

# 2022-2028年中国电子礼品 行业前景展望与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国电子礼品行业前景展望与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202202/270508.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

电子礼品也是礼品的一种，通常人们把某些适合当做礼品的电子产品成为电子礼品。电子产品如音箱、手机、电脑、电子玩具等因为在生活中经常会用到，而且各种各样，种类繁多，所以经常被当做礼品来赠送朋友或者亲人。礼品行业倍受瞩目，并逐渐朝着多元化的方向发展起来。品质生活的不断提高，馈赠礼品逐渐演绎成了一种时尚文化，并俨然成为了一种必要的商业手段。礼品电商的交易规模在不断上升，2014年，我国礼品行业电商交易规模达到820亿元，到2017年，我国礼品行业电商交易规模超过1500亿元，达到1652亿元。2018年礼品行业电商交易渗透率将继续提升超过5%，其规模接近2000亿元。2010-2018年我国礼品行业电商交易规模趋势数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国电子礼品行业前景展望与投资前景分析报告》共四章。首先介绍了电子礼品行业市场发展环境、电子礼品整体运行态势等，接着分析了电子礼品行业市场运行的现状，然后介绍了电子礼品市场竞争格局。随后，报告对电子礼品做了重点企业经营状况分析，最后分析了电子礼品行业发展趋势与投资预测。您若想对电子礼品产业有个系统的了解或者想投资电子礼品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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) 中国城市人口分布状况分析

#### 2) 中国城市家庭分布状况分析

(2) 中国人口的年龄比重变化状况分析

(3) 中国人口教育水平变化状况分析

(4) 中国城乡人口比例变化状况分析

### 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) 贸易环境发展趋势预测分析

## 第二章 中国礼品行业发展现状及趋势预测

### 2.1 礼品行业发展总体状况分析

#### 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状况分析

(1) 礼品公司存在形式

(2) 礼品公司区域分布状况分析

#### 2.1.5礼品进出口状况分析

(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随着近几年人们生活水平的提高，中国礼品行业销售收入呈现快速增长趋势，早在2016年，我国礼品行业的市场规模超过3.21万亿元，而在2017年礼品市场销售规模已经达到3.46万亿元。受文化深入及人们消费水平提升的影响，我国礼品行业的销售规模将继续获得一定水平的提升，至2018年我国礼品行业销售收入将超过3.7万亿元，同比增加超过6%。2010-2018年中国礼品行业销售收入趋势数据来源：公开资料整理

#### 2.2.1礼品行业总体销售状况分析

#### 2.2.2不同规模企业销售状况分析

#### 2.2.3礼品行业在线销售状况分析

#### 2.2.42019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礼品行业竞争趋势预测

(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礼品行业发展趋势预测

#### 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预测分析

### 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电子礼品市场前景预测

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) 2019年招商银行---积分兑换礼品状况分析

(2) 2019年中国电信积分兑换礼品状况分析

(3) 2019年中国联通积分兑换礼品状况分析

(4) 2019年中国移动积分兑换礼品状况分析

(5) 2019年东方航空积分兑换礼品状况分析

3.3.22019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预测

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预测
    - (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 礼品行业投资前景预测
  - 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 礼品行业投资前景预测
- 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 2015-2019年中国gdp增长速度（单位：百万元，%）

图表2 2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）

图表32015-2019年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）  
图表42015-2019年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）  
图表52015-2019年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）  
图表62019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）  
图表72015-2019年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）  
图表82015-2019年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）  
图表92015-2019年中国货物进出口总额（单位：亿美元）  
图表102015-2019年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）  
图表112015-2019年中国城镇人口比重变化图（单位：%）  
图表122015-2019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142015-2019年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）  
图表152015-2019年中国人口年龄结构图（单位：%）  
图表162015-2019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192015-2019年城乡人口总数变化（单位：万人）  
图表202015-2019年城乡人口比重变化（单位：%）  
图表212015-2019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222015-2019年我国进出口增速情况及预测（单位：%）  
图表232015-2019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282019年中国礼品销售额年度评估（单位：亿元，%）  
图表292015-2019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：%）  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270508.html>