

# 2013-2017年中国婚纱礼服行业市场运营态势及投资机会报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国婚纱礼服行业市场运营态势及投资机会报告》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：<https://www.huaon.com/detail/136838.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

婚纱礼服行业是我国纺织品行业的重要组成部分，已初步迈入一个新的发展期。目前，我国已形成了广州珠三角地区、苏州等几个重点的婚纱礼服生产、贸易基地和广州、北京、苏州、郑州等大型婚纱礼服市场。婚纱礼服行业的发展，对于促进我国区域经济的发展、扩大就业有着重要的推动作用。与此同时我国婚纱礼服行业的发展仍然面临着巨大的挑战，急需通过建立行业性组织进行引导和扶植。

统计数据显示，2010年全国办理结婚登记1066.7万对，新人购买婚纱礼服与租赁婚纱礼服比例达到1：1，婚纱礼服购买消费160亿元左右。而据2010年结婚者调查报告中，婚纱礼服消费的比例已占据到88.7%，仅次于婚戒与酒席。同时伴随着人们生活要求的日益提高以及婚纱本身具备一生一次的传承意义，人们对于婚纱的质量、设计的要求也在提高，产品种类也开始纷繁多样。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国婚纱礼服行业市场运营态势及投资机会报告》共七章。首先介绍了中国婚纱礼服行业发展环境，接着分析了中国婚纱礼服行业规模及消费需求，然后对中国婚纱礼服行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婚纱礼服行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婚纱礼服行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第1章：中国婚纱礼服行业发展综述

#### 1.1 婚纱礼服行业定义

##### 1.1.1 婚纱礼服定义

##### 1.1.2 婚纱礼服分类

###### （1）派别分类

###### （2）款型分类

#### 1.2 中国婚纱礼服行业产业链分析

##### 1.2.1 行业在婚庆市场的地位分析

##### 1.2.2 行业上游原材料供应分析

###### （1）行业主要原材料类型

###### （2）行业主要原材料价格及趋势分析

##### 1.2.3 行业下游结婚需求分析

###### （1）登记结婚人口数量分析

###### （2）登记结婚人口区域结构

### 1.3 中国婚纱礼服行业外部影响因素分析

#### 1.3.1 行业政策环境分析

- (1) 行业相关政策
- (2) 行业标准

#### 1.3.2 行业经济环境分析

- (1) 经济增长情况
- (2) 居民收入与储蓄状况
- (3) 居民消费结构升级

#### 1.3.3 行业社会环境分析

- (1) 登记结婚群体消费理念的改变
- (2) 登记结婚群体消费需求分析
- (3) 登记结婚群体人均消费分析

## 第2章：全球婚纱礼服行业发展现状及前景分析

### 2.1 国际婚纱礼服市场发展情况

#### 2.1.1 国际婚纱礼服市场发展现状分析

#### 2.1.2 国际婚纱礼服制造商竞争格局分析

#### 2.1.3 国际婚纱礼服市场发展趋势分析

### 2.2 主要国际公司品牌竞争情况分析

#### 2.2.1 Pronovias

- (1) 品牌介绍
- (2) 设计师团队介绍
- (3) 设计风格
- (4) 产品价位
- (5) 销售地区

#### 2.2.2 Galatea

- (1) 品牌介绍
- (2) 设计师团队介绍
- (3) 设计风格
- (4) 产品价位
- (5) 销售地区

#### 2.2.3 Yumi Katsura

- (1) 品牌介绍
- (2) 设计师团队介绍
- (3) 设计风格
- (4) 产品价位

(5) 销售地区

2.2.4 Impression

(1) 品牌介绍

(2) 设计师团队介绍

(3) 设计风格

(4) 产品价位

(5) 销售地区

2.2.5 Khoobsurat Klothing

(1) 品牌介绍

(2) 设计师团队介绍

(3) 设计风格

(4) 产品价位

(5) 销售地区

2.3 全球婚纱礼服市场发展前景分析

2.3.1 全球婚纱礼服市场发展趋势分析

(1) 婚纱礼服发展方向分析

(2) 婚纱礼服设计发展趋势分析

2.3.2 全球婚纱礼服市场规模预测

第3章：中国婚纱礼服行业发展现状分析

3.1 中国婚纱礼服行业发展现状分析

3.1.1 中国婚纱礼服市场需求状况分析

(1) 婚纱礼服消费规模分析

(2) 婚纱礼服需求调查分析

(3) 婚纱礼服消费模式转变

3.1.2 中国婚纱礼服行业发展现状

(1) 中国婚纱礼服生产销售区域

(2) 中国婚纱礼服品牌状况分析

(3) 中国婚纱礼服生产模式分析

3.1.3 中国婚纱礼服行业存在的问题

(1) 产品同质化

(2) 行业标准欠缺

(3) 行业发展混乱

3.2 中国婚纱礼服市场价格分析

3.2.1 中国婚纱礼服价格敏感度分析

3.2.2 中国婚纱礼服价格接受度分析

### 3.2.3 中国婚纱礼服租赁市场价格分析

## 3.3 中国婚纱礼服租赁市场发展现状分析

### 3.3.1 婚纱礼服租赁市场概况

- (1) 婚纱礼服租赁市场概述
- (2) 婚纱礼服租赁市场特点
- (3) 婚纱礼服租赁市场规模
- (4) 制约婚纱礼服租赁市场发展的因素
- (5) 中国婚纱礼服租赁市场发展趋势

### 3.3.2 婚纱礼服租赁市场盈利模式与定价体系

- (1) 租金定价原理及其构成方式分析
- (2) 婚纱礼服租赁市场盈利模式
  - 1) 经营租赁盈利模式分析
  - 2) 融资租赁盈利模式分析
    - 1、债券收益
    - 2、余值收益
    - 3、服务收益
    - 4、运营收益

### 3.3.3 婚纱礼服行业租赁定价体系

- (1) 租赁标的定价体系
- (2) 租赁营销定价体系

### 3.3.4 婚纱礼服租赁市场风险控制

- (1) 婚纱礼服租赁市场风险分类
- (2) 婚纱礼服租赁市场风险控制目标
- (3) 婚纱礼服租赁市场风险处理方法

## 第4章：中国婚纱礼服行业营销渠道及消费者调研分析

### 4.1 中国婚纱礼服行业营销渠道分析

#### 4.1.1 婚纱礼服行业营销模式

#### 4.1.2 婚纱礼服行业营销策略

- (1) 直复营销
- (2) 内部营销
- (3) 品牌营销
- (4) 合作营销
- (5) 网络营销
- (6) 体验营销
- (7) 事件营销

- (8) 整合营销
- 4.2 中国婚纱礼服行业消费者调研分析
  - 4.2.1 中国婚纱礼服行业消费特征分析
    - (1) 婚纱礼服消费特征分析
    - (2) 消费者价格敏感度分析
  - 4.2.2 中国婚纱礼服行业消费者偏好调研
    - (1) 消费者了解途径调研
    - (2) 消费者促销方式调研
- 4.3 中国婚纱礼服定制市场调查
  - 4.3.1 中国婚纱礼服定制人群调查
  - 4.3.2 中国婚纱礼服定制人群价格承受度
  - 4.3.3 中国婚纱礼服定制人群定制周期接受度
- 第5章：中国婚纱礼服行业区域发展分析
  - 5.1 中国婚纱礼服行业区域分布
  - 5.2 中国婚纱礼服主要产业集群发展情况
    - 5.2.1 广州婚纱街发展情况
    - 5.2.2 上海婚纱街发展情况
    - 5.2.3 苏州婚纱街发展情况
  - 5.3 中国婚纱礼服主要地区发展情况
    - 5.3.1 潮州婚纱礼服行业发展分析
      - (1) 潮州婚纱礼服行业发展现状
      - (2) 潮州婚纱礼服行业市场潜力分析
      - (3) 潮州婚纱礼服企业竞争分析
      - (4) 潮州婚纱礼服行业存在的问题
      - (5) 潮州婚纱礼服行业问题解决方法
    - 5.3.2 上海婚纱礼服行业发展分析
      - (1) 上海婚纱礼服行业发展现状
      - (2) 上海婚纱礼服行业市场潜力分析
      - (3) 上海婚纱礼服企业竞争分析
      - (4) 上海婚纱礼服行业存在的问题
      - (5) 上海婚纱礼服行业问题解决方法
    - 5.3.3 苏州婚纱礼服行业发展分析
      - (1) 苏州婚纱礼服行业发展现状
      - (2) 苏州婚纱礼服行业市场潜力分析
      - (3) 苏州婚纱礼服企业竞争分析

- (4) 苏州婚纱礼服行业存在的问题
- (5) 苏州婚纱礼服行业问题解决方法

#### 5.3.4 厦门婚纱礼服行业发展分析

- (1) 厦门婚纱礼服行业发展现状
- (2) 厦门婚纱礼服行业市场潜力分析
- (3) 厦门婚纱礼服企业竞争分析
- (4) 厦门婚纱礼服行业存在的问题
- (5) 厦门婚纱礼服行业问题解决方法

#### 5.3.5 台湾婚纱礼服行业发展分析

- (1) 台湾婚纱礼服行业发展现状
- (2) 台湾婚纱礼服行业市场潜力分析
- (3) 台湾婚纱礼服企业竞争分析
- (4) 台湾婚纱礼服行业存在的问题
- (5) 台湾婚纱礼服行业问题解决方法

### 第6章：中国婚纱礼服行业领先个案经营分析

#### 6.1 中国婚纱礼服企业发展总体状况分析

#### 6.2 中国婚纱礼服领先企业个案分析

##### 6.2.1 广东名瑞（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业婚纱礼服产品及新品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

##### 6.2.2 北京格格旗袍有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析



- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业婚纱礼服产品及新品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

#### 6.2.3 北京木真了时装有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业婚纱礼服产品及新品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

#### 6.2.4 林莉（上海）婚纱设计有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业婚纱礼服产品及新品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

#### 6.2.5 上海品纱礼服制衣有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业婚纱礼服产品及新品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

### 第7章：中国婚纱礼服行业发展前景预测

#### 7.1 中国婚纱礼服行业投资特性分析

##### 7.1.1 婚纱礼服行业进入壁垒分析

- (1) 市场壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 销售网络壁垒
- 7.1.2 婚纱礼服行业盈利模式分析
- 7.1.3 婚纱礼服行业盈利因素分析
- 7.2 中国婚纱礼服行业发展趋势分析
  - 7.2.1 行业走向产业集群
  - 7.2.2 行业最终会两级分化
  - 7.2.3 行业销售渠道多样化
  - 7.2.4 品牌建设速度加快
- 7.3 中国婚纱礼服行业发展前景分析
  - 7.3.1 婚纱礼服消费需求前景
  - 7.3.2 婚纱礼服发展前景分析
  - 7.3.3 婚纱礼服投资前景分析
- 7.4 中国婚纱礼服行业投资建议分析
  - 7.4.1 婚纱礼服行业投资机会分析
  - 7.4.2 婚纱礼服行业投资风险分析
    - (1) 婚纱礼服行业竞争风险
    - (2) 婚纱礼服行业供求风险分析
    - (3) 婚纱礼服行业经营管理风险分析
    - (4) 婚纱礼服行业其他风险分析
  - 7.4.3 婚纱礼服行业投资建议分析
    - (1) 婚纱礼服行业投资价值
    - (2) 婚纱礼服行业投资方式建议

#### 图表目录

- 图表1：2009-2012年广东名瑞（集团）股份有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表2：2009-2012年广东名瑞（集团）股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表3：2009-2012年广东名瑞（集团）股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表4：2009-2012年广东名瑞（集团）股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表5：2009-2012年广东名瑞（集团）股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表6：广东名瑞（集团）股份有限公司优势与劣势分析
- 图表7：2009-2012年北京格格旗袍有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表8：2009-2012年北京格格旗袍有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表9：2009-2012年北京格格旗袍有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表10：2009-2012年北京格格旗袍有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

- 图表11：2009-2012年北京格格旗袍有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表12：北京格格旗袍有限公司优势与劣势分析
- 图表13：北京木真了时装有限公司优势与劣势分析
- 图表14：林莉（上海）婚纱设计有限公司优势与劣势分析
- 图表15：上海品纱礼服制衣有限公司优势与劣势分析
- 图表16：2009-2012年上海久华纱服饰有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表17：2009-2012年上海久华纱服饰有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表18：2009-2012年上海久华纱服饰有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表19：2009-2012年上海久华纱服饰有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表20：2009-2012年上海久华纱服饰有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表21：上海久华纱服饰有限公司优势与劣势分析
- 图表22：厦门伟栊服饰有限公司优势与劣势分析
- 图表23：2009-2012年厦门福祥礼服有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表24：2009-2012年厦门福祥礼服有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表25：2009-2012年厦门福祥礼服有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表26：2009-2012年厦门福祥礼服有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表27：2009-2012年厦门福祥礼服有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表28：厦门福祥礼服有限公司优势与劣势分析
- 图表29：2009-2012年潮州市金嘉德服饰有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表30：2009-2012年潮州市金嘉德服饰有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表31：2009-2012年潮州市金嘉德服饰有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表32：2009-2012年潮州市金嘉德服饰有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表33：2009-2012年潮州市金嘉德服饰有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表34：潮州市金嘉德服饰有限公司优势与劣势分析
- 图表35：2009-2012年潮州市龙宝工艺服装有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表36：2009-2012年潮州市龙宝工艺服装有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表37：2009-2012年潮州市龙宝工艺服装有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表38：2009-2012年潮州市龙宝工艺服装有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表39：2009-2012年潮州市龙宝工艺服装有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表40：潮州市龙宝工艺服装有限公司优势与劣势分析
- 图表41：2009-2012年伟标（潮州）工艺服装有限公司产销能力分析（单位：万元）
- 图表42：2009-2012年伟标（潮州）工艺服装有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表43：2009-2012年伟标（潮州）工艺服装有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表44：2009-2012年伟标（潮州）工艺服装有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）
- 图表45：2009-2012年伟标（潮州）工艺服装有限公司发展能力分析（单位：%）

图表46：伟标（潮州）工艺服装有限公司优势与劣势分析

图表47：2009-2012年潮州市安琪婚纱礼服有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表48：2009-2012年潮州市安琪婚纱礼服有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表49：2009-2012年潮州市安琪婚纱礼服有限公司运营能力分析（单位：次）

图表50：2009-2012年潮州市安琪婚纱礼服有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表51：2009-2012年潮州市安琪婚纱礼服有限公司发展能力分析（单位：%）

图表52：潮州市安琪婚纱礼服有限公司优势与劣势分析

通过《2013-2017年中国婚纱礼服行业市场运营态势及投资机会报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/136838.html>