

2015-2020年中国商务礼品 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国商务礼品市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1502/B338274Q4P.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2015-02-02

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国商务礼品市场监测及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了商务礼品行业与礼品文化、中国商务礼品行业运行环境等，接着分析了中国商务礼品行业运行的现状，然后介绍了中国商务礼品市场竞争格局。随后，报告对中国商务礼品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商务礼品行业发展预测。您若想对商务礼品产业有个系统的了解或者想投资商务礼品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。目前商务礼品在国内的竞争越来越激烈，中小礼品定做企业有很多都处于倒闭的边缘，包括礼品行业比较大的公司开始节约开支，包括出口的一些企业，目前的订单同比缩水了2/3，平时做福利礼品、促销礼品定做的礼品公司也受到了较大的打击，其实，我们分析下，这些礼品都是属于中低端的商务礼品，我们不妨做高端的商务礼品。

目前经营高档商务礼品的公司相对少了很多，在中低端的商务礼品比较萧条的情况下，转销为高端商务礼品，高档商务礼品虽然价格比较高，但它的品牌价值其实让你的利润更加高，关键在与你对高端的商务礼品营销的策略及定位。

国内目前的高档商务礼品跟国外相比，差距还很大，需要很长的时间才能够赶上国外。

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年世界商务礼品行业运行状况分析

第一节 2014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 2015-2020年世界主要商务礼品业新趋势探析

第三章 2014年中国商务礼品行业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014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年中国商务礼品市场社会环境分析

第四章 2014年中国商务礼品行业运行新态势分析

第一节 2014年中国商务礼品业特点分析

第二节 2014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年中国商务礼品市场需求分析

第一节 2014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年中国主要商务礼品市场走势分析

第一节 2014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 2011-2013年中国商务礼品制造相关行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国工艺品及其他制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国工艺品及其他制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国工艺品及其他制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国工艺品及其他制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国工艺品及其他制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国工艺品及其他制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国工艺品及其他制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国工艺品及其他制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国工艺品及其他制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国工艺品及其他制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国工艺品及其他制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国工艺品及其他制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2014年中国商务礼品营销及经营策略分析

第一节 2014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年中国商务礼品市场竞争格局透析

第一节 2014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 2015-2020年中国商务礼品业竞争趋势分析

第十章 2014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年中国商务礼品业典型企业运营状况分析

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 2015-2020年中国商务礼品行业的趋势预测分析

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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、商务礼品市场盈利预测分析

第十四章 博思数据关于中国商务礼品行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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：国内生产总值同比增长速度 图表：全国粮食产量及其增速 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） 图表：进出口总额（亿美元） 图表：广义货币（M2）增长速度（%） 图表：居民消费价格同比上涨情况 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） 图表：农村居民人均收入实际增长速度 图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：2014年房地产开发投资同比增速（%） 图表：2015年中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：老凤祥股份有限公司主要经济指标走势图

图表：老凤祥股份有限公司经营收入走势图

图表：老凤祥股份有限公司盈利指标走势图

图表：老凤祥股份有限公司负债情况图

图表：老凤祥股份有限公司负债指标走势图

图表：老凤祥股份有限公司运营能力指标走势图

图表：老凤祥股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司主要经济指标走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司经营收入走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司盈利指标走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司负债情况图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司负债指标走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司运营能力指标走势图

图表：中钞国鼎（北京）投资有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司经营收入走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司盈利指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司负债情况图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司负债指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司成长能力指标走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司主要经济指标走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司经营收入走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司盈利指标走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司负债情况图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司负债指标走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司运营能力指标走势图

图表：山东鸿诚工艺礼品公司成长能力指标走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司主要经济指标走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司经营收入走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司盈利指标走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司负债情况图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司负债指标走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司运营能力指标走势图

图表：滕州市盛泉工艺礼品有限责任公司成长能力指标走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司经营收入走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司盈利指标走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司负债情况图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司负债指标走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳祝贺国际礼品有限公司成长能力指标走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司主要经济指标走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司经营收入走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司盈利指标走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司负债情况图

图表：台州长虹华美电器有限公司负债指标走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司运营能力指标走势图

图表：台州长虹华美电器有限公司成长能力指标走势图

图表：南京大禾礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：南京大禾礼品有限公司经营收入走势图

图表：南京大禾礼品有限公司盈利指标走势图

图表：南京大禾礼品有限公司负债情况图

图表：南京大禾礼品有限公司负债指标走势图

图表：南京大禾礼品有限公司运营能力指标走势图

图表：南京大禾礼品有限公司成长能力指标走势图

图表：宁波亨裕工艺礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：宁波亨裕工艺礼品有限公司经营收入走势图

图表：宁波亨裕工艺礼品有限公司盈利指标走势图

图表：宁波亨裕工艺礼品有限公司负债情况图

图表：宁波亨裕工艺礼品有限公司负债指标走势图

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1502/B338274Q4P.html>