



# بررسی بازار مکمل در ۱۴۰۴



# نبض بازار مکمل در ۱۴۰۴

مرور سریع از اندازه و ساختار بازار



تعداد برندهای چتری:

۱۲۴



تعداد نامهای تجاری:

۸۴۱



تعداد شرکتها:

۹۱



حجم تحویل به پخش:

۵.۴۱  
میلیارد واحد



ارزش کل بازار:

۴۲.۳۱  
همت

## شاخصهای ساختاری بازار

سهم ۵ شرکت اول:

۴۰.۲%



سهم ۱۰ شرکت اول:

۵۹.۸%



تولید تحت لیسانس:

۴۰.۴%



بدون لیسانس:

۵۹.۴%

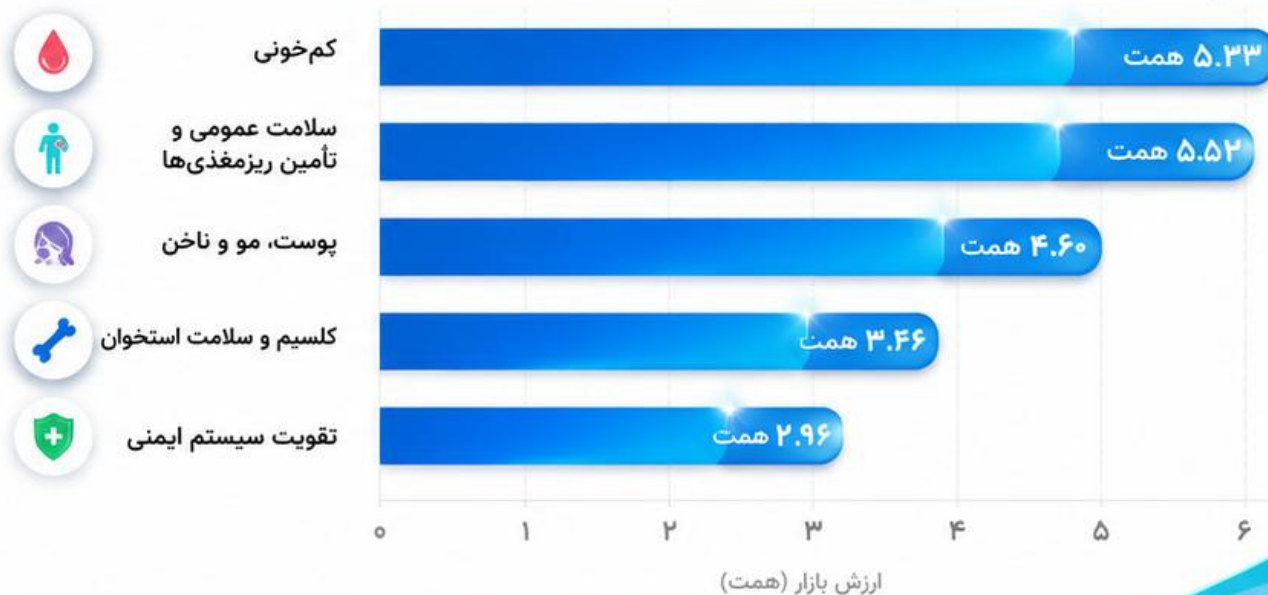


## بینش کلیدی

بازار مکمل در ۱۴۰۴ بازاری ۴۴ همتی با تمرکز نسبتاً بالا است و دو گروه کمخونی و سلامت عمومی پیشتازند.



## ۵ گروه عملکردی برتر (برساز ارزش بازار)



# رتبه‌بندی فروش شرکت‌ها

۱۰ شرکت برتر بر اساس ارزش ریالی کالای تحویل‌شده به پخش



سهم از بازار



ارزش فروش (همت)



|       |      |                        |
|-------|------|------------------------|
| ۱۵.۱% | ۶.۴۰ | ۱ حکیمان طب کار        |
| ۸.۴%  | ۳.۵۵ | ۲ پوراطب گستر ایرانیان |
| ۶.۱%  | ۲.۶۰ | ۳ دکتر عبیدی           |
| ۵.۸%  | ۲.۴۵ | ۴ ابیان دارو           |
| ۴.۷%  | ۲.۰۰ | ۵ کارن                 |
| ۴.۴%  | ۱.۸۷ | ۶ آبا دارو طب          |
| ۴.۲%  | ۱.۷۹ | ۷ آریان سلامت سینا     |
| ۳.۷%  | ۱.۵۸ | ۸ ویتا آریا            |
| ۳.۷%  | ۱.۵۵ | ۹ نکسوس                |
| ۳.۶%  | ۱.۵۲ | ۱۰ افق تدبیر سلامت     |



۵ شرکت نخست

بیش از ۴۰٪ بازار را  
در اختیار دارند.



# نقشه تمرکز بازار

سهم شرکت‌های بزرگ از کل بازار

۳

از ۱۰

سهم ۳ شرکت اول:

%۲۹.۷



سهم ۱۰ شرکت اول:

%۵۹.۸



نکته کلیدی

تمرکز بازار بالاست اما هنوز  
%۴۰.۲ بازار در اختیار سایر  
بازیگران است.



سایر شرکت‌ها  
%۴۰.۲

حکیمان طب کار  
%۱۵.۱

پورابطب گستر  
ایرانیان  
%۸.۴

دکتر عبیدی  
%۶.۱

ابیان دارو  
%۵.۸

کارن  
%۴.۷

آبا دارو طب  
%۴.۴

آریان سلامت  
سینا  
%۴.۲

ویتا آریا  
%۳.۷

نکسوس  
%۳.۷

افق تدبیر سلامت  
%۳.۶



# قدرت برندهای چتری

۱۰ برند برتر بازار مکمل در ۱۴۰۴

| سهم از (%) | ارزش (همت) | برند          |
|------------|------------|---------------|
| ۱۵,۱٪      | ۶,۳۸ همت   | ۱ یوروویتال   |
| ۵,۰٪       | ۲,۱۱ همت   | ۲ فروفورت     |
| ۴,۵٪       | ۱,۹۱ همت   | ۳ ویواتیون    |
| ۴,۴٪       | ۱,۸۷ همت   | ۴ نیچرز اونلی |
| ۴,۰٪       | ۱,۷۰ همت   | ۵ کارن        |
| ۳,۷٪       | ۱,۵۵ همت   | ۶ نکستایل     |
| ۳,۶٪       | ۱,۵۲ همت   | ۷ نیچرز پلنتی |
| ۳,۱٪       | ۱,۳۱ همت   | ۸ دانا        |
| ۲,۵٪       | ۱,۰۶ همت   | ۹ ویتابیوتیکس |
| ۲,۰٪       | ۰,۸۴ همت   | ۱۰ بی‌اس‌کی   |



## یوروویتال،

با فاصله،

پادشاه برندهای چتری

بازار مکمل است.



# پرفروش‌ترین محصولات مکمل

۱۰ نام تجاری با بیشترین ارزش فروش در بازار مکمل‌های غذایی ایران در سال ۱۴۰۴



| رتبه | ارزش فروش به پخش (میلیارد تومان) | نام محصول                       | شرکت                 |
|------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------|
| ۱    | ۷۴۶.۵                            | امگا ۳ ۱۰۰۰ میلی گرم مرکوری فری | نکسوس                |
| ۲    | ۶۹۳.۳                            | مگنی فورت                       | آریان سلامت سینا     |
| ۳    | ۶۶۳.۵                            | زینک پلاس                       | حکیمان طب کار        |
| ۴    | ۶۰۴.۶                            | امگا ۳ ۱۰۰۰ میلی گرم ۳۰ سافت ژل | پوراطب گستر ایرانیان |
| ۵    | ۶۰۰.۹                            | کلاژن گلد                       | هیلیا فارمد          |
| ۶    | ۵۲۱.۹                            | پونی زینک                       | ابیان دارو           |
| ۷    | ۵۰۰.۰                            | فروفرورت دئودنال (بلیستر)       | دکتر عبیدی           |
| ۸    | ۴۵۵.۶                            | فروفرورت جاین (بلیستر)          | دکتر عبیدی           |
| ۹    | ۴۵۳.۹                            | فروفرورت دئودنال (بطری)         | دکتر عبیدی           |
| ۱۰   | ۴۳۱.۳                            | ویتامین ای ۴۰۰، ۳۰ سافت ژل      | پوراطب گستر ایرانیان |



## بینش کلیدی

اسیدهای چرب امگا ۳، ویتامین‌ها و مواد معدنی همچنان پرفروش‌ترین گروه‌های محصولی بازار مکمل هستند.



# بازار از نگاه گروه عملکردی

کدام نیازها بیشترین ارزش بازار را ساخته‌اند؟



۳ گروه اول نزدیک به ۳۷.۶% بازار را تشکیل می‌دهند.

| گروه عملکردی                     | ارزش بازار (همت) | سهم بازار |
|----------------------------------|------------------|-----------|
| 1 کم‌خونی                        | ۵,۷۳ همت         | ۱۳.۵ %    |
| 2 سلامت عمومی و تأمین ریزمغذی‌ها | ۵,۵۷ همت         | ۱۳.۲ %    |
| 3 پوست، مو و ناخن                | ۴,۶۰ همت         | ۱۰.۹ %    |
| 4 کلسیم و سلامت استخوان          | ۳,۴۶ همت         | ۸.۲ %     |
| 5 تقویت سیستم ایمنی              | ۲,۹۶ همت         | ۷.۰ %     |
| 6 تأمین امگا ۳                   | ۲,۲۰ همت         | ۵.۲ %     |
| 7 سلامت عصبی-عضلانی              | ۱,۹۳ همت         | ۴.۶ %     |
| 8 سلامت قلب و عروق               | ۱,۸۷ همت         | ۴.۴ %     |
| 9 سایر                           | ۱,۸۶ همت         | ۴.۴ %     |
| 10 غضروف و مفاصل                 | ۱,۸۱ همت         | ۴.۳ %     |



# ترکیبات برنده بازار

◀ سهم گروه‌های ترکیبی و ماده مؤثره از ارزش بازار ▶▶

|       |      |                        |    |
|-------|------|------------------------|----|
| ۱۶,۳% | ۶,۸۹ | مولتی‌ویتامین + مینرال | 1  |
| ۸,۹%  | ۳,۷۵ | امگا ۳                 | 2  |
| ۷,۵%  | ۳,۱۶ | آهن (غیر لیپوزومال)    | 3  |
| ۶,۱%  | ۲,۶۰ | کلسیم + ویتامین دی     | 4  |
| ۵,۸%  | ۲,۴۵ | منیزیم                 | 5  |
| ۵,۶%  | ۲,۳۸ | سایر                   | ۶  |
| ۴,۳%  | ۱,۸۱ | گلوکزآمین              | 7  |
| ۳,۹%  | ۱,۶۴ | آهن (لیپوزومال)        | 8  |
| ۳,۴%  | ۱,۴۲ | زینک + ویتامین‌های ب   | 9  |
| ۳,۱%  | ۱,۳۲ | آمینواسید              | 10 |

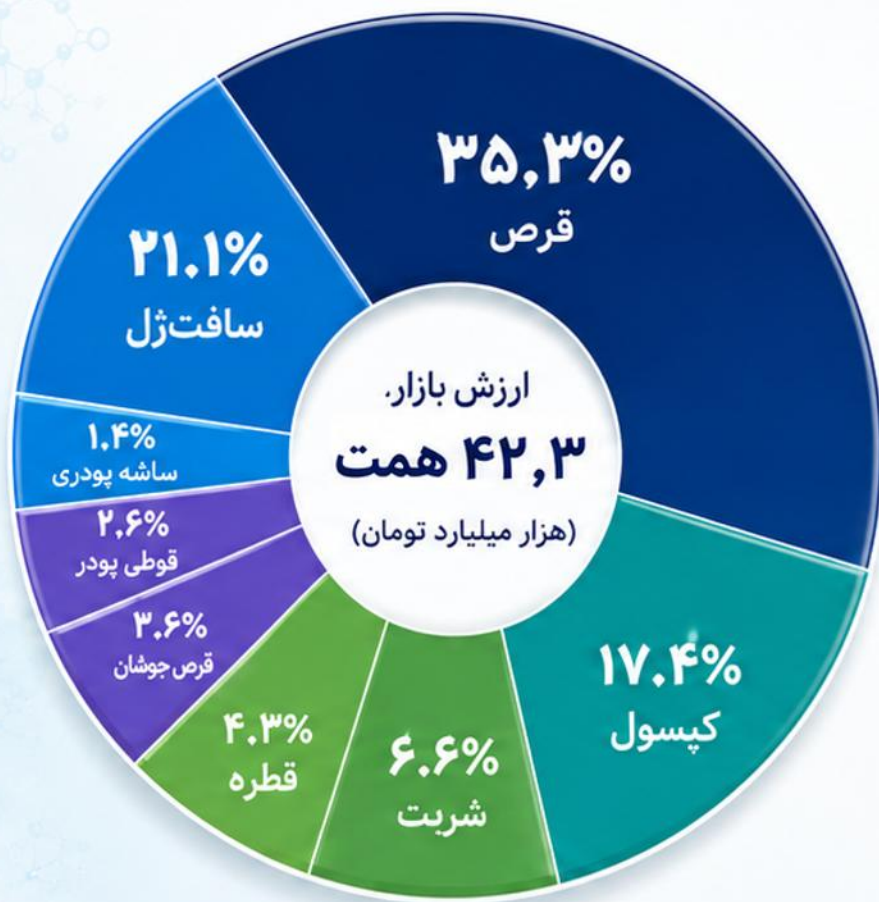


مولتی‌ویتامین + مینرال  
بزرگ‌ترین گروه ترکیبی بازار مکمل است.



# کدام شکل فرآورده می فروشد؟

ترکیب بازار بر اساس شکل دارویی



سه فرم قرص، سافتژل و کپسول روی هم ۷۳,۷ بازار را پوشش می دهند.

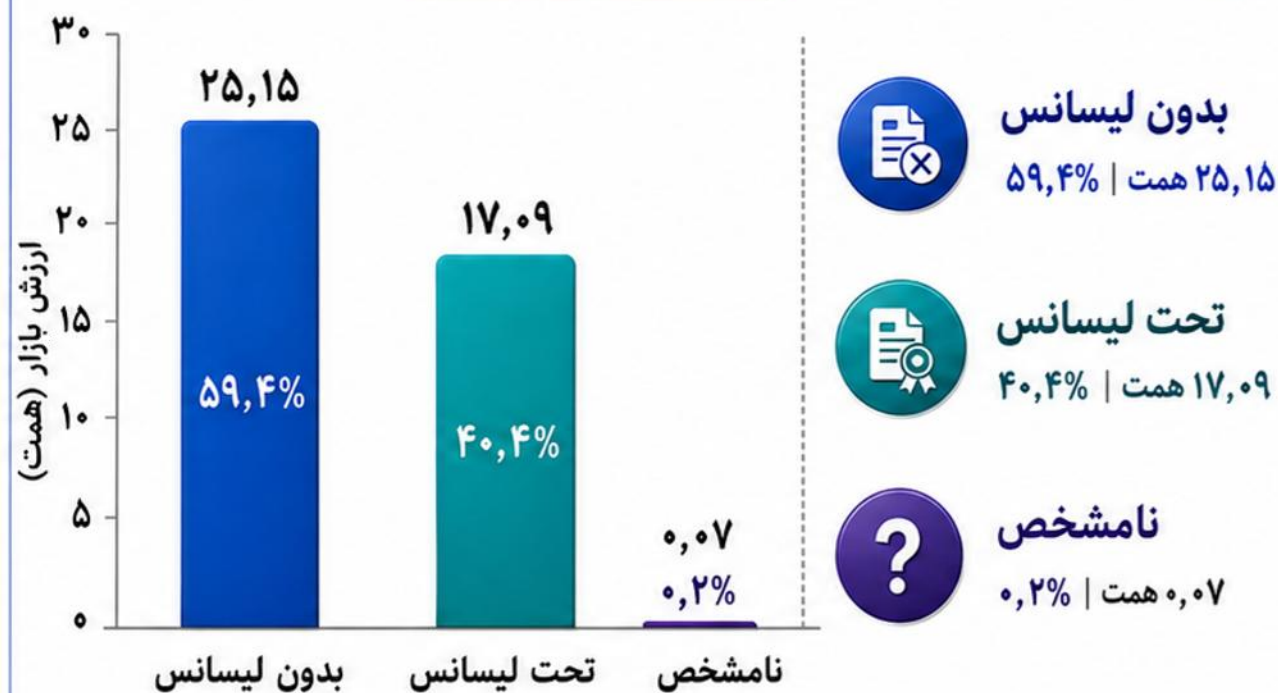
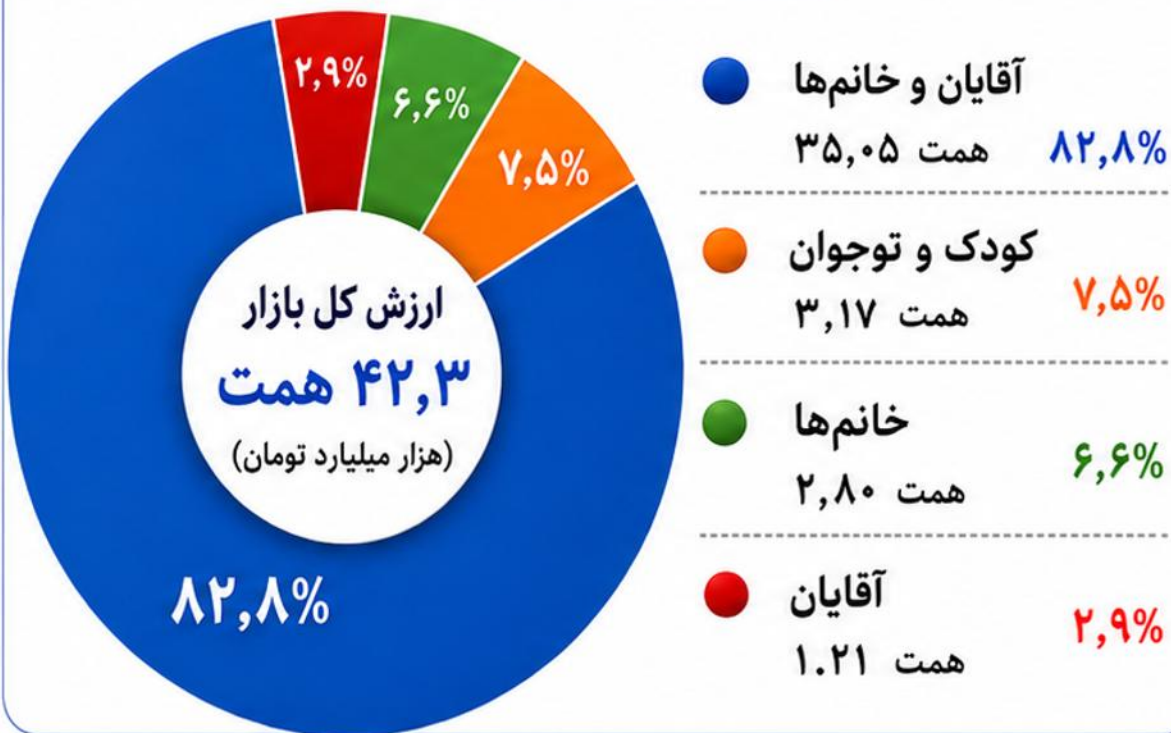
| رتبه | شکل دارویی | ارزش بازار (همت) | سهم از بازار |
|------|------------|------------------|--------------|
| ۱    | قرص        | ۱۴,۸۷            | ۳۵,۲%        |
| ۲    | سافتژل     | ۸,۹۴             | ۲۱,۱%        |
| ۳    | کپسول      | ۷,۳۷             | ۱۷,۴%        |
| ۴    | شربت       | ۲,۷۸             | ۶,۶%         |
| ۵    | قطره       | ۱,۸۰             | ۴,۳%         |
| ۶    | قرص جوشان  | ۱,۵۲             | ۳,۶%         |
| ۷    | پودر       | ۱,۱۱             | ۲,۶%         |
| ۸    | قوطی پودر  | ۱,۰۲             | ۲,۴%         |
| ۹    | ساشه پودری | ۰,۶۰             | ۱,۴%         |
| ۱۰   | ویال / شات | ۰,۵۶             | ۱,۳%         |

بازار برای چه گروهی است و چقدر تحت لیسانس تولید می‌شود؟



## گروه مصرف

## مدل تولید



بدون لیسانس

همت ۲۵,۱۵ | ۵۹,۴%



تحت لیسانس

همت ۱۷,۰۹ | ۴۰,۴%



نامشخص

همت ۰,۰۷ | ۰,۲%

## جمع‌بندی

هسته اصلی بازار، محصولات عمومی برای هر دو جنس است و در عین حال، ۴۰,۴ بازار با مدل تحت لیسانس شکل گرفته است.



# وسعت سبد در برابر فروش

رابطه تعداد نام‌های تجاری با ارزش فروش شرکت‌ها

