

2020年中国礼品市场前景研究报告- 市场现状与未来动向研究

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《2020年中国礼品市场前景研究报告-市场现状与未来动向研究》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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/478483478483.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

近年来，我国礼品行业倍受瞩目，并逐渐朝着多元化的方向发展起来。随着人们生活品质的不断提高，馈赠礼品逐渐演绎成了一种时尚文化，并俨然成为了一种必要的商业手段。据统计，2018年我国礼品行业市场规模为11200亿元，同比增长6.7%；预计2019年我国礼品行业市场规模约为12103亿元。

2013-2019年我国礼品行业市场规模统计情况

数据来源：中国礼品协会

随着互联网经济的兴起和发展，礼品行业也搭上了时代的顺风车，突破了传统的营销模式，从而扩大了市场规模。近年来，我国礼品电商的交易规模在不断上升，2018年我国礼品行业电商交易规模达到1918亿元，同比增长16.1%。

2014-2018年我国礼品行业电商交易规模统计情况

数据来源：中国礼品协会

从细分领域来看，促销礼品的所占比重最大，占比为30%；福利礼品市场份额约为26%；个人礼品市场份额约为23%；商务礼品约占21%。

2018年中国礼品细分领域市场份额

数据来源：中国礼品协会WYD【报告大纲】

第一章 中国礼品行业发展背景分析

1.1 礼品行业定义

1.1.1 礼品定义和分类

(1) 礼品定义

(2) 礼品分类

(3) 礼品行业定义

1.1.2 礼品行业的本质

1.2 礼品行业发展环境分析

1.2.1 礼品行业政策环境分析

(1) 礼品行业管理组织

(2) 相关政策、法规汇总

1.2.2 礼品行业经济环境分析

(1) 国内宏观经济环境分析

(2) 宏观经济展望

(3) 宏观经济环境对行业的影响分析

1.2.3 礼品行业社会环境分析

(1) 送礼风俗

(2) 礼品消费习惯

1.2.4 礼品行业人口环境分析

- (1) 中国城市人口和家庭分布情况分析
- (2) 中国人口的年龄比重变化情况
- (3) 中国人口教育水平变化情况
- (4) 中国城乡人口比例变化情况
- (5) 人口环境对行业的影响分析

第二章 中国礼品行业关联行业发展分析

2.1 礼品包装行业发展分析

2.1.1 包装行业供需情况分析

- (1) 行业发展规模分析
- (2) 行业供给情况分析
- (3) 行业需求情况分析
- (4) 行业盈利情况分析

2.1.2 礼品包装行业发展概况

2.1.3 礼品包装行业竞争分析

2.1.4 礼品包装行业原料采购分析

- (1) 纸袋和纸盒原料采购
- (2) 礼品罐原料采购
- (3) 缎带和蝴蝶结原料采购

2.1.5 主要礼品包装产品市场分析

- (1) 礼品盒/袋市场分析
- (2) 礼品罐市场分析
- (3) 缎带市场分析

2.1.6 礼品过度包装问题分析

2.2 礼品回收行业发展分析

2.2.1 礼品回收行业产生的原因分析

2.2.2 礼品回收行业发展现状分析

- (1) 礼品回收的范围和价格
- (2) 礼品回收的主要渠道
- (3) 礼品回收市场的行规

2.2.3 礼品回收市场潜存的洗钱风险

2.2.4 防范礼品回收市场洗钱风险的对策建议

第三章 中国礼品行业发展现状及趋势分析

3.1 礼品行业发展总体情况

3.1.1 礼品行业的发展阶段分析

3.1.2 礼品行业发展规模分析

3.1.3 礼品行业发展特点分析

3.1.4 礼品公司形式及区域分布情况

(1) 礼品公司存在形式

(2) 礼品公司区域分布情况

3.1.5 礼品进出口情况

(1) 我国礼品主要出口国市场分析

(2) 我国礼品企业出口转型分析

3.2 礼品行业销售情况分析

3.2.1 礼品行业总体销售情况

3.2.2 不同规模企业销售情况

(1) 不同销售额企业销售情况

(2) 不同资产企业销售情况

3.2.3 礼品行业在线销售情况

3.2.4 礼品行业销售趋势预测

3.3 礼品行业市场竞争分析

3.3.1 礼品行业特征分析

3.3.2 礼品行业竞争现状分析

3.3.3 礼品行业竞争趋势分析

3.4 礼品行业发展趋势分析

第四章 中国礼品行业产品市场分析

4.1 礼品行业产品结构分析

4.1.1 行业产品主要类别

4.1.2 行业主要细分结构

4.2 礼品行业主要产品市场分析

4.2.1 纺织用品礼品市场分析

(1) 纺织用品行业发展分析

(2) 礼品用纺织用品的主要产品类型

(3) 纺织用品礼品市场现状分析

(4) 纺织用品礼品市场前景分析

4.2.2 小家电礼品市场分析

(1) 小家电行业发展分析

- (2) 礼品用小家电的主要产品类型
- (3) 小家电礼品市场现状分析
- (4) 小家电礼品市场前景分析
- 4.2.3 家居礼品市场分析
 - (1) 家居品行业发展分析
 - (2) 家居礼品的主要产品类型
 - (3) 家居礼品市场现状分析
 - (4) 家居礼品市场前景分析
- 4.2.4 工艺品礼品市场分析
 - (1) 工艺品行业发展分析
 - (2) 礼品用工艺品的主要产品类型
 - (3) 工艺品礼品市场现状分析
 - (4) 工艺品礼品市场前景分析
- 4.2.5 文具礼品市场分析
 - (1) 文具行业发展分析
 - (2) 礼品用文具的主要产品类型
 - (3) 文具礼品市场现状分析
 - (4) 文具礼品市场前景分析
- 4.2.6 运动、娱乐用品礼品市场分析
 - (1) 运动、娱乐用品行业发展分析
 - (2) 礼品用运动、娱乐用品的主要产品类型
 - (3) 运动、娱乐用品礼品市场现状分析
 - (4) 运动、娱乐用品礼品市场前景分析
- 4.2.7 游戏玩具类礼品市场分析
 - (1) 游戏玩具类行业发展分析
 - (2) 礼品用游戏玩具类礼品的主要产品类型
 - (3) 游戏玩具类礼品市场现状分析
 - (4) 游戏玩具类礼品市场前景分析
- 4.2.8 电子礼品市场分析
 - (1) 电子礼品的主要产品类型
 - (2) 电子礼品市场现状分析
 - (3) 电子礼品市场前景分析
- 4.3 积分兑换礼品及礼品采购情况调研
 - 4.3.1 招商银行信用卡积分兑换礼品情况
 - 4.3.2 中国联通积分兑换礼品情况

4.3.3 中国移动积分兑换礼品情况

第五章 中国礼品行业细分市场需求分析

5.1 促销礼品市场需求分析

5.1.1 促销礼品的用途

5.1.2 促销礼品的特性

5.1.3 企业选购促销礼品考虑的主要因素

5.1.4 促销礼品的主要产品类型

5.1.5 促销礼品市场潜力分析

5.2 商务礼品市场需求分析

5.2.1 商务礼品的用途

5.2.2 商务礼品的特性

5.2.3 企业选购商务礼品考虑的主要因素

5.2.4 商务礼品的主要产品类型

5.2.5 商务礼品市场潜力分析

5.3 福利礼品市场需求分析

5.3.1 福利礼品的用途

5.3.2 福利礼品的特性

5.3.3 企业选购福利礼品考虑的主要因素

5.3.4 福利礼品的主要产品类型

5.3.5 福利礼品市场潜力分析

5.4 其他礼品市场需求分析

5.4.1 庆典礼品市场需求分析

5.4.2 会议礼品市场需求分析

5.4.3 节日礼品市场需求分析

第六章 中国礼品行业营销分析

6.1 礼品行业展会营销分析

6.1.1 礼品行业展会营销的重要性分析

6.1.2 礼品行业大型展会介绍

(1) 中国北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会

(2) 中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会

(3) 中国(莆田)海峡工艺品博览会

(4) 上海国际礼品、赠品及家居用品博览会

6.1.3 礼品企业展会营销策略分析

6.2 礼品行业礼品册直邮营销分析

6.2.1 礼品册的定义

6.2.2 礼品册的作用

6.2.3 芭莎礼品册营销案例分析

(1) 送礼整体解决方案的策划者

(2) 庞大的市场需求

(3) 简单的赢利模式

(4) 细心的服务

(5) 整合市场资源

(6) 个性化打造平台

6.3 礼品行业网购营销分析

6.3.1 网络购物发展分析

(1) 交易规模分析

(2) 市场份额分析

(3) 网购渗透情况

(4) 产品特征分析

6.3.2 礼品行业网络团购现状分析

6.3.3 爱礼品网络团购案例分析

6.3.4 礼品行业网络购物潜力分析

6.4 礼品行业营销趋势分析

6.4.1 个性化定制营销

6.4.2 跨界整合营销

6.4.3 网络营销

(1) 搜索引擎营销

(2) 微博营销

(3) 微信营销

(4) 视频营销

(5) 问答营销

(6) 权威百科营销

(7) 企业新闻营销

第七章 中国领先礼品企业经营情况分析

7.1 领先礼品生产企业经营情况分析

7.1.1 深圳贝形经典实业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.2 深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.3 深圳市冰语艺术品有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业营销网络分析

7.1.4 深圳市好时达电器有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.5 深圳市金博源精品制造有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.6 时运达(深圳)电子有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.7 福建瑞达精工股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.8 永银文化发展集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.9 刘世企业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.10 宁波惠多织造有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.11 上海泰芝宝礼品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.12 深圳市辉宇电器制造有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.13 深圳市瑞方源投资有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.14 深圳市一健科技开发有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.15 深圳市优可视电子有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.16 厦门悠度休闲用品股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.17 亚泰(东莞)木业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.1.18 深圳市皇家精典工艺礼品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2 领先礼品服务及贸易企业经营情况分析

7.2.1 北京怡莲礼业科技发展有限公司

7.2.2 北京元隆雅图文化传播股份有限公司

7.2.3 有礼天下国际文化传播(北京)有限公司

7.2.4 深圳市云中鹤科技股份有限公司

7.2.5 常州市好礼佳缘商贸有限公司

7.2.6 临沂市君发供应链服务有限公司

7.2.7 青岛爱乐吉贸易有限公司

7.2.8 深圳市吉之礼文化股份有限公司

7.2.9 南京泰誓工贸科技发展有限公司

7.2.10 重庆市龙珠礼品有限公司

7.2.11 贝瑞文化创意有限公司

7.2.12 上海居尚工贸有限公司

7.2.13 麦基格瑞(北京)产品设计开发有限公司

7.2.14 广州树人商贸有限公司

7.2.15 优优祝福(北京)科技有限公司

第八章 中国礼品行业投资前景分析

8.1 礼品行业投资特性分析

8.1.1 礼品行业进入壁垒分析

8.1.2 礼品行业发展壁垒分析

(1) 客户资源壁垒

(2) 技术及人才创新壁垒

8.1.3 礼品行业盈利因素分析

(1) 成本上涨因素

(2) 市场竞争因素

8.1.4 礼品行业盈利模式分析

(1) 单件利润模式

(2) 规模利润模式

(3) 品牌利润模式

(4) “礼媒加互联网”盈利模式

8.2 礼品行业投资现状分析

8.2.1 礼品行业部分投资事件分析

8.2.2 礼品行业投资热点及趋势分析

(1) 投资高新技术企业

(2) 投资创业期的中小企业

(3) 投资礼品电子商务领域

(4) 资本注入对行业的影响

8.3 礼品行业投资前景分析

8.3.1 礼品行业成长性分析

8.3.2 礼品市场潜力分析

8.3.3 礼品行业投资前景分析

(1) 电子礼品市场前景

(2) 汽车礼品市场前景

(3) 纪念品市场前景

(4) 旅游商品市场前景

(5) 创意礼品市场前景

8.4 礼品行业投资建议

8.4.1 礼品行业投资机会分析

(1) 创意家居礼品

(2) 激光雕刻工艺礼品

(3) 个性礼品定制

(4) 礼品赠品

(5) DIY礼品

8.4.2 礼品行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 汇率波动风险

(4) 宏观经济波动风险

8.4.3 礼品行业投资建议

(1) 投资方向及产品建议

(2) 人才投资建议

图表目录

图表1：我国礼品行业礼品常用构成分类

图表2：我国礼品行业礼品其他构成分类

图表3：全国工商联礼品业商会为会员提供的服务

图表4：截止2020年我国礼品行业相关政策、法规汇总

图表5：2017-2020中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）

图表6：2017-2020中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%）

图表7：2017-2020中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）

图表8：2017-2020年中国居民消费价格指数（单位：%）

图表9：2017-2020中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：亿元，%）

图表10：2017-2020中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）

图表11：2017-2020中国货物进出口总额（单位：亿元，%）

图表12：2017-2020年中国城镇人口占总人口比重变化情况（单位：%）

图表13：中国六次人口普查家庭户数变化图（单位：万户）

图表14：2017-2020年中国人口年龄比重变化情况（单位：%）

图表15：第六次人口普查各地区每十万人拥有的各种受教育程度人口比较（单位：人）

图表16：第六次人口普查中国各地区受教育程度排行前五名与后五名对比（单位：人）

图表17：2017-2020年我国城乡人口比例变化情况（单位：%）

图表18：2017-2020年包装行业规模分析（单位：家，亿元）

图表19：2017-2020年包装行业规模以上企业数量及增长率走势图（单位：家，%）

图表20：2017-2020年包装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国礼品市场前景研究报告-市场现状与未来动向研究》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。

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。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、阿里巴巴、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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/478483478483.html>