

|      |  |
|------|--|
| 報告標題 | <a href="#">2023-2029全球及中國保健品行業研究及十四五規劃分析報告</a>  |
| 報告編號 | No.12249576  |
| 最新修訂 | 2023年08月   |
| 關鍵字  | <a href="#">保健品行業報告</a>  |
| 報告格式 | 電子版或紙介版  |
| 交付方式 | Email發送或EMS快遞  |
| 價格   | 紙介版：RMB23000元 電子版：RMB22000元 兩個版本：RMB24000元   |
| 訂購熱線 | <a href="#">400-817-8000(全國24小時服務)</a> 北京：010-58247071/58247072<br>福建：0592-5337135/5337136 |

## 2023-2029全球及中国保健品行业研究及十四五规划分析报告最新目录

受新冠肺炎疫情等影響，2022年全球保健品市場規模大約為5369億元（人民幣），預計2029年將達到6938億元，2023-2029期間年複合增長率（CAGR）為3.8%。未來幾年，本行業具有很大不確定性，本文的2023-2029年的預測數據是基於過去幾年的歷史發展、行業專家觀點、以及本文分析師觀點，綜合給出的預測。

保健品（Dietary Supplements），既不是藥品，也不是食品，不以治療疾病為目的，並且對人體不產生任何急性、亞急性或者慢性危害。它們以藥丸、膠囊、粉末、凝膠膠囊、片劑、提取物或液體形式提供給消費者。適用於特定人群食用，以補充維生素、礦物質等功能性產品來達到調節身體機體功能的目的。目前主要有維生素和礦物質、體重管理/運動營補充劑、草本植物提取物、益生菌等種類。

目前，大多數保健品主要被用來給特定人群提供維生素、礦物質、蛋白質、脂肪、碳水化合物、膳食纖維等，作為一種增加人體的身體機能來預防未來潛在疾病風險的產品。保健品無論是哪種類型，它都有出自保健目的，不能在很短時間內改善人的體質，但長時間服用可使人延年益壽。

隨著社會的發展，對於食品增加保健受到了世界各國人民的重視。保健品的的主要消費國分布在北美洲、歐洲和亞洲。美國、歐洲、中國、日本、韓國、東南亞、澳大利亞、拉美等是主要的保健品消費地區。目前，全球沒有統一的命名標準，

在美國被稱為「膳食補充劑」；在歐盟被稱為「食品補充劑」；在我國被稱為「膳食營養補充劑」。保健品的消費與居民消費水平有較大關係。居民收入高的地區，人均消費較高。一個地區，隨著經濟發展和收入提升，保健品消費市場將會逐漸打開並且快速增長。

全球五大保健品（Dietary Supplements）生產商分別是Amway、Herbalife Nutrition、Suntory Holdings Limited、無限極（中國）有限公司和湯臣倍健股份有限公司，占比超過14%。其中，Amway以6%左右的市場份額位居領先。

就產品類型而言，維生素和礦物質占據了總市場的最大份額，超過60%。在產品應用方面，成年人占據了整個市場的最大份額，約為56%。

本報告研究「十三五」期間全球及中國市場保健品的發展現狀，以及「十四五」期間行業發展預測。重點分析全球主要地區保健品的市場規模，歷史數據2018-2022年，預測數據2023-2029年。

本文同時著重分析保健品行業競爭格局，包括全球市場主要企業中國本土市場主要企業競爭格局，重點分析全球主要企業近三年保健品的收入和市場份額。

此外針對保健品行業產品分類、應用、行業政策、行業發展有利因素、不利因素和進入壁壘也做了詳細分析。

全球及國內主要企業包括：

Amway

Herbalife Nutrition Ltd.

Suntory Holdings Limited

無限極（中國）有限公司

湯臣倍健股份有限公司

完美（中國）有限公司

Glanbia Plc

GNC Holdings, LLC

USANA Health Sciences, Inc.

健合國際控股有限公司

Nestlé SA

Blackmores Limited

新時代健康產業(集團)有限公司

北京同仁堂股份有限公司

廈門金達威集團股份有限公司

Nature's Care

按照不同產品類型，包括如下幾個類別：

維生素和礦物質

體重管理/運動營補充劑

草本植物提取物

益生菌

其他

按照不同應用，主要包括如下幾個方面：

兒童/青少年

成年人

特殊人群

本文包含的主要地區和國家：

北美（美國和加拿大）

歐洲（德國、英國、法國、義大利和其他歐洲國家）

亞太（中國、日本、韓國、中國台灣地區、東南亞、印度等）

拉美（墨西哥和巴西等）

中東及非洲地區

本文正文共9章，各章節主要內容如下：

第1章：報告統計範圍、產品細分、下游應用領域，以及行業發展總體概況、有利和不利因素、進入壁壘等；

第2章：全球市場總體規模、中國地區總體規模，包括主要地區保健品總體規模及市場份額等；

第3章：行業競爭格局分析，包括全球市場企業保健品收入排名及市場份額、中國市場企業保健品收入排名和份額等；

第4章：全球市場不同產品類型保健品總體規模及份額等；

第5章：全球市場不同應用保健品總體規模及份額等；

第6章：行業發展機遇與風險分析；

第7章：行業供應鏈分析，包括產業鏈、主要原料供應情況、下游應用情況、行業採購模式、生產模式、銷售模式及銷售渠道等；

第8章：全球市場保健品主要企業基本情況介紹，包括公司簡介、保健品產品介紹、保健品收入及公司最新動態等；

第9章：報告結論。

1 [保健品](#)市場概述

1.1 產品定義及統計範圍

1.2 按照不同產品類型，保健品主要可以分為如下幾個類別

1.2.1 不同產品類型保健品增長趨勢2018 VS 2022 VS 2029

1.2.2 維生素和礦物質

1.2.3 體重管理/運動營補充劑

1.2.4

宇博智業業務：[細分行業市場研究](#) [可行性研究報告](#) [園區規劃](#) [產業規劃](#) [IPO諮詢](#)  
[行業監測研究](#) [商業計劃書](#)

宇博智業實力：[如何鑑別一家研究機構的實力？](#) [為什麼選擇宇博智業？](#)  
[宇博智業的客戶案例](#) [我們的售後服務](#)

## 報告大廳簡介

報告大廳(<http://www.chinabgao.com/>)成立於2002年10月，是由宇博智業機構開通並運營的一家大型專業化市場研究網站，提供針對企業用戶的各類信息，如深度研究報告、市場調查、統計數據等。為了滿足企業對原始數據的需求，也為了能給企業提供更為全面和客觀的研究報告，報告大廳與國內各大數據源（包括政府機構、行業協會、圖書館、信息中心等權威機構）建立起戰略合作關係。經過多年的努力，報告大廳與國內100多家最優質研究公司建立良好的合作關係，推出超過50000份有價值的研究報告，報告大廳目標是打造一個真正的一站式服務的多用戶報告平台。報告大廳匯聚全國各大市場研究信息生產商的研究成果，正是依託獨有的資源優勢，為客戶提供最準確、最及時、最權威、最專業的研究報告。