



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国养老护理行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2018-2024年中国养老护理行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/290866.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

报告目录：

第一章 中国养老护理行业发展环境分析

第一节 政策环境

- 一、鼓励民间资本参与养老服务
- 二、新版《老年人权益保障法》实施
- 三、民政部规范养老机构设立与管理
- 四、2013年我国加快养老服务业发展
- 五、2014年推进健康与养老服务工程建设
- 六、2014年加快推进养老服务业人才培养
- 七、2015年鼓励民间资本参与养老服务业发展

第二节 经济环境

- 一、宏观经济运行
- 二、经济结构转型
- 三、固定资产投资
- 四、居民消费价格
- 五、消费品市场
- 六、经济走势分析

第三节 社会环境

- 一、社会服务供给规模
- 二、基本养老保险规模
- 三、职工养老金水平提升
- 四、老年人消费观念转变
- 五、新型城镇化建设启动

第四节 需求环境

- 一、人口规模及结构
- 二、人口老龄化的特点
- 三、家庭结构变迁趋势
- 四、空巢老人养老问题
- 五、子女养老的现实困境

第二章 2014-2017年中国养老服务产业发展分析

第一节 中国养老服务体系发展分析

- 一、改革开放前的养老服务体系
- 二、改革开放后的养老服务体系
- 三、中国社会福利的社会化发展
- 四、养老服务体系发展现状

第二节 2014-2017年中国养老服务市场发展规模

- 一、养老保障规模
- 二、养老服务覆盖率
- 三、老龄服务市场规模
- 四、养老服务机构规模
- 五、养老服务业的带动效应

第三节 2014-2017年中国养老服务市场运行特征

- 一、养老服务供给长期以政府为主
- 二、养老服务机构多为非营利性机构
- 三、养老服务市场仍处于起步阶段
- 四、养老服务业综合改革试点启动
- 五、养老服务业渐趋多元化市场化

第四节 政府购买养老服务行为分析

- 一、政府参与公共服务的模式
- 二、养老服务业的政府行为分析
- 三、政府购买养老服务的基本原则
- 四、政府购买养老服务目标及内容
- 五、政府购买养老服务需求分析
- 六、政府购买养老服务的发展路径

第五节 养老服务行业存在的问题及发展对策

- 一、养老服务供需矛盾突出
- 二、养老服务供给结构不完善
- 三、养老服务监管体制亟待调整
- 四、完善养老服务体系政策建议
- 五、增加养老服务领域公共投入
- 六、扩大养老服务专业队伍

第三章 2014-2017年中国养老护理服务市场发展分析

第一节 国外养老护理服务发展经验借鉴

- 一、美国
- 二、德国
- 三、日本
- 四、新加坡

第二节 中国养老护理服务发展特征分析

- 一、老年人发病率上升
- 二、养老护理成本提高
- 三、养老护理服务提供主体
- 四、外资企业进军中国市场
- 五、城乡护理需求差异较小
- 六、失能老人长期护理需求大

第三节 中国养老护理服务市场化改革动态

- 一、规范养老护理服务质量
- 二、养老护理员需持证上岗
- 三、养老护理纳入医保范畴
- 四、老年护理统一需求评估试点

第四节 中国养老护理服务市场存在的问题

- 一、养老护理服务筹资难题
- 二、老年护理需防范过度服务
- 三、养老护理服务供应不足
- 四、养老护理专业人才匮乏

第五节 中国养老护理服务市场发展策略分析

- 一、完善养老护理服务政策体系
- 二、构建全方位养老护理服务机制
- 三、鼓励医疗机构提供养老服务
- 四、打造高素质专业队伍

第四章 2014-2017年中国居家养老护理市场分析

第一节 居家养老模式发展分析

- 一、家庭养老模式的特点
- 二、家庭养老仍是主要模式
- 三、居家养老模式SWOT分析

四、各地居家养老模式比较分析

五、家庭养老社会功能逐渐削弱

第二节 居家养老护理服务市场发展综述

一、老年人家庭护理的内涵

二、老年人家庭护理的形式

三、老年人家庭护理的需求

四、国外老年人家庭护理模式

第三节 老年人常见疾病家庭护理要点

一、高血压家庭护理

二、糖尿病家庭护理

三、老年震颤家庭护理

四、老年痴呆家庭护理

五、长期卧床老人家庭护理

第四节 老年人居家安全护理分析

一、防跌倒护理

二、防烫伤护理

三、防压疮护理

四、防窒息护理

五、防走失护理

第五节 居家养老护理服务发展策略分析

一、完善政策支持和法律保障

二、健全系统的居家养老护理机构

三、加强居家养老护理人才的培养

四、提供多元化的居家养老护理服务

第五章 2014-2017年中国机构养老护理市场分析

第一节 机构养老模式发展分析

一、社会养老成为必要补充

二、养老服务机构的主要形式

三、机构养老模式SWOT分析

四、机构养老功能未充分发挥

第二节 养老机构护理服务需求及标准分析

一、机构养老满意度的影响因素

二、机构养老的护理服务需求

三、机构养老的护理服务内容

四、养老机构医务室基本标准

五、养老机构护理站基本标准

第三节 养老机构分级护理服务分析

一、养老机构护理服务分级标准

二、养老机构分级护理服务内容

三、养老机构分级护理的地方探索

四、养老服务分级须引入第三方评估

第四节 养老机构护理服务发展面临的挑战

一、专业护理人才不足

二、服务质量参差不齐

三、服务设施尚不完善

第五节 民营养老护理机构投资机会分析

一、发展优势

二、发展劣势

三、服务特点

四、适用性分析

第六节 医养结合型养老护理机构投资潜力分析

一、养老机构医疗护理能力缺失

二、医疗与养老相融合的必要性

三、医养结合型养老机构的优势

四、医养结合型养老机构未来趋势

五、医养结合型养老机构发展策略

第六章 2014-2017年中国社区养老护理市场分析

第一节 社区养老模式发展分析

一、国内社区服务机构规模

二、社区养老模式SWOT分析

三、社区养老成为新兴模式

四、社区养老有待完善推广

第二节 社区养老护理市场投资潜力分析

一、社区养老护理的形式

二、社区老年人护理服务需求

三、社区养老护理服务的优点

四、社区养老护理服务风险因素

五、社区养老护理服务前景展望

第三节 社区老人日间照料中心分析

一、社区日间照料中心服务内容

二、国外日间照料中心经验借鉴

三、社区日间照料中心瓶颈因素

四、社区日间照料中心建设思路

第四节 社区养老护理市场发展策略分析

一、社区养老护理多元化服务体系

二、加强社区老年人的保健管理

三、合理设置并利用卫生资源

四、培养高素质的社区护理人才

第七章 2014-2017年中国失能老人护理市场分析

第一节 中国失能老人护理服务市场需求分析

一、失能老人护理服务需求规模

二、失能老人护理服务需求特征

三、失能老人护理服务供给状况

四、失能老人护理服务供需分析

五、失能老人护理服务行业困境

六、失能老人护理市场发展策略

第二节 失能老人日常护理的关键步骤

一、定时洗澡

二、口腔护理

三、辅助排痰

四、协助翻身

五、整理床铺

第三节 上海市失能老人护理模式分析

一、总体规模

二、供需分析

三、静安模式

四、医养结合模式

五、居家护理保障

六、护理费列入医保

第四节 江苏南京市失能老人护理模式分析

一、总体规模

二、居家护理模式

三、护理成本分析

四、服务机构改制

五、未来发展趋势

第五节 江西吉安失能老人护理模式分析

一、总体规模

二、硬件投入

三、专业化服务

四、保障机制

第八章 2014-2017年养老护理服务的目标客户分析

第一节 目标客户的生理特点

一、呼吸系统的变化

二、循环系统的变化

三、神经系统的变化

四、空腔脏器的变化

五、实质脏器的老化

六、内分泌和免疫系统的变化

第二节 目标客户的心理特点

一、惶恐遗弃感

二、孤独寂寞感

三、焦虑抑郁感

四、多疑自卑感

第三节 目标客户的购买力消费特征

一、购买力

二、购买欲望

三、影响因素

第四节 目标客户消费特征

- 一、性质特征
- 二、行为特征
- 三、思想特征
- 四、质量特征
- 五、内在特征

第九章 2014-2017年中国养老护理用品市场分析

第一节 中国养老护理用品市场综述

- 一、养老护理用品需求增长
- 二、养老护理用品消费行为
- 三、养老护理用品品牌分析
- 四、养老护理用品SWOT分析

第二节 2014-2017年成人失禁用品市场分析

- 一、全球成人失禁用品市场规模
- 二、中国成人失禁用品市场规模
- 三、国内成人失禁用品消费观念
- 四、成人失禁用品市场存在问题
- 五、成人失禁用品市场前景展望

第三节 2014-2017年老年保健品市场分析

- 一、保健品市场发展规模
- 二、老年保健品市场崛起
- 三、老年保健品需求分析
- 四、老年保健品消费特征
- 五、老年保健品营销策略

第四节 2014-2017年助听器市场分析

- 一、助听器市场特征
- 二、助听器市场需求
- 三、助听器市场困境
- 四、助听器市场前景

第五节 养老护理用品市场营销策略

- 一、养老护理用品宣传策略
- 二、养老护理用品销售策略
- 三、养老护理用品品牌策略

第十章 2014-2017年中国老年医疗服务市场分析

第一节 2014-2017年中国老年医疗服务市场发展规模

- 一、老年医疗及精神卫生状况
- 二、老年人医疗保健需求分析
- 三、医疗卫生服务供给规模
- 四、老年医疗服务需求规模
- 五、老年医疗连续性服务模式
- 六、老龄化推动医疗费用增长

第二节 老年用药市场

- 一、老龄化推动药品市场扩容
- 二、老年心血管中成药市场增长
- 三、抗老年痴呆药物研发进展
- 四、老年人专用药市场亟待完善
- 五、老年人用药市场前景广阔

第三节 老年医疗器械市场

- 一、老年医疗器械主要产品
- 二、老年医疗器械需求增长
- 三、老年医疗器械市场规模
- 四、家用医疗器械市场机遇
- 五、老年一次性医疗器械前景

第四节 老年医疗服务其他细分市场分析

- 一、老年养生保健
- 二、老年康复管理
- 三、老年健康体检
- 四、老年健康信息化

第十一章 中国老年长期护理保险制度分析

第一节 日本养老护理保险改革经验借鉴

- 一、《护理保险法》及其实施
- 二、护理保险改革的背景和目的
- 三、打造新型护理预防体制
- 四、创建地区援助体系
- 五、护理保险改革的意义

第二节 中国老年人长期照护保险需求分析

- 一、老年人长期照护服务供给不足
- 二、建立长期护理保险制度的基础
- 三、发展社区服务缓解机构养老压力
- 四、发展长期照护保险金应对经济压力

第三节 中国老年人长期护理保险发展模式分析

- 一、国外主要长期护理保险模式
- 二、长期护理服务的筹资模式
- 三、长期护理保险体系构建思路
- 四、实行多种模式和类型并存互补
- 五、健全长期护理保险体系政策路径

第四节 中国老年人长期护理保险制度框架

- 一、老年长期护理保险经营制度
- 二、老年长期护理保险监管制度
- 三、老年长期护理保险服务制度
- 四、老年长期护理保险配套措施

第十二章 中国养老护理专业人才培养分析

第一节 中美养老护理职业群比较

- 一、美国的养老护理职业群
- 二、中国的养老护理职业群
- 三、养老护理人员职业描述比较
- 四、养老护理职业群发展的启示

第二节 中国养老护理行业职业特质分析

- 一、用工需求
- 二、工作强度
- 三、薪资水平
- 四、职业等级
- 五、社会认同感

第三节 中国养老护理行业人才困境分析

- 一、人才流失严重
- 二、职业发展空间小
- 三、培训机制不健全

四、劳动保障须加强

第四节 中国养老护理行业人才培养机制分析

一、专业人才培养机制

二、专业人才选用机制

三、专业人才评价机制

四、专业人才激励机制

第五节 养老护理员职业标准修订

一、养老护理员职业标准简述

二、《养老护理员国家职业标准》（2002版）

三、《养老护理员国家职业标准》（2011版）

第十三章 2018-2024年中国养老护理市场投资潜力分析

第一节 养老护理服务市场投资机遇

一、税费减免

二、财政补贴

三、自主定价

四、鼓励外商投资

第二节 养老护理服务投资收益分析

一、盈利水平

二、薪资成本

三、政府补贴

四、投资回收期

第三节 养老护理服务市场投资风险

一、政策风险

二、融资风险

三、社会风险

四、人力资源风险

第四节 养老护理服务市场投资策略

一、收费适中

二、手续齐全

三、专业知识

四、谨慎选址

五、用足政策

第十四章 2018-2024年中国养老护理相关市场投资机会分析

第一节 家政服务市场

- 一、发展规模
- 二、需求分析
- 三、制约因素
- 四、前景展望

第二节 社区医疗市场

- 一、市场规模
- 二、政策导向
- 三、投资案例
- 四、前景展望

第三节 养老地产市场

- 一、投资升温
- 二、投资主体
- 三、运营模式
- 四、投资案例
- 五、前景展望

第四节 可穿戴设备市场

- 一、发展机遇
- 二、市场规模
- 三、竞争格局
- 四、投资热点
- 五、前景展望

第十五章 2018-2024年中国养老护理市场发展趋势及前景预测（AK HT）

第一节 中国养老服务行业前景展望

- 一、养老服务未来发展趋势
- 二、养老服务市场前景乐观
- 三、公建民营养老机构发展形势

第二节 中国养老护理行业发展趋势及前景

- 一、养老护理行业发展方向
- 二、养老护理行业政策导向
- 三、养老护理行业前景向好

四、养老护理市场潜力巨大

图表目录：

图表：2017年中国经济数据

图表：2017年我国GDP增长速度

图表：2011-2017年我国国民生产总值及增长率分析

图表：2017年我国固定资产投资（不含农户）名义增速

图表：2017年房地产开发投资名义增速

图表：2017年居民消费价格上涨情况

图表：2017年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2017年社会消费品零售总额名义增速

图表：2008-2017年我国社会保障基金资产总额

图表：我国老年消费者的购买动机统计

图表：2013-2017年我国人口数量

图表：中国福利社会化构成示意图

图表：养老服务政府购买机制

图表：2017年老年人对各项养老服务的需求量分析

图表：2000-2017年我国失能老人人口变化趋势（%,万人）

图表：我国失能老人的失能程度构成（%）

图表：分年龄别老年失能人口预测结果分析（万人）

图表：总体老年失能人口预测结果分析（万人）

图表：失能老人护理服务潜在需求人数预测（万人）

图表：我国家庭户均人口数变化情况表

图表：2014-2017年全球成人失禁用品市场规模及增长分析

图表：我国老年人使用保健品的依据分析

图表：我国老年人使用保健品的目的分析

图表：2017年我国医疗资源总量供给分析

图表：护理保险修订后的认定级别标准及服务给付形式

图表：我国2011-2017年家政企业数量分析

图表：我国2011-2017年家政行业从业人员数量分析

图表：2011-2017年我国家政服务需求量分析

图表：2011-2017年我国社区卫生服务中心（站）规模分析

图表：2011-2017年我国社区卫生服务中心诊疗人次

图表：2011-2017年我国社区服务中心病床使用率分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/290866.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提供专业投资咨询报告、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。