

## 2026年全球保健品行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名

### 报告简介

在健康意识不断攀升的当代，保健品早已从小众养生选择，成为大众日常健康管理的重要组成部分。根据我国相关标准，保健品是食品的一个特殊类别，指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，核心在于调节机体功能，适用于特定人群，却绝不以治疗疾病为目的。这一定义清晰划开了它与药品的界限——药品以治疗为核心，需经过严苛的临床试验与药理验证，而保健品无需经历临床实验，仅需保障食用安全，其功效也多聚焦于辅助调节，而非直接干预疾病进程。

目前，大多数保健品主要被用来给特定人群提供维生素、矿物质、蛋白质、脂肪、碳水化合物、膳食纤维等，作为一种增加人体的身体机能来预防未来潜在疾病风险的产品。保健品无论是哪种类型，它都有出自保健目的，不能在很短时间内改善人的体质，但长时间服用可使人延年益寿。

随着社会的发展，对于食品增加保健受到了世界各国人民的重视。保健品的主要消费国分布在北美洲、欧洲和亚洲。美国、欧洲、中国、日本、韩国、东南亚、澳大利亚、拉美等是主要的保健品消费地区。目前，全球没有统一的命名标准，

在美国被称为“膳食补充剂”；在欧盟被称为“食品补充剂”；在我国被称为“膳食营养补充剂”。保健品的消费与居民消费水平有较大关系。居民收入高的地区，人均消费较高。一个地区，随着经济发展和收入提升，保健品消费市场将会逐渐打开并且快速增长。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对全球及国内保健品行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

## 报告目录

### 第一章 统计范围及所属行业

#### 第一节 统计范围界定

- 一、保健品定义
- 二、保健品产品特征

#### 第二节 保健品行业归属

- 一、《国民经济行业分类》
- 二、《统计用产品分类目录》

#### 第三节 全球及国内保健品市场规模

- 一、2022-2025年全球保健品市场规模
- 二、2022-2025年国内保健品市场规模

#### 第四节 保健品行业发展现状分析

- 一、行业生命周期
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业成长性
- 四、行业盈利性
- 五、行业成熟度

#### 第五节 保健品行业发展影响因素

- 一、行业发展有利因素
- 二、行业发展不利因素

### 第二章 国内外市场占有率及排名

#### 第一节 全球保健品行业发展状况概览

## 一、全球保健品产能及区域分布

## 二、全球保健品产品结构

### 第二节 全球保健品市场竞争分析

#### 一、全球保健品市场集中度

#### 二、全球保健品行业竞争梯队

##### 1.第一梯队

##### 2.第二梯队

##### 3.第三梯队

### 第三节 全球保健品主要企业市场占有率及排名(按营收)

#### 一、2023-2025年全球保健品主要企业营业收入

#### 二、2023-2025年全球保健品主要企业市场份额

#### 三、2023-2025年全球保健品主要企业排名

### 第四节 国内保健品主要企业市场占有率及排名(按营收)

#### 一、2023-2025年国内保健品主要企业营业收入

#### 二、2023-2025年国内保健品主要企业市场份额

#### 三、2023-2025年国内保健品主要企业排名

### 第五节 2025年全球保健品行业资本运作分析

#### 一、2025年全球保健品行业重大投资并购事件

#### 二、2025年全球保健品行业重大投资并购事件对行业的影响分析

## 第三章 全球保健品行业主要国家（地区）分析

### 第一节 美国保健品行业分析

#### 一、发展历程

## 二、发展特征

### 三、2023-2025年美国保健品市场规模

### 四、2026-2031年美国保健品市场规模预测

### 五、美国保健品行业典型企业分析

## 第二节 德国保健品行业分析

### 一、发展历程

### 二、发展特征

### 三、2023-2025年德国保健品市场规模

### 四、2026-2031年德国保健品市场规模预测

### 五、德国保健品行业典型企业分析

## 第三节 日本保健品行业分析

### 一、发展历程

### 二、发展特征

### 三、2023-2025年日本保健品市场规模

### 四、2026-2031年日本保健品市场规模预测

### 五、日本保健品行业典型企业分析

## 第四节 韩国保健品行业分析

### 一、发展历程

### 二、发展特征

### 三、2023-2025年韩国保健品市场规模

### 四、2026-2031年韩国保健品市场规模预测

### 五、韩国保健品行业典型企业分析

## 第五节 中国保健品行业分析

### 一、发展历程

### 二、发展特征

### 三、2023-2025年中国保健品市场规模

### 四、2026-2031年中国保健品市场规模预测

### 五、中国保健品行业典型企业分析

## 第四章 保健品细分行业分析

### 第一节 维生素类

#### 一、全球维生素类市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 二、全球维生素类主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 三、中国维生素类市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 四、中国维生素类主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 五、维生素类未来发展趋势预测

### 第二节 矿物质类

#### 一、全球矿物质类市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 二、全球矿物质类主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 三、中国矿物质类市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 四、中国矿物质类主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 五、矿物质类未来发展趋势预测

### 第三节 益生菌

#### 一、全球益生菌市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 二、全球益生菌主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国益生菌市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国益生菌主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、益生菌未来发展趋势预测

## **第五章 保健品产业链分析**

### 第一节 保健品产业链结构解析

一、保健品产业链结构示意图

二、保健品产业链全景图

三、保健品产业发展热力地图

### 第二节 保健品产业链上游分析

一、保健品成本结构

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

### 第三节 保健品产业链中游分析

一、保健品中游行业分布

二、2023-2025年中游行业发展现状

三、2026-2031年中游行业发展趋势

### 第四节 保健品产业链下游分析

一、保健品下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对保健品行业的影响

## **第六章 保健品主要企业分析**

## 第一节 amway

### 一、企业基本概况

### 二、企业保健品产品分析

### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第二节 herbalife nutrition ltd.

### 一、企业基本概况

### 二、企业保健品产品分析

### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第三节 suntory holdings limited

### 一、企业基本概况

### 二、企业保健品产品分析

### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第四节 无限极(中国)有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、企业保健品产品分析

### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第五节 汤臣倍健股份有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业保健品产品分析

#### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第六节 glanbia plc

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业保健品产品分析

#### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第七节 gnc holdings, llc

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业保健品产品分析

#### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第八节 usana health sciences, inc.

#### 一、企业基本概况



## 二、企业保健品产品分析

## 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

## 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

## 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第九节 健合国际控股有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业保健品产品分析

#### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第十节 blackmores limited

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业保健品产品分析

#### 三、2023-2025年企业保健品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第七章 保健品行业swot分析及发展策略

### 第一节 保健品行业发展驱动因素

#### 一、市场需求

#### 二、技术变革

#### 三、政策法规

#### 四、产业升级

## 五、全球化分工

### 第二节 保健品行业发展swot分析

#### 一、优势分析

#### 二、劣势分析

#### 三、机遇分析

#### 四、挑战分析

### 第三节 基于swot分析的保健品行业发展策略

#### 一、so策略

#### 二、wo策略

#### 三、st策略

#### 四、wt策略

## 第八章 保健品行业商业模式及运营模式

### 第一节 保健品行业商业模式

#### 一、配套直销模式

#### 二、层级分销模式

#### 三、技术授权与服务模式

#### 四、模块化与平台化供货模式

### 第二节 保健品行业运营模式分析

#### 一、研发运营

#### 二、生产运营

#### 三、供应链运营

#### 四、质量运营

## 五、全球化运营

## 第九章 主要研究结论

### 第一节 保健品行业发展潜力研究结论

### 第二节 保健品主要供应商排名研究结论

## 第十章 研究方法与数据来源

### 第一节 研究方法

#### 一、桌面研究

#### 二、文献研究

#### 三、抽样调研

### 第二节 数据来源

#### 一、一手信息来源

#### 二、二手信息来源

### 第三节 数据交互验证

### 第四节 免责声明

## 图表目录：

图表：全球保健品产品结构

图表：全球保健品市场集中度

图表：保健品行业发展趋势

图表：保健品行业供应链分析

图表：保健品行业销售模式分析

图表：保健品产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球保健品市场规模

图表：2023-2025年中国保健品市场规模

图表：2025年全球保健品产能区域分布图

图表：全球主要保健品供应商市场份额及排名

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)    Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

报告编号：4067391

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260410/4067391.shtml>

在线订购：[点击这里](#)