

2013-2017年中国礼品回收行业市场前瞻与投资机会分析报告

目 录

CONTENTS

第1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2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3章：中国礼品回收行业发展分析

3.1 礼品回收行业产生的原因分析

3.2 礼品回收行业发展现状分析

- 3.2.1 礼品回收的范围和价格
- 3.2.2 礼品回收的主要渠道
- 3.2.3 礼品回收市场的行规

3.3 礼品回收市场潜存的洗钱风险

- 3.3.1 法规不完善，监管存盲区
- 3.3.2 变相“洗钱机”，滋生不良风气
- 3.3.3 身份难识别，加大管理难度
- 3.3.4 法律观念单薄，助长洗钱活动

3.4 防范礼品回收市场洗钱风险的对策建议

- 3.4.1 加强反腐倡廉建设，堵住源头
- 3.4.2 完善法律，建立礼品回收注册登记制度
- 3.4.3 扩大非金融行业范围，将礼品回收纳入反洗钱监管
- 3.4.4 加强宣传，提高从业人员法律意识

第4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: 2002-2012年中国GDP增长速度(单位:百万元,%)
- 图表2: 2006-2012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: 2006-2012年农村居民人均纯收入及增长情况(单位:元,%)
- 图表4: 2010-2012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: 2012年中国居民消费价格比上年涨跌幅度(单位:%)
- 图表7: 2006-2012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: 2006-2012年中国全社会固定资产投资及增长情况(单位:亿元,%)
- 图表9: 2008-2008年中国货物进出口总额(单位:亿美元)
- 图表10: 2002-2012年中国城镇人口比重变化情况(单位:万人,百分点,%)
- 图表11: 2002-2012年中国城镇人口比重变化图(单位:%)
- 图表12: 2010-2012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: 2003VS2012年中国人口年龄结构表(单位:万人,%)
- 图表15: 2003VS2012年中国人口年龄结构图(单位:%)
- 图表16: 2006-2012年中国人口年龄结构变化趋势(单位:%)
- 图表17: 2012年与2010年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: 2003VS2012年城乡人口总数变化(单位:万人)
- 图表20: 2003VS2012年城乡人口比重变化(单位:%)
- 图表21: 2002-2008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: 1997-2009年我国进出口增速情况及预测(单位:%)
- 图表23: 2006-2012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: 2012年中国礼品销售额年度评估(单位:亿元,%)
- 图表29: 2008-2012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: 2009-2012年礼品公司销售额平均数(单位:万元,%)
- 图表32: 2009-2012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: 中国礼品行业产业链附加值

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！