



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国老年用品市场 分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国老年用品市场分析预测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248069.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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 2013-2014年老年用品行业发展现状20

一、2013-2014年我国老年用品行业市场规模20

二、2013-2014年我国老年用品行业发展分析21

三、2013-2014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、2013-2014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、2013-2014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、2013-2014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、2015-2020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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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、2013-2014年老年用品行业生产规模及增速	56
二、2015-2020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、2013-2014年重点省市生产分析	57
第二节 2013-2014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、2015-2020年老年用品行业领域需求量预测62

1、2015-2020年老年用品行业领域需求产品功能预测62

2、2015-2020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、2013-2014年行业出口整体情况76

2、2013-2014年行业出口总额分析77

3、2013-2014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、2013-2014年行业进口整体情况80

2、2013-2014年行业进口总额分析83

3、2013-2014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价值链的整体竞争优势分析96

一、产业价值链的构成96

二、产业价值链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、2013-2014年上游行业发展现状112

三、2015-2020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、2013-2014年下游行业发展现状119

三、2015-2020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、2013-2014年经营状况	181
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况	184
四、2015-2020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、2013-2014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 2015-2020年老年用品行业投资前景	193
第一节 2015-2020年老年用品市场发展前景	193
一、2015-2020年老年用品市场发展潜力	193
二、2015-2020年老年用品市场发展前景展望	194
三、2015-2020年老年用品细分行业发展前景分析	195
第二节 2015-2020年老年用品市场发展趋势预测	198
一、2015-2020年老年用品行业发展趋势	198
二、2015-2020年老年用品市场规模预测	200
三、2015-2020年老年用品行业应用趋势预测	201
四、2015-2020年细分市场发展趋势预测	204
第三节 2015-2020年中国老年用品行业供需预测	206
一、2015-2020年中国老年用品行业供给预测	206
二、2015-2020年中国老年用品行业产量预测	207
三、2015-2020年中国老年用品市场销量预测	209
四、2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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、2014年老年用品行业投资战略	326
二、2015-2020年老年用品行业投资战略	327
三、2015-2020年细分行业投资战略	328
第十五章 研究结论及投资建议	330
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：2009-2014年北京市文化用品制造企业数量22

图表：2009-2014年天津市文化用品制造企业数量23

图表：2009-2014年辽宁省文化用品制造企业数量23

图表：2009-2014年上海市文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年江苏省文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年浙江省文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年广东省文化用品制造企业数量25

图表：2009-2014年山东省文化用品制造企业数量25

图表：2014年我国部分省市文化制造企业数量情况 25

图表：2013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：2014年1-9月份我国部分省市文教、工美、体育和娱乐用品制造业企业单位数26

图表：2014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：2013-2014北京市老年乳制品产成品增长情况30

图表：2013-2014天津市老年乳制品产成品增长情况30

图表：2013-2014河北省老年乳制品产成品增长情况31

图表：2013-2014山西省老年乳制品产成品增长情况31

图表：2013-2014内蒙古老年乳制品产成品增长情况32

图表：2013-2014辽宁省老年乳制品产成品增长情况32

图表：2013-2014吉林省老年乳制品产成品增长情况33

图表：2013-2014黑龙江老年乳制品产成品增长情况33

图表：2013-2014上海市老年乳制品产成品增长情况34

图表：2013-2014江苏省老年乳制品产成品增长情况34

图表：2013-2014安徽省老年乳制品产成品增长情况35

图表：2013-2014福建省老年乳制品产成品增长情况35

图表：2013-2014江西省老年乳制品产成品增长情况36

图表：2013-2014河南省老年乳制品产成品增长情况36

图表：2013-2014湖北省老年乳制品产成品增长情况37

图表：2013-2014湖南省老年乳制品产成品增长情况37

图表：2013-2014广东省老年乳制品产成品增长情况38

图表：2013-2014广西省老年乳制品产成品增长情况38

图表：2013-2014海南省老年乳制品产成品增长情况39

图表：2013-2014重庆市老年乳制品产成品增长情况39

图表：2013-2014四川省老年乳制品产成品增长情况40

图表：2013-2014陕西省老年乳制品产成品增长情况40

图表：2013-2014甘肃省老年乳制品产成品增长情况41

图表：2013-2014宁夏老年乳制品产成品增长情况41

图表：2013-2014新疆老年乳制品产成品增长情况42

图表：2013-2014年我国老年乳制品重点省市产成品增长情况42

图表：2001-2014年我国医疗保健及个人用品价格指数变化情况48

图表：2015-2020年我国医疗保健及个人用品价格指数预测48

图表：2013年我国医药制造业不同规模企业单位数 49

图表：2014年我国医药制造业不同经济类型企业占比情况49

图表：2013-2014年我国医药制造业不同经济类型企业数量变化情况50

图表：2013年我国医药制造业从业人员数情况 50

图表：2013年我国医药制造业资产合计情况50

图表：2013年我国医药制造业工业销售产值情况50

图表：2014年我国部分省份医药制造企业单位数57

图表：2014年我国重点省份医药制造企业单位数占比情况58

图表：亲属或子女为老人经常性购买的物品占比情况64

图表：对老年用品现状满意度调查统计66

图表：2014年个季度我国烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件出口地区分布情况70

图表：2014年第一季度我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 70

图表：2014年第二季度我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 71

图表：2014年我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 72

图表：我国老年用品出口贸易方式占比情况73

图表：我国老年用品进口贸易方式占比情况73

图表：我国老年用品进出口贸易方式占比情况74

图表：我国老年用品不同类型企业占比情况74

图表：智能座便器企业排行91

图表：我国老花镜生产企业排名92

图表：我国按摩器生产企业（部分）92

图表：我国老年用品不同规模企业占比情况95

图表：我国老年用品不同类型企业占比情况95

图表：2013-2014年我国医药类产业产成品生产情况97
图表：中国保健品市场需求分析212
图表：2014年国内生产总值核算数据 243
图表：2014年国内生产总值环比增速 244
图表：2006-2014年我国国内生产总值及同比增长244
图表：2014年3季度国内生产总值初步核算数据244
图表：2014年3季度GDP环比增长速度 245
图表：2006-2014年我国城镇居民人均可支配收入及同比增长246
图表：2008-2014年中国城市家庭不同收入群体的人均年可支配收入247
图表：2014年9月份工业生产者价格主要数据247
图表：2008年1月-2014年9月中国PPI指数走势图 247
图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度 248
图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度 249
图表：2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况249
图表：2014年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况250
图表：2014年全国居民消费价格涨跌幅250
图表：2014年居民消费价格分类别同比涨跌幅 251
图表：2014年居民消费价格分类别环比涨跌幅 251
图表：2014年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度251
图表：保健品的品牌定位策略322

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248069.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。