

2017-2022年中国老年经济行业发展现状及发展趋势前瞻报告

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《2017-2022年中国老年经济行业发展现状及发展趋势前瞻报告》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/baihuo/287667287667.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

随着经济发展与社会的进步，人口出生率与死亡率逐渐呈下降趋势，人类平均预期寿命不断延长，有报告指出我国于1999年就正式迈入了老龄化社会。据相关统计，从世界范围内来看，步入老年型人口的国家多数先为经济发达国家或地区，而我国人口老龄化的步伐相比发达国家相对来的迟缓一些，但却呈现差异性，主要表现在老龄化趋势与经济发展不同步、承受老龄化的负担能力偏低等。与发达国家相比，我国具有老年人口规模大、老龄化发展迅速、“未富先老”、老龄化的时空不平衡等特点，从而对社会、经济发展以及政治层面产生深远影响。特别是在经济领域，人口老龄化对劳动力市场、国民收入、储蓄、投资、消费等产生冲击，这无疑为我国经济发展带来前所未有的挑战。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

一、关于我国老年产业问题的研究进展

（一）有关老年产业的经济含义与其范围界定

我国人口老龄化已日益成为社会关注的问题，老年产业也被认为是极具潜力的“朝阳产业”。在中国老龄产业座谈会上的讲话上。

总体来看，老年产业以老年人为供给对象，以养老服务为主要内容，主要通过市场化运作配置养老资源，以市场交易方式向老年人提供商品和服务，以老年人口的需求为导向，拉动经济发展。老年产业是专门为满足老年人的特殊消费需求并具有营利性的产品生产与服务活动的总体，属于一种跨行业、涉及多种领域、综合性的社会经济活动。

（二）发展老年产业的必要性分析

用相关数据指出当前及未来老年市场的无穷潜力与大力发展的必要性。据预测，2050年中国老年人口占全球老年人口近25%；2014～2050年间，中国老年人口的消费潜力占GDP的比例将从8%左右增长到33%左右。

首先，发展老年产业是应对人口老龄化和老年人口高龄化挑战的重要战略。长期以来，老年人的商品、社会服务需求长期不能得到满足。充分发展老年产业，扩大市场需求，拉动经济增长，可有效缓解人口老龄化对社会经济的负面影响，是迎接人口老龄化挑战的必然之路。

其次，发展老年产业是社会稳定与和谐的时代呼唤。老年产业是在人口老龄化的背景下应用而生，作为一项新兴的、有前途的行业，必将大有可为。发展老年产业有利于深化国有

企业改革，有利于为家庭排忧解难，有利于缓解下岗、失业的压力，有利于维护社会稳定。

再次，发展老年产业是老年保障事业的重要措施。人口老龄化速度的加快，市场针对老年群体供给不足逐渐显现，需高度重视“健康老龄化”问题，其最终目标是提高大多数老年人的生命质量。

最后，发展老年产业促进社会经济可持续发展。随着我老龄人口数量的增多、老年人收入的增长以及生活质量的提高，老龄人口的恩格尔系数的降低，老年人的消费结构呈现新变化。

发展老年产业可更好地满足老年人的消费需求，增进社会的文明程度和推进社会的进步；在刺激市场需求同时，扩大就业领域，缓解就业压力，从而减轻和克服人口老龄化所带来的负面影响，促进老龄化过程中社会问题的解决。

此外，也有学者从人本主义、市场导向视角探讨老年产业发展的“四大基础”，即社会基础、客观基础、物质基础与市场基础。其中老年产业发展的社会基础为人口老龄化，客观基础为家庭功能的变化，物质基础为老年人经济收入的不断增加，市场基础为老年人需求的多样化及老年消费市场的潜在空间。

发展老年产业的根本目的在于提高老年人的生活质量，使产业结构与日益增加的老年人的需求结构、消费结构相适应。随着我国老年消费市场规模、消费能力、消费观念的不断转变，发展老年产业不仅是这一群体的现实需求，更是社会经济健康有序、可持续发展的要求，因此发展老年产业势在必行。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

（三）对老年产业培育与发展的路径构建

众所周知，老年市场规模受人口的数量、收入水平、边际消费倾向、公共保障、经济发展水平等一系列因素影响，市场最终取决于消费。纵观各国经济发展的实践，提高消费对国内GDP的拉动作用较强，经济发展需要以消费为启动力。

首先，老年产业的兴起源于老龄化及老年人对市场的需求，全方位关注老龄消费群体的需求情况，在了解老年群体的生理、心理特征以及其购买力基础上研究老年人的消费模式有利于开拓老年用品市场和服务市场，培育主要途径有：

第一，消费由生产提供，并通过市场来实现，因此应该正确引导老年人的消费观念、创

造老年人消费环境，拉动对老年人的消费需求，更好的培育老年消费市场。老年市场的发展需要适应人口转变形势发展的需要，应当根据老年人口群体的基本需求特点，挖掘老年市场潜力，突出“返老还童”的市场、请老年人设计商品等。

第二，为老年人口提供力所能及的服务，需建立老年机构护理设施和形成老年产品行业，如建立托老所、日间照料中心、老年公寓、老年康复中心等老年住宅与养老服务设施；开发老年医疗保健产品、老年生活用品、老年玩具、老年服饰等，为进一步开发老年产业提供了思路。

第三，市场与政府相结合共同推动老年产业的发展，形成促进老年产业发展的机制，制定相应的扶持优惠及配套政策。如有学者提出应以社区为主体，建设“上门服务合作社”、“养老院”、“老人健康长寿服务社”等，通过建立养老超市、建立老年公寓等实现老有所养、老有所医、老有所为、老有所学、老有所乐。

二、研究现状的总体评析

我国对老年产业的研究虽然起步较晚，研究基础较为薄弱，但经过二十多年的系统理论与实证探讨，国内对于老年消费市场与老年产业的研究已成为一个热点，成果数量逐步增加，取得了长足的进步与提升。这主要体现在对人口老化与老年市场之间的关系、老年消费市场的细分、老年市场的潜力与特征、老年产业的界定与所涉及的基本领域、老年产业的发展现状与存在的问题、发展对策及老年市场的培育、未来老年产业发展体系的设想等研究，成效凸显。这不仅对推动与完善老年产业的理论研究奠定了坚实的基础，同时富有实效性的对策建议将理论与实际二者辩证的结合起来，有了更多的落脚点。与此同时，对老年产业的研究尚存在一些不足，需要进一步充实与深化。

首先，理论研究相对滞后。如在对老年产业的经济学含义与其范围界定方面，对产业这一概念的认同不够，对老年产业的经济学定义稍显宽泛，尚未明确区分老年产业的性质是政府福利还是市场盈利？老年产业并非完全等同于产业经济学意义上“产业”是建立在产业结构、相对独立的产业部门基础上的产业分类的概念，作为一种综合非独立的产业，需细化老年产业涵盖的服务类别、区分老年产业与老年事业等。

其次，研究方法较为单一。描述性、概念性的实证研究占多数，需要从研究方法的单一性走向综合化。发展老年消费市场是我国社会保障事业的重要组成部分。当前，理论界针对这一逐渐增长的消费大军，尝试探讨多样化的产品与服务供给模式，而利用大量统计数据资料定量研究老年产业发展趋势特点以及发展过程中的关键环节和要素机理则尚未多见。

最后，研究手段与视角有待进一步创新。迄今为止，有关老年消费市场、老年产业的研

究主要得到人口学、老年学、社会学的关注，尚未引起经济学界和管理学界的足够重视，应注重借鉴相关学科进行多角度交叉综合研究。

三、小结

研究老年市场与老年产业，关键是从学理与实践层面加深探究与认识，强化前瞻性的研究，注重定性与定量、宏观与微观研究的结合，以下几个方面需深入研讨。

第一，老年人的消费需求直接影响老年产业的发展以及产业结构调整。因此，老年消费经济学研究显得尤为必要。诚然，消费需求受需求的主体、消费能力以及消费意愿影响，学界需对老年消费在社会再生产中的地位、消费能力、观念、特点、消费心理及行为、影响老年消费因素、老年消费需求规律等经济问题进行专项细化研究，通过关注退休后老年人口的消费与储蓄的变化，分析老年人口消费结构的基本概况与主要特征，找出影响老年人口扩大消费的因素及影响提供老年产品与服务供给的因素，预测未来一段时间老年消费结构的变化有助于培育老年市场，振兴老年产业。

第二，信息化社会的快速发展以及对老年产业相关定量研究的强化呼唤对老年市场进行大量数据信息搜集整理及挖掘运用，在正确认识我国具体国情基础上，借鉴国外发达国家相对成熟的经验，因地制宜、有的放矢，形成合理有效的老年社会产业结构变动的经济政策。

第三，消费结构变迁、产业结构调整离不开更为具体的对老年市场与老年产业的有针对性的探究，特别是需要研究未来老龄社会的需求导向的产业结构将发生哪些重要的变化并对不同人口情景的产业结构进行模拟分析；有理论推导的同时也要有对未来老年产业相关的产业结构调整的具体分析，包括老年医疗与生活服务行业、老年食品与日用品行业、老年房地产行业、老年旅游与娱乐行业、老年教育行业等典型分析。实事求是，想法设法，加强试点，发挥示范效应，推广个案经验。

第四，老年产业研究的专业化离不开对老年产业与社会经济发展以及相关产业的关联性研究，离不开对老年产品生命周期的分析，要建立以老年消费需求为依据的产业化发展策略，通过更系统、深入、全面的研究来指导实践。

中国报告网发布的《2017-2022年中国老年经济行业发展现状及发展趋势前瞻报告》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、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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录\REPORT DIRECTORY

第一章老年经济概述

1.1 老年人及人口老龄化

1.1.1 老年人的定义

1.1.2 人口老龄化的定义

1.1.3 我国人口老龄化特点

1.2 老年经济

1.2.1 老年经济的定义

1.2.2 老年产业的提出

1.2.3 老年产业的定义

1.2.4 老年产业的分类

1.3 国内外主要养老方式

1.3.1 家庭养老

1.3.2 机构养老

1.3.3 居家养老

1.3.4 以房养老

1.3.5 异地养老

第二章全球老年经济与制度建设状况

2.1 全球

2.1.1 全球人口老龄化状况分析

2.1.2 全球应对人口老龄化的政策

2.1.3 老龄化对全球经济社会的影响

2.1.4 老龄化将推动全球银色产业

2.1.5 银发产业成为全球新的经济增长点

2.1.6 全球年金市场快速发展分析

2.2欧洲

2.2.1欧洲人口老龄化加速

2.2.2欧洲国家人口老龄化成本分析

2.2.3德国人口老龄化状况及应对策略

2.2.4意大利的老龄化政策及市场机遇

2.2.5法国“银谷”老年产业集群分析

2.2.6法国中老年人网络消费状况透析

2.3美国

2.3.1美国人口老龄化现状及其对经济市场的影响

2.3.2美国退休老人的养老状况调查

2.3.3美国社区养老的发展经验

2.3.4美国老年人青睐以房养老

2.3.5亚马逊上线老年用品专卖店

2.3.6美国成人失禁用品市场状况解读

2.4日本

2.4.1日本人口老龄化状况分析

2.4.2日本老年人将带动经济发展

2.4.3日本老年用品市场发展分析

2.4.4日本老年用品的人性化设计

2.4.5日本中老年化妆品市场分析

2.5新加坡

2.5.1新加坡的养老体系发展状况

2.5.2新加坡养老制度的设计分析

2.5.3新加坡的“定储计划”介绍

2.5.4新加坡老龄化增加医护人员需求

2.5.5新加坡老年医疗器械产品需求增长

2.5.6新加坡在老龄化全球化中的投资机会

2.6韩国

2.6.1韩国人口老龄化状况分析

2.6.2韩国老年人养老观念发生变化

2.6.3韩国养老体系的问题凸显

2.6.4韩国老年人长期疗养保险分析

2.6.5韩国中老年手机市场发展状况

2.7其他国家或地区

2.7.1俄罗斯养老保障制度发展分析

2.7.2澳大利亚养老服务业发展状况

2.7.3印度人口老龄化状况及商机

2.7.4秘鲁养老金制度发展探析

2.7.5泰国老年人的福利措施介绍

第三章中国老年经济发展环境分析

3.1人口环境

3.1.1中国老年人口数量统计

3.1.2中国老年抚养比状况统计

3.1.3中国的“人口红利”分析

3.1.4中国老龄化现状及成因分析

3.2社会环境

3.2.1中国以“孝”文化为传统

3.2.2中国家庭养老功能逐渐弱化

3.2.3中国农村养老模式发展分析

3.2.4中国城乡养老模式比较分析

3.2.5中国老年妇女的生存状况

3.2.6中国空巢老人的生存状况

3.3经济环境

3.3.1中国宏观经济形势

3.3.2中国处于“未富先老”发展阶段

3.3.3中国老龄化“赤字”正在逼近

3.3.4中国居民收入差距依然较大

3.4养老保障制度

3.4.1中国老年保障体系的全面解读

3.4.2中国老年保障制度取得的成就

3.4.3中国养老保险制度的发展解析

3.4.4中国老年福利制度的发展透析

第四章中国老年经济发展状况分析

4.1中国老年经济发展态势

4.1.1发展老年经济的战略意义

4.1.2我国老年经济处于起步阶段

4.1.3“银发浪潮”带来的影响

4.1.4我国养老工程建设缓慢

- 4.1.5老年经济顶层设计将浮现
- 4.2中国老年人经济收入状况
 - 4.2.1中国老年人的经济状况
 - 4.2.2中国老年人贫困率分析
 - 4.2.3中国养老资产的培育分析
 - 4.2.4中国老年人的收入差异分析
- 4.3中国老年人消费需求分析
 - 4.3.1老年人消费结构及营销策略
 - 4.3.2老年人消费需求的差异化分析
 - 4.3.3老年人消费市场的机遇与挑战
 - 4.3.4老年产业呼唤多业态服务
- 4.4中国人口老龄化对国内外经济的影响
 - 4.4.1中国老龄化对世界经济的影响
 - 4.4.2中国步入“深度老龄化”社会
 - 4.4.3中国老龄化对经济的持久性影响
 - 4.4.4中国老龄化影响的两种观点
 - 4.4.5中国老龄化的潜在风险分析
- 4.5中国老年经济面临的问题与对策
 - 4.5.1中国“未富先老”的风险挑战
 - 4.5.2中国老年经济的发展明显滞后
 - 4.5.3中国老年经济发展瓶颈待破解
 - 4.5.4影响老年经济发展的原因及对策
 - 4.5.5中国应树立辩证的“科学老龄观”
 - 4.5.6我国开发老龄产业的战略思路

第五章中国老年经济区域市场格局

- 5.1上海市
 - 5.1.1上海已步入深度老龄化阶段
 - 5.1.2上海老年人生活状态调查分析
 - 5.1.3上海老龄事业发展现状综述
 - 5.1.4上海推动出台《养老机构条例》
 - 5.1.5上海政府购买养老服务发展状况
 - 5.1.6上海老年人文化需求调查分析
 - 5.1.7上海养老服务发展中的难题及突破策略
 - 5.1.8上海老龄化趋势预测

5.1.9上海闵行区高端养老业发展展望

5.2北京市

5.2.1北京市老年人口基本信息

5.2.2北京应对人口老龄化的对策

5.2.3北京市老龄事业发展现状总析

5.2.4北京居家养老服务保障加快立法

5.3天津市

5.3.1天津空巢老人生活状况分析

5.3.2天津养老产业规划编制完成

5.3.3天津对养老事业发展提出更高要求

5.3.4天津养老服务业推行新模式

5.4江苏省

5.4.1江苏省老龄事业发展状况分析

5.4.2江苏养老服务业发展更加规范

5.4.3苏州养老服务业发展迎来机遇

5.4.4无锡市养老事业现状

5.4.5常州老龄事业发展状况

5.4.6镇江市老年生活状况调查

5.5浙江省

5.5.1浙江人口老龄化呈现的特点

5.5.2浙江省老年产业的发展分析

5.5.3浙江养老新政解读

5.5.4杭州老龄事业发展现状

5.5.5绍兴推出老年旅游服务标准

5.6广东省

5.6.1广东人口老龄化状况分析

5.6.2广东老年人生活方式及需求

5.6.33月起广东实施老年人优待办法

5.6.4深圳支持民资办养老机构

5.6.5深圳老年人的四大特点分析

5.6.6深圳推出两宗养老设施用地

5.6.7江门养老服务业的发展分析

5.7山东省

5.7.1山东省人口老龄化速度加快

5.7.2山东老龄产业发展潜力较大

5.7.3山东省老龄产业面临的挑战

5.7.4山东推出养老专项用地指标

5.7.5烟台养老地产发展前景看好

5.8湖北省

5.8.1湖北人口老龄化现状与趋势

5.8.2湖北农村老年人生活状况调查

5.8.3湖北老龄产业发展态势及对策

5.8.4湖北公办养老机构改革试点工作实施方案解读

5.8.5湖北老年保健业供需状况及对策

5.8.6湖北老年用品市场现状全面解析

5.8.7湖北省鼓励个人开办家庭托老所

5.9海南省

5.9.1海南省社会养老服务体系的构建

5.9.2海口市老年产业向高端化发展

5.9.3海南养老医疗旅游业发展状况

5.9.4海南试点建设农村托老所

5.9.5海南异地养老的机遇与挑战

5.9.6海南老龄事业发展“十二五”规划

5.10其他地区

5.10.1安徽省

5.10.2福建省

5.10.3河南省

5.10.4湖南省

5.10.5云南省

5.10.6四川省

5.10.7甘肃省

5.10.8新疆

第六章中国老年住宅市场发展分析

6.1国外老年人居住方式和相关福利政策

6.1.1日本老年人住房类型与福利政策

6.1.2英国老年人住房现状与福利政策

6.1.3瑞典老年人住房现状与福利政策

6.1.4美国老年人住房现状与福利政策

6.2中国老年人特征和居住需求

- 6.2.1老年人生理特征和居住需求
- 6.2.2老年人心理特征和居住需求
- 6.2.3老年人社会经济特征和居住需求
- 6.3中国城市老年人居住现状分析
 - 6.3.1中国城市老年人居住现状和类型
 - 6.3.2对老年人居住方式的意愿分析
 - 6.3.3现行老年人居住政策存在的问题
- 6.4中国养老地产发展状况分析
 - 6.4.1养老地产的特点和定位
 - 6.4.2养老地产厘清的五个问题
 - 6.4.3养老地产的商业模式探析
 - 6.4.4养老地产的开发模式解析
 - 6.4.5中国养老地产发展状况
 - 6.4.6发展养老地产需解决的问题
- 6.5老年人对高端养老公寓的需求分析
 - 6.5.1老年公寓的内涵及特点
 - 6.5.2老年人入住养老公寓的动机
 - 6.5.3选择养老公寓时考虑的因素
 - 6.5.4住宅形式、套型空间及物理环境需求
 - 6.5.5套内设施、建筑风格及周边配套的需求
- 6.6中国老年住宅业发展策略
 - 6.6.1对中国老年住宅业发展的建议
 - 6.6.2中国老年住宅市场的开发策略
 - 6.6.3适合居家养老的亲情住宅小区发展探析
 - 6.6.4老年住宅消防安全设计优化对策

第七章中国养老服务市场发展分析

- 7.1养老服务市场发展综述
 - 7.1.1中国养老服务机构统计
 - 7.1.2构建现代老年服务体系
 - 7.1.3中国养老服务体系需加快发展
 - 7.1.4制约我国养老服务业发展的瓶颈
 - 7.1.5中国养老服务业发展的建议
 - 7.1.6我国养老服务新业态存在的隐忧及策略
- 7.2社区养老服务

7.2.1社区养老服务简介

7.2.2我国城市社区养老的需求分析

7.2.3社区养老服务存在的问题与对策

7.2.4社区养老服务业市场前景广阔

7.3民办养老服务机构

7.3.1中国民办养老服务机构发展状况

7.3.2民办养老服务机构面临的问题

7.3.3中国需激发民办养老机构的活力

7.3.4养老机构可借鉴社会企业运作模式

7.3.5推进养老服务机构规范化发展

7.4长期照护服务

7.4.1国外老年护理制度模式解析

7.4.2中国老年护理产业发展现状

7.4.3中国长期照护产业发展机遇

7.4.4中国老年长期照护体系的构建

7.4.5中国长期护理保险的供需分析

7.5政府购买养老服务

7.5.1国内外政府购买养老服务的差异

7.5.2中国政府购买养老服务的必要性

7.5.3中国政府购买养老服务模式分析

7.5.4中国完善政府购买养老服务的措施

7.6老年金融保险服务

7.6.1国内外商业养老保险税收政策分析

7.6.2购买商业养老保险的必要性

7.6.3我国养老保险制度覆盖现状

7.6.4我国社会养老保险正式并轨

7.6.5商业银行在养老服务中的作用

7.6.6民事信托对老年人的保障分析

第八章中国老年用品市场发展分析

8.1中国老年用品市场发展综述

8.1.1中国老年用品市场发展现状

8.1.2老年用品的颜色选择分析

8.1.3老年用品交易配送中心将建

8.1.4老年用品市场发展缓慢的原因

8.1.5老年用品的经营模式及营销策略

8.1.6城市商业布局应满足老年人购物需求

8.2老年代步车市场

8.2.1老年代步车的概念及标准

8.2.2老年代步车存在形式多样

8.2.3中国老年代步车产业发展状况

8.2.4老年代步车的市场接纳程度

8.2.5老年代步车存在的问题与建议

8.2.6老年代步车的营销策略分析

8.2.7电动轮椅车国标发布实施

8.3老人手机市场

8.3.1老人手机的需求特点分析

8.3.2智能手机的老年用户增加

8.3.3中国老人手机行业发展状况

8.3.4老年手机品牌及消费者分析

8.3.5各大厂商抢占老年智能手机市场

8.3.6智能手机应对老龄化社会的建议

8.4老年服饰市场

8.4.1老年人服装消费需求分析

8.4.2老年人服装市场发展现状

8.4.3老年服装市场存在的主要问题

8.4.4中老年服饰店的经营策略分析

8.4.5老年纺织服装产业发展预测

8.4.6老年服装的发展前景预测

8.5老年化妆品市场

8.5.1老年人化妆品市场发展状况

8.5.2老年人对化妆品的需求分析

8.5.3老年化妆品市场竞争策略分析

8.5.4企业拓展老年化妆品市场的建议

8.5.5中老年化妆品的广告策略分析

8.6老年礼品市场

8.6.1老年礼品市场发展现状分析

8.6.2礼品公司探路老年礼品市场

8.6.3海参畅销北方老年礼品市场

8.6.4老年人杯壶礼品市场发展状况

8.6.5老年家居礼品市场发展前景

第九章中国老年医疗保健市场发展分析

9.1中国老年医疗保健市场发展综述

9.1.1中国老年人医疗及精神卫生状况

9.1.2中国老年人医疗保健需求分析

9.1.3老龄化或推动中国医疗费用增长

9.1.4中国老年养生保健业发展态势

9.1.5老年健康信息化服务发展分析

9.2老年保健品市场

9.2.1中国保健品市场全面解读

9.2.2我国老年保健品行业迅速崛起

9.2.3中老年保健品消费状况调查

9.2.4老年保健品的消费者行为分析

9.2.5老年保健品的营销策略分析

9.2.6中国保健品行业的问题及对策

9.3老年用药市场

9.3.1老龄化推动中国药品市场扩容

9.3.2中国老年人专用药市场难寻

9.3.3国内外抗老年痴呆药物市场剖析

9.3.4老年心血管中成药市场快速增长

9.3.5我国老年人用药安全问题分析

9.3.6中国老年人用药市场前景广阔

9.4老年医疗器械市场

9.4.1老龄化拉动医疗器械市场需求

9.4.2中国老年医疗器械市场规模

9.4.3中老年一次性医疗器械产品前景

9.4.4家用医疗器械的市场机遇分析

9.5老年人助听器市场

9.5.1助听器的发展简述

9.5.2国内外助听器市场全面解析

9.5.3人口老龄化推动助听器市场增长

9.5.4中国老年人助听器市场需求

9.5.5中国老年人助听器市场的问题

9.5.6中国老年人助听器的消费特征

9.6中老年失禁用品市场

9.6.1全球成人失禁用品的高端趋势

9.6.2中国中老年失禁用品需求增长

9.6.3中国老年人的失禁用品消费观念

9.6.4中国成人纸尿裤市场品牌调查

9.6.5成人一次性纸尿裤市场前景

第十章中国老年娱乐文化市场发展分析

10.1中国老年娱乐文化市场发展综述

10.1.1国家政策推动老年文化建设

10.1.2老年娱乐文化产业的市场机遇

10.1.3中国老年人文化消费状况分析

10.1.4中国老年人娱乐设施亟需发展

10.1.5老年人公共文化服务有待提高

10.2老年旅游市场

10.2.1老年旅游市场具有巨大开发潜力

10.2.2我国老年旅游市场亟待深度开发

10.2.3中国老年旅游市场的特征分析

10.2.4影响老年旅游消费的因素分析

10.2.5中国老年旅游市场的开发策略

10.2.6中国老年旅游市场的发展趋势

10.3老年教育市场

10.3.1中国老年教育产业发展现状

10.3.2老年教育发展的困境与对策

10.3.3中国老年教育课程创新分析

10.3.4中老年艺术培训市场发展状况

10.3.5天津市开通老年远程教育网站

10.4老年图书报刊市场

10.4.1老年阅读行为及图书市场调查

10.4.2中国老年图书的营销策略分析

10.4.3中国老年书画图书市场发展分析

10.4.4老年报业的挑战及发展策略

10.4.5老年期刊的品牌提升策略

10.5老年玩具市场

10.5.1国内外老年玩具市场分析

10.5.2中国老年玩具市场需求巨大

10.5.3中国老年玩具市场供给状况

10.5.4中国老年玩具市场开发困难

10.5.5老年玩具的营销策略分析

第十一章中国老年市场重点企业经营状况及运作模式分析

11.1恒安集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.2北京宝氏华商经济发展集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.3卓达集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.4联众休闲产业集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.5绿地集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.6亲和源股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.7 泰康人寿保险股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.8 中国太平保险集团有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二章 中国老年经济的投资机遇与风险防范

12.1 中国老年经济的投资状况

12.1.1 中国开放养老服务业投资

12.1.2 养老产业资金来源及投资方向

12.1.3 政府对养老服务投资力度加大

12.1.4 养老产业投资多元化发展

12.1.5 中国老年住宅投资机构分析

12.2 中国老年经济的投资机遇

12.2.1 养老服务业的投资机遇

12.2.2 老龄化带来的中长期投资机遇

12.2.3 老年人衣食住行领域投资机遇

12.2.4 长期护理和老年护理成为新亮点

12.2.5 老年市场小本创业项目投资机遇

12.3 保险公司投资养老产业分析

12.3.1 居家养老是未来发展趋势

12.3.2 保险企业投资养老地产的优势

12.3.3 保险企业投资养老地产的模式

12.3.4 投资养老产业对保险公司的作用

12.3.5 投资养老产业的具体实施策略

12.4 中国老年经济的投资风险及防范

12.4.1 老年经济的资本与政策风险

12.4.2 阻碍养老机构盈利的原因

12.4.3 投资养老地产的风险分析

12.4.4将养老院当房地产投资存风险

12.4.5投资老年产业的风险控制

12.5中国老年经济的投资建议

12.5.1需完善民资养老服务的优惠政策

12.5.2投资养老经济需了解地理分布

12.5.3投资养老服务机构的策略

12.5.4投资老年用品专卖店的策略

第十三章中国对中国老年经济的发展前景与趋势预测

13.1中国老年经济发展前景及趋势

13.1.1老年经济发展前景广阔

13.1.2老年经济发展前景需关注

13.1.3老年经济有巨大的潜在市场

13.1.4中国老年用品的发展趋势

13.2中国老年经济发展预测

13.2.1中国对中国老年经济发展预测分析

13.2.2中国的老年市场需求预测

13.2.3中国老年人的购买力预测

13.2.4中国养老床位建设规模预测

13.2.5老年护理服务和生活照料市场预测

13.2.6我国养老服务业总产值预测

第十四章中国老年经济发展的政策背景解读

14.1《中国老龄事业发展“十二五”规划》

14.1.1“十二五”中国老龄事业的发展背景

14.1.2“十二五”中国老龄事业的发展思路及目标

14.1.3“十二五”中国老龄事业的主要任务

14.1.4“十二五”中国老龄事业的发展保障措施

14.2老年人权益保障的相关政策

14.2.1《中共中央国务院关于加强老龄工作的决定》

14.2.2《关于加强老年人优待工作的意见》

14.2.3《中华人民共和国社会保险法》

14.2.4《中华人民共和国老年人权益保障法》

14.3养老服务业的相关政策

14.3.1《关于加快发展养老服务业的意见》

14.3.2 《关于全面推进居家养老服务工作的意见》

14.3.3 《社会养老服务体系规划建设规划（2015）》

14.3.4 《民政部关于鼓励和引导民间资本进入养老服务领域的实施意见》

14.3.5 《民政部关于推进养老服务评估工作的指导意见》

14.3.6 《国务院关于加强发展养老服务业的若干意见》

14.3.7 《城乡养老保险制度衔接暂行办法》

14.4 养老机构的相关政策

14.4.1 《关于老年服务机构有关税收政策问题的通知》

14.4.2 《养老机构管理办法》

14.4.3 《养老机构设立许可办法》

14.4.4 养老机构凭证确认许可

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表1“以房养老”模式

图表21970-金砖国家60岁及以上老年人口比例每10年提高程度

图表3中国60岁以上老年人占全国总人口比重图

图表4中国60岁以上老年人占全国总人口比重表

图表5老年抚养比变动情况

图表6年末人口数及其构成

图表7国内生产总值及其增长速度

图表8城镇新增就业人数

图表9国内生产总值与全部就业人员比率（不变价格）

图表10居民消费价格月度涨跌幅度

图表11居民消费价格比上年涨跌幅度

图表12新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表13公共财政收入

图表14年末国家外汇储备

图表15粮食产量

图表16规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表17主要工业产品产量及其增长速度

图表18建筑业增加值

图表19固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表20分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表21固定资产投资新增主要生产能力

图表22房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度
（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/287667287667.html>