

2016-2022年中国礼品市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国礼品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1510/F743820423.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国礼品市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了礼品行业相关概述、中国礼品产业运行环境、分析了中国礼品行业的现状、中国礼品行业竞争格局、对中国礼品行业做了重点企业经营状况分析及中国礼品产业发展前景与投资预测。您若想对礼品产业有个系统的了解或者想投资礼品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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) 22014-2015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：博思数据对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1：2002-2013年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）	19
图表2：2010-2015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3：2010-2015年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）	21
图表4：2010-2013年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）	21
图表5：2012-2015年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）	22
图表6：2013年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）	22
图表7：2010-2015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8：2010-2015年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）	24
图表9：2012-2015年中国货物进出口总额（单位：亿美元）	25
图表10：2002-2013年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）	27
图表11：2002-2013年中国城镇人口比重变化图（单位：%）	27

图表12：2010-2013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21：2014-2015年包装行业规模分析（单位：家，人，万元） 35

图表22：2007-2013年包装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 36

图表23：2007-2013年包装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 36

图表24：2007-2013年包装行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 37

图表25：2007-2013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26：2007-2013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27：2007-2013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39：2010-2013年中国纺织行业主要产品产量月度增速（单位：%） 68

图表40：2010-2013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41：2012-2015年中国328级棉花价格月度变化（单位：元/吨） 70

图表42：2010-2013年中国纺织品、服装零售价格指数月度变化 70

图表43：2010-2013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44：2010-2013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45：2010-2013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46：2010-2015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58：2010-2015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61：2010-2015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79：2013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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1510/F743820423.html>