

# 2013-2017年中国中老年用品市场运营态势及未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

# 一、报告报价

《2013-2017年中国中老年用品市场运营态势及未来发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R04/R0404/201212/31-117614.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。2011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。

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国中老年用品市场运营态势及未来发展趋势报告》共八章。首先介绍了人口老龄化相关概述、中老年市场等，接着分析了中老年服装市场的现状，然后介绍了中老年化妆品市场、中老年保健品市场。随后，报告对中国老年用品行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国老年用品行业发展趋势及投资前景。您若想对老年用品产业有个系统的了解或者想投资老年用品行业，本报告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家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。

## 第一章 人口老龄化相关概述

### 第一节 人口老龄化介绍

#### 一、人口老龄化的定义

#### 二、人口老龄化的衡量标准

### 第二节 世界人口老龄化状况及对策

#### 一、世界人口老龄化总体概况

#### 二、日本

#### 三、美国

#### 四、欧洲

#### 五、俄罗斯

### 第三节 中国人口老龄化问题

#### 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

## 第二章 中老年市场分析

### 第一节 老年市场定义及其相关分析

#### 一、基本概念和市场容量

#### 二、老年人购买力分析

#### 三、老年人消费特征分析

#### 四、老年市场的范围

### 第二节 中国老年产业发展状况

#### 一、发展我国老年产业的必要性

#### 二、中国老年市场全面分析

#### 三、老年市场缺少实力资本

#### 四、中国“银发市场”潜力巨大

### 第三节 中老年用品市场概况

#### 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

#### 四、国内老年用品市场的发展趋势

### 第四节 中老年用品市场存在的问题与不足

#### 一、制约我国中老年用品市场发展的因素

#### 二、中国老年用品市场产品开发滞后

#### 三、老年产品市场存在认知误区

#### 四、老年用品包装研发亟待进行

### 第五节 中老年用品市场发展对策及建议

#### 一、推动我国老龄产业发展的战略思路

#### 二、促进中国老年市场需求增长的途径

#### 三、开发我国中老年用品市场的策略措施

#### 四、国内老年用品企业应对外资挑战的对策

## 第三章 中老年服装市场

### 第一节 中老年服装市场概况

#### 一、老年服装市场潜力巨大

#### 二、我国中老年服装市场发展概况

#### 三、温州中老年服装市场发展分析

#### 四、温州“中老年服装街”的启示

### 第二节 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

#### 四、中老年服装应该具备的特点

### 第三节 中老年服装市场的问题及对策

#### 一、国内中老年服装市场存在质量问题

#### 二、服饰厂商忽视中老年服装市场开发

#### 三、促进中老年服装市场发展的对策措施

#### 四、中老年服装市场的营销策略

### 第四节 中老年服装前景分析

- 一、中老年服装发展商机无限
- 二、中老年服装市场前景看好

## 第四章 中老年化妆品市场

### 第一节 中老年美容市场

- 一、中老年人整形美容的心理特征
- 二、中老年人美容护肤的基本常识
- 三、中老年美容市场概述

### 第二节 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、中老年化妆品的需求特点
- 三、抗衰老化妆品受中老年女性青睐

### 第三节 中老年人化妆品市场

- 一、日本推出中老年人专用化妆品
- 二、我国中老年人化妆品市场综述
- 三、国内老年人专用化妆品市场庞大
- 四、中老年美容护肤品市场前景广阔

## 第五章 中老年保健品市场

### 第一节 中老年保健品市场分析

- 一、中老年保健品选择及服用原则
- 二、中老年保健品分类与市场运作
- 三、2008年华润集团布局老年保健品市场
- 四、中国老年保健品消费市场调查

### 第二节 中老年医药保健品

- 一、中老年医药保健品市场浅析
- 二、国内中老年医药保健品市场趋热
- 三、医药保健品企业中老年市场营销分析
- 四、医药保健品运作中老年市场的建议

### 第三节 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、中老年保健品市场混乱

### 三、中老年保健品消费市场的误导

## 第六章 中老年其他日用品

### 第一节 中老年食品

- 一、中老年食品研发要点
- 二、发达国家重视老年食品开发
- 三、中国老年食品市场总体概况
- 四、中老年食品潜力巨大
- 五、中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当合理
- 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、台湾研发老人专用卫星定位拐杖移动电话
- 二、中老年移动电话市场空间较大
- 三、开发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、全球成人失禁用品销量上升
- 二、世界成人失禁用品市场竞争激烈
- 三、中国成人失禁用品市场发展状况

### 第六节 老花镜

- 一、老花镜推出智能产品
- 二、老花镜的选择及配戴注意事项
- 三、老花镜市场潜力大

### 第七节 其他

- 一、中国老年人助听器市场特征
- 二、医疗器械走俏老年市场

三、老年鞋市场前景广阔

四、中老年人首饰市场有待进一步开发

五、老年人安防产品市场潜力巨大

## 第七章 中老年文化体育娱乐用品

### 第一节 老年报刊

一、老年报刊市场发展概况

二、老年报刊的特点

三、老年报刊面临的困境及对策

四、老年报刊市场前景广阔

### 第二节 老年图书

一、老年人图书市场概述

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、老年康复健身器材市场升温

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

一、日本玩具厂商关注老年市场

二、国内老年玩具市场发展状况

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

### 第五节 老年旅游

一、影响老年人出游的主要因素

二、老年人的旅游需求特征

三、我国老年旅游市场迅速扩大

四、国内老年旅游市场的开发策略

## 第八章 2013-2017年中国中老年用品投资前景预测

### 第一节 2011-2012年中国中老年用品投资环境预测分析



## 第二节 2013-2017年中国中老年用品投资机会分析

### 一、中老年用品投资吸引力分析

### 二、中老年用品投资热点分析

## 第三节 2013-2017年中国中老年用品投资风险分析

### 一、市场竞争风险分析

### 二、政策风险分析

### 三、信贷风险分析

## 第四节 投资建议

## 附录

附录一：中国老龄事业发展“十二五”规划

附录二：保健食品管理办法

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0404/201212/31-117614.html>