2019年中国中老年用品市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究

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《2019年中国中老年用品市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/376033376033.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，中老年用品行业也得到了快速发展，2016年我国中老年用品行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，中老年用品行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况　资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从中老年用品行业企业区域分布情况来看，中老年用品行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国中老年用品市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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、市场前景、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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 人口老龄化概述
第一节 人口老龄化简介
一、人口老龄化的定义
二、人口老龄化的度量
三、人口老龄化的速度
第二节 世界人口老龄化状况及对策
一、世界人口老龄化总体概况
二、欧洲
三、日本
四、美国
五、俄罗斯
第三节 中国人口老龄化状况及对策
一、中国老龄人口发展现状
二、中国人口老龄化的特点
三、中国人口老龄化的趋势
四、中国人口老龄化的影响
五、中国应对人口老龄化的对策

第二章 2016-2018年中国中老年用品市场运行环境分析
第一节 中国中老年用品行业政策环境分析
一、老年人权益保障法
二、中国老龄事业发展“十三五”规划解析
三、保健食品监督管理条例将出台
第二节 中国宏观经济环境分析
一、中国GDP分析
二、城乡居民收入与消费状况分析
三、全社会固定资产投资分析
四、进出口总额及增长率分析
第三节 中国中老年用品行业社会环境分析
一、中国人口规模及结构分析
二、居民消费观念

三、老年人生活变化的趋势

第三章 2016-2018年中老年用品市场分析
第一节 2016-2018年中国老年产业发展状况
一、发展我国老年产业的必要性
二、中国老年产业发展状况
三、中国老年产业发展的问题
四、中国老年产业发展的对策
五、中国老年产业发展的战略思路
第二节 2016-2018年中国老年市场分析
一、中国老年市场的范围
二、中国老年人的消费特征分析
三、中国老年市场的需求特征分析
四、中国老年市场的市场容量分析
第三节 2016-2018年中老年用品市场发展概况
一、中国中老年用品种类与国外的差距
二、中国中老年用品市场发展状况
三、中国中老年用品市场蓬勃发展
第四节 2016-2018年中国中老年用品市场存在的问题
一、中国中老年用品市场存在认知误区
二、中国中老年用品包装研发亟待进行
三、中国中老年用品市场产品开发滞后
四、中国中老年用品市场缺少实力资本
五、制约我国中老年用品市场发展的因素
第五节 中国中老年用品市场的发展对策及建议
一、中国中老年用品市场促进需求增长的策略
二、中国中老年用品市场的市场开发策略
三、中国中老年用品企业应对外资挑战的对策

第四章 2016-2018年中老年服装市场分析
第一节 中老年服装概述
一、中老年人着装原则
二、中老年服装的特点
三、中老年服装主要面料
第二节 2016-2018年中老年服装市场概况

一、中国中老年服装市场发展概况
二、中老年服装消费行为影响因素
三、中老年服装消费市场调查分析
四、温州中老年服装市场发展分析
五、温州“中老年服装街”的启示
第三节 中老年服装市场的问题及对策
一、中国中老年服装市场存在的问题
二、中国中老年服装市场的不足及对策
三、中国中老年服装市场的营销策略
第四节 中老年服装市场发展前景（SWOT）分析
一、中老年服装市场的发展优势（S）
二、中老年服装市场的发展劣势（W）
三、中老年服装市场的发展机遇（O）
四、中老年服装市场的发展威胁（T）

第五章 2016-2018年中老年食品市场分析
第一节 中老年食品市场发展概况
一、中老年食品研发要点
二、发达国家重视老年食品开发
三、中国老年食品市场概况
第二节 中老年奶粉
一、中老年奶粉概述
二、中老年奶粉市场成国产品牌发展重点
三、中老年奶粉质量问题有待解决
第三节 中老年食品市场前景展望
一、中老年食品市场未来热门产品
二、中老年食品市场未来发展模式
三、中老年食品市场潜力巨大

第六章 2016-2018年中老年保健品市场分析
第一节 中老年保健品简介
一、中老年人食用保健品的原则
二、中老年保健品的分类
三、保健食品的定义
四、中老年保健品的选择原则

第二节 中国中老年保健品市场发展综述
一、中国保健品市场发展历程
二、中国保健品行业现状分析
三、中国中老年保健品市场需求分析
四、中国中老年保健品市场营销分析
五、中国中老年保健品市场运作分析
第三节 中国中老年保健品市场存在的问题
一、中老年保健品消费市场的误导
二、中老年保健食品市场混乱
三、中老年保健品市场研发和销售问题
第四节 中国中老年保健品市场发展前景
一、中国中老年保健品市场趋热
二、中国积极规范保健食品行业发展
三、中国保健食品市场发展潜力巨大

第七章 2016-2018年中老年日用品之化妆品市场
第一节 中老年美容市场
一、中老年人整形美容的心理特征
二、中老年人美容护肤的基本常识
三、中老年美容市场概述
第二节 中老年化妆品的种类和选择
一、适宜老年人的化妆品种类
二、中老年化妆品市场的需求特点
三、抗衰老化妆品受中老年女性青睐
第三节 中老年化妆品市场概况
一、日本推出中老年人专用化妆品
二、中国中老年人化妆品市场发展综述
三、中国中老年人化妆品市场特点解析
四、中国老年人专用化妆品市场庞大

第八章 2016-2018年中老年日用品其他细分市场
第一节 中老年家居用品
一、老年人家居市场发展概况
二、老年人家居用品设计原则
三、老年人家具装饰注意事项

四、老年人家具产品开发建议
五、老年人家居用品营销管理
第二节 中老年电话
一、老年人手机市场发展现状
二、开发新产品需注意的事项
三、老年人手机市场发展障碍
四、老年人手机市场前景可观
第三节 老花镜
一、老花镜推出智能产品
二、老花镜的选择及配戴注意事项
三、老花镜市场潜力大

第九章 2016-2018年中老年护理及康复用品市场分析
第一节 护理及康复用品市场发展概况
一、护理及复康用品市场需求日趋增加
二、护理及康复用品市场发展现状
三、护理及康复用品市场品牌分析
第二节 护理及康复用品市场营销策略分析
一、护理及康复用品市场的宣传渠道策略
二、护理及康复用品市场的销售渠道策略
三、护理及康复用品市场的品牌策略
第三节 中老年人护理及康复用品市场（SWOT）分析
一、护理及康复用品市场的发展优势（S）
二、护理及康复用品市场的发展劣势（W）
三、护理及康复用品市场的发展机会（O）
四、护理及康复用品市场的发展威胁（T）

第十章 2016-2018年中老年护理及康复用品细分市场分析
第一节 护理及康复用品之成人失禁用品
一、全球成人失禁用品市场发展综述
二、中国成人失禁用品市场发展状况
三、中国成人失禁用品市场面临的问题
四、中国成人失禁用品市场发展前景分析
第二节 护理及康复用品之医疗器械
一、世界老年人医疗器械市场发展状况

二、中国老年人医疗器械市场主要产品
三、中国老年人医疗器械市场前景分析
第三节 护理及康复用品之助听器
一、中国助听器市场特征
二、中国助听器市场的危与机
三、中国助听器市场发展前景

第十一章 2016-2018年中老年文化体育娱乐用品市场
第一节 中老年报刊
一、中老年报刊市场特点
二、中老年报刊市场发展概况
三、中老年报刊面临的困境及不足
四、中老年报刊市场发展的对策
五、中老年报刊市场前景广阔
六、中老年报刊市场未来发展战略
第二节 中老年图书
一、中老年图书市场概述
二、书业企业不应忽视中老年图书市场
三、中老年图书市场的感性营销策略
第三节 中老年体育用品
一、中老年康复健身器材市场升温
二、中老年体育用品商机巨大
三、中老年体育用品市场潜力无限
四、中老年体育用品市场的开发思路
第四节 中老年玩具
一、日本老年玩具市场发展状况
二、中国老年玩具市场发展状况
三、中国开发老年玩具市场的动因
四、中国老年玩具市场的营销策略
五、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
第一节 中国中老年用品市场投资风险及防范
一、技术风险
二、金融风险

三、政策风险
四、竞争风险
第二节 中国中老年用品市场投资建议
一、投资区域建议
二、投资产品建议
第三节 中国中老年用品市场发展趋势
一、中老年用品市场的发展方向
二、中老年特殊用品研发日趋增加
三、高科技推动中老年用品发展
第四节 中国中老年用品市场前景展望
一、全球聚焦投资老年人市场
二、未来中国老年人数量预测
三、老年市场是未来十大市场之一
四、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：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的国家和地区
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：2016-2018年老年人口规模变动情况走势图
图表：2018年全国居民消费价格涨跌幅
图表：2018年居民消费价格分类别同比涨跌幅
图表：2018年居民消费价格分类别环比涨跌幅
图表：2016-2018年固定资产投资同比增速情况
图表：2018年中国分地区累计投资同比增速
图表：2016-2018年中国固定资产投资到位资金同比增速
图表：2016-2018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：2016-2018年我国农村居民人均收入实际增长速度
图表：2016-2018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

图表详见正文·····（GYZQPT）

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/376033376033.html