

# 2014-2019年中国礼品行业 监测与未来发展前景预测报告

## 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

《2014-2019年中国礼品行业监测与未来发展前景预测报告》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/201407/109236.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

中国礼品的发展兴起于改革开放，与世界相比起步较晚，但发展速度惊人，主要依托于国内外市场的拉动。根据礼品的性质和用途可分为：国务(政务)礼品、商务礼品、休闲用品、收藏与陈设品、节庆用品等六大门类，其中，既有传统的礼品范畴，也有迅速发展和正在形成的新的礼品类别。可以断言，随着社会分工的进一步细化和小康社会生活内容的进一步丰富，礼品业的分类也将随之变化和更加科学。

据不完全统计，中国礼品全行业年均增长速度为12%以上，高于全国三个百分点；2013年产值约1万亿人民币左右。有80%以上礼品生产企业集中在广东、浙江、福建、北京、上海、江苏等沿海经济发达地区，义乌、苍南等一些有形市场已成为礼品的交易中心。目前，全国生产企业总数已超过1万家，大多数是民营企业，并且具有很强的经济活力。企业规模在不断扩大，出现一批大型礼品生产企业，一些企业年产值已超过5个亿。中国礼品出口量越来越大，国外礼品的主要消费国的礼品有70%—80%来自中国。

中国的产品已经成为礼品市场的主流。在礼品的产品中，许多品种的产品中国制造的份额已经跃居首位，比如流行饰品、像框、节日灯、圣诞用品、毛绒制品、休闲用品等。

值得注意的是，与往年相比，电子商务在礼品市场的比重正在快速提升，甚至成为增长最大亮点。数据显示，2013年在北上广等城市，已经有65%的电商用户倾向于在互联网上选择礼物。清科研究中心发布的中国电子商务B2C行业投资研究报告也显示，中国电子商务垂直B2C行业较为活跃的细分市场集中在综合百货类、3C类、服装类、礼品类等领域。

礼品产业链条由于互联网的介入，也出现了更为深刻和复杂的细分。制造、分销、终端、采购、回收不仅各具规模，而且从范围上，几乎可以覆盖中国任何一个角落。而在礼品形式上，送礼也从早期的糕点布匹，烟酒茶糖，保健品等生活实用品居多，到后来礼品品牌化、知识产权化、创意化、收藏化、定制化等。

本行业报告对中国礼品行业的发展情况、主要细分市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来礼品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了礼品行业今后的发展投资策略。

本礼品行业报告，为礼品生产企业、经销商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。您若想对礼品行业市场有个系统的了解或者想投资礼品行业及相关行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

报告目录

## 第一部分 礼品行业发展分析

### 第一章 礼品行业相关概念及分类 1

#### 第一节 礼品的相关概念 1

##### 一、礼品的概念和文化 1

##### 二、商务礼品文化 1

#### 第二节 礼品的分类 2

##### 一、按礼品的原材料构成分 2

##### 二、按满足礼品消费者需要分类 2

### 第二章 2014年中国礼品产业运行环境分析 3

#### 第一节 国际宏观经济环境分析 3

##### 一、2013年世界经济运行分析 3

##### 二、2014年世界经济预测 10

#### 第二节 中国宏观经济环境分析 17

##### 一、2013年中国宏观经济运行分析 17

##### 二、2014-2015年中国经济发展预测 27

#### 第三节 2013年中国礼品产业政策环境分析 32

##### 一、政策干预礼品包装 32

##### 二、深圳文化创意礼品受政策扶持 33

### 第三章 中国礼品行业整体发展情况分析 36

#### 第一节 2013年中国礼品业发展现状分析 36

##### 一、2013年中国礼品业低碳概念先行 36

##### 二、2013年创意经济推动礼品业成熟 36

##### 三、2013年我国礼品业深挖“中国元素” 38

##### 四、2013年中国礼品行业TOP100 39

##### 五、2013年中国礼品业从“制造”转型“创造” 40

#### 第二节 2013年中国礼品行业发展情况分析 42

##### 一、礼品业的在我国经济中的地位 42

##### 二、礼品业现状的基本分析 42

##### 三、礼品工业协会成立及其作用 44

##### 四、礼品业发展工作思路 44

#### 第三节 2013年中国礼品业生产基地分析 45

##### 一、工艺品、商务礼品生产基地 45

二、圣诞礼品生产基地	45
第四节 2013年中国礼品业发展存在的问题	46
一、产业化、规模化程度低	46
二、行业运行不规范	46
三、从业人员文化素质低、研发能力弱	47
四、知识产权意识弱，仿冒现象严重	47
第二部分 礼品市场发展分析	
第四章 中国礼品市场分析	50
第一节 中国礼品市场发展特点及现状	50
一、中国礼品市场发展特点	50
二、礼品市场现状分析	51
三、中国礼品占全球市场份额情况	53
第二节 2013-2014年礼品市场发展情况分析	54
一、2013年中国礼品市场发展情况分析	54
二、2013年礼品市场采购分析	56
三、2013年电商势力成礼品市场增长亮点	57
四、2013年礼品出口环境恶化	58
五、2013年礼品内需撑起一片天	59
六、2013年中国数码礼品市场需求概况分析	59
七、2014年商务礼品市场分析	61
第三节 2013年礼品市场分析	62
一、产品分析	62
二、经营分析	63
三、行业呼吁	64
四、广告表现策略分析	65
五、目标消费群	65
第四节 我国礼品市场存在的问题及对策	65
一、礼品市场存在的主要问题及其经济影响	65
二、礼品市场问题的存在根源于礼品使用价值的异化	67
三、急剧扩张的礼品行业市场呼吁行业升级	68
四、对于礼品市场存在问题的基本对策	69
第五章 主要产品市场分析	71

第一节 礼品行业核心市场分析	71
一、六大礼品板块的发展分析	71
二、中国礼品市场的三座金矿	71
第二节 2013年饰品礼品市场分析	73
一、2013年中国珠宝首饰行业发展分析	73
二、2013年黄金珠宝业酝酿制定行业标准	76
三、2013年两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准	76
四、中国饰品业的主要销售形式	77
五、中国饰品市场竞争策略分析	79
六、2014-2020年我国珠宝销售预测	83
第三节 2013-2014年收藏品礼品市场分析	84
一、2013年艺术品收藏市场发展分析	84
二、2013年收藏品进入高端礼品市场	87
三、2014年收藏市场春拍行情展望	88
四、2014艺术品拍卖市场展望	90
五、2014年收藏市场将继续向好发展	92
第四节 2013-2014年玩具礼品市场分析	93
一、2013年我国玩具业发展状况	93
二、2013年中国玩具制造业主要经济指标	98
三、2013年中国玩具制造业工业销售产值	100
四、2013年中国玩具出口分析	101
五、2013年中国玩具出口问题分析	103
六、2014年玩具市场流行趋势全方位预测	104
第五节 2013-2014年烟茶酒礼品市场分析	106
一、礼品酒市场运作的核心要点	106
二、2013年葡萄酒行业发展分析	109
三、2013年我国礼品茶发展分析	109
四、2013年烟茶酒产品生产情况	110
五、2014中国礼品酒发展趋势	115
第六节 2013-2014年奢侈品市场分析	118
第七节 2013-2014年工艺礼品市场分析	119
第六章 主要区域市场分析	143

第一节 2013年浙江礼品产业发展分析	143
一、浙江礼品行业的现状分析	143
二、浙江礼品行业的前景展望	144
三、义乌圣诞礼品的市场分析	145
第二节 2013-2014年广东礼品产业发展分析	146
一、广东澄海玩具礼品产业发展现状分析	146
二、广东中山保健型礼品茶日渐走俏	147
三、2014年深圳工艺礼品行业首次接受银行授信	148
四、2014年深圳礼品展引领高端个性化发展趋势	149
第三节 2013-2014年其他地区礼品产业发展分析	150
一、北京礼品市场状况	150
二、重庆礼品市场情况	151
三、成都礼品市场状况	152
四、山东礼品市场状况	153
五、福建礼品市场状况	155
第七章 国外礼品市场分析	157
第一节 德国礼品行业发展分析	157
一、德国商务习俗	157
二、德国礼品文化	158
三、德国礼品市场分析	160
第二节 日本礼品行业发展分析	161
一、日本商务习俗	161
二、日本礼品市场分析	162
三、日本礼品发展趋势	163
第三节 沙特礼品行业发展分析	164
一、沙特商务习俗	164
二、沙特礼品市场分析	166
第四节 荷兰礼品行业发展分析	167
一、荷兰商务习俗	167
二、荷兰礼品市场分析	168
第五节 俄罗斯礼品行业发展分析	169
一、俄罗斯礼品市场分析	169

二、俄罗斯礼品征税情况	170
第六节 美国礼品行业发展分析	171
一、美国礼品市场规模情况	171
二、美国礼品销售渠道分析	173
三、美国礼品市场畅销产品	173
四、美国礼品公司借互联网走创新之路	174
五、中国工艺品开拓美国市场策略	176
第八章 关联产业分析	187
第一节 2013年礼品包装行业发展分析	187
一、国内礼品包装行业现状分析	187
二、保健品礼品包装行业现状分析	188
三、限制礼品过度包装的政策	189
四、礼品包装行业成创业新思路	191
第二节 其他关联产业分析	192
一、2013年礼品回收行业发展分析	192
二、2013年礼品企业网站经营分析	193
三、2013年塑料行业发展分析	195
四、2013年电子行业发展分析	197
五、2013年纺织行业发展分析	201
六、2013年动漫产业发展分析	204
第三部分 礼品行业竞争格局	
第九章 行业竞争与企业分析	206
第一节 香港周生生珠宝	206
一、公司简介	206
二、2012年公司经营情况分析	206
三、2013年公司经营情况分析	207
四、2007-2013年公司财务数据分析	207
五、2013年周生生推出全新品牌形象	210
第二节 老凤祥	211
一、公司简介	211
二、老凤祥竞争优势分析	212
三、2012年企业经营情况分析	213



四、2013年企业经营情况分析	213
五、2011-2014年企业财务数据分析	214
六、2014年公司发展展望及策略	218
第三节 周大福珠宝金行	221
一、公司发展大事记	221
二、公司发展历程	222
三、2013年公司在内地开设分店数量	224
四、2013年周大福积极筹备IPO	224
第四节 东方金钰	225
一、公司简介	225
二、2012年企业经营情况分析	227
三、2013年企业经营情况分析	229
四、2011-2014年企业财务数据分析	230
五、2014年公司发展展望及策略	233
第五节 其他礼品企业分析	234
一、北京超新怡和科贸有限公司	234
二、中山兆兴文具有限公司	235
三、深圳伽元工艺礼品有限公司	239
四、九百度工艺品装饰有限公司	239
第四部分 礼品行业发展趋势与策略	
第十章 2014-2019年礼品行业发展趋势预测	241
第一节 2014-2019年礼品行业发展展望	241
一、行业趋向专业化、规范化	241
二、品牌、个性礼品趋势	241
三、行业商会的作用日渐凸现	242
四、加强交流与合作	243
五、连锁经营模式逐渐扩大	244
第二节 未来礼品市场趋势	245
一、市场规模	245
二、销售渠道	245
三、畅销产品	246
第三节 礼品行业发展趋势分析	246

- 一、礼品行业的发展趋势 246
- 二、礼品网发展趋势分析 247
- 三、礼品酒市场新趋势 248
- 四、家纺类礼品未来的趋势 248
- 五、2014年中国礼品市场空间及发展机遇与挑战分析 250
- 六、2014年中国礼品市场销售前景 251
- 第四节 礼品行业个性化发展趋势分析 252
  - 一、个性礼品定制成时尚潮流 252
  - 二、生日礼品个性化定制趋势分析 253
  - 三、DIY个性礼品未来发展趋势分析 254
- 第十一章 2014-2019年礼品行业营销及策略探讨 256
  - 第一节 礼品行业营销策略分析 256
    - 一、礼品营销特征及其创新 256
    - 二、礼品市场体验营销分析 258
    - 三、礼品的搜索营销突围之道 261
    - 四、中国礼品渠道营销分析 269
    - 五、礼品工艺品行业网络营销策略 271
  - 第二节 礼品行业经营策略分析 274
    - 一、商务礼品的策划 274
    - 二、礼品行业信息化策略 277
    - 三、礼品商家知识产权保护策略 278
    - 四、农村礼品市场的变化趋势及对策 281
    - 五、参加展会应该注意的因素 282
    - 六、礼品企业“与狼共舞”的五大策略 284
  - 第三节 礼品经销商的市场角色定位与发展 287
    - 一、市场特点决定了经销商不可替代的地位 287
    - 二、礼品经销商面临的危机和局限性 288
    - 三、经销商对礼品渠道的把脉和掌握 289
    - 四、经销商的核心竞争力打造 291
  - 第四节 中国礼品行业国际竞争力提高策略 292
    - 一、继续解放思想 293
    - 二、把握行业大势 293

- 三、打造特色平台 293
- 四、发挥整合功能 293
- 五、培育竞争优势 294

## 第十二章 2014-2019年礼品行业投资策略探讨 295

### 第一节 礼品行业投资机会分析 295

- 一、礼品市场投资的风向及建议 295
- 二、礼品店投资经营方案全指导 297
- 三、情侣玩具礼品店经营投资分析 301
- 四、礼品瓷投资分析 302
- 五、礼品金当成投资金大卖 303
- 六、礼品行业的发展机遇 303
- 七、学生礼品突飞猛进 305
- 八、低碳礼品前景美好 306

### 第二节 礼品店投资经营方案全解 307

- 一、投资及经营建议 308
- 二、投资风险及其规避 308
- 三、礼品的选择策略 309
- 四、礼品采购指南 311

### 第三节 平价家居礼品店投资分析 311

- 一、创意家居市场分析 312
- 二、平价路线策略分析 313
- 三、市场投资策略分析 314
- 四、市场投资风险分析 315

### 第四节 吉祥用品店投资分析 316

- 一、经营条件 317
- 二、创业步骤 317
- 三、成功案例 317
- 四、经营策略 318

## 图表目录

图表：2007年Q4-2013年Q4美国GDP增速（%） 3

图表：2008年12月-2013年12月美国CPI同比涨幅（%） 4

图表：2007年12月-2013年12月美国失业率（%） 4

图表：2012年12月-2013年12月欧元区、英国CPI同比涨幅（%） 5

图表：2012年12月-2013年12月欧元区失业率（%） 6

图表：2007年Q4-2013年Q4日本GDP增速（%） 7

图表：2008年12月-2013年12月日本CPI同比涨幅（%） 8

图表：2011年12月-2013年12月日本失业率（%） 8

图表：2012年与2013年国内生产总值同比增长速度对比（季度同比） 18

图表：2004-2013年全国粮食总产量及其增长速度对比 19

图表：2012年与2013年全国规模以上工业增加值增速（月度同比） 20

图表：2013年全国固定资产投资（不含农户）同比增速 21

图表：2013年全国房地产开发投资同比增速 22

图表：2013年全国社会消费品零售总额增速（月度同比） 22

图表：2013年全国社会消费品零售总额增速（月度同比） 23

图表：2013年全国广义货币（M2）增速 24

图表：2013年全国居民消费价格同比上涨情况 24

图表：2013年全国工业生产者出厂价格同比上涨情况 25

图表：2013年全国城镇居民人均可支配收入实际增长速度 25

图表：2013年全国农村居民人均可支配收入实际增长速度 26

图表：2006-2013年全国人口及其自然增长率变化情况 27

图表：2006-2013年我国礼品市场规模增长趋势图 55

图表：2013年礼品行业销售额占比图（按产品种类分类） 55

图表：2006-2013年我国珠宝市场销售总额增长趋势图 73

图表：1998-2012年中国金银珠宝类零售总额（限额以上企业）规模及增速 74

图表：中国女性珠宝首饰占有率偏低 75

图表：2001-2011年我国结婚登记对数 75

图表：2013年10家文物艺术品拍卖公司成交数据 84

图表：2013年1-12月中国玩具制造业主要经济指标全国合计 98

图表：2013年1-12月中国玩具制造业工业销售产值全国合计 100

图表：2013年1-12月中国玩具制造业工业销售产值同比增长全国合计 100

图表：2012年1-11月中国玩具制造业出口交货值全国合计 101

图表：2012年1-12月中国玩具制造业出口交货值同比增长全国合计 102

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据 110

图表：2012年与2013年全国及各省市啤酒产量及增长率统计数据 112

图表：2012年与2013年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据 113

图表：2013年1-12月份一至三类卷烟销量前十五名品牌集中度情况 114

图表：2013年1-12月份销售收入前十五名品牌集中度情况 115

图表：2006-2013年我国奢侈品市场销售同比增长数据图表 119

图表：2006-2013年我国礼品与工艺礼品市场销售总额增长趋势对比图 120

图表：2006-2013年工艺美术品制造业主要经济指标全国统计数据（1） 121

图表：2006-2013年工艺美术品制造业主要经济指标全国统计数据（2） 122

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业销售产值统计数据 123

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业销售产值同比增长 124

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业主营业务收入统计数据 125

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业主营业务收入同比增长 126

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业产成品统计数据 127

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业产成品同比增长 128

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业资产合计 129

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业资产合计同比增长 130

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业流动资产合计 131

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业流动资产合计同比增长 132

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业负债合计 133

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业负债合计同比增长 134

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业全部从业人员平均人数统计 135

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业全部从业人员平均人数同比 136

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业企业单位数统计数据 137

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业利润总额统计数据 138

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业利润总额同比增长 139

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业亏损企业单位数统计数据 140

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业亏损企业亏损总额统计数据 141

图表：2006-2013年全国及各省市工艺美术品制造业亏损企业亏损总额同比增长 142

图表：2007-2013年周生生集团国际有限公司主要财务指标 207

图表：2007-2013年周生生集团国际有限公司资产负债表 208

图表：2007-2013年周生生集团国际有限公司现金流量表 209

图表：2007-2013年周生生集团国际有限公司综合损益表 209

图表：2012年老凤祥股份有限公司主营构成表 214

图表：2013年老凤祥股份有限公司主营主营构成数据分析表 215

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营主要财务数据分析表 216

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营利润构成与盈利能力分析表 216

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营经营能力分析表 217

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营发展能力分析表 217

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营资产与负债分析表 217

图表：2011-2014年老凤祥股份有限公司主营现金流量分析表 218

图表：湖北东方金钰股份有限公司概况 226

图表：2012年东方金钰股份有限公司主营构成表 230

图表：2013年东方金钰股份有限公司主营主营构成数据分析表 230

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营主要财务数据分析表 231

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营利润构成与盈利能力分析表 231

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营经营能力分析表 231

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营发展能力分析表 232

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营资产与负债分析表 232

图表：2011-2014年东方金钰股份有限公司主营现金流量分析表 232

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109236.html>