



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中老年用品市场消费剖析与投资盈利预测报告

一、调研说明

《2012-2016年中老年用品市场消费剖析与投资盈利预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/207343.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。2011年，中国60岁及60岁以上老年人口为1.85亿，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。“十一五”同“十五”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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、全国老龄工作委员会办公室、中国医药保健品进出口商会、中国保健协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及中老年用品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国中老年用品的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对中老年用品市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据中老年用品行业的发展轨迹对中老年用品未来的发展趋势作了审慎的判断，为中

老年用品产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明中老年用品行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

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 2011年中国中老年用品产业运行环境分析 39

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国中老年用品细分市场分析--中老年化妆品 163

- 第一节 2011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 2011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 2011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 2011年中国中老年用品细分市场分析--中老年保健品 172

- 第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国中老年用品市场竞争格局分析 273

第一节 2011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 2011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 2011年中国中老年用品提升竞争力策略分析 281

第十章 2011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、企业基本情况 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、企业基本情况 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、企业基本情况 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 2012-2016年中国中老年人用品产业前景预测分析 311

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国中老年人用品服务产业投资分析 330

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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：2010年老年人口数量全国统计	12
图表：2010年老年人口数量北京市统计	12
图表：2010年老年人口数量天津市统计	12
图表：2010年老年人口数量河北省统计	13
图表：2010年老年人口数量山西省统计	13
图表：2010年老年人口数量内蒙古区统计	13
图表：2010年老年人口数量辽宁省统计	13
图表：2010年老年人口数量吉林省统计	13
图表：2010年老年人口数量黑龙江省统计	13
图表：2010年老年人口数量上海市统计	14
图表：2010年老年人口数量江苏省统计	14
图表：2010年老年人口数量浙江省统计	14
图表：2010年老年人口数量安徽省统计	14
图表：2010年老年人口数量福建省统计	14
图表：2010年老年人口数量江西省统计	14
图表：2010年老年人口数量山东省统计	15
图表：2010年老年人口数量河南省统计	15
图表：2010年老年人口数量湖北省统计	15
图表：2010年老年人口数量湖南省统计	15
图表：2010年老年人口数量广东省统计	15
图表：2010年老年人口数量广西区统计	15
图表：2010年老年人口数量海南省统计	16

图表：2010年老年人口数量重庆市统计 16

图表：2010年老年人口数量四川省统计 16

图表：2010年老年人口数量贵州省统计 16

图表：2010年老年人口数量云南省统计 16

图表：2010年老年人口数量西藏区统计 16

图表：2010年老年人口数量陕西省统计 17

图表：2010年老年人口数量甘肃省统计 17

图表：2010年老年人口数量青海省统计 17

图表：2010年老年人口数量宁夏区统计 17

图表：2010年老年人口数量新疆区统计 17

图表：老年人的生活自理能力情况 32

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 39

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 40

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 40

图表：2011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：2006-2011年城镇新增就业人数 42

图表：2006-2011年年末国家外汇储备及其增长速度 42

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 43

图表：2006-2011年粮食产量及其增长速度 44

图表：2006-2011年全部工业增加值及其增长速度 45

图表：2011年主要工业产品产量及其增长速度 45

图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 47

图表：2006-2011年建筑业增加值及其增长速度 48

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 49

图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 49

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力 51

图表：2011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：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 52

图表：2011年货物进出口总额及其增长速度 53

图表：2011年主要商品出口数量、金额及其增长速度 54

图表：2011年主要商品进口数量、金额及其增长速度 54

图表：2011年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 55

图表：2006-2011年货物进出口总额 56

图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度 56

图表：2011年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 57

图表：2011年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 58

图表：2006-2011年年末电话用户数 59

图表：2011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：2006-2011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：2011年年末人口数及其构成 63

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 64

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 64

图表：2011年1月居民消费价格指数 68

图表：2011年2月居民消费价格指数 68

图表：2011年3月居民消费价格指数 68

图表：2011年4月居民消费价格指数 68

图表：2011年5月居民消费价格指数 68

图表：2011年6月居民消费价格指数 69

图表：2011年7月居民消费价格指数 69

图表：2011年8月居民消费价格指数 69

图表：2011年9月居民消费价格指数 69

图表：2011年10月居民消费价格指数 69

图表：2011年11月居民消费价格指数 70

图表：2011年12月居民消费价格指数 70

图表：2012年1月居民消费价格指数 70

图表：2012年2月居民消费价格指数 70

图表：2012年3月居民消费价格指数 70

图表：2012年4月居民消费价格指数 71

图表：2011年1月消费者预期指数 71

图表：2011年2月消费者预期指数 71

图表：2011年3月消费者预期指数 71

图表：2011年4月消费者预期指数 71

图表：2011年5月消费者预期指数 71

图表：2011年6月消费者预期指数 71

图表：2011年7月消费者预期指数 71

图表：2011年8月消费者预期指数 72

图表：2011年9月消费者预期指数 72

图表：2011年10月消费者预期指数 72

图表：2011年11月消费者预期指数 72

图表：2011年12月消费者预期指数 72

图表：2012年1月消费者预期指数 72

图表：2012年2月消费者预期指数 72

图表：2012年3月消费者预期指数 72

图表：2012年4月消费者预期指数 73

图表：2011年1月消费者满意指数 73

图表：2011年2月消费者满意指数 73

图表：2011年3月消费者满意指数 73

图表：2011年4月消费者满意指数 73

图表：2011年5月消费者满意指数 73

图表：2011年6月消费者满意指数 73

图表：2011年7月消费者满意指数 73

图表：2011年8月消费者满意指数 74

图表：2011年9月消费者满意指数 74

图表：2011年10月消费者满意指数 74

图表：2011年11月消费者满意指数 74

图表：2011年12月消费者满意指数 74

图表：2012年1月消费者满意指数 74

图表：2012年2月消费者满意指数 74

图表：2012年3月消费者满意指数 74

图表：2012年4月消费者满意指数 75

图表：2011年全国城乡居民收入 77

图表：2011年全国农村居民收入结构 78

图表：2011年全国城镇居民收入结构 78

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况 78

图表：1978-2010年城乡居民收入比 79

图表：2011年固定资产投资主要情况 82

图表：2011年各地区固定资产投资（不含农户）情况 84

图表：2011年固定资产投资（不含农户）增速 86

图表：2011年固定资产投资资金来源增速 86

图表：2011年东、中、西部地区固定资产投资增速 86

图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化趋势 108

图表：2006-2011年出生人口性别比变化情况 109

图表：2011年末各年龄段人口比重 110

图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况 110

图表：2010年中国各地区人口结构 111

图表：2009-2015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：2011年医药保健品进出口统计数据 177

图表：2012年4月医药保健品进出口统计数据 177

图表：2009-2011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.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/207343.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。