

2019年中国婚庆用品行业分析报告- 产业竞争格局与未来动向研究

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《2019年中国婚庆用品行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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/hunjiehunqing/422326422326.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

婚庆用品：主要指结婚婚礼上所使用的产品和道具，比如：婚礼背景、音响、音乐光盘、花廊、彩虹门、红地毯、喜庆红烛、演艺伴宴、条幅、乐队、放飞鸽子蝴蝶等，随着婚庆行业的不断发展，婚庆用品道具也是花样繁多。

婚姻作为获得安全感的唯一途径。中国结婚率也逐年下跌，据报告数据统计，到了2017年全国依法办理结婚登记1063.1万对，比上年减少79.7万对。截止至2018年上半年我国结婚人口数量为539.7万对。随着受教育程度的提高，结婚年龄也在不断推后。对不少高学历高收入的女性来说，婚姻不再是获得安全感的唯一途径。未来随着适婚人群减少，结婚年龄推迟，中国结婚人数将或有所减少，但是未来5-10年将会持续增长，主要由于85后和90后结婚爆发期。

2010-2018年上半年我国结婚人口数量统计情况 数据来源：国家统计局

2010-2017年上半年我国结婚率统计情况 数据来源：商务委

尽管随着人口红利消失，结婚人口降低，但婚嫁行业的资金消费不断上涨——客单价的增长，将为婚礼市场带来新的增量。而客单价的上涨并不在于商品本身的涨价，而在于服务价值的提升。

2017-2021年中国婚庆行业市场规模情况 数据来源：商务委

伴随中国经济增长进入换挡期，婚庆产业的发展步伐与全国经济形势一致，也将从高速发展向中低速发展转变。中国婚庆经过30年的高速增长，正面临着转型升级重要时期，婚庆行业已经进入了品牌竞争时代。婚庆市场竞争从区域、类别、局部已经上升为品牌之间的立体战。强化和加快品牌建设，建立更高层面的品牌内涵,实现更高效的系统化品牌工程成为品牌婚庆企业必走之路。（JP YZ）

【报告大纲】

第一章 婚庆用品行业相关概述

1.1 婚庆用品行业定义及特点

1.1.1 婚庆用品行业的定义

1.1.2 婚庆用品行业产品/服务特点

1.2 婚庆用品分类

1.3 个性化婚庆用品

1.4 婚庆用品选择

1.5 婚庆用品行业经营模式分析

1.5.1 生产模式

1.5.2 采购模式

1.5.3 销售模式

第二章 2018年中国婚庆用品行业发展环境分析

2.1 婚庆用品行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业主要法律法规

2.1.4 相关产业政策分析

2.1.5 行业相关发展规划

2.1.6 政策环境对行业的影响

2.2 婚庆用品行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 婚庆用品行业社会环境分析（S）

2.3.1 婚庆用品产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

第三章 全球婚庆用品行业发展概述

3.1 2018年全球婚庆用品行业发展情况概述

3.1.1 全球婚庆用品行业发展现状

3.1.2 全球婚庆用品行业发展特征

3.1.3 全球婚庆用品行业市场规模

3.2 2018年全球主要地区婚庆用品行业发展状况

3.2.1 欧洲婚庆用品行业发展情况概述

3.2.2 美国婚庆用品行业发展情况概述

3.2.3 日韩婚庆用品行业发展情况概述

3.3 2019-2025年全球婚庆用品行业发展前景预测

3.3.1 全球婚庆用品行业市场规模预测

3.3.2 全球婚庆用品行业发展前景分析

3.3.3 全球婚庆用品行业发展趋势分析

3.4 全球婚庆用品行业重点企业发展动态分析

第四章 中国婚庆用品行业发展概述

4.1 中国婚庆用品行业发展状况分析

4.1.1 中国婚庆用品行业发展阶段

4.1.2 中国婚庆用品行业发展总体概况

4.1.3 中国婚庆用品行业发展特点分析

4.2 2015-2018年婚庆用品行业发展现状

4.2.1 2015-2018年中国婚庆用品行业市场规模

4.2.2 2015-2018年中国婚庆用品行业发展分析

4.2.3 2015-2018年中国婚庆用品企业发展分析

4.3 2019-2025年中国婚庆用品行业面临的困境及对策

4.3.1 中国婚庆用品行业面临的困境及对策

1、中国婚庆用品行业面临困境

2、中国婚庆用品行业对策探讨

4.3.2 中国婚庆用品企业发展困境及策略分析

1、中国婚庆用品企业面临的困境

2、中国婚庆用品企业的对策探讨

4.3.3 国内婚庆用品企业的出路分析

第五章 中国婚庆用品行业市场运行分析

5.1 2015-2018年中国婚庆用品行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

5.1.3 行业资产规模分析

5.1.4 行业市场规模分析

5.2 2015-2018年中国婚庆用品行业产销情况分析

5.2.1 中国婚庆用品行业工业总产值

5.2.2 中国婚庆用品行业工业销售产值

5.2.3 中国婚庆用品行业产销率

5.3 2015-2018年中国婚庆用品行业市场供需分析

5.3.1 中国婚庆用品行业供给分析

5.3.2 中国婚庆用品行业需求分析

5.3.3 中国婚庆用品行业供需平衡

5.4 2015-2018年中国婚庆用品行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第七章 2018年婚纱礼服市场分析

7.1 中国婚纱礼服市场发展概况

7.1.1 市场现状剖析

7.1.2 市场发展趋向

7.1.3 市场以外销为主

7.1.4 电子商务新动态

7.1.5 行业联盟应运而生

7.2 中国婚纱礼服市场需求状况分析

7.2.1 市场消费规模

7.2.2 市场需求状况

7.2.3 消费模式转变

7.3 中国定制婚纱的发展分析

7.3.1 基本综述

7.3.2 市场存在的问题

7.3.3 市场发展的建议

7.3.4 市场发展的前景

7.4 中国婚纱行业区域市场分析

7.4.1 区域分布

7.4.2 广东

7.4.3 大连

7.4.4 沈阳

7.4.5 芜湖

7.4.6 武汉

7.5 中国婚纱行业存在的问题与对策

7.5.1 面临品牌缺失难题

7.5.2 婚纱设计存在的问题

7.5.3 婚纱企业的出路探讨

7.5.4 市场开发思路探析

7.5.5 婚纱设计相关建议

7.6 中国婚纱礼服市场的发展趋势分析

7.6.1 高级定制趋势

7.6.2 生产经营模式细分化

7.6.3 利用互联网趋势

第八章 2018年婚庆用品其他细分行业分析

8.1 婚庆珠宝

8.1.1 珠宝首饰市场规模及现状

8.1.2 婚庆珠宝市场需求状况

8.1.3 婚庆珠宝市场钻石需求分析

8.1.4 婚庆珠宝市场铂金需求分析

8.2 婚庆家纺

8.2.1 传统婚俗文化与现代婚庆家纺设计

8.2.2 我国婚庆家纺市场发展势头迅猛

8.2.3 婚庆家纺市场主要品牌的发展分析

8.2.4 传统婚庆床上用品成为市场热点

8.2.5 婚庆床上用品的消费特征剖析

8.2.6 婚庆家纺产品促销的特点和策略

8.3 婚庆家电

8.3.1 婚庆家电市场劲吹节能环保风潮

8.3.2 家电业积极应对婚庆家电消费高潮

8.3.3 婚庆家电市场热潮持续升温

8.3.4 我国婚庆家电网购市场趋热

8.4 婚庆博览会

8.4.1 婚庆博览会概况

8.4.2 婚博会品牌塑造的重要意义

8.4.3 中国婚博会品牌塑造存在的问题

8.4.4 中国婚博会品牌塑造对策建议

8.5 喜烟市场分析

8.5.1 喜烟市场品牌格局

8.5.2 影响婚庆用烟市场消费的因素

8.5.3 婚庆用烟消费渠道

8.5.4 主要地区喜烟市场发展分析

8.5.5 喜烟企业市场营销存在的问题

8.5.6 人性化服务助推婚庆用烟营销

8.5.7 喜烟品牌培育的作用与策略分析

8.6 喜糖市场分析

8.6.1 喜糖市场的供需特点解析

8.6.2 喜糖市场品牌格局剖析

8.6.3 江南地区喜糖市场发展现状

8.6.4 国内喜糖市场开发前景广阔

8.6.5 喜糖市场的未来发展方向探析

8.6.6 未来喜糖市场供需预测

8.7 其他领域

8.7.1 中国婚庆网站的发展状况分析

8.7.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境

8.7.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析

8.7.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场

8.7.5 婚庆杂志的发展现状与趋势

第九章 中国婚庆用品行业上、下游产业链分析

9.1 婚庆用品行业产业链概述

9.1.1 产业链定义

9.1.2 婚庆用品行业产业链

9.2 婚庆用品行业主要上游产业发展分析

9.2.1 上游产业发展现状

9.2.2 上游产业供给分析

9.2.3 上游供给价格分析

9.2.4 主要供给企业分析

9.3 婚庆用品行业主要下游产业发展分析

9.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

9.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

9.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

9.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第十章 中国婚庆用品行业重点区域市场竞争力分析

10.1 中国婚庆用品行业区域市场概况

10.1.1 婚庆用品行业产值分布情况

10.1.2 婚庆用品行业市场分布情况

10.1.3 婚庆用品行业利润分布情况

10.2 华东地区婚庆用品行业需求分析

10.2.1 上海市婚庆用品行业需求分析

10.2.2 江苏省婚庆用品行业需求分析

- 10.2.3 山东省婚庆用品行业需求分析
- 10.2.4 浙江省婚庆用品行业需求分析
- 10.2.5 安徽省婚庆用品行业需求分析
- 10.2.6 福建省婚庆用品行业需求分析
- 10.3 华南地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.3.1 广东省婚庆用品行业需求分析
 - 10.3.2 广西省婚庆用品行业需求分析
 - 10.3.3 海南省婚庆用品行业需求分析
- 10.4 华中地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.4.1 湖南省婚庆用品行业需求分析
 - 10.4.2 湖北省婚庆用品行业需求分析
 - 10.4.3 河南省婚庆用品行业需求分析
- 10.5 华北地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.5.1 北京市婚庆用品行业需求分析
 - 10.5.2 山西省婚庆用品行业需求分析
 - 10.5.3 天津市婚庆用品行业需求分析
 - 10.5.4 河北省婚庆用品行业需求分析
- 10.6 东北地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.10.1 辽宁省婚庆用品行业需求分析
 - 10.6.2 吉林省婚庆用品行业需求分析
 - 10.6.3 黑龙江婚庆用品行业需求分析
- 10.7 西南地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.7.1 重庆市婚庆用品行业需求分析
 - 10.7.2 川省婚庆用品行业需求分析
 - 10.7.3 云南省婚庆用品行业需求分析
- 10.8 西北地区婚庆用品行业需求分析
 - 10.8.1 陕西省婚庆用品行业需求分析
 - 10.8.2 新疆省婚庆用品行业需求分析
 - 10.8.3 甘肃省婚庆用品行业需求分析

第十一章 中国婚庆用品行业市场竞争格局分析

- 11.1 中国婚庆用品行业竞争格局分析
 - 11.1.1 婚庆用品行业区域分布格局
 - 11.1.2 婚庆用品行业企业规模格局
 - 11.1.3 婚庆用品行业企业性质格局

- 11.2 中国婚庆用品行业竞争五力分析
 - 11.2.1 婚庆用品行业上游议价能力
 - 11.2.2 婚庆用品行业下游议价能力
 - 11.2.3 婚庆用品行业新进入者威胁
 - 11.2.4 婚庆用品行业替代产品威胁
 - 11.2.5 婚庆用品行业现有企业竞争
- 11.3 中国婚庆用品行业竞争SWOT分析
 - 11.3.1 婚庆用品行业优势分析（S）
 - 11.3.2 婚庆用品行业劣势分析（W）
 - 11.3.3 婚庆用品行业机会分析（O）
 - 11.3.4 婚庆用品行业威胁分析（T）
- 11.4 中国婚庆用品行业投资兼并重组整合分析
 - 11.4.1 投资兼并重组现状
 - 11.4.2 投资兼并重组案例
- 11.5 中国婚庆用品行业重点企业竞争策略分析

第十二章 中国婚庆用品行业领先企业竞争力分析

- 12.1 湖南梦洁家纺股份有限公司
 - 12.1.1 企业发展基本情况
 - 12.1.2 企业经营状况分析
 - 12.1.3 企业发展战略分析
- 12.2 富安娜家居用品股份有限公司
 - 12.2.1 企业发展基本情况
 - 12.2.2 企业经营状况分析
 - 12.2.3 企业发展战略分析
- 12.3 上海罗莱家用纺织品有限公司
 - 12.3.1 企业发展基本情况
 - 12.3.2 企业经营状况分析
 - 12.3.3 企业发展战略分析
- 12.4 广东翊翔民俗文化股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展基本情况
 - 12.4.2 企业经营状况分析
 - 12.4.3 企业发展战略分析
- 12.5 北京花海阁婚礼策划有限公司
 - 12.5.1 企业发展基本情况

12.5.2 企业经营状况分析

12.5.3 企业发展战略分析

12.6 上海花嫁丽舍国展婚庆礼仪服务有限公司

12.6.1 企业发展基本情况

12.6.2 企业经营状况分析

12.6.3 企业发展战略分析

12.7 上海冠生园食品有限公司

12.7.1 企业发展基本情况

12.7.2 企业经营状况分析

12.7.3 企业发展战略分析

12.8 广东名瑞（集团）股份有限公司

12.8.1 企业发展基本情况

12.8.2 企业经营状况分析

12.8.3 企业发展战略分析

12.9 伟栊服饰有限公司

12.9.1 企业发展基本情况

12.9.2 企业经营状况分析

12.9.3 企业发展战略分析

12.10 广东金潮集团有限公司

12.10.1 企业发展基本情况

12.10.2 企业经营状况分析

12.10.3 企业发展战略分析

第十三章 2019-2025年中国婚庆用品行业发展趋势与前景分析

13.1 2019-2025年中国婚庆用品市场发展前景

13.1.1 2019-2025年婚庆用品市场发展潜力

13.1.2 2019-2025年婚庆用品市场发展前景展望

13.2 2019-2025年中国婚庆用品市场发展趋势预测

13.2.1 2019-2025年婚庆用品行业发展趋势

13.2.2 2019-2025年婚庆用品市场规模预测

13.2.3 2019-2025年婚庆用品行业应用趋势预测

13.3 2019-2025年中国婚庆用品行业供需预测

13.3.1 2019-2025年中国婚庆用品行业供给预测

13.3.2 2019-2025年中国婚庆用品行业需求预测

13.3.3 2019-2025年中国婚庆用品供需平衡预测

13.4 影响企业生产与经营的关键趋势

13.4.1 行业发展有利因素与不利因素

13.4.2 市场整合成长趋势

13.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

13.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

13.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2019-2025年中国婚庆用品行业投资前景

14.1 婚庆用品行业投资现状分析

14.1.1 婚庆用品行业投资规模分析

14.1.2 婚庆用品行业投资资金来源构成

14.1.3 婚庆用品行业投资项目建设分析

14.1.4 婚庆用品行业投资资金用途分析

14.1.5 婚庆用品行业投资主体构成分析

14.2 婚庆用品行业投资特性分析

14.2.1 婚庆用品行业进入壁垒分析

14.2.2 婚庆用品行业盈利模式分析

14.2.3 婚庆用品行业盈利因素分析

14.3 婚庆用品行业投资机会分析

14.3.1 产业链投资机会

14.3.2 细分市场投资机会

14.3.3 重点区域投资机会

14.3.4 产业发展的空白点分析

14.4 婚庆用品行业投资风险分析

14.4.1 婚庆用品行业政策风险

14.4.2 宏观经济风险

14.4.3 市场竞争风险

14.4.4 关联产业风险

14.4.5 产品结构风险

14.4.6 技术研发风险

14.4.7 其他投资风险

14.5 婚庆用品行业投资潜力与建议

14.5.1 婚庆用品行业投资潜力分析

14.5.2 婚庆用品行业最新投资动态

14.5.3 婚庆用品行业投资机会与建议

第十五章 2019-2025年中国婚庆用品企业投资战略与客户策略分析

15.1 婚庆用品企业发展战略规划背景意义

15.1.1 企业转型升级的需要

15.1.2 企业做大做强的需要

15.1.3 企业可持续发展需要

15.2 婚庆用品企业战略规划制定依据

15.2.1 国家政策支持

15.2.2 行业发展规律

15.2.3 企业资源与能力

15.2.4 可预期的战略定位

15.3 婚庆用品企业战略规划策略分析

15.3.1 战略综合规划

15.3.2 技术开发战略

15.3.3 区域战略规划

15.3.4 产业战略规划

15.3.5 营销品牌战略

15.3.6 竞争战略规划

15.4 婚庆用品中小企业发展战略研究

15.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

15.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十六章 研究结论及建议

16.1 研究结论

16.2 专家建议

16.2.1 行业发展策略建议

16.2.2 行业投资方向建议

16.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：婚庆用品行业特点

图表：2015-2018年中国结婚登记对数及增速

图表：2015-2018年中国各年龄段结婚占比

图表：“80后”消费心理特征

图表：“90后”消费心理特征

图表：2015-2018年婚庆用品行业市场规模分析

图表：2019-2025年婚庆用品行业市场规模预测

图表：中国婚庆用品行业盈利能力分析

图表：中国婚庆用品行业运营能力分析

图表：中国婚庆用品行业偿债能力分析

图表：中国婚庆用品行业发展能力分析

图表：中国婚庆用品行业经营效益分析

图表：2015-2018年中国婚庆用品竞争力分析

图表：2019-2025年中国婚庆用品产能预测

图表：2019-2025年中国婚庆用品消费量预测

图表：2019-2025年中国婚庆用品市场前景预测

图表：2019-2025年中国婚庆用品市场价格走势预测

图表：2019-2025年中国婚庆用品发展前景预测

图表详见报告正文……（GYWZY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国婚庆用品行业分析报告-产业竞争格局与未来动向研究》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。

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/422326422326.html>