



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年礼品行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年礼品行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/144309.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

礼品是一个新兴的消费品产业，伴随着社会进步的节拍和互动交流的日益扩大化、人性化，礼品业的发展越发引起各方面的广泛关注。中国礼品的发展兴起于改革开放，与世界相比起步较晚，但发展速度惊人，主要依托于国内外市场的拉动。根据礼品的性质和用途可分为：国务(政务)礼品、商务礼品、休闲用品、收藏与陈设品、节庆用品等六大门类，其中，既有传统的礼品范畴，也有迅速发展和正在形成的新的礼品类别。可以断言，随着社会分工的进一步细化和小康社会生活内容的进一步丰富，礼品业的分类也将随之变化和更加科学。据不完全统计，中国礼品全行业年均增长速度为12%以上，高于全国三个百分点；2006年产值约1800亿-2000亿人民币左右。有80%以上礼品生产企业集中在广东、浙江、福建、北京、上海、江苏等沿海经济发达地区，义乌、苍南等一些有形市场已成为礼品的交易中心。目前，全国生产企业总数已超过1万家，大多数是民营企业，并且具有很强的经济活力。企业规模在不断扩大，出现一批大型礼品生产企业，一些企业年产值已超过5个亿。中国礼品出口量越来越大，国外礼品的主要消费国的礼品有70-80%来自中国。中国的产品已经成为礼品市场的主流。2009年礼品行业逆势增长，大部分企业的整体效益提高了20%以上。

中国礼品大量占据全球市场的同时，也面临着潜在的挑战，主要是礼品行业具有门槛底、劳动密集、工艺相对简单等，近一两年，一些发展中国家也都纷纷涉足礼品的生产，对中国的产品产生了潜在的影响。主要反映在，东西部发展不平衡，多数地区的生产规模及生产手段处于“弱、小、散”的状况；产品开发力量薄弱，设计趋同，缺乏个性化和丰富文化内涵，比如羊年羊风，牛年牛风，缺乏市场的魅力，生命周期很短；知识产权意识淡薄，制约了国内市场的发展，由此，致使很多企业家十分担忧。明明设计出很好的产品，但不敢投放国内市场(包括展览展示)；急待加强行业管理和引导，建立自律性行业管理机制。就中国礼品业的发展，中国是有着悠久历史文化传统的文明古国、礼仪之邦，几千年的文明史是礼品业发展的不竭动力，构成了中国礼品业的基础和丰富内涵，促进行业发展，逐步使中国礼品业在世界占有重要位置。金融危机使“中国制造”的传统竞争优势受到巨大冲击，依靠低廉的劳动力成本、资源成本和环保成本建立起来的密集型生产体系遭遇出口挫折，迫使延续了30年的高速增长方式开始寻求改变。礼品业作为中国制造的代表，危机也是首当其冲。目前，我国从事礼品及相关联的企业总数超过10万家，其中大多数是中小民营企业，在寻求转危为机过程中，众多企业对自主创新和品牌有了更深层次的认识。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国礼品业商会、中国礼仪用品工业协会、中国玩具业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及礼品研究单位等公布和提

供的大量资料，结合对礼品相关企业的实地调查，对我国礼品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了礼品行业的前景与风险。报告揭示了礼品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球礼品行业发展分析

第一节 国际礼品行业发展轨迹综述

- 一、国际礼品行业发展历程
- 二、国际礼品行业发展面临的问题
- 三、国际礼品行业技术发展现状及趋势

第二节 世界礼品行业市场情况

- 一、2008年世界礼品产业发展现状
- 二、2009年国际礼品产业发展态势
- 三、2009年国际礼品行业研发动态
- 四、2009年全球礼品行业挑战与机会

第三节 部分国家地区礼品行业发展状况

- 一、2008-2009年美国礼品行业发展分析
- 二、2008-2009年欧洲礼品行业发展分析
- 三、2008-2009年日本礼品行业发展分析
- 四、2008-2009年韩国礼品行业发展分析

第二章 我国礼品行业发展现状

第一节 中国礼品行业发展概述

- 一、中国礼品行业发展历程
- 二、中国礼品行业发展面临问题

三、中国礼品行业技术发展现状及趋势

第二节 我国礼品行业发展状况

一、2008年中国礼品行业发展回顾

二、2008年礼品行业发展情况分析

三、2008年我国礼品市场特点分析

四、2009年我国礼品市场发展分析

第三节 中国礼品行业供需分析

一、2008年中国礼品市场供给总量分析

二、2008年中国礼品市场供给结构分析

三、2009年中国礼品市场需求总量分析

四、2009年中国礼品市场需求结构分析

五、2009年中国礼品市场供需平衡分析

第三章 中国礼品行业经济运行分析

第一节 2009年礼品行业运行情况分析

一、2009年礼品行业经济指标分析

二、2009年礼品行业收入前十家企业

第二节 2009年礼品行业产量分析

一、2009年我国礼品产品产量分析

二、2009年我国礼品产品产量预测

第三节 2009年礼品行业进出口分析

一、2009年礼品行业进口总量及价格

二、2009年礼品行业出口总量及价格

三、2009年礼品行业进出口数据统计

四、2009-2012年礼品进出口态势展望

第四章 中国礼品行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区礼品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

- 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第二节 2009年东北地区礼品行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第三节 2009年华东地区礼品行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第四节 2009年华南地区礼品行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第五节 2009年华中地区礼品行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第六节 2009年西南地区礼品行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第七节 2009年西北地区礼品行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第五章 中国礼品行业消费市场分析

第一节 中国礼品消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 礼品行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 礼品市场消费需求分析

- 一、礼品市场的消费需求变化
- 二、礼品行业的需求情况分析
- 三、2009年礼品品牌市场消费需求分析

第四节 礼品消费市场状况分析

- 一、礼品行业消费特点
- 二、礼品消费者分析
- 三、礼品消费结构分析
- 四、礼品消费的市场变化
- 五、礼品市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 礼品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、礼品行业品牌忠诚度调查
- 六、礼品行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章 礼品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年礼品行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 礼品行业投资机会分析

- 一、礼品投资项目分析
- 二、可以投资的礼品模式
- 三、2009年礼品投资机会
- 四、2009年礼品细分行业投资机会
- 五、2009年礼品投资新方向

第三节 礼品行业发展前景分析

- 一、礼品市场发展前景分析
- 二、我国礼品市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下礼品市场的发展前景
- 四、2009年礼品市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年礼品市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 礼品行业竞争格局分析

第一节 礼品行业集中度分析

- 一、礼品市场集中度分析

二、礼品企业集中度分析

三、礼品区域集中度分析

第二节 礼品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 礼品行业竞争格局分析

一、2008年礼品行业竞争分析

二、2008年中外礼品产品竞争分析

三、2008-2009年国内外礼品竞争分析

四、2008-2009年我国礼品市场竞争分析

五、2008-2009年我国礼品市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要礼品企业动向

第八章 2009-2012年中国礼品行业发展形势分析

第一节 礼品行业发展概况

一、礼品行业发展特点分析

二、礼品行业投资现状分析

三、礼品行业总产值分析

四、礼品行业技术发展分析

第二节 2008-2009年礼品行业市场情况分析

一、礼品行业市场发展分析

二、礼品市场存在的问题

三、礼品市场规模分析

第三节 2008-2009年礼品产销状况分析

一、礼品产量分析

二、礼品产能分析

三、礼品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国礼品行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国礼品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国礼品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国礼品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

第十章 礼品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年礼品原材料价格走势

二、2008-2009年礼品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年礼品行业产销情况

二、2008-2009年礼品行业库存情况

三、2008-2009年礼品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年礼品行业价格走势

二、2008-2009年礼品行业营业收入情况

三、2008-2009年礼品行业毛利率情况

四、2008-2009年礼品行业赢利能力

五、2008-2009年礼品行业赢利水平

六、2009-2012年礼品行业赢利预测

第十一章 礼品行业盈利能力分析

第一节 2009年中国礼品行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国礼品行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国礼品行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国礼品行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 礼品重点企业发展分析

第一节 中国第一铅笔股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 周大福珠宝金行有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 北京超新怡和科贸有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 中国礼品城——温州礼品城

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 深圳伽元工艺礼品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 九百度工艺品装饰有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 礼品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 礼品行业投资效益分析

一、2009年礼品行业投资状况分析

二、2009年礼品行业投资效益分析

三、2009-2012年礼品行业投资方向

四、2009-2012年礼品行业投资建议

第四节 礼品行业投资策略研究

一、2008年礼品行业投资策略

二、2009年礼品行业投资策略

三、2009-2012年礼品行业投资策略

四、2009-2012年礼品细分行业投资策略

第十四章 礼品行业投资风险预警

第一节 影响礼品行业发展的主要因素

一、2009年影响礼品行业运行的有利因素

二、2009年影响礼品行业运行的稳定因素

三、2009年影响礼品行业运行的不利因素

四、2009年我国礼品行业发展面临的挑战

五、2009年我国礼品行业发展面临的机遇

第二节 礼品行业投资风险预警

一、2009-2012年礼品行业市场风险预测

二、2009-2012年礼品行业政策风险预测

三、2009-2012年礼品行业经营风险预测

四、2009-2012年礼品行业技术风险预测

五、2009-2012年礼品行业竞争风险预测

六、2009-2012年礼品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 礼品行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国礼品市场趋势分析

一、2008-2009年我国礼品市场趋势总结

二、2009-2012年我国礼品发展趋势分析

第二节 2009-2012年礼品产品发展趋势分析

一、2009-2012年礼品产品技术趋势分析

二、2009-2012年礼品产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国礼品行业供需预测

一、2008-2012年中国礼品供给预测

二、2009-2012年中国礼品需求预测

三、2009-2012年中国礼品价格预测

第四节 2009-2012年礼品行业规划建议

一、礼品行业"十一五"整体规划

二、礼品行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年礼品行业规划建议

第十六章 礼品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、礼品价格策略分析

二、礼品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高礼品企业竞争力的策略

一、提高中国礼品企业核心竞争力的对策

二、礼品企业提升竞争力的主要方向

三、影响礼品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高礼品企业竞争力的策略

第四节 对我国礼品品牌的战略思考

一、礼品实施品牌战略的意义

二、礼品企业品牌的现状分析

三、我国礼品企业的品牌战略

四、礼品品牌战略管理的策略

图表目录

图表：礼品产业链分析

图表：礼品行业生命周期

图表：2008-2009年中国礼品行业市场规模

图表：2008-2009年全球礼品产业市场规模

图表：2008-2009年礼品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国礼品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国礼品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国礼品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国礼品竞争力分析

图表：2009-2012年中国礼品市场前景预测

图表：2009-2012年中国礼品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国礼品发展前景预测

图表：2008-2009年11月礼品行业销售成本分析

图表：2008-2009年11月礼品行业销售费用分析

图表：2008-2009年11月礼品行业管理费用分析

图表：2008-2009年11月礼品行业财务费用分析

图表：2008-2009年11月礼品行业销售及利润分析

图表：2008-2009年11月礼品行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年11月礼品行业销售利润率分析

图表：2008-2009年11月礼品行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年11月礼品行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年11月礼品行业资产分析

图表：2008-2009年11月礼品行业负债分析

图表：2008-2009年11月礼品行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年11月国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年11月电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年11月各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-11月工业生产主要指标

图表：2008-2009年11月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年11月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-11月我国礼品产品进口数据

图表：2009年1-11月我国礼品产品出口数据

图表：2009年1月我国礼品产品进口数据

图表：2009年1月我国礼品产品出口数据

图表：2009年2月我国礼品产品进口数据

图表：2009年2月我国礼品产品出口数据

图表：2009年3月我国礼品产品进口数据

图表：2009年3月我国礼品产品出口数据

图表：2009年上半年我国礼品产品进口数据

图表：2009年上半年我国礼品产品出口数据

图表：2009年4月我国礼品产品进口数据

图表：2009年4月我国礼品产品出口数据

图表：2009年5月我国礼品产品进口数据

图表：2009年5月我国礼品产品出口数据

图表：2009年6月我国礼品产品进口数据

图表：2009年6月我国礼品产品出口数据

图表：2009年2季度我国礼品产品进口数据

图表：2009年2季度我国礼品产品出口数据

图表：2009年7月我国礼品产品进口数据

图表：2009年7月我国礼品产品出口数据

图表：2009年8月我国礼品产品进口数据

图表：2009年8月我国礼品产品出口数据

图表：2009年9月我国礼品产品进口数据

图表：2009年9月我国礼品产品出口数据

图表：2009年3季度我国礼品产品进口数据

图表：2009年3季度我国礼品产品出口数据

图表：2009年10月我国礼品产品进口数据

图表：2009年10月我国礼品产品出口数据

图表：2009年11月我国礼品产品进口数据

图表：2009年11月我国礼品产品出口数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业国有企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业集体企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业私营企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-11月中国礼品产品行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计资产总计对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计利润总额对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业产销率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业人均销售率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业亏损面对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业销售利润率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制礼品产品企业资金利税率对比

图表：2009年1-11月礼品产品产量北京市统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量天津市统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量河北省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量吉林省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量上海市统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量江苏省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量浙江省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量安徽省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量福建省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量江西省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量山东省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量河南省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量湖北省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量湖南省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量广东省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量广西区统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量海南省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量四川省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量云南省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量陕西省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量青海省统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-11月礼品产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144309.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。