



博观
BROADVIEW
CONSULTING

博观研究院

TRYING TO FIND THE BEST SOLUTIONS

为每个商业难题寻找最优解

2025年中国胶原蛋白肽饮市场分析报告

报告导读

胶原蛋白现已广泛应用于生物医用、敷料、功能性护肤品、保健品等领域，整体市场规模预计在720亿左右，其中动物源胶原蛋白330亿，而其应用场景中保健食品占32.7%，共108亿。108亿中，胶原蛋白肽饮市场规模约在75亿左右，增速也达到20%，作为单一产品线能有如此规模和增速，足见其市场空间。

其需求侧也印证这一结论，胶原蛋白食品保健品属口服美容赛道，在该赛道其规模占比、消费人数、消费金额均处在高位，且淘宝天猫销售趋势同比增速也达到27.5%。具体到单产品来看，五个女博士在抖音平台起势，2023年销售额突破10亿，在10亿-25亿之间，而在2021年，其销售额甚至未破亿。

对于潜力市场，品牌机会如何，还需看竞争格局。目前，中国保健品添加的营养成分大多为维生素，含有胶原蛋白的食品和饮料，市场渗透率较低，市场处于培育期。竞争对手主要为汤臣倍健、五个女博士、Lumi、斯维诗等。根据测算，头部品牌年销售额在10亿左右，市占率在12%左右，单品头部品牌尚未形成，对于后梯队企业来说，差异化策略及渠道都是可实现弯道超车的机会。

首先差异化策略：产品侧，从原料及生产模式来看，原料多为鱼/深海鱼，加之多为代工的形式，差异化并不明显，但胶原蛋白肽含量以及其他成分，如透明质酸、维C、烟酰胺等的加入，也会形成新的宣传点，另外，包括不同的口味和包装都会形成差异化卖点。

再到渠道端：抖音迅速起量，从具体销售额来看，保健品行业整体在抖音平台销售额在2021年-2023年实现连续增长，2022年更是增长227%，销售额跃至100亿到250亿之间，而作为保健品行业的最大细分赛道，普通膳食营养食品行业规模也达到100亿-250亿之间，其中蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白类占比近30%，销售规模在50亿-75亿。单产品胶原蛋白饮，其2023年更是夺得线上渠道超60%销售份额，五个女博士也正是抓住此渠道优势，通过直播及达人合作方式实现迅速增长，并跃至行业头部品牌。

——但面对机会市场，目前市场格局与代表产品都有哪些？渠道占比究竟如何？品牌是否有抢占市场的机会？基于以上问题，博观研究院发布《2025年中国胶原蛋白饮市场分析报告》，以期对以上问题进行分析洞察。报告包含：

- 中国胶原蛋白饮市场规模、增速、竞争格局；
- 中国胶原蛋白饮发展现状、主要渠道选择；
- 中国胶原蛋白饮产品及品牌分析等。

注：图源文心一格



第一章：中国胶原蛋白饮市场概况及竞争格局

- 中国胶原蛋白肽饮以动物源胶原蛋白为原料，市场规模约75亿
- 动物源胶原蛋白保持年20%的增速，下游胶原蛋白饮市场潜力巨大
- 需求端，胶原蛋白饮释放增长空间，五个女博士抖音平台起势
- 抖音崛起，2023年夺得胶原蛋白饮线上渠道超60%销售份额
- 抖音迅速起量的背后：抖音与抖音所代表的内容电商崛起
- 保健品行业抖音渠道实现227%增长，胶原蛋白类销售规模在50亿-75亿
- 五个女博士抓住抖音流量渠道，实现迅速增长
- 市场竞争分散，后梯队可依靠渠道及差异化策略实现弯道超车

第二章：胶原蛋白肽产品生产模式分析

- 中国胶原蛋白饮生产链图示：原材料多样，多以代工为主
- 主流品牌多以“鱼”作为原材料，“深海鱼”成重要宣传点
- 市场胶原蛋白饮多以代工为主，产品差异化较小

第三章：中国胶原蛋白饮消费者与产品分析

- 女性为主要消费群体，“美容抗衰”是最主要购买动因
- 热门品牌多以300-600元为主价格区间，辅以尝鲜装和周期装进行销售
- 中国市场，主要胶原蛋白饮产品图示
- 中国市场，胶原蛋白肽含量5000及以下产品图示
- 中国市场，胶原蛋白肽含量5000以上产品图示

中国胶原蛋白饮市场概况及竞争格局

TRYING TO FIND THE BEST SOLUTIONS



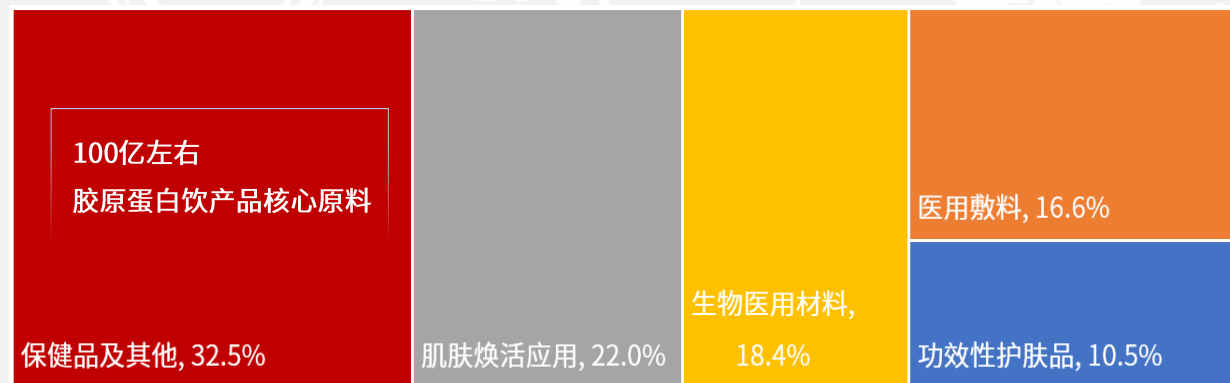
博观
BROADVIEW
CONSULTING

博观研究院

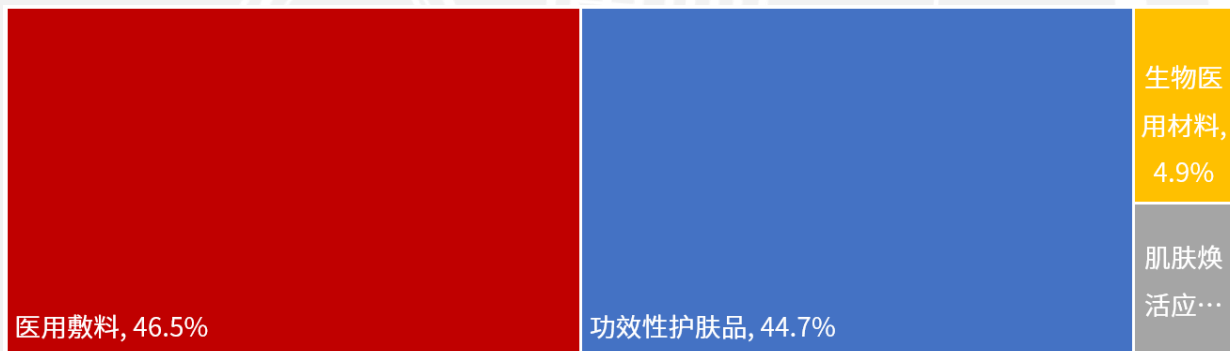
中国胶原蛋白肽饮以动物源胶原蛋白为原料，市场规模约75亿

胶原蛋白现已广泛应用于生物医用、敷料、功能性护肤品、肌肤焕活、保健品等领域。本报告所分析胶原蛋白肽饮属动物源胶原蛋白下游保健品领域，其在整个胶原蛋白应用市场占比虽并不高，但其依然有百亿左右市场规模，而胶原蛋白肽饮又作为动物源胶原蛋白下游保健品的分支，占75%左右市场空间，市场规模在75亿左右。

动物胶原蛋白下游应用占比



重组胶原蛋白下游应用占比



100亿左右的动物源胶原蛋白保健品中产品占比

+ 营养粉

+ 预计2024年市场规模在23亿左右，复合年增长率9.5%

+ 营养液

+ 预计2024年市场规模在75亿左右

+ 咀嚼片

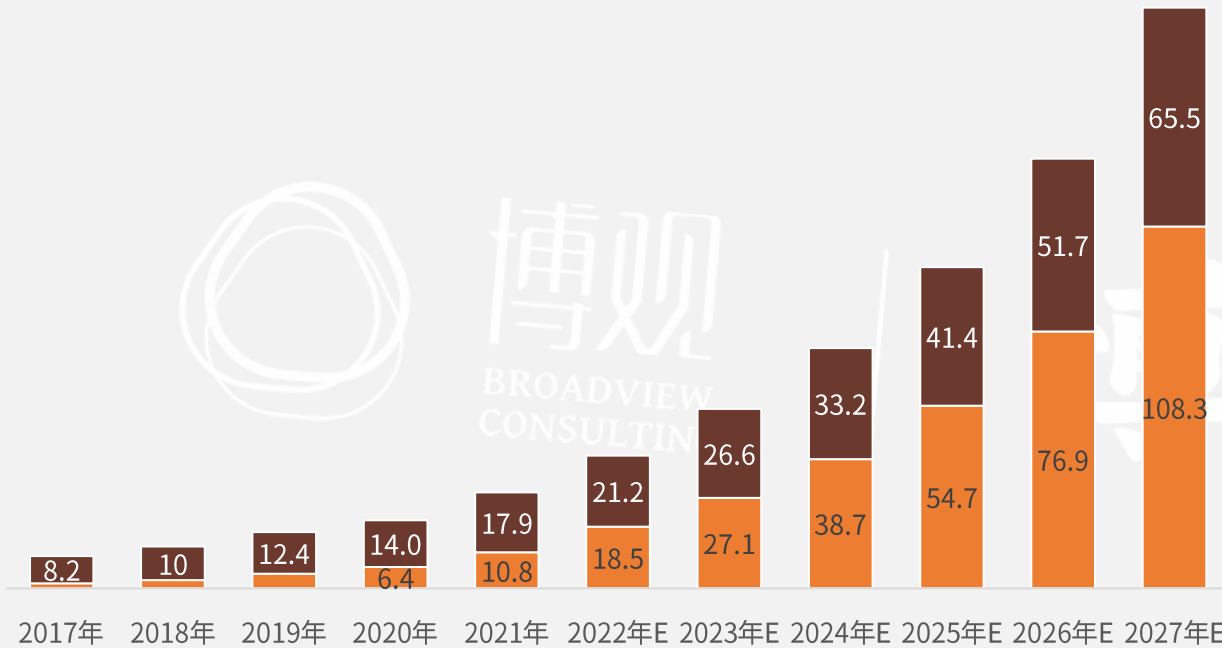
动物源胶原蛋白保持年20%的增速，下游胶原蛋白饮市场潜力巨大

纵观整个胶原蛋白市场规模，无疑呈直线上涨趋势，预计2025年重组胶原蛋白市场达到547亿，作为胶原蛋白肽饮上游的动物源胶原蛋白市场也达到414亿，整体市场规模近千亿，预计胶原蛋白肽饮在其中约占10%市场空间。从增速来看，重组胶原蛋白增速强势，但动物源胶原蛋白也保持年超20%的增速，胶原蛋白保健品，作为动物源胶原蛋白下游占比最高的市场，也将保持高速增长，而同时其75%的产品为胶原蛋白肽饮，由此可见胶原蛋白肽饮产品的市场潜力巨大。

2017年至2027年E中国胶原蛋白产品市场技术路径
市场规模细分（按零售额计）

■ 重组胶原蛋白 ■ 动物源性胶原蛋白

单位：十亿

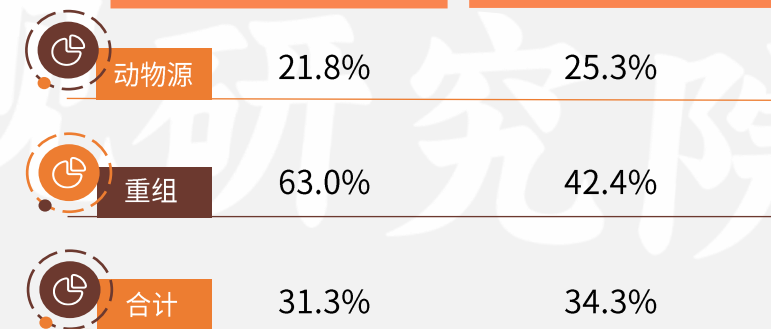


2025年E胶原蛋白饮市场规模占比



2017-2021年

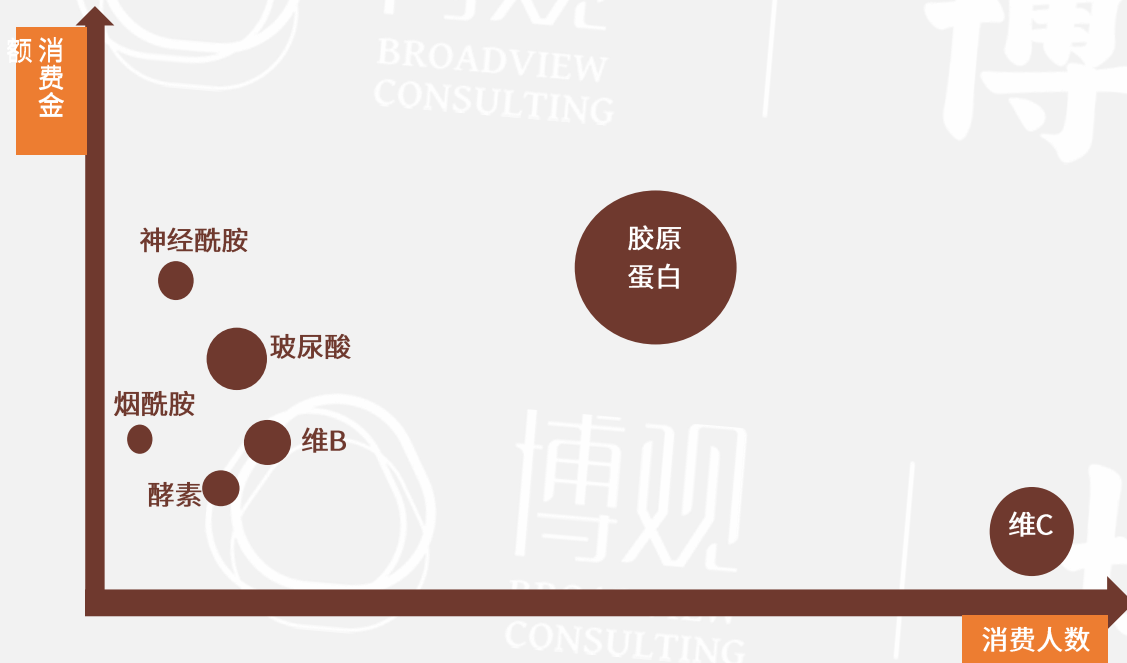
2022-2027年E



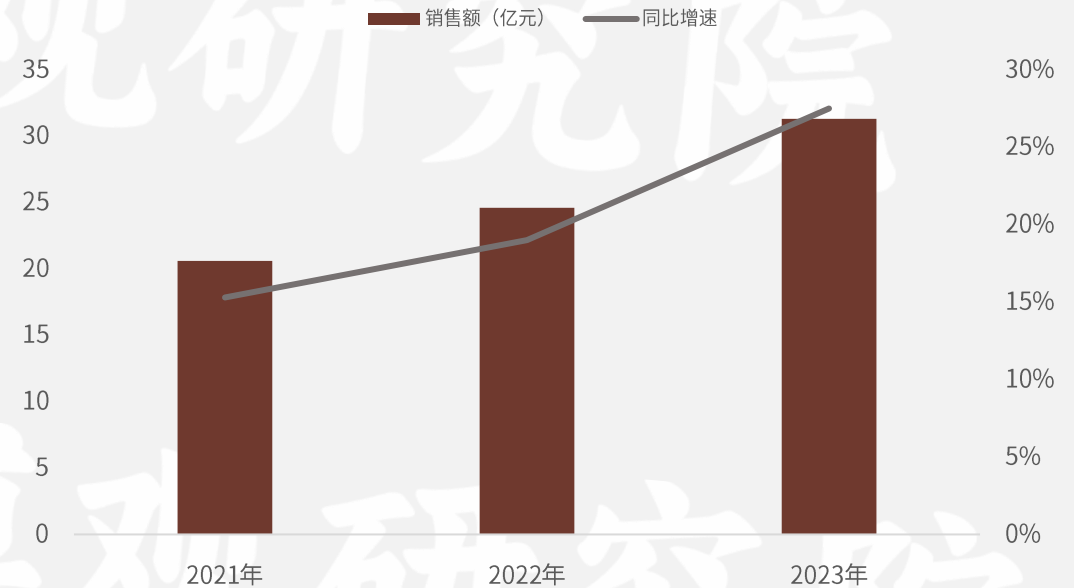
需求端，胶原蛋白饮释放增长空间，五个女博士抖音平台起势

从消费端来看，口服美容赛道，胶原蛋白类产品所占市场空间最大，且远超前排在之后的维C类产品，另外，从消费金额来看，胶原蛋白类产品也处在高位，而从消费人数上来看，也仅次于维C；从淘宝天猫胶原蛋白类保健品销售额和增速来看，也均保持增长态势，2023年销售额超30亿，同比增速达27.5%；再到单产品来看，五个女博士在抖音平台起势，2023年销售额在10亿-25亿之间，而在2021年，其销售额甚至未破亿。

市场需求：胶原蛋白在口服美容赛道占比情况



淘宝天猫胶原蛋白市场销售趋势及同比增速



品牌/平台	2021年		2022年		2023年		2024年	
	销售额	销量	销售额	销量	销售额	销量	销售额	销量
FIVE DOCTORS 五个女博士 	2500w-5000w	7.5w-10w	5亿-7.5亿	100w-250w	10亿-25亿	250w-500w	10亿-25亿	250w-500w

抖音崛起，2023年夺得胶原蛋白饮线上渠道超60%销售份额

胶原蛋白肽饮近百亿的市场，其超一半依赖线上渠道，而在天猫、京东等综合电商平台占据主导份额的现状下，在胶原蛋白肽饮这一产品线，社交电商平台抖音强势崛起，2023年更是夺得超60%市场份额。线上渠道，产品以吸引年轻消费者为主，产品打高端化与便捷化，价格在100-500元之间；线下渠道占比在30%-45%之间，主要集中在超市/便利店、专卖店/美容院以及药店；另外展会/跨界合作以及微商渠道在胶原蛋白肽饮产品销售中，也占小部分市场。

线上渠道

50%-60%

- 综合电商平台：天猫、京东、拼多多；
- 社交电商平台：抖音、小红书

抖音作为新兴渠道，2023年占比达60%。✦

- 主流价格带在100-500元之间，性价比较高；
- 营销创新：通过直播、短视频、KOL种草等方式推广，吸引年轻消费者；
- 产品类型：以高端化、便携式产品为主，覆盖国产与进口品牌



线下渠道

30%-45%

超市/便利店

专卖店/美容院

药店

- 覆盖大众消费市场；
- 集中于高消费区域；
- 以功能性产品为主，添加玻尿酸、氨基葡萄糖的关节健康类胶原蛋白饮，强调医疗级品质
- 即饮型胶原蛋白饮料和礼盒装为主；
- 高端定制化产品，如高浓度胶原蛋白肽饮；
- 价格区间广泛（50-200元）
- 价格较高（200-500元）

其他渠道

5%-10%

专业展会/跨界合作

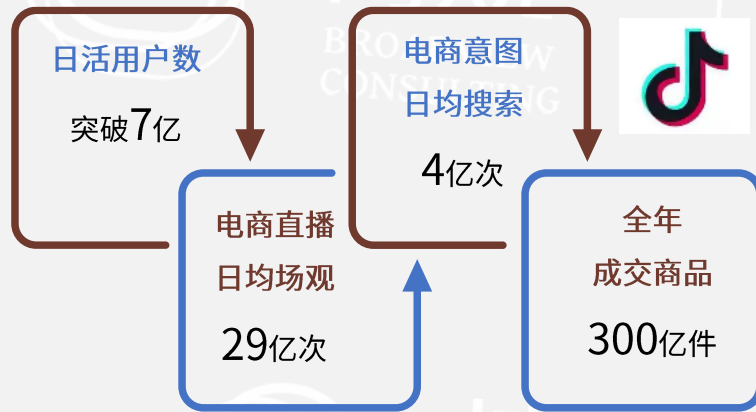
直销/微商

- 主要用于品牌推广和B端合作，如联合美妆、健康食品品牌的联名款
- 通过私域流量销售高利润产品，常见于中小品牌，但监管风险较高

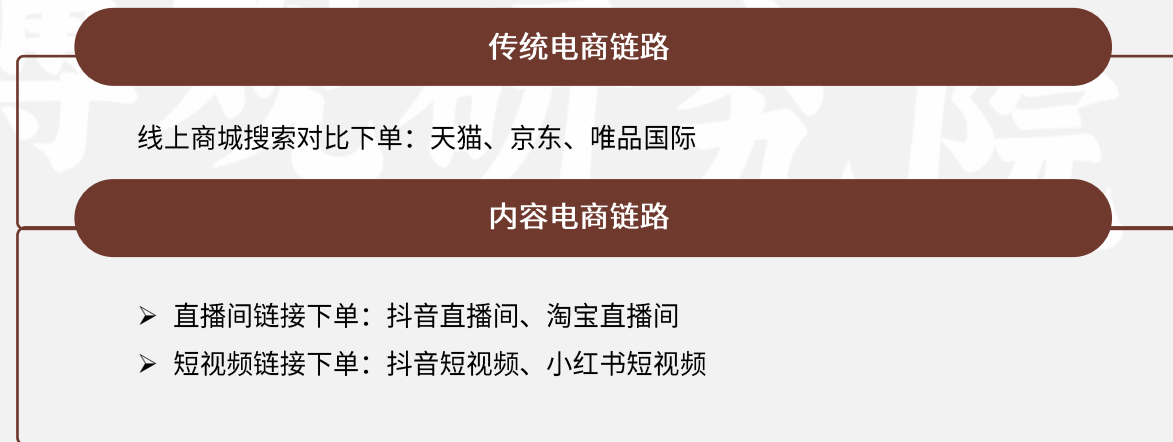
抖音迅速起量的背后：抖音与抖音所代表的内容电商崛起

抖音迅速起量的背后，与抖音自身流量与销售模式密不可分。数据显示，抖音日活用户已突破7亿。抖音属内容电商平台，依托直播间和短视频两大消费场景，改变消费者购买链路，同时内容场和货架场两大场域，既激发用户潜在兴趣，也承接用户已有兴趣，多重共振促成全年成交商品300亿件。

抖音平台电商相关数据图示



传统电商vs内容电商 消费者下单链路对比

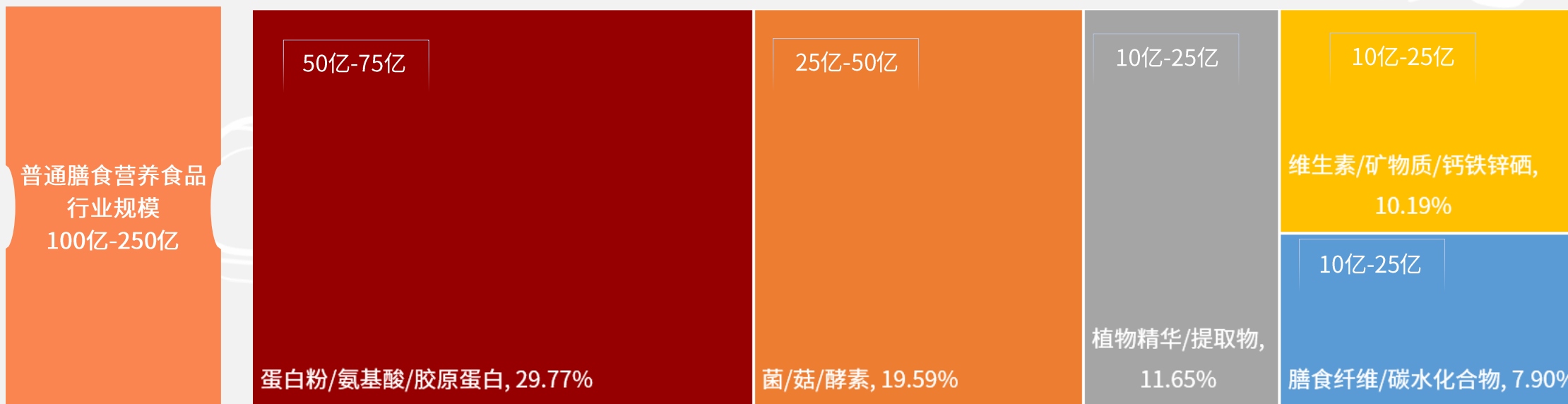


- 内容流激发用户潜在兴趣，深度种草完成高效成交；
- 货架商城承接用户已有兴趣，精准搜索实现复购。

保健品行业抖音渠道实现227%增长，胶原蛋白类销售规模在50亿-75亿

从具体销售额来看，保健品行业整体在抖音平台销售额在2021年-2023年实现连续增长，2022年更是增长227%，销售额跃至100亿到250亿之间，而作为保健品行业的最大细分赛道，普通膳食营养食品行业规模也达到100亿-250亿之间，其中蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白类占比近30%，销售规模在50亿-75亿。

	2021年	增长率	2022年	增长率	2023年	增长率	2024年
保健品行业 抖音平台销售额	25亿-50亿	+227.47%	100亿-250亿	+87.11%	250亿-500亿	+52.54%	250亿-500亿
销量	2500w-5000w		1亿-1.5亿		1亿-1.5亿		2.5亿-5亿



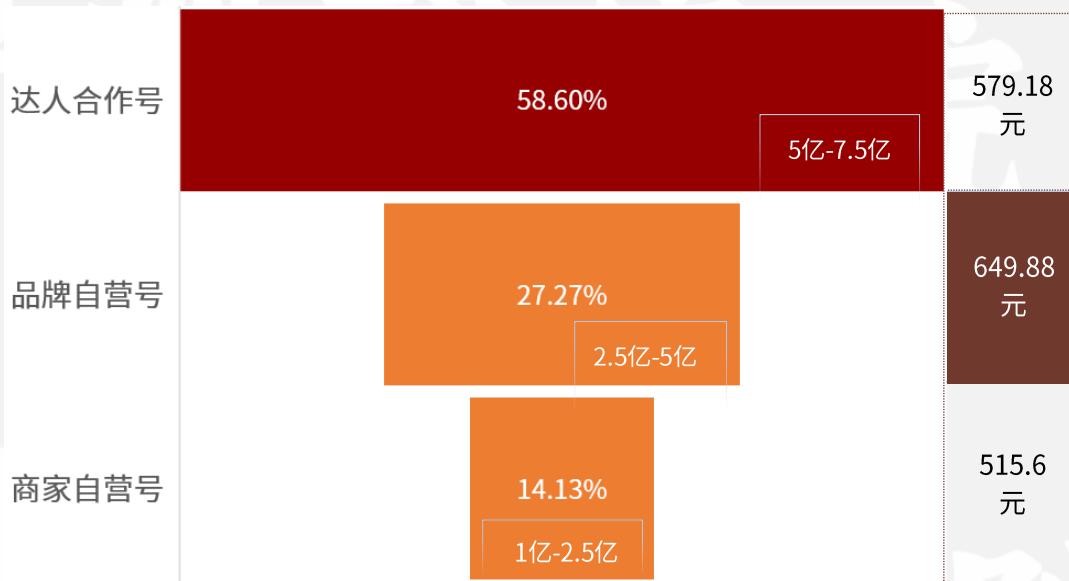
五个女博士抓住抖音流量渠道，实现迅速增长

抖音在保健品销售端迅速起量，胶原蛋白肽饮代表品牌五个女博士也正是抓住这波渠道红利，实现迅速增长。具体来看，五个女博士在抖音的主要销售方式以直播为主，占比超80%，其主要“卖点”关键词包含“官方正品”、“低聚肽”、“胶原蛋白肽”、“烟酰胺”、“明星同款”等；而其主要带货渠道以达人合作号为主，占比近60%，品牌自营号和商家自营号分别占比27%和14%，成交单价以品牌自营号最高，2024年销售额TOP5抖音号中，达人合作占3个。

五个女博士在抖音平台主要销售方式（2024年）



五个女博士在抖音平台主要带货渠道（2024年）



官方正品

低聚肽

胶原蛋白肽

烟酰胺

枇杷口味

小分子低聚肽

正品

维C

明星同款

掌握核心关键技术

五个女博士抖音十大卖点

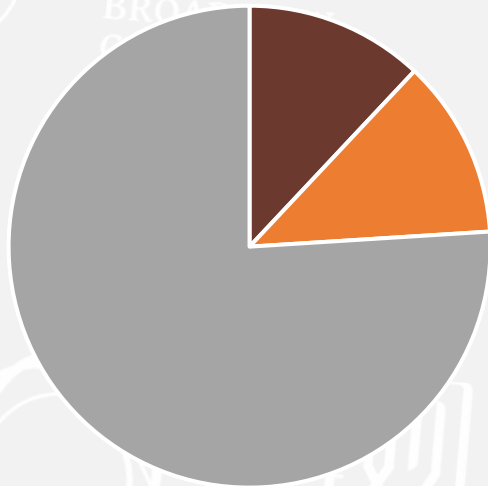
销售额TOP5 抖音号（2024年）

- 五个女博士官方旗舰店 1亿-2.5亿
- 刘媛媛HBN4号早8点生日巨额补贴 1亿-2.5亿
- 五个女博士旗舰店 7500w-1亿
- 贾乃亮1月4日上午9点品质年货一站购 7500w-1亿
- 老爸评测 5000w-7500w

市场竞争分散，后梯队可依靠渠道及差异化策略实现弯道超车

从产品竞争格局来看，中国胶原蛋白饮CR2占比在24%左右。从淘系平台销售额占比来看，汤臣倍健和五个女博士占比最高，分别抢占14%左右市场份额，排在之后的为HEESSU，占比10%左右，整体来看，市场竞争相对分散，头部品牌也并非完全站稳脚跟，对于后梯队品牌来说，渠道及差异化策略都是可以实现弯道超车的机会。

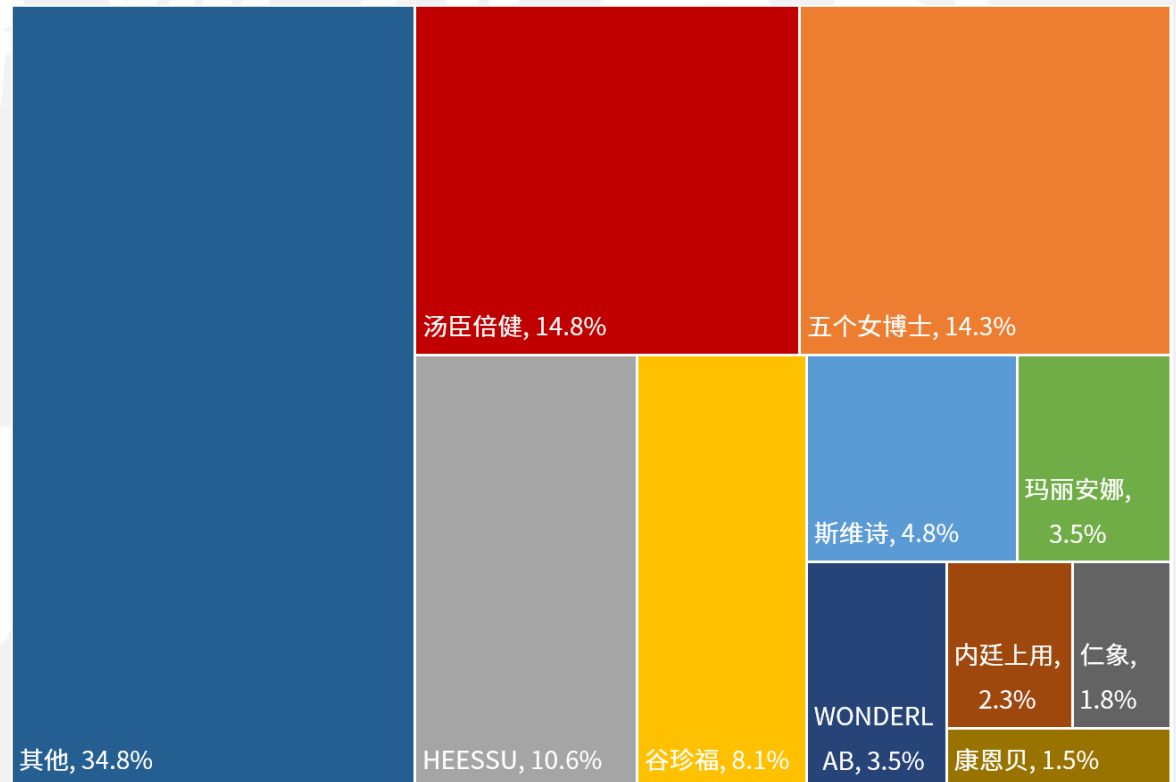
中国胶原蛋白饮CR2占比在24%左右



FIVE DOCTORS
五个女博士

据其官网介绍，其相关产品2021年12月-2023年12月期间（2年），销量达到2亿+瓶，单瓶平均价格也在15元左右，即2年销售额30亿左右，年销售额也超10亿

中国胶原蛋白饮淘系平台销售额占比



胶原蛋白肽产品生产模式分析

中国胶原蛋白饮生产链图示：原材料多样，多以代工为主

上游原材料

原料生产商
采购代理商

动物胶原蛋白原材料

- 鱼源胶原蛋白：鱼鳞、鱼皮、鱼骨
- 牛/猪源胶原蛋白：牛/猪的跟腱、皮、骨
- 禽鸟源胶原蛋白：鸡蛋膜、鸡皮

重组胶原蛋白原材料

- 发酵所需酵母浸粉
- 基因工程所需菌种以及相关培养辅料

中游生产

代工厂

- OEM（代生产）
- ODM（代设计+生产）
- CDMO（从研发到生产的全面服务）

自建工厂品牌

天然胶原提取

- 代工厂
- 自建工厂品牌

重组胶原蛋白发酵

- 代工厂
- 自建工厂品牌

下游流通

品牌商
渠道运营商

胶原蛋白产品

- 专业皮肤护理
毛利率 75%-85%
- 医美健康
毛利率 85%-95%
- 保健食品
毛利率 60%-70%

主流品牌多以“鱼”作为原材料，“深海鱼”成重要宣传点

动物源胶原蛋白中胶原来源多样，而从其特点及应用上来看，胶原蛋白原材料的优先级，依次是：鱼鳞、鱼皮、鱼骨、猪牛皮、猪牛骨、鸡皮。目前，绝大多国产胶原蛋白肽饮所选用的原料为鱼胶原，国内进口的日本胶原蛋白饮以及法国高品质胶原蛋白肽饮，也均是鱼胶原蛋白。根据一项调查，鱼胶原蛋白也是各国女性最认可的胶原蛋白，因此鱼甚至是深海鱼胶原蛋白来源也是胶原蛋白肽产品的一大宣传点。

“鱼胶原”	“牛胶原”	“猪胶原”	“禽鸟胶原”
胶原蛋白含量	胶原蛋白含量	胶原蛋白含量	胶原蛋白含量
20%-30%	10%-20%	10%-20%	20%-30%
特点	特点	特点	特点
<ul style="list-style-type: none"> 提取成本高； 无牛猪鸡致病源，污染较少 	<ul style="list-style-type: none"> 存在一定的免疫原性； 脂质较少，材质相对柔软 	<ul style="list-style-type: none"> 存在一定的免疫原性； 人亲和性较高，热稳定性高 	<ul style="list-style-type: none"> 存在一定的免疫原性； 解离温度高
应用	应用	应用	应用
<ul style="list-style-type: none"> 食品为主，较少用于医用器械、化妆品 	<ul style="list-style-type: none"> 食品、医用器械、化妆品，应用领域较广 	<ul style="list-style-type: none"> 食品、医用器械、化妆品，应用领域较广 	<ul style="list-style-type: none"> 适用于医材及保养品

主流品牌动物胶原蛋白原材料		
国产/进口	品牌	原料
国产	汤臣倍健	深海鲑鱼
	京东京造	法国鲑鱼
	康恩贝	鱼
	斯维诗	—
	五个女博士	—
	三九	深海鲑鱼
	Lumi-康魄	鱼
	美丽肌因-华熙生物	鱼
	万益蓝WonderLab	鱼
进口	LIFEFIRE	—
	Bishoh美翔	鱼-北大西洋
	losoki	深海鲑鱼

市场胶原蛋白饮多以代工为主，产品差异化较小

市占率TOP保健品品牌方自建工厂情况



市场主流胶原蛋白饮品生产厂商类型分布

汤臣倍健	汤臣倍健股份有限公司	自建工厂
五个女博士	仙乐、百合等	代工厂
斯维诗	仙乐健康	代工厂
康恩贝	浙江吉美食品科技有限公司	代工厂
京东京造	浙江吉美食品科技有限公司	代工厂
三九	纽斯葆广赛	代工厂
Lumi-康魄	广东正当年生物科技有限公司	代工厂
华熙生物	厦门元之道生物科技有限公司	代工厂
WonderLab	深圳保时健生物工程有限公司	代工厂
LIFEFIRE	海外-美国	—
Bishoh美翔	海外-日本	—
losoki	海外-美国	—

中国胶原蛋白饮消费者与产品分析

女性为主要消费群体，“美容抗衰”是最主要购买动因

中国胶原蛋白肽饮的主要消费群体为女性，占比约75%-80%，年龄集中在25-45岁，其中30-40岁女性占比达到50%，多为关注衰老、皮肤弹性和美容效果的人群；近年来男性消费者也有所提高，主要集中于运动健身人群和注重健康管理的30岁以上男性；从地域分布来看，一线及新一线城市，消费者占比达65%；在消费者购买动因中，一般为“美容抗衰”、“健康管理”和“情绪调节”需求。

中国胶原蛋白肽饮消费者性别与年龄分布

女性为主 (75%-80%)

年龄集中在 25-45岁
其中30-40岁女性占比最高 (约50%)

关注抗衰老、皮肤弹
性和美容效果

消费者多为中高收入群
体 (8000元/月以上)，
教育水平较高 (本科及
以上占比超60%)，对
产品成分、安全性和科
技含量有较高要求

关注关节健康与体能
恢复

集中于运动健身人群和
注重健康管理的30岁以上男性

男性市场有所增长 (15%)

中国胶原蛋白肽饮消费者地域分布

一线及新一线城市

如北京、上海、广州、深圳等，消费占比达 65%

二三线城市

二三线城市市场增速较快 (年增长率约20%)，下沉市场潜力
逐渐释放

中国胶原蛋白肽饮主流消费者购买动因

“美容抗衰”需求

70%消费者关注皮肤紧致、抗皱 (25-35岁为主)

“健康管理”需求

40岁以上群体侧重骨骼/关节健康 (胶原蛋白流失关联骨质疏松)

“情绪调节”需求

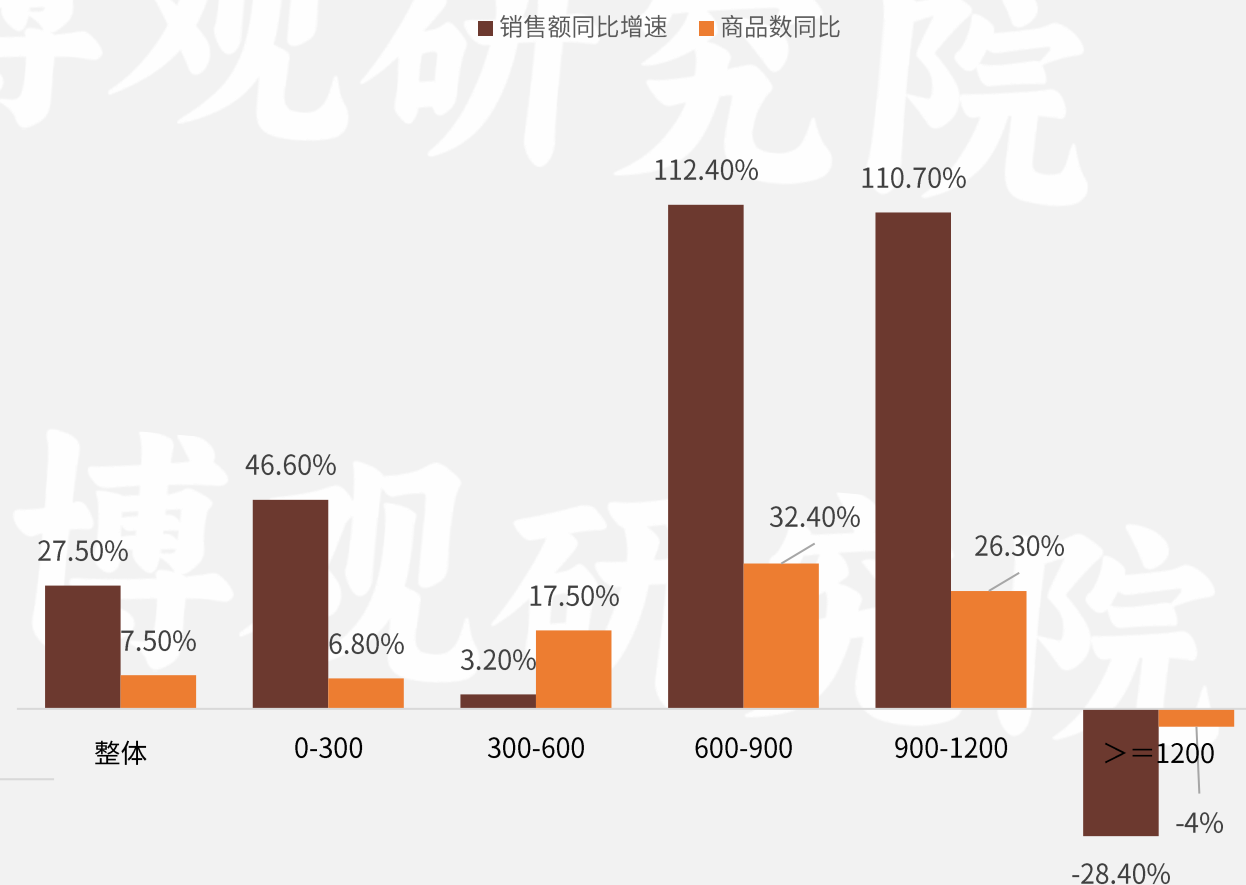
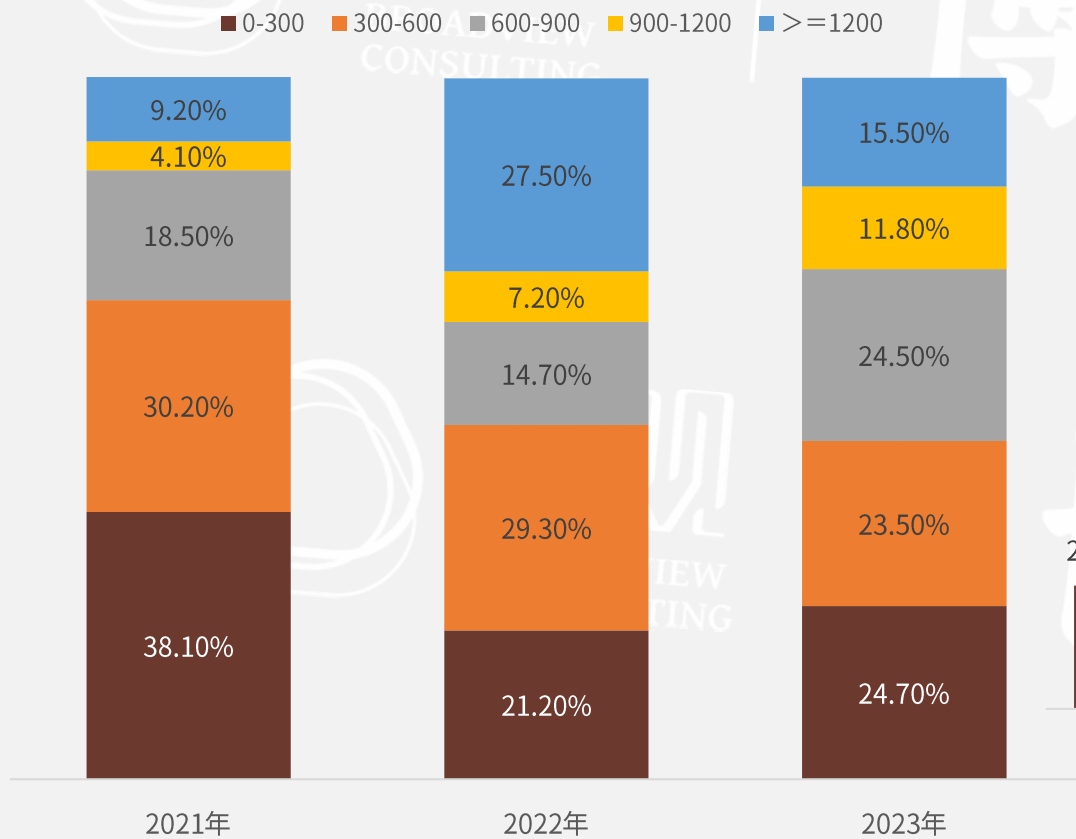
熬夜、高压人群 (如职场女性) 关注助眠、抗焦虑功能

热门品牌多以300-600元为主价格区间，辅以尝鲜装和周期装进行销售

整体来看，23年胶原蛋白保健品的价格段主要分布在0-300元，300-600和600-900元，300以下的商品多为小剂量或尝鲜装，300-600元区间的热门商品主要是五个女博士、Swisse和汤臣倍健等品牌，600-900元区间的商品多为周期装；销售额同比增长最快的价格段是600至900元和900-1200元，其同比增速超110%，同时也有源源不断的商家品牌将商品定价为该区间价格。

2021-2023年 淘系平台胶原蛋白保健食品销售额价格段分布

2023年 淘系平台胶原蛋白保健食品各价格段销售额及商品数同比增速



数据来源：公开资料，博观研究院整理

中国市场，主要胶原蛋白饮产品图示

品牌名称	汤臣倍健			五个女博士		桃白白（华润三九）		可益康（中粮集团）	
原材料	深海鲑鱼			鱼		深海鲑鱼		罗非鱼+鲑鱼	
生产厂商	汤臣倍健股份有限公司			仙乐健康、百合生物、创源生物等		纽斯葆广赛		仙乐健康	
系列名称	青春版（3000mg）	轻熟版（5000mg）	奢享版（6000mg）	5000mg	8000mg	5000mg	5500mg	3000mg（玻尿酸）	3000mg（燕窝）
产品									
售价	3g*10瓶 166元	5g*10瓶 172元	6g*10瓶 232元	50ml*30瓶 339元	50ml*30瓶 659元	30ml*10支 69元	30ml*7瓶 52元	50ml*7瓶 199元	30ml*10袋 129元
单价	16.6元/瓶	17.2元/瓶	23.2元/瓶	11.3元/瓶	21.9元/瓶	6.9元/瓶	7.4元/瓶	28.4元/瓶	12.9元/瓶

品牌名称	康恩贝			Lnmi			万益蓝 WonderLab		华熙当康
原材料	鱼			鱼			鱼		鱼
生产厂商	浙江吉美			广东正当年生物科技有限公司			深圳保时健生物工程有限公司		厦门元之道
系列名称	烟酰胺+	透明质酸钠+	燕窝花胶+	6100mg	6000mg	3000mg	5000mg	6000mg	6000mg
产品									
售价	5000mg 79元	5000mg 89元	6000mg 129元	25ml*10瓶 149元	50ml*14瓶 179元	50ml*6瓶 108元	25ml*4瓶 39.9元	25ml*10瓶 249元	50g*8瓶 205元
单价	—	—	—	14.9元/瓶	12.8元/瓶	18元/瓶	10元/瓶	24.9元/瓶	25.6元/瓶

中国市场，主要胶原蛋白饮产品图示

品牌名称	斯维诗					资生堂	
原材料	—					—	
进口国	澳大利亚					日本	
系列名称	水光粉 (2500mg)	蛋白软糖	GABA水光瓶	水光瓶	水光瓶PRO	1000mg	1000mg
产品							
售价	3g*28袋 169元	2.5克*60粒 102元	30ml*10瓶 279元	30ml*10瓶 229元	30ml*10瓶 269元	50ml*10支 470.25元	50ml*10支 275.22元
单价	6.0元/袋	1.7元/粒	27.9元/瓶	22.9元/瓶	26.9元/瓶	47元/瓶	27.5元/瓶
品牌名称	FANCL(芳珂集团)		株式会社DHC		POLA	LIFEFIRE	Bishoh美翔
原材料	鱼骨		—		—	—	北大西洋深海红雕鱼鱼鳞
进口国	日本		日本		日本	德国	日本
系列名称	3000mg	3000mg	7000mg	12000mg	2000mg	12000mg	5000mg
产品							
售价	50ml*10瓶 248元	50ml*10瓶 265元	50ml*10瓶 358元	50ml*10瓶 369元	50ml*10瓶 368元	25ml*10瓶 668元	50ml*10支 320元
单价	24.8元/瓶	26.5元/瓶	35.8元/瓶	36.9元/瓶	36.8元/瓶	66.8元/瓶	32元/瓶

中国市场，胶原蛋白肽含量5000及以下产品图示

胶原蛋白肽含量在5000及以下	国产品牌		Lumi		万益蓝							
	 汤臣倍健 胶原蛋白肽 3000mg 3g*10瓶 166元		 中粮集团 可益康 胶原蛋白肽 3000mg 30ml*10袋 129元		 胶原蛋白肽 3000mg 50ml*6瓶 108元		 万益蓝 胶原蛋白肽 5000mg 25ml*4瓶 39.9元					
	 同仁堂 胶原蛋白肽 5000mg 35ml*7袋 39元		 华润三九 桃白白 胶原蛋白肽 5000mg 30ml*10支 69元		 五个女博士 胶原蛋白肽 5000mg 50ml*30支 339元		 汤臣倍健 胶原蛋白肽 5000mg 5g*10瓶 172元		 斯维诗 胶原蛋白肽 5000mg 30ml*10瓶 279元		 胶原蛋白肽 5000mg 30ml*10瓶 229元	
	进口品牌		POLA		FANCL		Bishoh美翔					
	 资生堂 胶原蛋白肽 1000mg 50ml*10支 470.25元		 POLA 胶原蛋白肽 2000mg 50ml*10支 368元		 FANCL 胶原蛋白肽 3000mg 50ml*10支 248元		 胶原蛋白肽 3000mg 50ml*10支 265元		 美翔 胶原蛋白肽 5000mg 50ml*10支 320元			
	 胶原蛋白肽 1000mg 50ml*10支 275.22元											

中国市场，胶原蛋白肽含量5000以上产品图示

胶原蛋白肽含量在5000以上

国产品牌



华润三九-桃白白

胶原蛋白肽 5500mg
30ml*7支 52元



华熙生物

胶原蛋白肽 6000mg
50ml*10支 120元



胶原蛋白肽 6000mg
50g*8瓶 205元



胶原蛋白肽 6000mg
50ml*7瓶 69元



胶原蛋白肽 6000mg
25ml*10支 80元



胶原蛋白肽 6000mg
6g*30袋 92.2元



胶原蛋白肽 8000mg
50ml*7瓶 102元



斯维诗

胶原蛋白肽 6000mg
30ml*10瓶 269元



Lumi

胶原蛋白肽 6000mg
50ml*14瓶 179元



胶原蛋白肽 6100mg
25ml*10瓶 149元



五个女博士

胶原蛋白肽 8000mg
50ml*30瓶 659元



汤臣倍健

胶原蛋白肽 8000mg
6g*10瓶 232元



万益蓝

胶原蛋白肽 6000mg
25ml*10瓶 249元



胶原蛋白肽 5500mg
25ml*10支 119元



胶原蛋白肽 6000mg
25ml*15支 119元



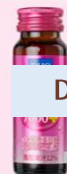
胶原蛋白肽 8000mg
25ml*10支 209元

进口品牌

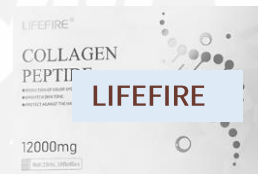


DHC

胶原蛋白肽 7000mg
50ml*10瓶 358元



胶原蛋白肽 12000mg
50ml*10瓶 369元



胶原蛋白肽 12000mg
25ml*10瓶 668元



森永

胶原蛋白肽 10000mg
125ml*12盒 688元

*版权声明

本报告为博观研究院创作，版权归博观研究院所有。未经博观研究院允许，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播。



博观研究院

博观中国（总部）：visdom.top 博观日本：www.hakkan.jp

博观咨询(Broadview Consulting)，全称为北京博观众智信息科技有限公司，是一家专业品牌咨询服务机构，致力于为客户提供更高效、更专业、更有针对性的品牌整合服务，助力客户建立和提高其市场与品牌竞争力。为了更好的帮助海外企业进入中国市场和帮助中国企业走向海外市场，2023年10月博观日本在东京成立。

博观研究院(Broadview Lab)是博观咨询下设研究机构，借助长期持续的商业数据和情报积累、团队的专业经验，帮助客户在重大战略上做出更正确的决策，让每一个客户都可以将自身有限的商业资源发挥出最大的效能。博观研究院主要服务于企业战略决策和产品精准数字营销，帮助企业解决重大挑战和专项问题。博观研究院针对中国市场、跨境电商、赴日游客等主题，会定期发布市场研究报告，敬请关注博观研究院官方社交账号和网站，联系工作人员免费索取。



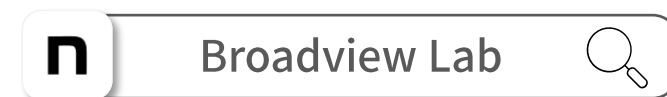
微信公众号：博观Lab



www.facebook.com/share/JRB6AXKMcC9mddLH



x.com/Broadview_Lab



note.com/broadview_lab

联系我们

关于品牌推广、产品营销、策略咨询、市场调研、行业报告等任何问题，请联系我们。

品牌推广和产品营销服务请联系：



王卓



+86 186-1155-8464



wangzhuo@boaoreview.com

市场研究报告及咨询相关问题请联系：



罗金辉



+86 136-9149-3894



luojinhui@boaoreview.com

博观研究院



博观研究院

TRYING TO FIND THE BEST SOLUTIONS