

2020-2025年中国高龄健康消费行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国高龄健康消费行业发展潜力分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/506139.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 高龄健康消费发展概况

第一节 产品概述

第二节 产品用途

第三节 行业发展周期

第二章 2019年高龄健康消费行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 中国高龄健康消费社会环境分析

一、人口环境分析

二、城乡居民收入

三、居民人均消费支出

四、居民消费支出结构

第三节 中国高龄健康消费行业政策环境分析

一、行业主管部门

二、产业相关政策分析

（一）《中华人民共和国食品卫生法》

（二）《中华人民共和国食品安全法实施条例》

（三）《保健食品管理办法》

（四）《保健食品说明书标签管理规定》

（五）《保健食品委托生产管理规范》

(六) 《保健食品广告审查暂行规定》

(七) 《关于加快发展养老服务业的若干意见》

三、行业政策规划

第四节 中国高龄健康消费行业技术环境分析

一、高龄健康消费技术发展概况

二、高龄健康消费技术工艺流程

第三章 中国高龄健康消费市场供需分析

第一节 中国高龄健康消费市场供给状况

一、高龄健康营养食品供给

二、高龄健康保健食品供给

(一) 增强免疫力功能产品

(二) 辅助降血脂功能产品

(三) 辅助降血糖功能产品

(四) 抗氧化功能产品

(五) 辅助降血压功能产品

(六) 改善睡眠功能产品

(七) 增加骨密度功能产品

三、高龄健康护理产品供给

(一) 纸尿裤

(二) 电动床

(三) 推车

(四) 康复仪

第二节 中国高龄健康消费市场需求状况

一、2015-2019年中国高龄健康消费需求分析

二、2020-2025年中国高龄健康消费需求预测

第三节 中国高龄健康消费市场价格状况

一、中国高龄健康消费价格分析

二、中国高龄健康消费价格预测

第四章 2019年高龄健康消费区域市场需求分析

第一节 华东

第二节 华北

第三节 东北

第四节 华南

第五节华中

第六节西部

第五章 2015-2019年高龄健康消费行业相关产业分析

第一节 老年人特征与消费能力分析

一、老年人的生理特征研究

(一) 老年人人体工程学

(二) 老年人的生理特征

(三) 老年人的生理需求

二、老年人的心理特征研究

(一) 老年人的心理特征

(二) 老年人的心理需求

三、老年人的行为活动特征

(一) 老年人活动分布圈

(二) 老年人的活动特性

四、老年人群购买力分析

(一) 老年人经济收入来源

(二) 老年人购买力正提升

第二节 中老年保健品市场细分

第三节 高龄健康消费群体分析

一、中国老龄化趋势分析

二、中国高龄人口情况分析

三、居民医疗保健支出分析

第六章 中国高龄健康消费渠道分析

第一节 高龄健康消费营销渠道对比分析

第二节 中国主要营养高龄健康消费销售渠道分析

一、药店

二、大型超市

三、电子商务

四、其他渠道

第三节 营养高龄健康消费销售渠道竞争分析

第四节 中国营养高龄健康消费市场营销策略建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、善用媒介---科学投放策略

三、终端制胜---软硬兼施见真功

四、广告创新---实效的增值之道

五、范式变革---企业角色转换

六、品牌营销---直面市场未来

七、科技应用---技术创新促发展

第七章 高龄健康消费保健品所属行业进出口数据分析

第一节 2015-2019年中国高龄健康消费保健品进口分析

一、2015-2019年保健品所属行业进出口

二、2019年保健品所属行业进出口统计

第二节 中国高龄健康消费保健品出口趋势

一、我国保健品出口基本趋于平稳

二、我国保健品出口面临的挑战

第八章 高龄健康消费主要生产厂商竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第四节 杭州蜂之语蜂业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第五节上海黄金搭档生物科技有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第六节东直门街道快乐老人配餐中心

- 一、机构基本情况
- 二、机构服务范围
- 三、机构管理情况

第九章 2020-2025年中国高龄健康消费行业发展趋势与前景分析

第一节 2020-2025年中国高龄健康消费行业投资环境分析

第二节 2020-2025年中国高龄健康消费行业投资前景分析

- 一、高龄健康消费行业发展前景
- 二、高龄健康消费发展趋势分析

第三节 2020-2025年中国高龄健康消费行业投资风险分析

- 一、市场风险及控制策略
- 二、政策风险及控制策略
- 三、经营风险及控制策略
- 四、食品安全风险及控制策略

第四节 2020-2025年高龄健康消费行业投资策略及建议

第十章 高龄健康消费企业投融资战略规划分析

第一节 高龄健康消费企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 高龄健康消费企业发展战略规划的制定原则

- 一、科学性
- 二、实践性
- 三、前瞻性
- 四、创新性
- 五、全面性
- 六、动态性

第三节 高龄健康消费企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第四节 高龄健康消费企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

图表目录：

图表1 中国高龄健康食品消费产品功能需求情况

图表2 2015-2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表3 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表4 2019年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表5 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表6 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 2015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/506139.html>