

2020-2026年中国中老年用品行业发展趋势与市场供需预测报告

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年中国中老年用品行业发展趋势与市场供需预测报告》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/202001/148676.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

不同的文化圈对于老年有着不同的定义，由于生活质量的提高，生命周期变长，各年龄的分界线开始模糊，中老年一般是指人类生命历程中青年之后的阶段，包括中年和老年。世界卫生组织对老年人的定义为60周岁以上的人群为老年。老年这个概念在中国一般界定，一般指男人60岁之后，女人55岁之后直至生命结束的这一阶段。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国中老年用品行业发展趋势与市场供需预测报告》共八章。首先介绍了中老年用品相关概念及发展环境，接着分析了中国中老年用品规模及消费需求，然后对中国中老年用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国中老年用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国中老年用品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 全球中老年用品进程综述

1.1 人口老龄化介绍

1.2.1 人口老龄化的定义

1.2.2 人口老龄化的衡量标准

1.2.3 人口老龄化的影响

1.2 世界部分国家人口老龄化状况透析

1.2.1 世界人口整体老龄化状况

1.2.2 日本人口老龄化问题加重

1.2.3 美国人口老龄化趋势延续将导致总人均产出增长放缓

1.2.4 巴西人口老龄化速度增快

1.2.5 俄罗斯社会日益严峻的人口老龄化危机

1.3 中国人口老龄化问题探讨

1.3.1 中国人口老龄化发展的四个阶段

- 1.3.2 中国人口老龄化的特点
- 1.3.3 中国人口老龄化对经济的影响
- 1.3.4 中国应对老龄化问题的建议
- 1.4 我国人口老龄化进程与老年服务需求分析
 - 1.3.1 我国人口老龄化的进程与特点
 - 1.3.2 老龄化社会的老年服务需求

第二章 2015-2019年中国中老年市场运行综述

- 2.1 2015-2019年中国中老年市场阐述
 - 2.1.1 基本概念和市场容量
 - 2.1.2 老年人购买力分析
 - 2.1.3 老年人消费特征分析
 - 2.1.4 老年市场的范围
- 2.2 2015-2019年中国老年产业运行分析
 - 2.2.1 发展我国老年产业的必要性
 - 2.2.2 中国老年市场全面分析
 - 2.2.3 老年市场缺少实力资本
 - 2.2.4 中国“银发市场”潜力巨大
- 2.3 2015-2019年中国中老年用品市场运行透析
 - 2.3.1 国外新颖的老年用品介绍
 - 2.3.2 中国老年用品产业蓬勃发展
 - 2.3.3 国内老年用品市场的发展趋势
- 2.4 2015-2019年中老年用品市场存在的问题与不足
 - 2.4.1 制约我国中老年用品市场发展的因素
 - 2.4.2 中国老年用品市场产品开发滞后
 - 2.4.3 老年产品市场存在认知误区
 - 2.4.4 老年用品包装研发亟待进行
- 2.5 2015-2019年中老年用品市场发展对策及建议
 - 2.5.1 推动我国老龄产业发展的战略思路
 - 2.5.2 促进中国老年市场需求增长的途径
 - 2.5.3 开发我国中老年用品市场的策略措施
 - 2.5.4 国内老年用品企业应对外资挑战的对策

第三章 2015-2019年中国中老年用品细分市场运行透析——服装纺织市场

3.1 2015-2019年中国中老年服装市场潜力分析

3.1.1 老年服装市场潜力巨大

3.1.2 温州中老年服装市场发展分析

3.1.3 温州“中老年服装街”的启示

3.2 2015-2019年中老年对服装的消费及选择分析

3.2.1 中老年服装消费行为分析

3.2.2 老年人青睐中高档服装

3.2.3 中老年人着装原则

3.2.4 中老年服装应该具备的特点

3.3 2015-2019年中老年服装市场的问题及对策

3.3.1 国内中老年服装市场存在质量问题

3.3.2 服饰厂商忽视中老年服装市场开发

3.3.3 促进中老年服装市场发展的对策措施

3.3.4 中老年服装市场的营销策略

3.4 2020-2026年中国中老年服装前景分析

3.4.1 中老年服装发展商机无限

3.4.2 中老年服装市场前景看好

第四章 2015-2019年中国中老年用品细分市场运行透析——化妆品市场

4.1 2015-2019年中国中老年美容市场简述

4.1.1 中老年人整形美容的心理特征

4.1.2 中老年人美容护肤的基本常识

4.1.3 中老年美容市场分析

4.2 2015-2019年中国中老年人化妆品的种类和选择

4.2.1 适宜老年人的化妆品种类

4.2.2 中老年化妆品的需求特点

4.2.3 抗衰老化妆品受中老年女性青睐

4.3 2015-2019年中国中老年人化妆品市场

4.3.1 日本推出中老年人专用化妆品

4.3.2 我国中老年人化妆品市场综述

4.3.3 国内老年人专用化妆品市场庞大

4.3.4 中老年美容护肤品市场前景广阔

第五章 2015-2019年中国中老年用品产业细分市场运行分析——保健品市场

5.1 2015-2019年中老年保健品市场运行综述

5.1.1 中老年保健品选择及服用原则

5.1.2 中老年保健品分类与市场运作

5.1.3 中国老年保健品消费市场

5.1.4 华润集团布局老年保健品市场

5.2 2015-2019年中国中老年医药保健品市场运行分析

5.2.1 中老年医药保健品市场浅析

5.2.2 国内中老年医药保健品市场趋热

5.2.3 医药保健品企业中老年市场营销分析

5.2.4 医药保健品运作中老年市场的建议

5.3 2015-2019年中国中老年保健品市场存在的问题

5.3.1 高质量老年保健食品市场有待推进

5.3.2 中老年保健品市场混乱

5.3.3 中老年保健品消费市场的误导

第六章 2015-2019年中国中老年日用品市场运行分析

6.1 中老年食品

6.1.1 中老年食品研发要点

6.1.2 发达国家重视老年食品开发

6.1.3 中国老年食品市场总体概况

6.1.4 中老年食品潜力巨大

6.1.5 中老年保健食品前景看好

6.2 中老年奶粉

6.2.1 中老年奶粉概述

6.2.2 中老年奶粉营养配比应当合理

6.2.3 中老年奶粉质量问题有待解决

6.3 中老年家具用品

6.3.1 老年人家具的造型设计与原则

6.3.2 老年家具装饰须注意的问题

6.3.3 老年人家具的选择

6.4 中老年电话

6.4.1 台湾研发老人专用卫星定位拐杖移动电话

6.4.2 中老年移动电话市场空间较大

6.4.3 开发中老年移动电话产品需考虑诸多因素

6.5 失禁用品

6.5.1 全球失禁用品销量上升

6.5.2 世界失禁用品市场竞争激烈

6.5.3 中国失禁用品市场发展状况

6.6 老花镜

6.6.1 老花镜推出智能产品

6.6.2 老花镜的选择及配戴注意事项

6.6.3 老花镜市场潜力大

6.7 其他

6.7.1 中国老年人助听器市场特征

6.7.2 医疗器械走俏老年市场

6.7.3 老年鞋市场前景广阔

6.7.4 中老年人首饰市场有待进一步开发

6.7.5 老年人安防产品市场潜力巨大

第七章 2015-2019年中国中老年文化体育娱乐用品市场剖析

7.1 老年报刊

7.1.1 老年报刊市场发展概况

7.1.2 老年报刊的特点

7.1.3 老年报刊面临的困境及对策

7.1.4 老年报刊市场前景广阔

7.2 老年图书

7.2.1 老年人图书市场概述

7.2.2 书业企业不应忽视老年图书市场

7.2.3 用感性营销策略开启老年图书市场

7.3 中老年体育用品

7.3.1 老年康复健身器材市场升温

7.3.2 老年体育用品商机巨大

7.3.3 老年体育用品市场潜力无限

7.4 中老年玩具

7.4.1 日本玩具厂商关注老年市场

7.4.2 国内老年玩具市场发展状况

7.4.3 开发老年玩具市场的营销策略

7.4.4 开发老年玩具市场的动因

7.4.5 老年人玩具市场前景看好

7.5 老年旅游

7.5.1 影响老年人出游的主要因素

7.5.2 老年人的旅游需求特征

7.5.3 我国老年旅游市场迅速扩大

7.5.4 国内老年旅游市场的开发策略

第八章 2020-2026年中国中老年人用品市场投资机会及风险预测分析

8.1 2020-2026年中国中老年人用品投资预测概况

8.1.1 中老年人用品投资特性

8.1.2 中国老年人用品业迎来投资热潮

8.1.3 中老年人用品投资价值分析

8.2 2020-2026年中国中老年人用品市场投资机会预测分析

8.2.1 老年人青睐中高档服装

8.2.2 老年人美容护肤品前景广阔

8.2.3 抗衰老化妆品受中老年女性的青睐

8.2.4 医疗器械走俏老年市场

8.2.5 中老年移动电话在中国有极大的市场空间

8.3 2020-2026年中国中老年人用品市场投资机会预测分析

8.3.1 老年人青睐中高档服装

8.3.2 老年人美容护肤品前景广阔

8.3.3 抗衰老化妆品受中老年女性的青睐

8.4 2020-2026年中国中老年人用品市场投资风险预测

8.4.1 政策风险

8.3.2 政策风险

8.3.3 金融风险

8.3.4 进入退出风险

8.5 建议

图表目录：

图表：2019年六大洲人口增长情况

图表：2019年世界发达与发展国家总人口中中老年人口的比例

图表：2015-2019年世界高龄人口数及占老年人总人口数的比重

图表：2015-2019年发达地区与发展中地区高龄老人所占比重

图表：2019年人口高龄化比例最高的国家

图表：2019年欧洲地区人口老龄化程度

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：2015-2019年中国老年人口的比例

图表：2015-2019年中国人口总抚养比变化情况

图表：中国近50年的人口年龄结构变化情况及预测

图表：2015-2019年中国60及65岁以上人口比重

图表：2015-2019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：2015-2019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：我国失禁用品消费量统计

图表：失禁用品的主要生产企业

图表：失禁用品世界各地的市场渗透率

图表：2019年失禁用品市场预测

图表：2019年美国老年人使用助听器的情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/148676.html>