



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国电子礼品市场发展现状及行业发展趋势报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国电子礼品市场发展现状及行业发展趋势报告》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/259824.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

### 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) 中国城市人口分布情况

###### 2) 中国城市家庭分布情况

(2) 中国人口的年龄比重变化情况

(3) 中国人口教育水平变化情况

(4) 中国城乡人口比例变化情况

##### 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

## 第二章 中国礼品行业发展现状及趋势分析

### 2.1 礼品行业发展总体情况

#### 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情况

- (1) 礼品公司存在形式
- (2) 礼品公司区域分布情况

#### 2.1.5 礼品进出口情况

- (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

#### 2.2.1 礼品行业总体销售情况

#### 2.2.2 不同规模企业销售情况

#### 2.2.3 礼品行业在线销售情况

#### 2.2.4 2012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 礼品行业竞争趋势分析

- (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 礼品行业发展趋势分析

- 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

## 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 电子礼品市场前景分析

### 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) 2014年招商银行---积分兑换礼品情况
- (2) 2014年中国电信积分兑换礼品情况
- (3) 2014年中国联通积分兑换礼品情况
- (4) 2014年中国移动积分兑换礼品情况
- (5) 2014年东方航空积分兑换礼品情况

#### 3.3.2 2014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分析

### 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分析

(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 礼品行业投资前景分析

##### 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 礼品行业投资前景分析

#### 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 2012-2014年中国gdp增长速度（单位:百万元，%）

图表2 2012-2014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 2012-2014年农村居民人均纯收入及增长情况（单位:元，%）

图表4 2010-2014年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位:%）

图表5 2011-2012年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位:%）

图表6 2014年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位:%）

图表7 2012-2014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 2012-2014年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位:亿元，%）

图表9 2012-2014年中国货物进出口总额（单位:亿美元）

图表10 2012-2014年中国城镇人口比重变化情况（单位:万人，百分点，%）

图表11 2012-2014年中国城镇人口比重变化图（单位:%）

图表12 2010-2014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 2012vs2014年中国人口年龄结构表（单位:万人，%）

图表15 2012--2014年中国人口年龄结构图（单位:%）

图表16 2012-2014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 2012-2014年城乡人口总数变化（单位:万人）

图表20 2012-2014年城乡人口比重变化（单位:%）

图表21 2012-2014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 2012-2015年我国进出口增速情况及预测（单位:%）

图表23 2012-2014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 2014年中国礼品销售额年度评估（单位:亿元，%）

图表29 2012-2014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：%）

图表31 2009-2014年礼品公司销售额平均数（单位：万元，%）

图表32 2009-2014年礼品公司在线销售总额及占比情况（单位：亿元，%）

图表33 2012年礼品工艺品行业热销产品排名情况（单位：%）

图表34 礼品行业产品结构图（按2014年销售额）（单位：%）

图表35 电子礼品关注度比例（单位：%）

图表36 招商银行---最受欢迎的11款积分礼品

图表37 招商银行---积分兑换礼品产品分布情况（单位：%）

图表38 中国电信天翼积分商城产品兑换排行榜

图表39 中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按类别）（单位：%）

图表40 中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按积分区间）（单位：%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/259824.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。