

2009-2012年礼品行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年礼品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/200908/23437.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

在经历全球金融危机洗礼后，礼品消费市场加速成熟，礼品业多层面融合、个性化发展的趋势愈加明显。将于2009年10月22日举办的“第17届中国（深圳）国际玩具及礼品展览会”更加明确了这种变化，来自海内外的2900余家展商将带来数十万种创新精品，重点突出时尚化、功能化、科技化的特点，全方位展现新生代玩具礼品的巨大发展空间。礼品行业在我国是个年轻的行业，经过近20年的飞速发展，我国已成为世界上最大的礼品生产国和出口国，年产值近2000亿元，年均增长速度超过12%。随着我国经济的快速发展，礼品在日常生活、商业往来中的作用愈加明显。在我国，创意家居市场还处于初级阶段，远远比不上韩国、日本的成熟程度，但近年来发展迅速，在深圳礼品展中占据的份额逐年增加，各生产企业通过展会平台合作交流，将有助于在未来形成专卖店化、规范化、产业化的时尚品牌。虽然美国、欧盟等主要市场仍处于需求低谷，但东盟、中东、南美、俄罗斯等新兴市场的需求量在逐步上升，而中国内地市场更蕴含着巨大的潜力。企业要开拓新的市场，不仅希望通过展会找出路、找买家，还希望了解市场发展趋势，因此必须加强展会的指导作用，帮助企业实现战略转型。礼品作为生活消费品有其刚性需求的一面，其种类的多样化有助于开发出更多有潜力的新兴市场，对于同质化严重的国内礼品企业来说，加大创新和产品开发的力度，能有效抵御金融危机的影响。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国礼品业商会、中国礼仪用品工业协会、中国玩具业协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国礼品行业的供给与需求状况、发展现状、进出口形势、城乡居民消费倾向变化等进行了分析，并重点分析了国内区域及细分礼品市场发展状况、进出口市场，以及礼品厂商的应对策略等等。报告综合了礼品行业的整体发展动态，针对目前中国礼品市场存在的问题和今后企业在运作过程中需要注意的事项，以及针对礼品行业进入机会与方式提供了参考建议和具体解决办法，是礼品生产企业、礼品经销商和投资机构准确了解目前中国礼品行业发展动态，把握企业定位和未来发展方向不可或缺的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 礼品行业发展概述

第一节 礼品的概念

一、礼品的定义

二、礼品的特点

三、礼品的分类

第二节 礼品行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 礼品市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 国际礼品市场发展分析

第一节 世界礼品行业发展分析

一、2007年世界礼品行业发展分析

二、2008年世界礼品行业发展分析

三、2009年世界礼品行业发展分析

第二节 全球礼品市场分析

一、2009年全球礼品需求分析

二、2009年欧美礼品需求分析

三、2009年中外礼品市场对比

第三节 2008-2009年主要地区礼品行业发展分析

一、2008-2009年美洲礼品行业分析

二、2008-2009年亚洲礼品行业分析

三、2008-2009年欧洲礼品行业分析

第三章 我国礼品行业发展分析

第一节 国内礼品行业发展现状

一、我国礼品行业消费状况

二、我国礼品行业生产状况

三、我国礼品行业面临的问题

四、我国礼品行业产品结构

五、中国礼品行业技术发展

第二节 中国礼品市场供需状况

一、2009年中国礼品行业供给能力

二、2009年中国礼品市场供给分析

三、2009年中国礼品市场需求分析

四、2009年中国礼品产品价格分析

第三节 我国礼品市场分析

一、2008年上半年礼品市场分析

二、2008年下半年礼品市场分析

三、2009年上半年礼品市场分析

四、2009年礼品市场的走向分析

第四章 礼品产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国礼品产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国礼品产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国礼品产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国礼品产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国礼品产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国礼品产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国礼品产业利润总额分析

一、2008-2009年中国礼品产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国礼品产业进出口分析

第一节 我国礼品产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国礼品产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国礼品产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年礼品进口预测

四、2009年礼品出口预测

第六章 礼品行业区域市场分析

第一节 浙江礼品产业发展分析

一、浙江省礼品产业市场份额

二、浙江礼品行业的现状分析

三、浙江礼品行业的前景展望

四、2008-2009年宁波礼品市场分析

第二节 广东礼品产业发展分析

一、广东礼品行业出口状况

二、深圳工艺品礼品发展状况

三、深圳本土礼品市场发展状况

四、2008-2009年深圳礼品业发展分析

第三节 2008-2009年其他礼品市场分析

一、2008-2009年上海礼品市场分析

二、2008-2009年福建礼品行业分析

三、2008-2009年厦门礼品产业分析

四、2008-2009年烟台礼品产业分析

五、2008-2009年广西礼品产业分析

六、2008-2009年拉萨礼品市场分析

第七章 礼品行业主要产品分析

第一节 礼品行业核心市场分析

一、六大礼品板块的发展分析

二、中国礼品市场的三座金矿

第二节 饰品礼品市场分析

一、珠宝首饰行业现状与前景

二、中国饰品业主要销售形式

三、中国饰品行业的发展趋势

四、中国饰品市场的消费预测

五、中国饰品市场的竞争策略

六、家纺礼品市场现状及趋势

七、2008-2009年珠宝首饰数据分析

第三节 收藏品礼品市场分析

一、礼品收藏品升值空间分析

二、艺术品收藏市场投资分析

三、2008奥运年收藏品市场分析

四、2008-2009年瓷器收藏品市场分析

五、2008-2009年金条类藏品市场分析

六、2008-2009年我国贵金属产量分析

第四节 玩具礼品市场分析

一、中国玩具行业发展现状分析

二、2008-2009年玩具制造业运行分析

三、2008-2009年玩具行业的出口情况

四、2008-2009年圣诞季玩具市场分析

五、2008-2009年玩具行业的发展趋势

第五节 烟茶酒礼品市场分析

一、中国礼品烟发展分析

二、2008-2009年礼品酒发展分析

三、2008-2009年礼品茶发展分析

四、2008-2009年卷烟制造业运行分析

五、2008-2009年白酒制造业运行分析

六、2008-2009年葡萄酒制造业运行分析

七、2008-2009年精制茶加工业运行分析

第六节 其他礼品市场分析

一、中国商务礼品市场份额

二、学生礼品市场发展分析

三、电子礼品市场情况分析

四、家电礼品市场情况分析

五、粽子的礼品化趋势分析

六、保健礼品市场情况分析

第八章 礼品行业营销及策略分析

第一节 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 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、进军礼品市场策略分析

七、礼品市场需求分析

第二部分 行业竞争格局

第九章 礼品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 礼品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年礼品行业竞争格局分析

一、2008年礼品行业竞争分析

二、2008年中外礼品产品竞争分析

三、2008-2009年国内外礼品竞争分析

四、2008-2009年我国礼品市场竞争分析

五、2008-2009年我国礼品市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要礼品企业动向

第十章 礼品企业竞争策略分析

第一节 礼品市场竞争策略分析

一、2009年礼品市场增长潜力分析

二、2009年礼品主要潜力品种分析

三、现有礼品产品竞争策略分析

四、潜力礼品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 礼品企业竞争策略分析

一、金融危机对礼品行业竞争格局的影响

二、金融危机后礼品行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国礼品市场竞争趋势

四、2009-2012年礼品行业竞争格局展望

五、2009-2012年礼品行业竞争策略分析

六、2009-2012年礼品企业竞争策略分析

第十一章 主要礼品企业竞争分析

第一节 中国第一铅笔股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 周大福珠宝金行有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 北京超新怡和科贸有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 中国礼品城——温州礼品城

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 深圳伽元工艺礼品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 九百度工艺品装饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 礼品行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年礼品行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国礼品市场趋势分析

一、2008-2009年礼品市场趋势总结

二、2009-2012年礼品发展趋势分析

三、2009-2012年礼品市场发展空间

四、2009-2012年礼品产业政策趋向

五、2009-2012年礼品技术革新趋势

六、2009-2012年礼品价格走势分析

第十三章 未来礼品行业发展预测

第一节 未来礼品需求与消费预测

一、2009-2012年礼品产品消费预测

二、2009-2012年礼品市场规模预测

三、2009-2012年礼品行业总产值预测

四、2009-2012年礼品行业销售收入预测

五、2009-2012年礼品行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国礼品行业供需预测

一、2008-2012年中国礼品供给预测

二、2009-2012年中国礼品产量预测

三、2009-2012年中国礼品需求预测

四、2009-2012年中国礼品供需平衡预测

五、2009-2012年中国礼品产品价格预测

六、2009-2012年主要礼品产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 礼品行业投资现状分析

第一节 2008年礼品行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年礼品行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十五章 礼品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年礼品行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十六章 礼品行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 礼品行业投资效益分析

一、2008-2009年礼品行业投资状况分析

二、2009-2012年礼品行业投资效益分析

三、2009-2012年礼品行业投资趋势预测

四、2009-2012年礼品行业的投资方向

五、2009-2012年礼品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响礼品行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响礼品行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响礼品行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响礼品行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国礼品行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国礼品行业发展面临的机遇分析

第五节 礼品行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年礼品行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年礼品行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年礼品行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年礼品行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年礼品同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年礼品行业其他风险及控制策略

第十七章 礼品行业投资战略研究

第一节 礼品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国礼品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、礼品实施品牌战略的意义

三、礼品企业品牌的现状分析

四、我国礼品企业的品牌战略

五、礼品品牌战略管理的策略

第三节 礼品行业投资战略研究

一、2008年礼品行业投资战略研究

二、2009年礼品行业投资战略研究

三、2009-2012年礼品行业投资形势

四、2009-2012年礼品行业投资战略

图表目录

图表：礼品产业链分析

图表：国际礼品市场规模

图表：国际礼品生命周期

图表：2008-2009年中国礼品行业市场规模

图表：2008-2009年全球礼品产业市场规模

图表：2008-2009年礼品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国礼品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国礼品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国礼品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国礼品竞争力分析

图表：2009-2012年中国礼品产能预测

图表：2009-2012年中国礼品消费量预测

图表：2009-2012年中国礼品市场前景预测

图表：2009-2012年中国礼品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国礼品发展前景预测

图表：2008年1-12月礼品产量全国合计

图表：2008年1-12月礼品产量北京市合计

图表：2008年1-12月礼品产量天津市合计

图表：2008年1-12月礼品产量河北省合计

图表：2008年1-12月礼品产量山西省合计

图表：2008年1-12月礼品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月礼品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月礼品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月礼品产量上海市合计

图表：2008年1-12月礼品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月礼品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月礼品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月礼品产量福建省合计

图表：2008年1-12月礼品产量江西省合计

图表：2008年1-12月礼品产量山东省合计

图表：2008年1-12月礼品产量河南省合计

图表：2008年1-12月礼品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月礼品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月礼品产量广东省合计

图表：2008年1-12月礼品产量广西区合计

图表：2008年1-12月礼品产量海南省合计

图表：2008年1-12月礼品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月礼品产量四川省合计

图表：2008年1-12月礼品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月礼品产量云南省合计

图表：2008年1-12月礼品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月礼品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月礼品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月礼品产量内蒙古合计

图表：2009年1-6月礼品产量全国合计

图表：2009年1-6月礼品产量北京市合计

图表：2009年1-6月礼品产量天津市合计

图表：2009年1-6月礼品产量河北省合计

图表：2009年1-6月礼品产量山西省合计

图表：2009年1-6月礼品产量辽宁省合计

图表：2009年1-6月礼品产量吉林省合计

图表：2009年1-6月礼品产量黑龙江合计

图表：2009年1-6月礼品产量上海市合计

图表：2009年1-6月礼品产量江苏省合计

图表：2009年1-6月礼品产量浙江省合计

图表：2009年1-6月礼品产量安徽省合计

图表：2009年1-6月礼品产量福建省合计

图表：2009年1-6月礼品产量江西省合计

图表：2009年1-6月礼品产量山东省合计

图表：2009年1-6月礼品产量河南省合计

图表：2009年1-6月礼品产量湖北省合计

图表：2009年1-6月礼品产量湖南省合计

图表：2009年1-6月礼品产量广东省合计

图表：2009年1-6月礼品产量广西区合计

图表：2009年1-6月礼品产量海南省合计

图表：2009年1-6月礼品产量重庆市合计

图表：2009年1-6月礼品产量四川省合计

图表：2009年1-6月礼品产量贵州省合计

图表：2009年1-6月礼品产量云南省合计

图表：2009年1-6月礼品产量陕西省合计

图表：2009年1-6月礼品产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月礼品产量新疆区合计

图表：2009年1-6月礼品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月礼品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月礼品行业收入前十家企业

图表：2008年5月礼品行业收入前十家企业

图表：2008年8月礼品行业收入前十家企业

图表：2008年11月礼品行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月礼品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月礼品进口数据

图表：2008年1季度礼品进口数据

图表：2008年1月礼品进口数据

图表：2008年2月礼品进口数据

图表：2008年3月礼品进口数据

图表：2008年2季度礼品进口数据

图表：2008年4月礼品进口数据

图表：2008年5月礼品进口数据

图表：2008年6月礼品进口数据

图表：2008年3季度礼品进口数据

图表：2008年7月礼品进口数据

图表：2008年8月礼品进口数据

图表：2008年9月礼品进口数据

图表：2008年4季度礼品进口数据

图表：2008年10月礼品进口数据

图表：2008年11月礼品进口数据

图表：2008年12月礼品进口数据

图表：2008年1-12月礼品出口数据

图表：2008年1季度礼品出口数据

图表：2008年1月礼品出口数据

图表：2008年2月礼品出口数据

图表：2008年3月礼品出口数据

图表：2008年2季度礼品出口数据

图表：2008年4月礼品出口数据

图表：2008年5月礼品出口数据

图表：2008年6月礼品出口数据

图表：2008年3季度礼品出口数据

图表：2008年7月礼品出口数据

图表：2008年8月礼品出口数据

图表：2008年9月礼品出口数据

图表：2008年4季度礼品出口数据

图表：2008年10月礼品出口数据

图表：2008年11月礼品出口数据

图表：2008年12月礼品出口数据

图表：2009年1-6月礼品进口数据

图表：2009年1季度礼品进口数据

图表：2009年1月礼品进口数据

图表：2009年2月礼品进口数据

图表：2009年3月礼品进口数据

图表：2009年2季度礼品进口数据

图表：2009年4月礼品进口数据

图表：2009年5月礼品进口数据

图表：2009年6月礼品进口数据

图表：2009年1-6月礼品出口数据

图表：2009年1季度礼品出口数据

图表：2009年1月礼品出口数据

图表：2009年2月礼品出口数据

图表：2009年3月礼品出口数据

图表：2009年2季度礼品出口数据

图表：2009年4月礼品出口数据

图表：2009年5月礼品出口数据

图表：2009年6月礼品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23437.html>