

# 2016-2022年中国运动、娱乐用品礼品市场监测及发展机遇研究报告

## 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

《2016-2022年中国运动、娱乐用品礼品市场监测及发展机遇研究报告》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/201602/130281.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

报告目录：

### 第1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

##### 1.1.2礼品行业的起源和定义

(1) 礼品行业的起源

(2) 礼品行业的定义

##### 1.1.3礼品行业的本质

(1) 消费群体与购买群体相分离

(2) 产品本身价值评判由其应用环境所决定

(3) 礼品是一个承载信息的载体

#### 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) 《关于企业促销展业赠送礼品有关个人所得税问题的通知》

##### 1.2.2礼品行业经济环境分析

(1) 国内外宏观经济环境分析

(2) 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

###### 1) 中国城市人口分布情况

###### 2) 中国城市家庭分布情况

(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

#### 1.2.5 礼品行业贸易环境分析

(1) 贸易结构变化分析

(2) 人民币汇率分析

(3) 贸易壁垒分析

(4) 贸易环境发展趋势

### 第2章：中国礼品行业发展现状及趋势分析

#### 2.1 礼品行业发展总体情况

##### 2.1.1 礼品行业的发展阶段分析

##### 2.1.2 礼品行业发展规模分析

##### 2.1.3 礼品行业发展特点分析

(1) 起步晚，发展很快

(2) 市场大，机不可失

(3) 求发展，重在引导

(4) 鱼龙混杂，缺乏规范

##### 2.1.4 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

##### 2.1.5 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

#### 2.2 礼品行业销售情况分析

##### 2.2.1 礼品行业总体销售情况

##### 2.2.2 不同规模企业销售情况

##### 2.2.3 礼品行业在线销售情况

##### 2.2.4 2015年礼品行业销售预期

#### 2.3 礼品行业市场竞争分析

##### 2.3.1 礼品行业特征分析

(1) 进入门槛低

(2) 礼品种类多

##### 2.3.2 礼品行业竞争现状分析

(1) 市场竞争激烈

(2) 跟风模仿严重

### 2.3.3 礼品行业竞争趋势分析

(1) 礼品企业面临优胜劣汰大考验

(2) 价格竞争转向服务竞争、品牌竞争

(3) 细分礼品市场，形成诸侯争霸局面

### 2.4 礼品行业发展趋势分析

2.4.1 礼品消费由群体消费转向个体消费

2.4.2 礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动

2.4.3 礼品行业从业者将更为广泛

2.4.4 定制化渐成礼品采购主流模式

2.4.5 创意礼品成礼品行业发展突破口

2.4.6 品牌授权连锁运营成为趋势

## 第3章：中国小家电礼品市场分析

### 3.1 礼品行业产品结构分析

3.1.1 行业产品主要类别

3.1.2 行业主要细分产品

### 3.2 运动、娱乐用品礼品市场分析

3.2.1 运动、娱乐用品行业发展分析

3.2.2 礼品用运动、娱乐用品的主要产品类型

3.2.3 运动、娱乐用品礼品市场现状分析

3.2.4 运动、娱乐用品礼品市场前景分析

### 3.3 积分兑换礼品及礼品采购情况调研

3.3.1 积分兑换礼品情况调研

(1) 2015年招商银行信用卡积分兑换礼品情况

(2) 2015年中国电信积分兑换礼品情况

(3) 2015年中国联通积分兑换礼品情况

(4) 2015年中国移动积分兑换礼品情况

(5) 2015年东方航空积分兑换礼品情况

3.3.2 2015年礼品行业热门采购排行榜

## 第4章：中国礼品行业投资前景分析

### 4.1礼品行业投资特性分析

#### 4.1.1礼品行业进入壁垒分析

#### 4.1.2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

#### 4.1.3礼品行业盈利因素分析

(1) 原材料成本因素

(2) 市场竞争因素

#### 4.1.4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

### 4.2礼品行业投资现状分析

#### 4.2.1礼品行业投资事件分析

#### 4.2.2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

### 4.3礼品行业投资前景分析

#### 4.3.1礼品行业成长性分析

#### 4.3.2礼品市场潜力分析

#### 4.3.3礼品行业投资前景分析

### 4.4礼品行业投资建议

#### 4.4.1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

#### 4.4.2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

#### 4.4.3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1：2002-2015年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）
- 图表2：2006-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）
- 图表3：2006-2015年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）
- 图表4：2010-2015年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）
- 图表5：2011-2015年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）
- 图表6：2015年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）
- 图表7：2006-2015年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表8：2006-2015年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表9：2008-2008年中国货物进出口总额（单位：亿美元）
- 图表10：2002-2015年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）
- 图表11：2002-2015年中国城镇人口比重变化图（单位：%）
- 图表12：2010-2015年中国城镇人口比重变化图（分地区情况）（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14：2003VS2015年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）
- 图表15：2003VS2015年中国人口年龄结构图（单位：%）
- 图表16：2006-2015年中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）
- 图表17：2015年与2012年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18：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19：2003VS2015年城乡人口总数变化（单位：万人）
- 图表20：2003VS2015年城乡人口比重变化（单位：%）
- 图表21：2002-2014年我国货物进出口总额及贸易顺差变化趋势（单位：亿美元）
- 图表22：1997-2015年我国进出口增速情况及预测（单位：%）

图表23：2006-2015年我国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）

图表24：德国礼品市场四大进口国比例分析（单位：%）

图表25：德国消费者购买礼品主要动机百分比（单位：%）

图表26：日本礼品市场情况（单位：%）

图表27：西班牙礼品市场主要进口来源（单位：%）

图表28：2015年中国礼品销售额年度评估（单位：亿元，%）

图表29：2008-2015年按礼品公司规模划分的市场份额（单位：%）

图表30：中国礼品销售额年度分类（单位：%）

图表31：2009-2015年礼品公司销售额平均数（单位：万元，%）

图表32：2009-2015年礼品公司在线销售总额及占比情况（单位：亿元，%）

图表33：2015年礼品工艺品行业热销产品排名情况（单位：%）

图表34：礼品行业产品结构图（按2010年销售额）（单位：%）

图表35：“2013中国500最具价值品牌排行”体育用品品牌分布（单位：亿元）

图表36：2015年礼品工艺品行业“旅游用品”关注度比例（单位：%）

图表37：2006-2015年体育用品行业增加值及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表38：2015年招商银行信用卡最受欢迎的11款积分礼品

图表39：2015年招商银行信用卡积分兑换礼品产品分布情况（单位：%）

图表40：2015年中国电信天翼积分商城产品兑换排行榜

图表41：2015年中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按类别）（单位：%）

图表42：2015年中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按积分区间）（单位：%）

图表43：2015年中国联通积分商城最火热的20款积分兑换礼品

图表44：2015年中国联通热门积分兑换品类数据统计（单位：%）

图表45：2015年中国移动积分商城热门积分兑礼品类排行

图表46：2015年中国移动积分商城10款最受欢迎的户外休闲装备

图表47：2015年中国移动积分商城10款最受欢迎的数码兑换礼品

图表48：2015年东方航空热门积分兑换礼品排行榜

图表49：2015年东方航空热门积分兑换品类比例图（单位：%）

图表50：2015年礼品行业热门产品采购排行榜（单位：%）

图表51：中国礼品行业产业链附加值

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130281.html>