

2016-2022年中国中老年用品产业现状调查及十三五发展定位分析报告

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《2016-2022年中国中老年用品产业现状调查及十三五发展定位分析报告》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/baojianpin/250095250095.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国中老年用品产业现状调查及十三五发展定位分析报告》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。

报告简介

第一章全球人口老龄化进程综述

第一节人口老龄化阐述

- 一、人口老龄化特点
- 二、人口老龄化的衡量标准
- 三、人口老龄化的影响

第二节世界部分国家人口老龄化状况透析

- 一、世界人口整体老龄化状况
- 二、日本人口老龄化问题加重
- 三、美国人口老龄化趋势延续将导致总人均产出增长放缓
- 四、巴西人口老龄化速度增快
- 五、俄罗斯社会日益严峻的人口老龄化危机

第三节中国人口老龄化问题探讨

- 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

第四节我国人口老龄化进程与老年服务需求分析

- 一、我国人口老龄化的进程与特点
- 二、老龄化社会的老年服务需求

第二章2016年中国中老年用品产业运行环境分析

第一节2016年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、货币供应量（季度更新）
- 十、中国外汇储备
- 十一、存dai款基准利率调整情况
- 十二、存款准备金率调整情况
- 十三、社会消费品零售总额
- 十四、对外贸易&进出口

第二节2016年中国中老年用品产业政策环境分析

- 一、老年人服务政策
- 二、老年人优待服务政策意见
- 三、老年人服务业国家优惠政策
- 四、中国老龄事业发展“十二五”规划解析

第三节2016年中国中老年用品产业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、居民的各种消费观念和习惯
- 三、文化环境分析
- 四、中国人口老龄化进程

第三章2016年中国中老年市场动态分析

第一节老年市场消费调研

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

第二节2016年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

第三节2016年中国中老年用品市场运行分析

- 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

第四节2016年中国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

第四章2016年中国中老年用品细分市场分析——中老年服装纺织

第一节2016年中国中老年服装市场发展概况

- 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”

第二节2016年中国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2016年中国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

第五章2016年中国中老年用品细分市场分析——中老年化妆品

第一节2016年中国中老年美容市场运行态势分析

- 一、中老年美容概述
- 二、老年美容护肤品市场有广阔前景

第二节2016年中国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

第三节2016年中国中老年人化妆品市场分析

- 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

第六章2016年中国中老年用品细分市场分析——中老年保健品

第一节2016年中国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

第二节2016年中国中老年医药保健品市场分析

- 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

第三节2016年中国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

第七章2016年中国中老年用品细分市场分析——中老年其他日用品

第一节2016年中国老年食品发展方向

- 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

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该合理
- 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、中老年移动电话在中国有巨大的市场空间
- 二、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

第六节老花镜

- 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

第七节其他

- 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

第八章2016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

第一节老年报刊

- 一、老年报刊现状分析
- 二、老年报刊面临的困境及对策
- 三、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
- 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

第四节中老年玩具市场

- 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

第九章2016年中国中老年用品市场竞争格局分析

第一节2016年中国中老年用品竞争现状分析

- 一、中老年人用品连锁的竞争力
- 二、中老年用品市场竞争程度分析
- 三、中来年用品企业竞争力分析

第二节2016年中国中老年用品细分产品市场竞争分析

- 一、中老年服装
- 二、中老年化妆品

三、中老年保健品

第三节2016年中国中老年用品提升竞争力策略分析

第十章2016年中国中老年用品典型企业竞争力分析（企业可zi选）

第一节红桃开集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节兖州市澳麦食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节快乐夕阳中老年用品

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第四节常青阁中老年人用品行

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第五节康泰乐中老年用品店

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第六节深圳南山中老年用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第七节北京夕阳情中老年用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第八节京枫中老年用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第九节银se佳年中老年用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第十节青海快乐夕阳中老年用品

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第十一章2016-2022年中国中老年人用品产业前景预测分析

第一节2016-2022年中国中老年人用品市场前景展望

一、20世纪的投资嬗变将由老年人谱写

二、中国到2016年老龄人口将达到2亿

三、中老年人用品市场潜力巨大

第二节2016-2022年中国中老年人用品产业发展趋势

一、产品种类逐渐多样化

二、中老年人用品消费观念发生转变

三、政府为企业投资创造良好的环境

第十二章2016-2022年中国中老年人用品服务产业投资分析

第一节2016-2022年中国中老年人用品服务行业投资概况

一、中老年人用品服务行业投资特性

二、中老年人用品服务具有良好的投资价值

三、中老年人用品服务投资环境利好

第二节2016-2022年中国中老年人用品产业投资机会分析

一、中老年人用品服务投资热点

1、投资理财业变阵吸中老年人用品、

2、“美丽投资”节前热“中老年人用品”成生力军

二、中老年人用品服务投资吸引力分析

第三节2016-2022年中国中老年人用品服务投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节zshy专家投资建议

图表目录

图表：六大洲人口增长情况

图表：世界发达与发展国家总人口中中老年人口的比例

图表：2014-2015年世界高龄人口数及占老年人总人口数的比重

图表：2014-2015年发达地区与发展中地区高龄老人所占比重

图表：2015年人口高龄化比例zui高的国家

图表：欧洲地区人口老龄化程度

图表：世界百岁老人情况

图表：发达地区和发展地区人口潜在支持比情况

图表：中国和全世界的老年比每年平均增加百分点（每5年）

图表：2014-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012.02-2015.12年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2014-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2014-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2014-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016年二季度我国工业增加值分季度增速

图表：2014-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2015年美元兑人民币汇率中间价

图表：2015年中国货币供应量月度走势图

图表：2014-2016年6月中国外汇储备走势图

图表：2014-2015年央行存款利率调整统计表

图表：2014-2015年央行dai款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

（GYYS）

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/baojianpin/250095250095.html>