

B

老龄蓝皮书®

BLUE BOOK OF AGING

中国老龄产业 发展报告 (2014)

CHINA REPORT OF THE DEVELOPMENT
ON SILVER INDUSTRY (2014)

主 编/吴玉韶 党俊武

副主编/刘 芳 奥 彤 王莉莉



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2014
版

老龄蓝皮书

BLUE BOOK OF
AGING



中国老龄产业发展报告 (2014)

CHINA REPORT OF THE DEVELOPMENT ON SILVER INDUSTRY
(2014)

主 编 / 吴玉韶 党俊武
副主编 / 刘 芳 奥 彤 王莉莉



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国老龄产业发展报告. 2014/吴玉韶, 党俊武主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2014. 9 (2014. 10 重印)

(老龄蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 6281 - 3

I. ①中… II. ①吴… ②党… III. ①老龄产业 - 研究报告 -
中国 - 2014 IV. ①D669. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 164044 号

老龄蓝皮书

中国老龄产业发展报告 (2014)

主 编 / 吴玉韶 党俊武

副 主 编 / 刘 芳 奥 彤 王莉莉

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 桂 芳

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20.75 字 数: 335 千字

版 次 / 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 10 月第 2 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 6281 - 3

定 价 / 79.00 元

皮书序号 / B - 2013 - 285

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

《老龄蓝皮书》编委会

总顾问 邹 铭 陈传书 邬沧萍

顾 问 (按姓氏笔画排列)

刁海峰 王 庆 王 珣 王广州 王天夫
王绍忠 朱俊生 刘增瑞 李 军 李志宏
吴秋风 陆杰华 庞 涛 姚 远 原 新
曾 琦

主 编 吴玉韶 党俊武

副主编 刘 芳 奥 彤 王莉莉

编 委 (按姓氏笔画排列)

王琬璇 王莉莉 王燕妮 方建新
刘 芳 (执行) 许东耕 孙维江
严学旺 李 皖 (执行) 辛 涛
宋金红 张秋霞 张嫒嫒 陈 翔
欧阳铮 罗 萌 (执行) 金永生
贾国平 顾 刚 党俊武 郭 平
曹 健 魏彦彦 (执行)

撰著者 (按姓氏笔画排列)

王莉莉 王海涛 方 彧 曲嘉瑶 伍小兰
李 军 李 晶 李志宏 杨晓奇 陈俊华
罗晓晖 党俊武 董彭滔 翟德华 魏彦彦

主要编撰者简介

吴玉韶 北京师范大学管理学博士，副教授，现任全国老龄工作委员会办公室副主任、中国老龄科学研究中心主任。主要研究领域：社会保障、救灾救济、社会福利、社会救助、社会工作、老龄工作等。近年来，主持居家养老、基层老年协会、老年思想状况、老年精神文化、老龄工作体制机制等课题，出版专著《老龄工作实践与思考》，发表论文共计100多万字。

党俊武 中国老龄科学研究中心副主任，《老龄科学研究》杂志主编，全国养老服务业专家委员会副主任委员，经济学博士，出版专著《老龄社会引论》，曾参与《中共中央、国务院关于加强老龄工作的决定》、《中国老龄事业发展“十一五”规划》、《中国老龄事业的发展》（白皮书）等重要文件的起草工作，参与《中华人民共和国老年人权益保障法》修订工作，参与《国家应对人口老龄化战略研究》重大项目工作。曾获首届中国老年学学术成果奖。研究领域：老龄社会、老龄战略、老龄事业、老龄产业和老龄科学。

奥 彤 全球知名咨询机构——美国科特勒咨询集团（KMG）中国合伙人，北京颐生投资有限公司董事长；拥有多年区域发展战略规划、产业规划、城市运营、项目开发、旅游开发专业经验；近年来重点关注养老、养生产业链的发展研究，提出了“养老养生，从改变生活方式开始”的理念，开创了“颐养游”休闲养老模式，专注于全球休闲养老连锁机构的规划、投资、开发与运营。

王海涛 北京大学人口学博士，中国老龄科学研究中心老龄战略研究所副所长，副研究员。主要研究领域：老龄战略、老龄金融、老龄统计等。先后主

持十余项国家重大科研项目。发表了 20 余篇论文，作为主要作者出版了老龄科研图书 10 余部。

王莉莉 中国人民大学老年学博士，中国老龄科学研究中心老龄经济与产业研究所副所长，副研究员。主要研究领域：老龄服务、老龄产业、老龄政策等。主持和参与国家社科基金项目等 20 多项研究课题，发表论文 30 余篇，主持和参与编写《中国老龄事业发展报告（2013）》、《养老金经济学》、《日本养老保障制度》等老龄著作 10 余部。

李 晶 香港理工大学社会学博士，副研究员，中国老龄科学研究中心老龄社会与文化研究所所长，主要研究方向：农村社会学、老龄社会学、老龄社会政策。长期从事中国农村社会研究、老龄社会理论和政策研究。出版专著两部，主持和参与多项国家和部委重大课题。

伍小兰 中国人民大学社会老年学博士，中国老龄科学研究中心老年健康与宜居环境研究所副所长，副研究员，主要研究领域：老龄健康，老龄公共政策。十年来一直专注于我国老龄问题研究，在核心学术期刊发表论文十余篇，著有专著一部，参与多部图书的写作，主持和参与多项部委重大课题。

翟德华 中国老龄科学研究中心老龄统计与调查研究所副所长，高级统计师。主要研究领域：老龄统计与调查。十年来一直专注人口统计与调查方面的研究，发表论文 10 余篇，主持或参与 20 多项科研课题。

董彭滔 中国老龄科学研究中心老龄经济与产业研究所助理研究员。主要研究领域为老龄公共政策。先后参与多项重大科研项目，参与《中国老龄事业发展“十二五”规划》起草工作，主持或参与编写了多部学术著作，发表论文多篇。

摘 要

中国已经处于老龄社会初期阶段，正在向老龄化经济体转变，未来将成长为全球老龄产业市场潜力最大的国家。老龄产业是正在成长的新型综合性产业，也是老龄社会条件下的基础性产业、支柱性产业和战略性产业。发展老龄产业是发达国家调整产业战略的主攻方向之一，也是未来中国经济发展新的增长引擎。目前，中国老龄产业发展还比较缓慢，存在有效需求不足、产业结构不合理、产业组织发育迟缓、产业政策不明晰、体制机制不顺畅等问题。但放眼长远，大力发展老龄产业的走势已经十分明确，它既是未来中国宏观经济的重要组成部分，也是发展老龄经济和应对人口老龄化严峻挑战的战略选择。

全书分为总报告、行业篇、专题篇和附录四大部分。总报告中界定了老龄产业的概念和基本框架，阐述了中国老龄产业发展的现状、问题及原因，提出了未来中国老龄产业发展的八个战略着眼点。在行业篇中，分别介绍了老龄金融业、老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业四大老龄产业板块的概念、现状、主要问题及对策、发展趋势和需要进一步研究的内容。在专题篇中，对未来中国老龄产业的发展潜力进行了预测，指出到2020年，中国老年群体消费总量将占GDP的9%~13%，到2030年该值可上升到15%~23%；对中国老龄产业政策的发展历程、主要内容、基本特征和主要问题进行了阐述和剖析，提出了完善老龄产业政策的建议；并尝试构建了老龄产业标准体系和老龄产业统计指标体系。

关键词：人口老龄化 老龄产业 老龄经济

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1	中国老龄产业发展报告	党俊武 / 001
一	老龄产业的界定、基本框架、地位及其作用	/ 002
二	中国人口老龄化发展趋势中的产业效应	/ 027
三	对中国老龄产业发展前景的基本判断	/ 033
四	中国老龄产业的现状、问题及原因分析	/ 040
五	开发中国老龄产业的战略着眼点	/ 058

Ⅱ II 行业篇

Ⅱ.2	老龄金融业发展报告	王海涛 方 彧 陈俊华 / 062
Ⅱ.3	老龄用品业发展报告	伍小兰 魏彦彦 曲嘉瑶 / 093
Ⅱ.4	老龄服务业发展报告	王莉莉 杨晓奇 / 116
Ⅱ.5	老龄房地产业发展报告	董彭滔 李 晶 / 156

Ⅱ III 专题篇

Ⅱ.6	中国老龄产业发展预测研究	李 军 / 180
Ⅱ.7	中国老龄产业政策发展报告	李志宏 / 208



B.8	中国老龄产业标准体系研究	罗晓晖 李 晶 / 234
B.9	中国老龄产业统计指标体系研究	翟德华 / 268

B IV 附录

B.10	附录1 中国老龄用品业行业目录	/ 289
B.11	附录2 中国老龄服务业行业目录	/ 291
B.12	附录3 国内外现行老龄产业相关标准汇总	/ 294
B.13	附录4 中国老龄产业主要统计指标	/ 311
Abstract		/ 312
Contents		/ 314

总 报 告



General Report

BLUE BOOK . 1

中国老龄产业发展报告

党俊武*

摘 要:

中国已经处于老龄社会初期阶段,正在向老龄化经济体转变,也将成长为全球老龄产业市场潜力最大的国家。老龄产业是老龄社会条件下的基础性产业、支柱性产业和战略性产业,发展老龄产业是发达国家调整产业战略的主攻方向之一,也是未来中国经济发展的新的增长引擎。预测表明,到2050年,中国老龄产业的市场总容量将达到届时GDP的三成左右。但是,目前中国老龄产业开发刚刚起步,市场总量占GDP的份额相对较低,发展还比较缓慢,存在有效需求不足、产业结构不合理、产业组织发育迟缓、产业政策不明晰、体制机制不顺畅等诸多问题。需要全社会的共同努力和共同参与,特别需要政府有关部门改革创新、营造环境、破除障碍,但最重要

* 党俊武,中国老龄科学研究中心副主任,全国养老服务业专家委员会副主任委员、中国老年宜居研究中心主任,经济学博士。主要研究领域:老龄社会、老龄产业、老龄战略、老龄科学。

的是需要经济各行业的有识之士看清大势，研判大局，占领老龄产业发展的战略制高点，经过长期努力，成为世界老龄产业市场的领导者，为构建理想老龄社会，实现全体公民拥有有保障、健康、尊严、幸福的老年生活的中国梦奠定强大的经济基础。

关键词：

老龄产业 老龄经济 老龄化经济体

一 老龄产业的界定、基本框架、地位及其作用

（一）老龄产业的界定

老龄产业是面向全体公民老年期生产提供产品和服务的各相关产业部门组成的业态总称，包括四大板块，即老龄金融业、老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业四个有机组成部分。其中，老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业主要面向进入老年期的人群提供相应产品和服务，而老龄金融业除了面向进入老年期的人群提供相应金融服务（如老年理财服务）以外，主要是面向年轻人群提供老年期金融准备的相应服务。

老龄金融业是老龄产业的虚拟经济部分，关联国家的金融业和整个虚拟经济。金融是现代经济的核心，也是一个复合概念，它既包括货币形态的产品，也包括非货币形态的产品。从产品形态看，老龄金融产品包括银行储蓄类、证券类、保险类、基金类、信托类和房地产类等六大类产品。从某种意义上，老龄金融业是最能体现老龄产业内在含义的板块。老龄产业之所以称为老龄产业，旨在强调老年人是一个动态概念，蕴含积极老龄化的理念，即所有公民都要为自己的老年期做好充分准备。因此，从理论和实际看，老龄金融也是一个内涵丰富、外延广大的概念，只要是基于公民老年期进行跨时间的资源配置，都属于老龄金融的范畴^①。

^① 党俊武：《老龄金融是应对人口老龄化的战略制高点》，《老龄科学研究》2013年第5期。

老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业三大板块是老龄产业的实体经济部分，其终端主要是产品和服务，当然，实体经济形态的老龄产业也包括向终端产品转化的初级产品（例如原材料）和中间产品（例如医疗器械），涉及第一产业、第二产业和第三产业。在大数据时代和信息化发展的背景下，实体经济的老龄产业也涉及智能化、信息工程等产业。由于老龄产业横跨三次产业，无论是初级产品、中间产品还是终端产品，无论是虚拟经济的老龄金融，还是实体经济的老齡用品、老龄服务和老龄房地产，尽管它们的生产经营方式、生产经营形态、企业模式和流通方式各不相同，但它们的生产经营对象和范围都指向全体公民的老年期，因而，老龄产业成为它们共同的产业名称。

在人口年龄结构没有进入老龄化之前，社会上既有为老年人提供的产品，也有为老年人提供的服务，还有为老年期做的金融准备，例如养儿防老、多子多福就是跨时间的资源配置，即父母为自己的晚年所做的非货币形态的金融准备，这些都属于广义金融的范畴，但由于老年人口数量少而子女数量多导致老年人对产品的需求不大，而相应服务也大多是由家庭来完成的，特别是在商品经济和货币金融不发达的情况下，没有形成分工明确、具备规模效应的业态，故不能称其为老龄产业。之所以称之为老龄产业而不是老年产业，主要有五个方面的考虑：一是强调人口老龄化的催生效应。从历史上来说，从古到今一直都有老年人，但在过去没有形成针对终身生活特别是针对老年期的相应产业，人口老龄化的到来，不仅改变了人口结构，也改变了消费结构，从而改变了传统的产业结构。同时，人口老龄化带来了海量的老年人口，进而也带来了海量的产业需求。二是强调产业服务对象的动态性。老年人是一个动态概念，既指从中年人向老年人的转变，要求相应产品和服务的生产提供必须考虑这一转变的特性；又指低龄老年人向高龄老年人的转变、健康老年人向亚健康老年人和带病老年人的转变、独立生活老年人向半失能老年人和完全失能老年人的转变，要求相应产品和服务的生产提供必须考虑这三个转变带来的不同产业需求变动。三是强调老年期的特殊需求。老年人群既有和其他年龄群体共同的需求，也有其特殊需求。老龄产业的终端产品主要是针对公民老年期的特殊需求而言的。四是强调非老年人必须为自己的老年期生活做好充分准备。由于虚拟经济特别是现代金融经济的发展，年轻时为老年期做好充分金融准备成为可



能，等到老年时用自己的金融资产置换老龄用品和老龄服务，这是现当代和未来最重要的养老方式，也是老龄产业发展的内在要求。五是强调文化心理和产品服务营销的需要。衰老虽然是不可逆转的客观规律，但从文化心理上来说，人们特别是“准老年人”往往难以接受“老”的现实。例如，给50多岁的人送“老年用品”显然难以接受。对此，许多国家的产业界人士煞费苦心。例如，美国称之为“资深人士”，日本称之为“高龄者”，我国台湾、香港称之为“长者”等就是明证。因此，把整个老龄产业及其四大板块冠以“老龄”而不是老年之称谓，虽然也不是满意的名称，但至少能够符合人们的文化心理特性，更有利于生产商和服务商开拓产业。

根据以上分析，我们可以从三个层面来把握老龄产业的含义。

第一，老龄产业是一个企业集群。从产业主体来说，由于公民老年期需求的多元性、多层次性，生产提供各类老龄金融、老龄用品、老龄服务和老龄房地产产品的企业也是多种多样的。既有生产老龄用品的企业，也有提供老龄服务的企业，还有两者兼而经营的企业。既有提供专项老龄服务的企业（如仅提供专业化的康复护理服务），也有提供综合性老龄服务的企业（如长期照护服务）。既有提供专项老龄金融产品的企业，也有经营多种老龄金融产品的企业。既有本地企业，也有国外企业。当然，如果是老龄产业的龙头企业，它可能既生产老龄用品，也提供老龄服务，还经营老龄金融产品，甚至开发老龄房地产产品，但关键是它必须占据老龄科技发展的战略制高点。总之，从产业主体来说，老龄产业是所有生产或提供老龄金融、老龄用品、老龄服务、老龄房地产产品和服务的企业集群的总称。

第二，老龄产业是一个产业链。基于公民老年期需求的多元性、多层次性，生产提供老龄金融、老龄用品、老龄服务、老龄房地产产品和服务的各个产业部门之间虽然存在明确分工，但在技术、运行、经济利益实现上的关联十分紧密，形成围绕共同目标人群的无数产业链条。从逻辑上说，关联度高的相关产业部门形成老龄产业的上中下游，从而形成老龄产业的层次。从区域上来说，由于区域优势、气候、产业发展政策环境等因素的影响，会形成时空布局上的链条式关联产业业态，从而在产业分工的基础上形成产业合作，进而发育成为区域产业合作和资源整合的载体。因此，从某种意义上说，开发老龄产业

就是要培育产业链条和区域产业合作载体。

第三，老龄产业是一个产业集群。老龄产业在区域上要成为合作载体和资源整合的载体，要以一个主导产业为主，引领大量产业联系密切的企业以及相关支撑机构在空间上实现集聚，逐步形成发展动力强劲、竞争优势持续增强的势头。这是老龄产业发展的核心，也是技术创新和管理创新的关键。

需要指出的是，把老龄产业分为四个板块，主要是基于理念阐述和理论分析的需要，在老龄产业实践中，老龄金融、老龄用品、老龄服务、老龄房地产产品和服务往往可以混业经营。老龄房地产业由于其产品形态的特殊性需要专门研究，而且，它的终端形态为产品形态，但又具有金融属性，因此，它面向的不仅是业已进入老年期的人群，而且也针对年轻人群提供服务。总之，对以上理论分析不可做绝对意义上的解读，否则会陷入理论抬杠的泥潭。至于把老龄金融业作为老龄产业的首要板块，这主要是缘于它的体量及其对整个国民经济举足轻重的影响。

（二）老龄产业的市场细分

市场细分是一门科学。迄今为止，国际国内还没有关于老龄产业市场精细分类的系统研究。本报告主要从老龄金融业、老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业四大板块进行分析。

1. 老龄金融业的市场细分

从根本上来说，金融就是资源的跨时空配置。从产业需求来说，老龄社会最大的需求不是老龄用品和老龄服务，而是越来越多的中青年需要为自己的老年期做好准备的金融需求，这是老龄社会不同于年轻社会的一个突出特征。

从产品形态看，老龄金融业的产品主要包括：

（1）银行储蓄类老龄金融产品。这一类产品主要由传统银行提供，其产品形态主要是货币，其配置方式主要是储蓄。目前，由于中国金融经济尚不发达，金融体系尚不健全，银行储蓄的居民存款当中有一大部分是非老年居民基于老年期的需要而储蓄，当然也包括老年人的储蓄。随着金融经济的不断壮大、金融体系的健全完善，特别是人口老龄化的快速发展和中青年金融意识的增强，尤其是在银行存贷利率市场化运作的条件下，以储蓄为配置方式、以存

贷差为运作机制的储蓄类老龄金融产品市场将会面临新的挑战，迫切需要银行业改革创新，开发相应的老龄金融产品。

(2) 证券类老龄金融产品。主要包括养老型长期国债、养老型股票等。从中国目前的实践看，证券类老龄金融产品开发还十分落后，但着眼长远，加快金融创新，新型证券类老龄金融产品的空间较大。例如，可以结合新型城镇化、国家中长期科技发展、国家重点建设工程以及新农村建设等有投资潜力的项目开发证券类老龄金融产品。同时，也可以按照开发性金融理念的要求，开发适合中国城乡居民要求的证券类老龄金融产品。从现在到 21 世纪中叶，中国尚处在建设阶段，可开发的、具有投资潜力的中长期项目不胜枚举，开发证券类老龄金融产品不仅空间大，而且和发达国家相比，我们的选择余地也更大。

(3) 保险类老龄金融产品。这里的保险主要指商业保险，商业保险一般分为人身保险和财产保险。和老龄金融更接近的商业保险是人身保险，其中，人寿保险、人身意外伤害保险、健康保险和医疗保险都可以开发相应的老龄金融产品。目前，中国商业保险特别是人身保险还不发达。截至 2012 年底，中国商业保险发展相对滞后，保险密度（人均保险费额度）全球排名第 61 位，保险深度（保险费占 GDP 比例）全球排名第 46 位^①。这说明开发保险类老龄金融产品的空间巨大。

(4) 基金类老龄金融产品。基金是指投资基金。从发达国家的情况看，基金是金融经济的重要组成部分，其中，老龄投资基金占有重要份额。目前，中国的投资基金发展还比较落后，其中的老龄投资基金相对匮乏。根据发达国家的经验，老龄社会的到来意味着大量资金的涌来。相对来说，人口老龄化程度越高，投资基金就越多。因此，未来可供投资的老龄金融资产越来越多，投资基金的来源和总量将难以估量，通过投资基金的运作，开发基金类老龄金融产品的潜力巨大。

(5) 信托类老龄金融产品。信托是重要的金融方式，也是金融经济的重要内容。从发达国家特别是日本的经验来看，信托类老龄金融产品具有较大的

^① 孙祁祥、郑伟等：《中国保险业发展报告 2013》，北京大学出版社，2013。

开发空间。例如，老年人的住房、存款、保险以及其他资产都可以通过信托来处理，这不仅符合老年人的特点，而且也深受老年人的欢迎。中国的信托业尚处于发展转型阶段，信托类老龄金融产品几乎是一片处女地。随着人口老龄化的快速发展，人们对信托类老龄金融产品的市场需求将十分强劲。

(6) 房地产类老龄金融产品。房地产是大金融的重要组成部分，也是现代金融业的支柱之一。围绕房地产开发老龄金融产品不仅是发达国家金融业的热点，而且在中国也已经得到青睐。房地产类老龄金融产品也是多种多样的，例如“以房养老”、租赁、互换等。由于房地产类老龄金融产品十分复杂，不仅需要有完善的政策和法律，而且要符合中国传统文化和中国城乡居民的消费偏好。因此，房地产类老龄金融产品的开发面临诸多问题，总体状况是“叫好不叫座”。但是，从长远发展来说，房地产类老龄金融产品的发展潜力是十分惊人的，需要认真研究，大胆探索。

(7) 组合型老龄金融产品。这类产品主要是基于老年人不熟悉金融业务而设计的。例如，把银行储蓄类、证券类、保险类、基金类老龄金融产品打包运作，为老年人提供全面的金融服务；再如，依托房地产，运用保险、信托、基金等运作方式，把资本品和服务品结合起来，为老年人提供全面金融服务和老龄服务。目前，组合型老龄金融产品发展已现端倪，可以预见，这是未来老龄金融业的重要发展方向。

(8) 市场化运作的社会保障基金。社会保障基金体量巨大、种类繁多，其中的市场化运作部分是老龄金融的重要组成部分。一般来说，社会保障基金涉及养老、医疗和长期照护社会保险基金以及政府的专项社会保障基金，如果不进行市场化运作将面临贬值风险，但纳入市场化运作又会造成投资风险。着眼长远看，对于中国来说，海量的社会保障基金走市场化运作之路是必然选择，不仅有利于把海量老龄金融资产这种长期资本转化为金融经济的动力资产，而且有利于壮大国家的虚拟经济。

2. 老龄用品业的市场细分

市场细分的要点是分类的标准，下面从不同角度进行分析。

(1) 按照需求细分，老龄用品可分为十二类：

老龄用品就是由衰老、疾病等导致日常生活功能受损或身体机能受损而需



要使用的产品，其中，老年人是主要使用人群，老龄用品可分为以下类别：

①日用品。包括中老年食品、中老年饮品、中老年洗涤用品、中老年健康器皿（如保健水杯）、中老年健康器材（如健康水机）、中老年失禁辅具（如尿不湿、排泄器）等。

②服饰。中老年服装、中老年装饰品、中老年鞋帽类用品等。

③辅助生活器具。包括坐便椅、老花镜、助听器、中老年家具（如床具、保健枕）、辅助淋浴设施等。

④助行器材。包括助行器、老年电动车、电动轮椅、手动轮椅、老年自行车等。

⑤电子电器。包括老人手机、跟踪仪、呼叫器具、老人电脑、收音机、老年游戏用品、益智电子用品、电子图书和音像制品以及老年电子电器配件等。

⑥保健用品。包括中老年保健食品、中老年保健饮品、中老年健身器材、中老年体育器材等。

⑦医疗器械。包括家用和医疗机构用的检测诊断器具、治疗仪、移动便携治疗仪、数码治疗器具、物理治疗器具、辅助呼吸仪器等。

⑧医药用品。老年常备药品、分病种常备药品、老年新药特药、中草药、民族医药品等。

⑨康复器材。包括按摩用品、牵引校正器具、器官清洗器具、中医药辅助康复材料及器具等。

⑩护理用品。包括护理床具、护理器具、护理原材料以及护理基础设施设备、护理车具等。

⑪文化用品。包括老年图书、老年杂志、老年报纸等。

⑫殡葬用品。包括墓地、殡葬消耗品、祭奠用品等。

（2）从老年人内部来看，老龄用品可分为三类：

①健康老年人用品。例如老年体育用品等。

②半失能老年人用品。例如老年保健品、辅助用品等。

③患病和失能老年人用品。例如轮椅、各种康复器械等。

这一分类看似简单，实际意义十分重要。一方面，它是为了帮助企业在产品开发方向上进行战略定位，另一方面，也是为了明确未来产品的销售规模。