

2018年中国婚庆家纺行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国婚庆家纺行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/369243369243.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国结婚对数总量仍有较大基数，婚庆家纺行业需求仍然旺盛

我国婚庆市场占据了中国家纺市场的一大半，作为中国传统文化和及传承而来的婚俗文化，我国婚庆家纺需求旺盛。

我国 2017年结婚对数为1059.1万对，从近 30 年的整体结婚对数来看，我国结婚对数仍然保持稳定增长。另外我国的离婚对数也在增加，预计再婚在整个结婚对数中的占比也在不断的扩大。

我国结婚对数情况

资料来源：观研天下数据中心整理

从我国结婚对数的规模来看，虽然我国2017年相对于2014年结婚对减少，但是由于我国人口基数庞大，相较于其他国家，我国结婚对数规模仍然较大。

从长期来看，虽然从上世纪 80 年代初期我国实施计划生育，导致国内出生率呈不断下滑趋势，以致结婚对数（新婚）预期出现断层，但是随着我国在 2016 年全面开放二胎等计划生育政策，以及取消晚婚假等措施都将为未来结婚对数的增长提供新生力量，按照目前政策，未来我国的结婚对数仍然保持较大基数发展。

消费升级，我国婚庆家纺行业市场规模不断扩大

“十三五”期间，我国经济进入新常态，从高速增长期向中高速平稳增长期过渡，消费成为经济发展主要驱动力。随着国内以80、90后为中坚力量的“新中产”崛起，他们在生活方式和消费行为方面都与传统的中产阶级有所区别，成为此次消费升级的主要推力。在互联网环境成长的这些新中产阶级除去经济实力以外，大多还拥有良好的教育背景，在产品中重品牌、重品质、重服务、重享受、重个性化、重精神体验。另一方面，国内适婚人口也是这群人，他们对个性的尊崇，对婚姻的期望，关键对家纺的选择更慎重，使如今的纺织企业不得不考虑新一代的情感需求，生产出符合他们要求的情感化设计的婚庆家纺用品。

新生代的婚庆消费升级，结合我国传统以及习俗，以80、90为主要群体的结婚人口对于婚庆家纺用品有了更高的要求。伴随着我国婚庆家纺的火热，行业市场规模在这场消费升级中得到了完美的体现。近年来，行业市场规模不断增长，2017年婚庆家纺用品市场规模达到了899亿元，占到整个家纺行业的40%以上。

2013-2018年我国婚庆家纺行业市场规模

资料来源：观研天下数据中心整理

婚庆家纺市场广阔，行业品牌数量众多

随着“黄金嫁期”的到来，每个婚庆行业都逐步迎来销售高峰，婚庆家纺用品也不例外。目前我国的家纺市场还处在一个发展的初中期，主要是由一些优秀的知名企业作为主力军，例如富安娜、罗莱、多喜爱等等，随着婚庆市场在家纺产业中成为最具消费潜力的一块，越来越多的企业进入到这个市场，企业开始苦心思考如何将中国传统婚俗文化拓展延伸并赋予

更多的现代元素，以便于更加符合市场的共融性、消费者的情感化，进而打造属于自己的婚庆品牌。

国内主要婚庆家纺品牌介绍

国内主要婚庆家纺品牌介绍

品牌

品牌介绍

富安娜

戴安娜是我国知名的家纺品牌，是于1994年所成立的，公司的总部设立在广东省的深圳市内。戴安娜凭借着它多年不懈的努力，在全国各地成立近两千多家的专柜，在各大电商平台的销量更是屡创新高，成为了床上用品中的代表企业。

恒源祥

恒源祥是于1927年所成立的保暖内衣品牌，是中国的老字号企业，也是亚洲最具价值的五百强品牌之一。恒源祥最早是以生产羊毛制品卫生，也是因此而闻名于全国，正式在这段时间中，它不断的丰富自己的产品种类，如今在绒线、针织、服饰、家纺等大类都有着出色的成绩。

罗莱

罗莱一直是于1992年所成立的，它隶属于罗莱生活科技股份有限公司的旗下，主要是以生产各种家纺系列产品为主。而且罗莱在这长达26年的时间里，它都是将产品的设计、生产、销售集于一体，致力于带给消费者最好的生活体验。

水星

水星是我国最早开始制作家纺产品的企业之一，也是上海市的驰名商标。水星从1987年成立至今，已走过了31年的岁月了，在这期间也创造了无数的经典产品，而且品牌为了方便消费者的购买，还在各大电商平台设立了自己的旗舰店。

多喜爱

多喜爱是我国知名的上市家纺公司，是于1999年所成立的，总部是位于湖南省的长沙市内。多年来，多喜爱一直是秉持着品质第一的原则，将最优质的原料融入到产品之中，使得它的床上用品在市场上一直享有非常好的口碑。

梦洁家纺

在婚庆床上用品十大品牌排行榜中，梦洁家纺是于1956年所创立的，是湖南省的驰名商标，也是国内水准最高的家纺品牌之一。而且梦洁家纺不止是在国内有着超高的人气，它的产品现在是广销至全球的一百多个国家。

博洋

博洋是国内较早开始生产床上用品生产商，它是于1995年所成立的，公司的总部设立在浙江省宁波市内。在其成立的这23年时间里，博洋一直秉持着自主研发的理念，将大量的艺术元素融入到产品之中，使其更具时代的特性。

紫罗兰

紫罗兰是我国知名的床上用品品牌，它是于1995年所成立的，公司的总部是设立在江苏省的南通市内。在其成立的最初阶段，是一个以个体形式来进行生产的商户，直到2000年才开始创立了自己的研究室，从而让紫罗兰的家纺产品在市场上得到了更进一步的发展。

喜来登

在婚庆床上用品十大品牌排行榜中，喜来登的前身为Actil公司，它所研制的绷带、军服、军裤等系列产品，曾在二战期间起到了非常大的作用。在1942年之后，企业就逐渐开始转型生产床上用品，也是由此成为了澳大利亚首个以棉花为原料的家纺品牌。

依芙德伦

依芙德伦是法国知名的家纺品牌，它是由Yves

Delormes在1826年所创立的。在其去世之后，公司被它的弟弟Guy Delormes所继承，并将依芙德伦这个品牌发扬光大，成为了整个欧洲地区最为顶尖的高级家纺名牌之一。资料来源：公开资料整理

不同地域的消费者有不同的审美品位，从而对婚庆家纺的选择差异也很大，因此我国婚庆家纺品牌数量众多，也形成了各种独有的特色，因此，想要在婚庆家纺中脱颖而出，还得真正从社会、人类的思维模式、行为习惯、审美需求各方面去考量和推敲。（GYLP）

观研天下发布的《2018年中国婚庆家纺行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国婚庆家纺行业发展概述

第一节 婚庆家纺行业发展情况概述

- 一、婚庆家纺行业相关定义
- 二、婚庆家纺行业基本情况介绍
- 三、婚庆家纺行业发展特点分析

第二节 中国婚庆家纺行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、婚庆家纺行业产业链条分析
- 三、中国婚庆家纺行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国婚庆家纺行业生命周期分析

- 一、婚庆家纺行业生命周期理论概述
- 二、婚庆家纺行业所属的生命周期分析

第四节 婚庆家纺行业经济指标分析

- 一、婚庆家纺行业的赢利性分析
- 二、婚庆家纺行业的经济周期分析
- 三、婚庆家纺行业附加值的提升空间分析

第五节 国内婚庆家纺行业进入壁垒分析

- 一、婚庆家纺行业资金壁垒分析
- 二、婚庆家纺行业技术壁垒分析
- 三、婚庆家纺行业人才壁垒分析
- 四、婚庆家纺行业品牌壁垒分析
- 五、婚庆家纺行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球婚庆家纺行业市场发展现状分析

第一节 全球婚庆家纺行业发展历程回顾

第二节 全球婚庆家纺行业市场区域分布情况

第三节 亚洲婚庆家纺行业地区市场分析

- 一、亚洲婚庆家纺行业市场现状分析
- 二、亚洲婚庆家纺行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲婚庆家纺行业市场前景分析

第四节 北美婚庆家纺行业地区市场分析

- 一、北美婚庆家纺行业市场现状分析
- 二、北美婚庆家纺行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美婚庆家纺行业市场前景分析

第五节 欧盟婚庆家纺行业地区市场分析

- 一、欧盟婚庆家纺行业市场现状分析
- 二、欧盟婚庆家纺行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟婚庆家纺行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界婚庆家纺行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球婚庆家纺行业市场规模预测

第三章 中国婚庆家纺产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品婚庆家纺总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国婚庆家纺行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国婚庆家纺产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国婚庆家纺行业运行情况

第一节 中国婚庆家纺行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国婚庆家纺行业市场规模分析

第三节 中国婚庆家纺行业供应情况分析

第四节 中国婚庆家纺行业需求情况分析

第五节 中国婚庆家纺行业供需平衡分析

第六节 中国婚庆家纺行业发展趋势分析

第五章 中国婚庆家纺所属行业运行数据监测

第一节 中国婚庆家纺所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国婚庆家纺所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国婚庆家纺所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国婚庆家纺市场格局分析

第一节 中国婚庆家纺行业竞争现状分析

一、中国婚庆家纺行业竞争情况分析

二、中国婚庆家纺行业主要品牌分析

第二节 中国婚庆家纺行业集中度分析

一、中国婚庆家纺行业市场集中度分析

二、中国婚庆家纺行业企业集中度分析

第三节 中国婚庆家纺行业存在的问题

第四节 中国婚庆家纺行业解决问题的策略分析

第五节 中国婚庆家纺行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国婚庆家纺行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国婚庆家纺行业消费特点

第二节 中国婚庆家纺行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 婚庆家纺行业成本分析

第四节 婚庆家纺行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国婚庆家纺行业价格现状分析

第六节 中国婚庆家纺行业平均价格走势预测

一、中国婚庆家纺行业价格影响因素

二、中国婚庆家纺行业平均价格走势预测

三、中国婚庆家纺行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国婚庆家纺行业区域市场现状分析

第一节 中国婚庆家纺行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地婚庆家纺市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婚庆家纺市场规模分析

四、华东地区婚庆家纺市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区婚庆家纺市场规模分析

四、华中地区婚庆家纺市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区婚庆家纺市场规模分析

第九章 2016-2018年中国婚庆家纺行业竞争情况

第一节 中国婚庆家纺行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国婚庆家纺行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国婚庆家纺行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 婚庆家纺行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国婚庆家纺行业发展前景分析与预测

第一节 中国婚庆家纺行业未来发展前景分析

一、婚庆家纺行业国内投资环境分析

二、中国婚庆家纺行业市场机会分析

三、中国婚庆家纺行业投资增速预测

第二节 中国婚庆家纺行业未来发展趋势预测

第三节 中国婚庆家纺行业市场发展预测

一、中国婚庆家纺行业市场规模预测

二、中国婚庆家纺行业市场规模增速预测

三、中国婚庆家纺行业产值规模预测

四、中国婚庆家纺行业产值增速预测

五、中国婚庆家纺行业供需情况预测

第四节 中国婚庆家纺行业盈利走势预测

一、中国婚庆家纺行业毛利润同比增速预测

二、中国婚庆家纺行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国婚庆家纺行业投资风险与营销分析

第一节 婚庆家纺行业投资风险分析

一、婚庆家纺行业政策风险分析

二、婚庆家纺行业技术风险分析

三、婚庆家纺行业竞争风险分析

四、婚庆家纺行业其他风险分析

第二节 婚庆家纺行业企业经营发展分析及建议

一、婚庆家纺行业经营模式

二、婚庆家纺行业销售模式

三、婚庆家纺行业创新方向

第三节 婚庆家纺行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国婚庆家纺行业发展策略及投资建议

第一节 中国婚庆家纺行业品牌战略分析

- 一、婚庆家纺企业品牌的重要性
- 二、婚庆家纺企业实施品牌战略的意义
- 三、婚庆家纺企业品牌的现状分析
- 四、婚庆家纺企业的品牌战略
- 五、婚庆家纺品牌战略管理的策略

第二节中国婚庆家纺行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国婚庆家纺行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国婚庆家纺行业发展策略及投资建议

第一节中国婚庆家纺行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国婚庆家纺行业定价策略分析

第三节中国婚庆家纺行业营销渠道策略

- 一、婚庆家纺行业渠道选择策略
- 二、婚庆家纺行业营销策略

第四节中国婚庆家纺行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国婚庆家纺行业重点投资区域分析
- 二、中国婚庆家纺行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/369243369243.html>