

2024-2030年中国婚庆家纺 行业前景展望与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国婚庆家纺行业前景展望与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202311/423971.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国婚庆家纺行业前景展望与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

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 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、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、全社会消费品零售总额 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 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 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

企业营业收入与利润总额同比增速 图表5中国全社会固定资产投资增长趋势图 图表6中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 图表7城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 图表8农村居民人均纯收入及增长趋势图 图表9中国居民消费价格月度变化趋势图 图表10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12中国人口数量及其构成情况 图表13中国人口数量变化趋势图 图表14中国城镇化率变化趋势图 图表15中国城镇居民人均床上用品销售情况 图表16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19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 图表21家纺上市企业春夏订货会订货额增长情况 图表22罗莱家纺婚庆类幸福起点系列产品参数 图表23罗莱家纺婚庆类幸福起点系列产品图示 图表24罗莱家纺婚庆类爱丽丝婚礼系列产品参数 图表25罗莱家纺婚庆类爱丽丝婚礼系列产品图示 图表26罗莱家纺婚庆类珠光宝气系列产品参数

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/423971.html>