

2020-2026年中国礼品市场 深度评估与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国礼品市场深度评估与发展趋势研究报告》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/202005/166150.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

随着生活水平的逐渐提高，中国礼品行业市场也呈现增长趋势。此外，配额限制的逐步取消为中国工艺礼品冲击国际礼品市场提供了更好的环境。2016年，我国礼品行业需求规模超过1万亿元2017年，礼品行业需求规模达到了11322亿元。 2010-2017年中国礼品行业需求规模 资料来源：中企顾问网整理

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。

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

1.2礼品行业发展环境分析

1.2.1礼品行业政策环境分析

1.2.2礼品行业经济环境分析

1.2.3礼品行业社会环境分析

第2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

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

2.1.5主要礼品包装产品市场分析

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

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3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

3.1.5礼品进出口情况

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

2017年我国礼品行业销售收入达到了32373亿元，同比2016年的30498亿元增长了6.15%，近几年我国礼品行业销售收入情况如下图所示： 2010-2017年中国礼品行业销售收入情况 资料来源：公开资料整理

3.2.2不同规模企业销售情况

3.2.3礼品行业在线销售情况

3.2.4未来在线礼品行业销售分析

3.3礼品行业市场竞争分析

3.3.1礼品行业特征分析

3.3.3礼品行业竞争趋势分析

3.4礼品行业发展趋势分析

3.4.1礼品消费由群体消费转向个体消费

3.4.2礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动

3.4.3礼品行业从业者将更为广泛

3.4.4定制化渐成礼品采购主流模式

3.4.5创意礼品成礼品行业发展突破口

3.4.6品牌授权连锁运营成为趋势

第4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行业主要细分产品

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

4.2.2小家电礼品市场分析

4.2.3家居礼品市场分析

4.2.4工艺品礼品市场分析

4.2.5文具礼品市场分析

4.2.6运动、娱乐用品礼品市场分析

4.2.7游戏玩具类礼品市场分析

4.2.8电子礼品市场分析

4.3积分兑换礼品及礼品采购情况调研

4.3.1积分兑换礼品情况调研

4.3.2礼品行业热门采购排行榜

第5章：中国礼品行业细分市场的需求分析

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6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

6.3礼品行业团购营销分析

6.3.1网络团购发展分析

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礼品行业网络团购潜力分析

6.4礼品行业营销趋势分析

6.4.1系统化的营销思路

6.4.2概念营销

6.4.3个性化定制营销

6.4.4跨界整合营销

6.4.5顾问式营销

6.4.6网络营销

第7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深圳市贝形经典实业有限公司

7.1.2深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司

7.1.3深圳市冰语艺术品有限公司

7.1.4深圳市好时达电器有限公司
7.1.5深圳市金博源精品制造有限公司
7.1.6时运达（深圳）电子有限公司
7.1.7福建瑞达精工股份有限公司
7.1.8宁波市和记张生茶具有限公司
7.1.9永银文化创意产业有限责任公司
7.1.10刘世企业

7.1.11宁波惠多织造有限公司
7.1.12上海泰芝宝礼品有限公司
7.1.13深圳市辉宇电器制造有限公司
7.1.14深圳市千艺水晶艺术品有限公司
7.1.15深圳市瑞方源投资有限公司
7.1.16深圳市一健科技开发有限公司
7.1.17深圳市优可视电子有限公司
7.1.18厦门悠度休闲用品股份有限公司
7.1.19亚泰（东莞）木业有限公司
7.1.20深圳市皇家精典工艺礼品有限公司

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北京芭莎科技有限公司
7.2.5北京万联友邦贸易有限责任公司
7.2.6深圳市云中鹤科技股份有限公司
7.2.7常州市好礼佳缘商贸有限公司
7.2.8山东君发礼品有限公司
7.2.9青岛爱乐吉贸易有限公司
7.2.10深圳市吉之礼文华股份有限公司
7.2.11南京泰誓工贸科技发展有限公司
7.2.12重庆龙珠礼品有限公司
7.2.13重庆新新勤情商贸发展有限公司
7.2.14重庆贝瑞文化创意有限公司

- 7.2.15上海居尚工贸有限公司
- 7.2.16上海羿祥文化传播有限公司
- 7.2.17深圳径邦实业有限公司
- 7.2.18麦基格瑞（北京）产品设计开发有限公司
- 7.2.19广州树人商贸有限公司
- 7.2.20优优祝福（北京）科技有限公司

第8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
 - 8.1.3礼品行业盈利因素分析
 - 8.1.4礼品行业盈利模式分析
- 8.2礼品行业投资现状分析
 - 8.2.1礼品行业投资事件分析
 - 8.2.2礼品行业投资热点及趋势分析
- 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
- 8.4礼品行业投资建议
 - 8.4.1礼品行业投资机会分析
 - 8.4.2礼品行业投资风险分析
 - 8.4.3礼品行业投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166150.html>