

2024-2030年中国老年用品 行业发展态势与投资战略报告

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

《2024-2030年中国老年用品行业发展态势与投资战略报告》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/202310/414819.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

老年用品是以老年人为主要消费人群的任何器械、器具、用具和物品。老年用品覆盖的范围非常广阔，涉及到医疗健康、营养保健、饮食服装、文化传媒、日常家居等多个领域，产业链极长。

中国正处于人口老龄化快速发展阶段，老年消费市场潜力巨大。截至2020年底，全国60岁及以上人口为26402万人，占总人口的18.70%（其中，65岁及以上人口为19064万人，占总人口的13.50%），与2010年相比60岁及以上人口的比重上升5.44个百分点。中国老龄协会发布报告显示，到2050年，我国老年用品市场的规模将达到100万亿元，占国内生产总值的33%。2021年前三季度，我老年人线上旅游消费增长10倍，齿科消费增长8倍，健康体检增长2倍，洗衣服务、生活缴费也呈高倍数增长。

目前全球老年用品有6万多种，而日本是4万多种，德国是2万多种，中国自主开发的只有2000多种，差距甚大，品类缺失现象严重。中国国产老年用品在技术、质量、种类方面与发达国家相比差距较大，80%左右的产品依赖进口。2020年1月17日，五部门印发《关于促进老年用品产业发展的指导意见》，明确到2025年，老年用品产业总体规模超过5万亿元，产业体系基本建立，市场环境持续优化，形成技术、产品、服务和应用协调发展的良好格局。2021年10月20日，国家卫生健康委印发《智慧健康养老产业发展行动计划（2021-2025年）》的通知，提出推动多学科交叉融合发展与技术集成创新，丰富智慧健康养老产品种类，提升健康养老产品的智慧化水平。重点发展具有趋势分析、智能预警等功能的健康管理类产品。2021年11月24日，《中共中央 国务院关于加强新时代老龄工作的意见》由新华社授权发布。《意见》提出，相关部门要制定老年用品和服务目录、质量标准，推进养老服务认证工作。各地要推动与老年人生活密切相关的食品、药品以及老年用品行业规范发展，提升传统养老产品的功能和品质，满足老年人特殊需要。

老龄用品市场潜力巨大，中国正在逐步成为老龄用品的需求大国。中国老龄用品市场具有巨大的人口基础，而且这种需求会随着人口老龄化的快速发展、人们生活水平的不断提高而不断释放。未来，老年保健、老年医药市场还将进一步快速发展，市场容量将会进一步提升，与此同时，老年电子、康复、护理、丧葬等用品市场也将巨量增长，老年日用品、老年医疗器械等市场将会成为新的增长板块。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国老年用品行业发展态势与投资战略报告》共十六章。首先介绍了人口老龄化的定义、衡量标准及国内外人口老龄化的现状，接着分析了老年用品市场的运行环境和总体概况。然后分别对老年用品电商市场、老年保健品市场、中老年护理及康复器械市场、老年智慧养老用品市场、老年服饰市场、老年化妆品市场、中老年文化体育

娱乐用品市场，及其他老年日用品细分市场进行了具体细致的分析。最后对中老年用品市场进行了投资分析和前景预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、民政部、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国老龄产业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对老年用品市场有个系统深入的了解、或者想投资老年用品相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 老年用品相关概述

1.1 老年用品基本介绍

1.1.1 老年用品的定义

1.1.2 老年用品的分类

1.1.3 老年人新潮用品

1.1.4 老年产业链结构

1.2 中国老年人群特征

1.2.1 老年人群规模

1.2.2 老年人群分布

1.2.3 老年心理研究

1.2.4 老年需求特点

第二章 2021-2023年中国养老产业发展深度解析

2.1 养老产业链分析

2.1.1 产业链特点

2.1.2 产业链问题

2.1.3 产业链架构

2.2 养老产业政策环境

2.2.1 养老产业政策特点梳理

2.2.2 大健康产业税收优惠政策

2.2.3 养老政策红利密集释放

2.2.4 各省高龄津贴制度建立

2.2.5 政府推进养老服务发展

2.3 中国养老产业发展综述

2.3.1 产业基本概述

2.3.2 产业发展现状

2.3.3 产业基本特征

2.3.4 机构养老模式

2.3.5 家庭结构变革

2.3.6 养老需求空间

2.3.7 养老产业趋势

2.4 养老产业存在问题

2.4.1 产业相关政策不健全

2.4.2 养老服务供需不匹配

2.4.3 养老服务区域不均衡

2.4.4 养老服务结构性矛盾

2.4.5 养老市场存在的问题

2.5 养老产业发展对策

2.5.1 国家引导养老体系优化

2.5.2 需求细分推进老龄产业

2.5.3 科技创新发展老龄产业

2.5.4 深化供给侧结构性改革

2.5.5 完善养老工作具体措施

第三章 2021-2023年全球老年用品行业发展状况

3.1 国际老年用品市场发展概述

3.1.1 全球人口老龄化现状

3.1.2 全球老年人消费市场

3.1.3 全球保健品占比分析

3.1.4 欧美日保健品监管措施

3.1.1 欧洲老年用品技术项目

3.2 日本

3.2.1 日本老年人口规模

3.2.2 日用品市场需求分析

3.2.3 老年人群消费现状

- 3.2.4 保健品市场规模现状
- 3.2.5 老年化妆品消费特征
- 3.2.6 老年食品经验及启示
- 3.2.7 老年介护产品及服务
- 3.3 美国
 - 3.3.1 老龄化研究及对策
 - 3.3.2 美国社区养老模式
 - 3.3.3 老年用品消费现状
 - 3.3.4 老年用品发展机遇
 - 3.3.5 高新技术老年用品
 - 3.3.6 智能科技产品普及
- 3.4 德国
 - 3.4.1 老年人口数量结构
 - 3.4.2 老年网络消费市场
 - 3.4.3 保健食品销量分析
 - 3.4.4 养老服务发展状况
 - 3.4.5 养老服务经验借鉴
- 3.5 意大利
 - 3.5.1 新老年人群特征分析
 - 3.5.1 医疗养老护理社会保障
 - 3.5.2 老年日用品消费潜力
 - 3.5.3 保健品市场需求规模
 - 3.5.4 体系经验借鉴及启示
- 3.6 其他国家
 - 3.6.1 荷兰养老护理体系模式
 - 3.6.2 丹麦养老保障结构分析
 - 3.6.3 瑞典养老服务及日用品

第四章 2021-2023年中国老年用品行业发展环境分析

- 4.1 宏观经济环境
 - 4.1.1 宏观经济概况
 - 4.1.2 对外经济分析

- 4.1.3 经济转型升级
- 4.1.4 宏观经济展望
- 4.2 社会环境分析
 - 4.2.1 人口规模结构
 - 4.2.2 人口老龄状况
 - 4.2.3 居民收入水平
 - 4.2.4 居民消费水平
 - 4.2.5 社会消费规模
 - 4.2.6 消费市场特征
- 4.3 行业政策环境
 - 4.3.1 养老服务消费利好政策
 - 4.3.2 促进老年用品发展政策
 - 4.3.3 保健品行业政策回顾
- 4.4 关联产业环境
 - 4.4.1 大健康产业发展潜力
 - 4.4.2 智慧养老产业规划
 - 4.4.3 康养产业发展前景
 - 4.4.4 社区养老产业发展

第五章 2021-2023年中国老年用品行业发展深度分析

- 5.1 中国老年用品行业运行综述
 - 5.1.1 养老用品发展现状
 - 5.1.1 老年用品数量规模
 - 5.1.2 行业消费市场规模
 - 5.1.3 市场要素竞争类型
- 5.2 中国老年用品市场发展状况
 - 5.2.1 老年用品市场规模
 - 5.2.2 主要用品消费情况
 - 5.2.3 市场需求规模状况
 - 5.2.4 老年用品需求分析
 - 5.2.5 老年用品市场供给
 - 5.2.6 主要用品竞争格局

- 5.2.7 市场发展前景展望
- 5.3 中国养老服务需求分析
 - 5.3.1 服务需求现状
 - 5.3.2 城乡区域因素
 - 5.3.3 性别年龄因素
 - 5.3.4 教育婚姻因素
 - 5.3.5 收入与自理能力因素
 - 5.3.6 服务费用需求
- 5.4 中国老年用品消费分析
 - 5.4.1 消费市场概述
 - 5.4.2 消费市场现状
 - 5.4.3 老年消费心理
 - 5.4.4 消费行为分析
 - 5.4.5 老年消费特点
- 5.5 中国老年用品行业存在的问题
 - 5.5.1 市场需求侧问题
 - 5.5.2 市场供给侧问题
 - 5.5.3 供给不平衡问题
 - 5.5.4 用品市场种类稀少
 - 5.5.5 行业发展存在缺陷
- 5.6 发展老年用品业建议及对策
 - 5.6.1 开拓产品创新路径
 - 5.6.2 政策推进产业建设
 - 5.6.3 规范市场供给行为
 - 5.6.4 加强企业发展政策
 - 5.6.5 完善市场多元供给
 - 5.6.6 共享经济搭建平台

第六章 2021-2023年中国老年用品电商市场发展分析

- 6.1 老年用品电商平台发展背景
 - 6.1.1 网络使用状况
 - 6.1.1 电商消费特征

- 6.1.1 网购消费需求
- 6.2 老年用品电商平台市场状况
 - 6.2.1 电商市场发展现状
 - 6.2.1 电商平台渗透率
 - 6.2.2 电商消费市场规模
 - 6.2.1 电商销量规模分析
- 6.3 老年用品主流电商平台竞争分析
 - 6.3.1 今日头条老年电商蓝海
 - 6.3.1 主流电商平台竞争格局
 - 6.3.2 主流电商平台运营策略
- 6.4 老年用品电商消费者行为分析
 - 6.4.1 用户画像
 - 6.4.2 核心需求
 - 6.4.1 消费模式
 - 6.4.1 移动应用
- 6.5 电商市场存在问题分析
 - 6.5.1 市场秩序混乱
 - 6.5.2 销售厂商混杂
- 6.6 老年电商市场发展前景
 - 6.6.1 老年用品电商机会
 - 6.6.1 电商创新突破方向
 - 6.6.1 商业变现发展方向

第七章 2021-2023年中国老年保健品市场发展分析

- 7.1 保健品行业简介
 - 7.1.1 保健品定义
 - 7.1.2 保健品类别
 - 7.1.3 保健品发展历程
 - 7.1.4 保健品产业链全景
- 7.2 保健品市场发展分析
 - 7.2.1 市场发展现状
 - 7.2.2 市场规模状况

- 7.2.3 市场产量规模
- 7.2.4 市场发展机会
- 7.2.5 发展面临挑战
- 7.3 老年保健品消费市场分析
 - 7.3.1 老年保健品消费状况
 - 7.3.1 保健食品市场结构
 - 7.3.1 企业竞争格局分析
 - 7.3.1 消费决策影响因素
 - 7.3.1 信息获取主要渠道
- 7.4 保健品老年消费人群分析
 - 7.4.1 主要消费者构成
 - 7.4.2 保健品消费认知
 - 7.4.3 保健品购买心理
 - 7.4.1 消费者行为研究
- 7.5 保健品行业存在问题及对策
 - 7.5.1 老年保健品营销策略问题
 - 7.5.2 老年保健品市场混乱现状
 - 7.5.3 消费行为问题以及关注点
 - 7.5.4 老年保健品市场存在问题
 - 7.5.5 老年保健品市场营销策略
 - 7.5.6 防范保健品骗局相关建议
- 7.6 老年保健品行业发展前景展望
 - 7.6.1 市场规模及未来预测
 - 7.6.2 保健品行业政策利好

第八章 2021-2023年中国老年护理用品及康复器械市场发展分析

- 8.1 护理用品及康复器械简介
 - 8.1.1 康复辅具定义
 - 8.1.2 康复器械特点
 - 8.1.1 康复护理器械分类
- 8.2 护理及康复用品市场发展
 - 8.2.1 慢性病患情况

- 8.2.2 护理需求现状
- 8.2.1 医疗保健消费规模
- 8.2.1 康复器械市场格局
- 8.2.1 护理用品市场规模
- 8.2.2 护理行业发展困境
- 8.3 护理康复细分用品市场分析
- 8.3.1 助听器
- 8.3.2 按摩椅
- 8.3.3 按摩器具
- 8.3.4 成人纸尿裤
- 8.3.5 家用医疗器械
- 8.4 家庭医疗保健产品设计研究
- 8.4.1 基本状况介绍
- 8.4.2 产品交互设计
- 8.4.3 设计实例分析
- 8.5 护理及康复用品市场前景展望
- 8.5.1 家庭医疗健康产品发展
- 8.5.2 养老护理行业发展前景
- 8.5.3 老年护理国际发展趋势

第九章 2021-2023年老年智慧养老用品市场发展分析

- 9.1 智慧养老简介
- 9.1.1 智慧养老概念
- 9.1.2 传统养老对比
- 9.1.3 养老产业体系
- 9.2 智慧养老用品发展现状
- 9.2.1 智能养老产业现状
- 9.2.1 智能家庭社交产品
- 9.2.2 智能穿戴医疗设备
- 9.2.3 穿戴健康监测设备
- 9.2.4 智能监测产品案例
- 9.2.1 体育健康监测APP

9.3 智慧养老用品研发方向

9.3.1 打造适老智能设备和应用

9.3.2 智能养老产品市场切入点

9.3.3 老人智能可穿戴开发方案

9.3.4 国外的智能养老系统借鉴

9.4 智慧养老产业发展面临的挑战

9.4.1 智能养老标准化存在的问题

9.4.2 老年智能穿戴设备推广困难

9.4.3 智能可穿戴医疗设备面临挑战

9.5 智慧养老产业未来发展趋势

9.5.1 智慧养老产业利好政策

9.5.2 政策助推智能老年用品

9.5.3 智能养老产品发展方向

9.5.4 智慧养老产业发展趋势

第十章 2021-2023年中国老年服饰市场发展分析

10.1 老年服装简介

10.1.1 中老年服装概念

10.1.2 中老年服装类型

10.1.3 老年服装设计原则

10.2 老年服装市场发展概况

10.2.1 中老年服装市场特点

10.2.2 市场现状及归因分析

10.2.3 老年功能性服装现状

10.2.4 老年服装电商市场发展

10.2.5 区域城市市场发展案例

10.3 老人鞋市场发展分析

10.3.1 市场规模状况

10.3.2 行业规模分析

10.3.3 市场消费需求

10.3.4 企业竞争格局

10.3.5 价格走势分析

- 10.3.6 市场发展空间
- 10.4 老年行业服装消费者行为分析
 - 10.4.1 老年人服装消费特点
 - 10.4.2 消费行为的影响因素
 - 10.4.3 服装设计满意度探究
- 10.5 中老年服装市场存在问题及对策
 - 10.5.1 老年服装市场存在问题
 - 10.5.2 传统服装品牌转型出路
 - 10.5.3 市场缺陷成因以及对策
 - 10.5.1 老年服装市场开发建议
- 10.6 中老年服装市场发展前景
 - 10.6.1 老年服装市场前景广阔
 - 10.6.2 老年服装市场发展思考
 - 10.6.3 老年服装销售策略思考

第十一章 2021-2023年中国老年化妆品市场发展分析

- 11.1 老年化妆品简介
 - 11.1.1 老年化妆品分类
 - 11.1.2 老年消费主体特征
 - 11.1.3 用户痛点及营销策略
- 11.2 老年化妆品市场发展状况
 - 11.2.1 市场发展现状
 - 11.2.2 消费偏好分析
 - 11.2.3 市场需求状况
 - 11.2.4 品牌竞争格局
 - 11.2.5 功能性化妆品
- 11.3 老年化妆品市场存在问题及对策
 - 11.3.1 特殊经济文化处境
 - 11.3.2 市场存在主要问题
 - 11.3.3 把握市场的切入点
- 11.4 老年化妆品市场发展前景
 - 11.4.1 市场发展细化方向

11.4.2 抗衰品牌发展前景

第十二章 2021-2023年中国老年文化体育娱乐用品市场发展分析

12.1 老年体育用品市场发展状况

12.1.1 体育用品市场发展现状

12.1.2 老年人体育健身的特征

12.1.3 老年健身行为习惯研究

12.1.4 关注的健身产品及资讯

12.1.5 老年文娱消费需求偏好

12.2 老年常用健身运动用品

12.2.1 老年健身器材类型

12.2.2 免费健身器械使用

12.2.3 户外健身器材弊端

12.2.4 老年健身消费支出

12.2.5 广场舞市场潜力挖掘

12.3 老年体育用品未来发展前景

12.3.1 老年体育用品拓展研发

12.3.1 体育赛事带动市场空间

12.3.2 养老与体育产业融合发展

第十三章 2021-2023年中国老年用品其他细分市场发展分析

13.1 老年食品

13.1.1 老年食品新定义

13.1.2 老年食品市场现状

13.1.3 老年食品包装现状

13.1.4 老年奶粉市场发展

13.1.5 食品健康与老龄化

13.2 老年家居

13.2.1 智能家居市场规模

13.2.2 老年家电需求调研

13.2.3 功能沙发盈利收入

13.2.4 老年卫浴发展问题

- 13.2.1 老年无障碍浴缸设计
- 13.2.2 环境辅助生活系统
- 13.2.3 老年智能厨卫家具设计
- 13.2.1 老年智能家居蓝海
- 13.3 老人手机
 - 13.3.1 市场品牌格局
 - 13.3.2 企业转型动态
 - 13.3.3 功能需求分析
 - 13.3.4 产品设计思考
 - 13.3.5 智能手机需求
 - 13.3.6 智能手机偏好
 - 13.3.7 未来发展方向
- 13.4 老年玩具
 - 13.4.1 国内玩具市场特点
 - 13.4.2 老年玩具市场状况
 - 13.4.3 老年玩具的必要性
 - 13.4.1 老年玩具发展建议
 - 13.4.2 日美老年玩具市场
- 13.5 老花镜
 - 13.5.1 市场规模现状
 - 13.5.2 销售价格分析
 - 13.5.3 市场竞争格局
 - 13.5.4 未来发展趋势
- 13.6 生活辅助用品
 - 13.6.1 适老辅具作用
 - 13.6.2 市场营销现状
 - 13.6.3 营销存在问题
 - 13.6.4 营销策略研究
 - 13.6.5 市场营销潜力

第十四章 2020-2023年中国老年用品重点企业经营状况分析

14.1 鱼跃医疗

- 14.1.1 企业发展概况
- 14.1.2 业务经营分析
- 14.1.3 财务状况分析
- 14.1.4 核心竞争力分析
- 14.1.5 公司发展战略
- 14.1.6 未来前景展望
- 14.2 交大昂立
 - 14.2.1 企业发展概况
 - 14.2.2 业务经营分析
 - 14.2.3 财务状况分析
 - 14.2.4 核心竞争力分析
 - 14.2.5 公司发展战略
 - 14.2.6 未来前景展望
- 14.3 九安医疗
 - 14.3.1 企业发展概况
 - 14.3.2 业务经营分析
 - 14.3.3 财务状况分析
 - 14.3.4 核心竞争力分析
 - 14.3.5 公司发展战略
 - 14.3.6 未来前景展望
 - 14.3.7 公司新动向
- 14.4 中新药业
 - 14.4.1 企业发展概况
 - 14.4.2 业务经营分析
 - 14.4.3 财务状况分析
 - 14.4.4 核心竞争力分析
 - 14.4.5 公司发展战略
 - 14.4.6 未来前景展望
- 14.5 哈药股份
 - 14.5.1 企业发展概况
 - 14.5.2 业务经营分析
 - 14.5.3 财务状况分析

- 14.5.4 核心竞争力分析
- 14.5.5 公司发展战略
- 14.5.6 未来前景展望
- 14.6 仙乐健康
 - 14.6.1 企业发展概况
 - 14.6.2 业务经营分析
 - 14.6.3 财务状况分析
 - 14.6.4 核心竞争力分析
 - 14.6.5 公司发展战略
 - 14.6.6 未来前景展望

第十五章 中国老年用品行业投资价值综合评估

- 15.1 行业投融资情况
 - 15.1.1 金融资本结合养老产业
 - 15.1.2 养老企业融资方式分析
 - 15.1.3 养老企业融资状况分析
 - 15.1.4 国内老年产品厂商布局
- 15.2 行业投资机会
 - 15.2.1 国内市场定位
 - 15.2.2 创业创投机会
 - 15.2.3 投资有利因素
 - 15.2.4 未来投资规划
- 15.3 行业投资壁垒
 - 15.3.1 技术壁垒
 - 15.3.1 准入壁垒
- 15.4 行业投资风险
 - 15.4.1 市场竞争风险
 - 15.4.2 贸易政策风险
 - 15.4.1 行业政策风险
 - 15.4.1 上下游行业风险
 - 15.4.2 原材料价格变动风险

第十六章 2023-2027对中国老年用品行业发展趋势及前景预测

16.1 中国老年产业发展形势预判与走向前瞻

16.1.1 人口长寿红利驱动养老产业

16.1.1 利好政策鼓励养老产业发展

16.1.2 老龄产业发展逻辑和成长路径

16.1.3 中国老年产业整体发展趋势

16.2 中国老年用品行业发展趋势

16.2.1 老年用品行业空间广阔

16.2.2 老年用品市场规模发展

16.2.3 老年用品发展任务方向

16.2.4 老年用品消费市场优化

16.2.5 老年用品全面发展趋势

16.3 对2023-2027中国老年用品发展前景预测分析

16.3.1 2024-2030年中国养老产业规模预测

16.3.2 2024-2030年中国老年用品市场规模预测

附录

附录一：关于促进老年用品产业发展的指导意见

附录二：食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案

附录三：关于进一步加强保健食品监管工作的意见

附录四：关于开展老年护理需求评估和规范服务工作的通知

附录五：关于加强新形势下老年人体育工作意见的通知

图表目录

图表 老年用品分类

图表 2018-2019年老年人群移动端用户规模

图表 互联网老年用户城市分布

图表 2011-2019年养老产业相关法律法规

图表 中国养老产业发展历程

图表 2002-2017年中国家庭结构变化情况

图表 四个产业政策大趋势

图表 全球人口预期寿命

图表 2018年世界人口平均年龄

图表 2019年全球各个国家老龄化程度排行榜

图表 2050年全球60岁以上人口占比预测

图表 老年人群生活中的担忧

图表 数字化购物服务消费偏好

图表 2018年全球保健品主要国家行业规模

图表 2018年主要国家/地区保健品市场规模

图表 2018年主要国家/地区过去五年CAGR比较

图表 2018年保健品人均消费金额比较

图表 2018年日本保健食品市场规模

图表 2018年日本功能性标示食品市场规模

图表 美国养老社区全产业链

图表 以房养老模式

图表 2014-2018年国内生产总值及其增长速度

图表 2014-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2019年中国GDP核算数据

图表 2014-2018年货物进出口总额

图表 2018年货物进出口总额及其增长速度

图表 2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414819.html>