

2013-2018年中国商务礼品行业运行现状及投资前景展望分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国商务礼品行业运行现状及投资前景展望分析报告》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/201309/219043.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

越来越多的迹象显示：商务礼品市场商机繁多，不仅可促进礼品市场发展，而且，随着社会多元化需求的产生，礼品需求也越来越凸现多元化和个性化特征，因而，纳入礼品范围的产品会越来越多，不少相关产业可通过礼品市场的推动，大步迈前，为社会提供更多的就业机会。现代送礼，崇尚体积小巧、科技含量高、创新有个性、内敛而有智慧。体积小，代表着有内涵不夸张、不张扬，更有价值；科技含量高，更有现代感，更符合商务人士的使用需求；创新有个性，符合现代商务人士讲求个性、新潮不落伍的消费观念，更容易给大家留下深刻印象。

与现代送礼概念相吻合的是，商务礼品市场的天平开始逐渐朝“高端应用、丰富体验、高性价比”的方向倾斜，商务礼品市场越来越像IT产品市场，U盘、MP3、PDA(个人数字助理设备)、数码摄像机甚至是智能手机，受到越来越多的高端商务人士的追捧。“送礼就送高科技”的商务礼品观逐渐深入人心。一种智能手机已经出现在中国高端商务礼品市场上，尽管平均每部价格在7000元以上，但月销万部。

《2013-2018年中国商务礼品行业运行现状及投资前景展望分析报告》立足于商务礼品市场发展现状分析，通过对商务礼品行业环境、商务礼品产业链、商务礼品市场供需、商务礼品价格、商务礼品生产企业的详尽分析，以使企业和投资者达到对商务礼品产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使企业和投资者把握商务礼品未来的市场发展趋势，我中心还对商务礼品行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

第一章 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

一、工艺礼品

二、广告礼品

三、促销礼品

四、玩具礼品

第二章 2012年世界商务礼品行业运行状况分析

第一节 2012年世界商务礼品运行环境分析

- 一、经济环境对世界商务礼品业的影响
- 二、世界商务礼品业政策解析
- 三、跨国企业交流加强
- 四、国际商务礼仪倍受重视
- 第二节 2012年世界商务礼品市场运行动态分析
 - 一、世界商务礼品发展历程
 - 二、世界商务礼品消费总量
 - 三、2012年世界商务礼品消费的区域分布
 - 四、世界商务礼品贸易分析
- 第三节 2012年世界主要商务礼品市场分析
 - 一、欧美市场
 - 二、日韩市场
 - 三、港澳市场
- 第四节 2013-2018年世界主要商务礼品业新趋势探析

第三章2012年中国商务礼品行业运行环境解析

- 第一节 2012年中国宏观经济环境分析
 - 一、GDP历史变动轨迹分析
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
 - 三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析
- 第二节2012年中国商务礼品市场政策环境分析
 - 一、政策干预礼品包装
 - 二、主要礼品产业政策解读
 - 三、主要礼品国家标准分析
- 第三节2012年中国商务礼品市场社会环境分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、中国城镇化率
 - 六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2012年中国商务礼品行业运行新态势分析

- 第一节 2012年中国商务礼品业特点分析
- 第二节 2012年中国商务礼品行业现状综述

一、起步晚，发展很快

二、市场大，机不可失

三、质量水平参差不齐

第三节 2012年中国商务礼品业深度剖析

一、中国商务礼品年产能分析

二、中国商务礼品业结构及地区分布情况

三、礼品行业展会亮点聚焦

第四节 2012年中国商务礼品业发展中存在的问题探讨

一、产业化、规模化程度低

二、行业运行不规范

三、从业人员文化素质低、研发能力弱

四、知识产权意识弱，仿冒现象严重

五、设计理念落后

六、本土品牌危机四伏、国际品牌大放异彩

第五章 2012年中国商务礼品市场需求分析

第一节 2012年中国商务礼品供给情况分析

一、中国礼品占全球市场份额情况

二、礼品市场采购情况

三、商务礼品市场供给情况分析

第二节 2012年中国商务礼品需求情况分析

一、国内商务礼品市场最受关注礼品

二、国内商务礼品市场品牌市场分析

三、国内商务礼品市场需求结构

四、国内商务礼品区域市场需求分析

五、未来商务礼品市场需求总量预测

第三节 2012年影响中国商务礼品需求的因素透析

一、企业消费者偏好

二、企业消费者资金实力

三、商务礼品的特殊用途

四、促销及广告

五、产品价格与心理效应

六、购物环境与消费者行为分析

第四节 2012年中国商务礼品的进出口贸易分析

一、中国商务礼品进出口规模

二、中国商务礼品进出口结构

三、影响中国商务礼品进出口的因素分析

第六章2012年中国主要商务礼品市场走势分析

第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2010-2012年中国商务礼品制造相关行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国商务礼品制造相关行业总体数据分析

一、2010年中国商务礼品制造相关行业全部企业数据分析

二、2011年中国商务礼品制造相关行业全部企业数据分析

三、2012年中国商务礼品制造相关行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国商务礼品制造相关行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国商务礼品制造相关行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国商务礼品制造相关行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国商务礼品制造相关行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国商务礼品制造相关行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国商务礼品制造相关行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国商务礼品制造相关行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国商务礼品制造相关行业不同所有制企业数据分析

第八章 2012年中国商务礼品营销及经营策略分析

第一节 2012年中国礼品行业营销策略分析

一、礼品营销特征及其创新

二、礼品营销现状分析

三、农村市场促销品选择策略

四、中国礼品渠道营销分析

五、礼品工艺品行业网络营销策略

第二节 2012年中国礼品行业经营策略分析

一、商务礼品的策划

二、礼品行业信息化策略

三、礼品商家知识产权保护策略

四、农村礼品市场的变化趋势及对策

五、参加展会应该注意的因素

六、礼品企业“与狼共舞”的五大策略

第三节 2012年中国礼品行业经营策略分析

一、商务礼品的策划

二、商务礼品行业信息化策略

三、商务工艺礼品商家知识产权保护策略

四、农村礼品市场的变化趋势及对策

五、参加展会应该注意的因素

第四节2012年中国商务礼品国际营销策略

一、树立“全球”意识

二、全球营销

第九章2012年中国商务礼品市场竞争新格局透析

第一节2012年商务礼品竞争现状分析

一、商务礼品业竞争尤激烈

二、国外企业触角伸到中国

三、商务礼品网络营销竞争力体现

第二节2012年中国商务礼品行业集中度分析

一、商务礼品市场集中度分析

二、商务礼品区域集中度分析

第三节2012年中国商务礼品行业国际竞争力提高策略

一、继续解放思想

二、把握行业大势

三、打造特色平台

四、发挥整合功能

五、培育竞争优势

第四节 2013-2018年中国商务礼品业竞争趋势分析

第十章 2012年中国商务礼品行业细分市场运行分析

第一节 广告促销礼品

一、广告促销礼品行业现状综述

二、广告促销礼品需求群体分析

三、广告促销礼品发展趋势

第二节 商务赠送礼品

第三节 工艺手工礼品

第四节 电子数码小礼品

第五节 奥运特制礼品

第十一章 2012年中国商务礼品生产基地运营态势分析

第一节 浙江平阳

一、基地概况

二、主打与优势产品

三、市场定位与产品流向

四、基地核心竞争力

第二节 浙江瑞安

一、基地概况

二、主打与优势产品

三、市场定位与产品流向

四、基地核心竞争力

第三节 广东深圳

一、基地概况

二、主打与优势产品

三、市场定位与产品流向

四、基地核心竞争力

第四节 浙江义乌

一、基地概况

二、主打与优势产品

三、市场定位与产品流向

四、基地核心竞争力

第十二章 2012年中国商务礼品业典型企业运营状况分析（企业可自选）

第一节 老凤祥股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 中钞国鼎（北京）投资有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 青岛格林玛特礼品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 山东鸿诚工艺礼品公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 深圳祝贺国际礼品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 台州长虹华美电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 南京大禾礼品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 宁波亨裕工艺礼品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 上海界龙艺术印刷有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2013-2018年中国商务礼品行业的趋势预测及投资建议

第一节 2013-2018年中国商务礼品行业新趋势探析

一、行业趋向专业化、规范化

二、品牌、个性礼品趋势

三、行业商会的作用日渐凸现

四、加强交流与合作

五、连锁经营模式逐渐扩大

六、中国礼品玩具业期待升级

七、新增需求预测

第二节 2013-2018年中国细分商务礼品前景预测分析

一、芳香治疗用品受欢迎

二、家庭装饰产品流行风

三、厨房礼品市场看好

四、艺术家授权礼品销售增长

五、数字图书掘金商务礼品

六、MP4成商务礼品市场弄潮儿

七、外资超市掘金商务礼品

第三节 2013-2018年中国商务礼品市场预测分析

一、商务礼品市场供需预测分析

二、商务礼品市场进出口贸易预测分析

三、商务礼品市场市场预测预测分析

第十四章 2013-2018年中国商务礼品行业投资机会与风险分析

第一节 2012年中国商务礼品行业投资概况

一、商务礼品投资特性

二、商务礼品投资环境分析

第二节 2013-2018年中国商务礼品行业投资机会分析

一、礼品市场投资的风向及建议

二、工艺礼品市场投资机会

三、中国观赏石市场总体发展向好

四、普洱茶发展的新机遇

五、保健礼品投资及汇集策略分析

七、环保礼品前景美好

八、学生礼品突飞猛进

第三节 2013-2018年中国商务礼品店投资经营方案全解

一、投资及经营建议

二、投资风险及其规避

三、礼品的选择策略

四、礼品采购指南

第四节 2013-2018年中国商务礼品行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第五节 权威专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201309/219043.html>