

2017-2022年中国小家电礼品行业运营态势与发展 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国小家电礼品行业运营态势与发展前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201706/528838.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

礼品行将会向品牌化趋向；细分礼品市场格局，从细节做起抢占商业先机；网络电子商务化，店面加盟合作化；礼品的个性化，人性化，创意化。

智研咨询发布的《2017-2022年中国小家电礼品行业运营态势与发展前景分析报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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

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

第二章 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 2016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

第三章 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 小家电礼品市场分析

3.2.1 小家电行业发展分析

3.2.2 礼品用小家电的主要产品类型

3.2.3 小家电礼品市场现状分析

3.2.4 小家电礼品市场前景分析

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) 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

3.3.2 礼品行业热门采购排行榜

第四章 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 2010-2016年中国GDP增长速度（单位:百万元，%）

图表2 2010-2016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 2010-2016年农村居民人均纯收入及增长情况（单位:元，%）

图表4 2011-2016年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位:%）

图表5 2012-2016年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位:%）

图表6 2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位:%）

图表7 2010-2016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 2010-2016年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位:亿元，%）

图表9 2010-2016年中国货物进出口总额（单位:亿美元）

图表10 2010-2016年中国城镇人口比重变化情况（单位:万人，百分点，%）

图表11 2010-2016年中国城镇人口比重变化图（单位:%）

图表12 2011-2016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 2016年中国人口年龄结构表（单位:万人，%）

图表15 S2016年中国人口年龄结构图（单位:%）

图表16 2010-2016年中国人口年龄结构变化趋势（单位:%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201706/528838.html>