

2008年中国中老年用品行业分析 及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国中老年用品行业分析及发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200808/5146.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 人口老龄化相关概述

一、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

二、世界人口老龄化现状及对策

(一) 世界人口老龄化动态

(二) 日本

(三) 美国

(四) 巴西

(五) 俄罗斯

(六) 瑞典

三、中国人口老龄化问题

(一) 中国人口老龄化发展的四个阶段

(二) 中国人口老龄化的特点

(三) 老龄人口生活所面临的主要困难

(四) 中国人口老龄化对经济的影响

(五) 中国应对老龄化问题的建议

第二章 中老年市场分析

一、老年市场定义及其相关分析

(一) 基本概念和市场容量

(二) 老年人购买力分析

(三) 老年人消费特征分析

(四) 老年市场细分

二、中国老年产业状况分析

(一) 中国老年市场全面分析

(二) 老年市场缺少实力资本

(三) 中国老龄市场亟待挖掘

(四) 中国“银发市场”潜力巨大

三、中老年用品市场概况

- (一) 国外新颖的老年用品
- (二) 中国老年用品市场状况
- (三) 中国老年用品产业蓬勃发展

四、中老年用品市场存在的问题及对策

- (一) 中国老年用品市场产品滞后
- (二) 老年产品市场存在认知误区
- (三) 老年用品包装研发亟待进行
- (四) 国内老年用品企业应对国外厂商的对策

第三章 中老年服装市场

一、中老年服装市场概况

- (一) 老年服装市场调查分析
- (二) 温州中老年服装市场现状及潜力
- (三) 老年服装市场“鸡肋”变“金矿”

二、中老年对服装的消费及选择分析

- (一) 中老年服装消费行为分析
- (二) 老年人青睐中高档服装
- (三) 中老年人着装原则
- (四) 中老年服装应该具备的特点

三、中老年服装市场的问题及对策

- (一) 中老年女性服装市场萧条
- (二) 中老年服装市场缺少品牌服饰
- (三) 温州“中老年服装街”的启示

四、中老年服装前景分析

- (一) 冷清的老年服装背后商机无限
- (二) 中老年服装市场前景看好

第四章 中老年化妆品市场

一、中老年美容市场

- (一) 中老年美容概述
- (二) 老年美容护肤品市场有广阔前景

二、中老年人化妆品的种类和选择

- (一) 适宜老年人的化妆品种类
- (二) 抗衰老化妆品受中老年女性的青睐

三、中老年人化妆品市场

- (一) 日本推出中老年人用化妆品
- (二) 中国老年人化妆品市场
- (三) 老年化妆品难觅身影
- (四) 老年化妆品市场亟待开拓

第五章 中老年保健品市场

一、中老年保健品市场消费分析

- (一) 中国老年保健品消费市场分析
- (二) 北京地区老年人保健品消费因素分析

二、中老年医药保健品

- (一) 中老年医药保健品市场浅析
- (二) 国内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
- (四) 医药保健品运作老年市场的建议

三、中老年保健品市场存在的问题

- (一) 高质量老年保健食品市场有待推进
- (二) 老年保健品市场混乱
- (三) 老年保健品市场问题繁多

第六章 中老年其他日用品

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
- (四) 老年食品潜力巨大
- (五) 五类老年保健食品前景看好

二、中老年奶粉

- (一) 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、中老年电话

(一) 中老年移动电话在中国有极大的市场空间

(二) 中老年移动电话产品需考虑诸多因素

五、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) 中国成人失禁用品市场现状

六、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

(三) 老花镜市场潜力大

七、其他

(一) 老年鞋市场前景广阔

(二) 中国老年人助听器市场特征

(三) 医疗器械走俏老年市场

第七章 中老年文化体育娱乐用品

一、老年报刊

(一) 老年报刊现状分析

(二) 老年报刊的特点

(三) 老年报刊面临的困境及对策

(四) 老年报刊市场前景广阔

二、老年图书

(一) 老年人图书市场

(二) 书业企业不应忽视老年图书市场

(三) 用感性营销策略开启老年图书市场

三、中老年体育用品

(一) 老年康复健身器材新品迭出

(二) 老年体育用品商机巨大

(三) 老年体育用品市场潜力无限

四、中老年玩具市场

(一) 日本玩具市场投向老年市场

(二) 国内老年玩具市场发展现状

(三) 开发老年玩具市场的营销策略

(四) 开发老年玩具市场的动因

(五) 老年人玩具市场前景看好

附录

附录一：中国老龄事业发展“十一五”规划

附录二：保健食品管理办法

图表目录：

图表1 2050年六大洲人口增长情况

图表2 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3 1950-2050年世界高龄人口数及占老年人总人口数的比重

图表4 1950-2050年发达地区与发展中地区高龄老人所占比重

图表5 2002年人口高龄化比例最高的国家

图表6 2050年欧洲地区人口老龄化程度

图表7 2000年和2050年世界百岁老人情况

图表8 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9 中国和全世界的老年比每年平均增加百分点（每5年）

图表10 2003年10个国家的人均GDP

图表11 中国各地区的老年比

图表12 1970年-2050年中国老年人口的比例

图表13 1965年-2050年中国人口总抚养比变化情况

图表14 中国近100年的人口年龄结构变化情况

图表15 2010-2040年中国60及65岁以上人口比重

图表16 1999-2030年中国离退休人员退休金总额

图表17 上海市有老年人家庭亲属和老年人经常购买的物品

- 图表18 上海市老年人对于老年用品市场的满意程度
- 图表19 上海市老年人对于食品的需要
- 图表20 上海市老年人对于日用品方面的需要
- 图表21 上海市老年人对于老年服装的满意程度
- 图表22 上海市老年人认为穿衣打扮的必要性
- 图表23 上海市老年人的购物偏好
- 图表24 北京市市区老年人对于社区服务的需求
- 图表25 老年人希望住宅内增添的设备
- 图表26 老年人对服装市场的满意程度
- 图表27 老年人认为服装市场存在的问题
- 图表28 1983-2000年某医院整形外科美容整型数据
- 图表29 1980-2010年日本50岁以上女性占10-69岁化妆品用户的比重
- 图表30 购买保健品进行保健的必要性
- 图表31 分年龄的保健品消费观念
- 图表32 老年人对药品的依赖性
- 图表33 老年人使用保健品的情况
- 图表34 老年人保健品的来源
- 图表35 北京市城区老年人服用保健品的单因素分析
- 图表36 中国医药保健品市场细分市场份额
- 图表37 中国老年人营养与健康状况
- 图表38 消费者对保健品效果的认知
- 图表39 中国60岁及以上老年人口的在业率
- 图表40 1999-2005年成人失禁用品的消费量
- 图表41 2005年成人失禁用品的主要生产企业
- 图表42 2005年成人失禁用品前10位制造商所占市场份额
- 图表43 成人失禁用品世界各地的市场渗透率
- 图表44 2010年成人失禁用品市场预测
- 图表45 2006年美国老年人使用助听器的情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200808/5146.html>