

2024年三季度 市场与消费洞察

宋印 2024年10月



目录

01 / 客户关注及动态

02 / Z世代

03 / 她力量

04 / 银发经济





客户关注和动态

- 助益儿童
- 宠物市场
- 科研
- ESG&可持续发展



客户关注和动态——助益儿童



8月19日，伊利集团联合中国人口福利基金会举办“益”起看星空“童梦同宇”天文科普公益研学活动，邀请87名来自内蒙古四子王旗的孩子们，奔赴京冀两地一起“追星”。



9月5日下午，以“与自然，共成长”为主题的2024菲仕兰自然滋养成长营暑期可持续创造营分享会，在北京理工大学幼儿园成功举办。



7月22日，在世界脑健康日之际，中国飞鹤发布《宝宝脑力养成指南》，并启动“婴幼儿认知与行为计划”招募计划。



飞鹤参加点亮行动公益计划在北京举办世界孤独症日主题活动暨“遇见光”公益画作联展，推出公益联名款聚高星。在本次活动中，每卖出1盒聚高星公益艺术限定装，飞鹤就将拿出1元作为公益善款，定向捐赠给中国志愿服务基金会点亮行动公益计划。

客户关注和动态——大佬纷纷下场宠物市场

2、新增子公司情况

公司名称	经营范围	取得方式
内蒙古伊利文化旅游发展有限公司	食品销售；旅游业务；出版物零售；餐饮服务；游艺娱乐活动；停车场服务；动物饲养；牲畜饲养；动物诊疗；食品互联网销售。	投资设立
Bioflag Nutrition Corporation Ltd.	保健食品的研发及产品生产与销售。	收购
内蒙古康益佳生物技术有限公司	生物有机肥料研发；生物饲料研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；生物质能资源数据库信息系统平台；宠物服务（不含动物诊疗）；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售。	收购

伊利布局宠物食品赛道

伊利近日公布，公司已在宠物食品赛道开始布局，但仍处于较初期发展阶段，未来公司会持续以消费者为中心，通过不断创新，提升产品力和品牌力，稳步推进非乳业务的发展。

（金融界AI电报）



贝因美进军宠物市场

近日，贝因美通过全资子公司间接持股成立宠物食品公司，正式进军宠物赛道，主打宠物乳制品细分领域，推出分阶乳制品系列。



盒马布局宠物领域

盒马上线40余款宠物商品，包括主食零食营养补剂以及猫砂洗护用品等等，这也是继“洗猫洗狗”服务落地上海后，盒马布局宠物领域的新动作。

客户关注和动态——科研



7月16日，最新一批“智能制造标杆企业”授牌仪式在第六届智能制造系统解决方案大会上举行，伊利旗下内蒙古金泽伊利乳业有限责任公司凭借全链数智化奶粉生产工厂建设成果成功入选。



贝因美和秋田满满&爷爷的农场共同创建婴辅营养联合创新实验室。



9月11日，2023年度国家市场监督管理总局重点实验室和技术创新中心批准建设名单正式公布，蒙牛集团作为依托单位承建的国家市场监管总局重点实验室（乳品质量数智监控技术）名列其中。

- George Church创办新公司 开发即插即用细胞编程平台
- 近日，由 George Church 创办的细胞疗法公司 GC Therapeutics（以下简称“GCTx”）宣布完成 6500 万美元 A 轮融资，用于开发“即插即用”的细胞编程平台。
- OpenAI 注资，AI 制药已发布首个开源模型
- 人工智能生物初创公司 Chai Discovery 宣布已从 Thrive Capital 和 OpenAI 处筹集了近 3000 万美元资金，用于将 AI 引入药物研发。



客户关注和动态——ESG&可持续发展



伊利在国家乳业技术创新中心召开了“WISH2030美好大会暨ESG20周年伊利集团可持续发展论坛”，并发布全球食品行业首个ESG价值核算报告。这是全球食品行业首个ESG价值核算报告，是对企业ESG发展成果的货币化体现，也是对A股上市公司可持续发展报告指引中财务与影响“双重重要性”原则的直观展示。



近日，伊利集团旗下的塞纳牧有机奶粉获得国内食品行业首张ISO14068产品碳中和证书。



近日，蒙牛发布首份《气候相关信息披露报告》。该报告参考香港交易所最新发布的《环境、社会及管治报告守则》中的气候相关披露规定，披露了蒙牛通过深化气候风险识别与评估，不断加强气候治理及风险应对的管理实践，以持续提升自身及供应链战略韧性。



2024年8月，华熙生物凭借其在可持续发展领域的杰出表现荣获EcoVadis颁发的铜牌，成功跻身全球受评企业排名前35%。



Z世代

- Z世代关注重点
- 进入生育旺季
- 健康与个护
- 养己式养宠



Z世代-关注重点

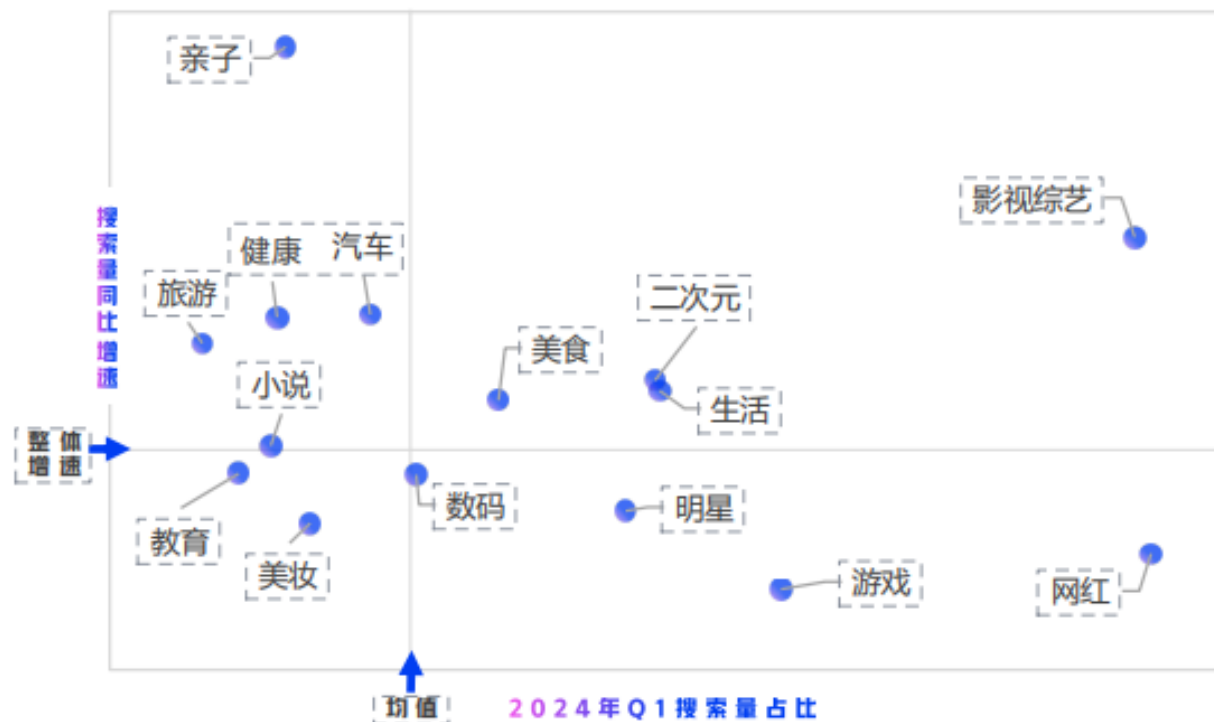
Z世代：通常指1995年至2009年出生的一代人，也被称为“互联网世代”。这代人从出生就与互联网无缝对接，因其独特的消费观和社交习惯，Z世代对短视频使用率比整体人群高10%，他们对短视频的搜索量也反映了他们的关注重点和消费意愿。

- Z世代对影视、追星、游戏、数码产品等持续保持较高的消费意愿。

- Z世代对**健康**的关注上升明显

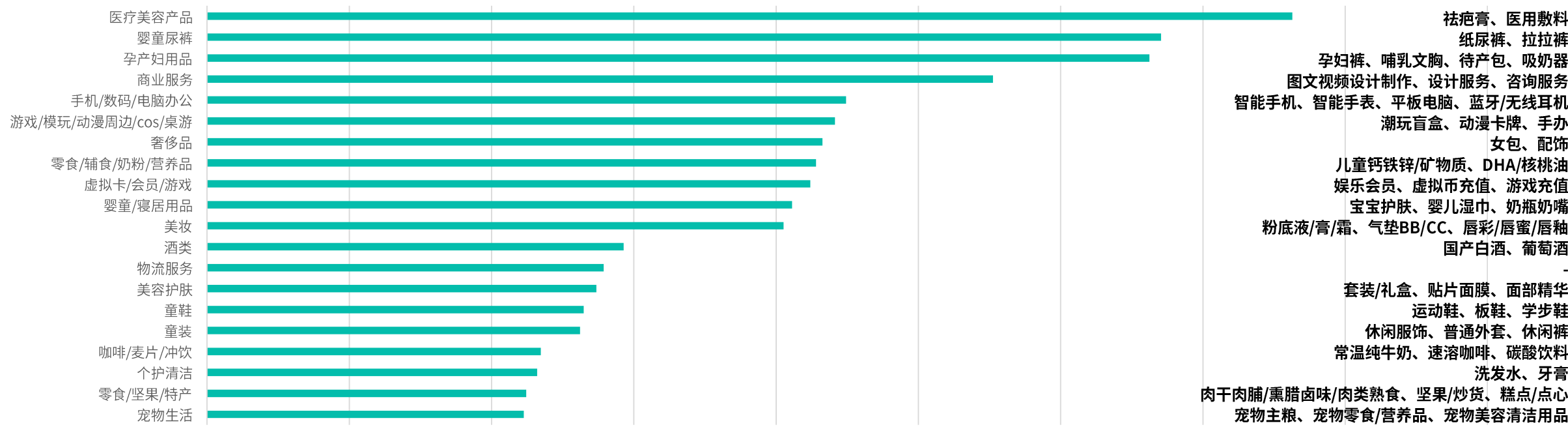
- 首批Z世代进入生育旺季，对亲子类关注爆发式增加

2024年Q1【Z世代】搜索量TOP举例及同比增速



Z世代-关注重点

数据来源：快手 Z 世代消费分布 / 快手整体消费分布



从快手Z世代消费分布可以看出，孕产婴童用品消费排名靠前，医美、营养品、美妆美容护肤也备受关注，宠物生活用品也进入了消费排行前列。



• 数据来源：NIQ 《SPEND Z》



Z世代 - “新妈” 整顿母婴育儿场

新躺平

- 卷方法，但不卷焦虑，Z世代妈妈更偏向新式“躺平”

Z世代相较其它世代，有更少的身体活动量和更多的线上依赖。Z世代妈妈更熟练于使用育儿工具、寻求专业机构等方式“躺平”孕育。

信科技

- 懒妈妈也是高效好妈妈，对智能产品表现出明显青睐

调研数据显示：51%的Z世代妈妈表示会更倾向于购买智能母婴产品，她们在相关育儿知识的学习上投入的时间和精力远超其它世代。

贴国潮

- 国潮崛起，民族自豪带来的国潮新品需求

调研数据显示：57%的Z世代妈妈表示购买过国潮类母婴产品，这对国产品牌或许是个契机。

要精致

- 颜值致胜，除悦己需求外，讲求更个性美学的晒娃养育

研究数据显示：24%的Z世代妈妈愿意为品牌溢价买单，Z世代妈妈平均学历高、经济独立，对商品的精致化、个性化需求更强烈。

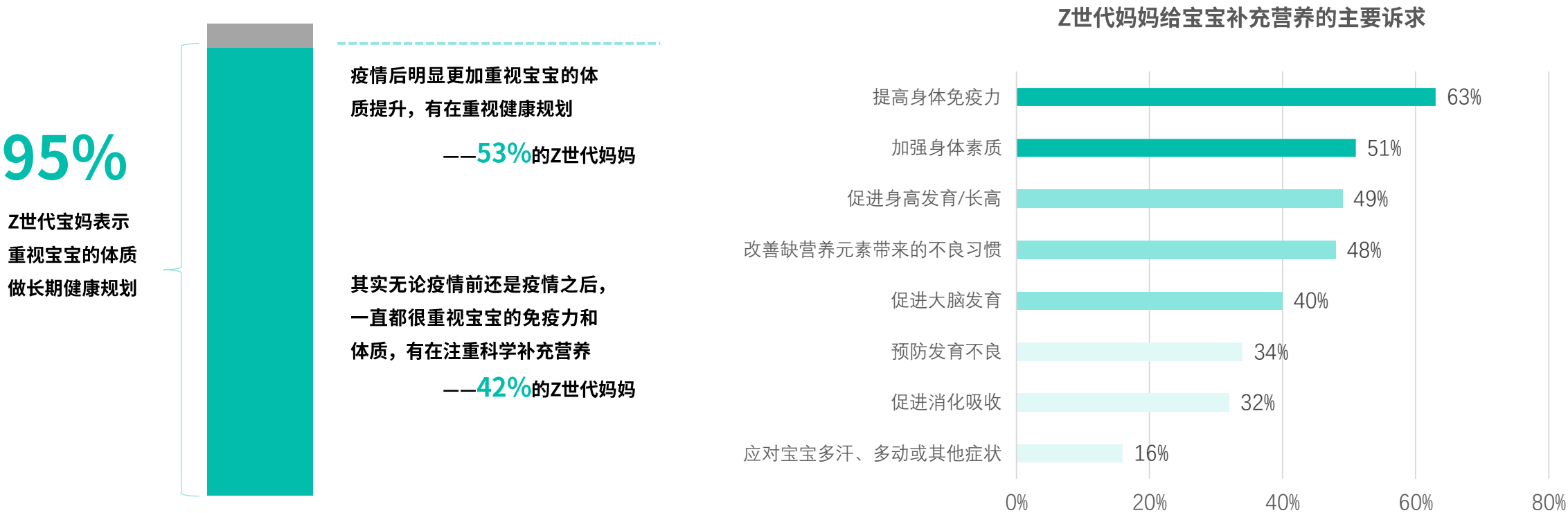
管健康

- 关注营养、保健分阶解决方案，决策覆盖全家健康

调研数据显示：57%的Z世代妈妈会为消费做攻略，46%的Z世代妈妈会对比参数、研究成分列表，除宝宝外，她们还统筹决策全家健康消费。

Z世代 – 更关注宝宝的原生免疫力

调研数据显示，超过95%的Z世代妈妈表示很重视宝宝的体质提升并有长期的健康规划。其中，53%的妈妈表示经历疫情之后，明显更加重视宝宝的免疫力和抵抗力提升；42%的妈妈表示无论疫情前后一直都很重视宝宝的体质，注重科学的营养补充。Z世代妈妈给宝宝补充营养的主要诉求仍在提高免疫力和加强身体素质两点之上，而提供科学合理的一站式长期健康规划将更得到Z世代妈妈青睐。



以免疫力为诉求点的婴童产品



佳贝艾特羊奶粉
佳贝艾特·晶萃悦白

2024年7月14日

宣称:

- 消化、肠道健康
- **免疫健康**

卖点:

- 双重乳铁蛋白, 更好抵御外界挑战, 有效减少有害菌, 10倍类HMO, 增强内在保护力
- 羊奶好吸收, 吸收率高达95%

参考销售渠道: 线上旗舰店



健能小金瓶

光明优加3.5克蛋白有机纯牛奶
健能小金瓶

2024年8月5日

宣称:

- 高/蛋白质来源消化、肠道健康益生菌

卖点:

- 纯牛奶: 每瓶250ML优加有机纯牛奶含9.5克原生蛋白。每瓶光明加3.5克蛋白有机纯牛奶(250ML)有31000原生高钙健能小金瓶: 融入了光明独有的专利菌株鼠李糖乳酪杆菌K7; 六大高效菌株每瓶蕴含500亿的活性菌能够深入肠道, 促进消化, **增强免疫力**。

参考销售渠道: 线上旗舰店

以免疫力为诉求点的婴童产品



A2
A2紫吨吨自护力奶粉

2024年4月17日

宣称:

- 免疫健康

卖点:

- 鼎配乳铁蛋白 激发自护力
- A2源乳实证，有效提升~4倍自护因子
- 多维度营养，升级自护力

参考销售渠道: 线上旗舰店



海普诺凯
海普诺凯悠蓝

2024年5月16日

宣称:

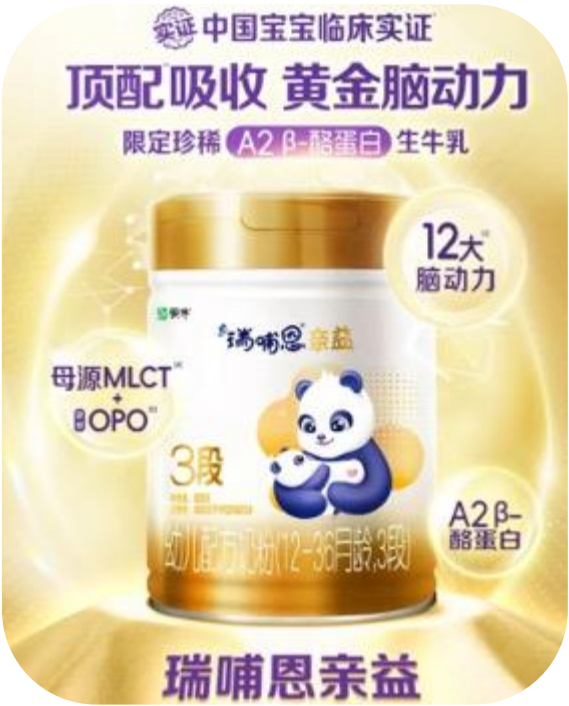
- 消化、肠道健康
- 免疫健康
- 益生菌
- 益生元
- DHA

卖点:

- 天然乳铁蛋白，以万分之一臻稀初乳营养，呵护宝宝肠道与呼吸系统，延续强大天生保护，有机母源低聚糖组合，9:1黄金配比，升级肠护力，活性蛋白OPN，四倍臻稀于乳铁蛋白，强免疫细胞功能
- 提升肠道免疫，5种核苷酸，增强宝宝机体自护，构建保护屏障

参考销售渠道: 线上旗舰店

以免疫力为诉求点的婴童产品



蒙牛瑞哺恩
瑞哺恩亲益

2024年5月14日

宣称:

- 无添加糖
- 益生菌
- 益生元
- DHA
- 消化、肠道健康
- 脑部健康
- **免疫健康**

卖点:

- 特别采用限定珍稀A2β-酪蛋白奶源, 接近源乳, 它能更温柔地拥抱宝宝的小肚肚, 对宝宝娇嫩肚肚更为亲和, 有助减少宝宝肚肚不适
- 采用了“母源MLCT + 新型OPO”和优量益生菌 + 双重益生元、α-乳白蛋白 + 水解乳清蛋白等共同组成的8亲和吸收营养

参考销售渠道: 线上旗舰店



贝因美
贝因美红爱666儿童成长奶粉

2024年3月16日

宣称:

- 儿童 (5-12岁)
- 脑部健康
- 眼部健康
- **免疫健康**
- 骨骼健康

卖点:

- 首款添加HMO母乳低聚糖的“三好”奶粉
- 天然乳铁蛋白, HMO母乳低聚糖, 增强宝宝免疫力
- 脑眼营养, 促进宝宝视力和脑部发育
- 初乳碱性蛋白CBP, 促进骨骼生长, 更好吸收钙质

参考销售渠道: 线上旗舰店

以免疫力为诉求点的婴童产品



三元奶粉
爱力优稚源

2024年5月26日

宣称:

- 有机
- **免疫健康**
- 脑部健康
- DHA

卖点:

- 三大研制配方，给予宝宝多重倍护营养配方 NO.1 MFGM+乳清蛋白+5种核苷酸加固宝宝坚实自护力·配方 NO.2 藻油DHA+ARA+叶黄培养宝宝认知脑动力·配方 NO.3 A2B-酪蛋白提升宝宝硬核吸收力

参考销售渠道: 线上旗舰店



善存
善存维生素酵母β-葡聚糖软糖

2024年7月2日

宣称:

- **免疫健康**
- 强化维生素、矿物质

卖点:

- 特别添加「自护黄金」，50MG专利级酵母B-葡聚糖
- 专利级酵母B-葡聚糖激活自护力
- 酵母B-葡聚糖临床实证恢复快少招 降低敏敏风险
- 甄选3大明星自护成分和9种维矿成分；Q弹果味，孩子爱吃

参考价格: 200 RMB / 瓶

参考销售渠道: 线上旗舰店

以免疫力为诉求点的婴童产品



ANDROS果乐士乐园
针叶樱桃西梅香蕉苹果泥

2024年6月28日

宣称:

- 不含添加剂、防腐剂
- 100%非浓缩
- 强化维生素、矿物质
- 天然

卖点:

- 针叶樱桃维生素C含量极高每克针叶樱桃中维C含量达1677毫
- 能有效增强宝宝的免疫力**，帮助抵抗病毒和细菌的侵袭；与西梅组合，西梅富含纤维素更能呵护宝宝肠胃改善宝宝消化情况当针叶樱桃遇上口感细腻的西梅搭配出更顺滑的“超级”果泥

包装卖点: 四层高工艺包装隔绝细菌和空气

参考销售渠道: 线上旗舰店



合生元BIOSIME
合生元钙锌维生素D口服液

2024年9月6日

宣称:

- 儿童
- 添加钙
- 强化维生素、矿物质
- **增强免疫力**

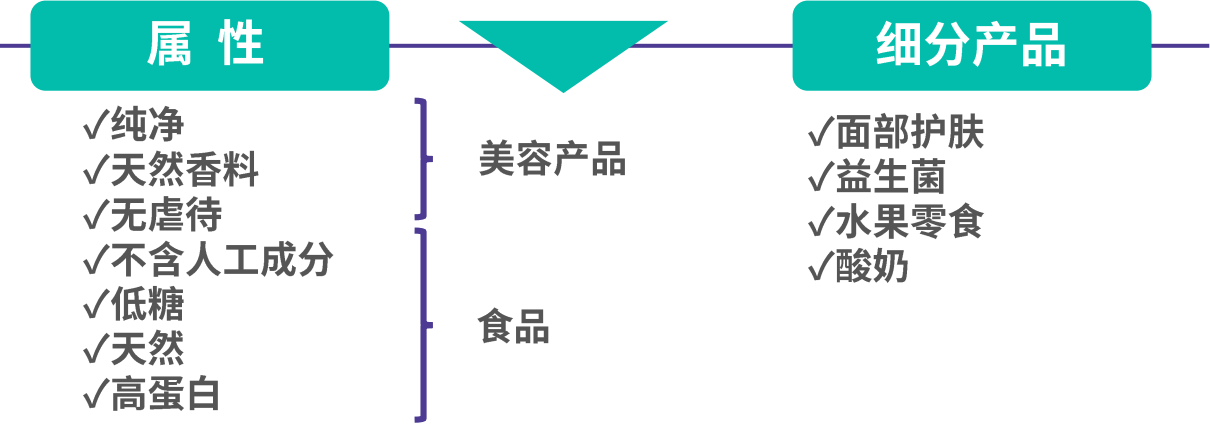
卖点:

- 300MG/支钙含量，好钙助成长

参考价格: 298 RMB / 30支

参考销售渠道: 线上旗舰店

Z世代-关注自然，更倾向伦理和环境主张

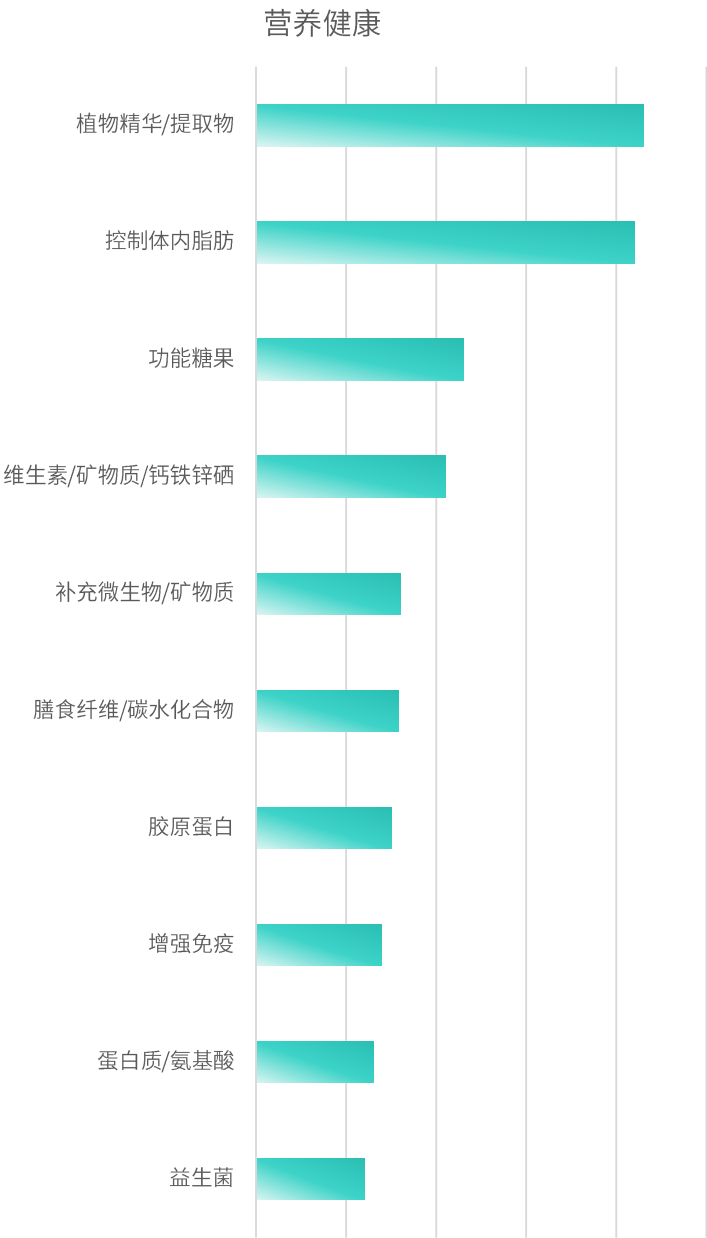


在健康及个护上

成分要求：52%的Z世代消费者寻求能保持健康的营养和成分，42%希望成分是天然而非人工合成的，40%希望产品是环保和可持续的。

可持续性：他们倾向于选择纯净、天然香料、无虐待、不含人工成分、低糖、高蛋白等特性的食品。

健康优先：健康在Z世代的“美好生活”定义中排在首位，许多人认识到植物精华/植提物等天然成分更健康。Z世代对控制体内脂肪的需求最大，最关注的剂型是功能糖果。

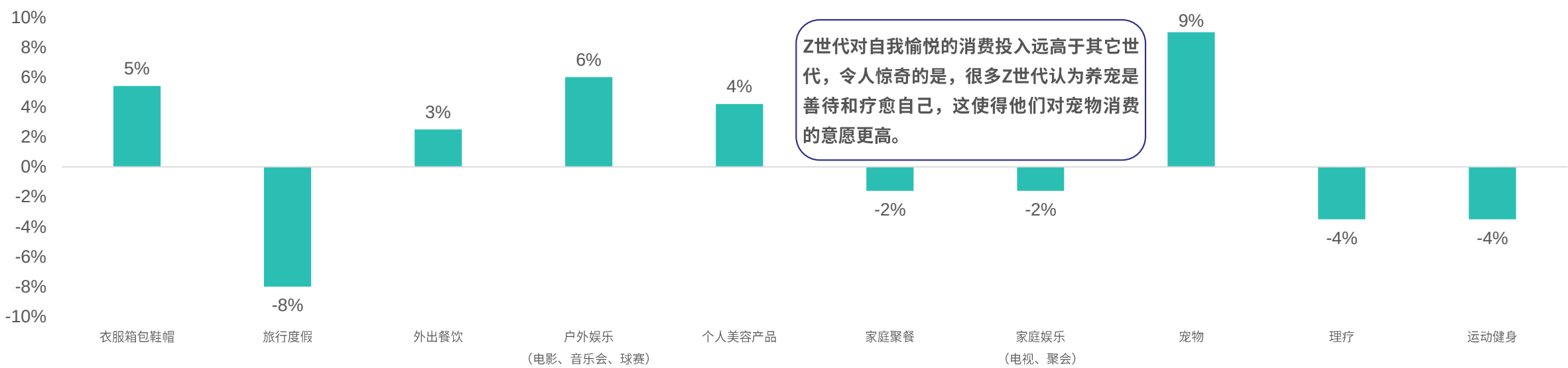


• 数据来源：NIQ 《SPEND Z》



Z世代-养己式养宠

Z世代希望在未来待遇上更加善待自己，随着不婚不育兴起，Z世代通过养宠来实现独居陪伴、生活层次的多面化和悦己代偿。



与其它世代消费者相比，Z世代更“宅”，他们对个人娱乐有更清晰的概念，认为家庭集会属于社交而非娱乐，旅行或者健身是中老年人的娱乐方式。他们将宠物视作愉悦自己的一种方式，并将养宠开销视为个人消费中的一部分。

消费意愿：Z世代对宠物生活相关产品的消费意愿很高，略区别于中老年将宠物视为儿女，主要消费集中在宠物食品上。Z世代将养宠作为自我愉悦和代偿，在宠物生活相关产品的需求上是全方位的。

健康意识：Z世代对宠物健康非常重视，尤其是在美毛等颜值营养品方面，他们有着极高的意识。

个性化需求：Z世代倾向于选择能够满足宠物个性化需求的产品，如特定配方的宠物食品，这反映了他们对宠物生活质量的追求。



近期上市狗粮会提出多种健康声明

蛋白质、不含人工防腐剂



热带精选猪肉、燕麦和热带水果食谱
适用于迷你成年狗

2024年4月 中国台湾

90%的动物蛋白，0%的人工防腐剂，0%的玉米，
低血糖指数，冷灌注技术，无残留。

无谷物，肠道、皮肤和体重健康



无谷物食品配有无笼火鸡和甘薯配方
适用于成年狗狗

2024年3月 中国台湾

含有双倍益生菌，促进消化。含有欧米伽-3和6，
支持皮肤健康。不含谷物。低脂肪。健康体重支持。

消化/肠道健康等



健康核心消化健康鸡肉和天然糙米
幼犬食品

2023年8月 中国台湾

添加了消化酶和超级食物，如南瓜和木瓜，以促进肠道健康，支持健康的微生物群。每磅含有1亿个益生菌，可改善胃肠道健康，帮助免疫系统。Omega-3脂肪酸保持光泽的外皮和健康的皮肤。DHA和EPA可促进大脑和夜视发育。



新上市的猫粮往往有多种保健功效

蛋白质、无谷物、益生菌



全价猫粮

2024年3月 中国

动物蛋白。42%的粗蛋白，主要食物中含有82%的动物成分，补充10%的冻干益生菌，每千克含有3000亿CFU，不含谷物或豆类。12%的淀粉含量。

维生素和矿物质，不含谷物



全无谷物三文鱼和鳟鱼配方猫粮

2024年3月 中国

添加了维生素、矿物质等微量元素确保宠物获得每种成分的最大营养益处以及它们组合的优势。豌豆、分离豌豆和鹰嘴豆提供能量而不需要谷物。一个只有鱼的选择，没有麸质。

肠道健康和敏感肌肤



营养加护理敏感皮肤和胃部护理三文鱼和南瓜干粮 适用于成年猫

2024年3月 中国

一种易于消化的配方，适用于对食物敏感或消化不良的猫。水解鱼蛋白浓缩物、南瓜、益生菌、益生元和Omega-3和6脂肪酸，以支持胃肠道和皮肤健康。

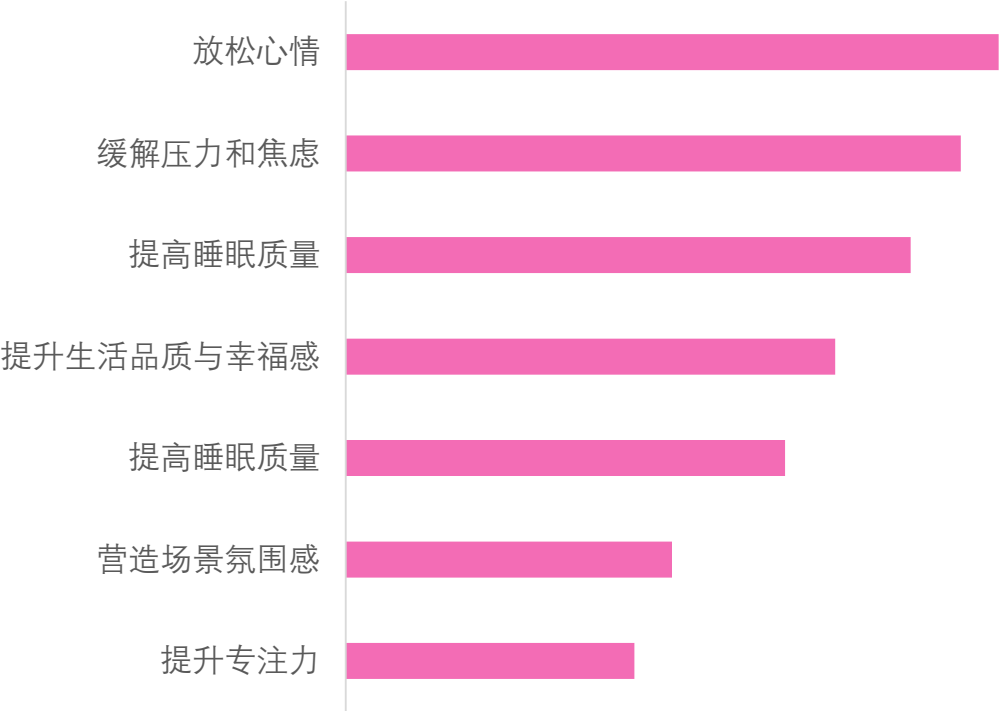


她力量

- 不同代际女性的健康问题
- 口服美容
- 个护需求



她力量-自我觉醒 养生美学



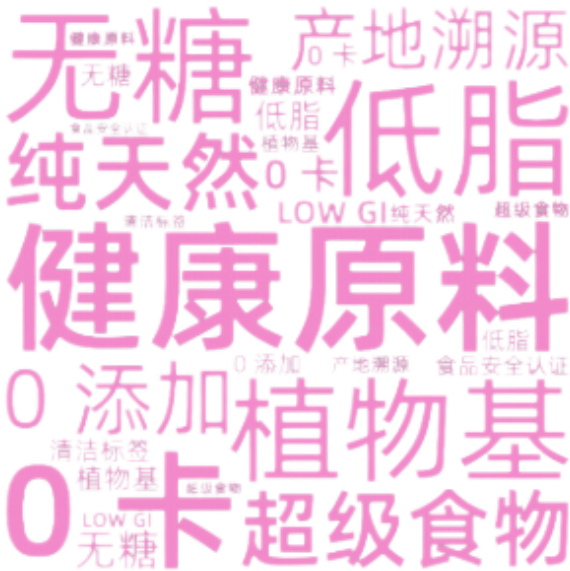
松弛感疗愈

超5成女性消费者用丰富舒适的感官享受来治愈情绪
当快节奏工作下的紧绷已成常态，女性消费者正迫切寻求一种疗愈情绪与身心的方式。

内在自我意识的觉醒以及越来越强大的决策力，使得不同阶段女性消费观念不断从基本生活需求向更加多元的自我实现需求进阶。调研数据显示，现阶段有超过八成女性消费者存在一定健康困扰，其中近六成女性会选择购买营养保健产品来改善健康问题。

其中，**58%**的女性消费者选择购买营养保健品来改善健康问题；

消费者对健康饮食的需求关键词



973亿

全球女性健康市场规模预计2030年将扩大至973亿美元（人民币约7057亿元）

15%

2023年度，线上天猫海外频道，女性骨关节营养品消费规模同比增长15%；



• 数据来源：2024年2月CBNData问卷调研



她力量-不同代际女性健康问题的关注重点

营养健康 |

不同代际关注的健康问题侧重点略有不同

在95后至05后等年轻代际女性中，情绪健康、视力健康、头皮健康问题多受关注，

在80前至90后中青代女性中，免疫力问题、肠胃问题等更受关注。

	05后	00后	95后	90后	85后	80后	80前
情绪健康							
经期健康							
视力健康							
口腔健康							
头皮健康							
呼吸健康							
肠胃健康							
皮肤健康							
睡眠健康							
肝脏问题							
免疫力低下							
三高问题							
体重过高/过低							
关节健康							
气血不足							
乳腺增生/结节							



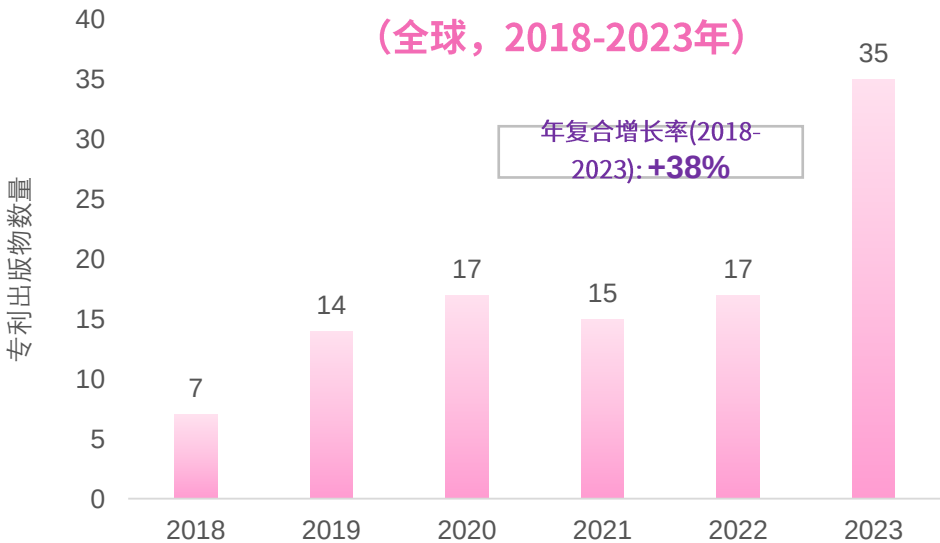
数据来源：2024年2月CBNData问卷调研、魔镜洞察

不同代际女性现阶段存在的健康问题调研TOP5
(高亮部分TGI>100表示高关注_排名不分先后)



她力量-口服美容释放内在美

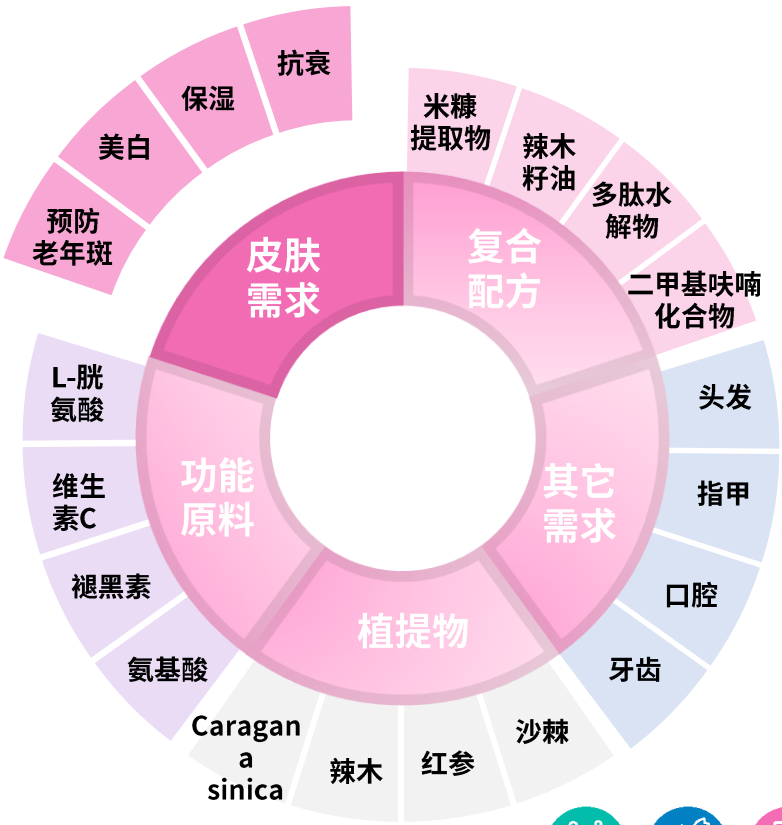
每年口服美容专利出版物数量
(全球, 2018-2023年)



人们对通过补充剂或含有天然、功能性成分且无副作用的食品和饮料来培养内在美的兴趣日益增长，这刺激了专利申请活动的增加。显示出年复合增长率38%的高增长。

这个口服美容专利集群聚焦于美容应用的口服美容组合物，涵盖了皮肤、头发、指甲和口腔的护理。技术方面详细描述了如何利用植物提取物来增强这些组合物的功效，例如辣木种子提取物、红参和沙棘等。这些成分被设计用来预防老年斑、减缓皮肤衰老过程、具有美白功效等，为消费者提供多种护肤效果。

口服美容专利出版物的关键主题
(全球, 2018-2023年)



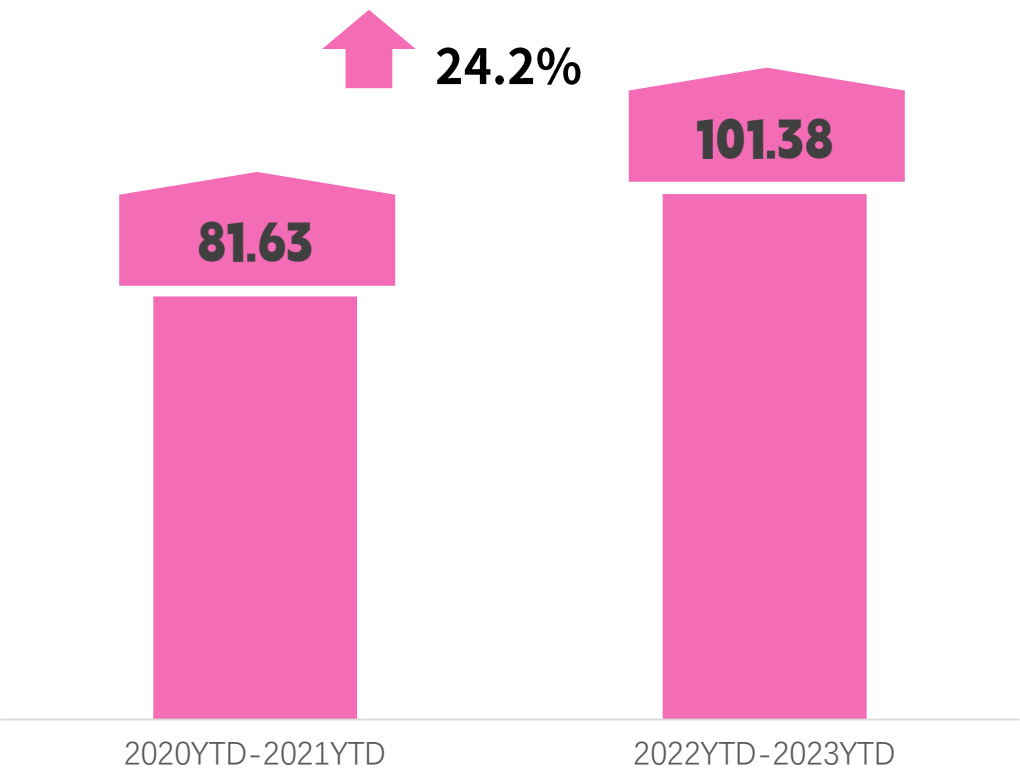
预计2025年中国口服美容市场规模将达到255.7亿元。颜值经济的驱动下，美容方式从基础的美妆护肤，逐渐深入到膳食管理、滋补养生等多个维度。



口服美容市场高速增长，皮肤抗衰是口服美容的核心诉求

口服美容是营养保健品的黄金赛道，中国口服美容新纪元世代，线下超速增长，2年GMV增速>24%。

延缓皮肤衰老，保持年轻是口服美容最主流的功效。



线上口服美容保健品销售额及同比增长率，人民币（亿）

(不含抖音和小红书)



• 数据来源：Earty Data自研DSA数据罗盘

口服美容各功效销售分布



- 数据来源：Nint任拓
- 平台：主流货架电商及内容电商凭他
- 时间：MAT2307
- MAT：过去12个月加总



口服美容产品



理想燃料 多重复合胶原蛋白肽

2024年8月8日

宣称：

- 强化维生素、矿物质
- 皮肤健康
- 骨骼健康
- 关节健康

卖点：

- 皮肤方面:对皮肤的皱纹、弹性、水分和胶原蛋白自身合成带来改变
- 对关节常见困扰、关节灵活度和柔韧度、关节软骨产生积极影响。
- 改变发质、头发生长情况和厚度，以及指甲坚韧度。

参考价格：699RMB / 桶

参考销售渠道：线上旗舰店



西麦 胶原蛋白燕窝肽饮 红参阿娇肽饮

2024年3月15日

参考销售渠道：线上旗舰店



• 增加皮肤的水分

• 2024年6月

• 配料:果汁(草莓、黑加仑蓝莓、红覆盆子)

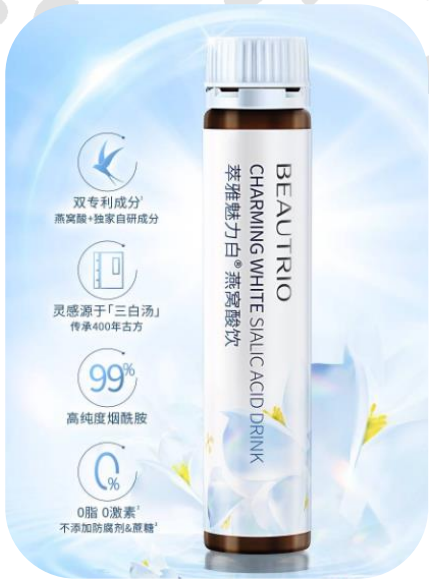
口服美容产品



2024年8月

衡美健康雪白玑™耀晶闪闪饮

特研四维复配原料（注：稀有的白晶番茄、来自地中海的橄榄果粉、明星成分：燕窝酸（即：N-乙酰神经氨酸）进阶高级光感白；多种皮肤营养补充，附加逆龄感，0脂肪果味的清香在舌尖轻轻绽放，如同夏日微风，清新不腻。



2024年6月

萃雅魅力白燕窝酸饮

双专利成分：98%高纯度燕窝酸+专利组合物
甄选6重本草，传承400年古方

2024年一季度

skigin参茸元气红参饮巨子生物欣苷阿胶饮

添加N-乙酰神经氨酸，科学配比，焕发红润年轻力；
精研成分，润养恰到好处。



• 数据来源：Innova Database



个护上追求精准精细 科学有效

精准护理

随着护肤消费升级，女性消费群体对于护肤理念有了更加多元的需求，“精细化、精准化护理”成为重要护肤趋势。在对护肤功效的需求上，不同代际女性也提出更加鲜明的差异化需求，**保湿、美白**仍是重要功效需求；同时，00后年轻代际消费者开始关注**抗初老、淡斑淡纹**等肌肤衰老问题。

科学护理

“**科技成分**”产品仍占据大量市场份额，科技护肤仍会是未来主流趋势。同时，八成以上女性消费者认可“护肤科技的加持，可以更好的发挥成分功效”；各品牌也积极寻求科技创新，通过产品科技升级、自建研发室等行动发挥科技赋能作用，助力护肤成分发挥更大效用。

功能护理

精细化护理场景不断向洗护场景延伸，不同代际女性对于**头皮健康护理**也提出差异化需求，90后、95后、00后、05后等年轻消费者偏向于防脱育发、头皮清洁滋养等功效，而85后、80后中青代女性则更加注重发质的改善。细分到不同成分洗发产品线上销售表现，更加温和的氨基酸类洗发水产品销售表现强劲。

精细护理

个人精细化护理需要“武装”到牙齿，调研数据显示，**85后、90后、95后女性消费者对口腔健康关注度更高**。而在具体功能需求上，年轻消费者更加关注牙齿美观度，中青代消费者则开始提出**牙齿敏感、调节口腔菌群**等升级需求。





银发经济

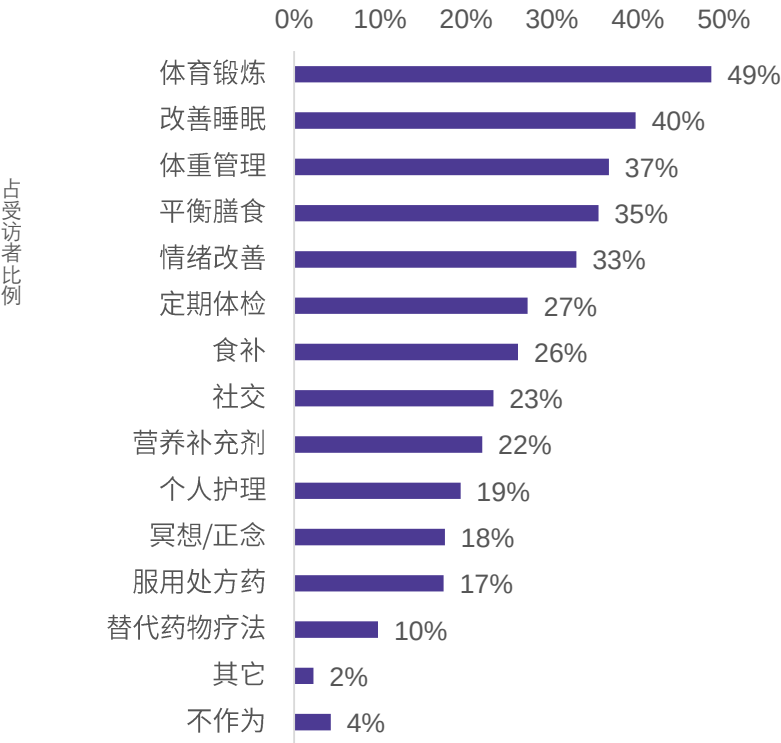
- 健康老年
- 新功能开发及新品



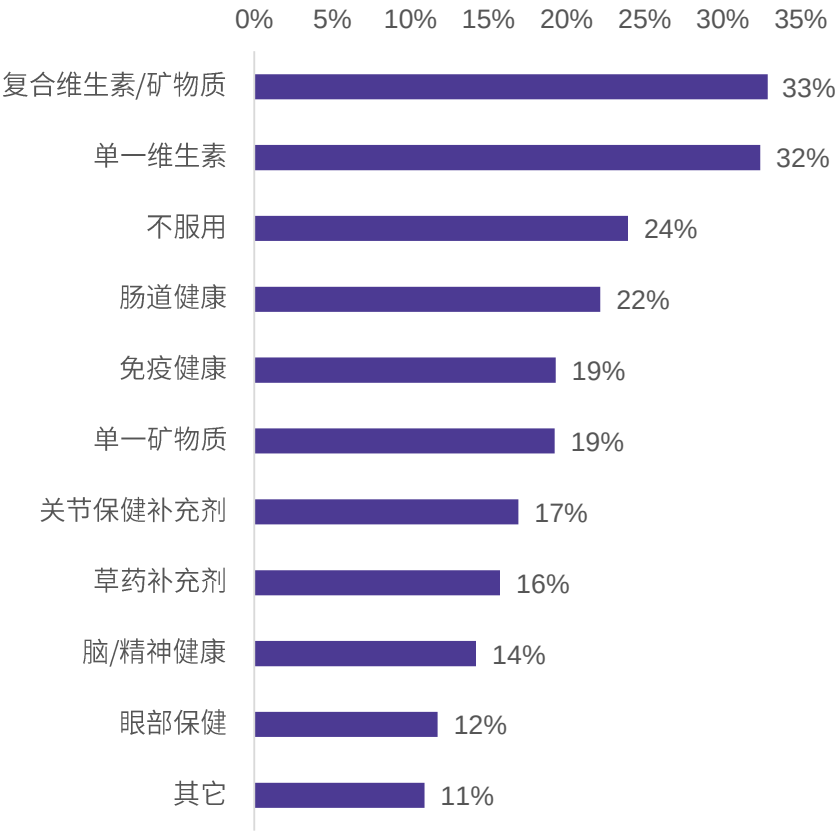
银发经济-健康老年

老年人在选择保健食品时，通常关注营养补充、特定健康需求和科学支持的产品，以帮助他们维持健康和活力。

2023年全球消费者最常采用的健康老年化方式



2023年全球消费者最常服用营养补充剂（11国）



三分之一的受访者表示他们服用复合维生素、矿物质或定期服用单一维生素。千禧一代引领其他几代人服用复合维生素、矿物质补充剂，而婴儿潮一代对单一维生素的使用更加青睐。

近四分之一的消费者报告没有服用任何补充剂；但增加随着年龄的增长，服用补充剂的人数会逐步增加。

除关节保健品外，所有补充剂都有可能被更年轻的代际消费者服用。



探索健康老龄化:制造商探讨新功能添加

雀巢公司向中国市场推出了一种新的奶粉系列，通过其专有技术生产，将乳糖转化为一种高度有益的、滋养微生物的益生元纤维。



Worldwide prevalence of lactose intolerance in recent populations



根据最新的分类调查，健康是乳制品背后的最受欢迎的购买驱动因素

Elemento Puro推出了WheyPro 40+，专门针对即将进入更年期和进入更年期的女性的特定健康问题而设计，如新陈代谢减慢和肌肉和骨量逐渐减少



补充剂中关于肌肉健康的说法越来越多

+17% 推出以肌肉健康为特征的新补充产品(复合年增长率
(CAGR, 2019-2023)



有助于增强肌肉质量

2023年9月 英国



有助于维持正常的
肌肉功能

2024年4月 瑞典



明星功能成分

- 维生素 维生素D3
- 矿物质 镁
- 蛋白质 胶原蛋白水解液



数据来源: Innova Database, Innova Trends Survey 2024 (average of Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, UK, US), Revo Foods, Revo Foods



除了肌肉生长外，提供蛋白质的不同机会



体重管理和平衡膳食是健康老龄化的新途径



45%的55岁以上中老年消费者表示，体重管理是与他们的身体健康相关的一个主要问题

预防重于治疗，体重管理是预防三高和控制中心性肥胖的重要手段，进行早期体重干预，这些变化可能有助于推动未来针对重大健康问题的产品开发。

Prouve Good Life Labs 食品补充剂
2023年7月 波兰



CABIO

Q & A

品牌中心

[品牌资源库](#)[内部素材下载](#)[公司介绍](#)[产品介绍](#)[白皮书](#)[科学灵感](#)[市场与消费洞察](#)

读者被授权仅将此报告中的数据用于其内部研究目的，无论是硬拷贝、电子传输或任何其他形式，除非事先得到 Innova Market Insights B.V. 的书面批准，否则一律不得出版、复制、传播或以其他方式提供或出售其任何内容。

谢 谢
Thank You