

# 2015-2020年中国中老年用品市场现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国中老年用品市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qtzzh1501/l09165RZGN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国中老年用品市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。介绍了中老年用品行业相关概述、中国中老年用品产业运行环境、分析了中国中老年用品行业的现状、中国中老年用品行业竞争格局、对中国中老年用品行业做了重点企业经营状况分析及中国中老年用品产业发展前景与投资预测。您若想对中老年用品产业有个系统的了解或者想投资中老年用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。中国是世界上老年人口最多的国家，占全球老年人口总量的五分之一。真正的市场、最好的市场莫过于待开发的市场，1.85亿老年人口构成了我们通常所说的“银发市场”即老年消费市场，这是一块等待开发的大市场。“十二五”同“十一五”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。

中国经济是世界上各类产品消费容量最大的市场，随着老龄化进程的加快必将成为全球老年人口最多的国家，其市场的巨大潜力越来越成为世界各国尤其是西方大国和跨国企业所关注并成为争夺的新兴市场。不久的将来，国内企业中无论是国营还是民营资本，必将遭遇资金实力雄厚、市场推广经验丰富、品牌成熟的外资企业。可以预见的是外资企业登陆国内市场，未来的老年用品市场竞争将是激烈而残酷的。面对日益增长的中老年消费市场规模，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。

到2020年，全国老年人将达到2.43亿，形成了一个庞大的老年消费群体。老年群体的增加带来了老龄产业的发展春天，到2020年，中国老年人用品市场份额将上升至2万亿元。其中，老年人的服饰穿着年消费潜力至少也有1千亿元，而现阶段全国为老年人提供的产品不足10%，离市场需求差距很大。老龄产业被称为朝阳产业，它包括传统老龄产业如服装、食品、特护商品、保健、老年福利设施以及现代老龄产业如娱乐、旅游、住宅、社区服务、老年教育等多个行业，具有广阔的前景和巨大的发展潜力。《中国老龄事业发展“十二五”规划》提出，要促进老年用品、用具和服务产品开发。重视康复辅具、电子呼救等老年特需产品的研究开发。拓展适合老年人多样化需求的特色护理、家庭服务、健身休养、文化娱乐、金融理财等服务项目。加强老年旅游服务工作，引导老龄产业健康发展。

## 第一部分 行业市场分析

### 第一章 全球人口老龄化进程综述 1

#### 第一节 人口老龄化阐述 1

##### 一、人口老龄化特点 1

##### 二、人口老龄化的衡量标准 2

##### 三、人口老龄化的影响 3

#### 第二节 世界部分国家人口老龄化状况透析 7

##### 一、世界人口整体老龄化状况 7

##### 二、日本人口老龄化问题加重 7

##### 三、美国人口老龄化趋势延续将导致总人均产出增长放缓 9

##### 四、巴西人口老龄化速度增快 9

##### 五、俄罗斯社会日益严峻的人口老龄化危机 10

#### 第三节 中国人口老龄化问题探讨 10

##### 一、中国人口老龄化发展的四个阶段 10

##### 二、中国人口老龄化的特点 11

##### 三、中国人口老龄化对经济的影响 18

##### 四、中国应对老龄化问题的建议 20

#### 第四节 我国人口老龄化进程与老年服务需求分析 25

##### 一、我国人口老龄化的进程与特点 25

##### 二、老龄化社会的老年服务需求 30

## 第二章 2014年中国中老年用品产业运行环境分析 39

### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析 39

#### 一、中国GDP分析 39

#### 二、消费价格指数分析 67

#### 三、城乡居民收入分析 75

#### 四、社会消费品零售总额 79

#### 五、全社会固定资产投资分析 80

#### 六、进出口总额及增长率分析 87

### 第二节 2014年中国中老年用品产业政策环境分析 88

#### 一、老年人服务政策 88

#### 二、老年人优待服务政策意见 91

- 三、老年人服务业国家优惠政策 95
- 四、中国老龄事业发展“十二五”规划解析 95
- 第三节 2014年中国中老年用品产业社会环境分析 108
  - 一、中国人口规模及结构分析 108
  - 二、居民消费观念 112

### 第三章 2014年中国中老年市场动态分析 113

#### 第一节 老年市场消费调研 113

- 一、老年消费市场容量 113
- 二、老年人购买力分析 115
- 三、老年人消费特征分析 116

#### 第二节 2014年中国老年产业状况分析 118

- 一、中国老年市场全面分析 118
- 二、老年市场缺少实力资本 120
- 三、中国老龄市场亟待挖掘 121
- 四、中国“银发市场”潜力巨大 125

#### 第三节 2014年中国中老年用品市场运行分析 127

- 一、国外新颖的老年用品 127
- 二、中国老年用品市场状况 129
- 三、中国老年用品产业蓬勃发展 131

#### 第四节 2014年中国中老年用品市场存在的问题及对策 132

- 一、中国老年用品市场产品滞后 132
- 二、老年产品市场存在认知误区 134
- 三、老年用品包装研发亟待进行 136
- 四、国内老年用品企业应对国外厂商的对策 137

### 第二部分 细分市场分析

#### 第四章 2014年中国中老年用品细分市场分析--中老年服装纺织 141

##### 第一节 2014年中国中老年服装市场发展概况 141

- 一、老年服装市场调查分析 141
- 二、温州中老年服装市场现状及潜力 144
- 三、老年服装市场“鸡肋”变“金矿” 147

## 第二节 2014年中国中老年对服装的消费及选择分析 149

### 一、中老年服装消费行为分析 149

### 二、老年人青睐中高档服装 153

### 三、中老年人着装原则 154

### 四、中老年服装应该具备的特点 155

## 第三节 2014年中国中老年服装市场的问题及对策 157

### 一、中老年女性服装市场萧条 157

### 二、中老年服装市场缺少品牌服饰 159

### 三、温州“中老年服装街”的启示 160

## 第五章 2014年中国中老年用品细分市场分析--中老年化妆品 163

### 第一节 2014年中国中老年美容市场运行态势分析 163

#### 一、中老年美容概述 163

#### 二、老年美容护肤品市场有广阔前景 164

### 第二节 2014年中国中老年人化妆品的种类和选择 165

#### 一、适宜老年人的化妆品种类 165

#### 二、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐 166

### 第三节 2014年中国中老年人化妆品市场分析 166

#### 一、日本推出中老年人用化妆品 166

#### 二、中国老年人化妆品市场 167

#### 三、老年化妆品难觅身影 168

#### 四、老年化妆品市场亟待开拓 169

## 第六章 2014年中国中老年用品细分市场分析--中老年保健品 172

### 第一节 2014年中国中老年保健品市场消费分析 172

#### 一、中国老年保健品消费市场分析 172

#### 二、北京地区老年人保健品消费因素分析 175

### 第二节 2014年中国中老年医药保健品市场分析 176

#### 一、中老年医药保健品市场浅析 176

#### 二、国内老年医药保健品市场红火 177

#### 三、医药保健品企业针对老年市场的营销分析 178

#### 四、医药保健品运作老年市场的建议 181

### 第三节 2014年中国中老年保健品市场存在的问题 186

#### 一、高质量老年保健食品市场有待推进 186

#### 二、老年保健品市场混乱 187

#### 三、老年保健品市场问题繁多 188

## 第七章 2014年中国中老年用品细分市场分析--中老年其他日用品 197

### 第一节 2014年中国老年食品发展方向 197

#### 一、发达国家重视老年食品的开发 197

#### 二、中国老年食品近况堪忧 197

#### 三、老年食品存在较多问题 201

#### 四、老年食品潜力巨大 202

#### 五、五类老年保健食品前景看好 203

### 第二节 中老年奶粉 204

#### 一、中老年奶粉概述 204

#### 二、中老年奶粉营养配比应该合理 205

#### 三、中老年奶粉质量问题有待解决 206

### 第三节 中老年家具用品 208

#### 一、老年人家具的造型设计与原则 208

#### 二、老年家具装饰须注意的问题 212

#### 三、老年人家具的选择 214

### 第四节 中老年电话 217

#### 一、中老年移动电话在中国有极大的市场空间 217

#### 二、中老年移动电话产品需考虑诸多因素 222

### 第五节 成人失禁用品 224

#### 一、全球市场成人失禁用品销量上升 224

#### 二、全球成人失禁用品需求分析 225

#### 三、中国成人失禁用品市场现状 227

### 第六节 老花镜 227

#### 一、老花镜推出智能产品 227

#### 二、老花镜的选择仅配戴时应注意的问题 228

#### 三、老花镜市场潜力大 229

### 第七节 其他 230

- 一、老年鞋市场前景广阔 230
- 二、中国老年人助听器市场特征 234
- 三、医疗器械走俏老年市场 236

## 第八章 2014年中国中老年用品细分市场分析--中老年文化体育娱乐用品 239

### 第一节 老年报刊 239

- 一、老年报刊现状分析 239
- 二、老年报刊面临的困境及对策 241
- 三、老年报刊市场前景广阔 247

### 第二节 老年图书 248

- 一、老年人图书市场 248
- 二、书业企业不应忽视老年图书市场 255
- 三、用感性营销策略开启老年图书市场 256

### 第三节 中老年体育用品 260

- 一、老年康复健身器材新品迭出 260
- 二、老年体育用品商机巨大 261
- 三、老年体育用品市场潜力无限 262

### 第四节 中老年玩具市场 264

- 一、日本玩具市场投向老年市场 264
- 二、国内老年玩具市场发展现状 264
- 三、开发老年玩具市场的营销策略 266
- 四、开发老年玩具市场的动因 269
- 五、老年人玩具市场前景看好 270

## 第三部分 市场竞争分析

## 第九章 2014年中国中老年用品市场竞争格局分析 273

### 第一节 2014年中国中老年用品竞争现状分析 273

- 一、中老年人用品连锁的竞争力 273
- 二、中老年用品市场竞争程度分析 274
- 三、中老年用品企业竞争策略分析 275

### 第二节 2014年中国中老年用品细分产品市场竞争分析 277

- 一、中老年服装 277



二、中老年化妆品 278

三、中老年保健品 279

第三节 2014年中国中老年用品提升竞争力策略分析 281

第十章 2014年中国中老年用品典型企业竞争力分析 293

第一节 红桃开集团股份有限公司 293

一、企业概况 293

二、企业产品介绍 293

三、企业经营分析 293

第二节 兖州市澳麦食品有限公司 294

一、企业概况 294

二、企业产品介绍 294

三、企业生产能力 294

第三节 快乐夕阳中老年用品 295

一、企业基本概况 295

二、企业产品介绍 295

第四节 常青阁中老年人用品行 295

一、企业基本概况 295

二、企业产品介绍 296

三、企业竞争优势分析 297

第五节 康泰乐中老年用品店 298

一、企业基本概况 298

二、企业经营分析 298

三、企业竞争优势分析 299

第六节 深圳市夕阳红中老年用品店 301

一、企业基本概况 301

二、企业产品介绍 301

第七节 北京夕阳情中老年用品有限公司 302

一、企业基本概况 302

二、企业经营情况分析 302

三、企业竞争优势分析 305

第八节 京枫中老年用品有限公司 306

- 一、企业基本概况 306
- 二、企业产品介绍 306
- 三、企业竞争优势分析 306
- 第九节 北京银发美老年用品有限公司 307
- 一、企业基本概况 307
- 二、企业经营情况分析 307
- 三、企业竞争优势分析 308
- 第十节 青海快乐夕阳中老年用品 310
- 一、企业基本概况 310
- 二、企业经营情况分析 310

#### 第四部分 行业发展前景与投资分析

#### 第十一章 2015-2020年中国中老年人用品产业前景预测分析 311

##### 第一节 2015-2020年中国中老年人用品市场前景展望 311

- 一、21世纪的投资嬗变将由老年人谱写 311
- 二、中国到2014年老龄人口将达到2亿 312
- 三、中老年人用品市场潜力巨大 313

##### 第二节 2015-2020年中国中老年人用品产业发展趋势 315

- 一、产品种类逐渐多样化 315
- 二、中老年人用品消费观念发生转变 325
- 三、政府为企业投资创造良好的环境 327

#### 第十二章 博思数据关于中国中老年人用品服务产业投资分析 330

##### 第一节 2015-2020年中国中老年人用品服务行业投资概况 330

- 一、中老年人用品服务行业投资特性 330
- 二、中老年人用品服务具有良好的投资价值 331
- 三、中老年人用品服务投资环境利好 347

##### 第二节 2015-2020年中国中老年人用品产业投资机会分析 349

- 一、中老年人用品服务投资热点 349
- 二、中老年人用品服务投资吸引力分析 353

##### 第三节 2015-2020年中国中老年人用品服务投资风险及防范 356

- 一、经营风险分析 356

二、市场风险分析	357
三、政策风险分析	357
四、竞争风险分析	357
第四节 投资建议	358

## 图表目录

图表：中国和全世界的老年比每年平均增加百分点	11
图表：老年人的生活自理能力情况	32
图表：2009-2014年国内生产总值及其增长速度	39
图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度	40
图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度	40
图表：2014年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	41
图表：2009-2014年城镇新增就业人数	42
图表：2009-2014年年末国家外汇储备及其增长速度	42
图表：2009-2014年公共财政收入及其增长速度	43
图表：2009-2014年粮食产量及其增长速度	44
图表：2009-2014年全部工业增加值及其增长速度	45
图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度	45
图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度	47
图表：2009-2014年建筑业增加值及其增长速度	48
图表：2009-2014年全社会固定资产投资及其增长速度	49
图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度	49
图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力	51
图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度	51
图表：2009-2014年社会消费品零售总额及其增长速度	52
图表：2014年货物进出口总额及其增长速度	53
图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度	54
图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度	54
图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	55
图表：2009-2014年货物进出口总额	56
图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度	56
图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度	57

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 58

图表：2009-2014年年末电话用户数 59

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 60

图表：2009-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 61

图表：2014年年末人口数及其构成 63

图表：2009-2014年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 64

图表：2009-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 64

图表：2014年1月居民消费价格指数 68

图表：2014年2月居民消费价格指数 68

图表：2014年3月居民消费价格指数 68

图表：2014年4月居民消费价格指数 68

图表：2014年5月居民消费价格指数 68

图表：2014年6月居民消费价格指数 69

图表：2014年7月居民消费价格指数 69

图表：2014年8月居民消费价格指数 69

图表：2014年9月居民消费价格指数 69

图表：2014年10月居民消费价格指数 69

图表：2014年11月居民消费价格指数 70

图表：2014年12月居民消费价格指数 70

图表：2014年消费者预期指数 73

图表：2014年1月消费者满意指数 73

图表：2014年2月消费者满意指数 73

图表：2014年3月消费者满意指数 73

图表：2014年4月消费者满意指数 73

图表：2014年5月消费者满意指数 73

图表：2014年6月消费者满意指数 73

图表：2014年7月消费者满意指数 73

图表：2014年8月消费者满意指数 74

图表：2014年9月消费者满意指数 74

图表：2014年10月消费者满意指数 74

图表：2014年11月消费者满意指数 74

图表：2014年12月消费者满意指数 74

图表：2015年1月消费者满意指数 74

图表：2015年2月消费者满意指数 74

图表：2015年3月消费者满意指数 74

图表：2014年消费者满意指数 75

图表：2014年全国城乡居民收入 77

图表：2014年全国农村居民收入结构 78

图表：2014年全国城镇居民收入结构 78

图表：1978-2013年城乡居民收入增长情况 78

图表：1978-2013年城乡居民收入比 79

图表：2014年固定资产投资主要情况 82

图表：2014年各地区固定资产投资（不含农户）情况 84

图表：2014年固定资产投资（不含农户）增速 86

图表：2014年固定资产投资资金来源增速 86

图表：2014年东、中、西部地区固定资产投资增速 86

图表：2009-2014年人口及其自然增长率变化趋势 108

图表：2009-2014年出生人口性别比变化情况 109

图表：2014年末各年龄段人口比重 110

图表：2009-2014年各年龄段人口比重变化情况 110

图表：2013年中国各地区人口结构 111

图表：2012-2014年老年保健品市场规模 114

图表：北京市城区老年人服用保健品的单因素分析 175

图表：2014年医药保健品进出口统计数据 177

图表：2014年医药保健品进出口统计数据 177

图表：2012-2014年老年保健食品市场规模 203

图表：老年人图书市场结构 251

图表：老年人使用电子邮箱情况 252

图表：老年人使用电子邮箱结构图 253

略&hellip;&hellip;

本报告由博思数据的资深专家和研究人員通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全

面、准确地把握整个中老年用品行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据中老年用品行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国中老年用品行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国中老年用品行业将面临的机遇与挑战，对中老年用品行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是中老年用品企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1501/l09165RZGN.html>