

2018-2023 年中国老年经济行业市场研究与投资潜力分析报告

内容概要：

目前，老年群体存在“三需并存”的状况，低龄的“旺需”、高龄的“刚需”和群体庞大的“普需”，使得整个老龄经济涉及面广，关联的产业也较多。在加速老龄化背景下，老年需求正在出现爆发式的增长，在老年服务供给侧迎来升级扩容和产业化的历史机遇。

国务院发布的《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》显示，预计到 2020 年，全国 60 岁以上老年人口将增加到 2.55 亿人左右，占总人口比重提升到 17.8% 左右；高龄老年人将增加到 2900 万人左右。

《中国城市发展报告(2015)》预测，到 2050 年，中国老年人口将达到 4.83 亿人，占总人口的 34.1%，即每三个人中就有一个老年人。我国老年经济行业发展水平不高，仍然处于初期阶段，市场发展前景可期。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对老年经济行业的基本概况、全球老年经济行业状况、宏观发展环境、区域市场发展情况、老年经济行业细分市场、竞争格局、重点地区及企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、民政部、全国老龄办、中国老龄产业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为老年经济行业相关企业、销售企业、投资企业等准确了解老年经济行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 12800
英文版价格：USD10900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国老年经济行业市场研究与投资潜力分析报告

■ 报告目录

第 1 章 老年经济行业发展综述

1.1 老年经济行业定义及特征分析

1.1.1 老年经济行业定义

1.1.2 老年经济行业的分类

1.1.3 老年经济行业的特征

1.2 国内外主要养老方式

1.2.1 家庭养老

1.2.2 机构养老

1.2.3 居家养老

1.2.4 以房养老

1.2.5 异地养老

1.3 老年经济行业战略地位分析

1.3.1 老年经济行业战略意义

1.3.2 老年经济行业在国民经济发展中重要地位

第 2 章 全球老年经济行业发展状况分析

2.1 全球老年经济发展状况概述

2.1.1 全球人口老龄化状况

2.1.2 全球应对老龄化政策

2.1.3 老龄化的经济社会影响

2.1.4 老龄化推动银色产业

2.1.5 银发产业成为经济增点

2.1.6 全球养老金市场发展

2.2 欧洲老年经济发展状况分析

2.2.1 欧洲人口老龄化加速

2.2.2 欧洲人口老龄化成本分析

- 2.2.3 法国“银谷”老年产业集群
- 2.2.4 法国中老年人网络消费状况
- 2.2.5 意大利老龄化政策及其机遇
- 2.2.6 德国人口老龄化状况及其对策

2.3 美国老年经济发展状况分析

- 2.3.1 美国老龄化现状及其影响
- 2.3.2 美国退休老人的养老状况
- 2.3.3 美国社区养老的发展经验
- 2.3.4 美国老年人青睐以房养老
- 2.3.5 亚马逊上线老年用品专卖店
- 2.3.6 美国成人失禁用品市场状况

2.4 日本老年经济发展状况分析

- 2.4.1 日本人口老龄化状况分析
- 2.4.2 日本老人将带动经济发展
- 2.4.3 日本老年用品市场发展分析
- 2.4.4 日本老年用品的人性化设计
- 2.4.5 日本中老年化妆品市场分析
- 2.4.6 日本老龄化引发的商机

2.5 新加坡老年经济发展状况分析

- 2.5.1 新加坡养老体系发展状况
- 2.5.2 新加坡养老制度设计分析
- 2.5.3 新加坡“定储计划”介绍
- 2.5.4 新加坡老龄产业发展需求
- 2.5.5 老年医疗器械产品需求增长
- 2.5.6 新加坡老龄产业投资机会

2.6 其他国家或地区

- 2.6.1 印度
- 2.6.2 韩国
- 2.6.3 泰国
- 2.6.4 俄罗斯

2.6.5 澳大利亚

第 3 章 老年经济行业发展环境分析

3.1 老年经济行业政治法律环境

3.1.1 老年保障体系分析

3.1.2 养老保险制度发展

3.1.3 老年福利制度发展

3.2 老年经济行业经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 工业经济发展形势

3.2.3 社会固定资产投资情况

3.2.4 全社会消费品零售总额

3.2.5 中国融资环境分析

3.3 行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 文化教育环境分析

3.3.5 中国城镇化率水平

第 4 章 中国老年经济行业发展状况分析

4.1 中国老年经济行业发展态势

4.1.1 我国老年经济处于起步阶段

4.1.2 老年经济顶层设计情况分析

4.1.3 “银发浪潮”带来的影响

4.1.4 发展老年经济的战略意义

4.2 中国老年人经济收入状况

4.2.1 老年人的经济状况

4.2.2 老年人的收入差异分析

4.2.3 养老资产的培育分析

4.3 中国老年人消费需求分析

- 4.3.1 老年消费需求的差异化分析
- 4.3.2 老年人消费市场架构情况
- 4.3.3 老年人消费结构及营销策略
- 4.3.4 老年消费市场的机遇与挑战
- 4.4 中国人口老龄化对国内外经济的影响**
 - 4.4.1 老龄化对世界经济的影响
 - 4.4.2 中国社会老龄化发展阶段
 - 4.4.3 老龄化对经济的持久影响
 - 4.4.4 中国老龄化潜在风险分析
- 4.5 中国老年经济面临的问题与对策**
 - 4.5.1 未富先老的风险挑战
 - 4.5.2 老年经济的发展滞后
 - 4.5.3 老年经济面临发展瓶颈
 - 4.5.4 老年经济的发展对策
 - 4.5.5 开发老龄产业的战略思路

第 5 章 中国老年经济行业区域市场格局分析

- 5.1 上海市老年经济发展情况**
 - 5.1.1 老年人口基本信息
 - 5.1.2 老龄事业发展现状
 - 5.1.3 养老服务发展模式
 - 5.1.4 养老事业发展规划
 - 5.1.5 上海老龄化趋势预测
- 5.2 北京市老年经济发展情况**
 - 5.2.1 老年人口基本信息
 - 5.2.2 老龄事业发展现状
 - 5.2.3 养老服务发展模式
 - 5.2.4 养老事业发展规划
 - 5.2.5 北京老龄化趋势预测
- 5.3 天津市老年经济发展情况**

- 5.3.1 老年人口基本信息
- 5.3.2 老龄事业发展现状
- 5.3.3 养老服务发展模式
- 5.3.4 养老事业发展规划
- 5.3.5 天假老龄化趋势预测
- 5.4 江苏省老年经济发展情况**
 - 5.4.1 老年人口基本信息
 - 5.4.2 老龄事业发展现状
 - 5.4.3 养老服务发展模式
 - 5.4.4 养老事业发展规划
 - 5.4.5 江苏老龄化趋势预测
- 5.5 浙江省老年经济发展情况**
 - 5.5.1 老年人口基本信息
 - 5.5.2 老龄事业发展现状
 - 5.5.3 养老服务发展模式
 - 5.5.4 养老事业发展规划
 - 5.5.5 浙江老龄化趋势预测
- 5.6 广东省老年经济发展情况**
 - 5.6.1 老年人口基本信息
 - 5.6.2 老龄事业发展现状
 - 5.6.3 养老服务发展模式
 - 5.6.4 养老事业发展规划
 - 5.6.5 广东老龄化趋势预测
- 5.7 山东省老年经济发展情况**
 - 5.7.1 老年人口基本信息
 - 5.7.2 老龄事业发展现状
 - 5.7.3 养老服务发展模式
 - 5.7.4 养老事业发展规划
 - 5.7.5 山东老龄化趋势预测
- 5.8 湖北省老年经济发展情况**

- 5.8.1 老年人口基本信息
- 5.8.2 老龄事业发展现状
- 5.8.3 养老服务发展模式
- 5.8.4 养老事业发展规划
- 5.8.5 湖北老龄化趋势预测

5.9 四川省老年经济发展情况

- 5.9.1 老年人口基本信息
- 5.9.2 老龄事业发展现状
- 5.9.3 养老服务发展模式
- 5.9.4 养老事业发展规划
- 5.9.5 四川老龄化趋势预测

5.10 其他地区

- 5.10.1 海南省
- 5.10.2 安徽省
- 5.10.3 福建省
- 5.10.4 河南省
- 5.10.5 湖南省

第 6 章 中国老年住宅市场发展状况分析

6.1 国外老年人居住方式和相关福利政策

- 6.1.1 日本
- 6.1.2 英国
- 6.1.3 瑞典
- 6.1.4 美国

6.2 中国老年人特征和居住需求

- 6.2.1 老年人生理特征和居住需求
- 6.2.2 老年人心理特征和居住需求
- 6.2.3 老年人社会经济特征和居住需求

6.3 中国城市老年人居住现状分析

- 6.3.1 城市老年人居住现状和类型

6.3.2 老年人居住方式的意愿分析

6.3.3 老年人居住政策存在的问题

6.4 中国养老地产发展状况分析

6.4.1 养老地产发展现状

6.4.2 养老地产发展问题

6.4.3 养老地产重大事件

6.4.4 养老地产运营模式

6.4.5 养老地产盈利模式

6.4.6 养老地产开发模式

6.4.7 养老地产创新特征

6.4.8 养老地产发展趋势

6.5 老年人对高端养老公寓的需求分析

6.5.1 老年公寓特点分析

6.5.2 入住养老公寓动机

6.5.3 养老公寓选择标准

6.5.4 高端公寓设计需求

6.5.5 高端公寓配套需求

6.5.6 老年公寓开发机遇点

6.6 中国老年住宅业发展策略分析

6.6.1 养老地产新策略

6.6.2 老年住宅发展建议

6.6.3 养老住宅融资方式

6.6.4 老年住宅商业模式

6.6.5 老年住宅设计策略

6.6.6 亲情住宅小区发展

6.6.7 消防安全设计对策

第7章 中国养老服务市场发展状况分析

7.1 中国养老服务市场发展综述

7.1.1 中国养老服务机构规模

- 7.1.2 构建现代老年服务体系
- 7.1.3 加快发展养老服务体系
- 7.1.4 养老服务业的发展瓶颈
- 7.1.5 养老服务业发展的建议
- 7.2 社区养老服务**
 - 7.2.1 社区养老服务简介
 - 7.2.2 城市社区养老需求
 - 7.2.3 社区养老服务困境
 - 7.2.4 社区养老服务对策
 - 7.2.5 市场发展前景广阔
- 7.3 民办养老服务机构**
 - 7.3.1 民办养老服务机构状况
 - 7.3.2 民办养老机构发展形势
 - 7.3.3 民办养老服务面临困境
 - 7.3.4 借鉴社会企业运作模式
 - 7.3.5 养老服务机构规范化发展
- 7.4 长期照护服务**
 - 7.4.1 国外老年护理模式
 - 7.4.2 老年护理产业现状
 - 7.4.3 长期照护产业机遇
 - 7.4.4 老年长期照护体系构建
 - 7.4.5 长期护理保险供需分析
- 7.5 政府购买养老服务**
 - 7.5.1 国内外购买养老服务的差异
 - 7.5.2 政府购买养老服务的必要性
 - 7.5.3 政府购买养老服务模式分析
 - 7.5.4 完善政府购买养老服务措施
- 7.6 老年金融保险服务**
 - 7.6.1 商业养老保险税收政策
 - 7.6.2 购买商业养老保险的必要

- 7.6.3 养老保险制度覆盖现状
- 7.6.4 社会养老保险正式并轨
- 7.6.5 商业银行在养老中的作用
- 7.6.6 民事信托对老年人的保障

第 8 章 中国老年用品市场发展状况分析

8.1 中国老年用品市场发展综述

- 8.1.1 老年产品设计原则
- 8.1.2 老年用品发展形势
- 8.1.3 老年用品市场现状
- 8.1.4 老年用品运营模式
- 8.1.5 老人用品商业布局

8.2 老年代步车市场

- 8.2.1 老年代步车概念及标准
- 8.2.2 老年代步车发展现状
- 8.2.3 老年代步车市场接纳度
- 8.2.4 老年代步车营销策略
- 8.2.5 老年代步车发展建议

8.3 老人手机市场

- 8.3.1 老人手机需求特点分析
- 8.3.2 老年手机品牌及消费分析
- 8.3.3 老年智能手机的竞争格局
- 8.3.4 老人手机产品发展趋势
- 8.3.5 智能手机的老龄化策略

8.4 老年服饰市场

- 8.4.1 老年服装市场现状
- 8.4.2 老年服装消费需求
- 8.4.3 市场经营策略分析
- 8.4.4 老年服装市场困境
- 8.4.5 老年服装发展前景

8.5 老年化妆品市场

- 8.5.1 老年化妆品市场现状
- 8.5.2 老年化妆品需求分析
- 8.5.3 老年化妆品竞争策略
- 8.5.4 老年化妆品广告策略
- 8.5.5 老年化妆品市场发展建议

8.6 老年礼品市场

- 8.6.1 老年礼品市场发展现状
- 8.6.2 老年礼品市场需求分析
- 8.6.3 老年礼品市场开发关键
- 8.6.4 北方老年礼品市场形势
- 8.6.5 老年礼品市场发展前景

第9章 中国老年医疗保健市场发展状况分析

9.1 中国老年医疗保健市场发展综述

- 9.1.1 老人医疗及精神卫生状况
- 9.1.2 老年人医疗保健需求分析
- 9.1.3 老年养生保健业发展态势
- 9.1.4 老龄化推动医疗费用增长
- 9.1.5 老年健康信息化服务发展

9.2 老年保健品市场

- 9.2.1 老年保健品行业崛起
- 9.2.2 老年保健品消费状况
- 9.2.3 保健品市场消费行为
- 9.2.4 老年保健品营销策略
- 9.2.5 老人保健品发展前景

9.3 老年用药市场

- 9.3.1 老年药品市场发展动力
- 9.3.2 抗老年痴呆的药物市场
- 9.3.3 老年心血管中成药市场

9.3.4 老年用药安全问题分析

9.3.5 老年用药市场前景广阔

9.4 老年医疗器械市场

9.4.1 医疗器械市场发展动力

9.4.2 老年医疗器械市场规模

9.4.3 老年移动医疗市场潜力

9.4.4 家用医疗器械发展机遇

9.4.5 老年医疗器械发展前景

9.5 老年人助听器市场

9.5.1 助听器产品发展简述

9.5.2 老年助听器消费特征

9.5.3 助听器市场发展动力

9.5.4 老年助听器市场需求

9.5.5 老年助听器发展前景

第 10 章 中国老年娱乐文化市场发展状况分析

10.1 中国老年娱乐文化市场发展综述

10.1.1 老年人文化消费现状

10.1.2 老年人娱乐设施发展

10.1.3 老年人公共文化服务

10.1.4 政策推动老年文化建设

10.1.5 老年娱乐文化产业机遇

10.2 老年旅游市场

10.2.1 市场特征分析

10.2.2 消费因素分析

10.2.3 行业发展困境

10.2.4 市场开发策略

10.2.5 市场发展趋势

10.3 老年教育市场

10.3.1 老年教育发展现状

10.3.2 老年教育课程创新

10.3.3 老年教育发展困境

10.3.4 老年教育应对措施

10.3.5 老年教育发展前景

10.4 老年图书报刊市场

10.4.1 老年阅读行为及图书市场

10.4.2 老年图书营销策略分析

10.4.3 老年书画图书市场发展

10.4.4 老年报业挑战及策略

10.4.5 市场品牌提升策略

10.5 老年玩具市场

10.5.1 老年玩具市场分析

10.5.2 老年玩具市场潜力

10.5.3 老年玩具供给状况

10.5.4 市场开发困难分析

10.5.5 老年玩具营销策略

第 11 章 中国老年市场重点企业经营状况分析

11.1 重点企业一

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 主营业务分析

11.1.3 市场布局情况

11.1.4 经营状况分析

11.1.5 竞争优势分析

11.2 重点企业二

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 主营业务分析

11.2.3 市场布局情况

11.2.4 经营状况分析

11.2.5 竞争优势分析

11.3 重点企业三

- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 主营业务分析
- 11.3.3 市场布局情况
- 11.3.4 经营状况分析
- 11.3.5 竞争优势分析

11.4 重点企业四

- 11.4.1 企业发展概况
- 11.4.2 主营业务分析
- 11.4.3 市场布局情况
- 11.4.4 经营状况分析
- 11.4.5 竞争优势分析

11.5 重点企业五

- 11.5.1 企业发展概况
- 11.5.2 主营业务分析
- 11.5.3 市场布局情况
- 11.5.4 经营状况分析
- 11.5.5 竞争优势分析

11.6 重点企业六

- 11.6.1 企业发展概况
- 11.6.2 主营业务分析
- 11.6.3 市场布局情况
- 11.6.4 经营状况分析
- 11.6.5 竞争优势分析

11.7 重点企业七

- 11.7.1 企业发展概况
- 11.7.2 主营业务分析
- 11.7.3 市场布局情况
- 11.7.4 经营状况分析
- 11.7.5 竞争优势分析

11.8 重点企业八

- 11.8.1 企业发展概况
- 11.8.2 主营业务分析
- 11.8.3 市场布局情况
- 11.8.4 经营状况分析
- 11.8.5 竞争优势分析

11.9 重点企业九

- 11.9.1 企业发展概况
- 11.9.2 主营业务分析
- 11.9.3 市场布局情况
- 11.9.4 经营状况分析
- 11.9.5 竞争优势分析

11.10 重点企业十

- 11.10.1 企业发展概况
- 11.10.2 主营业务分析
- 11.10.3 市场布局情况
- 11.10.4 经营状况分析
- 11.10.5 竞争优势分析

第 12 章 老年经济行业发展趋势与前景预测

12.1 老年经济行业发展前景预测

- 12.1.1 老年经济行业驱动因素分析
- 12.1.2 老年经济行业发展前景预测

12.2 老年经济行业发展发展趋势

- 12.2.1 老年经济行业发展重点领域
- 12.2.2 老年经济行业发展趋势分析

12.3 老年经济行业发展策略分析

- 12.3.1 老年经济行业存在问题分析
- 12.3.2 老年经济行业发展策略分析

第 13 章 中国老年经济行业投资机会与风险分析

13.1 老年经济行业投资机会分析

13.1.1 投资前景

13.1.2 投资热点

13.1.3 投资区域

13.1.4 投资吸引力分析

13.2 老年经济行业市场投资风险预警

13.2.1 政策风险及对策

13.2.2 市场风险及对策

13.2.3 竞争风险及对策

13.2.4 运营风险及对策

第 14 章 前海中泰咨询对老年经济行业投资建议

14.1 投资区域建议

14.2 销售渠道建议

14.3 企业经营管理建议

■ 图表目录

图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值

图表 2：2010-2017 年工业增加值及同比增速

图表 3：2010-2017 年中国农村居民人均纯收入情况

图表 4：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 5：2010-2017 年社会消费量零售总额

图表 6：2010-2017 年中国城镇化率水平

图表 7：60 岁以上老年人口占全国总人口比重

图表 8：上海市 60 岁及以上老年人口年龄构成

图表 9：北京市 60 岁及以上老年人口年龄构成

图表 10：江苏省 2017 年 60 岁及以上老年人口情况

图表 11：浙江省 2017 年 60 岁及以上老年人口情况

图表 12：各地市养老机构情况

- 图表 13: 中国分年龄段人均消费水平
- 图表 14: 老年消费者对广告的依赖程度分析
- 图表 15: 老年智能手机的需求特点
- 图表 16: 老年人保健品的购买方式
- 图表 17: 2016 年企业一盈利能力分析
- 图表 18: 2016 年企业一偿债能力分析
- 图表 19: 2016 年企业一运营能力分析
- 图表 20: 2016 年企业一成长能力分析
-

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： _____
企业负责人： _____ 先生 女士 职务： _____
企业联系人： _____ 先生 女士 职务： _____
手 机： _____ 企业传真： _____
座 机： _____ 电子邮箱： _____
地 址： _____

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： _____ 份数： _____
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）
协议金额： _____ 付款日期： _____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： _____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
盖章： _____ 盖章： _____
日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日 日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日