

2021-2026年中国礼品行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国礼品行业市场供需格局及行业前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/683075.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

礼品又称礼物。通常是人和人之间互相赠送的物件。其目的是为了取悦对方，或表达善意、敬意。礼物也用来庆祝节日或重要的日子，比如情人节的玫瑰或生日礼物，不可不送。礼物也可以是非物质的。中国古代有“千里送鹅毛，礼轻情义重”的说法，表示礼物的价值在于送礼者的善意和心意，而非礼物本身的价值。礼物不需要太贵，只要表达了心意就可以了。礼物拉近了人与人之间的距离。

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：

第一部分 礼品行业发展分析

第一章 礼品行业相关概念及分类

第一节 礼品的相关概念

一、礼品的概念和文化

二、商务礼品文化

第二节 礼品的分类

一、按礼品的原材料构成分

二、按满足礼品消费者需要分类

第二章 2020年中国礼品产业运行环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、2020年世界经济运行分析

二、2020年世界经济预测分析

第二节 中国宏观经济环境分析

一、2020年中国宏观经济运行分析

二、2016-2020年中国经济发展预测分析

第三节 2020年中国礼品产业政策环境分析

一、政策干预礼品包装

二、深圳文化创意礼品受政策扶持

第三章 中国礼品行业整体发展情况分析

第一节 2020年中国礼品业发展现状分析

一、2020年中国礼品业低碳概念先行

二、2020年创意经济推动礼品业成熟

三、2020年我国礼品业深挖“中国元素”

四、2020年中国礼品行业TOP100

五、2020年中国礼品业从“制造”转型“创造”

第二节 2020年中国礼品行业发展情况分析

一、礼品业的在我国经济中的地位

二、礼品业现状的基本分析

三、礼品工业协会成立及其作用

四、礼品业发展工作思路

第三节 2020年中国礼品业生产基地分析

一、工艺品、商务礼品生产基地

二、圣诞礼品生产基地

第四节 2020年中国礼品业发展存在的问题

一、产业化、规模化程度低

二、行业运行不规范

三、从业人员文化素质低、研发能力弱

四、知识产权意识弱，仿冒现象严重

第二部分 礼品市场发展分析

第四章 中国礼品市场调研

第一节 中国礼品市场发展特点及现状调研

一、中国礼品市场发展特点

二、礼品市场现状分析

三、中国礼品占全球市场份额状况分析

第二节 2016-2020年礼品市场发展情况分析

一、2020年中国礼品市场发展情况分析

二、2020年礼品市场采购分析

三、2020年电商势力成礼品市场增长亮点

四、2020年礼品出口环境恶化

五、2020年礼品内需撑起一片天

六、2020年中国数码礼品市场需求概况分析

七、2020年商务礼品市场调研

第三节 2020年礼品市场调研

一、产品分析

二、经营分析

三、行业呼吁

四、广告表现策略分析

五、目标消费群

第四节 我国礼品市场存在的问题及对策

- 一、礼品市场存在的主要问题及其经济影响
- 二、礼品市场问题的存在根源于礼品使用价值的异化
- 三、急剧扩张的礼品行业市场呼吁行业升级
- 四、对于礼品市场存在问题的基本对策

第五章 主要产品市场调研

第一节 礼品行业核心市场调研

- 一、六大礼品板块的发展分析
- 二、中国礼品市场的三座金矿

第二节 2020年饰品礼品市场调研

- 一、2020年中国珠宝首饰行业发展分析
- 二、2020年黄金珠宝业酝酿制定行业标准
- 三、2020年两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准
- 四、中国饰品业的主要销售形式
- 五、中国饰品市场竞争策略分析
- 六、2016-2020年我国珠宝销售预测分析

第三节 2016-2020年收藏品礼品市场调研

- 一、2020年艺术品收藏市场发展分析
- 二、2020年收藏品进入高端礼品市场
- 三、2020年收藏市场春拍行情展望
- 四、2020年艺术品拍卖市场展望
- 五、2020年收藏市场将继续向好发展

第四节 2016-2020年玩具礼品市场调研

- 一、2020年我国玩具业发展情况分析
- 二、2020年中国玩具制造业主要经济指标
- 三、2020年中国玩具制造业工业销售产值
- 四、2020年中国玩具出口分析
- 五、2020年中国玩具出口问题分析
- 六、2020年玩具市场流行趋势全方位预测分析

第五节 2016-2020年烟茶酒礼品市场调研

- 一、礼品酒市场运作的核心要点
- 二、2020年葡萄酒行业发展分析
- 三、2020年我国礼品茶发展分析
- 四、2020年烟茶酒产品生产状况分析
- 五、2020年中国礼品酒发展趋势预测分析

第六节 2016-2020年奢侈品市场调研

第七节 2016-2020年工艺礼品市场调研

第六章 主要区域市场调研

第一节 2020年浙江礼品产业发展分析

一、浙江礼品行业的现状分析

二、浙江礼品行业的前景展望

三、义乌圣诞礼品的市场调研

第二节 2016-2020年广东礼品产业发展分析

一、广东澄海玩具礼品产业发展现状分析

二、广东中山保健型礼品茶日渐走俏

三、2020年深圳工艺礼品行业首次接受银行授信

四、2020年深圳礼品展引领高端个性化发展趋势预测分析

第三节 2016-2020年其他地区礼品产业发展分析

一、北京礼品市场情况分析

二、重庆礼品市场状况分析

三、成都礼品市场情况分析

四、山东礼品市场情况分析

五、福建礼品市场情况分析

第七章 国外礼品市场调研

第一节 德国礼品行业发展分析

一、德国商务习俗

二、德国礼品文化

三、德国礼品市场调研

第二节 日本礼品行业发展分析

一、日本商务习俗

二、日本礼品市场调研

三、日本礼品发展趋势预测分析

第三节 沙特礼品行业发展分析

一、沙特商务习俗

二、沙特礼品市场调研

第四节 荷兰礼品行业发展分析

一、荷兰商务习俗

二、荷兰礼品市场调研

第五节 俄罗斯礼品行业发展分析

一、俄罗斯礼品市场调研

二、俄罗斯礼品征税状况分析

第六节 美国礼品行业发展分析

一、美国礼品市场规模状况分析

二、美国礼品销售渠道分析

三、美国礼品市场畅销产品

四、美国礼品公司借互联网走创新之路

五、中国工艺品开拓美国市场策略

第八章 关联产业分析

第一节 2020年礼品包装行业发展分析

一、国内礼品包装行业现状分析

二、保健品礼品包装行业现状分析

三、限制礼品过度包装的政策

四、礼品包装行业成创业新思路

第二节 其他关联产业分析

一、2020年礼品回收行业发展分析

二、2020年礼品企业网站经营分析

三、2020年塑料行业发展分析

四、2020年电子行业发展分析

五、2020年纺织行业发展分析

六、2020年动漫产业发展分析

第三部分 礼品行业竞争格局

第九章 行业竞争与企业分析

第一节 中国香港周生生珠宝

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 老凤祥

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 周大福珠宝金行

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 东方金钰

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 其他礼品企业分析

一、北京超新怡和科贸有限公司

二、中山兆兴文具有限公司

三、深圳伽元工艺礼品有限公司

四、九百度工艺品装饰有限公司

第四部分 礼品行业发展趋势与策略

第十章 2021-2026年礼品行业发展趋势预测分析

第一节 2021-2026年礼品行业发展展望

一、行业趋向专业化、规范化

二、品牌、个性礼品趋势预测分析

三、行业商会的作用日渐凸现

四、加强交流与合作

五、连锁经营模式逐渐扩大

第二节 未来礼品市场前景

一、市场规模

二、销售渠道

三、畅销产品

第三节 礼品行业发展趋势预测

一、礼品行业的发展趋势预测分析

二、礼品网发展趋势预测

三、礼品酒市场新趋势预测分析

四、家纺类礼品未来的趋势预测分析

五、2020年中国礼品市场空间及发展机遇与挑战分析

六、2020年中国礼品市场销售前景

第四节 礼品行业个性化发展趋势预测

一、个性礼品定制成时尚潮流

二、生日礼品个性化定制趋势预测

三、DIY个性礼品投资预测分析

第十一章 2021-2026年礼品行业营销及策略探讨

第一节 礼品行业营销策略分析

一、礼品营销特征及其创新

二、礼品市场体验营销分析

三、礼品的搜索营销突围之道

四、中国礼品渠道营销分析

五、礼品工艺品行业网络营销策略

第二节 礼品行业经营策略分析

一、商务礼品的策划

二、礼品行业信息化策略

三、礼品商家知识产权保护策略

四、农村礼品市场的变化趋势及对策

五、参加展会应该注意的因素

六、礼品企业“与狼共舞”的五大策略

第三节 礼品经销商的市场角色定位与发展

一、市场特点决定了经销商不可替代的地位

二、礼品经销商面临的危机和局限性

三、经销商对礼品渠道的把脉和掌握

四、经销商的核心竞争力打造

第四节 中国礼品行业国际竞争力提高策略

一、继续解放思想

二、把握行业大势

三、打造特色平台

四、发挥整合功能

五、培育竞争优势

第十二章 2021-2026年礼品行业投资趋势预测探讨

第一节 礼品行业投资机会分析

一、礼品市场投资的风向及建议

二、礼品店投资经营方案全指导

三、情侣玩具礼品店经营投资分析

四、礼品瓷投资分析「AK LT」

五、礼品金当成投资金大卖

六、礼品行业的发展机遇

七、学生礼品突飞猛进

八、低碳礼品前景美好

第二节 礼品店投资经营方案全解

一、投资及经营建议

二、投资前景及其规避

三、礼品的选择策略

四、礼品采购指南

第三节 平价家居礼品店投资分析

一、创意家居市场调研

二、平价路线策略分析

三、市场投资趋势预测

四、市场投资前景预测

第四节 吉祥用品店投资分析

一、经营条件

二、创业步骤

三、成功案例

四、经营策略

图表目录：

图表2016-2020年美国GDP增速（%）

图表2016-2020年美国CPI同比涨幅（%）

图表2016-2020年美国失业率（%）

图表2016-2020年欧元区、英国CPI同比涨幅（%）

图表2016-2020年欧元区失业率（%）

图表2016-2020年日本GDP增速（%）

图表2016-2020年日本CPI同比涨幅（%）

图表2016-2020年日本失业率（%）

图表2016-2020年国内生产总值同比增长速度对比（季度同比）

图表2016-2020年全国粮食总产量及其增长速度对比

图表2016-2020年全国规模以上工业增加值增速（月度同比）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/683075.html>