

2016-2022年中国礼品行业深度分析与投资前景咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国礼品行业深度分析与投资前景咨询报告》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/201606/425965.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

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之前就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

近年来，国内优势品牌迅速崛起，同时国外品牌强势登陆内地市场，礼品行业竞争不断加剧，国内优秀的礼品企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。

智研咨询发布的《2016-2022年中国礼品行业深度分析与投资前景咨询报告》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1章：中国礼品行业发展背景分析11

1.1 礼品行业定义11

1.1.1 礼品定义和分类11

(1) 礼品定义11

(2) 礼品分类11

(3) 礼品行业定义12

1.2 礼品行业发展环境分析13

1.2.1 礼品行业政策环境分析13

1.2.2 礼品行业经济环境分析15

(1) 国内外宏观经济环境分析15

(2) 宏观经济环境对行业的影响分析25

1.2.3 礼品行业社会环境分析26

第2章：中国礼品行业关联行业发展分析35

2.1 礼品包装行业发展分析35

2.1.1 包装行业供需情况分析35

(1) 行业发展规模分析35

(2) 行业供给情况分析35

(3) 行业需求情况分析37

- (4) 行业盈利情况分析38
- 2.1.2 礼品包装行业发展概况39
- 2.1.3 礼品包装行业竞争分析40
- 2.1.4 礼品包装行业原料采购分析40
- 2.1.5 主要礼品包装产品市场分析41
 - (1) 礼品盒/袋市场分析41
 - (2) 礼品罐市场分析42
 - (3) 缎带市场分析43
- 2.1.6 礼品过度包装问题分析43
 - (1) 遏制礼品过度包装的必要性分析43
 - (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44
 - (3) 国外遏制礼品过度包装的经验44
 - (4) 我国遏制礼品过度包装的举措44
- 2.2 礼品回收行业发展分析46
 - 2.2.1 礼品回收行业产生的原因分析46
 - 2.2.2 礼品回收行业发展现状分析47
 - (1) 礼品回收的范围和价格47
 - (2) 礼品回收的主要渠道47
 - (3) 礼品回收市场的行规47
 - 2.2.3 礼品回收市场潜存的洗钱风险47
 - (1) 法规不完善，监管存盲区47
 - (2) 变相“洗钱机”，滋生不良风气48
 - (3) 身份难识别，加大管理难度48
 - (4) 法律观念单薄，助长洗钱活动48
 - 2.2.4 防范礼品回收市场洗钱风险的对策建议48
 - (1) 加强反腐倡廉建设，堵住源头49
 - (2) 完善法律，建立礼品回收注册登记制度49
 - (3) 扩大非金融行业范围，将礼品回收纳入反洗钱监管49
 - (4) 加强宣传，提高从业人员法律意识49
- 第3章：中国礼品行业发展现状及趋势分析51
 - 3.1 礼品行业发展总体情况51
 - 3.1.1 礼品行业的发展阶段分析51
 - 3.1.2 礼品行业发展规模分析52
 - 3.1.3 礼品行业发展特点分析52
 - (1) 起步晚，发展很快52

- (2) 市场大，机不可失53
- (3) 求发展，重在引导53
- (4) 鱼龙混杂，缺乏规范53
- 3.1.4 礼品公司形式及区域分布情况54
 - (1) 礼品公司存在形式54
 - (2) 礼品公司区域分布情况54
- 3.1.5 礼品进出口情况55
 - (1) 我国礼品主要出口国市场分析55
 - (2) 我国礼品企业出口转型分析58
- 3.2 礼品行业销售情况分析59
 - 3.2.1 礼品行业总体销售情况59
 - 3.2.2 不同规模企业销售情况59
 - 3.2.3 礼品行业在线销售情况61
 - 3.2.4 年礼品行业销售预期61
- 3.3 礼品行业市场竞争分析62
 - 3.3.1 礼品行业特征分析62
 - (1) 进入门槛低62
 - (2) 礼品种类多62
 - 3.3.2 礼品行业竞争现状分析63
 - (1) 市场竞争激烈63
 - (2) 跟风模仿严重63
 - 3.3.3 礼品行业竞争趋势分析63
 - (1) 礼品企业面临优胜劣汰大考验63
 - (2) 价格竞争转向服务竞争、品牌竞争64
 - (3) 细分礼品市场，形成诸侯争霸局面64
- 3.4 礼品行业发展趋势分析64
 - 3.4.1 礼品消费由群体消费转向个体消费64
 - 3.4.2 礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动65
 - 3.4.3 礼品行业从业者将更为广泛65
 - 3.4.4 定制化渐成礼品采购主流模式65
 - 3.4.5 创意礼品成礼品行业发展突破口65
 - 3.4.6 品牌授权连锁运营成为趋势66
- 第4章：中国礼品行业产品市场分析67
 - 4.1 礼品行业产品结构分析67
 - 4.1.1 行业产品主要类别67

- 4.1.2 行业主要细分产品67
- 4.2 礼品行业主要产品市场分析68
 - 4.2.1 纺织用品礼品市场分析68
 - (1) 纺织用品行业发展分析68
 - (2) 礼品用纺织用品的主要产品类型73
 - (3) 纺织用品礼品市场现状分析73
 - (4) 纺织用品礼品市场前景分析74
 - 4.2.2 小家电礼品市场分析74
 - (1) 小家电行业发展分析74
 - (2) 礼品用小家电的主要产品类型80
 - (3) 小家电礼品市场现状分析80
 - (4) 小家电礼品市场前景分析81
 - 4.2.3 家居礼品市场分析81
 - (1) 家居品行业发展分析81
 - (2) 家居礼品的主要产品类型83
 - (3) 家居礼品市场现状分析83
 - (4) 家居礼品市场前景分析84
 - 4.2.4 工艺品礼品市场分析85
 - (1) 工艺品行业发展分析85
 - (2) 礼品用工艺品的主要产品类型87
 - (3) 工艺品礼品市场现状分析87
 - (4) 工艺品礼品市场前景分析88
 - 4.2.5 文具礼品市场分析88
 - (1) 文具行业发展分析88
 - (2) 礼品用文具的主要产品类型90
 - (3) 文具礼品市场现状分析90
 - (4) 文具礼品市场前景分析90
 - 4.2.6 运动、娱乐用品礼品市场分析91
 - (1) 运动、娱乐用品行业发展分析91
 - (2) 礼品用运动、娱乐用品的主要产品类型93
 - (3) 运动、娱乐用品礼品市场现状分析94
 - (4) 运动、娱乐用品礼品市场前景分析94
 - 4.2.7 游戏玩具类礼品市场分析95
 - (1) 游戏玩具类行业发展分析95
 - (2) 礼品用游戏玩具类礼品的主要产品类型97

- (3) 游戏玩具类礼品市场现状分析98
- (4) 游戏玩具类礼品市场前景分析98
- 4.2.8 电子礼品市场分析99
 - (1) 电子礼品的主要产品类型99
 - (2) 电子礼品市场现状分析99
 - (3) 电子礼品市场前景分析100
- 4.3 积分兑换礼品及礼品采购情况调研100
 - 4.3.1 积分兑换礼品情况调研100
 - (1) 招商银行信用卡积分兑换礼品情况100
 - (2) 中国电信积分兑换礼品情况102
 - (3) 中国联通积分兑换礼品情况103
 - (4) 中国移动积分兑换礼品情况105
 - (5) 东方航空积分兑换礼品情况107
 - 4.3.2 礼品行业热门采购排行榜109
- 第5章：中国礼品行业细分市场的需求分析111
 - 5.1 促销礼品市场需求分析111
 - 5.1.1 促销礼品的用途111
 - 5.1.2 促销礼品的特性111
 - 5.1.3 企业选购促销礼品考虑的主要因素112
 - 5.1.4 促销礼品的主要产品类型112
 - 5.1.5 促销礼品市场潜力分析113
 - 5.2 商务礼品市场需求分析114
 - 5.2.1 商务礼品的用途114
 - 5.2.2 商务礼品的特性114
 - 5.2.3 企业选购商务礼品考虑的主要因素114
 - 5.2.4 商务礼品的主要产品类型115
 - 5.2.5 商务礼品市场潜力分析116
 - 5.3 福利礼品市场需求分析116
 - 5.3.1 福利礼品的用途116
 - 5.3.2 福利礼品的特性117
 - 5.3.3 企业选购福利礼品考虑的主要因素117
 - 5.3.4 福利礼品的主要产品类型117
 - 5.3.5 福利礼品市场潜力分析117
 - 5.4 其他礼品市场需求分析118
 - 5.4.1 庆典礼品市场需求分析118

5.4.2 会议礼品市场需求分析118

5.4.3 节日礼品市场需求分析119

第6章：中国礼品行业营销分析121

6.1 礼品行业展会营销分析121

6.1.1 礼品行业展会营销的重要性分析121

(1) 22012-2013年礼品行业大型展会介绍121

1) 香港礼品及赠品展121

2) 中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会122

3) 中国进出口商品交易会(广交会)122

4) 上海国际礼品家居品展览会126

6.1.2 礼品企业展会营销策略分析130

6.2 礼品行业礼品册直邮营销分析132

6.2.1 礼品册的定义132

6.2.2 礼品册的作用132

6.2.3 芭莎礼品册营销案例分析133

(1) 送礼整体解决方案的策划者133

(2) 庞大的市场需求133

(3) 简单的赢利模式134

(4) 细心的服务134

(5) 整合市场资源134

(6) 个性化打造平台135

6.3 礼品行业团购营销分析136

6.3.1 网络团购发展分析136

(1) 网络团购行业发展状况136

1) 企业规模136

2) 用户规模137

3) 交易规模138

4) 市场占有率139

5) 企业类型139

6) 产品品类趋势140

7) 产品价格趋势142

8) 产品分类趋势142

9) 用户特征142

(2) 网络团购行业关注度分析143

1) 团购相关搜索指数143

- 2) 团购相关搜索关注热点144
- 3) 团购网站关注度排行146
- 4) 团购产品关注度排行148
 - (3) 网络团购市场发展阶段150
 - (4) 网络团购市场规模分析151
 - (5) 网络团购市场调查情况152
- 1) 覆盖人数排名152
- 2) 用户访问次数排名153
- 3) 访问到下单转化率排名154
- 6.3.2 礼品行业网络团购现状分析154
- 6.3.3 爱礼品网络团购案例分析155
- 6.3.4 礼品行业网络团购潜力分析156
- 6.4 礼品行业营销趋势分析156
 - 6.4.1 系统化的营销思路156
 - 6.4.2 概念营销156
 - 6.4.3 个性化定制营销157
 - 6.4.4 跨界整合营销157
 - 6.4.5 顾问式营销157
 - 6.4.6 网络营销157
 - (1) 搜索引擎营销158
 - 1) 搜索引擎营销结构分析158
 - 2) 搜索引擎营销现状分析159
 - 3) 搜索引擎营销成本收益分析160
 - (2) 论坛营销160
 - 1) 论坛营销结构分析161
 - 2) 论坛营销现状分析162
 - 3) 论坛营销成本收益分析163
 - (3) 博客营销163
 - 1) 博客营销结构分析163
 - 2) 博客营销现状分析163
 - 3) 博客营销成本收益分析164
 - (4) 微博营销165
 - 1) 微博营销结构分析165
 - 2) 微博营销现状分析166
 - 3) 微博营销成本收益分析166

- (5) 视频营销167
 - 1) 视频营销结构分析167
 - 2) 视频营销现状分析168
 - 3) 视频营销成本收益分析169
- (6) 问答营销169
 - 1) 问答营销结构分析169
 - 2) 问答营销现状分析170
 - 3) 问答营销成本收益分析170
- (7) 权威百科营销171
 - 1) 权威百科营销结构分析171
 - 2) 权威百科营销现状分析171
 - 3) 权威百科营销成本收益分析172
- (8) 企业新闻营销172
 - 1) 企业新闻营销结构分析172
 - 2) 企业新闻营销现状分析173
 - 3) 企业新闻营销成本收益分析174
- 第7章：中国领先礼品企业经营情况分析175
 - 7.1 领先礼品生产企业经营情况分析175
 - 7.1.1 深圳市贝形经典实业有限公司175
 - (1) 企业发展情况简介175
 - (2) 企业主营业务分析175
 - (3) 企业产品结构及新品分析175
 - (4) 企业营销网络分析176
 - (5) 企业最新发展动向分析176
 - 7.1.2 深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司176
 - (1) 企业发展情况简介176
 - (2) 企业主营业务分析176
 - (3) 企业产品结构及新品分析177
 - (4) 企业营销网络分析177
 - (5) 企业最新发展动向分析178
 - 7.1.3 深圳市冰语艺术品有限公司178
 - (1) 企业发展情况简介178
 - (2) 企业主营业务分析179
 - (3) 企业产品结构及新品分析179
 - (4) 企业营销网络分析179

- (5) 企业最新发展动向分析179
- 7.1.4 深圳市好时达电器有限公司179
 - (1) 企业发展情况简介179
 - (2) 企业主营业务分析180
 - (3) 企业产品结构及新品分析180
 - (4) 企业营销网络分析180
 - (5) 企业最新发展动向分析180
- 7.1.5 深圳市金博源精品制造有限公司181
 - (1) 企业发展情况简介181
 - (2) 企业主营业务分析181
 - (3) 企业产品结构及新品分析181
 - (4) 企业营销网络分析182
 - (5) 企业最新发展动向分析182
- 7.1.6 时运达(深圳)电子有限公司182
 - (1) 企业发展情况简介182
 - (2) 企业主营业务分析183
 - (3) 企业产品结构及新品分析183
 - (4) 企业营销网络分析183
 - (5) 企业最新发展动向分析183
- 7.1.7 福建瑞达精工股份有限公司183
 - (1) 企业发展情况简介183
 - (2) 企业主营业务分析184
 - (3) 企业产品结构及新品分析184
 - (4) 企业营销网络分析184
 - (5) 企业最新发展动向分析184
- 7.1.8 宁波市和记张生茶具有限公司185
 - (1) 企业发展情况简介185
 - (2) 企业主营业务分析185
 - (3) 企业产品结构及新品分析186
 - (4) 企业营销网络分析186
 - (5) 企业最新发展动向分析186
- 7.1.9 永银收藏品有限责任公司186
 - (1) 企业发展情况简介186
 - (2) 企业主营业务分析186
 - (3) 企业产品结构及新品分析186

- (4) 企业营销网络分析187
- (5) 企业最新发展动向分析187
- 7.1.10 刘世企业187
 - (1) 企业发展情况简介187
 - (2) 企业主营业务分析188
 - (3) 企业产品结构及新品分析188
 - (4) 企业营销网络分析188
- 7.1.11 宁波惠多织造有限公司188
 - (1) 企业发展情况简介188
 - (2) 企业主营业务分析188
 - (3) 企业产品结构及新品分析189
 - (4) 企业营销网络分析189
 - (5) 企业最新发展动向分析189
- 7.1.12 上海泰芝宝礼品有限公司190
 - (1) 企业发展情况简介190
 - (2) 企业主营业务分析190
 - (3) 企业产品结构及新品分析190
 - (4) 企业营销网络分析190
 - (5) 企业最新发展动向分析190
- 7.1.13 深圳市辉宇电器制造有限公司190
 - (1) 企业发展情况简介190
 - (2) 企业主营业务分析191
 - (3) 企业产品结构及新品分析191
 - (4) 企业营销网络分析191
 - (5) 企业最新发展动向分析191
- 7.1.14 深圳市千艺水晶艺术品有限公司191
 - (1) 企业发展情况简介191
 - (2) 企业主营业务分析192
 - (3) 企业产品结构及新品分析192
 - (4) 企业营销网络分析192
 - (5) 企业最新发展动向分析192
- 7.1.15 深圳市瑞方源投资有限公司192
 - (1) 企业发展情况简介192
 - (2) 企业主营业务分析193
 - (3) 企业产品结构及新品分析193

- (4) 企业营销网络分析193
- (5) 企业最新发展动向分析193
- 7.1.16 深圳市一健科技开发有限公司194
 - (1) 企业发展情况简介194
 - (2) 企业主营业务分析194
 - (3) 企业产品结构及新品分析194
 - (4) 企业营销网络分析195
 - (5) 企业最新发展动向分析195
- 7.1.17 深圳市优可视电子有限公司195
 - (1) 企业发展情况简介196
 - (2) 企业主营业务分析196
 - (3) 企业产品结构及新品分析196
 - (4) 企业营销网络分析196
 - (5) 企业最新发展动向分析196
- 7.1.18 厦门悠度休闲用品股份有限公司197
 - (1) 企业发展情况简介197
 - (2) 企业主营业务分析197
 - (3) 企业产品结构及新品分析197
 - (4) 企业营销网络分析197
 - (5) 企业最新发展动向分析198
- 7.1.19 亚泰(东莞)木业有限公司198
 - (1) 企业发展情况简介198
 - (2) 企业主营业务分析198
 - (3) 企业产品结构及新品分析198
 - (4) 企业营销网络分析198
 - (5) 企业最新发展动向分析199
- 7.1.20 深圳市皇家经典工艺礼品有限公司199
 - (1) 企业发展情况简介199
 - (2) 企业主营业务分析199
 - (3) 企业产品结构及新品分析199
 - (4) 企业营销网络分析200
 - (5) 企业最新发展动向分析200
- 7.2 领先礼品服务及贸易企业经营情况分析201
 - 7.2.1 北京怡莲礼业科技发展有限公司201
 - (1) 企业发展情况简介201

- (2) 企业主营业务分析201
- (3) 企业产品结构及新品分析201
- (4) 企业营销网络分析202
- (5) 企业经营特色分析203
- (6) 企业最新发展动向分析203
- 7.2.2 北京元隆雅图文化传播有限责任公司204
 - (1) 企业发展情况简介204
 - (2) 企业组织结构分析204
 - (3) 企业主营业务分析205
 - (4) 企业产品结构及新品分析205
 - (5) 企业营销网络分析207
 - (6) 企业经营特色分析207
 - (7) 企业最新发展动向分析207
- 7.2.3 有礼天下国际文化传播(北京)有限公司208
 - (1) 企业发展情况简介208
 - (2) 企业主营业务分析208
 - (3) 企业产品结构及新品分析209
 - (4) 企业营销网络分析209
 - (5) 企业经营特色分析209
- 7.2.4 北京芭莎科技有限公司210
 - (1) 企业发展情况简介210
 - (2) 企业主营业务分析210
 - (3) 企业产品结构及新品分析210
 - (4) 企业营销网络分析212
 - (5) 企业经营特色分析212
 - (6) 企业最新发展动向分析213
- 7.2.5 北京万联友邦贸易有限责任公司213
 - (1) 企业发展情况简介213
 - (2) 企业组织结构分析214
 - (3) 企业主营业务分析214
 - (4) 企业产品结构及新品分析214
 - (5) 企业营销网络分析215
 - (6) 企业经营特色分析216
 - (7) 企业最新发展动向分析216
- 7.2.6 深圳市云中鹤工贸发展有限公司216

- (1) 企业发展情况简介216
- (2) 企业主营业务分析216
- (3) 企业产品结构及新品分析217
- (4) 企业营销网络分析217
- (5) 企业经营特色分析218
- (6) 企业最新发展动向分析218
- 7.2.7 常州市好礼佳缘商贸有限公司218
 - (1) 企业发展情况简介218
 - (2) 企业主营业务分析219
 - (3) 企业产品结构及新品分析219
 - (4) 企业营销网络分析219
 - (5) 企业经营特色分析219
 - (6) 企业最新发展动向分析219
- 7.2.8 山东君发礼品有限公司219
 - (1) 企业发展情况简介219
 - (2) 企业主营业务分析220
 - (3) 企业产品结构及新品分析220
 - (4) 企业营销网络分析221
 - (5) 企业经营特色分析222
 - (6) 企业最新发展动向分析222
- 7.2.9 青岛爱乐吉贸易有限公司222
 - (1) 企业发展情况简介222
 - (2) 企业主营业务分析222
 - (3) 企业产品结构及新品分析222
 - (4) 企业营销网络分析223
 - (5) 企业经营特色分析223
 - (6) 企业最新发展动向分析223
- 7.2.10 深圳市吉之礼实业有限公司223
 - (1) 企业发展情况简介223
 - (2) 企业组织结构分析224
 - (3) 企业主营业务分析225
 - (4) 企业产品结构及新品分析225
 - (5) 企业营销网络分析225
 - (6) 企业经营特色分析226
 - (7) 企业最新发展动向分析226

7.2.11 南京泰誓工贸科技发展有限公司226

- (1) 企业发展情况简介226
- (2) 企业组织结构分析227
- (3) 企业主营业务分析227
- (4) 企业产品结构及新品分析227
- (5) 企业营销网络分析227
- (6) 企业经营特色分析228
- (7) 企业最新发展动向分析228

7.2.12 重庆龙珠礼品有限公司228

- (1) 企业发展情况简介228
- (2) 企业主营业务分析228
- (3) 企业产品结构及新品分析228
- (4) 企业营销网络分析229
- (5) 企业经营特色分析229
- (6) 企业最新发展动向分析229

7.2.13 重庆新新勤情商贸发展有限公司229

- (1) 企业发展情况简介229
- (2) 企业主营业务分析230
- (3) 企业产品结构及新品分析230
- (4) 企业营销网络分析231
- (5) 企业经营特色分析231

7.2.14 重庆贝瑞礼品有限公司231

- (1) 企业发展情况简介231
- (2) 企业主营业务分析231
- (3) 企业产品结构及新品分析232
- (4) 企业营销网络分析233
- (5) 企业经营特色分析233
- (6) 企业最新发展动向分析233

7.2.15 上海居尚工贸有限公司234

- (1) 企业发展情况简介234
- (2) 企业主营业务分析234
- (3) 企业产品结构及新品分析234
- (4) 企业营销网络分析235
- (5) 企业经营特色分析235
- (6) 企业最新发展动向分析235

7.2.16 上海羿祥文化传播有限公司235

- (1) 企业发展情况简介235
- (2) 企业主营业务分析236
- (3) 企业产品结构及新品分析236
- (4) 企业营销网络分析236
- (5) 企业经营特色分析236

7.2.17 深圳市径邦科技开发有限公司236

- (1) 企业发展情况简介236
- (2) 企业主营业务分析237
- (3) 企业产品结构及新品分析237
- (4) 企业营销网络分析237
- (5) 企业经营特色分析237

7.2.18 麦基格瑞(北京)产品设计开发有限公司237

- (1) 企业发展情况简介237
- (2) 企业主营业务分析238
- (3) 企业产品结构及新品分析238
- (4) 企业营销网络分析238
- (5) 企业经营特色分析238
- (6) 企业最新发展动向分析238

7.2.19 广州树人商贸有限公司239

- (1) 企业发展情况简介239
- (2) 企业主营业务分析239
- (3) 企业产品结构及新品分析239
- (4) 企业营销网络分析241
- (5) 企业经营特色分析241

7.2.20 优优祝福(北京)科技有限公司241

- (1) 企业发展情况简介241
- (2) 企业主营业务分析241
- (3) 企业产品结构及新品分析241
- (4) 企业营销网络分析242
- (5) 企业经营特色分析242
- (6) 企业最新发展动向分析242

第8章：中国礼品行业投资前景分析244

8.1 礼品行业投资特性分析244

8.1.1 礼品行业进入壁垒分析244

- 8.1.2 礼品行业发展壁垒分析244
 - (1) 客户资源壁垒244
 - (2) 技术及人才创新壁垒244
- 8.1.3 礼品行业盈利因素分析244
 - (1) 原材料成本因素244
 - (2) 市场竞争因素245
- 8.1.4 礼品行业盈利模式分析245
 - (1) 单件利润模式245
 - (2) 规模利润模式245
 - (3) 品牌利润模式246
 - (4) “礼媒加互联网”盈利模式246
- 8.2 礼品行业投资现状分析247
 - 8.2.1 礼品行业投资事件分析247
 - 8.2.2 礼品行业投资热点及趋势分析247
 - (1) 投资高新技术企业247
 - (2) 投资创业期的中小企业247
 - (3) 投资礼品电子商务领域248
 - (4) 资本注入对行业的影响248
- 8.3 礼品行业投资前景分析248
 - 8.3.1 礼品行业成长性分析248
 - 8.3.2 礼品市场潜力分析248
 - 8.3.3 礼品行业投资前景分析249
- 8.4 礼品行业投资建议250
 - 8.4.1 礼品行业投资机会分析250
 - (1) 创意家居礼品250
 - (2) 激光雕刻工艺礼品250
 - (3) 个性礼品定制251
 - (4) 礼品赠品251
 - (5) DIY礼品251
 - 8.4.2 礼品行业投资风险分析252
 - (1) 政策风险252
 - (2) 技术风险252
 - (3) 汇率波动风险252
 - (4) 宏观经济波动风险252
 - 8.4.3 礼品行业投资建议252

(1) 投资方向及产品建议252

(2) 人才投资建议254

图表目录：

图表1：2011-2015年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）19

图表2：2011-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）20

图表3：2011-2015年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）21

图表4：2011-2015年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）21

图表5：2011-2015年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）22

图表6：2015年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）22

图表7：2011-2015年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）23

图表8：2011-2015年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）24

图表9：2011-2015年中国货物进出口总额（单位：亿美元）25

图表10：2011-2015年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）27

图表11：2011-2015年中国城镇人口比重变化图（单位：%）27

图表12：2011-2015年中国城镇人口比重变化图（分地区情况）（单位：%）28

图表13：中国六次人口普查家庭户数变化图（单位：万户）29

图表14：中国人口年龄结构表（单位：万人，%）29

图表15：中国人口年龄结构图（单位：%）29

图表16：中国人口年龄结构变化趋势（单位：%）30

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）30

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）32

图表19：城乡人口总数变化（单位：万人）33

图表20：城乡人口比重变化（单位：%）33

图表21：2011-2015年包装行业规模分析（单位：家，人，万元）35

图表22：2011-2015年包装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）36

图表23：2011-2015年包装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）36

图表24：2011-2015年包装行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）37

图表25：2011-2015年包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）37

图表26：2011-2015年包装行业产品销售利润及增长率变化情况（单位：亿元，%）38

图表27：2011-2015年包装行业利润总额及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）38

图表28：德国礼品市场四大进口国比例分析（单位：%）56

图表29：德国消费者购买礼品主要动机百分比（单位：%）57

图表30：日本礼品市场情况（单位：%）57

图表31：西班牙礼品市场主要进口来源（单位：%）58

图表32：中国礼品销售额年度评估（单位：亿元，%）59

- 图表33：按礼品公司规模划分的市场份额（单位：%）60
- 图表34：中国礼品销售额年度分类（单位：%）60
- 图表35：礼品公司销售额平均数（单位：万元，%）60
- 图表36：礼品公司在线销售总额及占比情况（单位：亿元，%）61
- 图表37：礼品工艺品行业热销产品排名情况（单位：%）61
- 图表38：礼品行业产品结构图（按2010年销售额）（单位：%）67
- 图表39：2011-2015年中国纺织行业主要产品产量月度增速（单位：%）68
- 图表40：2011-2015年中国服装鞋帽、针纺织品类零售总额及增速（单位：亿元，%）69
- 图表41：2011-2015年中国328级棉花价格月度变化（单位：元/吨）70
- 图表42：2011-2015年中国纺织品、服装零售价格指数月度变化70
- 图表43：2011-2015年中国纺织原料及纺织制品进口总额及增速（单位：亿美元，%）71
- 图表44：2011-2015年中国纺织原料及纺织制品出口总额及增速（单位：亿元，%）71
- 图表45：2011-2015年中国纺织行业固定资产投资完成额及增速（单位：亿元，%）72
- 图表46：2011-2015年中国纺织行业利润总额及增速（单位：亿元，%）72
- 图表47：历年礼品家纺市场单笔最高订单量数据统计（单位：元）73
- 图表48：中国电饭锅产量分省市统计（单位：个，%）75
- 图表49：中国家用吸尘器产量分省市统计（单位：台，%）76
- 图表50：中国家用电热烘烤器具产量分省市统计（单位：个，%）76
- 图表51：中国微波炉产量分省市统计（单位：台，%）77
- 图表52：中国家用电风扇产量分省市统计（单位：台，%）77
- 图表53：中国家用电热水器产量分省市统计（单位：台，%）78
- 图表54：中国家用吸排油烟机产量分省市统计（单位：台，%）78
- 图表55：中国家居用品关注度排行（单位：%）82
- 图表56：家居礼品关注度比例（单位：%）84
- 图表57：礼品工艺品行业“传统工艺品”关注度比例（单位：%）88
- 图表58：2011-2015年文具制造行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）89
- 图表59：“中国500最具价值品牌排行”体育用品品牌分布（单位：亿元）92
- 图表60：礼品工艺品行业“旅游用品”关注度比例（单位：%）94
- 图表61：2011-2015年体育用品行业增加值及占GDP比重（单位：亿元，%）95
- 图表62：中国玩具出口情况（单位：亿美元，%）96
- 图表63：中国玩具出口市场分布（单位：%）96
- 图表64：礼品工艺品行业“儿童玩具”类关注度比例（单位：%）98
- 图表65：电子礼品关注度比例（单位：%）99
- 图表66：招商银行信用卡最受欢迎的11款积分礼品101
- 图表67：招商银行信用卡积分兑换礼品产品分布情况（单位：%）101

- 图表68：中国电信天翼积分商城产品兑换排行榜102
- 图表69：中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按类别）（单位：%）103
- 图表70：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：%）103
- 图表71：中国联通积分商城最火热的20款积分兑换礼品104
- 图表72：中国联通热门积分兑换品类数据统计（单位：%）105
- 图表73：中国移动积分商城热门积分兑礼品类排行106
- 图表74：中国移动积分商城10款最受欢迎的户外休闲装备106
- 图表75：中国移动积分商城10款最受欢迎的数码兑换礼品107
- 图表76：东方航空热门积分兑换礼品排行榜108
- 图表77：东方航空热门积分兑换品类比例图（单位：%）108
- 图表78：礼品行业热门产品采购排行榜（单位：%）109
- 图表79：2015年春季广交会境外采购商与会统计（单位：人）124
- 图表80：上海国际礼品家居品展览会展商数量统计（单位：家）126
- 图表81：上海国际礼品家居品展览会与会买家分类（单位：%）127
- 图表82：上海国际礼品家居品展览会国内买家地区分布（单位：%）127
- 图表83：上海国际礼品家居品展览会海外买家地区分布（单位：%）127
- 图表84：上海国际礼品家居品展览会买家观展目的统计（单位：%）128
- 图表85：上海国际礼品家居品展览会买家业务类型统计（单位：%）128
- 图表86：上海国际礼品家居品展览会买家感兴趣的产品统计（单位：%）129
- 图表87：中国网络团购企业规模（单位：家）136
- 图表88：中国网络团购企业增减情况（单位：家）136
- 图表89：中国网络团购企业日均覆盖用户数（单位：万户）137
- 图表90：中国网络团购市场交易额及增长率（单位：亿元，%）138
- 图表91：中国网络团购企业市场占有率（单位：%）139
- 图表92：中国网络团购企业分类表140
- 图表93：中国网络团购产品品类发展趋势图140
- 图表94：团购行业相关搜索指数143
- 图表95：团购行业日均搜索指数（单位：%）144
- 图表96：团购导航网站关注度TOP10（单位：%）144
- 图表97：团购行业TOP3团购导航搜索指数（单位：%）145
- 图表98：团购行业搜索词特征（单位：%）145
- 图表99：团购网民城市分布TOP10（单位：%）146
- 图表100：团购网站关注度TOP10（单位：%）147
- 图表101：团购行业TOP5团购网站搜索指数147
- 图表102：团购产品大类分布（单位：%）148

- 图表103：团购产品小类关注度TOP（单位：%）149
- 图表104：团购服务类及实物类产品搜索指数增长率（单位：%）149
- 图表105：各季度团购产品大类分布（单位：%）150
- 图表106：团购网民主要兴趣偏好（单位：%）150
- 图表107：网络团购发展阶段151
- 图表108：中国网络团购市场交易额及预测（单位：亿元）152
- 图表109：日均覆盖人数团购网站排名（单位：万人）152
- 图表110：中国团购网站月度日均覆盖人数变化图（单位：万人，%）153
- 图表111：总访问次数团购网站排名（单位：亿次）153
- 图表112：访问到下单转化率团购网站排名（单位：%）154
- 图表113：搜索引擎营销结构模式分析159
- 图表114：论坛营销结构分析161
- 图表115：博客营销结构分析163
- 图表116：博客营销结构分析165
- 图表117：视频营销策略结构图168
- 图表118：企业新闻营销结构分析173
- 图表119：深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司在中国的办事处分布图177
- 图表120：深圳市一健科技开发有限公司的售后网点分布195
-略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/425965.html>