



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国节日礼物产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国节日礼物产业发展现状及市场监测报告》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/282956.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

报告目录：

第一部分 节日礼品市场发展现状 14

第一章 全球节日礼品行业发展分析 14

第一节 全球节日礼品行业发展轨迹综述 14

一、全球节日礼品行业发展历程 14

二、全球节日礼品行业发展面临的问题 14

三、全球节日礼品行业技术发展现状及趋势 14

第二节 全球节日礼品行业市场情况 15

第三节 部分国家地区节日礼品行业发展状况 15

一、2014-2016年美国节日礼品行业发展分析 15

二、2014-2016年欧洲节日礼品行业发展分析 16

三、2014-2016年日本节日礼品行业发展分析 16

四、2014-2016年韩国节日礼品行业发展分析 17

第二章 2014-2016年中国节日礼品行业发展形势 18

第一节 节日礼品行业发展概况 18

一、节日礼品行业发展特点分析 18

二、节日礼品行业投资现状分析 18

三、节日礼品行业总产值分析 18

四、节日礼品行业技术发展分析 19

第二节 2014-2016年节日礼品行业市场情况分析 20

一、节日礼品行业市场发展分析 20

二、节日礼品市场存在的问题 21

三、节日礼品市场规模分析 21

第三节 2014-2016年节日礼品产销状况分析 22

一、节日礼品产量分析 22

二、节日礼品产能分析 22

三、节日礼品市场需求状况分析 23

第四节 产品发展趋势预测 23

一、产品发展新动态 23

二、技术新动态 24

三、产品发展趋势预测 24

第三章 中国节日礼品行业区域市场分析 26

第一节 2016年华北地区节日礼品行业分析 26

一、2014-2016年行业发展现状分析 26

二、2014-2016年市场规模情况分析 26

三、2014-2016年市场需求情况分析 27

四、2017-2022年行业发展前景预测 27

五、2017-2022年行业投资风险预测 27

第二节 2016年东北地区节日礼品行业分析 28

一、2014-2016年行业发展现状分析 28

二、2014-2016年市场规模情况分析 28

三、2014-2016年市场需求情况分析 28

四、2017-2022年行业发展前景预测 29

五、2017-2022年行业投资风险预测 29

第三节 2016年华东地区节日礼品行业分析 29

一、2014-2016年行业发展现状分析 29

二、2014-2016年市场规模情况分析 30

三、2014-2016年市场需求情况分析 30

四、2017-2022年行业发展前景预测 31

五、2017-2022年行业投资风险预测 31

第四节 2016年华南地区节日礼品行业分析 31

一、2014-2016年行业发展现状分析 31

二、2014-2016年市场规模情况分析 32

三、2014-2016年市场需求情况分析 32

四、2017-2022年行业发展前景预测 32

五、2017-2022年行业投资风险预测 33

第五节 2016年华中地区节日礼品行业分析 33

一、2014-2016年行业发展现状分析 33

二、2014-2016年市场规模情况分析 33

三、2014-2016年市场需求情况分析 35

四、2017-2022年行业发展前景预测 35

五、2017-2022年行业投资风险预测	35
第六节 2016年西南地区节日礼品行业分析	36
一、2014-2016年行业发展现状分析	36
二、2014-2016年市场规模情况分析	36
三、2014-2016年市场需求情况分析	36
四、2017-2022年行业发展前景预测	37
五、2017-2022年行业投资风险预测	37
第七节 2016年西北地区节日礼品行业分析	37
一、2014-2016年行业发展现状分析	37
二、2014-2016年市场规模情况分析	38
三、2014-2016年市场需求情况分析	38
四、2017-2022年行业发展前景预测	39
五、2017-2022年行业投资风险预测	39
第四章 节日礼品行业投资与发展前景分析	40
第一节 2016年节日礼品行业投资情况分析	40
一、2016年总体投资情况	40
二、2016年投资规模情况	40
三、2016年投资增速情况	41
四、2016年分地区投资分析	41
第二节 节日礼品行业投资机会分析	42
一、节日礼品投资项目分析	42
二、可以投资的节日礼品模式	43
三、2016年节日礼品投资机会	43
四、2016年节日礼品投资新方向	44
第三节 行业发展前景分析	44
一、中国节日礼品市场的发展前景	44
二、2016年节日礼品市场面临的发展商机	45
第二部分 节日礼品市场竞争格局分析	45
第五章 节日礼品行业竞争格局分析	45
第一节 节日礼品行业集中度分析	45
一、节日礼品市场集中度分析	45
二、节日礼品企业集中度分析	45

三、节日礼品区域集中度分析 46

第二节 节日礼品行业主要企业竞争力分析 47

一、重点企业资产总计对比分析 47

二、重点企业从业人员对比分析 47

三、重点企业全年营业收入对比分析 47

四、重点企业利润总额对比分析 48

五、重点企业综合竞争力对比分析 48

第三节 节日礼品行业竞争格局分析 48

一、2016年节日礼品行业竞争分析 48

二、2016年中外节日礼品产品竞争分析 49

三、2014-2016年中国节日礼品市场竞争分析 49

四、2014-2016年国内主要节日礼品企业动向 49

第三部分 赢利水平与企业分析 50

第六章 中国节日礼品行业整体运行指标分析 50

第一节 2016年中国节日礼品行业总体规模分析 50

一、企业数量结构分析 50

二、行业生产规模分析 50

第二节 2016年中国节日礼品行业产销分析 51

一、行业产成品情况总体分析 51

二、行业产品销售收入总体分析 51

第三节 2016年年中国节日礼品行业财务指标总体分析 52

一、行业盈利能力分析 52

二、行业偿债能力分析 52

三、行业营运能力分析 53

四、行业发展能力分析 53

第四节 产销运存分析 54

一、2014-2016年节日礼品行业产销情况 54

二、2014-2016年节日礼品行业库存情况 54

三、2014-2016年节日礼品行业资金周转情况 55

第五节 盈利水平分析 55

一、2014-2016年节日礼品行业价格走势 55

二、2014-2016年节日礼品行业营业收入情况 55

三、2014-2016年节日礼品行业毛利率情况	55
四、2014-2016年节日礼品行业赢利能力	57
五、2014-2016年节日礼品行业赢利水平	57
六、2017-2022年节日礼品行业赢利预测	57
第七章 节日礼品行业盈利能力分析	58
第一节 2016年中国节日礼品行业利润总额分析	58
一、利润总额分析	58
二、不同规模企业利润总额比较分析	58
三、不同所有制企业利润总额比较分析	58
第二节 2016年中国节日礼品行业销售利润率	59
一、销售利润率分析	59
二、不同规模企业销售利润率比较分析	60
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	60
第三节 2016年中国节日礼品行业总资产利润率分析	60
一、总资产利润率分析	60
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	61
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析	61
第四节 2016年中国节日礼品行业产值利税率分析	62
一、产值利税率分析	62
二、不同规模企业产值利税率比较分析	62
三、不同所有制企业产值利税率比较分析	63
第八章 节日礼品重点企业发展分析	64
第一节 孚日集团股份有限公司	64
一、企业概况	64
二、产品结构分析	64
三、产品价格分析	64
四、盈利能力以及利润率分析	65
五、生产布局与产能扩张	66
六、市场营销区域分析	67
七、主要客户分析	67
九、成长性分析	67
十、公司战略规划分析	68

第二节 浙江如意礼品工艺有限公司	68
第三节 广东奥飞动漫文化股份有限公司	69
第四节 浙江奥光工艺品制造有限公司	69
第九章 节日礼品产品竞争力优势分析	70
第一节 整体产品竞争力评价	70
第二节 整体产品竞争力评价结果分析	70
第三节 竞争优势评价及构建建议	70
第四节 业内专家观点与结论	74
第十章 节日礼品行业投资策略分析	76
第一节 行业发展特征	76
一、行业的周期性	76
二、行业的区域性	76
三、行业的上下游	76
四、行业经营模式	78
第二节 行业投资形势分析	78
一、行业发展格局	78
二、行业进入壁垒	79
三、行业SWOT分析	79
四、行业五力模型分析	80
第三节 2016年节日礼品行业投资效益分析	82
第四节 2016年节日礼品行业投资策略研究	82
第十一章 2014-2016年节日礼品行业投资风险预警	83
第一节 影响节日礼品行业发展的主要因素	83
一、2016年影响节日礼品行业运行的有利因素	83
二、2016年影响节日礼品行业运行的稳定因素	84
三、2016年影响节日礼品行业运行的不利因素	84
四、2016年中国节日礼品行业发展面临的挑战	84
五、2016年中国节日礼品行业发展面临的机遇	85
第二节 节日礼品行业投资风险预警	85
一、2014-2016年节日礼品行业市场风险预测	85
二、2014-2016年节日礼品行业政策风险预测	85
三、2014-2016年节日礼品行业经营风险预测	85

四、2014-2016年节日礼品行业技术风险预测	85
五、2014-2016年节日礼品行业竞争风险预测	86
六、2014-2016年节日礼品行业其他风险预测	86
第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议	87
第十二章 2014-2016年节日礼品行业发展趋势分析	87
第一节 2014-2016年中国节日礼品市场趋势分析	87
一、2014-2016年中国节日礼品市场趋势总结	87
二、2014-2016年中国节日礼品发展趋势分析	87
第二节 2014-2016年节日礼品产品发展趋势分析	88
一、2014-2016年节日礼品产品技术趋势分析	88
二、2014-2016年节日礼品产品价格趋势分析	88
第三节 2017-2022年中国节日礼品行业供需预测	88
一、2017-2022年中国节日礼品供给预测	88
二、2017-2022年中国节日礼品需求预测	89
第四节 2014-2016年节日礼品行业规划建议	89
第十三章 节日礼品企业管理策略建议	90
第一节 市场策略分析	90
一、节日礼品价格策略分析	90
二、节日礼品渠道策略分析	90
第二节 销售策略分析	91
一、媒介选择策略分析	91
二、产品定位策略分析	93
三、企业宣传策略分析	94
第三节 提高节日礼品企业竞争力的策略	96
一、提高中国节日礼品企业核心竞争力的对策	96
二、节日礼品企业提升竞争力的主要方向	97
三、影响节日礼品企业核心竞争力的因素及提升途径	97
四、提高节日礼品企业竞争力的策略	98
第四节 对中国节日礼品品牌的战略思考	99
一、节日礼品实施品牌战略的意义	99
二、节日礼品企业品牌的现状分析	101
三、中国节日礼品企业的品牌战略	102

四、节日礼品品牌战略管理的策略 103(AK HT)

部分图表目录：

图表 1：全球节日礼品行业市场分布格局	15
图表 2：2014-2016年美国节日礼品行业发展现状	16
图表 3：2014-2016年欧洲节日礼品行业发展现状	16
图表 4：2014-2016年日本节日礼品行业发展现状	17
图表 5：2014-2016年韩国节日礼品行业发展现状	17
图表 6：2014-2016年中国节日礼品行业总产值增长分析	19
图表 7：2014-2016年中国节日礼品行业市场规模统计	22
图表 8：2014-2016年中国节日礼品产量增长分析	22
图表 9：2014-2016年中国节日礼品产能增长分析	22
图表 10：2014-2016年中国节日礼品产能增长分析	23
图表 11：2014-2016年中国华北地区节日礼品产量增长分析	26
图表 12：2014-2016年华北地区节日礼品市场规模增长分析	26
图表 13：2014-2016年中国华北地区节日礼品需求量增长分析	27
图表 14：2017-2022年华北地区节日礼品市场规模增长分析	27
图表 15：2014-2016年中国东北地区节日礼品产量增长分析	28
图表 16：2014-2016年东北地区节日礼品市场规模增长分析	28
图表 17：2014-2016年中国东北地区节日礼品需求量增长分析	28
图表 18：2017-2022年东北地区节日礼品市场规模增长分析	29
图表 19：2014-2016年中国华东地区节日礼品产量增长分析	29
图表 20：2014-2016年华东地区节日礼品市场规模增长分析	30
图表 21：2014-2016年中国华东地区节日礼品需求量增长分析	30
图表 22：2017-2022年华东地区节日礼品市场规模增长分析	31
图表 23：2014-2016年中国华南地区节日礼品产量增长分析	31
图表 24：2014-2016年华南地区节日礼品市场规模增长分析	32
图表 25：2014-2016年中国华南地区节日礼品需求量增长分析	32
图表 26：2017-2022年华南地区节日礼品市场规模增长分析	32
图表 27：2014-2016年中国华中地区节日礼品产量增长分析	33
图表 28：2014-2016年华中地区节日礼品市场规模增长分析	33
图表 29：2014-2016年中国华中地区节日礼品需求量增长分析	35

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282956.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提供专业投资咨询报告、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。