

# 2024-2030年中国促销礼品 产业发展现状与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国促销礼品产业发展现状与市场供需预测报告》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.cction.com/report/202312/426715.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

促销礼品是近几年才被人们关注的热点概念，它产生的背景主要是当降价已经成为习惯的时候，各路商家挖空心思来寻找赢得市场除“价格战”以外的方法，利用一些“非典型”的促销手段更是赢得了媒体的关注和消费者的目光。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国促销礼品产业发展现状与市场供需预测报告》共四章。首先介绍了促销礼品行业市场发展环境、促销礼品整体运行态势等，接着分析了促销礼品行业市场运行的现状，然后介绍了促销礼品市场竞争格局。随后，报告对促销礼品做了重点企业经营状况分析，最后分析了促销礼品行业发展趋势与投资预测。您若想对促销礼品产业有个系统的了解或者想投资促销礼品行业，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 2022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 中国促销礼品市场需求分析

3.1 促销礼品的用途

3.2 促销礼品的特性

3.3 企业选购促销礼品考虑的主要因素

3.4 促销礼品的主要产品类型

### 3.5 促销礼品市场潜力分析

## 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/426715.html>