

2014-2019年中国中老年用品 市场监测与发展前景评估报告

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

《2014-2019年中国中老年用品市场监测与发展前景评估报告》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/201403/102496.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

在世界人口总体走向老龄化和发达国家人口老龄化形势加剧的同时，中国的人口结构也步入老龄化阶段。截至2007年底，中国60岁及以上老年人口达1.53亿人，占总人口的11.6%。预计到2020年，全国老年人将达到2.43亿，占总人口的17%，形成了一个庞大的老年消费群体。到21世纪中期，中国老年人口将超过4亿人，其中80岁以上的老龄人口将不少于8000万人。

“十一五”同“十五”相比，中老年人口增长速度明显加快。传统的观念往往认为中老年人是社会的边缘人，但却忽略了中国进入高龄化社会之后，庞大的中老年人群体为形成一个巨大的中老年消费市场奠定了基础。拥有数以亿计的中老年人消费市场是未来中国必然的商机与趋势。到2020年，中国中老年人用品市场份额将上升至2万亿元。

面对日益增长的中老年消费市场规模，中国政府产业部门及相关生产企业应及时抓住商机，尽早进入中老年市场并抢占市场份额。政府、企业和社会机构应协同配合，多方联动，制定切实可行的措施，如产业部门要制订政策，积极引导规范中老年消费市场；企业应谋求多元化策略开发中老年消费市场，加快产品和服务创新，进一步更新中老年人观念，有力助推我国中老年用品市场的发展壮大。

本中老年用品行业报告，为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 人口老龄化相关概述

第一节 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

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、日本
- 三、美国
- 四、欧洲
- 五、俄罗斯

第三节 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、中国人口老龄化对经济的影响

四、中国应对老龄化问题的建议

第二章 中老年市场分析

第一节 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、老年市场的范围

第二节 中国老年产业发展状况

一、发展我国老年产业的必要性

二、中国老年市场全面分析

三、老年市场缺少实力资本

四、中国“银发市场”潜力巨大

第三节 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、国内老年用品市场的发展趋势

第四节 中老年用品市场存在的问题与不足

一、制约我国中老年用品市场发展的因素

二、中国老年用品市场产品开发滞后

三、老年产品市场存在认知误区

四、老年用品包装研发亟待进行

第五节 中老年用品市场发展对策及建议

一、推动我国老龄产业发展的战略思路

二、促进中国老年市场需求增长的途径

三、开发我国中老年用品市场的策略措施

四、国内老年用品企业应对外资挑战的对策

第三章 中老年服装市场

第一节 中老年服装市场概况

一、老年服装市场潜力巨大

二、我国中老年服装市场发展概况

三、温州中老年服装市场发展分析

四、温州“中老年服装街”的启示

第二节 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

第三节 中老年服装市场的问题及对策

一、国内中老年服装市场存在质量问题

二、服饰厂商忽视中老年服装市场开发

三、促进中老年服装市场发展的对策措施

四、中老年服装市场的营销策略

第四节 中老年服装前景分析

一、中老年服装发展商机无限

二、中老年服装市场前景看好

第四章 中老年化妆品市场

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 中老年人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 中老年人化妆品市场

一、日本推出中老年人专用化妆品

二、我国中老年人化妆品市场综述

三、国内老年人专用化妆品市场庞大

四、中老年美容护肤品市场前景广阔

第五章 中老年保健品市场

第一节 中老年保健品市场分析

一、中老年保健品选择及服用原则

- 二、中老年保健品分类与市场运作
- 三、华润集团布局老年保健品市场
- 四、中国老年保健品消费市场调查

第二节 中老年医药保健品

- 一、中老年医药保健品市场浅析
- 二、国内中老年医药保健品市场趋热
- 三、医药保健品企业中老年市场营销分析
- 四、医药保健品运作中老年市场的建议

第三节 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、中老年保健品市场混乱
- 三、中老年保健品消费市场的误导

第六章 中老年其他日用品

第一节 中老年食品

- 一、中老年食品研发要点
- 二、发达国家重视老年食品开发
- 三、中国老年食品市场总体概况
- 四、中老年食品潜力巨大
- 五、中老年保健食品前景看好

第二节 中老年奶粉

- 一、中老年奶粉概述
- 二、中老年奶粉营养配比应当合理
- 三、中老年奶粉质量问题有待解决

第三节 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

第四节 中老年电话

- 一、台湾研发老人专用卫星定位拐杖移动电话
- 二、中老年移动电话市场空间较大
- 三、开发中老年移动电话产品需考虑诸多因素

第五节 成人失禁用品

- 一、全球成人失禁用品销量上升
- 二、世界成人失禁用品市场竞争激烈
- 三、中国成人失禁用品市场发展状况

第六节 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

第七节 其他

- 一、中国老年人助听器市场特征
- 二、医疗器械走俏老年市场
- 三、老年鞋市场前景广阔
- 四、中老年人首饰市场有待进一步开发
- 五、老年人安防产品市场潜力巨大

第七章 中老年文化体育娱乐用品

第一节 老年报刊

- 一、老年报刊市场发展概况
- 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

第二节 老年图书

- 一、老年人图书市场概述
- 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

第三节 中老年体育用品

- 一、老年康复健身器材市场升温
- 二、老年体育用品商机巨大
- 三、老年体育用品市场潜力无限

第四节 中老年玩具

- 一、日本玩具厂商关注老年市场
- 二、国内老年玩具市场发展状况
- 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

第五节 老年旅游

- 一、影响老年人出游的主要因素
- 二、老年人的旅游需求特征
- 三、我国老年旅游市场迅速扩大
- 四、国内老年旅游市场的开发策略

附录

附录一：中国老龄事业发展“十二五”规划

附录二：保健食品管理办法

图表目录

图表：2050年六大洲人口增长情况

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：1950-2050年世界高龄人口数及占老年人总人口数的比重

图表：1950-2050年发达地区与发展中地区高龄老人所占比重

图表：2002年人口老龄化比例最高的国家

图表：2050年欧洲地区人口老龄化程度

图表：2000年和2050年世界百岁老人数量情况

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：中国和全世界老年比每5年平均增加的百分点情况

图表：中国各地区的老年比

图表：1970年-2050年中国老年人口的比例

图表：1965年-2050年中国人口总抚养比变化情况

图表：中国近100年的人口年龄结构变化情况及预测

图表：2012-2040年中国60及65岁以上人口比重

图表：1999-2030年中国离退休人员退休金总额

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：1980-2012年日本50岁以上女性占10-69岁化妆品用户的比重

图表：购买保健品进行保健的必要性

图表：分年龄的保健品消费观念

图表：老年人对药品的依赖性

图表：老年人使用保健品的情况

图表：老年人保健品的来源

图表：中国医药保健品市场细分市场份额

图表：中国老年人营养与健康状况

图表：我国成人失禁用品消费量统计

图表：成人失禁用品的主要生产企业

图表：成人失禁用品世界各地的市场渗透率

图表：2012年成人失禁用品市场

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102496.html>