

2017-2022年中国养老金融服务行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国养老金融服务行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/301486.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

老人消费集中在刚需领域，非必需品支出占比不高。根据第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查，2014年我国城乡老年人人均消费支出为14764元。其中，日常生活支出占56.5%；非经常性支出占17.3%；医疗费支出占12.8%；家庭转移支出占9.0%；文化活动支出占3.2%；其他支出占1.2%。从老人消费支出结构看，我国老人消费集中在日常生活必需品支出，而文化活动等其他非刚需支出占比不高，总体消费意愿不强。人口老龄化在总量上将不利于消费增长。

由老人身体特征决定，老人消费潜力释放是在重度老龄化阶段。根据老年人的身体特征，大致可以划分为三个阶段：第一阶段，身体状况良好，具有独立生活能力，需求主要为日常生活相关；第二阶段，处于失能和半失能状态，需要生活协助；第三阶段，处于完全失能、失智及临终阶段，需要完全护理。第二、三阶段一般发生在重度老龄化社会，生活协助、完全护理、临终关怀、殡葬等刚需支出将显著增加。

身体特征决定了老年人需求特点

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 养老金融服务行业相关概述

1.1 服务的内涵与特征

1.1.1 服务的内涵

1.1.2 服务的特征

1.2 养老金融服务行业相关概述

1.2.1 养老金融服务行业的定义

1.2.2 养老金融服务行业的分类

1.2.3 养老金融服务行业的产业链结构

1.2.4 养老金融服务行业在国民经济中的地位

1.3 养老金融服务行业统计标准介绍

1.3.1 行业统计部门和统计口径

1.3.2 行业研究机构介绍

1.3.3 行业主要统计方法介绍

1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

第二章 中国养老金融服务行业发展环境

2.1 中国养老金融服务行业政策法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 中国养老金融服务行业经济环境分析

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 中国养老金融服务行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境分析

2.3.2 社会发展对行业的影响分析

2.4 中国养老金融服务行业消费环境分析

2.4.1 行业消费驱动分析

2.4.2 行业消费需求特点

2.4.3 行业消费群体分析

2.4.4 消费环境对行业的影响分析

第三章 中国养老金融服务行业发展概述

3.1 中国养老金融服务行业发展状况分析

3.1.1 中国养老金融服务行业发展阶段

3.1.2 中国养老金融服务行业发展总体概况

3.1.3 中国养老金融服务行业发展特点分析

3.1.4 中国养老金融服务行业商业模式分析

3.2 2014-2016年养老金融服务行业发展现状

中国目前老年人口集中在60-69岁，尚未进入重度老龄化阶段。截至2015年底，我国60岁以上人口为2.1亿人，占总人口的15.2%。其中，60-69岁人口占比56.1%；70-79岁占比30%；80岁及以上人口占比仅为13.9%。失能、半失能老年人约4000万人，占老年人口的比重为19%。除中高齡老年人口占比不高外，现在的中高齡老年人口子女普遍较多（3-4个子女），老年人丧偶率较低（2015年老年人口中有配偶的占比71.6%），因此社会压力尚未显现。

2015年中国老年人口特征

类别

低龄

中龄

高龄

60-69岁

70-79岁

80岁及以上

人口占比

56.10%

30.00%

13.90%

平均子女数

2.5人

3.4人

4.1人

中国人口平均预期寿命

3.2.1 2014-2016年中国养老金融服务行业市场规模

3.2.2 2014-2016年中国养老金融服务行业发展分析

3.2.3 2014-2016年中国养老金融服务企业发展分析

3.3 2014-2016年中国养老金融服务行业市场供需分析

3.3.1 中国养老金融服务行业供给分析

3.3.2 中国养老金融服务行业需求分析

3.3.3 中国养老金融服务行业供需平衡

第四章 中国养老金融服务行业趋势预测分析

4.1 2017-2022年中国养老金融服务市场趋势预测

4.1.1 2017-2022年养老金融服务市场发展潜力

4.1.2 2017-2022年养老金融服务市场趋势预测展望

4.1.3 2017-2022年养老金融服务细分行业趋势预测分析

4.2 2017-2022年中国养老金融服务市场发展趋势预测

4.2.1 2017-2022年养老金融服务行业发展趋势

4.2.2 2017-2022年养老金融服务市场规模预测

4.2.3 2017-2022年养老金融服务行业应用趋势预测

4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

4.3 2017-2022年养老金融服务行业投资前景分析

4.3.1 行业政策风险

4.3.2 宏观经济风险

4.3.3 市场竞争风险

4.3.4 关联产业风险

4.3.5 其他投资前景

4.4 2017-2022年中国养老金融服务行业面临的困境及对策

4.4.1 中国养老金融服务行业面临的困境及对策

1、中国养老金融服务行业面临困境

2、中国养老金融服务行业对策探讨

4.4.2 中国养老金融服务企业发展困境及策略分析

1、中国养老金融服务企业面临的困境

2、中国养老金融服务企业的对策探讨

4.4.3 国内养老金融服务企业的出路分析

第五章 中国养老金融服务行业服务领域分析

5.1 养老金融服务行业服务领域概况

5.1.1 行业主要服务领域

5.1.2 行业服务结构分析

5.1.3 服务发展趋势分析

5.1.4 服务策略建议

5.2 服务领域一

5.2.1 市场发展现状概述

5.2.2 行业市场应用规模

5.2.3 行业市场需求分析

5.3 服务领域二

5.3.1 市场发展现状概述

5.3.2 行业市场应用规模

5.3.3 行业市场需求分析

5.4 服务领域三

5.4.1 市场发展现状概述

5.4.2 行业市场应用规模

5.4.3 行业市场需求分析

第六章 中国养老金融服务行业市场竞争格局分析

6.1 养老金融服务行业竞争格局分析

6.1.1 养老金融服务行业区域分布格局

6.1.2 养老金融服务行业企业规模格局

6.1.3 养老金融服务行业企业性质格局

6.2 养老金融服务行业竞争状况分析

6.2.1 养老金融服务行业上游议价能力

6.2.2 养老金融服务行业下游议价能力

6.2.3 养老金融服务行业新进入者威胁

6.2.4 养老金融服务行业替代产品威胁

6.2.5 养老金融服务行业内部竞争分析

6.3 养老金融服务行业投资兼并重组整合分析

6.3.1 投资兼并重组现状

6.3.2 投资兼并重组案例

6.3.3 投资兼并重组趋势

第七章 中国养老金融服务行业企业经营分析

7.1 A公司经营分析

7.1.1 企业发展基本情况

7.1.2 企业主要服务分析

7.1.3 企业竞争优势分析

7.1.4 企业经营状况分析

7.1.5 企业最新发展动态

7.1.6 企业投资前景分析

7.2 B公司经营分析

7.2.1 企业发展基本情况

7.2.2 企业主要服务分析

7.2.3 企业竞争优势分析

7.2.4 企业经营状况分析

7.2.5 企业最新发展动态

7.2.6 企业投资前景分析

7.3 C公司经营分析

7.3.1 企业发展基本情况

7.3.2 企业主要服务分析

7.3.3 企业竞争优势分析

7.3.4 企业经营状况分析

7.3.5 企业最新发展动态

7.3.6 企业投资前景分析

7.4 D公司经营分析

7.4.1 企业发展基本情况

7.4.2 企业主要服务分析

7.4.3 企业竞争优势分析

7.4.4 企业经营状况分析

7.4.5 企业最新发展动态

7.4.6 企业投资前景分析

第八章 互联网对养老金融服务行业的影响分析

8.1 互联网对养老金融服务行业的影响

8.1.1 智能服务设备发展情况分析

1、智能服务设备发展概况

2、主要服务APP应用情况

8.1.2 服务智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、服务APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

8.1.3 智能设备对养老金融服务行业的影响分析

1、智能设备对养老金融服务行业的影响

2、服务智能设备的发展趋势分析

8.2 互联网+服务发展模式分析

8.2.1 互联网+服务商业模式解析

1、商业模式一

（1）服务模式

（2）盈利模式

2、商业模式二

（1）服务模式

（2）盈利模式

8.2.2 互联网+服务案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

8.3 互联网背景下养老金融服务行业发展趋势分析

第九章 养老金融服务企业市场营销策略探讨

9.1 服务营销的特点

9.1.1 服务产品的无形性

9.1.2 服务的不可分离性

9.1.3 服务产品的可变性

9.1.4 服务产品的易失性

9.2 养老金融服务企业的营销策略

9.2.1 内部营销与交互作用营销

9.2.2 差别化管理

9.2.3 服务质量管理

9.2.4 平衡供求的策略

9.3 养老金融服务企业提高服务质量的营销策略

9.3.1 服务质量的主要影响因素模型

9.3.2 服务质量影响因素关系分析

9.3.3 养老金融服务企业提高服务质量的营销策略分析

9.4 养老金融服务企业的品牌营销

9.4.1 养老金融服务企业品牌营销中存在的问题

1、品牌营销处于初级阶段

2、缺乏品牌塑造意愿

3、服务品牌理念脱离实质

4、品牌营销定位不具备持续价值

9.4.2 养老金融服务企业品牌营销策略分析

1、实行差异化的服务

2、树立服务品牌营销意识

3、提高顾客满意度与忠诚度

4、打造高品质的企业服务文化

第十章 研究结论及建议

10.1 研究结论

10.2 建议

10.2.1 行业投资策略建议

10.2.2 行业投资方向建议

10.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：养老金融服务行业服务特点

图表：养老金融服务产业链分析

图表：养老金融服务行业生命周期

图表：养老金融服务行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2016年中国养老金融服务行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国养老金融服务行业市场规模预测

图表：养老金融服务行业营销策略建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301486.html>