



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国婚庆家纺行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2018-2024年中国婚庆家纺行业市场深度评估及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/288358.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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、2017年中国GDP增长情况分析	19
二、2017年工业经济发展形势分析	20
三、2017年社会固定资产投资分析	21
四、2017年全社会消费品零售总额	22
五、2017年城乡居民收入增长分析	23
六、2017年居民消费价格变化分析	24
七、2017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2018-2024年中国婚庆家纺行业趋势及投资前景分析222

第一节2018-2024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2018-2024年中国婚庆家纺行业投资特性分析225

第三节2018-2024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2018-2024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12017年国内生产总值构成及增长速度统计19

图表22009-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图20

图表32017年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图21

图表42017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52009-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图22

图表62009-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图23

图表72009-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图24

图表82009-2017年农村居民人均纯收入及增长趋势图24

图表92012-2017年中国居民消费价格月度变化趋势图25

图表102009-2017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122017年中国人口数量及其构成情况34

图表132006-2017年中国人口数量变化趋势图34

图表142005-2017年中国城镇化率变化趋势图35

图表152007-2017年中国城镇居民人均床上用品销售情况36

图表162007-2017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192007-2017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212011-2017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南方寢室婚庆类甜蜜婚典系列产品图示74
图表37南方寢室婚庆类爱是永恒系列产品信息74
图表38南方寢室婚庆类爱是永恒系列产品图示75
图表39南方寢室婚庆类花嫁红妆系列产品信息75
图表40南方寢室婚庆类花嫁红妆系列产品图示76
图表41南方寢室婚庆类公主的嫁妆系列产品信息76
图表42南方寢室婚庆类公主的嫁妆系列产品图示77
图表43南方寢室婚庆类爱是依恋系列产品信息77
图表44南方寢室婚庆类爱是依恋系列产品图示78
图表45南方寢室婚庆类爱是传奇系列产品信息78
图表46南方寢室婚庆类爱是传奇系列产品图示79
图表47南方寢室婚庆类佳期如梦系列产品信息79
图表48南方寢室婚庆类佳期如梦系列产品图示80
图表49南方寢室婚庆类富贵喜临门系列产品信息80

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288358.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。