

2024-2030年中国礼品行业市场深度分析及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国礼品行业市场深度分析及投资前景展望报告》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/202110/978626.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解礼品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国礼品行业市场深度分析及投资前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国礼品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保礼品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年礼品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能礼品从业者抢跑转型赛道。

礼品通常指的是一种物品或对象，用于表示感谢、庆祝、表达关心、祝福或其他特殊场合的赠送。礼品可以是有形的物品，也可以是服务、体验或其他形式的表达关心和感激的方式。随着现代商业发展，生产与流通环节增加，礼品成为一种具有较为独特功能的商品，而不断发展。总的来看，礼品行业是各类商品用途细分市场的集合，而不是单一行业的存在。因此，礼品行业包括了工艺品、皮具、服装、钟表、玩具、小家电、珠宝等产品，而这些礼品的集合最终汇集形成了礼品行业。

礼品是一个消费品产业，随着中国经济飞速发展，居民生活水平的提高，礼品行业倍受瞩目，并逐渐朝着多元化的方向发展起来，品质生活的不断提高，馈赠礼品逐渐演绎成了一种时尚文化，并俨然成为了一种必要的商业手段，在 market 需求的推动下，近年来中国礼品行业飞速发展，2022年中国礼品行业市场规模达16362亿元，预计2023年有望突破18000亿元，其中，家居礼品约占23.00%，纺织用品礼品约占21.20%，小家电礼品约占1.25%，电子礼品约占7.83%，工艺品礼品约占5.02%，游戏玩具类礼品约占5.42%，运动、娱乐用品礼品约占2.63%，文具礼品约占0.74%。

虽然中国礼品业内的企业数量较多，但绝大多数为缺乏创意策划和产品设计能力的简单贸易型企业，能够为客户提供专业的礼品营销解决方案（包含方案创意策划、礼品设计研发、采购和销售），并为客户提供配套服务的企业较少，元隆雅图公司是行业内为数不多的具备整合营销业务能力的企业。单纯从礼品业务来看，行业内的知名企业包括北京元隆雅图文化传播股份有限公司、北京红辉行商贸有限公司、厦门大雅传奇文化传播有限公司、州市新广志贸易发展有限公司、广东电声市场营销股份有限公司等。此外，由于本行业服务对象涵盖几乎所有的终端产品生产企业，客户以大型快速消费品生产企业（比如日化、食品饮料、乳制品等），药品及保健品企业和电子电气（如手机、个人电脑等）生产企业为主，行业市场容量较大；但由于行业内从业企业数量众多，每个客户都有多家礼品供应商，因此，业内知名企业也只占有较小的市场份额，整体来看现阶段中国礼品市场格局高度分散，市场竞争非常

激烈。

中国经济的不断增长，将继续提升人们的购买力和可支配收入，刺激礼品市场需求持续增长，未来中国礼品行业市场前景仍然非常广阔，随着互联网的普及，礼品行业将进一步数字化，电子商务平台、社交媒体和移动应用将成为礼品销售和宣传的主要渠道，此外，个性化创意礼品将继续受到欢迎。

《2024-2030年中国礼品行业市场深度分析及投资前景展望报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是礼品领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一部分 礼品行业运行现状

第一章 礼品行业发展综述

第一节 礼品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 礼品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 礼品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二章 礼品行业市场环境及影响（PEST）

第一节 礼品行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、礼品行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

1、国民经济运行情况

2、全国居民收入情况

3、工业发展形势

4、固定资产投资情况

5、对外贸易和进出口

三、产业宏观经济环境分析

四、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、礼品产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、礼品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、礼品包装技术分析

1、我国礼品行业技术水平现状

2、与国外礼品行业的技术差距

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 礼品市场发展分析

第三章 中国礼品行业关联行业发展分析

第一节 礼品包装行业发展分析

一、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

二、礼品包装行业发展概况

三、礼品包装行业竞争分析

四、礼品包装行业原料采购分析

五、主要礼品包装产品市场分析

六、礼品过度包装问题分析

第二节 礼品回收行业发展分析

一、礼品回收行业产生的原因分析

二、礼品回收行业发展现状分析

三、数码电子产品催热礼品回收市场

第四章 中国礼品行业发展现状及趋势分析

第一节 礼品行业发展总体情况

一、礼品行业的发展阶段分析

二、礼品行业发展规模分析

三、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

四、礼品公司形式及区域分布情况

五、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

第二节 礼品行业销售情况分析

一、礼品行业总体销售情况

二、不同规模企业销售情况

三、礼品行业在线销售情况

四、2023年礼品行业销售预期

第三节 礼品行业市场竞争分析

一、礼品行业特征分析

1、进入门槛低

2、礼品种类多

二、礼品行业竞争现状分析

三、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

第四节 礼品行业发展趋势分析

一、礼品消费由群体消费转向个体消费

二、礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动

三、礼品行业备足库存迎购物旺季

四、定制化渐成礼品采购主流模式

五、创意礼品成礼品行业发展突破口

六、品牌授权连锁运营成为趋势

第五章 我国礼品所属行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国礼品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国礼品所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 中国礼品行业产品市场分析

第一节 礼品行业产品结构分析

一、行业产品主要类别

二、行业主要细分产品

1、材料构成

2、消费需要

第二节 礼品行业主要产品市场分析

一、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、纺织用品礼品市场前景分析

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

七、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

八、电子礼品市场分析

1、游戏玩具类行业发展分析

2、电子礼品的主要产品类型

3、电子礼品市场现状分析

4、电子礼品市场前景分析

第三节 积分兑换礼品及礼品采购情况调研

一、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、中国移动兑换礼品情况
 - 4、中国联通积分兑换礼品情况
 - 5、东方航空积分兑换礼品情况
- 二、礼品行业热门采购排行榜

第七章 中国礼品行业细分市场的需求分析

第一节 促销礼品市场需求分析

- 一、促销礼品的用途
- 二、促销礼品的特性
- 三、企业选购促销礼品考虑的主要因素
- 四、促销礼品的主要产品类型
- 五、促销礼品方式
- 六、促销礼品市场潜力分析

第二节 商务礼品市场需求分析

- 一、商务礼品的用途
- 二、商务礼品的特性
- 三、企业选购商务礼品考虑的主要因素
- 四、商务礼品的主要产品类型
- 五、商务礼品市场潜力分析

第三节 福利礼品市场需求分析

- 一、福利礼品的用途
- 二、福利礼品的特性
- 三、企业选购福利礼品考虑的主要因素
- 四、福利礼品的主要产品类型
- 五、福利礼品市场潜力分析

第四节 其他礼品市场需求分析

- 一、庆典礼品市场需求分析
- 二、会议礼品市场需求分析
- 三、节日礼品市场需求分析

第三部分 礼品行业企业竞争格局

第八章 2024-2030年礼品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、礼品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、礼品行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、礼品行业集中度分析

四、礼品行业SWOT分析

- 1、礼品行业优势分析
- 2、礼品行业劣势分析
- 3、礼品行业机会分析
- 4、礼品行业威胁分析

第二节 中国礼品行业竞争格局综述

- 一、礼品行业竞争概况
- 二、中国礼品行业竞争力分析
- 三、中国礼品产品竞争力优势分析
- 四、礼品行业主要企业竞争力分析

第三节 2019-2023年礼品行业竞争格局分析

- 一、2019-2023年国内外礼品竞争分析
- 二、2019-2023年国内主要礼品企业动向
- 三、2019-2023年国内礼品企业拟在建项目分析

第四节 礼品行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、本土企业投资兼并与重组分析
- 三、企业升级途径及并购重组风险分析
- 四、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 礼品市场竞争策略分析

第九章 2024-2030年礼品行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市皇家经典工艺礼品有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第二节 亚泰（东莞）木业有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第三节 厦门悠度休闲用品股份有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第四节 深圳市优可视电子有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第五节 深圳市一健科技开发有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第六节 深圳市瑞方源投资有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业产品结构及新品分析
- 四、企业营销网络分析

第四部分 礼品行业投资战略研究

第十章 中国礼品行业投资前景分析

第一节 礼品行业投资特性分析

- 一、礼品行业进入壁垒分析
- 二、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

三、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

四、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

第二节 礼品行业投资现状分析

一、礼品行业投资事件分析

二、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

第三节 礼品行业投资前景分析

一、礼品行业成长性分析

二、礼品市场潜力分析

三、礼品行业投资前景分析

第四节 礼品行业投资建议

一、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

二、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

第十一章 2024-2030年礼品行业面临的困境及对策

第一节 2023年礼品行业面临的困境

第二节 礼品企业面临的困境及对策

一、重点礼品企业面临的困境及对策

1、重点礼品企业面临的困境

2、重点礼品企业对策探讨

二、中小礼品企业发展困境及策略分析

1、中小礼品企业面临的困境

2、中小礼品企业对策探讨

三、国内礼品企业的出路分析

第三节 中国礼品行业存在的问题及对策

一、中国礼品行业存在的问题

二、礼品行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国礼品市场发展面临的挑战与对策

第十二章 礼品行业发展战略研究

第一节 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、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国礼品品牌的战略思考

一、礼品品牌的重要性

二、礼品实施品牌战略的意义

三、礼品企业品牌的现状分析

四、我国礼品企业的品牌战略

五、礼品品牌战略管理的策略

第三节 礼品经营策略分析

一、礼品市场细分策略

二、礼品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、礼品新产品差异化战略

第四节 礼品行业投资战略研究

一、2023年礼品行业投资战略

二、2024-2030年礼品行业投资战略

三、2024-2030年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 礼品行业研究结论及建议

第二节 礼品子行业研究结论及建议

第三节 礼品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：2019-2023年我国礼品包装市场规模

图表2：2023年我国礼品包装行业需求格局

图表3：2019-2023年中国礼品行业需求规模

图表4：2023年中国礼品主要出口国市场分布

图表5：2019-2023年中国礼品行业销售收入情况

图表6：2023年中国礼品行业不同规模企业销售结构

图表7：2019-2023年我国礼品行业电商交易规模走势

图表8：2019-2023年我国礼品电商渠道渗透率分析

图表9：2024-2030年中国礼品电商市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978626.html>