

2021-2027年中国商务礼品 行业分析与发展前景报告

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

《2021-2027年中国商务礼品行业分析与发展前景报告》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/202012/196469.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

商务礼品是企事业单位在商务活动中或会议，节日等社交场合为了加强与彼此之间的感情及商务交流赠送给对方的纪念性礼品。作为商务礼品的产品，一般多带有企事业单位名称和标志。平均价位要高于广告促销礼品。

商务礼品通常都比较高端，如果说企业福利礼品可以发洗发水、香皂，促销礼品可以发圆珠笔、购物袋，亲情礼品可以送点心、饮料。那么商务礼品若发上述的礼品是注定不成的。因为商务礼品无论从价值和基调上都是偏向高端的，过于中低端或者太过亲民的礼品是不可行的。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国商务礼品行业分析与发展前景报告》共十四章。首先介绍了中国商务礼品行业市场发展环境、商务礼品整体运行态势等，接着分析了中国商务礼品行业市场运行的现状，然后介绍了商务礼品市场竞争格局。随后，报告对商务礼品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商务礼品行业发展趋势与投资预测。您若想对商务礼品产业有个系统的了解或者想投资中国商务礼品行业，本报告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家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 世界商务礼品所属行业发展情况分析

第一节 世界商务礼品行业分析

一、世界商务礼品行业特点

二、世界商务礼品产能状况

三、世界商务礼品行业动态

四、世界商务礼品行业动态

第二节 世界商务礼品市场分析

一、世界商务礼品生产分布

二、世界商务礼品消费情况

三、世界商务礼品消费结构

四、世界商务礼品价格分析

第三节 2019年中外商务礼品市场对比

第二章 中国商务礼品所属行业供给情况及趋势

第一节 2013-2019年中国商务礼品行业市场供给分析

一、商务礼品整体供给情况分析

二、商务礼品重点区域供给分析

第二节 商务礼品行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2021-2027年中国商务礼品行业市场供给趋势

一、商务礼品整体供给情况趋势分析

二、商务礼品重点区域供给趋势分析

三、影响未来商务礼品供给的因素分析

第三章 商务礼品行业与礼品文化

第一节 礼品的相关概念

一、礼品的文化与构成

1、按礼品的原材料构成分

2、按满足礼品消费者需要分类

二、中国商务礼品文化与历史

三、世界商务礼品文化与历史

第二节 商务礼品的分类

第四章 2019年中国商务礼品所属行业发展概况

第一节 2019年中国商务礼品行业发展态势分析

第二节 2019年中国商务礼品行业发展特点分析

第三节 2019年中国商务礼品行业市场供需分析

第四节 2019年中国商务礼品行业价格分析

第五章 2019年中国商务礼品所属行业整体运行状况

第一节 2019年商务礼品行业产销分析

第二节 2019年商务礼品行业盈利能力分析

第三节 2019年商务礼品行业偿债能力分析

第四节 2019年商务礼品行业营运能力分析

第六章 2013-2019年中国主要商务礼品所属市场走势分析

第一节 2013-2019年中国饰品礼品市场运行综述

- 一、中国首饰业发展形势良好
- 二、中国流行饰品生产逐步纳入标准化轨道
- 三、全国各省金银珠宝类消费情况分析
- 四、家纺类礼品市场现状
- 五、中国饰品业的主要销售形式

第二节 2013-2019年中国收藏品礼品市场分析

- 一、艺术品收藏市场涌动投资泡沫
- 二、礼品化收藏品的升值空间分析
- 三、中山15亿打造全球收藏品基地
- 四、钱币市场三大看点
- 五、投资黄金正当时
- 六、奥运之后奥运收藏品市场分析
- 七、牛年金银产品分析
- 八、瓷器产品市场分析
- 九、具有标志事件的区域性收藏品也有收藏意义

第三节 2013-2019年玩具礼品市场分析

- 一、中国玩具业发展状况
- 二、美欧对中国玩具进口再筑高壁垒
- 三、中国玩具进口分析
- 四、中国玩具出口分析
- 五、中国玩具制造业主要经济指标
- 六、中国玩具制造业前十企业
- 七、世界玩具市场销售预计
- 八、中国玩具营销渠道现状及六大发展趋势

第四节 2013-2019年烟茶酒礼品市场分析

- 一、礼品酒市场变化情况

- 二、葡萄酒行业发展空间巨大
- 三、中国礼品酒市场面临的挑战
- 四、礼品酒市场运作的要点分析
- 五、中国礼品烟发展分析
- 六、中国礼品茶发展分析
- 七、烟茶酒产品生产情况

第七章 2021-2027年商务礼品所属行业投资价值及行业发展预测

- 第一节 2021-2027年商务礼品行业成长性分析
- 第二节 2021-2027年商务礼品行业经营能力分析
- 第三节 2021-2027年商务礼品行业盈利能力分析
- 第四节 2021-2027年商务礼品行业偿债能力分析
- 第五节 2021-2027年我国商务礼品行业产值预测
- 第六节 2021-2027年我国商务礼品行业销售收入预测
- 第七节 2021-2027年我国商务礼品行业总资产预测

第八章 2013-2019年中国商务礼品产业重点区域运行分析

- 第一节 2013-2019年华东地区商务礼品产业运行情况
- 第二节 2013-2019年华南地区商务礼品产业运行情况
- 第三节 2013-2019年华中地区商务礼品产业运行情况
- 第四节 2013-2019年华北地区商务礼品产业运行情况
- 第五节 2013-2019年西北地区商务礼品产业运行情况
- 第六节 2013-2019年西南地区商务礼品产业运行情况
- 第七节 2013-2019年东北地区商务礼品产业运行情况
- 第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第九章 中国商务礼品行业重点企业竞争力分析

- 第一节 老凤祥股份有限公司
 - 一、公司基本情况
 - 二、公司主要财务指标分析
 - 三、公司投资情况
 - 四、公司未来战略分析

第二节 中钞国鼎（北京）投资有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 青岛格林玛特礼品有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 山东鸿诚工艺礼品公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 深圳祝贺国际礼品有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第六节 上海界龙艺术印刷有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十章 2021-2027年中国商务礼品行业消费者偏好调查

第一节 商务礼品的品牌市场调查

一、消费者对商务礼品品牌认知度宏观调查

二、消费者对商务礼品的品牌偏好调查

三、消费者对商务礼品品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

- 五、商务礼品品牌忠诚度调查
- 六、商务礼品品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十一章 中国商务礼品行业投资策略分析

第一节 2013-2019年中国商务礼品行业投资环境分析

第二节 2013-2019年中国商务礼品行业投资收益分析

第三节 2013-2019年中国商务礼品行业产品投资方向

第四节 2021-2027年中国商务礼品行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2021-2027年中国商务礼品行业工业总产值预测

三、2021-2027年中国商务礼品行业销售收入预测

四、2021-2027年中国商务礼品行业利润总额预测

五、2021-2027年中国商务礼品行业总资产预测

第十二章 中国商务礼品行业投资风险分析

第一节 中国商务礼品行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

四、企业出口风险分析

第二节 中国商务礼品行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十三章 商务礼品行业发展趋势与投资战略研究

第一节 商务礼品市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 商务礼品行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 商务礼品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 行业发展趋势及投资策略分析

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 外销与内销优势分析

第三节 2021-2027年全国市场规模及增长趋势

第四节 2021-2027年全国投资规模预测

第五节 2021-2027年市场盈利预测

第六节 项目投资建议

一、术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、生产开发注意事项

四、销售注意事项

图表目录：

图表 商务礼品产业链分析

图表 国际商务礼品市场规模

图表 国际商务礼品生命周期

图表 中国城镇居民可支配收入情况

图表 2013-2019年中国商务礼品市场规模

图表 2013-2019年中国商务礼品产能

图表 2013-2019年我国商务礼品供应情况

图表 2013-2019年我国商务礼品需求情况

图表 2021-2027年中国商务礼品市场规模预测

图表 2021-2027年我国商务礼品供应情况预测

图表 2021-2027年我国商务礼品需求情况预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/196469.html>