2026年全球老年保健品行业市场规模、领先企业国内外市场份额及排名

报告简介

老年保健品是专门针对老年人身体机能衰退、营养吸收能力下降的生理特点，以补充营养、辅助调理身体机能、延缓衰老、维护身体健康为核心目的，采用天然、温和的原料，遵循国家相关标准加工制成的功能性健康产品，属于保健品的重要细分品类。它区别于普通老年食品仅满足基本饮食需求的属性，也不同于治疗老年疾病的药品，不具备治病功效，核心作用是弥补老年人日常饮食中的营养缺口，辅助改善身体机能，缓解衰老带来的各类不适，助力老年人维持良好的身体状态，是老年人日常养生、维护健康的重要营养补充载体。其配方经过科学配比，适配老年人的肠胃消化能力和营养吸收特点，温和无刺激，食用便捷，贴合老年人的身体耐受度。

随着人口老龄化进程加快，老年人健康养生意识持续提升，老年保健品市场需求持续释放，市场规模稳步扩大。当下，老年人对自身健康的重视程度不断提高，不再局限于患病后治疗，更注重日常预防和养生调理，愿意为自身健康投入。

消费群体主要集中在注重养生的老年人以及关注长辈健康的中青年子女，消费场景覆盖日常营养补充、身体机能调理等，市场供给不断丰富，产品品类日趋多样，线上线下销售渠道逐步完善，购买便捷性持续提升。成了以老年营养补充、机能调理为核心的特色市场格局。未来，行业低端劣质产能将逐步出清，具备研发实力、品质把控能力和品牌影响力的企业将占据市场主导地位，产业链不断完善，长期发展空间充足，成为大健康赛道中极具增长潜力的细分领域。

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。对全球及国内老年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、老年保健品定义

二、老年保健品产品特征

第二节 老年保健品行业归属

一、《国民经济行业分类》

二、《统计用产品分类目录》

第三节 全球及国内老年保健品市场规模

一、2022-2025年全球老年保健品市场规模

二、2022-2025年国内老年保健品市场规模

第四节 老年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 老年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 全球老年保健品行业发展状况概览

一、全球老年保健品产能及区域分布

二、全球老年保健品产品结构

第二节 全球老年保健品市场竞争分析

一、全球老年保健品市场集中度

二、全球老年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 全球老年保健品领先企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年全球老年保健品领先企业营业收入

二、2023-2025年全球老年保健品领先企业市场份额

三、2023-2025年全球老年保健品领先企业排名

第四节 国内老年保健品领先企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年国内老年保健品领先企业营业收入

二、2023-2025年国内老年保健品领先企业市场份额

三、2023-2025年国内老年保健品领先企业排名

第五节 2025年全球老年保健品行业资本运作分析

一、2025年全球老年保健品行业重大投资并购事件

二、2025年全球老年保健品行业重大投资并购事件对行业的影响分析

第三章 全球老年保健品行业主要国家（地区）分析

第一节 美国老年保健品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年美国老年保健品市场规模

四、2026-2031年美国老年保健品市场规模预测

五、美国老年保健品行业典型企业分析

第二节 德国老年保健品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年德国老年保健品市场规模

四、2026-2031年德国老年保健品市场规模预测

五、德国老年保健品行业典型企业分析

第三节 日本老年保健品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年日本老年保健品市场规模

四、2026-2031年日本老年保健品市场规模预测

五、日本老年保健品行业典型企业分析

第四节 韩国老年保健品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年韩国老年保健品市场规模

四、2026-2031年韩国老年保健品市场规模预测

五、韩国老年保健品行业典型企业分析

第五节 中国老年保健品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年中国老年保健品市场规模

四、2026-2031年中国老年保健品市场规模预测

五、中国老年保健品行业典型企业分析

第四章 老年保健品细分行业分析

第一节 营养补充剂

一、全球营养补充剂市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球营养补充剂主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国营养补充剂市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国营养补充剂主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、营养补充剂未来发展趋势预测

第二节 维生素与矿物质

一、全球维生素与矿物质市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球维生素与矿物质主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国维生素与矿物质市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国维生素与矿物质主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、维生素与矿物质未来发展趋势预测

第五章 老年保健品产业链分析

第一节 老年保健品产业链结构解析

一、老年保健品产业链结构示意图

二、老年保健品产业链全景图

三、老年保健品产业发展热力地图

第二节 老年保健品产业链上游分析

一、老年保健品成本结构

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 老年保健品产业链中游分析

一、老年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 老年保健品产业链下游分析

一、老年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、下游需求对老年保健品行业的影响

第六章 老年保健品领先企业分析

第一节 amway

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 glanbia plc

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 bayer

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 danone

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 nestlé health science

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 gnc holdings, llc

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 usana health sciences, inc.

一、企业基本概况

二、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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、企业老年保健品产品分析

三、2023-2025年企业老年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 老年保健品行业swot分析及发展策略

第一节 老年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 老年保健品行业发展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分析的老年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 老年保健品行业商业模式及运营模式

第一节 老年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 老年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 老年保健品行业发展潜力研究结论

第二节 老年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：全球老年保健品产品结构

图表：全球老年保健品市场集中度

图表：老年保健品行业发展趋势

图表：老年保健品行业供应链分析

图表：老年保健品行业销售模式分析

图表：老年保健品产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球老年保健品市场规模

图表：2023-2025年中国老年保健品市场规模

图表：2025年全球老年保健品产能区域分布图

图表：全球主要老年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)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：4067901

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20260516/4067901.shtml

在线订购：点击这里