

中国における健康食品のオンラインチャネル売上及びシェア（2018年）

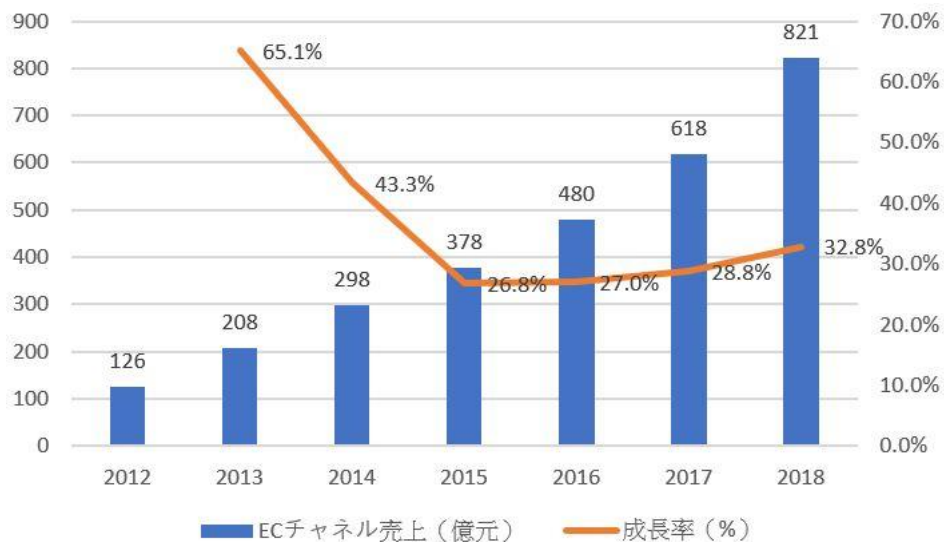
2018年、中国における健康食品のオンラインチャネル売上は約821億元で、前年比32.8%の成長を記録した。チャネルシェアは31.9%で、17年比5.9%増加。オンラインチャネルは更に存在感を増している。

アリババのデータによると、2018年のアリババプラットフォームにおける健康食品の売上は210.85億元で、前年比39.4%増となった。

また、2019年5月時点でオンライン市場のシェアが最も高かった健康食品企業は湯臣倍健(By-Health)で7.6%。次点がSWISS(5.6%)で、以下muscletech、修正、澳佳宝(Blackmore)と続き、それぞれ3.1%、2.3%、1.7%となった。市場の集中度はあまり高くないといえる。

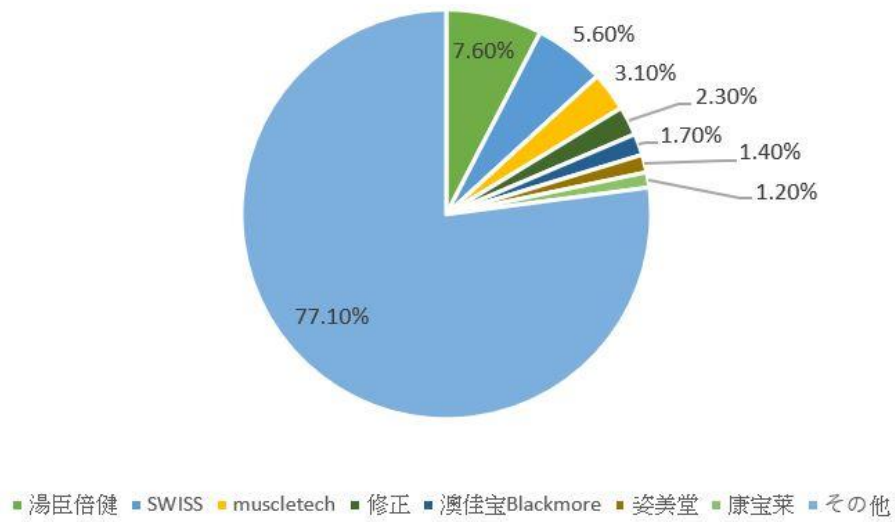
ユーロモニターの統計によると、中国の健康食品企業のトップ5は、無極限(Infinitus)、湯臣倍健(By-Health)、安利(Amway)、東阿阿膠、及び完美(Perfect Resources)。市場シェアはそれぞれ6.5%、4.7%、4.1%、3.3%、3.3%となっている。

【2012～2018年 中国における健康食品のECチャネルの売上及び成長率】



出典：前瞻産業研究院

【2018年 中国の健康食品企業のオンライン市場シェア】



出典：前瞻産業研究院

【2018年 中国の健康食品企業トップ5の市場シェア】



出典：ユーロモニター