

2020-2026年中国老年生活 用品行业分析与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国老年生活用品行业分析与投资前景预测报告》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/202007/171795.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

老年用品，包括代步车、老年手机、助听器等。

众所周知，我国人口众多，各地区的经济社会发展水平差异较大。与此同时，人口老龄化发展形势也表现出明显的区域不平衡性。从地区分布来看，东部和中部地区的人口老龄化形势相对严峻，西部地区的人口压力相对较小。从时间走势来看，东部地区人口老龄化正逐渐向中部和西部地区转移。此外，未富先老迹象显现，经济发展压力增强。

目前，中国已经成为世界上老年人口最多的国家，据国家统计局最新数据，2017年，60周岁及以上人口24090万人，占总人口的17.3%，其中65周岁及以上人口15831万人，占总人口的11.4%。当一个国家或地区60岁以上老年人口占人口总数的10%，或65岁以上老年人口占人口总数的7%，即意味着这个国家或地区的人口处于老龄化社会。中国老年人口比例严重超标。2011-2017年我国人口老龄化率现状分析数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国老年生活用品行业分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国老年生活用品行业市场发展环境、老年生活用品整体运行态势等，接着分析了中国老年生活用品行业市场运行的现状，然后介绍了老年生活用品市场竞争格局。随后，报告对老年生活用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国老年生活用品行业发展趋势与投资预测。您若想对老年生活用品产业有个系统的了解或者想投资中国老年生活用品行业，本报告是您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：

第一部分 产业市场调研

第一章 中国老年生活用品品牌市场实地调研

第一节 中国老年生活用品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、老年生活用品品牌平均价格趋势分析

三、2020-2026年中国老年生活用品品牌价格走势预测

第二节 影响中国老年生活用品品牌价格因素分析

一、消费税调整对老年生活用品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对老年生活用品品牌价格的影响

第三节 中国老年生活用品品牌市场消费状况分析

康复护理用品有制氧机、呼吸机、血氧仪、血压仪、血糖仪、雾化器、助听器、牵引器、坐厕椅、防褥疮垫、护理床、脊椎康复器、家庭急救装备、老年纸尿裤、助便用品等。随着国内人口老龄化进程的加剧、居民消费水平提升、消费观念的改善，我国老年人康复器材市场规模将呈增长态势。老年人生理、心理特点对老年人康复器材功能诉求

康复器材	功能需求	比例
助听器	沟通需要	60%
按摩仪	减少各种慢性疾病	31%
步行机	独立出行	9%
健身床	解除疲劳	34%
其他	缓解肢体障碍症状	58%
其他	其他	8%
其他	安全舒适	55%
其他	其他	34%
其他	其他	11%
其他	其他	18%
其他	其他	59%
其他	其他	13%

资料来源：公开资料整理

一、中国老年生活用品品牌市场消费结构

二、中国老年生活用品品牌市场消费特点

三、影响中国老年生活用品品牌市场消费因素

第二章 2014-2018年中国老年生活用品品牌市场结构调研

第一节 中国老年生活用品市场主要品牌发展分析

一、中国老年生活用品市场主要品牌所占市场份额

二、中国老年生活用品市场各品牌新动向监测

第二节 中国老年生活用品市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国老年生活用品市场品牌发展新特色分析

第二部分 产业区域调研

第三章 中国老年生活用品所属行业区域市场需求状况预测

第一节 华北地区老年生活用品市场需求状况

一、2014-2018年行业发展现状分析

二、2014-2018年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况

四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第二节 东北地区老年生活用品市场规模研究

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第三节 华东地区老年生活用品行业前景展望

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第四节 华南地区老年生活用品市场需求预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第五节 华中地区老年生活用品行业发展潜力分析

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第六节 西南地区老年生活用品市场规模预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第七节 西北地区老年生活用品行业发展预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年生活用品行业发展前景预测

第三部分 产业深度调研

第四章 2014-2018年中国老年生活用品所属行业需求用户调研结果

第一节 2014-2018年老年生活用品行业用户认知程度分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

第二节 2014-2018年中国老年生活用品行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2014-2018年中国老年生活用品品牌上游市场调查情况

第一节 2014-2018年中国老年生活用品产品原材料生产情况调查

- 一、中国老年生活用品产品原材料产量调查分析
- 二、中国老年生活用品产品原材料生产区域结构调查
- 三、2020-2026年中国老年生活用品产品原材料生产规模预测

第二节 中国老年生活用品产品原材料价格走势调查

- 一、中国老年生活用品产品原材料历年价格趋势调查
- 二、老年生活用品产品原材料未来走势预测
- 三、老年生活用品产品原材料价格走势对企业影响
 - 1、短期影响分析研究
 - 2、长期影响分析研究
 - 3、产品原材料成本敏感度

第三节 2014-2018年中国老年生活用品产品生产现状概况

- 一、2014-2018年中国老年生活用品产品生产规模调查
- 二、2014-2018年中国老年生活用品产品生产结构调查
- 三、2020-2026年中国老年生活用品产品产量预测

第六章 2014-2018年中国老年生活用品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第四部分 产业渠道调研

第七章 2020-2026年中国老年生活用品所属行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国老年生活用品行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要老年生活用品行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2014-2018年中国老年生活用品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2014-2018年中国老年生活用品品牌销售渠道模式研究

一、2014-2018年中国老年生活用品品牌渠道销售现状调查

二、2014-2018年中国老年生活用品品牌营销渠道调研

三、2014-2018年中国老年生活用品品牌渠道发展机遇

四、2014-2018年中国老年生活用品品牌发展策略

五、2014-2018年渠道策略及营销策略运作案例分析

六、2020-2026年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2014-2018年中国老年生活用品品牌市场策略点评

一、价格策略点评

二、渠道策略点评

第三节 2014-2018年中国老年生活用品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2014-2018年中国老年生活用品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、老年生活用品品牌营销的发展之道

三、中国老年生活用品品牌市场营销渠道探讨

第九章 2014-2018年中国老年生活用品行业竞争对手渠道模式

第一节 老年生活用品市场渠道情况

第二节 老年生活用品竞争对手渠道模式

第三节 老年生活用品直营代理分布情况

第五部分 产业发展态势

第十章 2014-2018年中国老年生活用品行业竞争力与发展态势研究

第一节 2014-2018年中国老年生活用品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2014-2018年中国老年生活用品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2014-2018年中国老年生活用品行业竞争力分析

一、2014-2018年老年生活用品行业竞争分析

二、2014-2018年中外老年生活用品产品竞争力比较分析

三、2014-2018年中国老年生活用品市场竞争格局分析

四、2014-2018年国内主要老年生活用品企业动向研究

第四节 2020-2026年老年生活用品行业竞争态势展望

第十一章 中国老年生活用品行业重点企业经营分析

第一节 济南老来寿生物集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、主营产品

第二节 惠氏营养品（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展规划

第三节 广州市好孝心医疗器械有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展规划

第四节 京枫老年用品（连锁）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、主营产品

第五节 兖州市澳麦食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、主营产品

第六节 山东红叶老年用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、主营产品

第七节 正大青春宝药业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势
- 三、企业经营状况

第八节 山西福寿和老年用品有限公司

一、企业概况

二、企业优势

三、主营产品

第九节 福建石狮市老人城服装有限公司

一、企业概况

二、企业优势

三、主营产品

第十节 雅士利国际集团有限公司

一、企业概况

二、企业优势

三、主营产品

第十二章 中国老年生活用品行业供需预测与发展趋势

第一节 2020-2026年中国老年生活用品行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2020-2026年老年生活用品行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2020-2026年老年生活用品行业总资产预测

第四节 2020-2026年老年生活用品行业工业总产值预测

第五节 2020-2026年老年生活用品行业销售收入预测

第六节 2020-2026年中国老年生活用品行业盈利能力预测

第六部分 产业投资策略

第十三章 2020-2026年中国老年生活用品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国老年生活用品行业SWOT模型分析

第二节 中国老年生活用品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2020-2026年中国老年生活用品行业投资风险预警

一、贸易战风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国老年生活用品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国老年生活用品项目行业可行性分析研究

第十四章 老年生活用品行业投资战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国老年生活用品行业品牌的战略思考

一、老年生活用品行业品牌的重要性

二、老年生活用品行业实施品牌战略的意义

三、老年生活用品行业企业品牌的现状分析

四、中国老年生活用品行业企业的品牌战略

五、老年生活用品行业品牌战略管理的策略

第三节 老年生活用品行业经营策略分析

一、老年生活用品行业市场细分策略

二、老年生活用品行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、老年生活用品行业新产品差异化战略

第四节 老年生活用品行业投资战略研究

- 一、2018年老年生活用品行业投资战略
- 二、2020-2026年老年生活用品行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2011-2018年中国老年生活用品市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2011-2018年中国老年生活用品市场各品牌新动向监测数据

图表：2011-2018年中国老年生活用品市场品牌排名调查情况

图表：2018年中国老年生活用品品牌按照销售额排名

图表：2018年中国老年生活用品品牌按市场份额排名

图表：2018年中国老年生活用品品牌按品牌知名度排名

图表：2018年中国老年生活用品品牌按消费者认可度排名

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业市场规模调研

图表：2011-2018年全球老年生活用品行业市场规模调研

图表：2011-2018年中国老年生活用品重要数据指标比较

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业销售数据统计

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业利润走势表

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业资产数据情况

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业进口数据统计

图表：2011-2018年中国老年生活用品行业出口数据统计

图表：2018年中国老年生活用品品牌竞争力前十名排名

图表：2018年中国老年生活用品品牌发展潜力前十名排名

图表：2014-2018年中国消费者收入水平调查

图表：2014-2018年中国消费者信心指数数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/171795.html>