

2014-2020年中国老年经济 行业监测及发展趋势预测报告

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

《2014-2020年中国老年经济行业监测及发展趋势预测报告》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/201410/113814.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

老年经济巨大的发展潜力的确令人欣喜，但目前还仅停留在潜力阶段，这种潜力能否充分地被挖掘、发挥出来，真正成为国家经济活动中活跃的部分，老年经济的美好前景能否尽快成为现实，却还有待努力。事实上，当前我国老年经济发展还面临着种种困难，远未得到充分的认识和足够的重视。

目前我国老年经济的总体状况是起步晚、总量少、规模小、缺乏专业从业队伍，不能充分满足老年群体消费需求。我国老年经济的起步没有明确的界定，因为老年人所产生的经济活动包含在社会经济活动中的方方面面，这里我们所说的老年经济更多地指老年产业。因此老年经济实际上一直存在，但作为有明确指向的经济组成，形成产业群及相关的专业从业队伍，则是随着人口老龄化的到来而萌芽和兴盛的。

当前老年经济还没有得到足够的重视和研究，在政策扶持和管理上存在一定的缺失和顾虑。一是对老年产业的前景认识不到位，许多地方不愿发展老年产业，认为这会影响城市活力与形象，在土地使用、规划等方面不愿给老年产业开绿灯。二是政策滞后，不能适应老年经济发展需求。有关职能部门开展涉及老年经济和老年人需求的调研不够，政府不了解老年人的需求、生活状况、老年市场的潜力和老年经济的困难所在，造成在一定程度上政策制定、老年事业的规划脱离现实。在老年产业领域，政府只有原则性的政策，而发展老年产业所涉及到的规划、生产、流通、经营、消费等各个环节，缺少配套的可操作性的政策支持。三是老年产业涉及一些敏感领域，如临终关怀医院、养老院等，这一领域较容易出现法律纠纷、伦理问题，而规范性的管理规则还不健全。四是企业和从业人员的管理存在一定困难。老年服务业从业人员素质低是一个迫切需要解决的现实问题，但低工资、低成本，无法满足正规化管理的需要。欺骗、虐待老人的现象时有发生，使老年产业的信誉降低，对老年产业的发展造成很大伤害。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国老年经济行业监测及发展趋势预测报告》共十四章。首先介绍了中国老年经济行业市场发展环境、中国老年经济整体运行态势等，接着分析了中国老年经济行业市场运行的现状，然后介绍了中国老年经济市场竞争格局。随后，报告对中国老年经济做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国老年经济行业发展趋势与投资预测。您若想对老年经济产业有个系统的了解或者想投资老年经济行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 老年经济概述

1.1 老年人及人口老龄化

1.1.1 老年人的定义

1.1.2 人口老龄化的定义

1.1.3 我国人口老龄化特点

1.2 老年经济

1.2.1 老年经济的定义

1.2.2 老年产业的提出

1.2.3 老年产业的定义

1.2.4 老年产业的分类

1.3 国内外主要养老方式

1.3.1 家庭养老

1.3.2 机构养老

1.3.3 居家养老

1.3.4 以房养老

1.3.5 异地养老

第二章 2011-2013年全球老年经济与制度建设状况

2.1 全球

2.1.1 全球人口老龄化状况分析

2.1.2 全球应对人口老龄化的政策

2.1.3 老龄化对全球经济社会的影响

2.1.4 老龄化将推动全球银色产业

2.1.5 全球年金市场快速发展分析

2.2 欧洲

2.2.1 欧洲国家人口老龄化成本分析

2.2.2 德国人口老龄化状况及应对策略

2.2.3 意大利的老龄化政策及市场机遇

2.2.4 法国“银谷”老年产业集群分析

2.2.5 法国中老年人网络消费状况透析

2.3 美国

- 2.3.1 美国退休老人的养老状况调查
- 2.3.2 美国社区养老的发展经验
- 2.3.3 美国老年人青睐以房养老
- 2.3.4 亚马逊上线老年用品专卖店
- 2.3.5 美国成人失禁用品市场状况解读

2.4 日本

- 2.4.1 日本人口老龄化状况分析
- 2.4.2 日本老年人将带动经济发展
- 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

2.5 新加坡

- 2.5.1 新加坡的养老体系发展状况
- 2.5.2 新加坡养老制度的设计分析
- 2.5.3 新加坡的“定储计划”介绍
- 2.5.4 新加坡老龄化增加医护人员需求
- 2.5.5 新加坡老年医疗器械产品需求增长

2.6 韩国

- 2.6.1 韩国人口老龄化状况分析
- 2.6.2 韩国老年人养老观念发生变化
- 2.6.3 韩国养老体系的问题凸显
- 2.6.4 韩国老年人长期疗养保险分析
- 2.6.5 韩国中老年手机市场发展状况

2.7 其他国家或地区

- 2.7.1 俄罗斯养老保障制度发展分析
- 2.7.2 澳大利亚养老服务业发展状况
- 2.7.3 印度人口老龄化状况及商机
- 2.7.4 秘鲁养老金制度发展探析
- 2.7.5 泰国老年人的福利措施介绍

第三章 2011-2013年中国老年经济发展环境分析

3.1 人口环境

3.2 社会环境

3.3 经济环境

3.4 养老保障制度

第四章 2011-2013年中国老年经济发展状况分析

4.1 2011-2013年中国老年经济发展态势

4.1.1 发展老年经济的战略意义

4.1.2 我国老年经济处于起步阶段

4.1.3 “银发浪潮”带来的影响

4.1.4 我国养老工程建设缓慢

4.1.5 老年经济顶层设计将浮现

4.2 2011-2013年中国老年人经济收入状况

4.2.1 中国老年人的经济状况

4.2.2 中国老年人贫困率分析

4.2.3 中国养老资产的培育分析

4.2.4 中国老年人的收入差异分析

4.3 2011-2013年中国老年人消费需求分析

4.3.1 老年人消费结构及营销策略

4.3.2 老年人消费需求的差异化分析

4.3.3 老年人消费市场的机遇与挑战

4.3.4 老年产业呼唤多业态服务

4.4 中国人口老龄化对国内外经济的影响

4.4.1 中国老龄化对世界经济的影响

4.4.2 中国步入“深度老龄化”社会

4.4.3 中国老龄化对经济的持久性影响

4.4.4 中国老龄化影响的两种观点

4.4.5 中国老龄化的潜在风险分析

4.5 中国老年经济面临的问题与对策

第五章 2011-2013年中国老年经济区域市场格局

5.1 上海市

5.1.1 上海人口老龄化挑战加剧

5.1.2 上海老年人生活状态调查分析

5.1.3 上海闵行区高端养老业发展展望

5.1.4 上海政府购买养老服务发展状况

- 5.1.5 上海老年人文化需求调查分析
- 5.2 京津地区
 - 5.2.1 北京人口老龄化的特征
 - 5.2.2 北京应对人口老龄化的对策
 - 5.2.3 北京养老床位建设及改造计划
 - 5.2.4 天津空巢老人生活状况分析
 - 5.2.5 天津养老产业规划编制完成
 - 5.2.6 天津对养老事业发展提出更高要求
- 5.3 江浙地区
 - 5.3.1 江苏省老龄事业发展状况分析
 - 5.3.2 浙江省老年产业的发展分析
 - 5.3.3 绍兴推出老年旅游服务标准
 - 5.3.4 东台市养老服务业调查分析
 - 5.3.5 镇江市区老年人生活状况调查
- 5.4 广东省
 - 5.4.1 广东人口老龄化状况分析
 - 5.4.2 广东老年人生活方式及需求
 - 5.4.3 深圳支持民资办养老机构
 - 5.4.4 深圳老年人的四大特点分析
 - 5.4.5 江门养老服务业的发展分析
- 5.5 山东省
 - 5.5.1 山东省人口老龄化速度加快
 - 5.5.2 山东老龄产业发展潜力较大
 - 5.5.3 山东省老龄产业面临的挑战
 - 5.5.4 山东推出养老专项用地指标
 - 5.5.5 大连打造综合性老年用品产业园
- 5.6 湖北省
 - 5.6.1 湖北人口老龄化现状与趋势
 - 5.6.2 湖北农村老年人生活状况调查
 - 5.6.3 湖北老龄产业发展态势及对策
 - 5.6.4 湖北老年保健业供需状况及对策
 - 5.6.5 湖北老年用品市场现状全面解析

5.7 海南省

5.7.1 海南省社会养老服务体系的建设

5.7.2 海口市老年产业向高端化发展

5.7.3 海南养老医疗旅游业发展状况

5.7.4 海南异地养老的机遇与挑战

5.7.5 海南老龄事业发展“十二五”规划

5.8 其他地区

5.8.1 重庆养老地产的发展状况分析

5.8.2 河南以社区为平台的养老模式探索

5.8.3 安徽社会养老服务获财政资助

5.8.4 云南养老地产业迎来发展机遇

5.8.5 太原市中老年服装消费需求调查

5.8.6 兰州成立西北地区首家遗嘱库

第六章 2011-2013年中国老年住宅市场发展分析

6.1 国外老年人居住方式和相关福利政策

6.1.1 日本老年人住房类型与福利政策

6.1.2 英国老年人住房现状与福利政策

6.1.3 瑞典老年人住房现状与福利政策

6.1.4 美国老年人住房现状与福利政策

6.2 2011-2013年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 2011-2013年中国城市老年人居住现状分析

6.3.1 中国城市老年人居住现状和类型

6.3.2 对老年人居住方式的意愿分析

6.3.3 现行老年人居住政策存在的问题

6.4 2011-2013年中国养老地产发展状况分析

6.4.1 养老地产的特点和定位

6.4.2 养老地产需厘清的五个问题

6.4.3 养老地产的商业模式探析

6.4.4 养老地产的开发模式解析

- 6.4.5 2012年中国养老地产发展状况
 - 6.5 2011-2013年老年人对高端养老公寓的需求分析
 - 6.5.1 老年公寓的内涵及特点
 - 6.5.2 老年人入住养老公寓的动机
 - 6.5.3 选择养老公寓时考虑的因素
 - 6.5.4 住宅形式、套型空间及物理环境需求
 - 6.5.5 套内设施、建筑风格及周边配套的需求
 - 6.6 中国老年住宅业发展策略
- 第七章 2011-2013年中国养老服务市场发展分析
- 7.1 2011-2013年养老服务市场发展综述
 - 7.1.1 中国养老服务机构统计
 - 7.1.2 构建现代老年服务体系
 - 7.1.3 中国养老服务体系需加快发展
 - 7.1.4 中国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 我国城市社区养老的需求分析
 - 7.2.3 社区养老服务业市场前景广阔
 - 7.2.4 社区养老服务存在的问题与对策
 - 7.3 民办养老服务机构
 - 7.3.1 中国民办养老服务机构发展状况
 - 7.3.2 民办养老服务机构面临的问题
 - 7.3.3 中国需激发民办养老机构的活力
 - 7.3.4 养老机构可借鉴社会企业运作模式
 - 7.3.5 推进养老服务机构规范化发展
 - 7.4 长期照护服务
 - 7.4.1 国外老年护理制度模式解析
 - 7.4.2 中国老年护理产业发展现状
 - 7.4.3 中国长期照护产业发展机遇
 - 7.4.4 中国老年长期照护体系的构建
 - 7.4.5 中国长期护理保险的供需分析
 - 7.5 政府购买养老服务

- 7.5.1 国内外政府购买养老服务的差异
- 7.5.2 中国政府购买养老服务的必要性
- 7.5.3 中国政府购买养老服务模式分析
- 7.5.4 中国完善政府购买养老服务的措施
- 7.6 老年金融保险服务
 - 7.6.1 国内外商业养老保险税收政策分析
 - 7.6.2 购买商业养老保险的必要性
 - 7.6.3 商业养老保险迎来政策支持
 - 7.6.4 商业银行在养老服务中的作用
 - 7.6.5 民事信托对老年人的保障分析

第八章 2011-2013年中国老年用品市场发展分析

- 8.1 2011-2013年中国老年用品市场发展综述
 - 8.1.1 中国老年用品市场发展现状
 - 8.1.2 老年用品的颜色选择分析
 - 8.1.3 老年用品交易配送中心将建
 - 8.1.4 老年用品市场发展缓慢的原因
 - 8.1.5 老年用品的经营模式及营销策略
 - 8.1.6 城市商业布局应满足老年人购物需求
- 8.2 老年代步车市场
 - 8.2.1 老年代步车的概念及标准
 - 8.2.2 老年代步车存在形式多样
 - 8.2.3 中国老年代步车产业发展状况
 - 8.2.4 老年代步车的市场接纳程度
 - 8.2.5 老年代步车的营销策略分析
 - 8.2.6 电动轮椅车国标发布实施
- 8.3 老人手机市场
 - 8.3.1 老人手机的需求特点分析
 - 8.3.2 智能手机的老年用户增加
 - 8.3.3 中国老人手机行业发展状况
 - 8.3.4 老年手机品牌及消费者分析
 - 8.3.5 各大厂商抢占老年智能手机市场
 - 8.3.6 智能手机应对老龄化社会的建议

8.4 老年服饰市场

8.4.1 老年人服装消费需求分析

8.4.2 老年人服装市场发展现状

8.4.3 老年服装市场存在的主要问题

8.4.4 中老年服饰店的经营策略分析

8.4.5 老年纺织服装产业发展预测

8.4.6 老年服装的发展前景预测

8.5 老年化妆品市场

8.5.1 老年人化妆品市场发展状况

8.5.2 老年人对化妆品的需求分析

8.5.3 老年化妆品市场竞争策略分析

8.5.4 企业拓展老年化妆品市场的建议

8.5.5 中老年化妆品的广告策略分析

8.6 老年礼品市场

8.6.1 老年礼品市场发展现状分析

8.6.2 礼品公司探路老年礼品市场

8.6.3 海参畅销北方老年礼品市场

8.6.4 老年人杯壶礼品市场发展状况

8.6.5 老年家居礼品市场发展前景

第九章 2011-2013年中国老年医疗保健市场发展分析

9.1 2011-2013年中国老年医疗保健市场发展综述

9.1.1 中国老年人医疗及精神卫生状况

9.1.2 中国老年人医疗保健需求分析

9.1.3 老龄化或推动中国医疗费用增长

9.1.4 中国老年养生保健业发展态势

9.1.5 老年健康信息化服务发展分析

9.2 老年保健品市场

9.2.1 中国保健品市场全面解读

9.2.2 中老年保健品消费状况调查

9.2.3 老年保健品的消费者行为分析

9.2.4 老年保健品的营销策略分析

9.2.5 中国保健品行业的问题及对策

9.3 老年用药市场

9.3.1 老龄化推动中国药品市场扩容

9.3.2 中国老年人专用药市场难寻

9.3.3 国内外抗老年痴呆药物市场剖析

9.3.4 老年心血管中成药市场快速增长

9.3.5 中国老年人用药市场前景广阔

9.4 老年医疗器械市场

9.4.1 老龄化对医疗器械市场的影响

9.4.2 中国老年医疗器械产业发展背景

9.4.3 中国老年医疗器械市场发展状况

9.4.4 中老年一次性医疗器械产品前景

9.4.5 家用医疗器械的市场机遇分析

9.5 老年人助听器市场

9.5.1 助听器的发展简述

9.5.2 国内外助听器市场全面解析

9.5.3 中国老年人助听器市场需求

9.5.4 中国老年人助听器市场的问题

9.5.5 中国老年人助听器的消费特征

9.6 中老年失禁用品市场

9.6.1 全球成人失禁用品的高端趋势

9.6.2 中国中老年失禁用品需求增长

9.6.3 中国老年人的失禁用品消费观念

9.6.4 中国成人纸尿裤市场品牌调查

9.6.5 成人一次性纸尿布市场前景

第十章 2011-2013年中国老年娱乐文化市场发展分析

10.1 2011-2013年中国老年娱乐文化市场发展综述

10.1.1 国家政策推动老年文化建设

10.1.2 老年娱乐文化产业的市场机遇

10.1.3 中国老年人文化消费状况分析

10.1.4 中国老年人娱乐设施亟需发展

10.1.5 老年人公共文化服务有待提高

10.2 老年旅游市场

- 10.2.1 老年旅游市场具有巨大开发潜力
- 10.2.2 中国老年旅游市场的特征分析
- 10.2.3 影响老年旅游消费的因素分析
- 10.2.4 中国老年旅游市场的开发策略
- 10.2.5 中国老年旅游市场的发展趋势
- 10.3 老年教育市场
 - 10.3.1 中国老年教育产业发展现状
 - 10.3.2 老年教育发展的困境与对策
 - 10.3.3 中国老年教育课程创新分析
 - 10.3.4 中老年艺术培训市场发展状况
 - 10.3.5 天津市开通老年远程教育网站
- 10.4 老年图书报刊市场
 - 10.4.1 老年阅读行为及图书市场调查
 - 10.4.2 中国老年图书的营销策略分析
 - 10.4.3 中国老年书画图书市场发展分析
 - 10.4.4 老年报业的挑战及发展策略
 - 10.4.5 老年期刊的品牌提升策略
- 10.5 老年玩具市场
 - 10.5.1 国内外老年玩具市场分析
 - 10.5.2 中国老年玩具市场需求巨大
 - 10.5.3 中国老年玩具市场供给状况
 - 10.5.4 中国老年玩具市场开发困难
 - 10.5.5 老年玩具的营销策略分析
- 第十一章 2011-2013年中国老年市场重点企业分析
 - 11.1 恒安集团
 - 11.1.1 企业简介
 - 11.1.2 企业竞争力分析
 - 11.2 北京宝氏华商经济发展集团
 - 11.2.1 北京太阳城简介
 - 11.2.2 北京太阳城竞争力分析
 - 11.3 卓达集团
 - 11.3.1 企业简介

11.3.2 卓达集团竞争力分析

11.4 联众休闲产业集团有限公司

11.4.1 企业简介

11.4.2 企业竞争力分析

11.5 绿地集团

11.5.1 企业简介

11.5.2 企业竞争力分析

11.6 亲和源股份有限公司

11.6.1 企业简介

11.6.2 企业竞争力分析

11.7 泰康人寿保险股份有限公司

11.7.1 企业简介

11.7.2 企业竞争力分析

11.8 中国太平保险集团有限责任公司

11.8.1 企业简介

11.8.2 企业竞争力分析

第十二章 2011-2013年中国老年经济的投资机遇与风险防范

12.1 2011-2013年中国老年经济的投资状况

12.1.1 中国开放养老服务业投资

12.1.2 养老产业资金来源及投资方向

12.1.3 政府对养老服务投资力度加大

12.1.4 养老产业投资多元化发展

12.1.5 中国老年住宅投资机构分析

12.2 2011-2013年中国老年经济的投资机遇

12.2.1 养老服务业的投资机遇

12.2.2 老龄化带来的中长期投资机遇

12.2.3 老年人衣食住行领域投资机遇

12.2.4 长期护理和老年护理成为新亮点

12.2.5 老年市场小本创业项目投资机遇

12.3 2011-2013年保险公司投资养老产业分析

12.3.1 居家养老是未来发展趋势

12.3.2 保险企业投资养老地产的优势

12.3.3 投资养老产业对保险公司的作用

12.3.4 投资养老产业的具体实施策略

12.4 2011-2013年中国老年经济的投资风险及防范

12.4.1 老年经济的资本与政策风险

12.4.2 阻碍养老机构盈利的原因

12.4.3 投资养老地产的风险分析

12.4.4 将养老院当房地产投资存风险

12.4.5 投资老年产业的风险控制

12.5 2011-2013年中国老年经济的投资建议

12.5.1 需完善民资养老服务的优惠政策

12.5.2 投资养老经济需了解地理分布

12.5.3 投资养老服务机构的策略

12.5.4 投资老年用品专卖店的策略

第十三章 2014-2020年中国老年经济的发展前景与趋势预测

13.1 中国老年经济发展前景及趋势

13.1.1 老年经济发展前景广阔

13.1.2 老年经济发展前景需关注

13.1.3 老年经济有巨大的潜在市场

13.1.4 中国老年用品的发展趋势

13.2 中国老年经济发展预测

13.2.1 对2013-2017年中国老年经济发展预测分析

13.2.2 中国的老年市场需求预测

13.2.3 中国老年人的购买力预测

13.2.4 中国养老床位建设规模预测

13.2.5 老年护理服务和生活照料市场预测

第十四章 中国老年经济发展的政策背景解读

14.1 《中国老龄事业发展“十二五”规划》

14.1.1 “十二五”中国老龄事业的发展背景

14.1.2 “十二五”中国老龄事业的发展思路及目标

14.1.3 “十二五”中国老龄事业的主要任务

14.1.4 “十二五”中国老龄事业的发展保障措施

14.2 老年人权益保障的相关政策

- 14.2.1 《中共中央国务院关于加强老龄工作的决定》
- 14.2.2 《关于加强老年人优待工作的意见》
- 14.2.3 《中华人民共和国社会保险法》
- 14.2.4 《中华人民共和国老年人权益保障法》
- 14.3 养老服务业的相关政策
 - 14.3.1 《关于加快发展养老服务业的意见》
 - 14.3.2 《关于全面推进居家养老服务工作的意见》
 - 14.3.3 《社会养老服务体系规划建设规划（2011-2015）》
 - 14.3.4 《民政部关于鼓励和引导民间资本进入养老服务领域的实施意见》
 - 14.3.5 《民政部关于推进养老服务评估工作的指导意见》
- 14.4 养老机构的相关政策
 - 14.4.1 《关于老年服务机构有关税收政策问题的通知》
 - 14.4.2 《养老机构管理办法》
 - 14.4.3 《养老机构设立许可办法》
 - 14.4.4 2014年养老机构凭证确认许可

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201410/113814.html>