

中国高龄健康消费市场发展态势全景分析与行业 投资定位预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国高龄健康消费市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/230714230714.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着经济水平的不断提高和健康生活观念的不断普及，人们对中老年健康的关注度越来越高。中老年健康是中老年晚年拥抱好生活的基础，补充更加适合的中老年健康吸收的产品，如核桃粉、高钙麦片、老年奶粉、黑芝麻糊等，逐渐获得了不同年龄层消费者的认可。同时中老年保健品也是高龄消费重要的组成部分。（本报告高龄健康消费特指高龄健康食品消费，包括高龄健康消费的营养食品以及高龄健康消费的保健食品；高龄是指60岁以上的人群）

随着年龄增长，身体里的钙、铁、锌等维生素流失较为严重。高龄人群需要通过食物及其他产品的补充才能维持身体各种营养素的平衡。随着商家宣传力度的加大，人们逐渐认识到注重高龄健康的重要性，近年来，高龄健康消费的需求量呈现出爆发性的增长趋势。

老年人由于生理方面的原因，对于健康保健的需求尤为突出，据世界卫生组织（WHO）公布，全世界50岁以上的老年人群发病率为50%，55岁以上为80%，其中健忘、失眠、高血压、高血脂、骨质疏松等疾病比较常见。随着“老年化社会”的到来，也随着生活水平以及保健理念的提高，为了抵抗衰老，老年人对保健品的消费需求也会逐步增加并且，“银发族”对保健品的需求非常旺盛，购买力非常强。预计到2018年，中国高龄健康消费需求额将达到1700亿元。

中国报告网发布的《中国高龄健康消费市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

【报告目录】

第一章 高龄健康消费发展概况

第一节 产品概述

第二节 产品用途

第三节 行业发展周期

第二章 2015年高龄健康消费行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节中国高龄健康消费社会环境分析

一、人口环境分析

二、城乡居民收入

三、居民人均消费支出

四、居民消费支出结构

第三节中国高龄健康消费行业政策环境分析

一、行业主管部门

二、产业相关政策分析

(一) 《中华人民共和国食品卫生法》

(二) 中华人民共和国食品安全法实施条例

(三) 《保健食品管理办法》

(四) 《保健食品说明书标签管理规定》

(五) 《保健食品委托生产管理规定》

(六) 《保健食品广告审查暂行规定》

(七) 《关于加快发展养老服务业的若干意见》

三、行业政策规划

第四节中国高龄健康消费行业技术环境分析

一、高龄健康消费技术发展概况

二、高龄健康消费技术工艺流程

第三章中国高龄健康消费市场供需分析

第一节中国高龄健康消费市场供给状况

一、高龄健康营养食品供给

二、高龄健康保健食品供给

(一) 增强免疫力功能产品

(二) 辅助降血脂功能产品

(三) 辅助降血糖功能产品

(四) 抗氧化功能产品

(五) 辅助降血压功能产品

(六) 改善睡眠功能产品

(七) 增加骨密度功能产品

三、高龄健康护理产品供给

(一) 纸尿裤

(二) 电动床

(三) 推车

(四) 康复仪

第二节中国高龄健康消费市场需求状况

一、2013-2015年中国高龄健康消费需求分析

二、2016-2022年中国高龄健康消费需求预测

第三节中国高龄健康消费市场价格状况

一、中国高龄健康消费价格分析

二、中国高龄健康消费价格预测

第四章2015年高龄健康消费区域市场需求分析

第一节华东

第二节华北

第三节东北

第四节华南

第五节华中

第六节西部

第五章2013-2015年高龄健康消费行业相关产业分析

第一节老年人特征与消费能力分析

一、老年人的生理特征研究

(一) 老年人人体工程学

(二) 老年人的生理特征

(三) 老年人的生理需求

二、老年人的心理特征研究

(一) 老年人的心理特征

(二) 老年人的心理需求

三、老年人的行为活动特征

(一) 老年人活动分布圈

(二) 老年人的活动特性

四、老年人群购买力分析

(一) 老年人经济收入来源

(二) 老年人购买力正提升

第二节中老年保健品市场细分

第三节高龄健康消费群体分析

一、中国老龄化趋势分析

二、中国高龄人口情况分析

三、居民医疗保健支出分析

第六章中国高龄健康消费渠道分析

第一节高龄健康消费营销渠道对比分析

第二节中国主要营养高龄健康消费销售渠道分析

一、药店

二、大型超市

三、电子商务

四、其他渠道

第三节营养高龄健康消费销售渠道竞争分析

第四节中国营养高龄健康消费市场营销策略建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、善用媒介---科学投放策略

三、终端制胜---软硬兼施见真功

四、广告创新---实效的增值之道

五、范式变革---企业角色转换

六、品牌营销---直面市场未来

七、科技应用---技术创新促发展

第七章高龄健康消费保健品进出口数据分析

第一节2013-2015年中国高龄健康消费保健品进口分析

一、2013-2015年保健品进出口

二、2015年保健品进出口统计

第二节中国高龄健康消费保健品出口趋势

一、我国保健品出口基本趋于平稳

二、我国保健品出口面临的挑战

第八章高龄健康消费主要生产厂商竞争力分析

第一节上海交大昂立股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节健康元药业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节杭州蜂之语蜂业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展策略分析

第五节上海黄金搭档生物科技有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第六节东直门街道快乐老人配餐中心

一、机构基本情况

二、机构服务范围

三、机构管理情况

第九章2016-2022年中国高龄健康消费行业发展趋势与前景分析

第一节2016-2022年中国高龄健康消费行业投资环境分析

第二节2016-2022年中国高龄健康消费行业投资前景分析

一、高龄健康消费行业发展前景

二、高龄健康消费发展趋势分析

第三节2016-2022年中国高龄健康消费行业投资风险分析

一、市场风险及控制策略

二、政策风险及控制策略

三、经营风险及控制策略

四、食品安全风险及控制策略

第四节2016-2022年高龄健康消费行业投资策略及建议

第十章高龄健康消费企业投融资战略规划分析

第一节高龄健康消费企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节高龄健康消费企业发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、前瞻性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

第三节高龄健康消费企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第四节高龄健康消费企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/230714230714.html>