

# 2019年中国老年人保健品行业现状 研究分析与市场前景预测报告

中国市场报告网

360baogao.com

## 报告介绍

报告名称：2019年中国老年人保健品行业现状研究分析与市场前景预测报告

报告编号：1A0538A

报告价格：纸质版：7800元 电子版：8000元 纸质+电子版：8200元

优惠价格：7200元

咨询电话：400 612 8668、010-66181099、010-66182099 传真：010-66183099

咨询邮箱：[kf@360baogao.com](mailto:kf@360baogao.com)

在线阅读：<http://www.360Baogao.com/2014-06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html>

温馨提示：如需英文、日文等其他语言版本报告，请向客服咨询。

报告目录：

老年人保健品具有调节人体机能、增进健康的功能。随着人们生活水平的逐步提高，对自身的健康日益重视，对老年人保健品的需求日益升温，为健康投资已经成为一种趋势。近年来，老年人保健品行业已经迅速发展成为一个独特的产业，老年人保健品行业势必将成为我们经济新增长点和战略产业，我国老年人保健品行业将进入高速发展阶段。随着中国人口年龄结构的老龄化，慢性疾病的发病率明显上升，保健品需求将会大大增加。2013年，我国65岁以上人口占总人口的12.16%，预计到2050年中国老龄人口将达到总人口的三分之一，老龄化加速以及消费能力和消费意识的提高为老年人医疗保健产业带来了巨大的发展空间。伴随人口老龄化，心脑血管、关节炎等各种慢性病发病率越来越高，这绝不是单靠药物所能解决的，具有各种功能的保健品受到人们的欢迎。截至2013年底，全国保健食品生产企业共有2102家，2013年产值约2987多亿元，其中老年保健品约为582.47，同比增长21.4%，占保健品总产值的19.5%。近年来，人们对健康的需求愿望越来越强，老年人希望更长寿、更健康，年轻人随着生产压力的提高，也想通过保健食品缓解体力疲劳，增加免疫力等等，可以看出老年人保健品需求越来越大。

### 第一章 老年人保健品相关概述

#### 第一节 老年人保健品基本介绍

- 一、老年人保健品的定义
- 二、老年人保健品的特点
- 三、老年人保健品的分类

#### 第二节 老年人保健品行业发展成熟度分析

Research Status Chinese health products industry in 2014 aged analysis and market forecast report

- 一、产业链结构分析
- 二、行业发展周期分析
- 三、行业中外市场成熟度对比

#### 四、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 2018年全球老年人保健品行业分析

#### 第一节 全球老年人保健品行业发展综述

- 一、全球保健食品市场发展概况
- 二、世界老年人保健品的消费形势分析
- 三、世界补钙类老年人保健品行业发展概述
- 四、老年人保健品健康声明国外尚无统一标准
- 六、世界老年人保健品业的发展趋势

#### 第二节 全球主要国家老年人保健品行业发展概述

- 一、美国老年人保健品行业
- 二、日本老年人保健品行业
- 三、韩国老年人保健品行业
- 四、欧盟老年人保健品行业

### 第三章 2017-2018年中国老年人保健品行业分析

#### 第一节 我国老年人保健品行业发展概述

#### 第二节 中国老年人保健品行业发展特点

#### 第三节 中国老年人保健品行业存在的问题及对策

#### 第四节 中国老年人保健品行业发展趋势

### 第四章 2017-2018年中国老年人保健品行业上游市场分析

#### 第一节 2018年中国老年人保健品原材料市场

- 一、原材料产量
- 二、原材料生产区域
- 三、2019-2025年中国老年人保健品原材料生产规模预测

#### 第二节 中国老年人保健品原材料价格分析

- 一、中国老年人保健品原材料历年价格趋势
- 二、2019-2025年老年人保健品原材料未来走势预测

#### 第三节 2017-2018年中国老年人保健品生产现状概况

- 一、2017-2018年中国老年人保健品生产规模
- 二、2017-2018年中国老年人保健品生产结构
- 三、2019-2025年中国老年人保健品产量预测

### 第五章 2017-2018年中国老年人保健品行业下游市场分析

#### 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

###### 2014年中国老年人保健品行业现状研究分析与市场前景预测报告

- 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

### 第六章 2017-2018年中国老年人保健品行业区域市场需求状况预测

#### 第一节 2019-2025年中国老年人保健品市场需求状况

- 一、2017-2018年行业发展现状分析
- 二、2017-2018年市场规模情况分析
- 三、2017-2018年市场需求情况
- 四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第二节 2019-2025年华北地区老年人保健品市场需求状况

- 一、2017-2018年行业发展现状分析
- 二、2017-2018年市场规模情况分析
- 三、2017-2018年市场需求情况
- 四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第三节 2019-2025年东北地区老年人保健品市场规模研究

- 一、2017-2018年行业发展现状分析
- 二、2017-2018年市场规模情况分析
- 三、2017-2018年市场需求情况
- 四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第四节 2019-2025年华东地区老年人保健品行业前景展望

- 一、2017-2018年行业发展现状分析
- 二、2017-2018年市场规模情况分析
- 三、2017-2018年市场需求情况
- 四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第五节 2019-2025年华南地区老年人保健品市场需求预测

- 一、2017-2018年行业发展现状分析

二、2017-2018年市场规模情况分析

三、2017-2018年市场需求情况

四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第六节 2019-2025年华中地区老年人保健品行业发展潜力分析

一、2017-2018年行业发展现状分析

二、2017-2018年市场规模情况分析

三、2017-2018年市场需求情况

四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第七节 2019-2025年西南地区老年人保健品市场规模预测

一、2017-2018年行业发展现状分析

二、2017-2018年市场规模情况分析

三、2017-2018年市场需求情况

四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

#### 第八节 2019-2025年西北地区老年人保健品行业发展预测

一、2017-2018年行业发展现状分析

二、2017-2018年市场规模情况分析

三、2017-2018年市场需求情况

四、2019-2025年老年人保健品行业发展前景预测

### 第七章 中国老年人保健品行业重点品牌企业经营策略

#### 第一节 脑白金

一、企业发展概述

二、企业主营业务

三、企业发展优势分析

四、2017-2018年企业经营分析

五、2019-2025年企业发展战略

#### 第二节 瑞年氨基酸片

一、企业发展概述

二、企业主营业务

三、企业发展优势分析

四、2017-2018年企业经营分析

五、2019-2025年企业发展战略

#### 第三节 黄金搭档

一、企业发展概述

二、企业主营业务

三、企业发展优势分析

四、2017-2018年企业经营分析

## 五、2019-2025年企业发展战略

### 第五节 静心口服液

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

#### 三、企业发展优势分析

在线阅读: <http://www.360Baogao.com/2014->

[06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html](http://www.360Baogao.com/2014-06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html)

#### 四、2017-2018年企业经营分析

#### 五、2019-2025年企业发展战略

### 第六节 汤臣倍健

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

#### 三、企业发展优势分析

#### 四、2017-2018年企业经营分析

#### 五、2019-2025年企业发展战略

### 第七节 华兰

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

#### 三、企业发展优势分析

#### 四、2017-2018年企业经营分析

#### 五、2019-2025年企业发展战略

### 第八节 京润

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

#### 三、企业发展优势分析

#### 四、2017-2018年企业经营分析

#### 五、2019-2025年企业发展战略

### 第九节 长生岛

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

#### 三、企业发展优势分析

#### 四、2017-2018年企业经营分析

#### 五、2019-2025年企业发展战略

### 第十节 国珍

#### 一、企业发展概述

#### 二、企业主营业务

- 三、企业发展优势分析
- 四、2017-2018年企业经营分析
- 五、2019-2025年企业发展战略

## 第八章 中国老年人保健品行业供需预测与发展趋势

### 第一节 2019-2025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\_咨,询,电,话,0,1,0,-,66,1,8,1,0,9,9
- 三、未来行业发展预测

### 第二节 2019-2025年中国老年人保健品市场发展前景

- 一、2019-2025年中国老年人保健品市场发展潜力  
2014高齢者の分析と市場予測レポートの研究の状況、中国の健康食品産業
- 二、2019-2025年中国老年人保健品市场发展前景展望
- 三、2019-2025年中国老年人保健品细分行业发展前景分析

### 第三节 2019-2025年中国老年人保健品市场发展趋势预测

- 一、2019-2025年中国老年人保健品行业发展趋势
- 二、2019-2025年中国老年人保健品市场规模预测
- 三、2019-2025年中国老年人保健品行业应用趋势预测
- 四、2019-2025年中国老年人保健品细分市场发展趋势预测

### 第四节 2019-2025年中国老年人保健品行业供需预测

- 一、2019-2025年中国老年人保健品行业供给预测
- 二、2019-2025年中国老年人保健品行业产量预测
- 三、2019-2025年中国老年人保健品市场销量预测
- 四、2019-2025年中国老年人保健品行业需求预测

### 第五节 2019-2025年老年人保健品行业总资产预测

### 第六节 2019-2025年老年人保健品行业工业总产值预测

### 第七节 2019-2025年老年人保健品行业销售收入预测

### 第八节 2019-2025年中国老年人保健品行业盈利能力预测

## 第九章 2019-2025年中国老年人保健品行业投资价值与投资策略

### 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 2019-2025年中国老年人保健品行业投资风险预警

- 一、金融危机风险预警
- 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 济研：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

第十章 研究结论及投资建议

2014 nián zhōngguó lǎonián rén bǎojiàn pǐnháng yè xiànzhuàng yánjiū fēnxī yǔ shìchǎng qiánjǐng yùcè bàogào

第一节 中国老年人保健品行业研究结论及建议

第二节 中国老年人保健品子行业研究结论及建议

第三节 北‘京’济‘研’：中国老年人保健品行业投资建议

图表目录

图表 2014-2018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 2014-2018年中国老年人保健品市场各品牌新动向监测数据

图表 2014-2018年中国老年人保健品市场品牌排名调查情况

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌按照销售额排名

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌按市场份额排名

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌按品牌知名度排名

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌按消费者认可度排名

图表 2014-2018年中国老年人保健品行业市场规模调研

图表 2014-2018年全球老年人保健品行业市场规模调研

图表 2014-2018年中国老年人保健品重要数据指标比较

图表 2014-2018年中国老年人保健品行业销售数据统计

图表 2014-2018年中国老年人保健品行业利润走势表

图表 2014-2018年中国老年人保健品行业资产数据情况

图表 2014-2018年中国老年人保健品行业进口数据统计

.....

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌竞争力前十名排名

图表 2014-2018年中国老年人保健品品牌发展潜力前十名排名

图表 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

略.....

订购《2019年中国老年人保健品行业现状研究分析与市场前景预测报告》，报告编号：1A0538A，



请拨打：400 612 8668、010-66181099、010-66182099

Email: [kf@360baogao.com](mailto:kf@360baogao.com), 传真: 010-66183099

在线阅读: <http://www.360Baogao.com/2014->

[06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html](http://www.360Baogao.com/2014-06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html)

## 相关报告

- ※ 中国老年人保健品市场调研与发展趋势预测报告（2018年）
- ※ 2013-2018年中国老年人保健品行业现状研究及未来走势分析报告
- ※ 2013-2017年中国老年人保健品行业研究与分析预测报告
- ※ 中国老年人保健品行业现状调查分析及发展趋势预测报告（2018年版）
- ※ 2018-2025年全球及中国生物银行行业现状研究分析及发展趋势预测报告
- ※ 中国保健品行业市场调查研究及发展前景预测报告（2019年版）
- ※ 营养保健品行业现状调研分析及市场前景预测报告（2019版）
- ※ 2018-2025年全球及中国流动外科和急救中心服务行业研究分析及市场前景预测报告
- ※ 2019年中国孕妇营养保健品行业现状调研及发展趋势预测报告
- ※ 中国蜂王浆行业现状调研与未来前景趋势报告（2019年）
- ※ 2018-2025年中国麻醉药市场现状调研分析及发展趋势报告
- ※ 2019年中国保健红糖现状调研及市场前景走势分析报告
- ※ 2019年中国补脑型保健品市场调查分析与发展前景研究报告
- ※ 中国改善皮肤油份保健品行业发展回顾与市场前景预测报告（2019-2025年）

在线阅读：<http://www.360Baogao.com/2014-06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html>

## 相关资讯

2014年6月16日

《今日最新闻》7旬老人猝死 家人指保健品惹祸

《今日最新闻》7旬老人猝死 家人指保健品惹祸相关视频 《今日最新闻》7旬老人猝死 家... 0 热门视频 正在加载...请稍等~ 喜欢 分享到: .....

2014年6月16日

视频:老人猝死 家人指保健品惹祸

无良商家借保健品骗老人家棺材本的事,我们说过不少。今天(6月15日),有广州花都街坊就向我们爆料说:有些保健品不仅要钱,还要命!他们家有位老人家,就是误信.....

2014年6月17日

保健品变药品 老人购买需谨慎

这些虚假宣传的违法行为,均针对老年人普遍体弱多病并且期望恢复健康的心理特点。今年5月,有消费者向该局举报,开封一些销售食品、保健品的商店有不真实和夸大宣传的.....

2014年6月19日

[提醒]保健品变药品陷阱多 老年人购买需谨慎

[提醒]保健品变药品陷阱多 老年人购买需谨慎---成都市工商局提示广大消费者,保健品不具备治疗作用,保健品的标签、说明书和广告不得宣传或暗示疗效。如果感觉身体.....

2014年6月18日

老年人吃什么营养品好

一进入老年时期,人的各种生理机能便逐渐衰退,出现两鬓斑白、耳聋眼花、皮松肌萎、皱纹增多、腰酸背痛、步履蹒跚、抵抗力下降,疾病频频,这是生命的必然过程。世上绝无.....

2014年6月18日

[烟台]用免费保健品需交2800元押金 老人疑是非法集资

昨日,聚焦保健品市场”推出了首篇文章《保健品推销陷阱专“钓”老年人》后,引起读者强烈反响,我们的热线电话接到了数名老年人及其子女的投诉,反映家里老人购买暴利.....

2014年6月19日

保健品变药品陷阱多 老年人购买需谨慎

保健品变药品陷阱多 老年人购买需谨慎 新华网成都6月19日电(记者李倩薇)保健品“摇身一变”成

药品,免费开讲座、免费体检、安排“使用者”现身说法、甚至安排免费……

2014年6月18日

用免费保健品需交2800元押金 老人疑是非法集资

17日,本报系列报道“聚焦保健品市场”推出了首篇文章《保健品推销陷阱专“钓”老年人》后,引起读者强烈反响,我们的热线电话接到了数名老年人及其子女的投诉,反映家……

在线阅读: <http://www.360Baogao.com/2014-06/LaoNianRenBaoJianPinShiChangYuCeBaoGao.html>