

# 2011-2015年中国礼品包装 市场评估及发展趋势研究报告

## 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

《2011-2015年中国礼品包装市场评估及发展趋势研究报告》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/201112/80036.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

中国自古就是礼仪之邦。逢年过节，逢亲友生日、结婚、寿辰，很多人都要选择礼品送人。礼品有轻重，感情无厚薄。大到家用电器，小到一枚戒指，经过精心的包装后，礼品的意义超越了本身的价值。一份包装精巧的礼品，不仅增加了礼物的魅力和分量，还可以体现送礼人的良苦用心以及款款深情。很多价格昂贵的礼品往往自带包装，包装与商品颜色、风格一致，不需再包装。而有些商品没有自带精美的包装，需要重新包装。带简单包装需要重新包装的礼品占市场的50%左右。而有些消费者购买到带有简单包装的礼品仍然有重新包装的消费需求，包装市场成为独立的具有附加值的产业。2010年4月1日实施的由国家质检总局、国家标准委联合发布的《限制商品过度包装要求——食品 and 化妆品》国家强制标准中，针对饮料、酒、糕点、粮食、保健品、化妆品及其他食品的销售包装空隙率、成本及层数，都分别做出了明确的限制说明。其中，包装层数统一要求不可超过3层，粮食的包装不得超过2层；成本除初始包装之外的所有包装成本的总和，不应超过商品销售价格的20%；所有食品和化妆品的最高空隙率不得超过60%。

包装是商品的重要组成部分。包装的作用在于保护商品和推销商品，一件商品要通过科学的结构设计和美观的平面设计最终把商品推销出去。因此，一个好的包装设计必须使包装结构和外观平面设计有机结合、融为一体。由于近年来中国经济增长强劲，人民购买力大增，加上新奇礼品不断推出，价格稳定，致使中国礼品市场销售前景看好。消费者对于礼品的看法是喜新不厌旧。一般来说，30-50岁的中年消费者比较趋向传统的礼品，茶叶、工艺品、钢笔等等。但是18-29岁的青年消费者就喜欢新产品，而他们往往是礼品消费的生力军。因此，国内厂商正在不断推出新产品，降低生产成本，提高产品质量和设计水平，以满足人们的趋新心理。所以礼品的包装更加注重产品的样式和色彩，给礼品以高档、饱满的装饰效果，顺应时代潮流。为了方便展览场所或店铺的陈列，有些礼品需要强化包装的展示性特征，这需在保证包装的保护性不被破坏的情况下，赋予展示性的需求。礼品是社会文化中的一种表现形式和物质载体，体现出很强的传统特色。礼品包装就其功能而言，起着保护商品，传递信息、推销商品及情感沟通的作用。随着现代社会物质生活的丰富，礼品包装设计逐步成为独特的产业。由于人们的消费理念和健康意识的转变，对礼品包装也有了新的要求，这使其具有更大的市场潜力。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国礼品包装市场评估及发展趋势研究报告》共十二章，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、国家商务部、国家工业和信息化部、中国包装联合会、国际食品包装协会、中国包装技术协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、其他礼品包装产业专业研究单位等公布和提

供的大量资料，对我国其他礼品包装产业的发展状况、重点企业等进行了研究，并重点剖析了主要其他礼品包装市场的发展状况和其他礼品包装技术研究发展，从而对今后的运行进行了分析预测，给行业内各企业提供快速、精确的决策参考依据，使企业在剧烈的市场竞争中不断完善战略规划。

本礼品包装行业报告，是其他礼品包装企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

## 第一章 其他礼品包装行业发展概述

### 第一节 其他礼品包装的概念

#### 一、其他礼品包装的定义

#### 二、其他礼品包装的特点

#### 三、其他礼品包装的分类

### 第二节 其他礼品包装行业发展成熟度

#### 一、其他礼品包装行业发展周期分析

#### 二、其他礼品包装行业中外市场成熟度对比

### 第三节 其他礼品包装行业产业链分析

#### 一、其他礼品包装行业上游原料供应市场分析

#### 二、其他礼品包装行业下游产品需求市场状况

#### 三、酒、蛋糕、朱古力、饰品、精品、茶叶行业分析

## 第二章 2010-2015年世界其他礼品包装行业运行现状分析

### 第一节 2010-2011年世界其他礼品包装行业运行综述

#### 一、世界其他礼品包装行业市场分析

#### 二、国外其他礼品包装行业技术分析

### 第二节 2010-2011年世界主要国家其他礼品包装行业发展情况解析

#### 一、美国

#### 二、日本

#### 三、德国

### 第三节 2011-2015年世界其他礼品包装行业发展趋势分析

## 第三章 2010-2011年中国其他礼品包装行业运行环境分析

### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

#### 一、2010年中国宏观经济运行分析

#### 二、经济运行中存在的突出矛盾和问题

#### 三、2011年经济发展形势预测

## 第二节 2010-2011年中国其他礼品包装行业发展政策环境分析

- 一、国内宏观政策发展建议
- 二、其他礼品包装行业政策分析
- 三、相关其他礼品包装行业政策影响分析

## 第三节 2010-2011年中国其他礼品包装行业发展社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、社会发展形势分析

## 第二部分 礼品包装市场发展分析

## 第四章 2010-2011年中国其他礼品包装行业市场发展分析

### 第一节 其他礼品包装行业市场发展现状

- 一、市场发展概况
- 二、发展热点回顾
- 二、其他礼品包装市场存在问题及策略分析 1

### 第二节 其他礼品包装行业技术发展

- 一、其他礼品包装行业技术分析
- 二、新技术研发及应用动态
- 三、技术发展趋势

### 第三节 中国其他礼品包装行业消费市场分析

- 一、消费特征分析
- 二、消费需求趋势
- 三、品牌市场消费结构

### 第四节 其他礼品包装行业市场规模分析

- 一、整体市场规模
- 二、细分市场规模

### 第五节 2011-2015年其他礼品包装行业市场发展趋势

- 一、礼品包装发展趋势与市场趋势
- 二、现代包装设计的发展趋势

## 第五章 2010-2011年中国其他礼品包装行业主要指标监测分析

### 第一节 2010-2011年中国其他礼品包装产业工业总产值分析

- 一、2010年中国其他礼品包装产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

## 第二节 2010-2011年中国其他礼品包装产业主营业务收入分析

### 一、2010年中国其他礼品包装产业主营业务收入分析

#### 二、不同规模企业主营业务收入分析

#### 三、不同所有制企业主营业务收入比较

## 第三节 2010-2011年中国其他礼品包装产业产品成本费用分析

### 一、2010年中国其他礼品包装产业成本费用总额分析

#### 二、不同规模企业销售成本比较分析

#### 三、不同所有制企业销售成本比较分析

## 第四节 2010-2011年中国其他礼品包装产业利润总额分析

### 一、2010年中国其他礼品包装产业利润总额分析

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第五节 2010-2011年中国其他礼品包装产业资产负债分析

### 一、2010年中国其他礼品包装产业资产负债分析

#### 二、不同规模企业资产负债比较分析

#### 三、不同所有制企业资产负债比较分析

## 第六章 中国其他礼品包装行业区域市场分析

### 第一节 华北地区其他礼品包装行业分析

#### 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析

#### 二、2010-2011年市场规模情况分析

#### 三、2011-2015年市场需求情况分析

#### 四、2011-2015年礼品包装行业发展前景预测

### 第二节 东北地区其他礼品包装行业分析

#### 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析

#### 二、2010-2011年市场规模情况分析

#### 三、2011-2015年市场需求情况分析

#### 四、2011-2015年礼品包装行业发展前景预测

### 第三节 华东地区其他礼品包装行业分析

#### 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析

#### 二、2010-2011年市场规模情况分析

#### 三、2011-2015年市场需求情况分析

#### 四、2011-2015年其他礼品包装行业发展前景预测 2

#### 第四节 华南地区其他礼品包装行业分析

- 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业发展前景预测

#### 第五节 华中地区其他礼品包装行业分析

- 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业发展前景预测 2

#### 第六节 西南地区其他礼品包装行业分析

- 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业发展前景预测

#### 第七节 西北地区其他礼品包装行业分析

- 一、2010-2011年其他礼品包装行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业发展前景预测

### 第七章 其他礼品包装行业竞争格局分析

#### 第一节 其他礼品包装行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

#### 第二节 其他礼品包装行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

#### 第三节 其他礼品包装行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业的战略、结构和竞争对手

第八章 其他礼品包装企业竞争策略分析

第一节 其他礼品包装企业竞争策略分析

一、其他礼品包装市场竞争分析

二、其他礼品包装产业的品牌战略

三、其他礼品包装企业差异化竞争策略

第二节 其他礼品包装行业产品定位及市场推广策略分析

一、礼品包装的营销策略

二、礼品包装的定位及文化特征

三、礼品酒不能只卖包装

四、现代礼品包装艺术中的民族元素

第九章 部分其他礼品包装企业竞争分析

第一节 上海界龙实业集团股份有限公司

一、企业基本概述

二、2010年企业经营状况

三、2010-2011年财务分析

四、企业投资方向

第二节 浙江胜达集团有限公司

一、企业基本概述

二、企业主营业务

第三节 厦门合兴包装印刷股份有限公司

一、企业基本概述

二、2010年企业经营状况

三、2010-2011年财务分析

四、企业发展方向

第四节 大亚科技股份有限公司

一、企业基本概述

二、2010年企业经营状况

三、2010-2011年财务分析



## 第五节 上海恩和礼品包装有限公司

## 第六节 北京金泰隆礼品包装有限责任公司

## 第十章 2011-2015年未来其他礼品包装行业发展预测

### 第一节 未来其他礼品包装行业需求与消费预测

- 一、2011-2015年其他礼品包装市场规模预测
- 二、2011-2015年其他礼品包装行业总产值预测
- 三、2011-2015年其他礼品包装行业销售收入预测
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业总资产预测

### 第二节 2011-2015年中国其他礼品包装行业供需预测

- 一、2011-2015年中国其他礼品包装供给预测
- 二、2011-2015年中国其他礼品包装需求预测
- 三、2011-2015年中国其他礼品包装供需平衡预测

## 第十一章 其他礼品包装行业投资机会与风险

### 第一节 其他礼品包装行业投资机会分析

- 一、其他礼品包装投资项目分析
- 二、2011年其他礼品包装投资机会
- 三、2010年其他礼品包装投资新方向
- 四、2010年其他礼品包装潜力分析

### 第二节 影响其他礼品包装行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响其他礼品包装行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响其他礼品包装行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响其他礼品包装行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国其他礼品包装行业发展面临的挑战与机遇分析

### 第三节 其他礼品包装行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年其他礼品包装行业政策风险及控制策略
- 二、2011-2015年其他礼品包装行业经营风险及控制策略
- 三、2011-2015年其他礼品包装同业竞争风险及控制策略
- 四、2011-2015年其他礼品包装行业其他风险及控制策略

## 第十二章 其他礼品包装行业投资战略研究

### 第一节 其他礼品包装行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国其他礼品包装品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、其他礼品包装实施品牌战略的意义

三、我国其他礼品包装企业的品牌战略

四、其他礼品包装品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201112/80036.html>