



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国中老年用品市场预测 报告

一、调研说明

《2009年中国中老年用品市场预测报告》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/49385.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

中国老年人用品市场有3000亿元的市场份额，到2020年，中国老年人用品市场份额将上升至2万亿元。中国老年人用品市场的需求量为4000亿元（每年仅老年人的服饰穿着消费潜力至少也有1000亿元），到2010年将达到10万亿元，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。

面对日益增长的老年消费市场规模，中国相关企业却远远未能做好分羹准备。中国所有老年用品生产企业所提供的产品尚不足1000亿元，满足需求相差甚远，市场存在缺失：如老年产业未纳入政府产业部门发展规划中；老年消费市场规模未能引起企业重视；老年消费产品单一，功能和设计简单。老年产品在开发和引进技术方面无人过问，多为政府以福利形式包办。

随着中国人口老龄化的到来，中国政府产业部门和生产企业应抓住商机，尽早进入老年市场并抢占市场份额，规范引导，优质服务。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；企业应谋求多元化策略开发老年消费市场；进一步更新老年人观念，支持鼓励老年人健康消费等。

本报告依据国家统计局、国家发改委、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国老龄人口统计协会，中国民政统计局等机关提供的大量资料，对我国中老年用品市场的相关产业、中老年用品市场需求、区域市场、细分市场、重点企业、发展趋势进行了深入剖析，并且对世界中老年用品市场整体走势预测；本报告还运用定性、定量分析方法对我国中老年用品整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 2007—2008年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

三、人口老龄化的影响

第二节 2007—2008年世界人口老龄化现状及对策

一、世界人口老龄化动态

二、2007年日本人口老龄化问题加重

三、2007年美国人口老龄化趋势延续将导致总人均产出增长放缓

四、2008年巴西人口老龄化速度增快

五、2007年俄罗斯社会日益严峻的人口老龄化危机

第三节 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

第四节 我国人口老龄化的问题

一、我国人口老龄化发展的阶段

二、我国人口老龄化的主要特点

三、老龄人口生活所面临的主要困难

四、我国人口老龄化对经济的影响

五、我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、老年人的购买力分析

三、老年人的消费特征分析

第二节 我国老年产业状况分析

一、我国老年市场分析

二、老年市场缺少实力资本

三、我国“银发市场”商机无限

四、我国老年市场年需求分析

五、2010年我国老年市场将达万亿元

第三节 我国中老年用品市场分析

一、2007年天津老年用品市场价值分析

二、我国老年用品需求满足率分析

三、我国中老年用品市场前景看好

四、未来几年老年用品最火爆

第四节 中老年用品市场存在的问题及对策

- 一、我国老年用品市场产品滞后
- 二、老年用品包装研发亟待进行
- 三、国内老年用品企业应对国外厂商的对策

第三章 我国老年人消费市场分析

第一节 我国老年消费市场的大趋势

第二节 我国老年消费行为的特征

- 一、求实性消费特征
- 二、习惯性消费特征
- 三、方便性消费特征
- 四、补偿性消费特征
- 五、服务性消费特征
- 六、自我性与利他性消费特征

第三节 我国老年消费者行为研究的迫切性

第四章 我国中老年服装市场

第一节 我国中老年服装市场分析

- 一、我国老年服装市场调查分析
- 二、我国老年服装市场分析
- 三、温州中老年服装市场现状及潜力分析
- 四、老年服装市场“鸡肋”变“金矿”
- 五、老年服装市场的营销策略
 - (一) 产品策略
 - (二) 价格策略
 - (三) 分销策略
 - (四) 促销策略

第二节 中老年对服装选择特点分析

- 一、中老年人穿着的具体要求和特点
 - (一) 实用
 - (二) 舒适

(三) 整洁

(四) 美观

二、中老年人服饰追求时尚“美丽有度”

三、老年人讲究服装美焕发青春气息

第三节 中老年服装市场的问题及对策

一、我国老年服装市场存在的问题

二、中老年女性服装市场萧条

三、满足中老年女性服装消费需要应采取措施

四、中老年服装市场缺少品牌服饰

第四节 中老年服装前景分析

一、中老年服装市场蕴藏商机

二、中老年服装市场前景看好

第五章 中老年化妆品市场

第一节 中老年美容市场

一、中老年美容新概念

二、老年美容六戒

(一) 一戒使用含有酒精的化妆品

(二) 二戒在阳光下涂抹香水

(三) 三戒用浓缩的洗发水直接洗头

(四) 四戒盲目崇拜日光浴

(五) 五戒在阳光下不戴太阳镜

(六) 六戒饮酒过量导致皮肤内毛细血管疲劳而缺氧

三、老年人皮肤护理

(一) 老年皮肤三大特征

(二) 老年护肤要有针对性

四、老年护肤品市场前景广阔

第二节 中老年人化妆品的种类和选择

一、珍珠类

二、热身类

三、蜂乳类

四、花粉类

五、水解蛋白类

六、黄芪类

第三节 中老年人化妆品市场

- 一、老年人化妆品市场分析
- 二、老年化妆品市场有待开拓
- 三、化妆品助老年人健康行走

第六章 中老年保健品市场

第一节 中老年保健品市场消费分析

- 一、老年保健品消费市场调查
- 二、北京地区老年人保健品消费因素分析

第二节 中老年医药保健品

- 一、中老年医药保健品市场分析
- 二、我国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

第三节 中老年医药保健品市场的营销分析

一、医药保健品营销模式分析

- (一) 整体宣传的营销模式
- (二) 义诊营销模式
- (三) 会议营销模式
- (四) 广告炒作结合终端营销模式

二、医药保健品营销模式创新分析

第四节 中老年保健品市场存在的问题

- 一、老年保健品消费误导
- 二、高质量老年保健食品市场有待推进
- 三、老年保健品市场混乱

第七章 中老年其他日用品

第一节 老年食品

- 一、老年保健食品的开发现状
 - (一) 老年食品的营养需求
 - (二) 开发研制老年保健品的意义

(三) 我国老年保健食品的分类

(四) 老年食品的开发应注意的问题

二、我国老年食品近况堪忧

三、五类老年保健食品前景看好

(一) 强化蛋白类食品

(二) 抗衰老类食品

(三) 高纤维类食品

(四) 防贫血类食品

(五) 强化钙类食品

第二节 中老年奶粉

一、中老年奶粉分析

二、中老年奶粉营养配比应合理

三、中老年奶粉质量问题亟待解决

(一) 中老年奶粉市场监管存“盲区”

(二) 中老年奶粉存在不少问题

第三节 中老年家具用品

一、老年人家具的造型设计与原则

(一) 老年人家具的形态

(二) 老年人家具的色彩

(三) 老年人家具的材料

(四) 老年人家具的装饰

二、老年人家具选择

三、老年家具装饰须注意的问题

第四节 中老年电话

一、中老年移动电话在我国有极大的市场空间和发展前景

二、中老年移动电话产品需要考虑诸多方面因素

第五节 老年鞋业

一、老年鞋市场的现状分析

二、老年鞋市场潜力分析

三、老年鞋市场的营销策略

第六节 其他

一、我国老年人助听器市场特征

- 二、医疗器械走俏老年市场
- 三、配老花镜时应注意的问题

第八章 中老年文化体育娱乐用品

第一节 老年报刊

- 一、老年报刊的现状分析
- 二、老年报刊的特点
- 三、老年报刊面临的问题
- 四、老年报刊市场前景看好

第二节 老年图书

- 一、书业企业不应忽视老年图书市场
- 二、感性营销启动老年图书市场

第三节 中老年体育用品

- 一、老年体育市场分析
- 二、老年体育用品市场商机潜在

第四节 中老年旅游市场

- 一、人口老龄化给我国旅游业带来的契机
- 二、我国老年旅游的现状和特点
- 三、我国老年旅游市场的开发策略

第五节 中老年玩具市场

- 一、老年玩具市场现状分析
- 二、老年玩具市场的营销策略
- 三、老年人玩具市场前景看好

部分图表目录：

图表 1995—2050年我国人口平均寿命示意图

图表 2000—2050年我国人口所占百分比示意图

图表 1964-2050年我国60岁以上老年人口的变动趋势

图表 1964-2015年中国人口年龄结构的变迁

图表 2000 - 2050年中国老年人需上门护理服务的人数

图表 2005—2050年我国老年人数情况

图表 2001—2004年各类“福利类收养性单位”的收养人数

图表 2001—2004年各类“福利类收养性单位”的床位数
图表 1978—2004年收养性社会服务单位情况
图表 1981—2050年中国人口年龄构成的发展趋势
图表 2001—2050年60岁及以上和65岁以上老年人口和老龄化程度预测
图表 北京市城区老年人服用保健品的单因素分析
图表 老年人对社区服务的需求状况
图表 中国近100年的人口年龄结构变化情况
图表 全国排老年人口系数年度变化
图表 建国以后我国老年人口系数的变化
图表 建国以来五次人口普查统计数据中老龄人口数及比重的变化
图表 五次人口普查的户均人口数
图表 “三普”、“四普”、“五普”的家庭户规模
图表 “空巢家庭”所占的比重
图表 老人生活自理能力状况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49385.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。