

2014-2020年中老年用品行业研究及投资潜力研究报告

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

《2014-2020年中老年用品行业研究及投资潜力研究报告》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/T61651HBZ3.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

在世界人口总体走向老龄化和发达国家人口老龄化形势加剧的同时，中国的人口结构也步入老龄化阶段。2013年，中国60岁及60岁以上老年人口为1.85亿，是世界上老年人口最多的国家，占全球老年人口总量的五分之一。真正的市场、最好的市场莫过于待开发的市场，1.85亿老年人口构成了我们通常所说的“银发市场”即老年消费市场，这是一块等待开发的大市场。“十一五”同“十五”相比，中老年人口增长速度明显加快。传统的观念往往认为中老年人是社会的边缘人，但却忽略了中国进入高龄化社会之后，庞大的中老年人群体为形成一个巨大的中老年消费市场奠定了基础。

中国经济是世界上各类产品消费容量最大的市场，随着老龄化进程的加快必将成为全球老年人口最多的国家，其市场的巨大潜力越来越成为世界各国尤其是西方大国和跨国企业所关注并成为争夺的新兴市场。不久的将来，国内企业中无论是国营还是民营资本，必将遭遇资金实力雄厚、市场推广经验丰富、品牌成熟的外资企业。可以预见的是外资企业登陆国内市场，未来的老年用品市场竞争将是激烈而残酷的。面对日益增长的中老年消费市场规模，政府、企业和社会机构应协同配合，多方联动，制定切实可行的措施，如产业部门要制订政策，积极引导规范中老年消费市场；企业应谋求多元化策略开发中老年消费市场，加快产品和服务创新，进一步更新中老年人观念，有力助推我国中老年用品市场的发展壮大。

到2020年，全国老年人将达到2.43亿，形成了一个庞大的老年消费群体。老年群体的增加带来了老龄产业的发展春天，到2020年，中国老年人用品市场份额将上升至2万亿元。其中，老年人的服饰穿着年消费潜力至少也有1千亿元，而现阶段全国为老年人提供的产品不足10%，离市场需求差距很大。老龄产业被称为朝阳产业，它包括传统老龄产业如服装、食品、特护商品、保健、老年福利设施以及现代老龄产业如娱乐、旅游、住宅、社区服务、老年教育等多个行业，具有广阔的前景和巨大的发展潜力。《中国老龄事业发展“十二五”规划》提出，要促进老年用品、用具和服务产品开发。重视康复辅具、电子呼救等老年特需产品的研究开发。拓展适合老年人多样化需求的特色护理、家庭服务、健身休养、文化娱乐、金融理财等服务项目。加强老年旅游服务工作，引导老龄产业健康发展。

智研数据研究中心发布的《2014-2020年中老年用品行业研究及投资潜力研究报告》共十二章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、全国老龄工作委员会办公室、中国医药保健品进出口商会、中国保健协会、智研数据研究中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及中老年用品专业研究单位等公布和提供的大量资料。

本中老年用品行业报告，对我国中老年用品的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对中老年用品市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据中老年用品行业的发展轨迹对中老年用品未来的发展趋势作了审慎的判断，为中老年用品产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明中老年用品行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 全球人口老龄化进程综述第一节 人口老龄化阐述一、人口老龄化特点二、人口老龄化的衡量标准三、人口老龄化的影响第二节 世界部分一、世界人口整体老龄化状况二、日本人口老龄化问题加重三、美国人口老龄化趋势延续将导致总人均产出增长放缓四、巴西人口老龄化速度增快五、俄罗斯社会日益严峻的人口老龄化危机第三节 中国人口老龄化问题探讨一、中国人口老龄化发展的四个阶段二、中国人口老龄化的特点三、中国人口老龄化对经济的影响四、中国应对老龄化问题的建议第四节 我国人口老龄化进程与老年服务需求分析一、我国人口老龄化的进程与特点二、老龄化社会的老年服务需求

第二章 2013年中国中老年用品产业运行环境分析第一节 2013年中国宏观经济环境分析一、GDP历史变动轨迹分析二、固定资产投资历史变动轨迹分析三、2014年中国宏观经济发展预测分析第二节 2013年中国中老年用品产业政策环境分析一、老年人服务政策二、老年人优待服务政策意见三、老年人服务业国家优惠政策四、中国老龄事业发展“十二五”规划解析第三节 2013年中国中老年用品产业社会环境分析一、中国人口规模及结构分析二、居民消费观念

第三章 2013年中国中老年市场动态分析第一节 老年市场消费调研一、老年消费市场容量二、老年人购买力分析三、老年人消费特征分析第二节 2013年中国老年产业状况分析一、中国老年市场全面分析二、老年市场缺少实力资本三、中国老龄市场亟待挖掘四、中国“银发市场”潜力巨大第三节 2013年中国中老年用品市场运行分析一、国外新颖的老年用品二、中国老年用品市场状况三、中国老年用品产业蓬勃发展第四节 2013年中国中老年用品市场存在的问题及对策一、中国老年用品市场产品滞后二、老年产品市场存在认知误区三、老年用品包装研发亟待进行四、国内老年用品企业应对国外厂商的对策

第四章 2013年中国中老年用品细分市场分析--中老年服装纺织第一节 2013年中国中老年服装市场发展概况一、老年服装市场调查分析二、温州中老年服装市场现状及潜力三、老年服装市场“鸡肋”变“金矿”第二节 2013年中国中老年对服装的消费及选择分析一、中老年服装消费行为分析二、老年人青睐中高档服装三、中老年人着装原则四、中老年服装应该具备的特点第三节 2013年中国中老年服装市场的问题及对策一、中老年女性服

装市场萧条二、中老年服装市场缺少品牌服饰三、温州“中老年服装街”的启示

第五章 2013年中国中老年用品细分市场分析--中老年化妆品第一节 2013年中国中老年美容市场运行态势分析一、中老年美容概述二、老年美容护肤品市场有广阔前景第二节 2013年中国中老年人化妆品的种类和选择一、适宜老年人的化妆品种类二、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐第三节 2013年中国中老年人化妆品市场分析一、日本推出中老年人用化妆品二、中国老年人化妆品市场三、老年化妆品难觅身影四、老年化妆品市场亟待开拓

第六章 2013年中国中老年用品细分市场分析--中老年保健品第一节 2013年中国中老年保健品市场消费分析一、中国老年保健品消费市场分析二、北京地区老年人保健品消费因素分析第二节 2013年中国中老年医药保健品市场分析一、中老年医药保健品市场浅析二、国内老年医药保健品市场红火三、医药保健品企业针对老年市场的营销分析四、医药保健品运作老年市场的建议第三节 2013年中国中老年保健品市场存在的问题一、高质量老年保健食品市场有待推进二、老年保健品市场混乱三、老年保健品市场问题繁多

第七章 2013年中国中老年用品细分市场分析--中老年其他日用品第一节 2013年中国老年食品发展方向一、发达国家重视老年食品的开发二、中国老年食品近况堪忧三、老年食品存在较多问题四、老年食品潜力巨大五、五类老年保健食品前景看好第二节 中老年奶粉一、中老年奶粉概述二、中老年奶粉营养配比应该合理三、中老年奶粉质量问题有待解决第三节 中老年家具用品一、老年人家具的造型设计与原则二、老年家具装饰须注意的问题三、老年人家具的选择第四节 中老年电话一、中老年移动电话在中国有极大的市场空间二、中老年移动电话产品需考虑诸多因素第五节 成人失禁用品一、全球市场成人失禁用品销量上升二、全球成人失禁用品需求分析三、中国成人失禁用品市场现状第六节 老花镜一、老花镜推出智能产品二、老花镜的选择仅配戴时应注意的问题三、老花镜市场潜力大第七节 其他一、老年鞋市场前景广阔二、中国老年人助听器市场特征三、医疗器械走俏老年市场

第八章 2013年中国中老年用品细分市场分析--中老年文化体育娱乐用品第一节 老年报刊一、老年报刊现状分析二、老年报刊面临的困境及对策三、老年报刊市场前景广阔第二节 老年图书一、老年人图书市场二、书业企业不应忽视老年图书市场三、用感性营销策略开启老年图书市场第三节 中老年体育用品一、老年康复健身器材新品迭出二、老年体育用品商机巨大三、老年体育用品市场潜力无限第四节 中老年玩具市场一、日本玩具市场投向老年市场二、国内老年玩具市场发展现状三、开发老年玩具市场的营销策略四、开发老年玩具市场的动因五、老年人玩具市场前景看好

第九章 2013年中国中老年用品市场竞争格局分析第一节 2013年中国中老年用品竞争现状分析一、中老年人用品连锁的竞争力二、中老年用品市场竞争程度分析三、中老年用品企业竞争策略分析第二节 2013年中国中老年用品细分产品市场竞争分析一、中老年服装二、中老年化

妆品三、中老年保健品第三节 2013年中国中老年用品提升竞争力策略分析

第十章 2013年中国中老年用品典型企业竞争力分析第一节 红桃开集团股份有限公司一、企业概况二、企业产品介绍三、企业经营分析第二节 兖州市澳麦食品有限公司一、企业概况二、企业产品介绍三、企业生产能力第三节 快乐夕阳中老年用品一、企业基本概况二、企业产品介绍第四节 常青阁中老年人用品行一、企业基本概况二、企业产品介绍三、企业竞争优势分析第五节 康泰乐中老年用品店一、企业基本概况二、企业经营分析三、企业竞争优势分析第六节 深圳市夕阳红中老年用品店一、企业基本概况二、企业产品介绍第七节 北京夕阳情中老年用品有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业竞争优势分析第八节 京枫中老年用品有限公司一、企业基本概况二、企业产品介绍三、企业竞争优势分析第九节 北京银发美老年用品有限公司一、企业基本概况二、企业经营情况分析三、企业竞争优势分析第十节 青海快乐夕阳中老年用品一、企业基本概况二、企业经营情况分析

第十一章 2014-2020年中国中老年人用品产业前景预测分析第一节 2014-2020年中国中老年人用品市场前景展望一、21世纪的投资嬗变将由老年人谱写二、中国到2014年老龄人口将达到2亿三、中老年人用品市场潜力巨大第二节 2014-2020年中国中老年人用品产业发展趋势一、产品种类逐渐多样化二、中老年人用品消费观念发生转变三、政府为企业投资创造良好的环境

第十二章 2014-2020年中国中老年人用品服务产业投资分析第一节 2014-2020年中国中老年人用品服务行业投资概况一、中老年人用品服务行业投资特性二、中老年人用品服务具有良好的投资价值三、中老年人用品服务投资环境利好第二节 2014-2020年中国中老年人用品产业投资机会分析一、中老年人用品服务投资热点二、中老年人用品服务投资吸引力分析第三节 2014-2020年中国中老年人用品服务投资风险及防范一、经营风险分析二、市场风险分析三、政策风险分析四、竞争风险分析第四节 投资建议

图表目录
图表：中国和全世界的老年比每年平均增加百分点
图表：2013年老年人口数量全国统计
图表：老年人的生活自理能力情况
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2014年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测
图表：2013年1月居民消费价格指数
图表：2013年2月居民消费价格指数
图表：2013年3月居民消费价格指数
图表：2013年4月居民消费价格指数
图表：2013年5

月居民消费价格指数图表：2013年6月居民消费价格指数图表：2013年7月居民消费价格指数图表：2013年8月居民消费价格指数图表：2013年9月居民消费价格指数图表：2013年10月居民消费价格指数图表：2013年11月居民消费价格指数图表：2013年12月居民消费价格指数图表：2014年1月居民消费价格指数图表：2014年2月居民消费价格指数图表：2014年3月居民消费价格指数图表：2014年4月居民消费价格指数图表：2013年1月消费者预期指数图表：2013年2月消费者预期指数图表：2013年3月消费者预期指数图表：2013年4月消费者预期指数图表：2013年5月消费者预期指数图表：2013年6月消费者预期指数图表：2013年7月消费者预期指数图表：2013年8月消费者预期指数图表：2013年9月消费者预期指数图表：2013年10月消费者预期指数图表：2013年11月消费者预期指数图表：2013年12月消费者预期指数图表：2014年1月消费者预期指数图表：2014年2月消费者预期指数图表：2014年3月消费者预期指数图表：2014年4月消费者预期指数图表：2013年1月消费者满意指数图表：2013年2月消费者满意指数图表：2013年3月消费者满意指数图表：2013年4月消费者满意指数图表：2013年5月消费者满意指数图表：2013年6月消费者满意指数图表：2013年7月消费者满意指数图表：2013年8月消费者满意指数图表：2013年9月消费者满意指数图表：2013年10月消费者满意指数图表：2013年11月消费者满意指数图表：2013年12月消费者满意指数图表：2014年1月消费者满意指数图表：2014年2月消费者满意指数图表：2014年3月消费者满意指数图表：2014年4月消费者满意指数图表：2013年全国城乡居民收入图表：2013年全国农村居民收入结构图表：2013年全国城镇居民收入结构图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况图表：1978-2010年城乡居民收入比图表：2013年固定资产投资主要情况图表：2013年各地区固定资产投资（不含农户）情况图表：2013年固定资产投资（不含农户）增速图表：2013年固定资产投资资金来源增速图表：2013年东、中、西部地区固定资产投资增速图表：2006-2013年人口及其自然增长率变化趋势图表：2006-2013年出生人口性别比变化情况图表：2013年末各年龄段人口比重图表：2006-2013年各年龄段人口比重变化情况图表：2010年中国各地区人口结构图表：2009-2015年老年保健品市场规模图表：北京市城区老年人服用保健品的单因素分析图表：2013年医药保健品进出口统计数据图表：2014年4月医药保健品进出口统计数据图表：2009-2013年老年保健食品市场规模图表：老年人图书市场结构图表：老年人使用电子邮箱情况图表：老年人使用电子邮箱结构图略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/T61651HBZ3.html>