

2020年中国礼品行业分析报告- 行业深度调研与发展规划趋势

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年中国礼品行业分析报告-行业深度调研与发展规划趋势》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/baihuo/428508428508.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

礼品又称礼物。通常是人和人之间互相赠送的物件。其目的是为了取悦对方，或表达善意、敬意。礼物也用来庆祝节日或重要的日子，比如情人节的玫瑰或生日礼物，不可不送。礼物也可以是非物质的。中国古代有“千里送鹅毛，礼轻情意重”的说法，表示礼物的价值在于送礼者的善意和心意，而非礼物本身的价值。

我国自古就是礼品生产大国和消费大国，改革开放以来，“中国制造”的礼品开始大规模杀向国际市场。改革开放以来，得益于中国低廉的劳动力成本，中国的礼品行业也担负起了为世界生产礼品的任务。据统计，国外主要礼品消费国的礼品有70-80%来自中国。

改革开放初期，我国总体的经济还表现为商品供应匮乏，人均经济水平不高的发展特征，该阶段市场对礼品的需求以温饱型产品为主；随着我国经济水平的提升，人均收入水平和可支配收入增加，我国礼品行业经历了由实用型向健康型的转变。截止目前，随着各消费主体对礼品消费观念及关注点的转变，以企业和个体为代表的礼品采购主体对礼品的需求逐渐向个性化需求为主。

随着近几年人们生活水平的提高，中国礼品行业销售收入呈现快速增长趋势，数据显示，2018年我国礼品行业销售收入将超过3.7万亿元，同比增长超6%。

2010-2018年我国礼品行业销售收入情况 数据来源：全国工商联礼品商会

电子商务的潮流势不可挡，礼品行业也开始发展电子商务，在电商领域分一杯羹。据可靠数据显示，在北京上海广州深圳等一线城市，已经有七成的电商用户倾向于在互联网上挑选并购买礼物。电子商务在礼品行业的比重正在快速提升，成为了电商增长的最大亮点之一。

近年来，礼品电商的交易规模在不断上升。数据显示，到2018年，我国礼品行业电商交易规模达到1918亿元。

2014-2018年礼品行业电商交易规模增长趋势 数据来源：全国工商联礼品商会

目前的电子商务和礼品行业的结合有两种形式，一是淘宝、京东等电商平台网站，一是垂直独立礼品电商网站。前者注重礼品的丰富程度，后者注重礼品赠送的感情传递，未来垂直化礼品电商将是礼品电商的增长重点。

礼品电商形式

资料来源：前瞻产业研究院

展望未来，随着市场的逐步发展，普通老百姓走亲访友、派对等活动对于个人情感礼品的需求量越来越大，个人消费成为增量较为明显的需求主体。未来随着人们生活水平的提升及对各大节日的重视，礼品赠送者越来越重视与受礼者之间的沟通，礼品的个性化，人性化，创意化和定制化渐成礼品采购主流模式，其中个体礼品需求占礼品市场的65.76%；团体(含组织单位)礼品需求占礼品市场的34.24%。随着近几年人们生活水平的提高，中国礼品行业销售收入将呈现快速增长趋势。 礼物行业市场结构 数据来源：全国工商联礼品商会 (GYWWJP)

【报告大纲】

第一部分 行业发展分析

第一章 礼品行业相关概念及分类

第一节 礼品的相关概念

一、礼品的概念和文化

二、商务礼品文化

第二节 礼品的分类

一、按礼品的原材料构成分

二、按满足礼品消费者需要分类

第二章 2020年中国礼品产业运行环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、2020年世界经济运行分析

二、2021-2026年世界经济预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、2020年中国宏观经济运行分析

二、2021-2026年中国经济发展预测

第三节 2020年中国礼品产业政策环境分析

一、政策干预礼品包装

二、深圳文化创意礼品受政策扶持

第三章 中国礼品行业整体发展情况分析

第一节 2020年中国礼品业发展现状分析

一、2020年中国礼品业低碳概念先行

二、2020年创意经济推动礼品业成熟

三、2020年我国礼品业深挖“中国元素”

四、2020年中国礼品行业TOP

五、2020年中国礼品业从“制造”转型“创造”

第二节 2020年中国礼品行业发展情况分析

一、礼品业的在我国经济中的地位

二、礼品业现状的基本分析

三、礼品工业协会成立及其作用

四、礼品业发展工作思路

第三节 2020年中国礼品业生产基地分析

一、工艺品、商务礼品生产基地

二、圣诞礼品生产基地

第四节 2020年中国礼品业发展存在的问题

一、产业化、规模化程度低

二、行业运行不规范

三、从业人员文化素质低、研发能力弱

四、知识产权意识弱，仿冒现象严重

第二部分 市场发展分析

第四章 中国礼品市场分析

第一节 中国礼品市场发展特点及现状

一、中国礼品市场发展特点

二、礼品市场现状分析

三、中国礼品占全球市场份额情况

第二节 2020年礼品市场发展情况分析

一、2020年中国礼品市场发展情况分析

二、2020年礼品市场采购分析

三、2020年电商势力成礼品市场增长亮点

四、2020年礼品出口环境恶化

五、2020年礼品内需撑起一片天

六、2020年中国数码礼品市场需求概况分析

七、2020年商务礼品市场分析

第三节 2020年礼品市场分析

一、产品分析

二、经营分析

三、行业呼吁

四、广告表现策略分析

五、目标消费群

第四节 我国礼品市场存在的问题及对策

- 一、礼品市场存在的主要问题及其经济影响
- 二、礼品市场问题的存在根源于礼品使用价值的异化
- 三、急剧扩张的礼品行业市场呼吁行业升级
- 四、对于礼品市场存在问题的基本对策

第五章 主要产品市场分析

第一节 礼品行业核心市场分析

- 一、六大礼品板块的发展分析
- 二、中国礼品市场的三座金矿

第二节 2020年饰品礼品市场分析

- 一、2020年我国珠宝首饰行业发展现状分析
- 二、黄金珠宝业酝酿制定行业标准
- 三、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准
- 四、中国饰品业的主要销售形式
- 五、中国饰品市场竞争策略分析
- 六、2021-2026年我国珠宝销售预测

第三节 2020年收藏品礼品市场分析

- 一、2020年艺术品收藏市场发展分析
- 二、2020年收藏品进入高端礼品市场
- 三、2021-2026年收藏市场春拍行情展望
- 四、2021-2026年艺术品拍卖市场展望
- 五、2021-2026年收藏市场将继续向好发展

第四节 2020年玩具礼品市场分析

- 一、2020年我国玩具业发展状况
- 二、2020年中国玩具制造业主要经济指标
- 三、2020年中国玩具制造业工业销售产值
- 四、2020年中国玩具出口分析
- 五、2020年中国玩具出口问题分析
- 六、2021-2026年玩具市场流行趋势全方位预测

第五节 2020年烟茶酒礼品市场分析

- 一、礼品酒市场运作的核心要点
- 二、2020年葡萄酒行业发展分析

- 四、2020年我国礼品茶发展分析
- 五、2020年烟茶酒产品生产情况
- 六、2021-2026年中国礼品酒发展趋势

第六章 主要区域市场分析

第一节 2020年浙江礼品产业发展分析

- 一、浙江礼品行业的现状分析
- 二、浙江礼品行业的前景展望
- 三、义乌圣诞礼品的市场分析

第二节 2020年广东礼品产业发展分析

- 一、广东澄海玩具礼品产业发展现状分析
- 二、广东中山保健型礼品茶日渐走俏
- 三、深圳工艺礼品行业首次接受银行
- 四、2021-2026年深圳礼品展引领高端个性化发展趋势

第三节 2020年其他地区礼品产业发展分析

- 一、北京礼品市场状况
- 二、重庆礼品市场情况
- 三、成都礼品市场状况
- 四、山东礼品市场状况
- 五、福建礼品市场状况

第七章 国外礼品市场分析

第一节 德国礼品行业发展分析

- 一、德国商务习俗
- 二、德国礼品文化
- 三、德国礼品市场分析

第二节 日本礼品行业发展分析

- 一、日本商务习俗
- 二、日本礼品市场分析
- 三、日本礼品发展趋势

第三节 沙特礼品行业发展分析

- 一、沙特商务习俗
- 二、沙特礼品市场分析

第四节 荷兰礼品行业发展分析

- 一、荷兰商务习俗

二、荷兰礼品市场分析

第五节 俄罗斯礼品行业发展分析

一、俄罗斯礼品市场分析

二、俄罗斯礼品征税情况

第六节 美国礼品行业发展分析

一、美国礼品市场规模情况

二、美国礼品销售渠道分析

三、美国礼品市场畅销产品

四、美国礼品公司借互联网走创新之路

五、中国工艺品开拓美国市场策略

第八章 关联产业分析

第一节 2020年礼品包装行业发展分析

一、国内礼品包装行业现状分析

二、保健品礼品包装行业现状分析

三、限制礼品过度包装的政策

四、礼品包装行业成创业新思路

第二节 其他关联产业分析

一、2020年礼品回收行业发展分析

二、2020年礼品企业网站经营分析

三、2020年塑料行业发展分析

四、2020年电子行业发展分析

五、2020年纺织行业发展分析

六、2020年动漫产业发展分析

第三部分 行业竞争格局

第九章 行业竞争与企业分析

第一节 香港周生生珠宝

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 老凤祥

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 周大福珠宝金行

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 东方金钰

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 其他礼品企业分析

一、北京超新怡和科贸有限公司

二、中山兆兴文具有限公司

三、深圳伽元工艺礼品有限公司

四、九百度工艺品装饰有限公司

第四部分 发展趋势与策略

第十章 2021-2026年礼品行业发展趋势预测

第一节 礼品行业经营模式分析

一、行业趋向专业化、规范化

二、品牌、个性礼品趋势

三、行业商会的作用日渐凸现

四、加强交流与合作

五、连锁经营模式逐渐扩大

第二节 未来礼品市场趋势

一、市场规模

二、销售渠道

三、畅销产品

第三节 礼品行业发展趋势分析

一、礼品行业的发展趋势

二、礼品网发展趋势分析

三、礼品酒市场新趋势

四、家纺类礼品未来的趋势

五、2021-2026年中国礼品市场空间及发展机遇与挑战分析

六、2021-2026年中国礼品市场销售前景

第四节 礼品行业个性化发展趋势分析

- 一、个性礼品定制成时尚潮流
- 二、生日礼品个性化定制趋势分析
- 三、DIY个性礼品未来发展趋势分析

第十一章 2021-2026年礼品行业营销及策略探讨

第一节 礼品行业营销策略分析

- 一、礼品营销特征及其创新
- 二、礼品市场体验营销分析
- 三、礼品的搜索营销突围之道
- 四、中国礼品渠道营销分析
- 五、礼品工艺品行业网络营销策略

第二节 礼品行业经营策略分析

- 一、商务礼品的策划
- 二、礼品行业信息化策略
- 三、礼品商家知识产权保护策略
- 四、农村礼品市场的变化趋势及对策
- 五、参加展会应该注意的因素
- 六、礼品企业“与狼共舞”的五大策略

第三节 礼品经销商的市场角色定位与发展

- 一、市场特点决定了经销商不可替代的地位
- 二、礼品经销商面临的危机和局限性
- 三、经销商对礼品渠道的把脉和掌握
- 四、经销商的核心竞争力打造

第四节 中国礼品行业国际竞争力提高策略

- 一、继续解放思想
- 二、把握行业大势
- 三、打造特色平台
- 四、发挥整合功能
- 五、培育竞争优势

第十二章 2021-2026年礼品行业投资策略探讨

第一节 礼品行业投资机会分析

- 一、礼品市场投资的风向及建议
- 二、礼品店投资经营方案全指导
- 三、情侣玩具礼品店经营投资分析
- 四、礼品瓷投资分析
- 五、礼品金当成投资金大卖
- 六、礼品行业的发展机遇
- 七、学生礼品突飞猛进
- 八、低碳礼品前景美好

第二节 礼品店投资经营方案全解

- 一、投资及经营建议
- 二、投资风险及其规避
- 三、礼品的选择策略
- 四、礼品采购指南

第三节 平价家居礼品店投资分析

- 一、创意家居市场分析
- 二、平价路线策略分析
- 三、市场投资策略分析
- 四、市场投资风险分析

第四节 吉祥用品店投资分析

- 一、经营条件
- 二、创业步骤
- 三、成功案例
- 四、经营策略

图表目录:

图表：2017-2020年美国GDP增速（%）

图表：2017-2020年美国CPI同比涨幅（%）

图表：2017-2020年美国失业率（%）

图表：2017-2020年欧元区、英国CPI同比涨幅（%）

图表：2017-2020年欧元区失业率（%）

图表：2017-2020年日本GDP增速（%）

图表：2017-2020年日本CPI同比涨幅（%）

图表：2017-2020年日本失业率（%）

图表：2020年与2020年国内生产总值同比增长速度对比（季度同比）

图表：2017-2020年全国粮食总产量及其增长速度对比

图表：2020年与2020年全国规模以上工业增加值增速（月度同比）

- 图表：2020年全国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2020年全国房地产开发投资同比增速
- 图表：2020年全国社会消费品零售总额增速（月度同比）
- 图表：2020年全国社会消费品零售总额增速（月度同比）
- 图表：2020年全国广义货币（M2）增速
- 图表：2020年全国居民消费价格同比上涨情况
- 图表：2020年全国工业生产者出厂价格同比上涨情况
- 图表：2020年全国城镇居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表：2020年全国农村居民人均可支配收入实际增长速度
- 图表详见报告正文（GYHS）

【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年中国礼品行业分析报告-行业深度调研与发展规划趋势》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、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/baihuo/428508428508.html>