

2015-2020年中国老年用品 市场监测及投资规划建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国老年用品市场监测及投资规划建议研究报告》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/jiaju1502/G81651LACA.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告目录：

第一部分 产业深度分析

第一章 老年用品行业发展综述1

第一节 老年用品行业定义及分类1

一、行业定义1

二、行业主要产品分类1

第二节 老年用品行业特征分析2

一、产业链分析2

二、老年用品行业在国民经济中的地位2

三、老年用品行业生命周期分析4

第三节 最近3-5年中国老年用品行业经济指标分析 8

一、赢利性8

二、成长速度8

三、附加值的提升空间9

四、进入壁垒 / 退出机制9

五、风险性10

六、行业周期10

七、竞争激烈程度指标12

八、行业及其主要子行业成熟度分析14

第二章 我国老年用品行业运行分析15

第一节 我国老年用品行业发展状况分析15

一、我国老年用品行业发展阶段15

二、我国老年用品行业发展总体概况16

三、我国老年用品行业发展特点分析18

四、我国老年用品行业商业模式分析19

第二节 2013-2014年老年用品行业发展现状20

一、2013-2014年我国老年用品行业市场规模20

二、2013-2014年我国老年用品行业发展分析21

三、2013-2014年中国老年用品企业发展分析21

第三节 区域市场分析22

一、区域市场分布总体情况	22
二、2013-2014年重点省市市场分析	27
第四节 老年用品细分产品市场分析	28
一、细分产品特色	28
二、2013-2014年细分产品市场规模及增速	29
三、重点细分产品市场趋势分析	42
第五节 老年用品产品价格分析	43
一、2013-2014年老年用品价格走势	43
二、影响老年用品产品价格的关键因素分析	43
三、2015-2020年老年用品产品价格变化趋势	48
第三章 我国老年用品行业整体运行指标分析	49
第一节 2013-2014年中国老年用品行业总体规模分析	49
一、企业数量结构分析	49
二、人员规模状况分析	50
三、行业资产规模分析	50
四、行业市场规模分析	50
第二节 2013-2014年中国老年用品行业产销情况分析	51
一、我国老年用品行业工业总产值	51
二、我国老年用品行业工业销售产值	51
三、我国老年用品行业产销率	52
第三节 2013-2014年中国老年用品行业财务指标总体分析	53
一、行业盈利能力分析	53
二、行业偿债能力分析	54
三、行业发展能力分析	54
第四章 我国老年用品行业供需形势分析	56
第一节 老年用品行业生产分析	56
一、2013-2014年老年用品行业生产规模及增速	56
二、2015-2020年老年用品行业产量产能变化趋势	56
三、老年用品行业区域生产分析	57
1、区域生产分布总体情况	57
2、2013-2014年重点省市生产分析	57
第二节 2013-2014年我国老年用品行业需求情况	59

- 一、老年用品行业需求市场59
- 二、老年用品行业客户结构60
- 第三节 老年用品产品市场应用及需求预测61
 - 一、老年用品产品应用市场总体需求分析61
 - 1、老年用品产品应用市场需求特征61
 - 2、老年用品产品应用市场需求总规模62
 - 二、2015-2020年老年用品行业领域需求量预测62
 - 1、2015-2020年老年用品行业领域需求产品功能预测62
 - 2、2015-2020年老年用品行业领域需求产品市场格局预测64
 - 三、重点行业老年用品产品需求分析预测67
- 第五章 我国老年用品行业进出口结构分析 69
 - 第一节 老年用品行业进出口市场分析69
 - 一、老年用品行业进出口综述69
 - 1、中国老年用品进出口的特点分析69
 - 2、中国老年用品进出口地区分布状况70
 - 3、中国老年用品进出口的贸易方式及经营企业分析73
 - 4、中国老年用品进出口政策与国际化经营74
 - 二、老年用品行业出口市场分析76
 - 1、2013-2014年行业出口整体情况76
 - 2、2013-2014年行业出口总额分析77
 - 3、2013-2014年行业出口产品结构80
 - 三、老年用品行业进口市场分析80
 - 1、2013-2014年行业进口整体情况80
 - 2、2013-2014年行业进口总额分析83
 - 3、2013-2014年行业进口产品结构83
 - 第二节 中国老年用品进出口面临的挑战及对策84
 - 一、中国老年用品进出口面临的挑战84
 - 二、中国老年用品行业未来进出口展望86
 - 三、中国老年用品产品进出口对策88
 - 四、老年用品行业进出口前景及建议89
 - 1、行业出口前景及建议89
 - 2、行业进口前景及建议90

第二部分 产业结构分析

第六章 老年用品行业产业结构分析91

第一节 老年用品产业结构分析91

- 一、市场细分充分程度分析91
- 二、各细分市场领先企业排名91
- 三、各细分市场占总市场的结构比例93
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）95

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析96

- 一、产业价值链的构成96
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析97

第三节 产业结构发展预测98

- 一、产业结构调整指导政策分析98
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素101
- 三、中国老年用品行业参与国际竞争的战略市场定位103
- 四、产业结构调整方向分析104

第七章 我国老年用品行业产业链分析106

第一节 老年用品行业产业链分析106

- 一、产业链结构分析106
- 二、主要环节的增值空间108
- 三、与上下游行业之间的关联性110

第二节 老年用品上游行业分析111

- 一、老年用品产品成本构成111
- 二、2013-2014年上游行业发展现状112
- 三、2015-2020年上游行业发展趋势113
- 四、上游供给对老年用品行业的影响117

第三节 老年用品下游行业分析118

- 一、老年用品下游行业分布118
- 二、2013-2014年下游行业发展现状119
- 三、2015-2020年下游行业发展趋势120
- 四、下游需求对老年用品行业的影响121

第八章 我国老年用品行业渠道分析及策略 123

第一节 老年用品行业渠道分析123

一、渠道形式及对比	123
二、各类渠道对老年用品行业的影响	125
三、主要老年用品企业渠道策略研究	128
四、各区域主要代理商情况	138
第二节 老年用品行业用户分析	139
一、用户认知程度分析	139
二、用户需求特点分析	141
三、用户购买途径分析	144
第三节 老年用品行业营销策略分析	151
一、中国老年用品营销概况	151
二、老年用品营销策略探讨	153
三、老年用品营销发展趋势	157
第三部分 竞争格局分析	
第九章 我国老年用品行业竞争形势及策略	163
第一节 行业总体市场竞争状况分析	163
一、老年用品行业竞争结构分析	163
1、现有企业间竞争	163
2、潜在进入者分析	165
3、替代品威胁分析	166
4、供应商议价能力	168
5、客户议价能力	168
6、竞争结构特点总结	169
二、老年用品行业企业间竞争格局分析	169
三、老年用品行业集中度分析	170
四、老年用品行业SWOT分析	171
第二节 中国老年用品行业竞争格局综述	176
一、中国老年用品行业竞争格局	176
二、老年用品行业未来竞争格局和特点	177
三、老年用品市场进入及竞争对手分析	178
第十章 老年用品行业领先企业经营形势分析	180
第一节 济南老来寿生物技术有限公司	180
一、企业概况	180

二、企业优势180

三、主营产品180

第二节 惠氏营养品（中国）有限公司181

一、企业概况181

二、企业优势181

三、2013-2014年经营状况181

四、2015-2020年发展规划182

第三节 广州市好孝心医疗器械有限公司182

一、企业概况182

二、企业优势183

三、2013-2014年经营状况184

四、2015-2020年发展规划184

第四节 京枫中老年用品(连锁)有限公司185

一、企业概况185

二、企业优势185

三、主营产品185

第五节 兖州市澳麦食品有限公司186

一、企业概况186

二、企业优势186

三、主营产品187

第六节 山东红叶老年用品有限公司187

一、企业概况187

二、企业优势187

三、主营产品187

第七节 正大青春宝药业有限公司188

一、企业概况188

二、企业优势188

三、2013-2014年经营状况188

第八节 山西福寿和老年用品有限公司190

一、企业概况190

二、企业优势190

三、主营产品190

第九节 福建石狮市老人城服装有限公司191

一、企业概况191

二、企业优势191

三、主营产品191

第十节 广东雅士利集团有限公司191

一、企业概况191

二、企业优势192

三、主营产品192

第四部分 投资价值研究

第十一章 2015-2020年老年用品行业行业前景调研193

第一节 2015-2020年老年用品市场趋势预测193

一、2015-2020年老年用品市场发展潜力193

二、2015-2020年老年用品市场趋势预测展望194

三、2015-2020年老年用品细分行业趋势预测分析195

第二节 2015-2020年老年用品市场发展趋势预测198

一、2015-2020年老年用品行业发展趋势198

二、2015-2020年老年用品市场规模预测200

三、2015-2020年老年用品行业应用趋势预测201

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测204

第三节 2015-2020年中国老年用品行业供需预测206

一、2015-2020年中国老年用品行业供给预测206

二、2015-2020年中国老年用品行业产量预测207

三、2015-2020年中国老年用品市场销量预测209

四、2015-2020年中国老年用品行业需求预测211

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势213

一、市场整合成长趋势213

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测218

三、企业区域市场拓展的趋势221

四、科研开发趋势及替代技术进展222

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势224

第十二章 2015-2020年老年用品行业投资环境分析225

第一节 老年用品行业政治法律环境分析225

一、行业管理体制分析	225
二、行业主要法律法规	225
三、行业相关发展规划	227
第二节 老年用品行业经济环境分析	233
一、国际宏观经济形势分析	233
二、国内宏观经济形势分析	243
三、产业宏观经济环境分析	255
第三节 老年用品行业社会环境分析	267
一、老年用品产业社会环境	267
二、社会环境对行业的影响	268
三、老年用品产业发展对社会发展的影响	268
第四节 老年用品行业技术环境分析	271
一、老年用品技术分析	271
二、老年用品技术发展水平	272
三、行业主要技术发展趋势	275
第十三章 2015-2020年老年用品行业投资机会与风险	277
第一节 老年用品行业投融资情况	277
一、行业资金渠道分析	277
二、兼并重组情况分析	278
第二节 2015-2020年老年用品行业投资机会	279
一、产业链投资机会	279
二、细分市场投资机会	280
三、重点区域投资机会	282
第三节 2015-2020年老年用品行业投资前景及防范	283
一、政策风险及防范	283
二、技术风险及防范	285
三、供求风险及防范	286
四、宏观经济波动风险及防范	289
五、关联产业风险及防范	292
六、产品结构风险及防范	292
七、其他风险及防范	293
第十四章 老年用品行业投资规划建议研究	295

第一节 老年用品行业发展战略研究295

一、战略综合规划295

二、技术开发战略297

三、业务组合战略298

四、区域战略规划299

五、产业战略规划300

六、营销品牌战略301

七、竞争战略规划309

第二节 对我国老年用品品牌的战略思考309

一、老年用品品牌的重要性309

二、老年用品实施品牌战略的意义312

三、老年用品企业品牌的现状分析314

四、我国老年用品企业的品牌战略316

五、老年用品品牌战略管理的策略317

第三节 老年用品经营策略分析319

一、老年用品市场细分策略319

二、老年用品市场创新策略320

三、品牌定位与品类规划321

四、老年用品新产品差异化战略322

第四节 老年用品行业投资规划建议研究326

一、2014年老年用品行业投资规划建议326

二、2015-2020年老年用品行业投资规划建议327

三、2015-2020年细分行业投资规划建议328

第十五章 研究结论及投资建议330

第一节 老年用品行业研究结论330

第二节 老年用品行业投资价值评估331

第三节 老年用品行业投资建议332

一、行业投资策略建议332

二、行业投资方向建议334

三、行业投资方式建议335

图表目录：

图表：行业生命周期理论6

图表：近年我国不同年龄段人口占比情况7

图表：2009-2014年北京市文化用品制造企业数量22

图表：2009-2014年天津市文化用品制造企业数量23

图表：2009-2014年辽宁省文化用品制造企业数量23

图表：2009-2014年上海市文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年江苏省文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年浙江省文化用品制造企业数量24

图表：2009-2014年广东省文化用品制造企业数量25

图表：2009-2014年山东省文化用品制造企业数量25

图表：2014年我国部分省市文化制造企业数量情况 25

图表：2013年我国部分省市文教、工美、体育和娱乐用品制造业企业单位数26

图表：2014年1-9月份我国部分省市文教、工美、体育和娱乐用品制造业企业单位数26

图表：2014年我国部分省市文化用品制造企业数量 28

图表：老年市场细分情况28

图表：2013-2014北京市老年乳制品产成品增长情况30

图表：2013-2014天津市老年乳制品产成品增长情况30

图表：2013-2014河北省老年乳制品产成品增长情况31

图表：2013-2014山西省老年乳制品产成品增长情况31

图表：2013-2014内蒙古老年乳制品产成品增长情况32

图表：2013-2014辽宁省老年乳制品产成品增长情况32

图表：2013-2014吉林省老年乳制品产成品增长情况33

图表：2013-2014黑龙江老年乳制品产成品增长情况33

图表：2013-2014上海市老年乳制品产成品增长情况34

图表：2013-2014江苏省老年乳制品产成品增长情况34

图表：2013-2014安徽省老年乳制品产成品增长情况35

图表：2013-2014福建省老年乳制品产成品增长情况35

图表：2013-2014江西省老年乳制品产成品增长情况36

图表：2013-2014河南省老年乳制品产成品增长情况36

图表：2013-2014湖北省老年乳制品产成品增长情况37

图表：2013-2014湖南省老年乳制品产成品增长情况37

图表：2013-2014广东省老年乳制品产成品增长情况38

图表：2013-2014广西省老年乳制品产成品增长情况38

图表：2013-2014海南省老年乳制品产成品增长情况39

图表：2013-2014重庆市老年乳制品产成品增长情况39

图表：2013-2014四川省老年乳制品产成品增长情况40

图表：2013-2014陕西省老年乳制品产成品增长情况40

图表：2013-2014甘肃省老年乳制品产成品增长情况41

图表：2013-2014宁夏老年乳制品产成品增长情况41

图表：2013-2014新疆老年乳制品产成品增长情况42

图表：2013-2014年我国老年乳制品重点省市产成品增长情况42

图表：2001-2014年我国医疗保健及个人用品价格指数变化情况48

图表：2015-2020年我国医疗保健及个人用品价格指数预测48

图表：2013年我国医药制造业不同规模企业单位数 49

图表：2014年我国医药制造业不同经济类型企业占比情况49

图表：2013-2014年我国医药制造业不同经济类型企业数量变化情况50

图表：2013年我国医药制造业从业人员数情况 50

图表：2013年我国医药制造业资产合计情况50

图表：2013年我国医药制造业工业销售产值情况50

图表：2014年我国部分省份医药制造企业单位数57

图表：2014年我国重点省份医药制造企业单位数占比情况58

图表：亲属或子女为老人经常性购买的物品占比情况64

图表：对老年用品现状满意度调查统计66

图表：2014年个季度我国烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件出口地区分布情况70

图表：2014年第一季度我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 70

图表：2014年第二季度我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 71

图表：2014年我国出口烟斗（包括烟斗头）和烟嘴及其零件地区分布情况 72

图表：我国老年用品出口贸易方式占比情况73

图表：我国老年用品进口贸易方式占比情况73

图表：我国老年用品进出口贸易方式占比情况74

图表：我国老年用品不同类型企业占比情况74

图表：智能座便器企业排行91

图表：我国老花镜生产企业排名92

图表：我国按摩器生产企业（部分）92

图表：我国老年用品不同规模企业占比情况95

图表：我国老年用品不同类型企业占比情况95

图表：2013-2014年我国医药类产业产成品生产情况97

图表：中国保健品市场需求分析212

图表：2014年国内生产总值核算数据 243

图表：2014年国内生产总值环比增速 244

图表：2006-2014年我国国内生产总值及同比增长244

图表：2014年3季度国内生产总值初步核算数据244

图表：2014年3季度GDP环比增长速度 245

图表：2006-2014年我国城镇居民人均可支配收入及同比增长246

图表：2008-2014年中国城市家庭不同收入群体的人均年可支配收入247

图表：2014年9月份工业生产者价格主要数据247

图表：2008年1月-2014年9月中国PPI指数走势图 247

图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度 248

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度 249

图表：2013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249

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250

图表：2014年全国居民消费价格涨跌幅250

图表：2014年居民消费价格分类别同比涨跌幅 251

图表：2014年居民消费价格分类别环比涨跌幅 251

图表：2014年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度251

图表：保健品的品牌定位策略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaju1502/G81651LACA.html>