



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国中老年用品行业市场发展预测分析报告

一、调研说明

《2009-2010年中国中老年用品行业市场发展预测分析报告》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/96724.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

目录

第一章 2008年全球中老年用品市场发展概况

- 一、全球人口老龄化动态
- 二、全球中老年用品市场环境
- 三、全球中老年用品现状
 - (一) 市场特征
 - (二) 市场供需
 - (三) 价格走势
- 四、主要国家运行态势
 - (一) 美国
 - (二) 日本
 - (三) 巴西
 - (四) 俄罗斯
 - (五) 瑞典
- 五、2009-2012年全球中老年用品市场发展趋势

第二章 2008年中国中老年用品市场运行环境

- 一、2008年中国经济发展环境
 - (一) 2008年中国宏观经济运行情况
 - (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
 - (三) 中国应对金融危机的措施
- 二、2008年中国中老年用品市场政策环境
 - (一) 中国老龄事业发展"十一五"规划
 - (二) 保健食品管理办法
- 三、2008年中国中老年用品市场社会环境
 - (一) 居民消费
 - (二) 消费观念
 - (三) "四、二、一"家庭结构
 - (四) 老年人比例日渐升高

第三章 2008年中国中老年用品市场发展现状综述

一、老年市场定义及其相关

- (一) 基本概念和市场容量
- (二) 老年人购买力
- (三) 老年人消费特征

二、2008年中国中老年用品市场整体概况

- (一) 老年人市场供应疲软
- (二) 中老年用品店铺就更是凤毛麟角
- (三) 市场尚在培育期
- (四) 产品均有待开发
- (五) 呈现“缺衣少穿”的尴尬局面

三、2008年中国中老年用品营销

- (一) 机构联动创意直销
- (二) 促销机会
- (三) 企业向零售终端供应货品
- (四) 与关爱老人为主题的机构达成长期合作关系

四、2008年中国中老年用品市场存在的问题

- (一) 经营老年产品的企业数量仍然很少
- (二) 产品个性化发展仍需大力开拓
- (三) 价格定位的不合理性
- (四) 产品宣传的力度也仍需加强
- (五) 品种单一，款式单调又不够新颖
- (六) 用品专柜也太分散

第四章 2008年中国老年人主要消费市场发展探究

一、老年人服装纺织

- (一) 中国中老年服装市场概况
- (二) 中国中老年对服装的消费及选择
- (三) 中国中老年服装市场的问题及对策

二、老年人化妆品

- (一) 中国老年人化妆品市场概况
- (二) 中国中老年人化妆品的种类和选择

(三) 中国中老年人化妆品市场存在的问题及对策

三、老年人保健品

(一) 中国中老年医药保健品市场浅析

(二) 医药保健品企业针对老年市场的营销

(三) 中国中老年保健品消费市场

(四) 中国中老年人保健品市场存在的问题及对策

四、其他中老年用品消费市场发展现状

(一) 中国中老年人玩具市场

(二) 中国老年人体育用品市场

(三) 中国图书报刊市场

第五章 2008年中国中老年其他日用品市场

一、老年食品

(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

二、中老年奶粉

(一) 2008年中国中老年奶粉概述

(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

三、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

四、成人失禁用品

(一) 全球市场成人失禁用品销量上升

(二) 全球成人失禁用品竞争激烈

(三) 2008年中国成人失禁用品市场现状

五、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

第六章 2008年中国中老年人消费行为调查

一、中老年人消费行为习惯

- (一) 老年人消费场所较为分散
- (二) 老年人的传统消费结构正发生变化

二、老年人消费环境评价

- (一) 半数以上的中老年消费者认为物价水平偏高
- (二) 七成以上老年消费者对保健品市场的信任度一般
- (三) 过半数的老年消费者认为中老年用品市场不够完善

三、中老年用品市场"不完善"的主要原因

- (一) 中老年用品市场的发展，无法满足老年人不断提高的生活需求。
- (二) 中老年用品专卖店相对缺乏，老年人专用的商品也不够齐全。
- (三) 广告铺天盖地，商品真假难辨，使得老年人对于其用品的消费也存在疑虑

第七章 2008年中国重点消费城市消费者消费行业调查

一、有老年人家庭亲属和老年人经常购买的物品调查

二、老年人对于老年用品市场的满意程度调查

三、老年人对于食品的需要

四、老年人对于日用品方面的需求调查

五、老年人对于老年服装的满意程度

六、老年人认为穿衣打扮的必要性

七、老年人的购物偏好

八、主要调查城市

第八章 2008年中国中老年用品市场竞争格局透析

一、2008年中国中老年用品竞争现状

二、2008年中国中老年用品行业集中度

- (一) 企业集中度
- (二) 市场集中度

三、2008年中国中老年用品行业市场关注度

四、2008年中国老年人品价值链

五、2008年中国老年人品生命周期

六、2008年中国主要主要中老年用品领域市场竞争

第九章 2009-2012年中国中老年用品市场发展预测及投资分析

一、2009-2012年中国中老年用品市场供需预测

(一) 中国中老年用品市场供给预测

(二) 中国中老年用品市场需求预测

二、2009-2012年中国中老年用品市场应对策略

(一) 政府对老年产品的生产应采取扶助和支持的政策

(二) 大力兴办老年人服务性的经济体系

(三) 提倡为老年人服务和多种养老服务应该是老龄产业的一个重戏。

(四) 老年产业应该把落脚点向服务的经济体系靠拢

三、2009-2012年中国中老年用品市场投资

(一) 中国中老年用品市场投资环境

(二) 中国中老年用品市场投资机会

(三) 中国中老年用品市场投资风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/96724.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。