中国礼品行业发展深度分析及发展战略研究报告(2026-2031版)

报告简介

中国自古就是礼仪之邦，礼尚往来的传统已有数千年的历史，并流传至今。送礼是中国社会文化的一个重要表现，无论是商业伙伴还是亲朋好友，都喜欢用礼品传递感情。据了解，我国每年会多次举办礼品展览会，有效地带动了国内相关礼品企业间的相互交流，增强了礼品行业的发展活力。沿海的江苏、广东、浙江、福建等地是目前产量最大的礼品生产中心。对于中国礼品制造商来说，树立品牌意识、加强自主创新、不断提升产品档次已成为重中之重。

国外礼品市场与国内市场相似但比国内市场发展更加成熟。不同种族有着不同的文化，但以礼待人是任何一种文明都承认的，所以礼品市场发展具有传承性和稳定性。近年来，中国礼品行业逐步扩大，不仅在国内热销，在国外也有优势。从出口量来看，目前中国礼品出口量越来越大，每年大约有70%~80%的礼品出口到各个国家。中国礼品普遍性价比较高而且融入了中国传统文化。

随着电子商务的潮流势不可挡，礼品行业也开始发展电子商务，在电商领域分一杯羹。据可靠数据显示，在北京上海广州深圳等一线城市，已经有七成的电商用户倾向于在互联网上挑选并购买礼物。电子商务在礼品行业的比重正在快速提升，成为了电商增长的最大亮点之一。目前的电子商务和礼品行业的结合有两种形式，一是淘宝、京东等电商平台网站，一是垂直独立礼品电商网站。前者注重礼品的丰富程度，后者注重礼品赠送的感情传递，未来垂直化礼品电商将是礼品电商的增长重点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国礼品协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国礼品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国礼品行业发展状况和特点，以及中国礼品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的礼品行业发展态势作了详细分析，并对礼品行业进行了趋向研判，是礼品开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了

解目前礼品业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 礼品行业发展综述

第一节 礼品行业概念

一、礼品概念

二、礼品主要分类

三、礼品行业产业链分析

第二节 礼品行业发展环境

一、行业法律法规

二、宏观经济形势

三、送礼习俗文化

四、家庭分布结构

五、人口结构变化

六、城镇化进程

七、消费升级

第二章 中国礼品行业发展现状及趋势分析

第一节 礼品行业发展总体情况

一、礼品行业发展现状

二、礼品行业发展特点

三、礼品公司分布情况

1、礼品公司存在形式

2、礼品公司区域分布情况

第二节 中国礼品行业总体规模

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国礼品行业财务指标

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三章 中国礼品行业市场供需及进出口分析

第一节 礼品行业销售情况分析

一、礼品行业总体销售情况

二、不同规模企业销售情况

三、礼品行业在线销售情况

第二节 礼品行业市场供需分析

一、行业供给情况分析

二、行业需求情况分析

第三节 礼品行业进出口分析

一、主要出口国市场分析

二、企业出口转型分析

第四章 中国礼品行业关联行业发展分析

第一节 礼品包装行业发展分析

一、礼品包装行业发展概况

二、礼品包装行业竞争分析

三、礼品包装行业原料采购分析

四、主要礼品包装产品市场分析

1、礼品盒/袋市场分析

2、礼品罐市场分析

3、缎带市场分析

五、礼品过度包装问题分析

1、遏制礼品过度包装的必要性分析

2、国外遏制礼品过度包装的经验

3、中国遏制礼品过度包装的举措

第二节 礼品回收行业发展分析

一、礼品回收行业产生的原因分析

二、礼品回收行业发展现状分析

1、礼品回收的范围和价格

2、礼品回收的主要渠道

3、礼品回收市场的行规

三、礼品回收市场潜存的洗钱风险

1、法规不完善，监管存盲区

2、变相“洗钱机”，滋生不良风气

3、身份难识别，加大管理难度

4、法律观念单薄，助长洗钱活动

四、防范礼品回收市场洗钱风险的对策建议

1、加强反腐倡廉建设，堵住源头

2、完善法律，建立礼品回收注册登记制度

3、扩大非金融行业范围，将礼品回收纳入反洗钱监管

4、加强宣传，提高从业人员法律意识

第五章 中国礼品行业产品市场分析

第一节 礼品行业产品结构分析

一、行业产品主要类别

二、行业主要细分产品

第二节 礼品行业主要产品市场分析

一、纺织用品礼品市场分析

1、纺织用品行业发展分析

2、礼品用纺织用品的主要产品类型

3、纺织用品礼品市场现状分析

4、纺织用品礼品市场前景分析

二、小家电礼品市场分析

1、小家电行业发展分析

2、礼品用小家电的主要产品类型

3、小家电礼品市场现状分析

4、小家电礼品市场前景分析

三、家居礼品市场分析

1、家居品行业发展分析

2、家居礼品的主要产品类型

3、家居礼品市场现状分析

4、家居礼品市场前景分析

四、工艺品礼品市场分析

1、工艺品行业发展分析

2、礼品用工艺品的主要产品类型

3、工艺品礼品市场现状分析

4、工艺品礼品市场前景分析

五、文具礼品市场分析

1、文具行业发展分析

2、礼品用文具的主要产品类型

3、文具礼品市场现状分析

4、文具礼品市场前景分析

六、运动、娱乐用品礼品市场分析

1、运动、娱乐用品行业发展分析

2、礼品用运动、娱乐用品的主要产品类型

3、运动、娱乐用品礼品市场现状分析

4、运动、娱乐用品礼品市场前景分析

七、游戏玩具类礼品市场分析

1、游戏玩具类行业发展分析

2、礼品用游戏玩具类礼品的主要产品类型

3、游戏玩具类礼品市场现状分析

4、游戏玩具类礼品市场前景分析

八、电子礼品市场分析

1、电子礼品的主要产品类型

2、电子礼品市场现状分析

3、电子礼品市场前景分析

第三节 积分兑换礼品及礼品采购情况调研

一、积分兑换礼品情况调研

1、招商银行信用卡积分兑换礼品情况

2、中国电信积分兑换礼品情况

3、中国联通积分兑换礼品情况

4、中国移动积分兑换礼品情况

5、东方航空积分兑换礼品情况

二、礼品行业热门采购排行榜

第六章 中国礼品行业细分市场需求分析

第一节 促销礼品市场需求分析

一、促销礼品的用途

二、促销礼品的特性

三、企业选购促销礼品考虑的主要因素

四、促销礼品的主要产品类型

五、促销礼品市场潜力分析

第二节 商务礼品市场需求分析

一、商务礼品的用途

二、商务礼品的特性

三、企业选购商务礼品考虑的主要因素

四、商务礼品的主要产品类型

五、商务礼品市场潜力分析

第三节 福利礼品市场需求分析

一、福利礼品的用途

二、福利礼品的特性

三、企业选购福利礼品考虑的主要因素

四、福利礼品的主要产品类型

五、福利礼品市场潜力分析

第四节 其他礼品市场需求分析

一、庆典礼品市场需求分析

二、会议礼品市场需求分析

三、节日礼品市场需求分析

第七章 2026-2031年礼品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、礼品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、礼品行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、礼品行业swot分析

1、礼品行业优势分析

2、礼品行业劣势分析

3、礼品行业机会分析

4、礼品行业威胁分析

第二节 中国礼品行业竞争格局综述

一、礼品行业竞争概况

二、中国礼品行业竞争力分析

1、中国礼品行业竞争力剖析

2、中国礼品企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内礼品企业竞争能力提升途径

三、中国礼品产品竞争力优势分析

四、礼品行业主要企业竞争力分析

第三节 礼品行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 礼品市场竞争趋势与策略分析

第八章 2026-2031年礼品行业领先企业经营形势分析

第一节 环球礼品集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第二节 临沂市君发供应链服务有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第三节 中国茅台礼品集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第四节 重庆市龙珠礼品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第五节 心意礼品集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第六节 合肥聚凡礼品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第七节 杭州万科艺术品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第八节 陕西龙邦文化礼品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品

三、企业经营指标

四、企业销售渠道分析

五、企业发展前景

第九章 中国礼品行业投资前景分析

第一节 礼品行业投资特性分析

一、礼品行业进入壁垒分析

二、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

三、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

四、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

第二节 礼品行业投资现状分析

一、礼品行业投资事件分析

二、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

第三节 礼品行业投资风险与机会

一、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

二、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

第四节 中道泰和礼品行业投资建议

一、行业投资方向建议

二、行业投资方式建议

第十章 中国礼品行业发展前景展望

第一节 中国礼品行业发展预测

一、行业市场规模预测

二、行业市场供给预测

三、行业市场需求预测

第二节 中国礼品行业前景展望

一、中国礼品行业发展趋势

二、中国礼品行业发展前景

第三节 中国礼品行业存在的问题及对策

一、礼品行业存在的问题

二、礼品行业发展的对策

第十一章 礼品行业发展战略研究

第一节 礼品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国礼品品牌的战略思考

一、礼品品牌的重要性

二、礼品实施品牌战略的意义

三、礼品企业品牌的现状分析

四、中国礼品企业的品牌战略

五、礼品品牌战略管理的策略

第三节 礼品经营策略分析

一、礼品市场细分策略

二、礼品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、礼品新产品差异化战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 礼品行业研究结论及建议

第二节 礼品子行业研究结论及建议

图表目录

图表：2021-2026年规模以上礼品制造行业企业分析

图表：2021-2026年礼品行业资产规模

图表：2021-2026年礼品行业市场规模

图表：2021-2026年中国礼品行业行业盈利能力

图表：2021-2026年中国礼品行业行业偿债能力

图表：2021-2026年中国礼品行业行业营运能力

图表：2021-2026年中国礼品行业行业发展能力

图表：2021-2026年礼品行业供给规模

图表：2021-2026年礼品行业需求规模

图表：杭州万科艺术品有限公司精品典藏

图表：2026-2031年礼品行业市场规模

图表：2026-2031年礼品行业供给规模

图表：2026-2031年礼品行业需求规模

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：245760

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20220209/245760.shtml

在线订购：点击这里