

2021-2027年中国电子礼品 市场研究与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国电子礼品市场研究与未来前景预测报告》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/R13/R1303/202106/09-412083.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

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

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

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国电子礼品市场研究与未来前景预测报告》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

2.2.4 2019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
 - 3.3.2 2019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 3 2015-2019年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）

图表 4 2015-2019年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表 5 2015-2019年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）

图表 6 2019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表 7 2015-2019年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）

图表 8 2015-2019年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）

图表 9 2015-2019年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表 10 2015-2019年中国城镇人口比重变化情况（单位：万人，百分点，%）

图表 11 2015-2019年中国城镇人口比重变化图（单位：%）

图表 12 2015-2019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 14 2015-2019年中国人口年龄结构表（单位：万人，%）

图表 15 2015-2019年中国人口年龄结构图（单位：%）

图表 16 2015-2019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 19 2015-2019年城乡人口总数变化（单位：万人）

图表 20 2015-2019年城乡人口比重变化（单位：%）

图表 21 2015-2019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 22 2015-2019年我国进出口增速情况及预测（单位：%）

图表 23 2015-2019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 28 2019年中国礼品销售额年度评估（单位：亿元，%）

图表 29 2015-2019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……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202106/09-412083.html>