本情况概述191

二、企业主要产品分析192

三、企业主要经济指标193

四、企业竞争优势分析194

五、企业营销网络分析195

第五节南方寝饰用品有限公司195

一、公司基本情况195

二、企业主要产品分析196

三、企业销售网络分析197

四、企业最新发展动态197

第六节红豆集团有限公司198

一、公司基本情况198

二、企业主要产品分析199

三、企业竞争优势分析200

四、企业销售网络分析200

第七节湖南多喜爱家纺股份有限公司200

一、公司基本情况200

二、企业主要产品分析201

三、企业荣誉资质分析203

四、企业竞争优势分析204

第八节上海恒源祥家用纺织品有限公司204

一、公司基本情况204

二、企业主要产品分析204

三、企业竞争优势分析208

四、企业销售网络分析209

第九节宁波艾维家纺有限公司209

- 一、公司基本情况209
- 二、企业主要产品分析210
- 三、企业竞争优势分析210
- 四、企业销售网络分析211
- 第十节上海伊人岛纺织品有限公司211
 - 一、公司基本情况211
 - 二、企业主要产品分析211
 - 三、企业销售网络分析213
 - 四、企业发展战略分析214
- 第十一节上海水星家用纺织品股份有限公司215
 - 一、公司基本情况215
 - 二、企业主要产品分析215
 - 三、企业竞争优势分析218
 - 四、企业销售网络分析219
- 第十二节福建佳丽斯家纺有限公司219
 - 一、公司基本情况219
 - 二、企业主要产品分析219
 - 三、企业竞争优势分析220
 - 四、企业销售网络分析220
- 第十一章2017-2022年中国婚庆家纺行业趋势及投资前景分析222(ZYWZY)
 - 第一节2017-2022年中国婚庆家纺行业发展趋势及前景预测222
 - 一、家纺行业发展趋势分析222
 - 二、婚庆家纺产品发展趋势223
 - 三、婚庆家纺市场发展前景224
 - 四、婚庆家纺市场规模预测225
 - 第二节2017-2022年中国婚庆家纺行业投资特性分析225
 - 第三节2017-2022年中国婚庆家纺行业投资风险分析226
 - 一、宏观经济风险226
 - 二、竞争风险227
 - 三、经营风险227
 - 四、技术风险分析227
 - 第四节2017-2022年中国婚庆家纺行业投资策略分析228
 - 一、婚庆家纺企业投资策略228
 - 二、婚庆家纺加盟投资策略230
 - 三、婚庆家纺连锁经营策略231

部分图表目录：

- 图表12016年国内生产总值构成及增长速度统计19
- 图表22009-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图20
- 图表32016年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图21
- 图表42016年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速21
- 图表52009-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图22
- 图表62009-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图23
- 图表72009-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图24
- 图表82009-2016年农村居民人均纯收入及增长趋势图24
- 图表92012-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图25
- 图表102009-2016年中国进出口总额增长趋势图26
- 图表11“十三五”时期家纺行业发展主要指标33
- 图表122016年中国人口数量及其构成情况34
- 图表132006-2016年中国人口数量变化趋势图34
- 图表142005-2016年中国城镇化率变化趋势图35
- 图表152007-2016年中国城镇居民人均床上用品销售情况36
- 图表162007-2016年中国婚姻服务行业发展状况39
- 图表17婚庆消费涵盖众多消费子行业示意图42
- 图表18中国十大婚纱礼服品牌统计43
- 图表192007-2016年中国婚庆家纺市场销售规模变化趋势图51
- 图表20家纺行业陷入提价受阻、运营成本攀升的两难57
- 图表212011-2016年家纺上市企业春夏订货会订货额增长情况58
- 图表22罗莱家纺婚庆类幸福起点系列产品参数65
- 图表23罗莱家纺婚庆类幸福起点系列产品图示65
- 图表24罗莱家纺婚庆类爱丽丝婚礼系列产品参数66
- 图表25罗莱家纺婚庆类爱丽丝婚礼系列产品图示66
- 图表26罗莱家纺婚庆类珠光宝气系列产品参数67
- 图表27罗莱家纺婚庆类珠光宝气系列产品图示67
- 图表28罗莱家纺婚庆类爱的约定系列产品参数68
- 图表29罗莱家纺婚庆类爱的约定系列产品图示68
- 图表30罗莱家纺婚庆类中国甜心系列产品参数69
- 图表31罗莱家纺婚庆类中国甜心系列产品图示69
- 图表32罗莱家纺婚庆类恋尚系列产品参数70
- 图表33罗莱家纺婚庆类恋尚系列产品图示70

图表34罗莱家纺婚庆类其他系列产品情况71

图表35南方寝室婚庆类甜蜜婚典系列产品信息73

图表36南方寝室婚庆类甜蜜婚典系列产品图示74

图表37南方寝室婚庆类爱是永恒系列产品信息74

图表38南方寝室婚庆类爱是永恒系列产品图示75

图表39南方寝室婚庆类花嫁红妆系列产品信息75

图表40南方寝室婚庆类花嫁红妆系列产品图示76

图表41南方寝室婚庆类公主的嫁妆系列产品信息76

图表42南方寝室婚庆类公主的嫁妆系列产品图示77

图表43南方寝室婚庆类爱是依恋系列产品信息77

图表44南方寝室婚庆类爱是依恋系列产品图示78

图表45南方寝室婚庆类爱是传奇系列产品信息78

图表46南方寝室婚庆类爱是传奇系列产品图示79

图表47南方寝室婚庆类佳期如梦系列产品信息79

图表48南方寝室婚庆类佳期如梦系列产品图示80

图表49南方寝室婚庆类富贵喜临门系列产品信息80

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/506844.html>