

# 2020-2026年中国婚庆用品 市场深度评估与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国婚庆用品市场深度评估与发展前景预测报告》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/202002/154016.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

婚庆用品主要指结婚婚礼上所使用的产品和道具，随着婚庆行业的不断发展，婚庆用品道具也是花样繁多。

如今，年轻人结婚更加追求新奇特的个性化效果，传统的婚庆用品已经不能满足市场需求。随着市民观念的日新月异，个性化婚庆用品逐渐走俏。不少追求新、奇、特的准新人们纷纷将眼光投到“私人订制”等具有纪念意义的婚庆用品上。而不少婚庆产业链上的商家也纷纷摒弃了过去流水式的“套餐”作业，主打“订制”品牌，个性化元素越来越多。新郎的礼服可以订制，新人的戒指可以订制，连请柬、喜糖盒、婚礼音乐、婚礼蛋糕也都可订制。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婚庆用品市场深度评估与发展前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

- 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 2019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 2019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 2019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 2020-2026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 2015-2019年婚庆用品行业发展现状4.2.1 2015-2019年中国婚庆用品行业市场规模4.2.2 2015-2019年中国婚庆用品行业发展分析4.2.3 2015-2019年中国婚庆用品企业发展分析4.3 2020-2026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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2019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 2019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10.6.1 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 四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 广东翔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 2020-2026年中国婚庆用品行业发展趋势与前景分析13.1 2020-2026年中国婚庆用品市场发展前景13.1.1 2020-2026年婚庆用品市场发展潜力13.1.2 2020-2026年婚庆用品市场发展前景展望13.2 2020-2026年中国婚庆用品市场发展趋势预测13.2.1 2020-2026年婚庆用品行业发展趋势13.2.2 2020-2026年婚庆用品市场规模预测13.2.3 2020-2026年婚庆用品行业应用趋势预测13.3 2020-2026年中国婚庆用品行业供需预测13.3.1 2020-2026年中国婚庆用品行业供给预测13.3.2 2020-2026年中国婚庆用品行业需求预测13.3.3 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 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：2015-2019年中国结婚登记对数及增速  
图表：2015-2019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：2015-2019年婚庆用品行业市场规模分析  
图表：2020-2026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：2015-2019年中国婚庆用品竞争力分析  
图表：2020-2026年中国婚庆用品产能预测  
图表：2020-2026年中国婚庆用品消费量预测  
图表：2020-2026年中国婚庆用品市场前景预测  
图表：2020-2026年中国婚庆用品市场价格走势预测  
图表：2020-2026年中国婚庆用品发展前景预测略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/154016.html>