

# 2019年中国婚庆家纺市场分析报告- 市场供需现状与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国婚庆家纺市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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/388746388746.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

随着国内以80、90后为中坚力量的“新中产”崛起以及“黄金嫁期”的到来，婚庆家纺行业市场不断扩大。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。

近年来，行业市场规模不断增长。根据数据显示，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

数据来源：安全生产管理监督局

2011-2017我国家纺行业市场规模

数据来源：安全生产管理监督局

婚庆家纺行业需求来自于结婚数量。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。数据显示，2017年我国结婚对数为1059.1万对。此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。

近年来我国结婚对数情况

数据来源：国家统计局

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。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。数据显示，2017年狭义婚嫁消费（包括婚礼策划、婚纱摄影、婚纱礼服、婚宴四大核心产业）市场规模达14623亿元，预计2019年市场规模突破20000亿，2021年突破30000亿。

中国婚庆市场规模预测

数据来源：安全生产管理监督局

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。由此可见，我国婚庆家纺市场需求依然广阔。（GYWWJP）

【报告大纲】

## 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

- 一、床品套件
- 二、浴巾
- 三、窗帘

## 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、2018年中国GDP增长情况分析
- 二、2018年工业经济发展形势分析
- 三、2018年社会固定资产投资分析
- 四、2018年全社会消费品零售总额
- 五、2018年城乡居民收入增长分析
- 六、2018年居民消费价格变化分析
- 七、2018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

- 一、中国人口环境分析
- 二、中国城镇化率分析
- 三、人均床上用品消费

## 第三章 中国婚庆市场发展现状分析

### 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 婚庆市场调研

- 一、婚庆行业发展状况分析

- 二、居民登记结婚情况分析
  - 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调研
- 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调研
- 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
- 一、零售放缓背景下误判
  - 二、企业订货会增长隐患

## 第五章 中国婚庆家纺主要市场发展分析

### 第一节 婚庆床上用品市场调研

- 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 婚庆家纺礼品市场调研

- 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

一、企业基本情况概述

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业细分市场调研

六、企业竞争优势分析

七、企业营销网络分析

八、企业趋势预测分析

第二节 湖南梦洁家纺股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业竞争优势分析

六、企业营销网络分析

七、企业趋势预测分析

### 第三节深圳市富安娜家居用品股份有限公司

一、企业基本情况概述

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业竞争优势分析

六、企业营销网络分析

### 第四节江苏紫罗兰家用纺织品有限公司

一、公司基本情况概述

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业竞争优势分析

五、企业营销网络分析

### 第五节南方寝饰用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业最新发展动态

### 第六节红豆集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业销售网络分析

### 第七节湖南多喜爱家纺股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业荣誉资质分析

四、企业竞争优势分析

## 第八节上海恒源祥家用纺织品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业销售网络分析

## 第九节宁波艾维家纺有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业销售网络分析

## 第十节上海伊人岛纺织品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业投资前景分析

## 第十一节上海水星家用纺织品股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业销售网络分析

## 第十二节福建佳丽斯家纺有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业销售网络分析

## 第十一章2019-2025年中国婚庆家纺行业趋势及行业前景调研分析

### 第一节2019-2025年中国婚庆家纺行业发展趋势及趋势分析

- 一、家纺行业发展趋势分析
- 二、婚庆家纺产品发展趋势
- 三、婚庆家纺市场趋势预测
- 四、婚庆家纺市场规模预测

### 第二节2019-2025年中国婚庆家纺行业投资特性分析

### 第三节2019-2025年中国婚庆家纺行业投资前景分析

- 一、宏观经济风险

二、竞争风险分析

三、经营风险分析

四、技术风险分析

第四节2019-2025年中国婚庆家纺行业投资前景研究分析

一、婚庆家纺企业投资前景研究

二、婚庆家纺加盟投资前景研究

三、婚庆家纺连锁经营策略

部分图表目录：

图表12018年国内生产总值构成及增长速度统计

图表22015-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表32018年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表42018年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表52015-2018年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表62015-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表72015-2018年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表82015-2018年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表92015-2018年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表102015-2018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122018年中国人口数量及其构成情况

图表详见报告正文.....（css）

### 【简介】

观研天下发布的《2019年中国婚庆家纺市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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家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/fangzhi/388746388746.html>