

# 2020-2026年中国婚庆家纺产业发展态势及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国婚庆家纺产业发展态势及投资前景预测报告》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/202002/837791.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

随着婚龄的延迟，意味着结婚新人经济将更加独立，在结婚消费上，更加舍得花钱。因此，在多种因素的共同促动下，未来婚庆行业市场规模维持稳定增长，未来其市场前景广阔。2018年，我国婚庆行业市场规模达到18230亿元，预测在2021年，婚庆行业市场规模有望突破33000亿元，市场潜力巨大。

我国婚庆行业市场规模（亿元）

数据来源：公共资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国婚庆家纺产业发展态势及投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了婚庆家纺行业市场发展环境、婚庆家纺整体运行态势等，接着分析了婚庆家纺行业市场运行的现状，然后介绍了婚庆家纺市场竞争格局。随后，报告对婚庆家纺做了重点企业经营状况分析，最后分析了婚庆家纺行业发展趋势与投资预测。您若想对婚庆家纺产业有个系统的了解或者想投资婚庆家纺行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章婚庆家纺相关概述

#### 第一节婚庆家纺相关概况

- 一、婚庆家纺相关定义
- 二、婚庆家纺产品设计理念
- 三、婚庆家纺产品选购要求

#### 第二节婚庆家纺主要产品分析

### 第二章中国婚庆家纺行业发展环境分析

#### 第一节中国宏观经济发展环境分析

- 一、2019年中国GDP增长情况分析
- 二、2019年工业经济发展形势分析
- 三、2019年社会固定资产投资分析
- 四、2019年全社会消费品零售总额
- 五、2019年城乡居民收入增长分析
- 六、2019年居民消费价格变化分析

## 七、2019年对外贸易发展形势分析

### 第二节婚庆家纺行业政策环境分析

#### 一、婚庆家纺行业管理体制

#### 二、婚庆家纺行业相关政策

#### 三、《家纺行业十三五规划》

### 第三节婚庆家纺行业社会环境分析

## 第三章中国婚庆行业发展态势分析

### 第一节婚庆行业发展概况

#### 一、婚庆产业的概念

#### 二、婚庆行业发展特点

#### 三、婚庆产业商业模式

### 第二节婚庆市场分析

#### 一、婚庆行业发展状况分析

#### 二、居民登记结婚情况分析

2018年结婚率创十年新低，95后成消费主体。结婚对数成“倒U”型发展，25~29岁年龄段的登记结婚人口最多。2018年全国依法办理结婚登记1013.9万对，同比下降4.6%，结婚率为7.3‰；依法办理离婚手续的共有446.1万对，离婚率为3.2‰，与上年持平。其中，25~29岁年龄段的登记结婚人口最多，在2018年总的结婚登记人口中占到36.3%，其次是20~24岁年龄段，占比为21.5%。

我国结婚登记对数（万对）

数据来源：公共资料整理

#### 2018年结婚登记人口年龄分布

数据来源：公共资料整理

#### 三、婚庆市场消费规模分析

#### 四、婚庆市场消费结构分析

#### 五、婚庆市场消费差异分析

#### 六、婚庆市场消费特性分析

### 第三节婚庆主要消费市场分析

#### 一、婚纱礼服市场发展分析

#### 二、婚纱摄影市场发展分析

#### 三、婚庆服务产业发展分析

#### 四、婚礼策划产业发展分析

#### 五、婚车租赁市场发展分析

#### 六、婚宴服务市场发展分析

## 第四章中国婚庆家纺行业发展分析

### 第一节婚庆家纺市场分析

- 一、婚庆家纺市场基本情况
- 二、80后成婚庆家纺主力军
- 三、婚庆家纺市场规模分析
- 四、婚庆家纺产品市场价格

### 第二节婚庆家纺热销产品分析

- 一、颠覆传统大红色
- 二、追求个性新潮设计
- 三、婚纱照印上被子受青睐

### 第三节婚庆家纺产品消费分析

- 一、婚庆家纺产品消费动因
- 二、婚庆家纺产品消费特点
- 三、婚庆家纺市场个性需求
- 四、婚庆家纺区域消费差异
- 五、婚庆家纺消费者偏好分析

### 第四节婚庆家纺市场竞争分析

- 一、婚庆家纺市场竞争状况
- 二、婚庆家纺市场区域格局

### 第五节婚庆家纺行业存在问题分析

## 第五章中国婚庆家纺主要市场发展分析

### 第一节婚庆床上用品市场分析

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

### 第二节婚庆家纺礼品市场分析

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

## 第六章中国婚庆家纺重点品牌分析

### 第一节罗莱

- 一、品牌发展及定位

## 二、品牌竞争特色分析

### 三、品牌婚庆系列产品

- (一) 幸福起点
- (二) 爱丽丝婚礼
- (三) 珠光宝气
- (四) 爱的约定
- (五) 中国甜心
- (六) 恋尚
- (七) 其他

## 第二节南方寝饰曼卡蕾

### 一、品牌发展及定位

### 二、品牌竞争特色分析

### 三、品牌婚庆系列产品

- (一) 甜蜜婚典
- (二) 爱是永恒
- (三) 花嫁红妆
- (四) 公主的嫁妆
- (五) 爱是依恋
- (六) 爱是传奇
- (七) 其他系列

## 第三节富安娜

### 一、企业品牌及定位

### 二、品牌竞争特色分析

### 三、品牌婚庆系列产品

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

## 第四节红豆

### 一、品牌发展及定位

### 二、品牌竞争特色分析

### 三、品牌婚庆系列产品

- (一) 古典新娘
- (二) 可爱新娘
- (三) 牡丹情愫
- (四) 凤穿牡丹
- (五) 花叶盛开
- (六) 似水柔情
- (七) 其他系列

#### 第五节 梦洁

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

#### 第六节 多喜爱

- 一、品牌发展及定位
- 二、品牌竞争特色分析
- 三、品牌婚庆系列产品

#### 第七节 艾维

- 一、品牌发展及定位
- 二、品牌竞争特色分析
- 三、品牌婚庆系列产品

### 第七章 中国婚庆家纺市场营销模式及渠道分析

#### 第一节 婚庆家纺企业销售模式分析

- 一、旗舰店
- 二、主力店
- 三、基础店
- 四、店中店与商场专柜

#### 第二节 婚庆家纺市场销售渠道结构

- 一、主力型渠道
- 二、紧凑型渠道

### 三、伙伴型渠道

### 四、松散型渠道

## 第三节婚庆家纺营销渠道分析

### 一、连锁直销

### 二、礼品销售渠道

### 三、微电影时代营销

### 四、展会经济营销

### 五、社区营销分析

### 六、增加体验式消费

### 七、电子商务渠道

## 第八章中国婚庆家纺企业市场营销策略分析

### 第一节婚庆家纺企业网络促销手段

#### 一、网上折价促销手段

#### 二、网上赠品促销手段

#### 三、网上抽奖促销手段

#### 四、网络秒杀促销手段

#### 五、节假日的促销手段

### 第二节婚庆家纺企业地位与广告策略

#### 一、市场领导者广告策略

#### 二、市场挑战者广告策略

#### 三、市场追随者广告策略

### 第三节婚庆家纺企业广告运作决策

#### 一、影响企业广告费用的因素

#### 二、企业选择广告代理的决策

#### 三、企业对广告投放媒体决策

#### 四、企业对广告效果评价研究

### 第四节婚庆家纺企业品牌营销策略及运作

#### 一、婚庆家纺企业品牌市场定位策略

##### （一）品牌定位战略的概述

##### （二）品牌定位必要性分析

##### （三）品牌定位应注意问题

##### （四）品牌定位的战略策略

#### 二、婚庆家纺企业品牌文化建设策略

##### （一）品牌文化建设诚信为本



- (二) 品牌文化建设质量要求
- (三) 品牌文化需要持续创新
- (四) 品牌文化建设安全保障
- (五) 品牌文化建设服务途径
- 三、婚庆家纺企业品牌宣传推广策略
  - (一) 消费者互动的推广
  - (二) 新闻广告品牌推广
  - (三) 事件营销品牌推广
  - (四) 网络营销品牌推广
  - (五) 活动赞助品牌推广
  - (六) 口碑传播品牌推广
- 四、婚庆家纺企业营销策略及操作

## 第九章中国婚庆家纺重点区域分析

### 第一节北京市

- 一、北京婚庆家纺行业发展环境
- 二、北京居民登记结婚情况分析
- 三、北京床上用品行业发展分析
- 四、北京婚庆家纺市场需求分析

### 第二节上海市

- 一、上海婚庆家纺行业发展环境
- 二、上海居民登记结婚情况分析
- 三、上海床上用品行业发展分析
- 四、上海婚庆家纺市场需求分析

### 第三节广东省

- 一、广东婚庆家纺行业发展环境
- 二、广东居民登记结婚情况分析
- 三、广东床上用品行业发展分析
- 四、广东婚庆家纺市场发展分析

### 第四节浙江省

- 一、浙江婚庆家纺行业发展环境
- 二、浙江居民登记结婚情况分析
- 三、浙江床上用品行业发展分析
- 四、浙江婚庆家纺市场发展分析

### 第五节江苏省

一、江苏婚庆家纺行业发展环境

二、江苏居民登记结婚情况分析

三、江苏床上用品行业发展分析

四、江苏婚庆家纺市场发展分析

## 第六节山东省

一、山东婚庆家纺行业发展环境

二、山东居民登记结婚情况分析

三、山东床上用品行业发展分析

四、山东婚庆家纺市场发展分析

## 第十章中国婚庆家纺优势企业分析

### 第一节罗莱家纺股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 第二节湖南梦洁家纺股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 第三节深圳市富安娜家居用品股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 第四节江苏紫罗兰家用纺织品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 第五节南方寝饰用品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

#### (4) 公司优劣势分析

### 第六节 红豆集团有限公司

#### (1) 企业概况

#### (2) 主营产品概况

#### (3) 公司运营情况

#### (4) 公司优劣势分析

## 第十一章 2020-2026年中国婚庆家纺行业趋势及投资前景分析 (ZY ZS)

### 第一节 2020-2026年中国婚庆家纺行业发展趋势及前景预测

#### 一、家纺行业发展趋势分析

#### 二、婚庆家纺产品发展趋势

#### 三、婚庆家纺市场发展前景

#### 四、婚庆家纺市场规模预测

### 第二节 2020-2026年中国婚庆家纺行业投资特性分析

### 第三节 2020-2026年中国婚庆家纺行业投资风险分析

#### 一、宏观经济风险

#### 二、竞争风险

#### 三、经营风险

#### 四、技术风险

### 第四节 2020-2026年中国婚庆家纺行业投资策略分析

#### 一、婚庆家纺企业投资策略

#### 二、婚庆家纺加盟投资策略

#### 三、婚庆家纺连锁经营策略

### 图表目录：

图表1 2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表2 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3 2019年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表4 2019年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表5 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表6 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 2015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表8 2015-2019年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表9 2015-2019年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表10 2015-2019年中国进出口总额增长趋势图

图表11“十三五”时期家纺行业发展主要指标

图表122019年中国人口数量及其构成情况

图表132015-2019年中国人口数量变化趋势图

图表142015-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表152015-2019年中国城镇居民人均床上用品销售情况

图表162015-2019年中国婚姻服务行业发展状况

图表17婚庆消费涵盖众多消费子行业示意图

图表18中国十大婚纱礼服品牌统计

图表192015-2019年中国婚庆家纺市场销售规模变化趋势图

图表20家纺行业陷入提价受阻、运营成本攀升的两难

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/837791.html>