



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国礼品行业产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国礼品行业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/283477.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

2010-2015年中国礼品行业需求规模

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。

报告目录：

第一章 礼品行业相关概念及分类 1

第一节 礼品的相关概念 1

一、礼品的概念和文化 1

二、商务礼品文化 1

第二节 礼品的分类 2

一、按礼品的原材料构成分 2

二、按满足礼品消费者需要分类 2

第二章 2015年中国礼品产业运行环境分析 3

第一节 国际宏观经济环境分析 3

一、2015年世界经济运行分析 3

二、2015年世界经济预测 10

第二节 中国宏观经济环境分析 17

一、2015年中国宏观经济运行分析 17

二、2014-2015年中国经济发展预测 27

第三节 2015年中国礼品产业政策环境分析 32

一、政策干预礼品包装 32

二、深圳文化创意礼品受政策扶持 33

第三章 中国礼品行业整体发展情况分析 36

第一节 2015年中国礼品业发展现状分析 36

一、2015年中国礼品业低碳概念先行 36

二、2015年创意经济推动礼品业成熟 36

- 三、2015年我国礼品业深挖"中国元素" 38
- 四、2015年中国礼品行业TOP100 39
- 五、2015年中国礼品业从"制造"转型"创造" 40
- 第二节 2015年中国礼品行业发展情况分析 42
 - 一、礼品业的在我国经济中的地位 42
 - 二、礼品业现状的基本分析 42
 - 三、礼品工业协会成立及其作用 44
 - 四、礼品业发展工作思路 44
- 第三节 2015年中国礼品业生产基地分析 45
 - 一、工艺品、商务礼品生产基地 45
 - 二、圣诞礼品生产基地 45
- 第四节 2015年中国礼品业发展存在的问题 46
 - 一、产业化、规模化程度低 46
 - 二、行业运行不规范 46
 - 三、从业人员文化素质低、研发能力弱 47
 - 四、知识产权意识弱，仿冒现象严重 47

第四章 中国礼品市场分析 50

- 第一节 中国礼品市场发展特点及现状 50
 - 一、中国礼品市场发展特点 50
 - 二、礼品市场现状分析 51
 - 三、中国礼品占全球市场份额情况 53
- 第二节 2014-2015年礼品市场发展情况分析 54
 - 一、2015年中国礼品市场发展情况分析 54
 - 二、2015年礼品市场采购分析 56
 - 三、2015年电商势力成礼品市场增长亮点 57
 - 四、2015年礼品出口环境恶化 58
 - 五、2015年礼品内需撑起一片天 59
 - 六、2015年中国数码礼品市场需求概况分析 59
 - 七、2015年商务礼品市场分析 61
- 第三节 2015年礼品市场分析 62
 - 一、产品分析 62

二、经营分析 63

三、行业呼吁 64

四、广告表现策略分析 65

五、目标消费群 65

第四节 我国礼品市场存在的问题及对策 65

一、礼品市场存在的主要问题及其经济影响 65

二、礼品市场问题的存在根源于礼品使用价值的异化 67

三、急剧扩张的礼品行业市场呼吁行业升级 68

四、对于礼品市场存在问题的基本对策 69

第五章 主要产品市场分析 71

第一节 礼品行业核心市场分析 71

一、六大礼品板块的发展分析 71

二、中国礼品市场的三座金矿 71

第二节 2015年饰品礼品市场分析 73

一、2015年中国珠宝首饰行业发展分析 73

二、2015年黄金珠宝业酝酿制定行业标准 76

三、2015年两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准 76

四、中国饰品业的主要销售形式 77

五、中国饰品市场竞争策略分析 79

六、2017-2022年我国珠宝销售预测 83

第三节 2014-2015年收藏品礼品市场分析 84

一、2015年艺术品收藏市场发展分析 84

二、2015年收藏品进入高端礼品市场 87

三、2015年收藏市场春拍行情展望 88

四、2015艺术品拍卖市场展望 90

五、2015年收藏市场将继续向好发展 92

第四节 2014-2015年玩具礼品市场分析 93

一、2015年我国玩具业发展状况 93

二、2015年中国玩具制造业主要经济指标 98

三、2015年中国玩具制造业工业销售产值 100

四、2015年中国玩具出口分析 101

- 五、2015年中国玩具出口问题分析 103
- 六、2015年玩具市场流行趋势全方位预测 104
- 第五节 2014-2015年烟茶酒礼品市场分析 106
 - 一、礼品酒市场运作的核心要点 106
 - 二、2015年葡萄酒行业发展分析 109
 - 三、2015年我国礼品茶发展分析 109
 - 四、2015年烟茶酒产品生产情况 110
 - 五、2015中国礼品酒发展趋势 115
- 第六节 2014-2015年奢侈品市场分析 118
- 第七节 2014-2015年工艺礼品市场分析 119

第六章 主要区域市场分析 143

- 第一节 2015年浙江礼品产业发展分析 143
 - 一、浙江礼品行业的现状分析 143
 - 二、浙江礼品行业的前景展望 144
 - 三、义乌圣诞礼品的市场分析 145
- 第二节 2014-2015年广东礼品产业发展分析 146
 - 一、广东澄海玩具礼品产业发展现状分析 146
 - 二、广东中山保健型礼品茶日渐走俏 147
 - 三、2015年深圳工艺礼品行业首次接受银行授信 148
 - 四、2015年深圳礼品展引领高端个性化发展趋势 149
- 第三节 2014-2015年其他地区礼品产业发展分析 150
 - 一、北京礼品市场状况 150
 - 二、重庆礼品市场情况 151
 - 三、成都礼品市场状况 152
 - 四、山东礼品市场状况 153
 - 五、福建礼品市场状况 155

第七章 国外礼品市场分析 157

- 第一节 德国礼品行业发展分析 157
 - 一、德国商务习俗 157
 - 二、德国礼品文化 158

三、德国礼品市场分析	160
第二节 日本礼品行业发展分析	161
一、日本商务习俗	161
二、日本礼品市场分析	162
三、日本礼品发展趋势	163
第三节 沙特礼品行业发展分析	164
一、沙特商务习俗	164
二、沙特礼品市场分析	166
第四节 荷兰礼品行业发展分析	167
一、荷兰商务习俗	167
二、荷兰礼品市场分析	168
第五节 俄罗斯礼品行业发展分析	169
一、俄罗斯礼品市场分析	169
二、俄罗斯礼品征税情况	170
第六节 美国礼品行业发展分析	171
一、美国礼品市场规模情况	171
二、美国礼品销售渠道分析	173
三、美国礼品市场畅销产品	173
四、美国礼品公司借互联网走创新之路	174
五、中国工艺品开拓美国市场策略	176
第八章 关联产业分析	187
第一节 2015年礼品包装行业发展分析	187
一、国内礼品包装行业现状分析	187
二、保健品礼品包装行业现状分析	188
三、限制礼品过度包装的政策	189
四、礼品包装行业成创业新思路	191
第二节 其他关联产业分析	192
一、2015年礼品回收行业发展分析	192
二、2015年礼品企业网站经营分析	193
三、2015年塑料行业发展分析	195
四、2015年电子行业发展分析	197

五、2015年纺织行业发展分析 201

六、2015年动漫产业发展分析 204

第九章 行业竞争与企业分析 206

第一节 香港周生生珠宝 206

一、公司简介 206

二、2015年公司经营情况分析 206

三、2015年公司经营情况分析 207

四、2007-2015年公司财务数据分析 207

五、2015年周生生推出全新品牌形象 210

第二节 老凤祥 211

一、公司简介 211

二、老凤祥竞争优势分析 212

三、2015年企业经营情况分析 213

四、2015年企业经营情况分析 213

五、2014-2015年企业财务数据分析 214

六、2015年公司发展展望及策略 218

第三节 周大福珠宝金行 221

一、公司发展大事记 221

二、公司发展历程 222

三、2015年公司在内地开设分店数量 224

四、2015年周大福积极筹备IPO 224

第四节 东方金钰 225

一、公司简介 225

二、2015年企业经营情况分析 227

三、2015年企业经营情况分析 229

四、2014-2015年企业财务数据分析 230

五、2015年公司发展展望及策略 233

第五节 其他礼品企业分析 234

一、北京超新怡和科贸有限公司 234

二、中山兆兴文具有限公司 235

三、深圳伽元工艺礼品有限公司 239

四、九百度工艺品装饰有限公司 239

第十章 2017-2022年礼品行业发展趋势预测 241

第一节 2017-2022年礼品行业发展展望 241

一、行业趋向专业化、规范化 241

二、品牌、个性礼品趋势 241

三、行业商会的作用日渐凸现 242

四、加强交流与合作 243

五、连锁经营模式逐渐扩大 244

第二节 未来礼品市场趋势 245

一、市场规模 245

二、销售渠道 245

三、畅销产品 246

第三节 礼品行业发展趋势分析 246

一、礼品行业的发展趋势 246

二、礼品网发展趋势分析 247

三、礼品酒市场新趋势 248

四、家纺类礼品未来的趋势 248

五、2015年中国礼品市场空间及发展机遇与挑战分析 250

六、2015年中国礼品市场销售前景 251

第四节 礼品行业个性化发展趋势分析 252

一、个性礼品定制成时尚潮流 252

二、生日礼品个性化定制趋势分析 253

三、DIY个性礼品未来发展趋势分析 254

第十一章 2017-2022年礼品行业营销及策略探讨 256

第一节 礼品行业营销策略分析 256

一、礼品营销特征及其创新 256

二、礼品市场体验营销分析 258

三、礼品的搜索营销突围之道 261

四、中国礼品渠道营销分析 269

五、礼品工艺品行业网络营销策略 271

第二节 礼品行业经营策略分析 274

- 一、商务礼品的策划 274
- 二、礼品行业信息化策略 277
- 三、礼品商家知识产权保护策略 278
- 四、农村礼品市场的变化趋势及对策 281
- 五、参加展会应该注意的因素 282
- 六、礼品企业"与狼共舞"的五大策略 284

第三节 礼品经销商的市场角色定位与发展 287

- 一、市场特点决定了经销商不可替代的地位 287
- 二、礼品经销商面临的危机和局限性 288
- 三、经销商对礼品渠道的把脉和掌握 289
- 四、经销商的核心竞争力打造 291

第四节 中国礼品行业国际竞争力提高策略 292

- 一、继续解放思想 293
- 二、把握行业大势 293
- 三、打造特色平台 293
- 四、发挥整合功能 293
- 五、培育竞争优势 294

第十二章 2017-2022年礼品行业投资策略探讨(AK TL) 295

第一节 礼品行业投资机会分析 295

- 一、礼品市场投资的风向及建议 295
- 二、礼品店投资经营方案全指导 297
- 三、情侣玩具礼品店经营投资分析 301
- 四、礼品瓷投资分析 302
- 五、礼品金当成投资金大卖 303
- 六、礼品行业的发展机遇 303
- 七、学生礼品突飞猛进 305
- 八、低碳礼品前景美好 306

第二节 礼品店投资经营方案全解 307

- 一、投资及经营建议 308
- 二、投资风险及其规避 308

- 三、礼品的选择策略 309
- 四、礼品采购指南 311
- 第三节 平价家居礼品店投资分析 311
 - 一、创意家居市场分析 312
 - 二、平价路线策略分析 313
 - 三、市场投资策略分析 314
 - 四、市场投资风险分析 315
- 第四节 吉祥用品店投资分析 316
 - 一、经营条件 317
 - 二、创业步骤 317
 - 三、成功案例 317
 - 四、经营策略 318

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283477.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。