2017-2022年中国礼品行业市场前瞻与投资战略规划报告

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

（3）礼品行业定义

1.1.2 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

（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

第2章：中国礼品行业关联行业发展分析

2.1 礼品包装行业发展分析

2.1.1 包装行业供需情况分析

（1）行业发展规模分析

（2）行业供给情况分析

（3）行业需求情况分析

（4）行业盈利情况分析

2.1.2 礼品包装行业发展概况

2.1.3 礼品包装行业竞争分析

2.1.4 礼品包装行业原料采购分析

2.1.5 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

2.1.6 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）包装文化和消费文化的变革对遏制过度包装具有重要意义

（3）国外遏制礼品过度包装的经验

（4）我国遏制礼品过度包装的举措

2.2 礼品回收行业发展分析

2.2.1 礼品回收行业产生的原因分析

2.2.2 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

2.2.3 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
2.2.4 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3章：中国礼品行业发展现状及趋势分析
3.1 礼品行业发展总体情况
3.1.1 礼品行业的发展阶段分析
3.1.2 礼品行业发展规模分析
3.1.3 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
3.1.4 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
3.1.5 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
3.2 礼品行业销售情况分析
3.2.1 礼品行业总体销售情况
3.2.2 不同规模企业销售情况
（1）不同销售额企业销售情况
（2）不同资产企业销售情况
3.2.3 礼品行业在线销售情况
3.2.4 2016年礼品行业销售预期
3.3 礼品行业市场竞争分析
3.3.1 礼品行业特征分析
（1）进入门槛低
（2）礼品种类多
3.3.2 礼品行业竞争现状分析
（1）市场竞争激烈
（2）跟风模仿严重
3.3.3 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
3.4 礼品行业发展趋势分析
3.4.1 礼品消费由群体消费转向个体消费
3.4.2 礼品开发注重礼品赠送者与收受者之间的互动
3.4.3 礼品行业从业者将更为广泛
3.4.4 定制化渐成礼品采购主流模式
3.4.5 创意礼品成礼品行业发展突破口
3.4.6 品牌授权连锁运营成为趋势
第4章：中国礼品行业产品市场分析
4.1 礼品行业产品结构分析
4.1.1 行业产品主要类别
4.1.2 行业主要细分产品
4.2 礼品行业主要产品市场分析
4.2.1 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

4.2.2 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
4.2.3 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
4.2.4 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
4.2.5 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
4.2.6 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
4.2.7 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
4.2.8 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
4.3 积分兑换礼品及礼品采购情况调研
4.3.1 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
4.3.2 礼品行业热门采购排行榜
第5章：中国礼品行业细分市场需求分析
5.1 促销礼品市场需求分析
5.1.1 促销礼品的用途
5.1.2 促销礼品的特性
5.1.3 企业选购促销礼品考虑的主要因素
5.1.4 促销礼品的主要产品类型
5.1.5 促销礼品市场潜力分析
5.2 商务礼品市场需求分析
5.2.1 商务礼品的用途
5.2.2 商务礼品的特性
5.2.3 企业选购商务礼品考虑的主要因素
5.2.4 商务礼品的主要产品类型
5.2.5 商务礼品市场潜力分析
5.3 福利礼品市场需求分析
5.3.1 福利礼品的用途
5.3.2 福利礼品的特性
5.3.3 企业选购福利礼品考虑的主要因素

5.3.4 福利礼品的主要产品类型
5.3.5 福利礼品市场潜力分析
5.4 其他礼品市场需求分析
5.4.1 庆典礼品市场需求分析
5.4.2 会议礼品市场需求分析
5.4.3 节日礼品市场需求分析
第6章：中国礼品行业营销分析
6.1 礼品行业展会营销分析
6.1.1 礼品行业展会营销的重要性分析
6.1.2 2016年礼品行业大型展会介绍
（1）北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会
（2）中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会
（3）中国（莆田）海峡工艺品博览会
（4）GIFT SHOW in 上海国际礼品家居展览会
6.1.3 礼品企业展会营销策略分析
6.2 礼品行业礼品册直邮营销分析
6.2.1 礼品册的定义
6.2.2 礼品册的作用
6.2.3 芭莎礼品册营销案例分析
（1）送礼整体解决方案的策划者
（2）庞大的市场需求
（3）简单的赢利模式
（4）细心的服务
（5）整合市场资源
（6）个性化打造平台
6.3 礼品行业网购营销分析
6.3.1 网络购物发展分析
（1）交易规模分析
（2）市场份额分析
（3）区域渗透情况
（4）行业竞争分析
（5）产品特征：
（6）用户特征
6.3.2 礼品行业网络团购现状分析
6.3.3 爱礼品网络团购案例分析
6.3.4 礼品行业网络购物潜力分析
6.4 礼品行业营销趋势分析
6.4.1 系统化的营销思路
6.4.2 概念营销
6.4.3 个性化定制营销
6.4.4 跨界整合营销
6.4.5 顾问式营销
6.4.6 网络营销
（1）搜索引擎营销
1）搜索引擎营销结构分析
2）搜索引擎营销现状分析
3）搜索引擎营销成本收益分析
（2）论坛营销
1）论坛营销结构分析
2）论坛营销现状分析
3）论坛营销成本收益分析
（3）博客营销
1）博客营销结构分析
2）博客营销现状分析
3）博客营销成本收益分析
（4）微博营销
1）微博营销结构分析
2）微博营销现状分析
3）微博营销成本收益分析

（5）视频营销
1）视频营销结构分析
2）视频营销现状分析
3）视频营销成本收益分析
（6）问答营销
1）问答营销结构分析
2）问答营销现状分析
3）问答营销成本收益分析
（7）权威百科营销
1）权威百科营销结构分析
2）权威百科营销现状分析
3）权威百科营销成本收益分析
（8）企业新闻营销
1）企业新闻营销结构分析
2）企业新闻营销现状分析
3）企业新闻营销成本收益分析
第7章：中国领先礼品企业经营情况分析
7.1 领先礼品生产企业经营情况分析
7.1.1 深圳市贝形经典实业有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.2 深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.3 深圳市冰语艺术品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.4 深圳市好时达电器有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.5 深圳市金博源精品制造有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.6 时运达（深圳）电子有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.7 福建瑞达精工股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.8 宁波市和记张生茶具有限公司

（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.9 永银收藏品有限责任公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.10 刘世企业
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.11 宁波惠多织造有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.12 上海泰芝宝礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.13 深圳市辉宇电器制造有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.14 深圳市千艺水晶艺术品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.15 深圳市瑞方源投资有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.16 深圳市一健科技开发有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.17 深圳市优可视电子有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.18 厦门悠度休闲用品股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析

（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业最新发展动向分析
7.1.19 亚泰（东莞）木业有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.1.20 深圳市皇家经典工艺礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
7.2 领先礼品服务及贸易企业经营情况分析
7.2.1 北京怡莲礼业科技发展有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质情况
（3）企业主营业务分析
（4）企业产品结构及新品分析
（5）企业营销网络分析
（6）企业经营特色分析
7.2.2 北京元隆雅图文化传播有限责任公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质情况
（3）企业组织结构分析
（4）企业主营业务分析
（5）企业产品结构及新品分析
（6）企业营销网络分析
（7）企业经营特色分析
（8）企业最新发展动向分析
7.2.3 有礼天下国际文化传播（北京）有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.4 北京芭莎科技有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.5 北京万联友邦贸易有限责任公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业组织结构分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.6 深圳市云中鹤工贸发展有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业主营业务分析
（4）企业产品结构分析
（5）企业营销网络分析
（6）企业经营特色分析
7.2.7 常州市好礼佳缘商贸有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业主营业务分析

（4）企业产品结构及新品分析
（5）企业营销网络分析
（6）企业经营特色分析
7.2.8 山东君发礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.9 青岛爱乐吉贸易有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业主营业务分析
（4）企业产品结构及新品分析
（5）企业营销网络分析
（6）企业经营特色分析
7.2.10 深圳市吉之礼实业有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业发展历程回顾
（4）企业组织结构分析
（5）企业主营业务分析
（6）企业产品结构及新品分析
（7）企业营销网络分析
（8）企业经营特色分析
7.2.11 南京泰誓工贸科技发展有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业组织结构分析
（4）企业主营业务分析
（5）企业产品结构及新品分析
（6）企业营销网络分析
（7）企业经营特色分析
7.2.12 重庆龙珠礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.13 重庆新新勤情商贸发展有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业资质分析
（3）企业主营业务分析
（4）企业产品结构及新品分析
（5）企业营销网络分析
（6）企业经营特色分析
7.2.14 重庆贝瑞礼品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.15 上海居尚工贸有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.16 上海羿祥文化传播有限公司

（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.17 深圳市径邦科技开发有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.18 麦基格瑞（北京）产品设计开发有限公司
7.2.19 广州树人商贸有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
7.2.20 优优祝福（北京）科技有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业主营业务分析
（3）企业产品结构及新品分析
（4）企业营销网络分析
（5）企业经营特色分析
第8章：中国礼品行业投资前景分析
8.1 礼品行业投资特性分析
8.1.1 礼品行业进入壁垒分析
8.1.2 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
8.1.3 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
8.1.4 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
8.2 礼品行业投资现状分析
8.2.1 礼品行业部分投资事件分析
8.2.2 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
8.3 礼品行业投资前景分析
8.3.1 礼品行业成长性分析
8.3.2 礼品市场潜力分析
8.3.3 礼品行业投资前景分析
8.4 礼品行业投资建议
8.4.1 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
8.4.2 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
8.4.3 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1：2010-2015年美国实际GDP环比折年率（单位：%）
图表2：2010-2015年度日本GDP季调环比折年率（单位：%）
图表3：2010-2015年欧元区GDP季调环比变化情况（单位：%）
图表4：2010-2016年国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）
图表5：2011-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况（单位：元，%）
图表6：2015-2016年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）
图表7：2015年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）
图表8：2011-2015年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
图表9：2011-2015年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%）
图表10：2015年中国全社会按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比（单位：亿元，%）
图表11：2011-2015年中国货物进出口总额（单位：亿美元）
图表12：2007-2015年中央经济工作会议主题
图表13：2011-2015年中国城镇人口变化情况（单位：万人，%）
图表14：2011-2015年中国城镇人口比重变化图（单位：%）
图表15：中国六次人口调查家庭户数变化图（单位：万户）
图表16：2011-2015年中国人口变化表（单位：万人）
图表17：中国人口年龄结构变化趋势及预测（单位：%）
图表18：第六次人口普查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19：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20：2014-2015年城乡人口总数变化（单位：万人）
图表21：2014-2015年城乡人口比重变化（单位：%）
图表22：2014-2015年包装行业规模分析（单位：家，人，万元）
图表23：2008-2015年包装行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表24：2007-2015年包装行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表25：2008-2015年包装行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表26：2007-2015年包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表27：2007-2015年包装行业产品销售利润及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表28：2007-2015年包装行业利润总额及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表29：2010-2015年我国礼品销售额变化情况（单位：亿元）
图表30：德国礼品市场四大进口国比例分析（单位：%）
图表31：德国消费者购买礼品主要动机百分比（单位：%）
图表32：日本礼品市场情况（单位：%）
图表33：西班牙礼品市场主要进口来源（单位：%）
图表34：2010-2015年我国礼品销售额变化情况（单位：亿元）
图表35：2015年中国礼品销售额年度评估（单位：亿元，%）
图表36：按礼品公司规模划分的市场份额（单位：%）
图表37：2015年中国礼品销售额年度分类（单位：%）
图表38：2015年礼品公司销售额平均数（单位：万元，%）
图表39：礼品公司在线销售总额及占比情况（单位：亿元，%）
图表40：礼品行业热销产品占比情况（单位：%）
图表41：礼品行业产品结构图（单位：%）
图表42：2010-2015年中国纺织行业发展规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表43：2010-2015年中国纺织行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表44：2010-2015年中国纺织行业利润总额及增速（单位：亿元，%）
图表45：2019-2015年我国纺织行业固定资产投资及新开工项目同比增长情况
图表46：中国小家电行业发展总体概况
图表47：中国小家电行业发展主要特点
图表48：2013-2015年小家电行业经营效益分析（单位：亿元，家，%）

图表49：2012-2015年中国小家电行业盈利能力分析（单位：%）
图表50：2012-2015年中国小家电行业运营能力分析（单位：次）
图表51：2012-2015年中国小家电行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表52：2012-2015年中国小家电行业发展能力分析（单位：%）
图表53：中国家居用品关注度排行（单位：%）
图表54：2010-2015年全国工艺美术品制造行业销售收入及增速（单位：%）
图表55：2006-2015年文具制造行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）
图表56：2014-2015年体育用品制造行业主要经济指标一览表(单位：家，万元，%)
图表57：2006-2015年体育用品行业增加值及增速（单位：亿元，%）
图表58：2006-2015年体育用品行业增加值占GDP的比重（单位： %）
图表59：2011-2015年中国玩具行业市场规模走势图（单位：亿元）
图表60：礼品工艺品行业“儿童玩具”类关注度比例（单位：%）
图表61：招商银行信用卡最受欢迎的前五款款积分礼品
图表62：招商银行信用卡积分兑换礼品产品分布情况（单位：%）
图表63：中国电信天翼积分商城产品兑换排行榜
图表64：中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按类别）（单位：%）
图表65：中国电信天翼积分商城兑换产品分布情况（按积分区间）（单位：%）
图表66：中国联通积分商城最火热的20款积分兑换礼品
图表67：中国联通热门积分兑换品类数据统计（单位：%）
图表68：中国移动积分商城热门积分兑礼品类排行
图表69：2016年8月中国移动积分商城10款最受欢迎的户外休闲装备
图表70：东方航空热门积分兑换礼品排行榜
图表71：东方航空热门积分兑换品类比例图（单位：%）
图表72：礼品行业热门产品采购排行榜（单位：%）
图表73：促销礼品广告效应
图表74：促销礼品要求
图表75：促销礼品考虑因素
图表76：促销礼品类型
图表77：商务礼品考虑因素
图表78：商务礼品产品类型
图表79：福利礼品类型
图表80：庆典礼品类型
图表81：展品范围
图表82：展会选择考虑因素
图表83：会中活动
图表84：礼品册作用
图表85：2011-2015年中国网络购物市场交易规模及增速（单位：亿元，%）
图表86：2011-2015年中国网络购物在社会消费品零售总额中的占比（单位：%）
图表87：2011-2016年中国网络购物市场PC端及移动端交易规模情况（单位：亿元，%）
图表88：2015年中国移动购物企业交易规模市场占比（单位：%）
图表89：2015年中国B2C购物网站交易规模市场份额（单位：%）
图表90：2015年中国网络购物地区渗透情况（单位：%）
图表91：2015年中国主要B2C在线零售商交易额（单位：亿元，%）
图表92：2011-2015年中国网络购物市场交易规模及增速（单位：亿元，%）
图表93：搜索引擎营销结构模式
图表94：搜索引擎营销结构模式分析
图表95：2014-2016年中国搜索引擎运营商市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表96：2014-2016年中国搜索引擎运营商市场收入份额（单位： %）
图表97：论坛营销结构分析
图表98：论坛营销步骤
图表99：博客营销结构分析
图表100：微博营销结构
图表101：博客营销结构分析
图表102：视频营销策略结构图
图表103：问答营销结构
图表104：问答营销特点
图表105：问答营销作用
图表106：企业新闻营销结构分析
图表107：深圳市腾达凯旋工艺礼品有限公司在中国的办事处分布图

图表108：深圳市一健科技开发有限公司的售后网点分布
图表109：深圳市一健科技开发有限公司组织架构
图表110：北京怡莲礼业科技发展有限公司基本信息表
图表111：北京怡莲礼业科技发展有限公司产品结构分析
图表112：北京怡莲礼业科技发展有限公司营销网络分布图
图表113：北京怡莲礼业科技发展有限公司营销网络分布图
图表114：北京元隆雅图文化传播有限责任公司的组织结构图
图表115：北京怡莲礼业科技发展有限公司产品结构分析
图表116：有礼天下国际文化传播（北京）有限公司基本信息表
图表117：北京芭莎科技有限公司基本信息表
图表118：北京芭莎科技有限公司产品结构分析
图表119：北京万联友邦贸易有限责任公司基本信息表
图表120：北京万联友邦贸易有限责任公司业务能力简析
略·····完整目录请咨询客服

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！