



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国中老年用品市场分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国中老年用品市场分析及投资策略研究报告》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/273228.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](mailto: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

报告目录：

### 第一章 人口老龄化概述

#### 1.1 人口老龄化简介

##### 1.1.1 人口老龄化的定义

##### 1.1.2 人口老龄化的度量

##### 1.1.3 人口老龄化的速度

#### 1.2 世界人口老龄化状况及对策

##### 1.2.1 世界人口老龄化总体概况

##### 1.2.2 欧洲

##### 1.2.3 日本

##### 1.2.4 美国

##### 1.2.5 俄罗斯

#### 1.3 中国人口老龄化状况及对策

##### 1.3.1 中国老龄人口发展现状

##### 1.3.2 中国人口老龄化的特点

##### 1.3.3 中国人口老龄化的趋势

##### 1.3.4 中国人口老龄化的影响

##### 1.3.5 中国应对人口老龄化的对策

### 第二章 2012-2015年中国中老年用品市场运行环境分析

#### 2.1 中国中老年用品行业政策环境分析

##### 2.1.1 老年人权益保障法

##### 2.1.2 中国老龄事业发展"十三五"规划解析

##### 2.1.3 保健食品监督管理条例将出台

#### 2.2 中国宏观经济环境分析

##### 2.2.1 中国gdp分析

##### 2.2.2 城乡居民收入与消费状况分析

##### 2.2.3 全社会固定资产投资分析

##### 2.2.4 进出口总额及增长率分析

#### 2.3 中国中老年用品行业社会环境分析

##### 2.3.1 中国人口规模及结构分析

### 2.3.2 居民消费观念

### 2.3.3 老年人生活变化的趋势

## 第三章 2012-2015年中老年用品市场分析

### 3.1 2012-2015年中国老年产业发展状况

#### 3.1.1 发展我国老年产业的必要性

#### 3.1.2 中国老年产业发展状况

#### 3.1.3 中国老年产业发展的问题

#### 3.1.4 中国老年产业发展的对策

#### 3.1.5 中国老年产业发展的战略思路

### 3.2 2012-2015年中国老年市场分析

#### 3.2.1 中国老年市场的范围

#### 3.2.2 中国老年人的消费特征分析

#### 3.2.3 中国老年市场的需求特征分析

#### 3.2.4 中国老年市场的市场容量分析

### 3.3 2012-2015年中老年用品市场发展概况

#### 3.3.1 中国中老年用品种类与国外的差距

#### 3.3.2 中国中老年用品市场发展状况

#### 3.3.3 中国中老年用品市场蓬勃发展

### 3.4 2012-2015年中国中老年用品市场存在的问题

#### 3.4.1 中国中老年用品市场存在认知误区

#### 3.4.2 中国中老年用品包装研发亟待进行

#### 3.4.3 中国中老年用品市场产品开发滞后

#### 3.4.4 中国中老年用品市场缺少实力资本

#### 3.4.5 制约我国中老年用品市场发展的因素

### 3.5 中国中老年用品市场的发展对策及建议

#### 3.5.1 中国中老年用品市场促进需求增长的策略

#### 3.5.2 中国中老年用品市场的市场开发策略

#### 3.5.3 中国中老年用品企业应对外资挑战的对策

## 第四章 2012-2015年中老年服装市场分析

### 4.1 中老年服装概述

#### 4.1.1 中老年人着装原则

#### 4.1.2 中老年服装的特点

#### 4.1.3 中老年服装主要面料

### 4.2 2012-2015年中老年服装市场概况

#### 4.2.1 中国中老年服装市场发展概况

#### 4.2.2 中老年服装消费行为影响因素

#### 4.2.3 中老年服装消费市场调查分析

#### 4.2.4 温州中老年服装市场发展分析

#### 4.2.5 温州"中老年服装街"的启示

### 4.3 中老年服装市场的问题及对策

#### 4.3.1 中国中老年服装市场存在的问题

#### 4.3.2 中国中老年服装市场的不足及对策

#### 4.3.3 中国中老年服装市场的营销策略

### 4.4 中老年服装市场发展前景(swot)分析

#### 4.4.1 中老年服装市场的发展优势(s)

#### 4.4.2 中老年服装市场的发展劣势(w)

#### 4.4.3 中老年服装市场的发展机遇(o)

#### 4.4.4 中老年服装市场的发展威胁(t)

## 第五章 2012-2015年中老年食品市场分析

### 5.1 中老年食品市场发展概况

#### 5.1.1 中老年食品研发要点

#### 5.1.2 发达国家重视老年食品开发

#### 5.1.3 中国老年食品市场概况

### 5.2 中老年奶粉

#### 5.2.1 中老年奶粉概述

#### 5.2.2 中老年奶粉市场成国产品牌发展重点

#### 5.2.3 中老年奶粉质量问题有待解决

### 5.3 中老年食品市场前景展望

#### 5.3.1 中老年食品市场未来热门产品

#### 5.3.2 中老年食品市场未来发展模式

#### 5.3.3 中老年食品市场潜力巨大

## 第六章 2012-2015年中老年保健品市场分析

### 6.1 中老年保健品简介

#### 6.1.1 中老年人食用保健品的原则

## 6.1.2 中老年保健品的分类

## 6.1.3 保健食品的定义

## 6.1.4 中老年保健品的选择原则

## 6.2 中国中老年保健品市场发展综述

### 6.2.1 中国保健品市场发展历程

### 6.2.2 中国保健品行业现状分析

### 6.2.3 中国中老年保健品市场需求分析

### 6.2.4 中国中老年保健品市场营销分析

### 6.2.5 中国中老年保健品市场运作分析

## 6.3 中国中老年保健品市场存在的问题

### 6.3.1 中老年保健品消费市场的误导

### 6.3.2 中老年保健食品市场混乱

### 6.3.3 中老年保健品市场研发和销售问题

## 6.4 中国中老年保健品市场发展前景

### 6.4.1 中国中老年保健品市场趋热

### 6.4.2 中国积极规范保健食品行业发展

### 6.4.3 中国保健食品市场发展潜力巨大

## 第七章 2012-2015年中老年日用品之化妆品市场

### 7.1 中老年美容市场

#### 7.1.1 中老年人整形美容的心理特征

#### 7.1.2 中老年人美容护肤的基本常识

#### 7.1.3 中老年美容市场概述

### 7.2 中老年化妆品的种类和选择

#### 7.2.1 适宜老年人的化妆品种类

#### 7.2.2 中老年化妆品市场的需求特点

#### 7.2.3 抗衰老化妆品受中老年女性青睐

### 7.3 中老年化妆品市场概况

#### 7.3.1 日本推出中老年人专用化妆品

#### 7.3.2 中国中老年人化妆品市场发展综述

#### 7.3.3 中国中老年人化妆品市场特点解析

#### 7.3.4 中国老年人专用化妆品市场庞大

## 第八章 2012-2015年中老年日用品其他细分市场

## 8.1 中老年家居用品

### 8.1.1 老年人家居市场发展概况

### 8.1.2 老年人家居用品设计原则

### 8.1.3 老年人家具装饰注意事项

### 8.1.4 老年人家具产品开发建议

### 8.1.5 老年人家居用品营销管理

## 8.2 中老年电话

### 8.2.1 老年人手机市场发展现状

### 8.2.2 开发新产品需注意的事项

### 8.2.3 老年人手机市场发展障碍

### 8.2.4 老年人手机市场前景可观

## 8.3 老花镜

### 8.3.1 老花镜推出智能产品

### 8.3.2 老花镜的选择及配戴注意事项

### 8.3.3 老花镜市场潜力大

## 第九章 2012-2015年中老年护理及康复用品市场分析

### 9.1 护理及康复用品市场发展概况

#### 9.1.1 护理及复康用品市场需求日趋增加

#### 9.1.2 护理及康复用品市场发展现状

#### 9.1.3 护理及康复用品市场品牌分析

### 9.2 护理及康复用品市场营销策略分析

#### 9.2.1 护理及康复用品市场的宣传渠道策略

#### 9.2.2 护理及康复用品市场的销售渠道策略

#### 9.2.3 护理及康复用品市场的品牌策略

### 9.3 中老年人护理及康复用品市场(swot)分析

#### 9.3.1 护理及康复用品市场的发展优势(s)

#### 9.3.2 护理及康复用品市场的发展劣势(w)

#### 9.3.3 护理及康复用品市场的发展机会(o)

#### 9.3.4 护理及康复用品市场的发展威胁(t)

## 第十章 2012-2015年中老年护理及康复用品细分市场分析

### 10.1 护理及康复用品之成人失禁用品

#### 10.1.1 全球成人失禁用品市场发展综述

- 10.1.2 中国成人失禁用品市场发展状况
- 10.1.3 中国成人失禁用品市场面临的问题
- 10.1.4 中国成人失禁用品市场发展前景分析
- 10.2 护理及康复用品之医疗器械
  - 10.2.1 世界老年人医疗器械市场发展状况
  - 10.2.2 中国老年人医疗器械市场主要产品
  - 10.2.3 中国老年人医疗器械市场前景分析
- 10.3 护理及康复用品之助听器
  - 10.3.1 中国助听器市场特征
  - 10.3.2 中国助听器市场的危与机
  - 10.3.3 中国助听器市场发展前景

## 第十一章 2012-2015年中老年文化体育娱乐用品市场

- 11.1 中老年报刊
  - 11.1.1 中老年报刊市场特点
  - 11.1.2 中老年报刊市场发展概况
  - 11.1.3 中老年报刊面临的困境及不足
  - 11.1.4 中老年报刊市场发展的对策
  - 11.1.5 中老年报刊市场前景广阔
  - 11.1.6 中老年报刊市场未来发展战略
- 11.2 中老年图书
  - 11.2.1 中老年图书市场概述
  - 11.2.2 书业企业不应忽视中老年图书市场
  - 11.2.3 中老年图书市场的感性营销策略
- 11.3 中老年体育用品
  - 11.3.1 中老年康复健身器材市场升温
  - 11.3.2 中老年体育用品商机巨大
  - 11.3.3 中老年体育用品市场潜力无限
  - 11.3.4 中老年体育用品市场的开发思路
- 11.4 中老年玩具
  - 11.4.1 日本老年玩具市场发展状况
  - 11.4.2 中国老年玩具市场发展状况
  - 11.4.3 中国开发老年玩具市场的动因



11.4.4 中国老年玩具市场的营销策略

11.4.5 中国老年玩具市场的发展前景

## 第十二章 中国中老年用品市场投资及前景分析

12.1 中国中老年用品市场投资风险及防范

12.1.1 技术风险

12.1.2 金融风险

12.1.3 政策风险

12.1.4 竞争风险

12.2 中国中老年用品市场投资建议

12.2.1 投资区域建议

12.2.2 投资产品建议

12.3 中国中老年用品市场发展趋势

12.3.1 中老年用品市场的发展方向

12.3.2 中老年特殊用品研发日趋增加

12.3.3 高科技推动中老年用品发展

12.4 中国中老年用品市场前景展望

12.4.1 全球聚焦投资老年人市场

12.4.2 未来中国老年人数量预测

12.4.3 老年市场是未来十大市场之一

12.4.4 中国4000亿中老年用品市场

附录：

附录一:保健食品管理办法

附录二:中国老龄事业发展"十三五"规划

附录三:老年人权益保障法

图表目录：

图表 老龄化程度较为严重的国家和地区

图表 老龄化程度居中的国家和地区

图表 老龄化程度较为轻微国家和地区

图表 2050年世界发达与发展国家总人口中中老年人口的比例

图表 2002年和2050年发达地区和发展地区人口潜在支持比情况

图表 2009-2015年老年人口规模变动情况走势图

图表 2012年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表 2015年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表 2011-2015年固定资产投资同比增速情况

图表 2015年中国分地区累计投资同比增速

图表 2011-2015年中国固定资产投资到位资金同比增速

图表 2012-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度(累计同比)

图表 2012-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度

图表 2008-2015年中国居民按年龄组别划分的年均总收入

图表 老年人亲属和老年人经常购买的物品

图表 老年人的购物偏好

图表 老年人对于社区服务的需求

图表 老年人希望住宅内增添的设备

图表 某医院整形外科整形美容手术统计数据

图表 日本50岁以上女性占10-69岁化妆品用户的比重

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273228.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。