

中国婚庆用品行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2022-2029年）

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《中国婚庆用品行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202205/594662.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

一、婚庆用品行业概述

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。

婚庆用品分类

场景

种类

床上用品

床单被罩、睡衣等，婚庆上多以大红色为主

婚房布置

拉花、大红喜字、闪光铝丝,大红灯笼,气球、婚房灯具、婚纱相册等

婚车布置

鲜花、不干胶车贴,气球、网纱,卡通娃娃、红绸缎、喜帖

酒店布置

气球拱门、红色地毯、电子礼炮、礼花,鲜花拱门、喜帖、路引、舞台背景、签到台、签到本、签到笔、香槟塔、烛台、追光灯、泡泡机、冷焰火、烟油机、手捧花、干冰机、罗马门、罗马柱、喜糖等

数据来源：观研天下整理

二、婚庆用品行业优势分析

1、成本低、利润大

婚庆用品行业是一个进入门槛比较低的产业。随着国内结婚消费总额不断增长，婚庆用品产业显示出巨大的发展前景。根据数据显示，我国每年的结婚新人有800W左右，其中有42.8%消费者婚礼筹办花费5-10万元，其次有22.4%消费者表示婚礼花费了10-20万元，因此带给婚庆用品市场巨大的利润。

数据来源：观研天下整理

同时，大部分的婚庆用品毛利润超过平常价格的一倍，就算是通货，利润也能超过50%，尤其是鲜花、彩带、红包等。例如，红包的批发价仅需要几分钱，但卖价则达到1-2元，利润翻近十倍，所以婚庆用品店铺的利润整体大概在35%-50%。

三、婚庆用品行业劣势分析

1、婚庆用品市场混乱，尚未有明确的行业标准及相关规定

目前，我国婚庆用品行业没有完整统一的行业标准及规范，尤其是大量无资质婚庆用品商家进入市场，并且与现有的同行进行相互压价拆台，恶性竞争事件频频发生，导致市场较为混乱。

2、缺乏品牌意识，无法形成核心竞争力

目前，我国婚庆用品行业由于进入门槛低，致使市场竞争呈现“小、散、乱”格局，规模以上的企业市场占有率不足10%，产业集中度较低，而且地域性较强。根据企查查数据显示，2019年，我国婚庆相关企业注册量达到近30万家，同比增长175%，截止2021年1-8月注册量达15.3万家，同比增长38%。从地域分布来看，陕西以18.39万家企业注册量位居全国第一，并且陕西省西安市数量高达17.07万家，占陕西省总量的93%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

而且，我国婚庆用品行业品牌意识淡漠，无法形成核心竞争力。因此，我国婚庆用品行业在打造品牌的同时也要突出婚庆用品种类及形式的多样性，提高核心竞争力，才能使品牌走的更长久。

四、我国婚庆用品行业机遇分析

随着国内经济持续回暖及居民人均可支配收入不断提高给婚庆用品行业发展提供了必要条件。根据国家统计局数据显示，2021年，全年全国居民人均可支配收入35128元，比上年增长9.1%，扣除价格因素，实际增长8.1%。

数据来源：观研天下整理

同时，“90后”逐渐成为婚庆用品消费市场的主力军，其婚庆消费偏好也与“80后”，而从收入水平来看，婚庆消费主要以5000-10000元的中产收入人群为主。

我国婚庆消费者画像

数据来源：观研天下整理

五、我国婚庆用品行业风险分析

目前，我国婚庆用品行业主要面临的风险来自于国内结婚人数的持续下降。根据民政部数据显示，我国结婚登记人数由2015年的1224.71万对下降至2021年的763.6万对，结婚率由2013年的9.9%下降至2020年的5.8%。

数据来源：民政部+观研天下整理

数据来源：民政部+观研天下整理

六、婚庆用品行业SWOT分析结论

通过上述对行业SWOT进行分析可知，我国婚庆用品行业具有成本低、利润大的优势，而且在居民人均可支配收入不断增加及“90”后逐渐成为消费主力军的背景下，我国婚庆用品行业

市场潜力较大。但需要值得注意的是随着国内结婚意愿下降、结婚人数减少以及市场同质化严重等，会致使婚庆用品行业风险加大。因此，我国婚庆用品行业相关企业需要强化产品创新，提高市场核心竞争力，最好品牌口碑宣传，加强与婚庆公司的合作，必要时可以通过短视频、电商、新媒体等渠道，拓宽市场营销渠道，突破区域性限制，将业务推广到全国乃至全球，降低市场方向。（WYD）

观研报告网发布的《中国婚庆用品行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国婚庆用品行业发展概述

第一节 婚庆用品行业发展情况概述

一、婚庆用品行业相关定义

二、婚庆用品特点分析

三、婚庆用品行业基本情况介绍

四、婚庆用品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、婚庆用品行业需求主体分析

第二节中国婚庆用品行业生命周期分析

一、婚庆用品行业生命周期理论概述

二、婚庆用品行业所属的生命周期分析

第三节婚庆用品行业经济指标分析

一、婚庆用品行业的赢利性分析

二、婚庆用品行业的经济周期分析

三、婚庆用品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球婚庆用品行业市场发展现状分析

第一节全球婚庆用品行业发展历程回顾

第二节全球婚庆用品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲婚庆用品行业地区市场分析

一、亚洲婚庆用品行业市场现状分析

二、亚洲婚庆用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲婚庆用品行业市场前景分析

第四节北美婚庆用品行业地区市场分析

一、北美婚庆用品行业市场现状分析

二、北美婚庆用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美婚庆用品行业市场前景分析

第五节欧洲婚庆用品行业地区市场分析

一、欧洲婚庆用品行业市场现状分析

二、欧洲婚庆用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲婚庆用品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界婚庆用品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球婚庆用品行业市场规模预测

第三章 中国婚庆用品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对婚庆用品行业的影响分析

第三节中国婚庆用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对婚庆用品行业的影响分析

第五节中国婚庆用品行业产业社会环境分析

第四章 中国婚庆用品行业运行情况

第一节中国婚庆用品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国婚庆用品行业市场规模分析

一、影响中国婚庆用品行业市场规模的因素

二、中国婚庆用品行业市场规模

三、中国婚庆用品行业市场规模解析

第三节中国婚庆用品行业供应情况分析

一、中国婚庆用品行业供应规模

二、中国婚庆用品行业供应特点

第四节中国婚庆用品行业需求情况分析

一、中国婚庆用品行业需求规模

二、中国婚庆用品行业需求特点

第五节中国婚庆用品行业供需平衡分析

第五章 中国婚庆用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国婚庆用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、婚庆用品行业产业链图解

第二节中国婚庆用品行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对婚庆用品行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对婚庆用品行业的影响分析

第三节我国婚庆用品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国婚庆用品行业市场竞争分析

第一节中国婚庆用品行业竞争现状分析

- 一、中国婚庆用品行业竞争格局分析
- 二、中国婚庆用品行业主要品牌分析

第二节中国婚庆用品行业集中度分析

- 一、中国婚庆用品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国婚庆用品行业市场集中度分析

第三节中国婚庆用品行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国婚庆用品行业模型分析

第一节中国婚庆用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国婚庆用品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国婚庆用品行业SWOT分析结论

第三节中国婚庆用品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国婚庆用品行业需求特点与动态分析

第一节中国婚庆用品行业市场动态情况

第二节中国婚庆用品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节婚庆用品行业成本结构分析

第四节婚庆用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国婚庆用品行业价格现状分析

第六节中国婚庆用品行业平均价格走势预测

一、中国婚庆用品行业平均价格趋势分析

二、中国婚庆用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国婚庆用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国婚庆用品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国婚庆用品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国婚庆用品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国婚庆用品行业区域市场现状分析

第一节中国婚庆用品行业区域市场规模分析

一、影响婚庆用品行业区域市场分布的因素

二、中国婚庆用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区婚庆用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婚庆用品行业市场分析

(1) 华东地区婚庆用品行业市场规模

(2) 华南地区婚庆用品行业市场现状

(3) 华东地区婚庆用品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区婚庆用品行业市场分析

(1) 华中地区婚庆用品行业市场规模

(2) 华中地区婚庆用品行业市场现状

(3) 华中地区婚庆用品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区婚庆用品行业市场分析

(1) 华南地区婚庆用品行业市场规模

(2) 华南地区婚庆用品行业市场现状

(3) 华南地区婚庆用品行业市场规模预测

第五节华北地区婚庆用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区婚庆用品行业市场分析

(1) 华北地区婚庆用品行业市场规模

(2) 华北地区婚庆用品行业市场现状

(3) 华北地区婚庆用品行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区婚庆用品行业市场分析

(1) 东北地区婚庆用品行业市场规模

(2) 东北地区婚庆用品行业市场现状

(3) 东北地区婚庆用品行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区婚庆用品行业市场分析

(1) 西南地区婚庆用品行业市场规模

(2) 西南地区婚庆用品行业市场现状

(3) 西南地区婚庆用品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区婚庆用品行业市场分析

(1) 西北地区婚庆用品行业市场规模

(2) 西北地区婚庆用品行业市场现状

(3) 西北地区婚庆用品行业市场规模预测

第十一章 婚庆用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国婚庆用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国婚庆用品行业未来发展前景分析

一、婚庆用品行业国内投资环境分析

二、中国婚庆用品行业市场机会分析

三、中国婚庆用品行业投资增速预测

第二节中国婚庆用品行业未来发展趋势预测

第三节中国婚庆用品行业规模发展预测

一、中国婚庆用品行业市场规模预测

二、中国婚庆用品行业市场规模增速预测

三、中国婚庆用品行业产值规模预测

四、中国婚庆用品行业产值增速预测

五、中国婚庆用品行业供需情况预测

第四节中国婚庆用品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国婚庆用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国婚庆用品行业进入壁垒分析

一、婚庆用品行业资金壁垒分析

二、婚庆用品行业技术壁垒分析

三、婚庆用品行业人才壁垒分析

四、婚庆用品行业品牌壁垒分析

五、婚庆用品行业其他壁垒分析

第二节婚庆用品行业风险分析

一、婚庆用品行业宏观环境风险

二、婚庆用品行业技术风险

三、婚庆用品行业竞争风险

四、婚庆用品行业其他风险

第三节中国婚庆用品行业存在的问题

第四节中国婚庆用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国婚庆用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国婚庆用品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国婚庆用品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 婚庆用品行业营销策略分析

一、婚庆用品行业产品策略

二、婚庆用品行业定价策略

三、婚庆用品行业渠道策略

四、婚庆用品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/594662.html>