

# 2017-2022年中国商务礼品 行业分析与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2017-2022年中国商务礼品行业分析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.chinairr.org/report/R12/R1205/201701/13-223937.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：第一章 商务礼品行业与礼品文化第一节 礼品的相关概念一、礼品的文化与构成1、按礼品的原材料构成分2、按满足礼品消费者需要分类二、中国商务礼品文化与历史三、世界商务礼品文化与历史第二节 商务礼品的分类一、工艺礼品二、广告礼品三、促销礼品四、玩具礼品 第二章 2014-2016年世界商务礼品行业运行状况分析第一节 2014-2016年世界商务礼品运行环境分析一、经济环境对世界商务礼品业的影响二、世界商务礼品业政策解析三、跨国企业交流加强四、国际商务礼仪倍受重视第二节 2014-2016年世界商务礼品市场运行动态分析一、世界商务礼品发展历程二、世界商务礼品消费总量三、2014-2016年世界商务礼品消费的区域分布四、世界商务礼品贸易分析第三节 2014-2016年世界主要商务礼品市场分析一、欧美市场二、日韩市场三、港澳市场第四节 2017-2022年世界主要商务礼品业新趋势探析 第三章 2014-2016年中国商务礼品行业运行环境解析第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析一、中国gdp分析二、中国工业发展形势三、消费价格指数分析四、城乡居民收入分析五、社会消费品零售总额六、全社会固定资产投资分析七、进出口总额及增长率分析八、存贷款利率变化九、财政收支状况第二节 2014-2016年中国商务礼品市场政策环境分析一、政策干预礼品包装二、主要礼品产业政策解读三、主要礼品国家标准分析第三节 2014-2016年中国商务礼品市场社会环境分析 第四章 2014-2016年中国商务礼品行业运行新态势分析第一节 2014-2016年中国商务礼品业特点分析第二节 2014-2016年中国商务礼品行业现状综述一、起步晚，发展很快二、市场大，机不可失三、质量水平参差不齐第三节 2014-2016年中国商务礼品业深度剖析一、中国商务礼品年产能分析二、中国商务礼品业结构及地区分布情况三、礼品行业展会亮点聚焦第四节 2014-2016年中国商务礼品业发展中存在的问题探讨一、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，仿冒现象严重五、设计理念落后六、本土品牌危机四伏、国际品牌大放异彩 第五章 2014-2016年中国商务礼品市场需求分析第一节 2014-2016年中国商务礼品供给情况分析一、中国礼品占全球市场份额情况二、礼品市场采购情况三、商务礼品市场供给情况分析第二节 2014-2016年中国商务礼品需求情况分析一、国内商务礼品市场最受关注礼品二、国内商务礼品市场品牌市场分析三、国内商务礼品市场需求结构四、国内商务礼品区域市场需求分析五、未来商务礼品市场需求总量预测第三节 2014-2016年影响中国商务礼品需求的因素透析一、企业消费者偏好二、企业消费者资金实力三、商务礼品的特殊用途四、促销及广告五、产品价格与心理效应六、购物环境与消费者行为分析第四节 2014-2016年中国商务礼品的进出口贸易分析一、中国商务礼品进出口规模二、中国商务礼品进出口结构三、影响中国商务礼品进出口的因素分析 第六章 2014-2016年中国主要商务礼品市场走势分析第一节 2014-2016年中国饰品礼品市场运行综述一

、中国首饰业发展形势良好二、中国流行饰品生产逐步纳入标准化轨道三、全国各省金银珠宝类消费情况分析四、家纺类礼品市场现状五、中国饰品业的主要销售形式

第二节 2014-2016年中国收藏品礼品市场分析一、艺术品收藏市场涌动投资泡沫二、礼品化收藏品的升值空间分析三、中山15亿打造全球收藏品基地四、钱币市场三大看点五、投资黄金正当时六、奥运之后奥运收藏品市场分析七、牛年金银产品分析八、瓷器产品市场分析九、具有标志事件的区域性收藏品也有收藏意义

第三节 2014-2016年玩具礼品市场分析一、中国玩具业发展状况二、美欧对中国玩具进口再筑高壁垒三、中国玩具进口分析四、中国玩具出口分析五、中国玩具制造业主要经济指标六、中国玩具制造业前十企业七、世界玩具市场销售预计八、中国玩具营销渠道现状及六大发展趋势

第四节 2014-2016年烟茶酒礼品市场分析一、礼品酒市场变化情况二、葡萄酒行业发展空间巨大三、中国礼品酒市场面临的挑战四、礼品酒市场运作的要点分析五、中国礼品烟发展分析六、中国礼品茶发展分析七、烟茶酒产品生产情况

第七章 2014-2016年中国商务礼品制造相关行业主要数据监测分析

第一节 2014-2016年中国工艺品及其他制造行业规模分析一、企业数量增长分析二、从业人数增长分析三、资产规模增长分析

第二节 2016年中国工艺品及其他制造行业结构分析一、企业数量结构分析1、不同类型分析2、不同所有制分析二、销售收入结构分析1、不同类型分析2、不同所有制分析

第三节 2014-2016年中国工艺品及其他制造行业产值分析一、产成品增长分析二、工业销售产值分析三、出口货值分析

第四节 2014-2016年中国工艺品及其他制造行业成本费用分析一、销售成本分析二、费用分析

第五节 2014-2016年中国工艺品及其他制造行业盈利能力分析一、主要盈利指标分析二、主要盈利能力指标分析

第八章 2014-2016年中国商务礼品营销及经营策略分析

第一节 2014-2016年中国礼品行业营销策略分析一、礼品营销特征及其创新二、礼品营销现状分析三、农村市场促销品选择策略四、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 2014-2016年中国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 2014-2016年中国礼品行业经营策略分析一、商务礼品的策划二、商务礼品行业信息化策略三、商务工艺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

第四节 2014-2016年中国商务礼品国际营销策略一、树立“全球”意识二、全球营销

第九章 2014-2016年中国商务礼品市场竞争新格局透析

第一节 2014-2016年商务礼品竞争现状分析一、商务礼品业竞争尤激烈二、国外企业触角伸到中国三、商务礼品网络营销竞争力体现

第二节 2014-2016年中国商务礼品行业集中度分析一、商务礼品市场集中度分析二、商务礼品区域集中度分析

第三节 2014-2016年中国商务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

第四节 2017-2022年中国商

务礼品业竞争趋势分析 第十章 2014-2016年中国商务礼品行业细分市场运行分析第一节 广告促销礼品一、广告促销礼品行业现状综述二、广告促销礼品需求群体分析三、广告促销礼品发展趋势第二节 商务赠送礼品第三节 工艺手工礼品第四节 电子数码小礼品第五节 奥运特制礼品 第十一章 2014-2016年中国商务礼品生产基地运营态势分析第一节 浙江平阳一、基地概况二、主打与优势产品三、市场定位与产品流向四、基地核心竞争力第二节 浙江瑞安一、基地概况二、主打与优势产品三、市场定位与产品流向四、基地核心竞争力第三节 广东深圳一、基地概况二、主打与优势产品三、市场定位与产品流向四、基地核心竞争力第四节 浙江义乌一、基地概况二、主打与优势产品三、市场定位与产品流向四、基地核心竞争力 第十二章 2014-2016年中国商务礼品业典型企业运营状况分析（企业可自选）第一节 老凤祥股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第二节 中钞国鼎（北京）投资有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第三节 青岛格林玛特礼品有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第四节 山东鸿诚工艺礼品公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第五节 滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第六节 深圳祝贺国际礼品有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第七节 台州长虹华美电器有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第八节 南京大禾礼品有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第九节 宁波亨裕工艺礼品有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第十节 上海界龙艺术印刷有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析 第十三章 2017-2022年中国商务礼品行业的趋势预测及投资建议第一节 2017-2022年中国商务礼品行业新趋势探析一、行业趋向专业化、规范化二、品牌、个性礼品趋势三、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六、中国礼品玩具业期待升级七、新增需求预测第二节 2017-2022年中国细分商务礼品前景预测分析一、芳香治疗用品受欢迎二、家庭装饰产品流行风三、厨房礼品市场看好四、艺术家授权礼品销售增长五、数字图书掘金商

务礼品六、mp4成商务礼品市场弄潮儿七、外资超市掘金商务礼品第三节 2017-2022年中国商务礼品市场预测分析一、商务礼品市场供需预测分析二、商务礼品市场进出口贸易预测分析三、商务礼品市场市场预测预测分析 第十四章 2017-2022年中国商务礼品行业投资机会与风险分析第一节 2014-2016年中国商务礼品行业投资概况一、商务礼品投资特性二、商务礼品投资环境分析第二节 2017-2022年中国商务礼品行业投资机会分析一、礼品市场投资的风向及建议二、工艺礼品市场投资机会三、中国观赏石市场总体发展向好四、普洱茶发展的新机遇五、保健礼品投资及汇集策略分析七、环保礼品前景美好八、学生礼品突飞猛进第三节 2017-2022年中国商务礼品店投资经营方案全解一、投资及经营建议二、投资风险及其规避三、礼品的选择策略四、礼品采购指南第四节 2017-2022年中国商务礼品行业投资风险预警一、宏观调控政策风险二、市场竞争风险三、市场运营机制风险第五节 专家投资建议 图表目录：（部分）

图表：2014-2016年中国gdp总量及增长趋势图图表：2016年中国三产业增加值结构图图表：2014-2016年中国cpi、ppi月度走势图图表：2014-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图图表：2014-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图图表：2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表图表：2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图图表：2014-2016年中国工业增加值增长趋势图图表：2014-2016年我国工业增加值分季度增速图表：2014-2016年我国全社会固定资产投资额走势图图表：2014-2016年我国城乡固定资产投资额对比图图表：2014-2016年我国财政收入支出走势图图表：2014-2016年人民币兑美元汇率中间价图表：2016年人民币汇率中间价对照表图表：2014-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元图表：2014-2016年中国货币供应量月度增速走势图图表：2014-2016年中国外汇储备走势图图表：2014-2016年中国外汇储备及增速变化图图表：2016年中国人民银行利率调整表图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图图表：2014-2016年我国货物进出口总额走势图图表：2014-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图图表：2014-2016年中国就业人数走势图图表：2014-2016年中国城镇就业人数走势图图表：2014-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图图表：2014-2016年我国总人口数量增长趋势图图表：2016年人口数量及其构成图表：2014-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图图表：2007-2016年我国广播和电视综合人口覆盖率走势图图表：2014-2016年中国城镇化率走势图图表：2014-2016年我国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图图表：2014-2016年中国工艺品及其他制造行业企业数量及增长率分析 单位：个图表：2014-2016年中国工艺品及其他制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1205/201701/13-223937.html>