



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电子礼品市场发展现状及行业发展趋势报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电子礼品市场发展现状及行业发展趋势报告》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/259824.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

第一章 中国礼品行业发展背景分析

1.1 礼品行业定义

1.1.1 礼品定义和分类

(1) 礼品定义

(2) 礼品分类

1.1.2 礼品行业的起源和定义

(1) 礼品行业的起源

(2) 礼品行业的定义

1.1.3 礼品行业的本质

(1) 消费群体与购买群体相分离

(2) 产品本身价值评判由其应用环境所决定

(3) 礼品是一个承载信息的载体

1.2 礼品行业发展环境分析

1.2.1 礼品行业政策环境分析

(1) 礼品行业管理组织

(2) <关于企业促销展业赠送礼品有关个人所得税问题的通知>

1.2.2 礼品行业经济环境分析

(1) 国内外宏观经济环境分析

(2) 宏观经济环境对行业的影响分析

1.2.3 礼品行业社会环境分析

(1) 送礼风俗

(2) 礼品消费习惯

1.2.4 礼品行业人口环境分析

(1) 中国城市人口和家庭分布情况分析

1) 中国城市人口分布情况

2) 中国城市家庭分布情况

(2) 中国人口的年龄比重变化情况

(3) 中国人口教育水平变化情况

(4) 中国城乡人口比例变化情况

1.2.5 礼品行业贸易环境分析

- (1) 贸易结构变化分析
- (2) 人民币汇率分析
- (3) 贸易壁垒分析
- (4) 贸易环境发展趋势

第二章 中国礼品行业发展现状及趋势分析

2.1 礼品行业发展总体情况

2.1.1 礼品行业的发展阶段分析

2.1.2 礼品行业发展规模分析

2.1.3 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
- (4) 鱼龙混杂，缺乏规范

2.1.4 礼品公司形式及区域分布情况

- (1) 礼品公司存在形式
- (2) 礼品公司区域分布情况

2.1.5 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

2.2 礼品行业销售情况分析

2.2.1 礼品行业总体销售情况

2.2.2 不同规模企业销售情况

2.2.3 礼品行业在线销售情况

2.2.4 2012年礼品行业销售预期

2.3 礼品行业市场竞争分析

2.3.1 礼品行业特征分析

- (1) 进入门槛低
- (2) 礼品种类多

2.3.2 礼品行业竞争现状分析

- (1) 市场竞争激烈
- (2) 跟风模仿严重

2.3.3 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

2.4 礼品行业发展趋势分析

- 2.4.1 礼品消费由群体消费转向个体消费
- 2.4.2 礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动
- 2.4.3 礼品行业从业者将更为广泛
- 2.4.4 定制化渐成礼品采购主流模式
- 2.4.5 创意礼品成礼品行业发展突破口
- 2.4.6 品牌授权连锁运营成为趋势

第三章 中国小家电礼品市场分析

3.1 礼品行业产品结构分析

- 3.1.1 行业产品主要类别
- 3.1.2 行业主要细分产品

3.2 电子礼品市场分析

- 3.2.1 电子礼品的主要产品类型
- 3.2.2 电子礼品市场现状分析
- 3.2.3 电子礼品市场前景分析

3.3 积分兑换礼品及礼品采购情况调研

3.3.1 积分兑换礼品情况调研

- (1) 2014年招商银行---积分兑换礼品情况
- (2) 2014年中国电信积分兑换礼品情况
- (3) 2014年中国联通积分兑换礼品情况
- (4) 2014年中国移动积分兑换礼品情况
- (5) 2014年东方航空积分兑换礼品情况

3.3.2 2014年礼品行业热门采购排行榜

第四章 中国礼品行业投资前景分析

4.1 礼品行业投资特性分析

- 4.1.1 礼品行业进入壁垒分析
- 4.1.2 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

4.1.3 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

4.1.4 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

4.2 礼品行业投资现状分析

4.2.1 礼品行业投资事件分析

4.2.2 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

4.3 礼品行业投资前景分析

4.3.1 礼品行业成长性分析

4.3.2 礼品市场潜力分析

4.3.3 礼品行业投资前景分析

4.4 礼品行业投资建议

4.4.1 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

4.4.2 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

4.4.3 礼品行业投资建议

(1) 投资方向及产品建议

(2) 人才投资建议

图表目录：

图表1 2012-2014年中国gdp增长速度（单位:百万元，%）

图表2 2012-2014年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位:元，%）

图表3 2012-2014年农村居民人均纯收入及增长情况（单位:元，%）

图表4 2010-2014年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位:%）

图表5 2011-2012年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位:%）

图表6 2014年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位:%）

图表7 2012-2014年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位:亿元，%）

图表8 2012-2014年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位:亿元，%）

图表9 2012-2014年中国货物进出口总额（单位:亿美元）

图表10 2012-2014年中国城镇人口比重变化情况（单位:万人，百分点，%）

图表11 2012-2014年中国城镇人口比重变化图（单位:%）

图表12 2010-2014年中国城镇人口比重变化图（分地区情况）（单位:%）

图表13 中国六次人口普查家庭户数变化图（单位:万户）

图表14 2012vs2014年中国人口年龄结构表（单位:万人，%）

图表15 2012--2014年中国人口年龄结构图（单位:%）

图表16 2012-2014年中国人口年龄结构变化趋势（单位:%）

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）

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）

图表19 2012-2014年城乡人口总数变化（单位:万人）

图表20 2012-2014年城乡人口比重变化（单位:%）

图表21 2012-2014年我国货物进出口总额及贸易顺差变化趋势（单位:亿美元）

图表22 2012-2015年我国进出口增速情况及预测（单位:%）

图表23 2012-2014年我国贸易顺差走势及预测（单位:亿美元）

图表24 德国礼品市场四大进口国比例分析（单位:%）

图表25 德国消费者购买礼品主要动机百分比（单位:%）

图表26 日本礼品市场情况（单位:%）

图表27 西班牙礼品市场主要进口来源（单位:%）

图表28 2014年中国礼品销售额年度评估（单位:亿元，%）

图表29 2012-2014年按礼品公司规模划分的市场份额（单位:%）

图表30 中国礼品销售额年度分类（单位：%）

图表31 2009-2014年礼品公司销售额平均数（单位：万元，%）

图表32 2009-2014年礼品公司在线销售总额及占比情况（单位：亿元，%）

图表33 2012年礼品工艺品行业热销产品排名情况（单位：%）

图表34 礼品行业产品结构图（按2014年销售额）（单位：%）

图表35 电子礼品关注度比例（单位：%）

图表36 招商银行---最受欢迎的11款积分礼品

图表37 招商银行---积分兑换礼品产品分布情况（单位：%）

图表38 中国电信天翼积分商城产品兑换排行榜

图表39 中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按类别）（单位：%）

图表40 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：%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/259824.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提供投资咨询报告、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。