

# 2021-2027年中国礼品行业 发展态势与行业前景预测报告

## 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

《2021-2027年中国礼品行业发展态势与行业前景预测报告》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/202107/230857.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

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，礼轻情义重”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。礼物不需要太贵，只要表达了心意就可以了。礼物拉近了人与人之间的距离。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国礼品行业发展态势与行业前景预测报告》共八章。首先介绍了礼品相关概念及发展环境，接着分析了中国礼品规模及消费需求，然后对中国礼品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国礼品面临的机遇及发展前景。您若想对中国礼品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章 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

（3）礼品行业定义

#### 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）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

### 第二章 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

- (1) 行业发展规模分析
- (2) 行业供给情况分析
- (3) 行业需求情况分析
- (4) 行业盈利情况分析

## 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

- (1) 礼品盒/袋市场分析
- (2) 礼品罐市场分析
- (3) 缎带市场分析

## 2.1.6 礼品过度包装问题分析

- (1) 遏制礼品过度包装的必要性分析
- (2) 包装文化和消费文化的变革对遏制过度包装具有重要意义
- (3) 国外遏制礼品过度包装的经验
- (4) 我国遏制礼品过度包装的举措

## 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

- (1) 礼品回收的范围和价格
- (2) 礼品回收的主要渠道
- (3) 礼品回收市场的行规

### 2.2.3 礼品回收市场潜存的洗钱风险

- (1) 法规不完善，监管存盲区
- (2) 变相“洗钱机”，滋生不良风气
- (3) 身份难识别，加大管理难度
- (4) 法律观念单薄，助长洗钱活动

### 2.2.4 防范礼品回收市场洗钱风险的对策建议

- (1) 加强反腐倡廉建设，堵住源头
- (2) 完善法律，建立礼品回收注册登记制度
- (3) 扩大非金融行业范围，将礼品回收纳入反洗钱监管

#### (4) 加强宣传，提高从业人员法律意识

### 第三章 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

(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

##### 3.1.4 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

##### 3.1.5 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

#### 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

##### 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 年礼品行业销售预期

#### 3.3 礼品行业市场竞争分析

##### 3.3.1 礼品行业特征分析

(1) 进入门槛低

(2) 礼品种类多

##### 3.3.2 礼品行业竞争现状分析

(1) 市场竞争激烈

(2) 跟风模仿严重

##### 3.3.3 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

### 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

## 第四章 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

(1) 纺织用品行业发展分析

(2) 礼品用纺织用品的主要产品类型

(3) 纺织用品礼品市场现状分析

(4) 纺织用品礼品市场前景分析

#### 4.2.2 小家电礼品市场分析

(1) 小家电行业发展分析

(2) 礼品用小家电的主要产品类型

(3) 小家电礼品市场现状分析

(4) 小家电礼品市场前景分析

#### 4.2.3 家居礼品市场分析

(1) 家居品行业发展分析

(2) 家居礼品的主要产品类型

(3) 家居礼品市场现状分析

(4) 家居礼品市场前景分析

#### 4.2.4 工艺品礼品市场分析

(1) 工艺品行业发展分析

(2) 礼品用工艺品的主要产品类型

(3) 工艺品礼品市场现状分析

(4) 工艺品礼品市场前景分析

#### 4.2.5 文具礼品市场分析

(1) 文具行业发展分析

(2) 礼品用文具的主要产品类型

(3) 文具礼品市场现状分析

(4) 文具礼品市场前景分析

#### 4.2.6 运动、娱乐用品礼品市场分析

(1) 运动、娱乐用品行业发展分析

(2) 礼品用运动、娱乐用品的主要产品类型

(3) 运动、娱乐用品礼品市场现状分析

(4) 运动、娱乐用品礼品市场前景分析

#### 4.2.7 游戏玩具类礼品市场分析

(1) 游戏玩具类行业发展分析

(2) 礼品用游戏玩具类礼品的主要产品类型

(3) 游戏玩具类礼品市场现状分析

(4) 游戏玩具类礼品市场前景分析

#### 4.2.8 电子礼品市场分析

(1) 电子礼品的主要产品类型

(2) 电子礼品市场现状分析

(3) 电子礼品市场前景分析

#### 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

(1) 招商银行信用卡积分兑换礼品情况

(2) 中国电信积分兑换礼品情况

(3) 中国联通积分兑换礼品情况

(4) 中国移动积分兑换礼品情况

(5) 东方航空积分兑换礼品情况

##### 4.3.2 礼品行业热门采购排行榜

### 第五章 中国礼品行业细分市场需求分析

#### 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

## 第六章 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
    - 1) 中国香港礼品及赠品展
    - 2) 中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会
    - 3) 中国进出口商品交易会（广交会）
    - 4) 上海国际礼品家居品展览会
  - 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

- (1) 送礼整体解决方案的策划者
- (2) 庞大的市场需求
- (3) 简单的赢利模式
- (4) 细心的服务
- (5) 整合市场资源
- (6) 个性化打造平台

## 6.3 礼品行业团购营销分析

### 6.3.1 网络团购发展分析

- (1) 网络团购行业发展状况
  - 1) 企业规模
  - 2) 用户规模
  - 3) 交易规模
  - 4) 市场占有率
  - 5) 企业类型
  - 6) 产品品类趋势
  - 7) 产品价格趋势
  - 8) 产品分类趋势
  - 9) 用户特征
- (2) 网络团购行业关注度分析
  - 1) 团购相关搜索指数
  - 2) 团购相关搜索关注热点
  - 3) 团购网站关注度排行
  - 4) 团购产品关注度排行
- (3) 网络团购市场发展阶段
- (4) 网络团购市场规模分析
- (5) 网络团购市场调查情况
  - 1) 覆盖人数排名
  - 2) 用户访问次数排名
  - 3) 访问到下单转化率排名

### 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

#### (1) 搜索引擎营销

##### 1) 搜索引擎营销结构分析

##### 2) 搜索引擎营销现状分析

##### 3) 搜索引擎营销成本收益分析

#### (2) 论坛营销

##### 1) 论坛营销结构分析

##### 2) 论坛营销现状分析

##### 3) 论坛营销成本收益分析

#### (3) 博客营销

##### 1) 博客营销结构分析

##### 2) 博客营销现状分析

##### 3) 博客营销成本收益分析

#### (4) 微博营销

##### 1) 微博营销结构分析

##### 2) 微博营销现状分析

##### 3) 微博营销成本收益分析

#### (5) 视频营销

##### 1) 视频营销结构分析

##### 2) 视频营销现状分析

##### 3) 视频营销成本收益分析

#### (6) 问答营销

##### 1) 问答营销结构分析

##### 2) 问答营销现状分析

### 3) 问答营销成本收益分析

#### (7) 权威百科营销

#### 1) 权威百科营销结构分析

#### 2) 权威百科营销现状分析

#### 3) 权威百科营销成本收益分析

#### (8) 企业新闻营销

#### 1) 企业新闻营销结构分析

#### 2) 企业新闻营销现状分析

#### 3) 企业新闻营销成本收益分析

## 第七章 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

##### (1) 企业发展情况简介

##### (2) 企业主营业务分析

##### (3) 企业产品结构及新品分析

##### (4) 企业营销网络分析

##### (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.2 深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司

##### (1) 企业发展情况简介

##### (2) 企业主营业务分析

##### (3) 企业产品结构及新品分析

##### (4) 企业营销网络分析

##### (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.3 深圳市冰语艺术品有限公司

##### (1) 企业发展情况简介

##### (2) 企业主营业务分析

##### (3) 企业产品结构及新品分析

##### (4) 企业营销网络分析

##### (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.4 深圳市好时达电器有限公司

##### (1) 企业发展情况简介

- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析
- (4) 企业营销网络分析
- (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.5 深圳市金博源精品制造有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析
- (4) 企业营销网络分析
- (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.6 时运达（深圳）电子有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析
- (4) 企业营销网络分析
- (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.7 福建瑞达精工股份有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析
- (4) 企业营销网络分析
- (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.8 宁波市和记张生茶具有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析
- (4) 企业营销网络分析
- (5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.9 永银收藏品有限责任公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业最新发展动向分析

#### 7.1.10 刘世企业

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

#### 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

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

##### 7.2.2 北京元隆雅图文化传播有限责任公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业组织结构分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业产品结构及新品分析

(5) 企业营销网络分析

(6) 企业经营特色分析

(7) 企业最新发展动向分析

##### 7.2.3 有礼天下国际文化传播(北京)有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

##### 7.2.4 北京芭莎科技有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.5 北京万联友邦贸易有限责任公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业组织结构分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业产品结构及新品分析

(5) 企业营销网络分析

(6) 企业经营特色分析

(7) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.6 深圳市云中鹤工贸发展有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.7 常州市好礼佳缘商贸有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.8 山东君发礼品有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.9 青岛爱乐吉贸易有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业产品结构及新品分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业经营特色分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 7.2.10 深圳市吉之礼实业有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业组织结构分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业产品结构及新品分析

(5) 企业营销网络分析

(6) 企业经营特色分析

(7) 企业最新发展动向分析

### 第八章 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

(1) 客户资源壁垒

(2) 技术及人才创新壁垒

##### 8.1.3 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

##### 8.1.4 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

#### 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

### (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

## 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

#### (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

### 8.4.2 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

### 8.4.3 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 1：2015-2019年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）

图表 2：2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）

图表 3：2015-2019年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）

图表 4：2015-2019年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表 5：2015-2019年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）



图表 6：2019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表 7：2015-2019年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）

图表 8：2015-2019年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）

图表 9：2015-2019年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表 10：2015-2019年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）

图表 11：2015-2019年中国城镇人口比重变化图（单位：%）

图表 12：2015-2019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：中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表 15：中国人口年龄结构图（单位：%）

图表 16：中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）

图表 17：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：城乡人口总数变化（单位：万人）

图表 20：城乡人口比重变化（单位：%）

图表 21：2015-2019年包装行业规模分析（单位：家，人，万元）

图表 22：2015-2019年包装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表 23：2015-2019年包装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表 24：2015-2019年包装行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表 25：2015-2019年包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 26：2015-2019年包装行业产品销售利润及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表 27：2015-2019年包装行业利润总额及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/230857.html>