

# 2020-2026年中国老年人保 健品行业发展态势与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国老年人保健品行业发展态势与市场年度调研报告》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/202009/185655.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

到2015年，中国老年人的购买力将从2005年的人均1620美元，迅速扩展至4112美元，由此将会带来老年消费市场的快速增长。这是消费市场关注老年人的一个新的契机。我国老年人的人数增长很快，2013年底，我国老年人的人数将超过2亿，2030年会超过3亿人。老年人的收入水平也会不断提高，后来进入老年阶段的人的收入会比上一代老人的收入有所提高。财富的不断增加，文化教育水平、健康和生活质量方面需求的提高都会使老年人的购买力不断上升。企业和商家应当看到这一领域的巨大潜力，适时地引导消费市场向老年人市场转移。

如此快速的发展速度，使保健行业一直被业内人士看作朝阳产业。因此未来市场前景巨大，但是对投资来说却是危机重重。鉴于此，投资具有核心竞争力的产品和走主流投资渠道投资著名品牌这两种方式最为稳妥，但投资的竞争强度也会加大。

预测2015年至2050年间，老年人口消费潜力将从5万亿元左右增长到106万亿元左右。老年人口消费潜力预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国老年人保健品行业发展态势与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国老年人保健品行业市场发展环境、老年人保健品整体运行态势等，接着分析了中国老年人保健品行业市场运行的现状，然后介绍了老年人保健品市场竞争格局。随后，报告对老年人保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国老年人保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对老年人保健品产业有个系统的了解或者想投资中国老年人保健品行业，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：

第一部分产业市场调研

第一章中国老年人保健品产品品牌市场实地调研

第一节 中国老年人保健品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、老年人保健品产品品牌平均价格趋势分析

三、2020-2026年中国老年人保健品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国老年人保健品产品品牌价格因素分析

- 一、消费税调整对老年人保健品产品品牌价格的影响
- 二、零售环境的变化对老年人保健品产品品牌价格的影响
- 第三节 中国老年人保健品产品品牌市场消费状况分析
  - 一、中国老年人保健品产品品牌市场消费结构
  - 二、中国老年人保健品产品品牌市场消费特点
  - 三、影响中国老年人保健品产品品牌市场消费因素

## 第二章 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌市场结构调研

- 第一节 中国老年人保健品市场主要品牌发展分析
  - 一、中国老年人保健品市场主要品牌所占市场份额
  - 二、中国老年人保健品市场各品牌新动向监测
- 第二节 中国老年人保健品市场品牌排名调查
  - 一、按照销售额排名
  - 二、按市场份额排名
  - 三、按品牌知名度排名
  - 四、按消费者认可度排名
- 第三节 中国老年人保健品市场品牌发展新特色分析

## 第二部分 产业区域调研

### 第三章 中国老年人保健品所属行业区域市场需求状况预测

- 第一节 华北地区老年人保健品市场需求状况
  - 一、2014-2018年行业发展现状分析
  - 二、2014-2018年市场规模情况分析
  - 三、2020-2026年市场需求情况
  - 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测
- 第二节 东北地区老年人保健品市场规模研究
  - 一、2014-2018年行业发展现状分析
  - 二、2014-2018年市场规模情况分析
  - 三、2020-2026年市场需求情况
  - 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测
- 第三节 华东地区老年人保健品行业前景展望
  - 一、2014-2018年行业发展现状分析

- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第四节 华南地区老年人保健品市场需求预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第五节 华中地区老年人保健品行业发展潜力分析

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第六节 西南地区老年人保健品市场规模预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第七节 西北地区老年人保健品行业发展预测

- 一、2014-2018年行业发展现状分析
- 二、2014-2018年市场规模情况分析
- 三、2020-2026年市场需求情况
- 四、2020-2026年老年人保健品行业发展前景预测

### 第三部分 产业深度调研

#### 第四章 2014-2018年中国老年人保健品所属行业需求用户调研结果

##### 第一节 2014-2018年老年人保健品行业用户认知程度分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

##### 第二节 2014-2018年中国老年人保健品行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

## 第五章 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌上游市场调查情况

### 第一节 2014-2018年中国老年人保健品产品原材料生产情况调查

- 一、中国老年人保健品产品原材料产量调查分析
- 二、中国老年人保健品产品原材料生产区域结构调查
- 三、2020-2026年中国老年人保健品产品原材料生产规模预测

### 第二节 中国老年人保健品产品原材料价格走势调查

- 一、中国老年人保健品产品原材料历年价格趋势调查
- 二、老年人保健品产品原材料未来走势预测
- 三、老年人保健品产品原材料价格走势对企业影响
  - 1、短期影响分析研究
  - 2、长期影响分析研究
  - 3、产品原材料成本敏感度

### 第三节 2014-2018年中国老年人保健品产品生产现状概况

- 一、2014-2018年中国老年人保健品产品生产规模调查
- 二、2014-2018年中国老年人保健品产品生产结构调查
- 三、2020-2026年中国老年人保健品产品产量预测

## 第六章 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌下游经销商调查

### 第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

### 第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究

## 四、营销策略探讨

### 第三节 连锁店

#### 一、畅销产品品牌调查分析

#### 二、不同品牌产品市场占有率分析

#### 三、营销渠道分析研究

## 四、营销策略探讨

### 第四节 经销商

## 第四部分 产业渠道调研

### 第七章 2020-2026年中国老年人保健品所属行业品牌分销商渠道评估研究

#### 第一节 中国老年人保健品行业品牌有效铺货率分析

#### 第二节 主要老年人保健品行业品牌有效铺货率比较

#### 第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

### 第八章 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌销售渠道与营销策略解析

#### 第一节 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌销售渠道模式研究

##### 一、2014-2018年中国老年人保健品产品品牌渠道销售现状调查

##### 二、2014-2018年中国老年人保健品产品品牌营销渠道调研

##### 三、2014-2018年中国老年人保健品产品品牌渠道发展机遇

##### 四、2014-2018年中国老年人保健品产品品牌发展策略

##### 五、2014-2018年渠道策略及营销策略运作案例分析

##### 六、2020-2026年品牌新品研发多元化趋势探析

#### 第二节 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌市场策略点评

##### 一、价格策略点评

##### 二、渠道策略点评

#### 第三节 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌销售策略研究

##### 一、媒介选择策略

##### 二、产品定位策略

##### 三、企业宣传策略

#### 第四节 2014-2018年中国老年人保健品产品品牌营销渠道探讨

##### 一、市场营销战术及管理

##### 二、老年人保健品产品品牌营销的发展之道

### 三、中国老年人保健品品牌市场营销渠道探讨

#### 第九章 2014-2018年中国老年人保健品行业竞争对手渠道模式

##### 第一节 老年人保健品市场渠道情况

在保健品的购买渠道上，“保健品专卖店/厂家直营店/厂家经销商”、“大型药店/药房”是老年人首选的两个渠道，分别占到38.0%和35.0%。对于“销售人员上门/电话推销”、“电视购物”的接受程度较低；而“网络购物”的方式正逐渐被老年消费者接受。在渠道选择上，“资质国家认证，品质放心”、“品牌大，有保障”、“亲朋好友介绍”能够让老年消费者觉得可靠，放心。老年人保健品的购买渠道

##### 第二节 老年人保健品竞争对手渠道模式

##### 第三节 老年人保健品直营代理分布情况

#### 第五部分 产业发展态势

#### 第十章 2014-2018年中国老年人保健品行业竞争力与发展态势研究

##### 第一节 2014-2018年中国老年人保健品行业集中度分析

###### 一、企业数量及地区分布

###### 二、行业集中度分析

###### 三、地域分布情况

##### 第二节 2014-2018年中国老年人保健品企业竞争状况

###### 一、领导企业的市场力量

###### 二、品牌竞争格局分析

###### 三、企业竞争组群分析

###### 四、各竞争组群的SWOT分析

###### 五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

##### 第三节 2014-2018年中国老年人保健品行业竞争力分析

###### 一、2014-2018年老年人保健品行业竞争分析

###### 二、2014-2018年中外老年人保健品产品竞争力比较分析

###### 三、2014-2018年中国老年人保健品市场竞争格局分析

###### 四、2014-2018年国内主要老年人保健品企业动向研究

##### 第四节 2020-2026年老年人保健品行业竞争态势展望

## 第十一章中国老年人保健品行业重点企业经营分析

### 第一节 脑白金

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第二节 瑞年氨基酸片

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第三节 黄金搭档

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第五节 静心口服液

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第六节 静心口服液

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

## 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第七节 静心口服液

#### 一、品牌渠道结构

#### 二、品牌渠道建设及管理

#### 三、品牌渠道利润设计

#### 四、品牌渠道建设对销售市场的影响

#### 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第八节 静心口服液

#### 一、品牌渠道结构

#### 二、品牌渠道建设及管理

#### 三、品牌渠道利润设计

#### 四、品牌渠道建设对销售市场的影响

#### 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第九节 静心口服液

#### 一、品牌渠道结构

#### 二、品牌渠道建设及管理

#### 三、品牌渠道利润设计

#### 四、品牌渠道建设对销售市场的影响

#### 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

### 第十节 静心口服液

#### 一、品牌渠道结构

#### 二、品牌渠道建设及管理

#### 三、品牌渠道利润设计

#### 四、品牌渠道建设对销售市场的影响

#### 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

## 第十二章 中国老年人保健品行业供需预测与发展趋势

### 第一节 2020-2026年中国老年人保健品行业未来发展趋势研究

#### 一、未来行业发展环境

#### 二、未来行业发展方向

#### 三、未来行业发展预测

### 第二节 2020-2026年老年人保健品行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2020-2026年老年人保健品行业总资产预测

第四节 2020-2026年老年人保健品行业工业总产值预测

第五节 2020-2026年老年人保健品行业销售收入预测

第六节 2020-2026年中国老年人保健品行业盈利能力预测

第六部分 产业投资策略

第十三章 2020-2026年中国老年人保健品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国老年人保健品行业SWOT模型分析

第二节 中国老年人保健品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2020-2026年中国老年人保健品行业投资风险预警

一、贸易战风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国老年人保健品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国老年人保健品项目行业可行性分析研究

第十四章 老年人保健品行业投资战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

## 七、竞争战略规划

### 第二节 对中国老年人保健品行业品牌的战略思考

- 一、老年人保健品行业品牌的重要性
- 二、老年人保健品行业实施品牌战略的意义
- 三、老年人保健品行业企业品牌的现状分析
- 四、中国老年人保健品行业企业的品牌战略
- 五、老年人保健品行业品牌战略管理的策略

### 第三节 老年人保健品行业经营策略分析

- 一、老年人保健品行业市场细分策略
- 二、老年人保健品行业市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、老年人保健品行业新产品差异化战略

### 第四节 老年人保健品行业投资战略研究

- 一、2018年老年人保健品行业投资战略
- 二、2020-2026年老年人保健品行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

#### 图表目录：

图表：2011-2018年中国老年人保健品市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2011-2018年中国老年人保健品市场各品牌新动向监测数据

图表：2011-2018年中国老年人保健品市场品牌排名调查情况

图表：2018年中国老年人保健品品牌按照销售额排名

图表：2018年中国老年人保健品品牌按市场份额排名

图表：2018年中国老年人保健品品牌按品牌知名度排名

图表：2018年中国老年人保健品品牌按消费者认可度排名

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业市场规模调研

图表：2011-2018年全球老年人保健品行业市场规模调研

图表：2011-2018年中国老年人保健品重要数据指标比较

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业销售数据统计

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业利润走势表

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业资产数据情况

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业进口数据统计

图表：2011-2018年中国老年人保健品行业出口数据统计

图表：2018年中国老年人保健品品牌竞争力前十名排名

图表：2018年中国老年人保健品品牌发展潜力前十名排名

图表：2014-2018年中国消费者收入水平调查

图表：2014-2018年中国消费者信心指数数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185655.html>