

2017-2022年中国老年用品 市场深度分析与前景发展战略规划研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国老年用品市场深度分析与前景发展战略规划研究报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/D04382ZYKV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

随着我国人民生活水平的提高和老龄人口的日渐增多，老年人对各方面的要求也越来越严格。2016年中国16周岁以上至60周岁以下（不含60周岁）的劳动年龄人口90747万人，占总人口的比重为65.6%；60周岁及以上人口23086万人，占总人口的16.7%；65周岁及以上人口15003万人，占总人口的10.8%。

2016年中国65周岁及以上人口数量

2010-2015年中国老年用品行业生产规模及增速统计

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国老年用品市场深度分析与前景发展战略规划研究报告》共十五章。首先介绍了老年用品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国老年用品行业规模及消费需求，然后对中国老年用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国老年用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国老年用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业深度分析

第一章 老年用品行业发展综述 1

第一节 老年用品行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

第二节 老年用品行业特征分析 2

一、产业链分析 2

二、老年用品行业在国民经济中的地位 2

三、老年用品行业生命周期分析 4

第三节 最近3-5年中国老年用品行业经济指标分析 8

一、赢利性 8

二、成长速度 8

- 三、附加值的提升空间 9
- 四、进入壁垒 / 退出机制 9
- 五、风险性 10
- 六、行业周期 10
- 七、竞争激烈程度指标 12
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析 14

第二章 我国老年用品行业运行分析 15

第一节 我国老年用品行业发展状况分析 15

- 一、我国老年用品行业发展阶段 15
- 二、我国老年用品行业发展总体概况 16
- 三、我国老年用品行业发展特点分析 18
- 四、我国老年用品行业商业模式分析 19

第二节 2014-2016年老年用品行业发展现状 20

- 一、2014-2016年我国老年用品行业市场规模 20
- 二、2014-2016年我国老年用品行业发展分析 21
- 三、2014-2016年中国老年用品企业发展分析 21

第三节 区域市场分析 22

- 一、区域市场分布总体情况 22
- 二、2014-2016年重点省市市场分析 27

第四节 老年用品细分产品市场分析 28

- 一、细分产品特色 28
- 二、2014-2016年细分产品市场规模及增速 29
- 三、重点细分产品市场前景预测 42

第五节 老年用品产品价格分析 43

- 一、2014-2016年老年用品价格走势 43
- 二、影响老年用品产品价格的关键因素分析 43
- 三、2017-2022年老年用品产品价格变化趋势 48

第三章 我国老年用品行业整体运行指标分析 49

第一节 2014-2016年中国老年用品行业总体规模分析 49

- 一、企业数量结构分析 49

二、人员规模状况分析 50

三、行业资产规模分析 50

四、行业市场规模分析 50

第二节 2014-2016年中国老年用品行业产销情况分析 51

一、我国老年用品行业工业总产值 51

二、我国老年用品行业工业销售产值 51

三、我国老年用品行业产销率 52

第三节 2014-2016年中国老年用品行业财务指标总体分析 53

一、行业盈利能力分析 53

二、行业偿债能力分析 54

三、行业发展能力分析 54

第四章 我国老年用品行业供需形势分析 56

第一节 老年用品行业生产分析 56

一、2014-2016年老年用品行业生产规模及增速 56

二、2017-2022年老年用品行业产量产能变化趋势 56

三、老年用品行业区域生产分析 57

1、区域生产分布总体情况 57

2、2014-2016年重点省市生产分析 57

第二节 2014-2016年我国老年用品行业需求情况 59

一、老年用品行业需求市场 59

二、老年用品行业客户结构 60

第三节 老年用品产品市场应用及需求预测 61

一、老年用品产品应用市场总体需求分析 61

1、老年用品产品应用市场需求特征 61

2、老年用品产品应用市场需求总规模 62

二、2017-2022年老年用品行业领域需求量预测 62

1、2017-2022年老年用品行业领域需求产品功能预测 62

2、2017-2022年老年用品行业领域需求产品市场格局预测 64

三、重点行业老年用品产品需求分析预测 67

第五章 我国老年用品行业进出口结构分析 69

第一节 老年用品行业进出口市场分析 69

一、老年用品行业进出口综述 69

- 1、中国老年用品进出口的特点分析 69
- 2、中国老年用品进出口地区分布状况 70
- 3、中国老年用品进出口的贸易方式及经营企业分析 73
- 4、中国老年用品进出口政策与国际化经营 74

二、老年用品行业出口市场分析 76

- 1、2014-2016年行业出口整体情况 76
- 2、2014-2016年行业出口总额分析 77
- 3、2014-2016年行业出口产品结构 80

三、老年用品行业进口市场分析 80

- 1、2014-2016年行业进口整体情况 80
- 2、2014-2016年行业进口总额分析 83
- 3、2014-2016年行业进口产品结构 83

第二节 中国老年用品进出口面临的挑战及对策 84

- 一、中国老年用品进出口面临的挑战 84
- 二、中国老年用品行业未来进出口展望 86
- 三、中国老年用品产品进出口对策 88
- 四、老年用品行业进出口前景及建议 89
 - 1、行业出口前景及建议 89
 - 2、行业进口前景及建议 90

第二部分 产业结构分析

第六章 老年用品行业产业结构分析 91

第一节 老年用品产业结构分析 91

- 一、市场细分充分程度分析 91
- 二、各细分市场领先企业排名 91
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 93
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 95

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 96

- 一、产业价值链的构成 96
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 97

第三节 产业结构发展预测 98

- 一、产业结构调整指导政策分析 98
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 101
- 三、中国老年用品行业参与国际竞争的战略市场定位 103
- 四、产业结构调整方向分析 104

第七章 我国老年用品行业产业链分析 106

第一节 老年用品行业产业链分析 106

- 一、产业链结构分析 106
- 二、主要环节的增值空间 108
- 三、与上下游行业之间的关联性 110

第二节 老年用品上游行业分析 111

- 一、老年用品产品成本构成 111
- 二、2014-2016年上游行业发展现状 112
- 三、2017-2022年上游行业发展趋势 113
- 四、上游供给对老年用品行业的影响 117

第三节 老年用品下游行业分析 118

- 一、老年用品下游行业分布 118
- 二、2014-2016年下游行业发展现状 119
- 三、2017-2022年下游行业发展趋势 120
- 四、下游需求对老年用品行业的影响 121

第八章 我国老年用品行业渠道分析及策略 123

第一节 老年用品行业渠道分析 123

- 一、渠道形式及对比 123
- 二、各类渠道对老年用品行业的影响 125
- 三、主要老年用品企业渠道策略研究 128
- 四、各区域主要代理商情况 138

第二节 老年用品行业用户分析 139

- 一、用户认知程度分析 139
- 二、用户需求特点分析 141
- 三、用户购买途径分析 144

第三节 老年用品行业营销策略分析 151

一、中国老年用品营销概况 151

二、老年用品营销策略探讨 153

三、老年用品营销发展趋势 157

第三部分 竞争格局分析

第九章 我国老年用品行业竞争形势及策略 163

第一节 行业总体市场竞争状况分析 163

一、老年用品行业竞争结构分析 163

1、现有企业间竞争 163

2、潜在进入者分析 165

3、替代品威胁分析 166

4、供应商议价能力 168

5、客户议价能力 168

6、竞争结构特点总结 169

二、老年用品行业企业间竞争格局分析 169

三、老年用品行业集中度分析 170

四、老年用品行业SWOT分析 171

第二节 中国老年用品行业竞争格局综述 176

一、中国老年用品行业竞争格局 176

二、老年用品行业未来竞争格局和特点 177

三、老年用品市场进入及竞争对手分析 178

第十章 老年用品行业领先企业经营形势分析 180

第一节 济南老来寿生物技术有限公司 180

一、企业概况 180

二、企业优势 180

三、主营产品 180

第二节 惠氏营养品(中国)有限公司 181

一、企业概况 181

二、企业优势 181

三、2014-2016年经营状况 181

四、2017-2022年发展规划	182
第三节 广州市好孝心医疗器械有限公司	182
一、企业概况	182
二、企业优势	183
三、2014-2016年经营状况	184
四、2017-2022年发展规划	184
第四节 京枫中老年用品(连锁)有限公司	185
一、企业概况	185
二、企业优势	185
三、主营产品	185
第五节 兖州市澳麦食品有限公司	186
一、企业概况	186
二、企业优势	186
三、主营产品	187
第六节 山东红叶老年用品有限公司	187
一、企业概况	187
二、企业优势	187
三、主营产品	187
第七节 正大青春宝药业有限公司	188
一、企业概况	188
二、企业优势	188
三、2014-2016年经营状况	188
第八节 山西福寿和老年用品有限公司	190
一、企业概况	190
二、企业优势	190
三、主营产品	190
第九节 福建石狮市老人城服装有限公司	191
一、企业概况	191
二、企业优势	191
三、主营产品	191
第十节 广东雅士利集团有限公司	191
一、企业概况	191

二、企业优势 192

三、主营产品 192

第四部分 投资价值研究

第十一章 2017-2022年老年用品行业投资前景 193

第一节 2017-2022年老年用品市场发展前景 193

一、2017-2022年老年用品市场发展潜力 193

二、2017-2022年老年用品市场发展前景展望 194

三、2017-2022年老年用品细分行业发展前景分析 195

第二节 2017-2022年老年用品市场发展趋势预测 198

一、2017-2022年老年用品行业发展趋势 198

二、2017-2022年老年用品市场规模预测 200

三、2017-2022年老年用品行业应用趋势预测 201

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测 204

第三节 2017-2022年中国老年用品行业供需预测 206

一、2017-2022年中国老年用品行业供给预测 206

二、2017-2022年中国老年用品行业产量预测 207

三、2017-2022年中国老年用品市场销量预测 209

四、2017-2022年中国老年用品行业需求预测 211

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 213

一、市场整合成长趋势 213

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 218

三、企业区域市场拓展的趋势 221

四、科研开发趋势及替代技术进展 222

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 224

第十二章 2014-2016年老年用品行业投资环境分析 225

第一节 老年用品行业政治法律环境分析 225

一、行业管理体制分析 225

二、行业主要法律法规 225

三、行业相关发展规划 227

第二节 老年用品行业经济环境分析 233

一、国际宏观经济形势分析	233
二、国内宏观经济形势分析	243
三、产业宏观经济环境分析	255
第三节 老年用品行业社会环境分析	267
一、老年用品产业社会环境	267
二、社会环境对行业的影响	268
三、老年用品产业发展对社会发展的影响	268
第四节 老年用品行业技术环境分析	271
一、老年用品技术分析	271
二、老年用品技术发展水平	272
三、行业主要技术发展趋势	275
第十三章 2017-2022年老年用品行业投资机会与风险	277
第一节 老年用品行业投融资情况	277
一、行业资金渠道分析	277
二、兼并重组情况分析	278
第二节 2017-2022年老年用品行业投资机会	279
一、产业链投资机会	279
二、细分市场投资机会	280
三、重点区域投资机会	282
第三节 2017-2022年老年用品行业投资风险及防范	283
一、政策风险及防范	283
二、技术风险及防范	285
三、供求风险及防范	286
四、宏观经济波动风险及防范	289
五、关联产业风险及防范	292
六、产品结构风险及防范	292
七、其他风险及防范	293
第十四章 老年用品行业投资战略研究	295
第一节 老年用品行业发展战略研究	295
一、战略综合规划	295

二、技术开发战略	297
三、业务组合战略	298
四、区域战略规划	299
五、产业战略规划	300
六、营销品牌战略	301
七、竞争战略规划	309
第二节 对我国老年用品品牌的战略思考	309
一、老年用品品牌的重要性	309
二、老年用品实施品牌战略的意义	312
三、老年用品企业品牌的现状分析	314
四、我国老年用品企业的品牌战略	316
五、老年用品品牌战略管理的策略	317
第三节 老年用品经营策略分析	319
一、老年用品市场细分策略	319
二、老年用品市场创新策略	320
三、品牌定位与品类规划	321
四、老年用品新产品差异化战略	322
第四节 老年用品行业投资战略研究	326
一、2016年老年用品行业投资战略	326
二、2017-2022年老年用品行业投资战略	327
三、2017-2022年细分行业投资战略	328
第十五章 研究结论及投资建议	330 (ZY CW)
第一节 老年用品行业研究结论	330
第二节 老年用品行业投资价值评估	331
第三节 老年用品行业投资建议	332
一、行业发展策略建议	332
二、行业投资方向建议	334
三、行业投资方式建议	335

图表目录：

图表：行业生命周期理论 6

图表：近年我国不同年龄段人口占比情况 7

图表：2013-2016年北京市文化用品制造企业数量 22

图表：2013-2016年天津市文化用品制造企业数量 23

图表：2013-2016年辽宁省文化用品制造企业数量 23

图表：2013-2016年上海市文化用品制造企业数量 24

图表：2013-2016年江苏省文化用品制造企业数量 24

图表：2013-2016年浙江省文化用品制造企业数量 24

图表：2013-2016年广东省文化用品制造企业数量 25

图表：2013-2016年山东省文化用品制造企业数量 25

图表：2016年我国部分省市文化制造企业数量情况 25

图表：2015年我国部分省市文教、工美、体育和娱乐用品制造业企业单位数 26

图表：2016年我国部分省市文教、工美、体育和娱乐用品制造业企业单位数 26

图表：2016年我国部分省市文化用品制造企业数量 28

图表：老年市场细分情况 28

图表：2014-2016年北京市老年乳制品产成品增长情况 30

图表：2014-2016年天津市老年乳制品产成品增长情况 30

图表：2014-2016年河北省老年乳制品产成品增长情况 31

图表：2014-2016年山西省老年乳制品产成品增长情况 31

图表：2014-2016年内蒙古老年乳制品产成品增长情况 32

图表：2014-2016年辽宁省老年乳制品产成品增长情况 32

图表：2014-2016年吉林省老年乳制品产成品增长情况 33

图表：2014-2016年黑龙江老年乳制品产成品增长情况 33

图表：2014-2016年上海市老年乳制品产成品增长情况 34

图表：2014-2016年江苏省老年乳制品产成品增长情况 34

图表：2014-2016年安徽省老年乳制品产成品增长情况 35

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/D04382ZYKV.html>