

# 中国礼品市场销售状况与竞争前景分析报告2023-2029年

产品名称	中国礼品市场销售状况与竞争前景分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国礼品市场销售状况与竞争前景分析报告2023-2029年【报告编号】：407328【出版时间】：2023年8月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元  
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第1章：礼品行业综述及数据来源说明1.1 礼品行业界定1.1.1 礼品的界定1.1.2 礼品行业的特点1.1.3 礼品的相关概念辨析1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中礼品行业归属1.2 礼品的分类1.3 礼品专业术语说明1.4 本报告研究范围界定说明1.5 本报告数据来源及统计标准说明1.5.1 本报告quanwei数据来源1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明第2章：中国礼品行业宏观环境分析（PEST）2.1 中国礼品行业政策（Policy）环境分析2.1.1 行业监管体系及机构介绍（1）中国礼品行业主管部门（2）中国礼品行业自律组织2.1.2 行业标准体系建设现状（1）中国礼品行业标准体系建设（2）中国礼品行业现行标准分析1）中国礼品行业现行标准汇总2）中国礼品行业现行标准分析（3）中国礼品行业重点标准解读2.1.3 国家层面礼品行业政策规划汇总及解读（1）中国礼品行业国家层面重点相关政策汇总（2）中国礼品行业国家层面重点相关规划汇总2.1.4 国家层面重点政策对礼品行业发展的影响分析（1）《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（2）《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》2.1.5 国家层面重点规划对礼品行业发展的影响分析（1）《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（2）《中国儿童发展纲要（2023-2029年）》2.1.6 中国礼品行业区域政策热力图2.1.7 中国礼品产业各省市政策汇总及解读（1）中国礼品产业各省市重点政策汇总（2）中国各省市礼品行业发展目标解读2.1.8 政策环境对行业发展的影响分析2.2 中国礼品行业经济（Economy）环境分析2.2.1 中国宏观经济发展现状（1）中国GDP及增长情况（2）中国三次产业结构（3）中国居民消费价格（CPI）（4）中国生产者价格指数（PPI）（5）中国工业经济增长情况（6）中国第三产业增加值（7）中国社会消费品零售情况2.2.2 中国宏观经济发展展望（1）国际机构对中国GDP增速预测（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测2.2.3 中国礼品行业发展与宏观经济相关性分析2.3 中国礼品行业社会（Society）环境分析2.3.1 中国礼品行业社会环境分析（1）中国人口规模及增速（2）中国人口结构1）年龄结构/中国人口老龄化程度2）中国人口性别结构（3）中国城镇化水平变化1）中国城镇化现状2）中国城镇化趋势展望（4）中国居民人均

可支配收入(5)中国居民人均消费支出及结构1)中国居民人均消费支出2)中国居民消费结构变化(6)中国居民消费习惯变化1)线上渠道成为主要的购物渠道2)体验式消费需求增加3)对国产品牌的倾向性更高(7)中国居民消费升级演进1)中国消费升级演进历程2)中国消费变革的八大趋势(8)中国网民规模及互联网普及率2.3.2 社会环境对礼品行业的影响总结2.4

中国礼品行业技术(Technology)环境分析2.4.1 礼品行业新兴技术分析2.4.2

中国礼品行业研发投入状况2.4.3 中国礼品行业研发创新成果2.4.4

技术环境对中国礼品行业发展的影响总结第3章：中国礼品行业市场供需状况及发展痛点分析3.1

中国礼品行业发展历程3.2 中国礼品行业市场特性解析3.3 中国礼品行业市场主体类型及入场方式3.3.1

中国礼品行业市场主体类型3.3.2 中国礼品行业企业入场方式3.4 中国礼品行业市场主体分析3.4.1

中国礼品行业历年新增企业数量3.4.2 中国礼品行业注册企业经营状态3.4.3

中国礼品行业企业注册资本分布3.4.4 中国礼品行业注册企业省市分布3.5

中国礼品行业市场需求特征分析3.5.1

中国礼品行业用户画像分析(1)礼品用户年龄分布(2)礼品用户关注要点3.5.2 中国礼品行业采购行为分析(1)礼品采购品类偏好(2)礼品采购意愿分析(3)礼品采购频次分析(4)礼品采购价格分布(5)礼品采购渠道分布(6)送礼对象分析3.6 中国礼品行业市场供需现状分析3.6.1

中国礼品行业供给现状分析3.6.2 中国礼品行业需求现状分析3.7

中国礼品行业供需平衡状况及市场行情走势3.7.1 中国礼品行业供需平衡分析3.7.2

中国礼品行业市场行情走势3.8 中国礼品行业市场规模体量测算3.9

中国礼品行业市场发展痛点分析第4章：中国礼品行业市场竞争状况及融资并购分析4.1

中国礼品行业市场竞争布局状况4.1.1 中国礼品行业竞争者入场进程4.1.2

中国礼品行业竞争者区域分布热力图4.2 中国礼品行业市场竞争格局分析4.2.1

中国礼品行业企业竞争集群分布4.2.2 中国礼品行业企业市场排名分析(1)礼品企业TOP20排名汇总(2)baiqiang礼品企业类型分布(3)baiqiang礼品企业区域分布4.3 中国礼品行业市场集中度分析4.4

中国礼品行业波特五力模型分析4.4.1 中国礼品行业供应商议价能力4.4.2

中国礼品行业消费者议价能力4.4.3 中国礼品行业潜在进入者威胁4.4.4 中国礼品行业替代品威胁4.4.5

中国礼品行业现有企业竞争4.4.6

中国礼品行业竞争状态总结第5章：中国礼品产业链全景梳理及配套产业发展分析5.1

中国礼品产业结构属性(产业链)分析5.1.1 中国礼品产业链结构梳理5.1.2 中国礼品产业链生态图谱5.1.3

中国礼品产业链区域热力图5.2 中国礼品产业价值属性(价值链)分析5.2.1

中国礼品行业成本结构分析5.2.2 中国礼品价格传导机制分析5.2.3 中国礼品行业价值链分析5.3

中国礼品包装市场分析5.3.1 中国礼品包装类型5.3.2 中国礼品包装市场现状(1)礼品盒/袋市场1)概述2)包装纸市场供给情况分析3)包装纸市场需求情况分析(2)礼品罐市场1)概述2)镀锡板(带)市场供给情况分析3)镀锡板(带)市场需求情况分析(3)缎带市场1)概述2)合成纤维市场供给情况分析3)合成纤维市场需求情况分析5.3.3 中国礼品包装需求趋势5.4 中国lipinhuishou市场分析5.4.1

中国lipinhuishou概述5.4.2 中国lipinhuishou市场现状5.4.3 中国lipinhuishou发展趋势5.5

配套产业布局对礼品行业发展的影响总结第6章：中国礼品行业细分产品市场发展状况6.1

中国礼品行业细分市场结构6.2 中国礼品市场分析：数码电子6.2.1 数码电子市场概述6.2.2

数码电子市场发展现状(1)智能手机出货量(2)平板电脑出货量6.2.3 数码电子发展趋势前景6.3

中国礼品市场分析：小家电6.3.1 小家电市场概述6.3.2 小家电市场发展现状(1)小家电产量1)厨房小家电代表性企业2)家居小家电代表性企业3)个护小家电代表性企业(2)小家电销量1)厨房小家电代表性企业2)家居小家电代表性企业3)个护小家电代表性企业6.3.3 小家电发展趋势前景6.4

中国礼品市场分析：文创/IP产品6.4.1 文创/IP产品市场概述6.4.2

文创/IP产品市场发展现状(1)文创产品产量(2)文创产品销量6.4.3 文创/IP产品发展趋势前景6.5

中国礼品市场分析：工艺礼品6.5.1 工艺礼品市场概述6.5.2

工艺礼品市场发展现状(1)规模以上企业数量(2)规模以上企业营收与利润总额6.5.3

工艺礼品发展趋势前景6.6 中国礼品市场分析：家居用品6.6.1 家居用品市场概述6.6.2

家居用品市场发展现状(1)企业数量(2)智能家居设备出货量6.6.3 家居用品发展趋势前景6.7

中国礼品市场分析：其他礼品市场6.7.1

积分兑换礼品市场分析(1)招商银行信用卡积分兑换礼品情况(2)中国移动积分兑换礼品情况6.7.2

皮具箱包礼品市场分析(1)概述(2)箱包行业摊位数量(3)箱包行业企业销售收入6.7.3

食品类礼品市场分析(1)食品类礼品典型案例(2)食品类礼品采购客户画像分析6.7.4 游戏玩具类礼品

市场分析 (1) 游戏玩具类礼品供给情况分析 (2) 游戏玩具类礼品需求品类分布第7章：中国礼品行业细分消费市场发展状况7.1 中国礼品行业消费场景及销售模式分析7.1.1 中国礼品行业消费场景分析7.1.2 中国礼品行业销售模式分析7.2 中国礼品行业市场营销策略分析7.2.1 中国礼品行业产品营销策略7.2.2 中国礼品行业营销渠道布局 (1) KOL营销 (2) 微信引流策略7.3 中国礼品行业销售渠道发展分析7.3.1 中国礼品行业销售渠道分布状况7.3.2 中国礼品行业线上电商发展分析7.3.3 中国礼品行业线下渠道发展分析7.4 中国礼品行业消费行为特征总结第8章：中国礼品行业代表性企业布局案例研究8.1 中国礼品代表性企业布局梳理及对比8.2 中国礼品代表性服务企业布局案例分析8.2.1 北京元隆雅图文化传播股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售情况分析 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.2.2 瑞祥全球购超市有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.2.3 北京阳光印易科技有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.2.4 深圳市云中鹤科技股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业销售情况分析 (4) 企业应礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.2.5 温州市孔雀国际贸易有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业销售区域分布情况 (4) 企业应礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3 中国礼品代表性制造企业布局案例分析8.3.1 芜湖美的生活电器制造有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业销售情况分析 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.2 浙江凯喜雅国际股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.3 孚日集团股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.4 小熊电器股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.5 上海元祖梦果子股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.6 浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.7 深圳劲嘉新型智能包装有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.8 安徽味滋源食品科技有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业所获荣誉资质 (4) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.9 深圳市倍轻松科技股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析8.3.10 安徽德力日用玻璃股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业整体经营情况 (3) 企业礼品行业业务布局及发展状况1) 企业礼品行业产品/服务介绍2) 企业礼品行业产品/服务经营情况3) 企业销售区域分布情况 (4) 企业礼品行业业务科研投入及创新成果追踪 (5) 企业礼品行业业务发展优劣势分析第9章：中国礼品行业市场前景预测及发展趋势预判9.1 中国礼品行业SWOT分析9.2 中国礼品行业发展潜力评估9.2.1 中国礼品行业生命发展周期9.2.2 中国礼品行业发展潜力评估9.3 中国礼品行业发展前景预测9.4 中国礼品行业发展趋势预判第10章：中国礼品行业投资战略规划策略及建议10.1

中国礼品行业进入与退出壁垒10.2 中国礼品行业投资风险预警10.3 中国礼品行业投资价值评估10.4  
中国礼品行业投资机会分析10.5 中国礼品行业投资策略与建议10.6 中国礼品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：礼品行业的特点分析  
图表2：礼品和赠品概念区分  
图表3：《国民经济行业分类与代码》中礼品行业归属  
图表4：我国礼品行业礼品常用构成分类  
图表5：我国礼品行业礼品其他构成分类  
图表6：礼品行业主要类别及其产品  
图表7：礼品专业术语说明  
图表8：本报告研究范围界定  
图表9：本报告quanwei数据来源汇总  
图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明  
图表11：中国礼品行业监管体系构成  
图表12：中国礼品行业主管部门  
图表13：中国礼品行业自律组织  
图表14：截至2023年中国礼品行业标准体系建设（单位：项）  
图表15：截止到2023年中国礼品行业的行业标准  
图表16：截止到2023年中国礼品行业的地方标准  
图表17：截止到2023年中国礼品行业的企业标准  
图表18：截止到2023年中国礼品行业的团体标准  
图表19：截至2023年中国礼品行业现行标准属性分布（单位：项，%）  
图表20：中国礼品行业重点标准解读  
图表21：截止到2023年中国礼品行业国家层面重点相关政策汇总  
图表22：截止到2023年中国礼品行业国家层面重点相关规划汇总  
图表23：《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》有关礼品行业的指导内容  
图表24：《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》有关礼品行业的指导内容  
图表25：国家“十四五”规划对礼品行业的影响分析  
图表26：《中国儿童发展纲要（2023-2029年）》中针对儿童玩具提出的相关规定分析  
图表27：截至2023年中国礼品行业区域政策热力图（单位：条）  
图表28：中国31省市礼品产业主要政策汇总及解读  
图表29：“十四五”期间中国各省份礼品行业发展目标  
图表30：政策环境对中国礼品行业发展的影响总结  
图表31：2010-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）  
图表32：2010-2023年中国三次产业结构（单位：%）  
图表33：2019-2023年中国CPI变化情况（单位：%）  
图表34：2019-2023年中国PPI变化情况（单位：%）  
图表35：2010-2023年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）  
图表36：2010-2023年中国第三产业增加值及增速（单位：万亿元，%）  
图表37：2010-2023年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）  
图表38：部分国际机构对2023-2024年中国GDP增速的预测（单位：%）  
图表39：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）  
图表40：2013-2023年中国GDP与礼品行业营收规模相关性  
图表41：2013-2023年中国第三产业增加值与礼品行业营收规模相关性  
图表42：2011-2023年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）  
图表43：2011-2023年中国人口年龄结构（单位：%）  
图表44：2011-2023年中国人口性别结构（单位：%）  
图表45：2011-2023年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）  
图表46：中国城市化进程发展阶段  
图表47：2010-2023年中国居民人均可支配收入（单位：元）  
图表48：2010-2023年中国居民人均消费支出（单位：元）  
图表49：2013-2023年中国居民人均消费支出结构（单位：%）  
图表50：2023年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）  
图表51：2023年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）  
图表52：2023年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）  
图表53：2023年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）  
图表54：中国消费升级演进趋势  
图表55：中国消费变革八大趋势分析  
图表56：2016-2023年中国网民规模与普及率情况（单位：亿人，%）  
图表57：社会环境对礼品行业发展的影响分析  
图表58：礼品行业新兴技术分析  
图表59：2017-2023年中国规模以上文教、工美、体育和娱乐用品制造业科研投入情况（单位：亿元）  
图表60：2023年中国代表性高科技礼品介绍  
图表61：技术环境对中国礼品行业发展的影响总结  
图表62：中国礼品行业发展历程  
图表63：中国礼品行业市场特性分析  
图表64：中国礼品行业市场主体类型构成  
图表65：中国礼品行业企业入场方式分析  
图表66：2000-2023年中国礼品行业历年新注册企业数量（单位：家）  
图表67：截至2023年中国礼品企业经营状态分布（单位：家，%）  
图表68：截至2023年中国礼品企业注册资本分布（单位：家）  
图表69：截至2023年中国礼品企业数量区域分布（单位：家）  
图表70：2023年中国礼品用户年龄分布（单位：%）  
图表71：2023年中国不同年龄段礼品用户关注要点（单位：%）  
图表72：2023年中国礼品采购者采购礼品类型分布（单位：%）  
图表73：2023年中国礼品采购者采购礼品类型分布（单位：%）  
图表74：2023年中国礼品采购者采购频次分布（单位：%）  
图表75：2023年中国礼品采购价格分布（单位：%）  
图表76：2023年中国礼品采购者采购频次分布（单位：%）  
图表77：2023年中国礼品采购者送礼对象年龄分布（单位：%）  
图表78：2020-2023年中国礼品行业代表性企业产量情况  
图表79：2020-2023年中国礼品行业代表性企业销量情况  
图表80：2020-2023年中国礼品行业代表性企业产销率情况（单位：%）  
图表81：2019-2023年中国不同品类商品的义乌小商品价格指数  
图表82：2018-2023年中国礼品行业市场规模体量测算（单位：亿元）  
图表83：中国礼品行业市场发展痛点分析  
图表84：中国礼品行业竞争者入场进程（单位：亿元）  
图表85：中国礼品行业主要竞争者区域分布热力图  
图表86：中国礼品行业企业集群分布  
图表87：2023年中国礼品行业企业TOP20名单  
图表88：2023年中国baiqiang礼品企业类型分布（单位：%）  
图表89：2023年中国baiqiang礼品企业区域分布（单位：家）  
图表90：2020-2023年中国礼品行业市场集中度-CR4（单位：%）  
图表91：中国礼品行业供应商的议价能力  
图表92：中国礼品行业消费者的议价能力  
图表93：中国礼品行业潜在进入者威胁  
图表94：中国礼品行业现有企业竞

争程度图表95：中国礼品行业五力分析结论图表96：中国礼品产业链结构图图表97：中国礼品产业链生态图谱图表98：中国礼品产业链区域热力图图表99：中国礼品制造行业成本结构分析图表100：中国礼品行业价格传导机制图表101：礼品行业价值链结构图图表102：中国礼品包装类型分析图表103：中国礼品盒/袋材质与形状介绍图表104：2018-2023年中国包装纸产量及同比变化情况（单位：万吨，%）图表105：2018-2023年中国包装纸消费量及同比变化情况（单位：万吨，%）图表106：2012-2023年中国镀锡板（带）产量及同比变化情况（单位：万吨，%）图表107：2012-2023年中国镀锡板（带）销量及同比变化情况（单位：万吨，%）图表108：2012-2023年中国合成纤维产量及增长情况（单位：万吨，%）图表109：2012-2023年中国石化合成纤维产销量及产销率情况（单位：万吨，%）图表110：2012-2023年中国合成纤维销量及增长情况（单位：万吨，%）图表111：中国礼品包装需求趋势分析图表112：中国lipinhuishou市场产生原因分析图表113：中国lipinhuishou市场现状分析图表114：中国lipinhuishou行业发展趋势图表115：配套产业布局对礼品行业发展的影响总结图表116：中国礼品行业细分市场结构介绍图表117：2015-2023年中国智能手机出货量（单位：亿部，%）图表118：2016-2023年中国平板电脑出货量及其增速（单位：万台，%）图表119：中国数码电子市场发展趋势前景分析图表120：中国小家电行业发展历程