

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~8月鱼肝油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Cod Liver Oil Category Market Insights

2025年10月

华信人咨询
HXN CONSULTING

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9年来，依托对超过15,000个消费品类长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，华信人咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，华信人咨询发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

核心发现1：中青年女性主导鱼肝油消费



女性消费者占58%，年龄集中在36-45岁（31%）和26-35岁（28%）



收入以8-12万元（31%）和5-8万元（29%）为主，中等收入人群消费活跃



消费决策基于个人健康管理（47%）和家庭健康管理（32%），健康需求是主要驱动力

启示

✓ 聚焦女性中青年市场

品牌应针对36-45岁女性开发产品和营销策略，强调个人与家庭健康管理，满足其核心健康需求。

✓ 强化健康价值沟通

通过内容营销突出鱼肝油在个人和家庭健康维护中的作用，增强消费者信任和购买意愿。

核心发现2：消费规律性强，200粒装最受欢迎



每日服用占比38%，每周3-5次占25%，显示规律性健康补充偏好



产品规格中200粒装最受欢迎（31%），100粒装次之（22%）



特定产品如液体鱼肝油（8%）、儿童专用（5%）需求有限，进口原装为0%

启示

✓ 优化产品规格组合

重点推广200粒装等中等容量产品，平衡成本和便利性，满足消费者日常规律使用需求。

✓ 强化规律消费引导

通过提醒服务和教育内容鼓励每日或定期服用，培养用户习惯，提升复购率。

核心发现3：价格敏感度低，促销依赖度高



价格上调10%后，47%消费者继续购买，品牌忠诚度较高



38%消费者减少购买频率，显示部分群体价格敏感



45%消费者非常或比较依赖促销活动，远高于不依赖的23%

启示

✓ 维护品牌忠诚度

通过品质保证和会员计划巩固高忠诚用户，减少价格波动对销量的影响。

✓ 策略性促销运用

针对价格敏感群体设计限时促销，吸引新客和提升销量，同时避免过度依赖。

核心逻辑：中青年女性主导鱼肝油消费，注重健康与性价比



1、产品端

- ✓ 开发高纯度DHA产品，强化健康成分
- ✓ 优化200粒装规格，满足主流需求



2、营销端

- ✓ 强化线上渠道与口碑传播，提升品牌信任
- ✓ 聚焦专业医疗推荐，增强产品权威性



3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升消费者满意度
- ✓ 提供智能客服与个性化推荐服务

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

2.1 研究说明

2.2 市场规模

2.3 品牌榜单

2.4 价格洞察

2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- 剖析 2025年1月~8月各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- 评估 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- 洞察 鱼肝油线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- 分析 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售鱼肝油品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对鱼肝油的购买行为；
- 鱼肝油市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

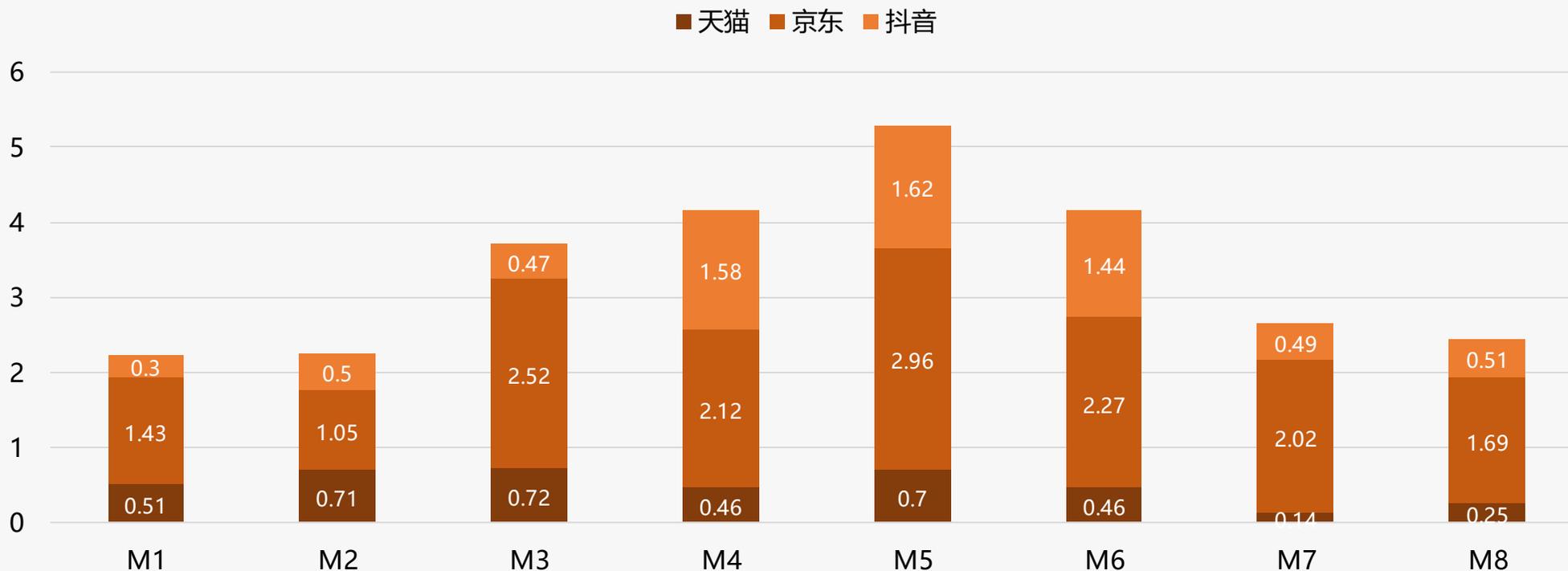
Research Method

- 数据分析法：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算鱼肝油品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- 对比分析法：对比不同月份、不同平台鱼肝油品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东主导 抖音增长 月度波动显著

- ◆从平台销售额分布看，京东以1.61亿元（占线上总销售额2.84亿元的56.7%）主导市场，天猫（0.45亿元，15.8%）和抖音（0.78亿元，27.5%）形成补充。月度销售波动显著，3月、5月为销售高峰（分别达0.37亿元、0.53亿元），7月跌至谷底（0.27亿元）。这种季节性波动可能与促销活动（如3月妇女节、5月劳动节）相关，建议优化库存周转率以应对需求变化，避免资金占用过高。
- ◆抖音平台增长迅猛，4-6月销售额均超1400万元，较1月增长超400%，显示其内容电商的转化潜力。但7-8月回落至500万元左右，稳定性不足。企业需平衡渠道投入，加强抖音的持续运营能力以提升同比增速。

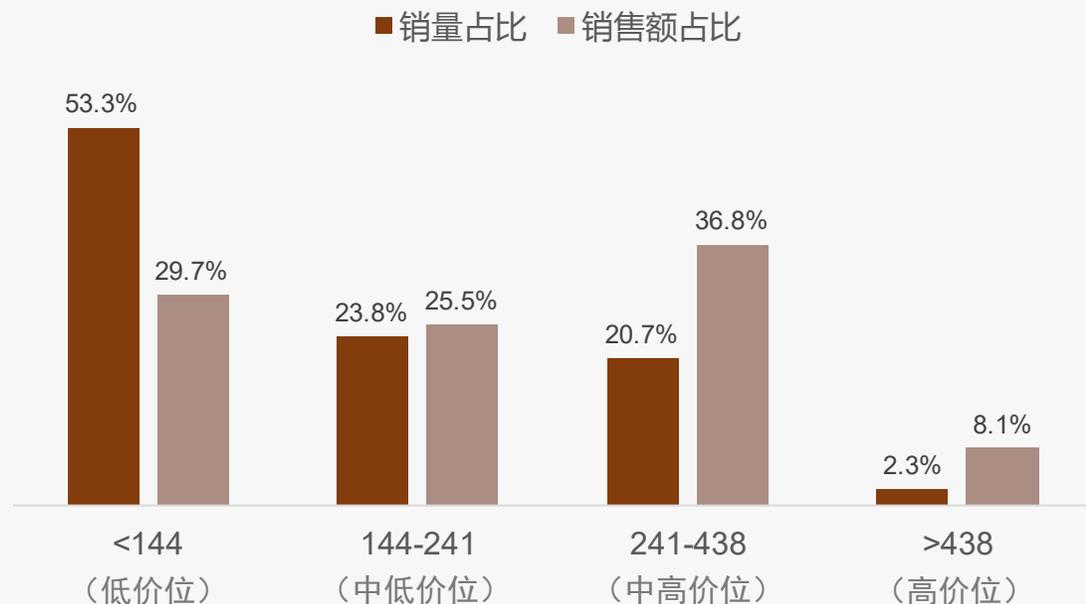
2025年1月~8月鱼肝油品类线上销售规模（百万元）



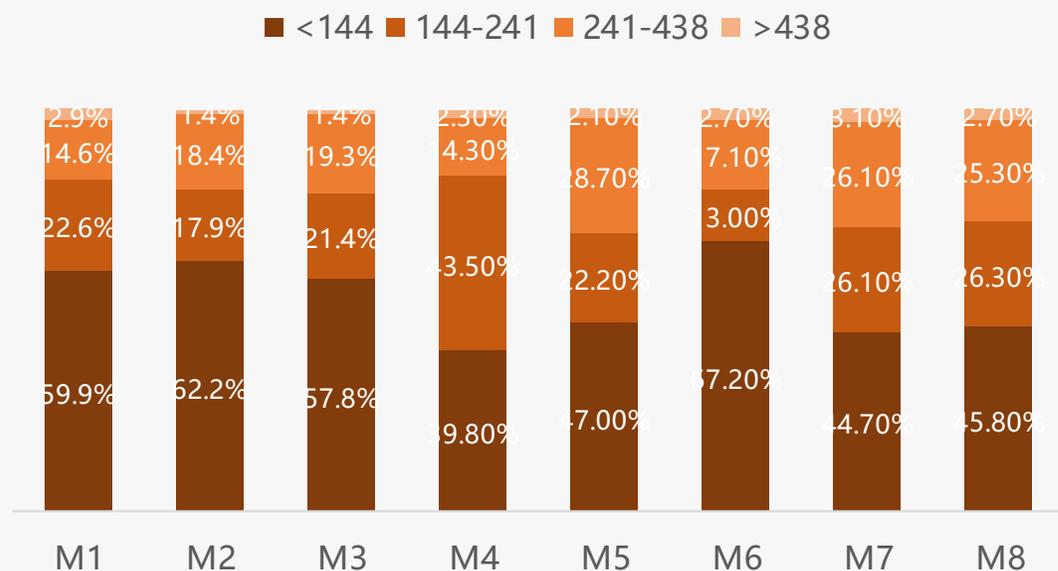
鱼肝油低价高销 中高端利润驱动

- ◆从价格区间销售趋势看，低价位（<144元）销量占比53.3%但销售额仅占29.7%，呈现高销量低贡献特征；中高价位（241-438元）销量占比20.7%却贡献36.8%销售额，显示产品溢价能力较强。高端市场（>438元）销量占比仅2.3%但销售额占8.1%，单位产品价值突出。建议优化产品结构，提升高毛利SKU占比以改善整体ROI，并针对性投放高端渠道，提升品牌溢价与客户终身价值。
- ◆月度销量分布显示价格敏感度波动显著：M1-M3低价占比超57%，M4中价位（144-241元）突增至43.5%，M6低价占比达67.2%峰值。结合月度数据，高端市场占比稳定在1.4%-3.1%，说明该细分市场增长潜力未被充分挖掘。表明消费需求受促销周期影响大，需加强价格策略弹性，通过动态定价平衡销量与毛利。

2025年1月~8月鱼肝油线上不同价格区间销售趋势



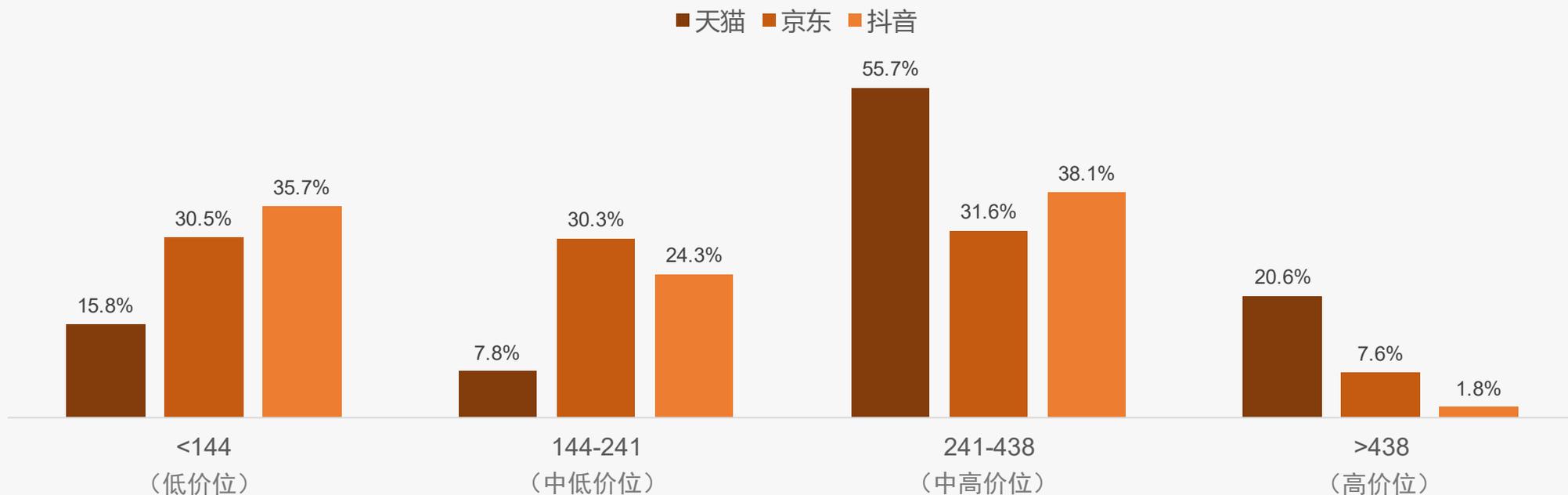
鱼肝油线上价格区间-销量分布



天猫高端主导 京东均衡 抖音低价为王

- ◆从价格带分布看，天猫平台中高端产品（241-438元）占比最高达55.7%，显示其用户群体更偏好品质消费；京东各价格段分布相对均衡，144-438元区间合计占比62.2%。高端市场（>438元）存在显著平台差异：天猫占比20.6%表现最佳，京东7.6%次之，抖音仅1.8%，表明天猫在高端鱼肝油市场具有品牌溢价优势，而抖音用户对价格敏感度更高，高端产品渗透率低。
- ◆中低价位（<241元）合计占比显示平台定位差异：抖音达60.0%，京东60.8%，天猫仅23.6%。结合平台特性，抖音凭借低价策略快速抢占市场份额，但需关注其客单价提升空间；天猫则通过中高端产品维持较高利润率。

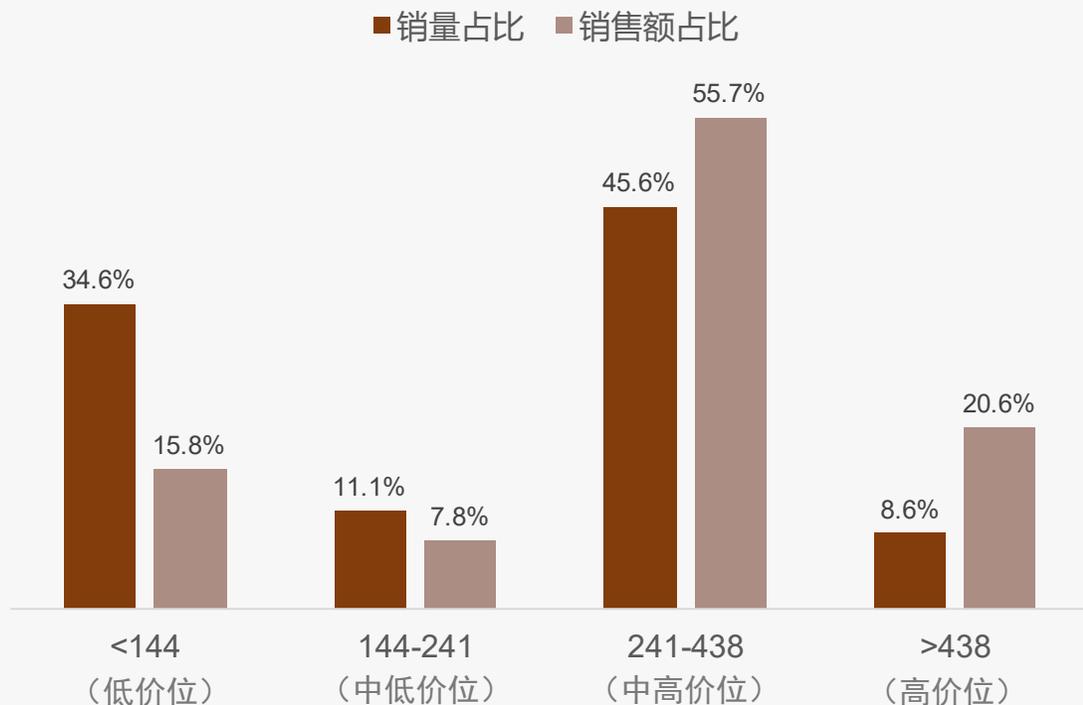
2025年1月~8月各平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



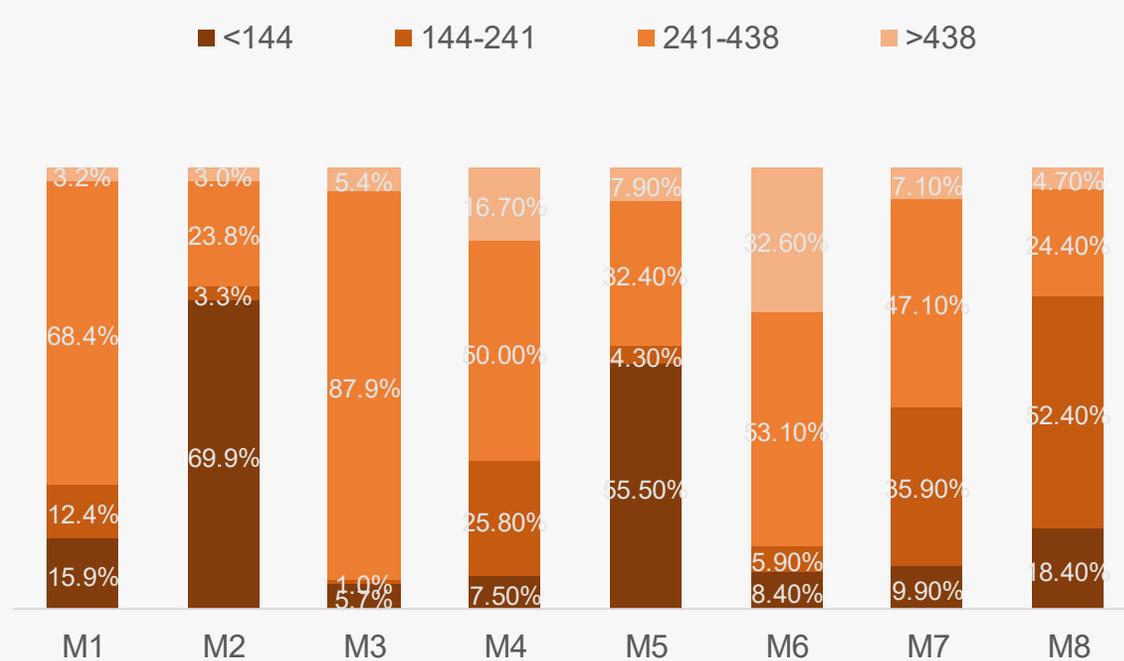
中高端鱼肝油主导市场 销量波动大 优化定价

- ◆从价格区间结构看，241-438元区间贡献了45.6%的销量和55.7%的销售额，是核心利润区，显示消费者偏好中高端产品；<144元区间销量占比34.6%但销售额仅占15.8%，表明低价产品销量高但利润贡献低，需关注产品组合策略以优化整体ROI。
- ◆月度销量分布波动显著：M2和M5月<144元区间销量占比分别达69.9%和55.5%，可能受促销活动影响；M6月>438元高端产品销量占比升至32.6%，结合销售额占比20.6%，显示高端市场潜力，建议加强季节性营销以稳定周转率。

2025年1月~8月天猫平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



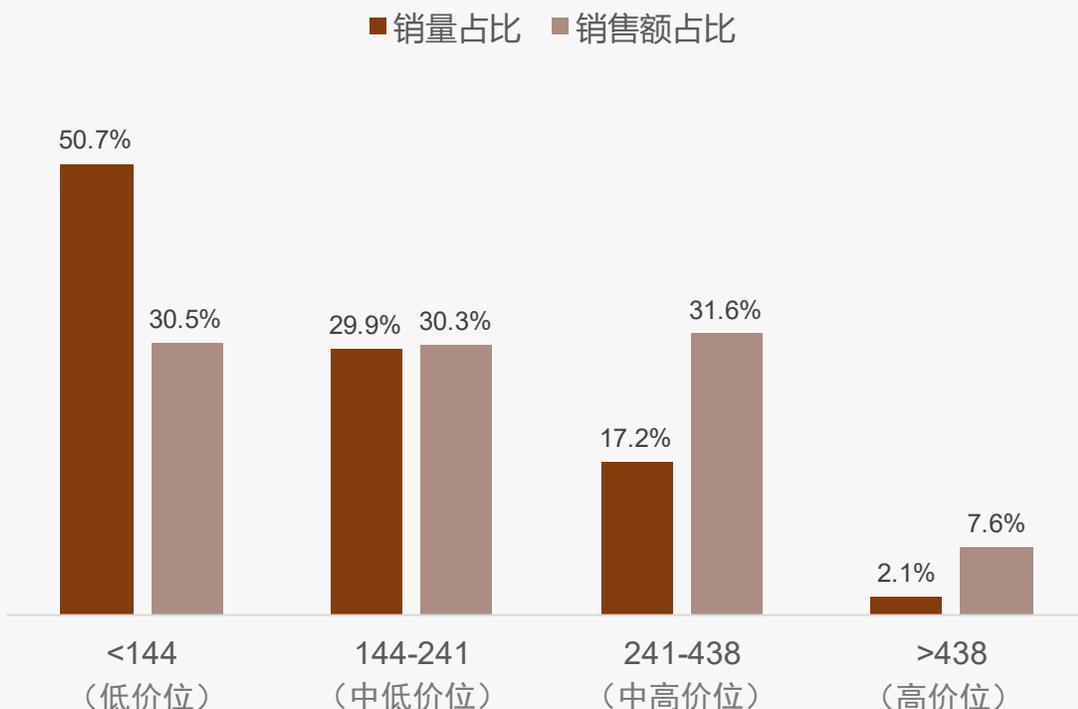
天猫平台鱼肝油价格区间-销量分布



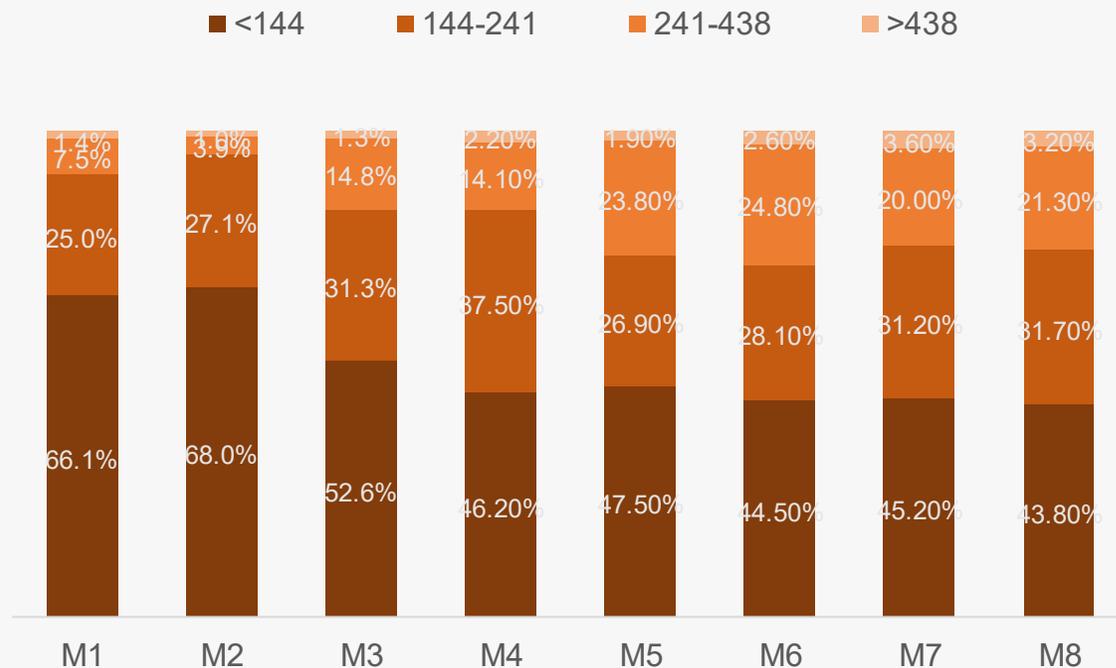
鱼肝油消费升级 中高端驱动增长

- ◆从价格区间结构看，<144元低价位销量占比50.7%但销售额仅占30.5%，显示该区间周转率高但客单价低；241-438元中高价位以17.2%销量贡献31.6%销售额，单位产出效率最优，是利润核心区间。>438元高价区间销量占比仅2.1%，需评估其市场渗透策略。
- ◆月度趋势显示消费升级明显：M1时<144元占比66.1%，至M8降至43.8%；而241-438元区间从M1的7.5%升至M8的21.3%。表明消费者正从价格敏感转向品质追求，需加强中高端产品线布局。

2025年1月~8月京东平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



京东平台鱼肝油价格区间-销量分布

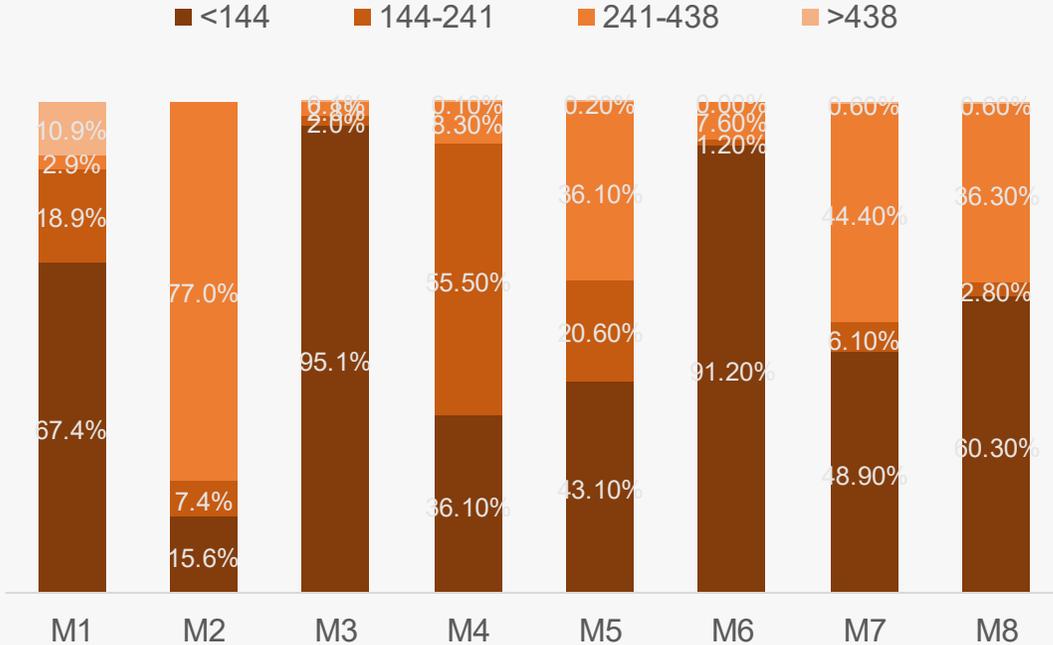
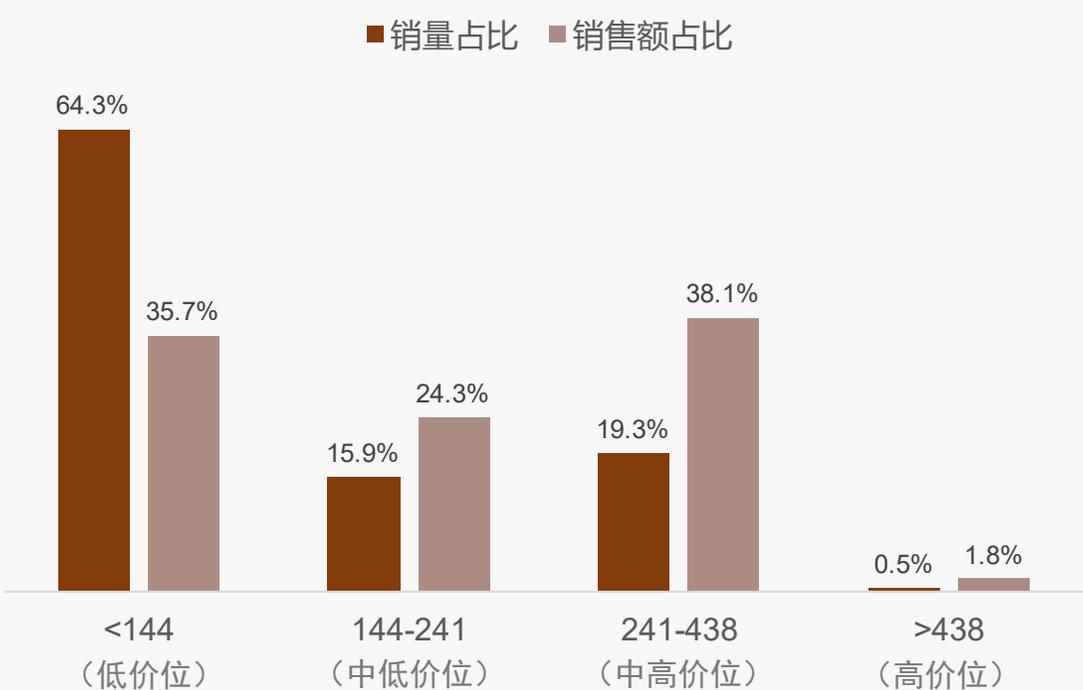


低价主导销量 中高端驱动销售额

- ◆从价格区间结构看，<144元低价区间销量占比64.3%但销售额仅占35.7%，呈现高销量低贡献特征；241-438元中高端区间销量占比19.3%却贡献38.1%销售额，单位价值更高。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以改善整体毛利率。
- ◆>438元高端产品销量占比仅0.5%，销售额占比1.8%，存在明显长尾效应。虽当前贡献有限，但客单价约为行业均值3倍，具备战略培育价值。建议通过内容营销提升高端产品认知，逐步扩大高净值客群覆盖。

2025年1月~8月抖音平台鱼肝油不同价格区间销售趋势

抖音平台鱼肝油价格区间-销量分布



CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- 洞察 鱼肝油消费行为、消费场景、消费模式；
- 剖析 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- 对比 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- 挖掘 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过鱼肝油的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

Research Method

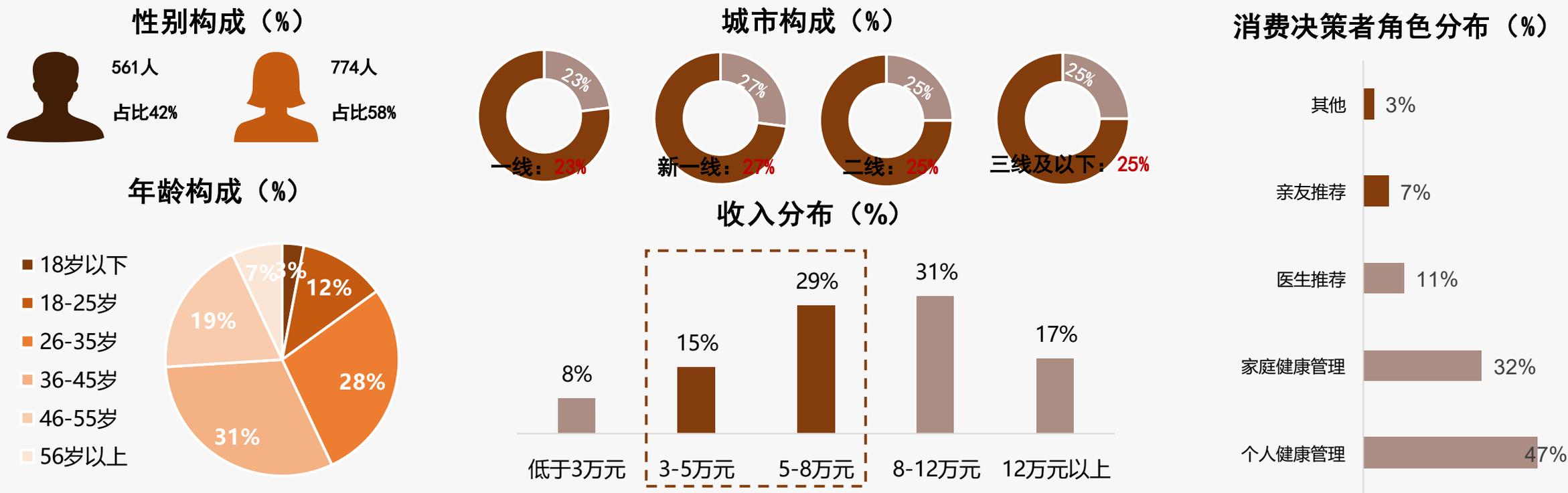
投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年8月
样本数量	N=1335

中青年女性主导鱼肝油消费

◆调查显示女性消费者占58%，年龄集中在36-45岁（31%）和26-35岁（28%）。收入分布以8-12万元（31%）和5-8万元（29%）为主。

◆消费决策主要基于个人健康管理（47%）和家庭健康管理（32%）。城市级别分布均衡，新一线城市占比最高（27%）。

2025年中国鱼肝油消费者画像

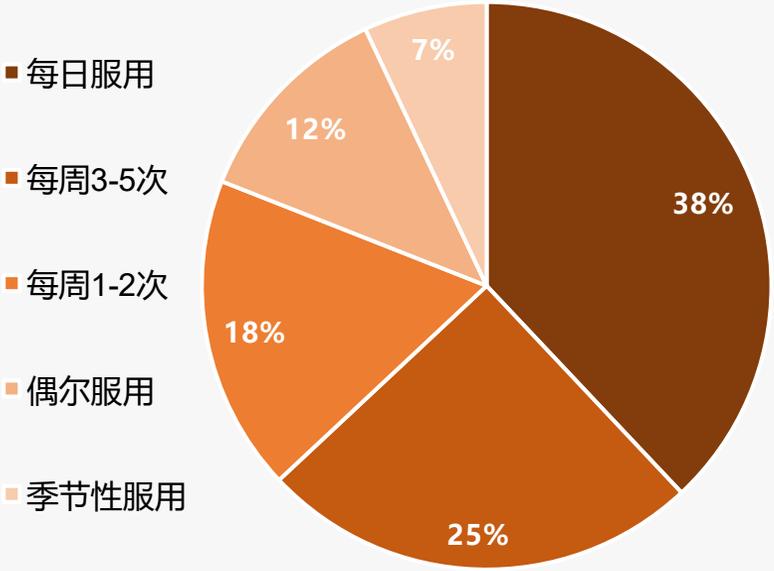


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

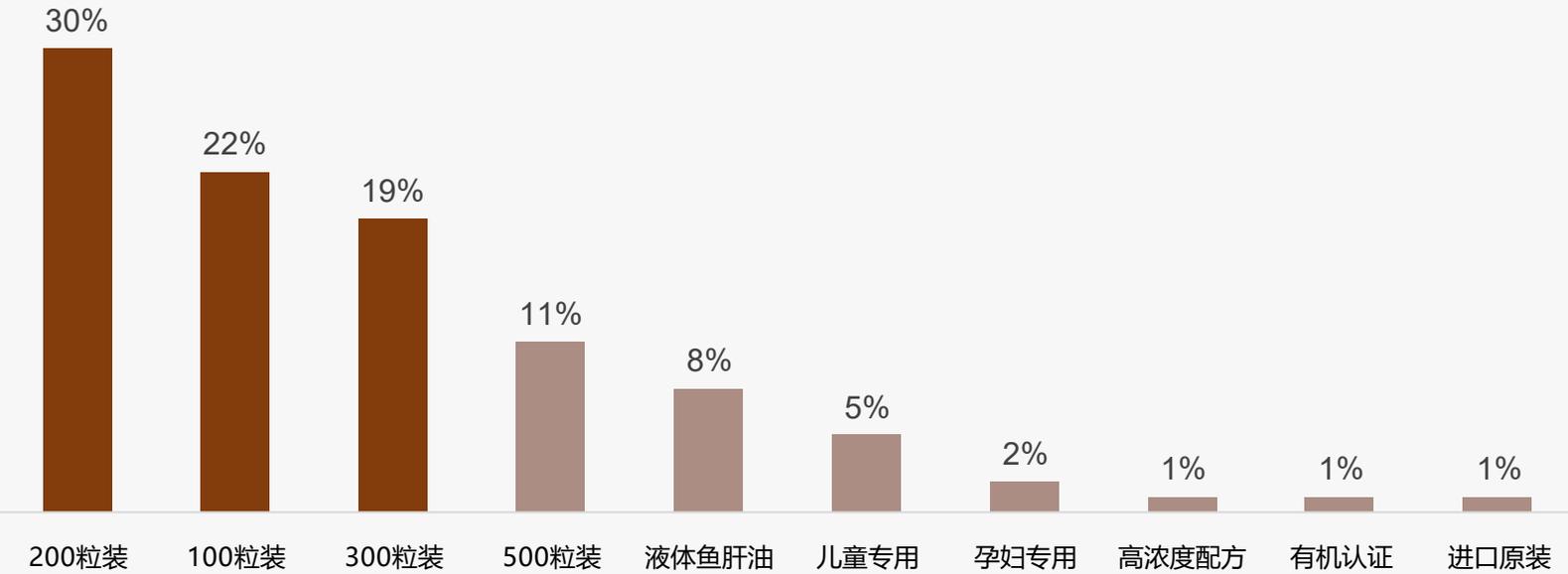
鱼肝油消费规律 200粒装最受欢迎

- ◆鱼肝油消费频率以每日服用38%和每周3-5次25%为主，显示消费者对规律性健康补充的强烈偏好，日常使用习惯稳固。
- ◆产品规格中200粒装占31%最受欢迎，100粒装22%次之；特定产品如液体鱼肝油8%、儿童专用5%需求有限，进口原装为0%。

2025年中国鱼肝油消费频率分布



2025年中国鱼肝油产品规格分布

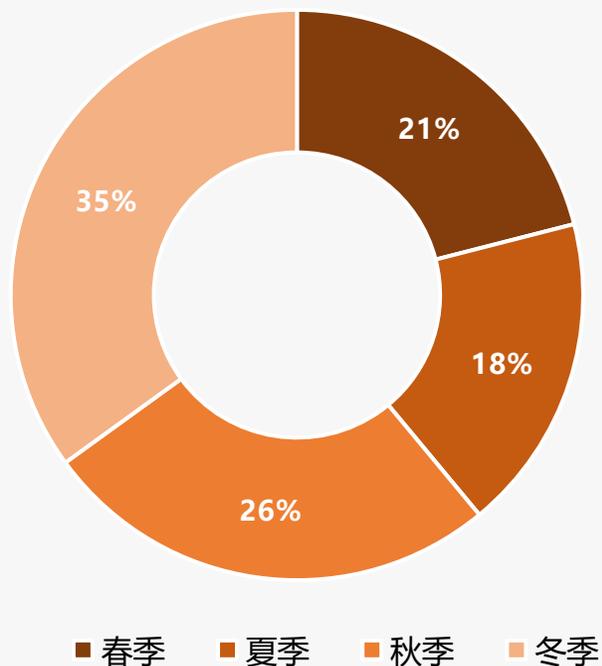


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

瓶装胶囊主导 冬季消费高峰

- ◆ 单次消费集中在50-100元（37%）和100-200元（29%），显示中低端价位偏好。冬季消费占比最高（35%），秋季次之（26%），反映季节性需求。
- ◆ 包装类型以瓶装胶囊为主（52%），软胶囊占23%，滴剂和片剂分别占11%和8%，其他类型仅6%，表明瓶装胶囊主导市场。

2025年中国鱼肝油消费季节分布



2025年中国鱼肝油单次支出分布



2025年中国鱼肝油包装类型分布

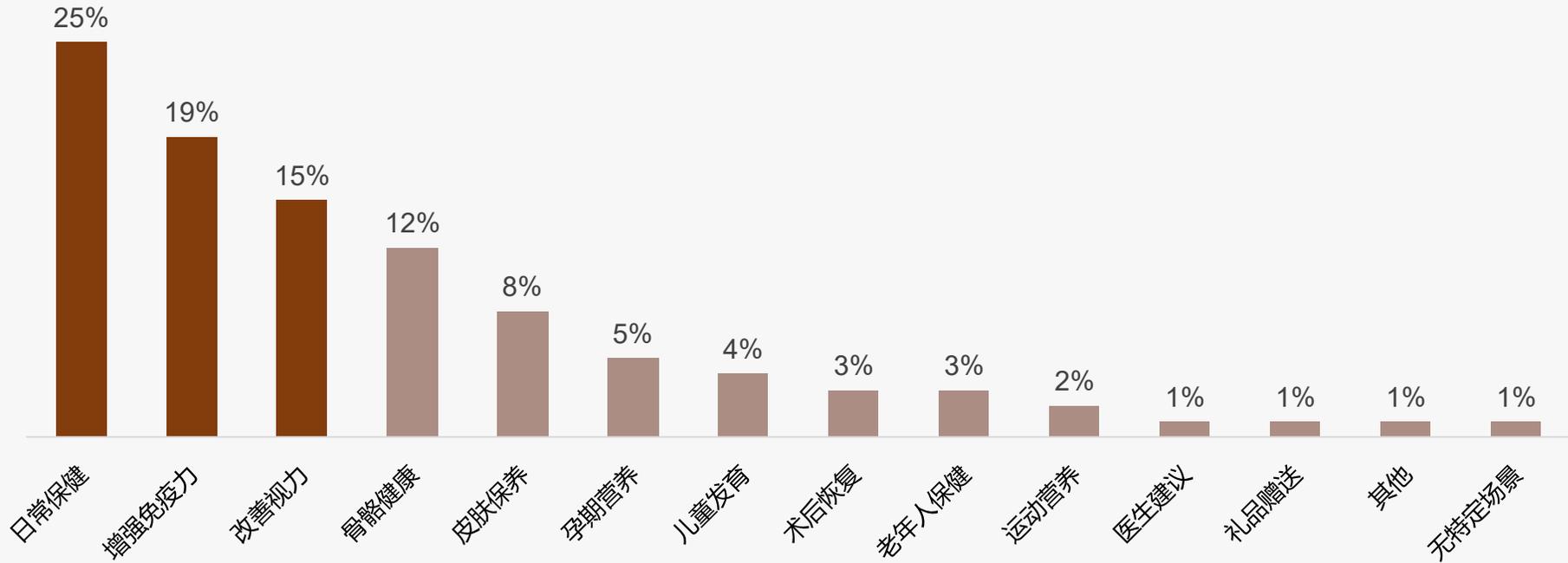


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

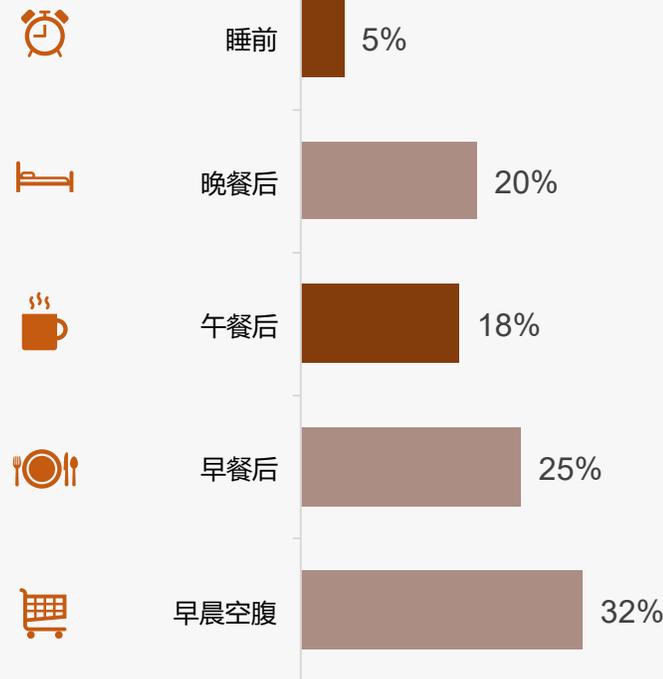
鱼肝油消费主场景 日常保健增强免疫

- ◆鱼肝油消费以日常保健28%、增强免疫力19%和改善视力15%为主，显示用户主要关注基础健康维护，骨骼健康12%和皮肤保养8%也较突出。
- ◆消费时段集中在早晨空腹32%和早餐后25%，表明产品与早晨饮食结合紧密，晚餐后20%和午餐后18%次之，睡前仅5%占比最低。

2025年中国鱼肝油消费场景分布



2025年中国鱼肝油消费时段分布



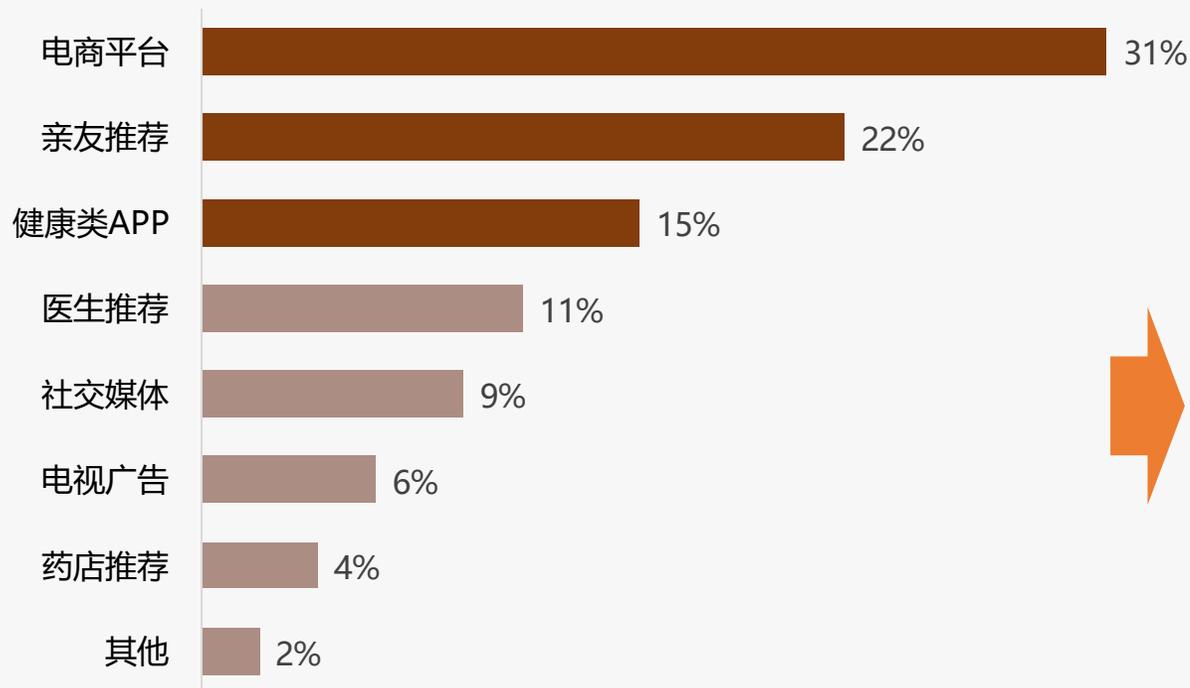
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

线上渠道主导鱼肝油消费行为

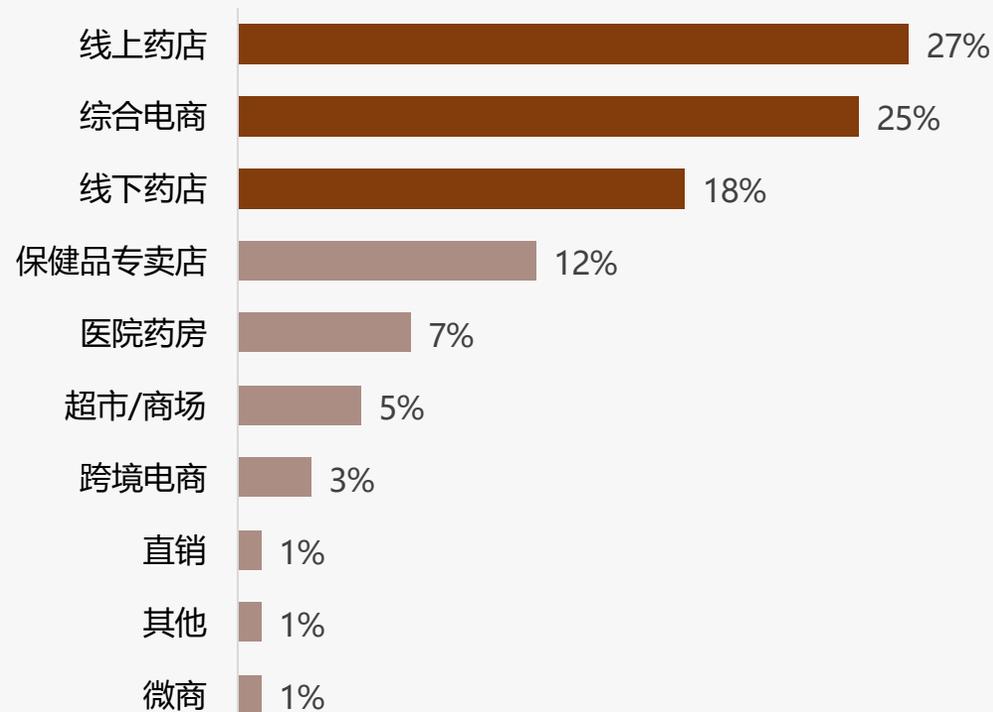
◆消费者主要通过电商平台（31%）和亲友推荐（22%）了解鱼肝油产品，健康类APP（15%）和医生推荐（11%）也较重要，体现线上渠道和口碑传播主导。

◆线上药店（28%）和综合电商（25%）是主要购买渠道，合计超50%，突出线上购买趋势；线下药店（18%）和保健品专卖店（12%）仍占一定份额。

2025年中国鱼肝油产品了解渠道分布



2025年中国鱼肝油购买渠道分布

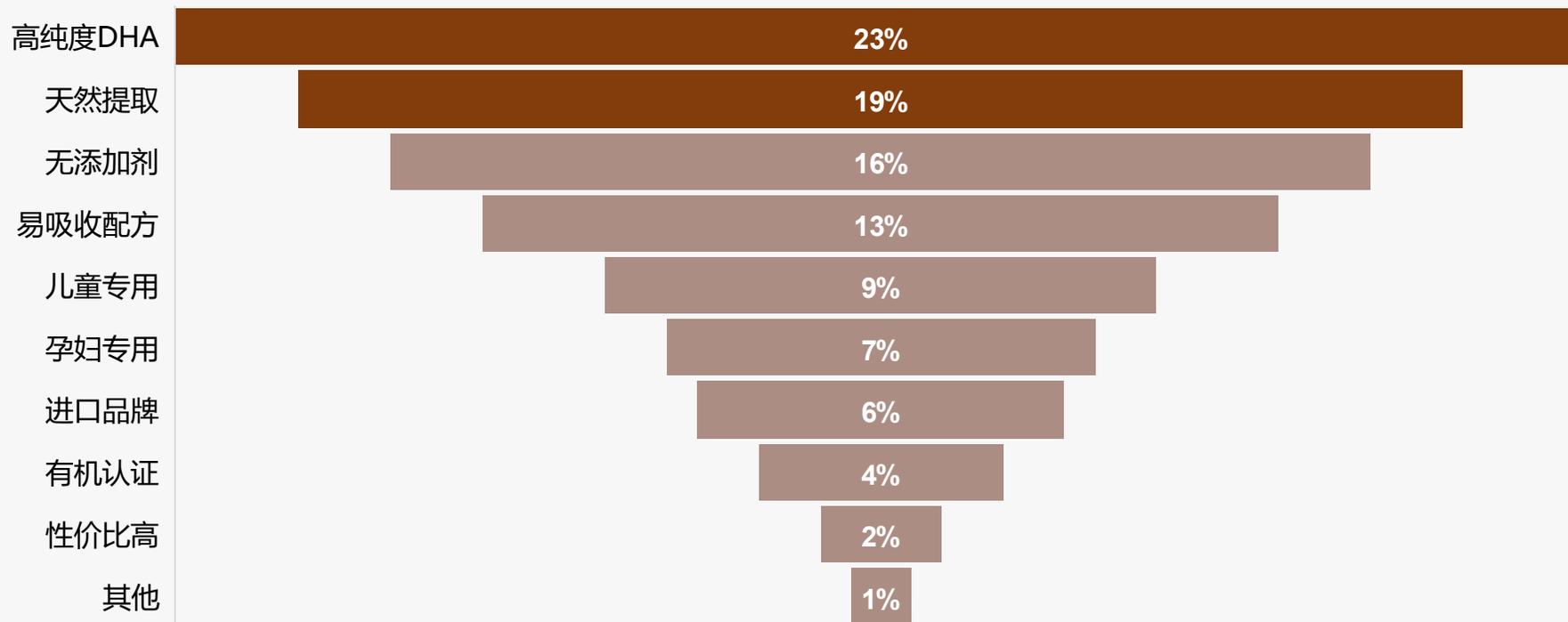


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

DHA领先 天然安全 特定人群需求

- ◆高纯度DHA以23%的偏好度领先，天然提取和无添加剂分别占19%和16%，显示消费者对健康成分和产品安全的重视。
- ◆儿童专用和孕妇专用合计16%，易吸收配方占13%，反映特定人群和产品功效的市场需求，进口品牌偏好较低为6%。

2025年中国鱼肝油偏好类型分布



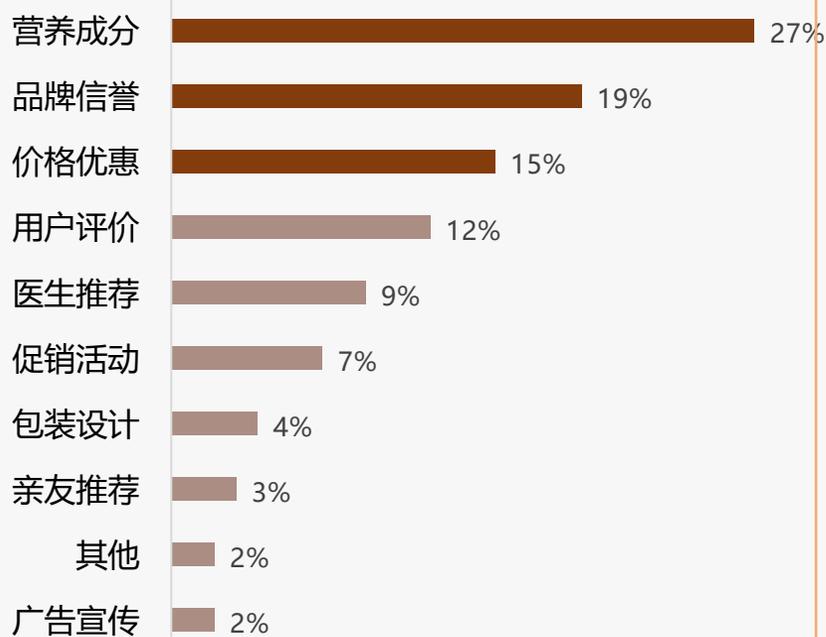
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

营养成分品牌信誉主导消费需求

◆吸引消费的关键因素中，营养成分占比27%，品牌信誉占比19%，价格优惠占比15%，用户评价占比12%，医生推荐占比9%，促销活动占比7%。

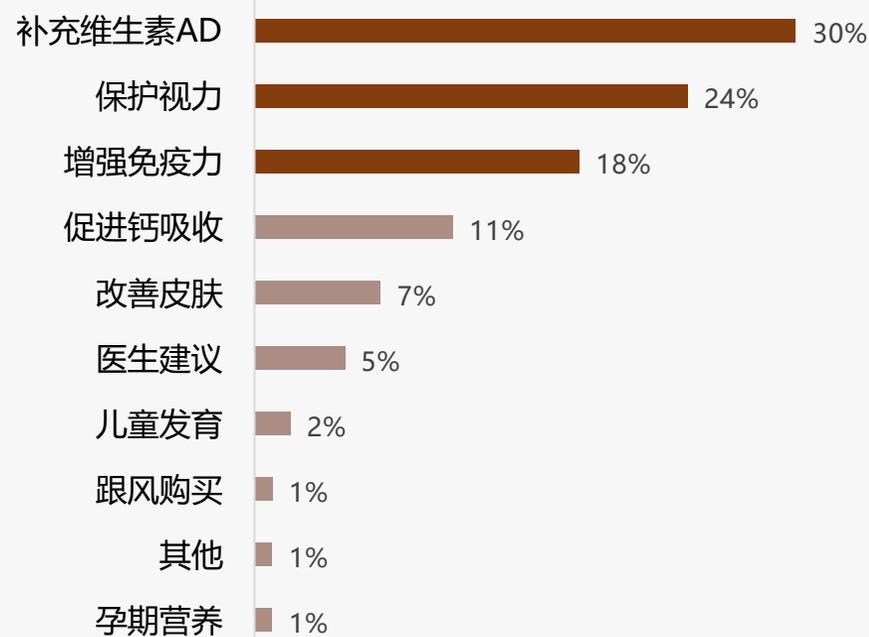
◆消费的真正原因中，补充维生素AD占比31%，保护视力占比24%，增强免疫力占比18%，促进钙吸收占比11%，改善皮肤占比7%。

2025年中国鱼肝油吸引消费关键因素分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

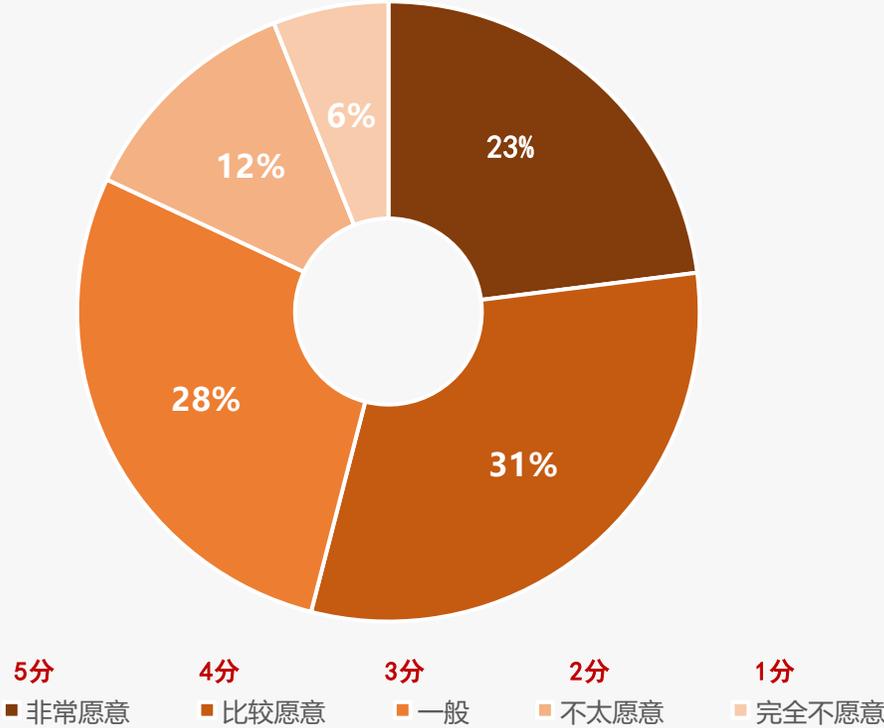
2025年中国鱼肝油消费真正原因分布



推荐意愿积极 效果价格是主因

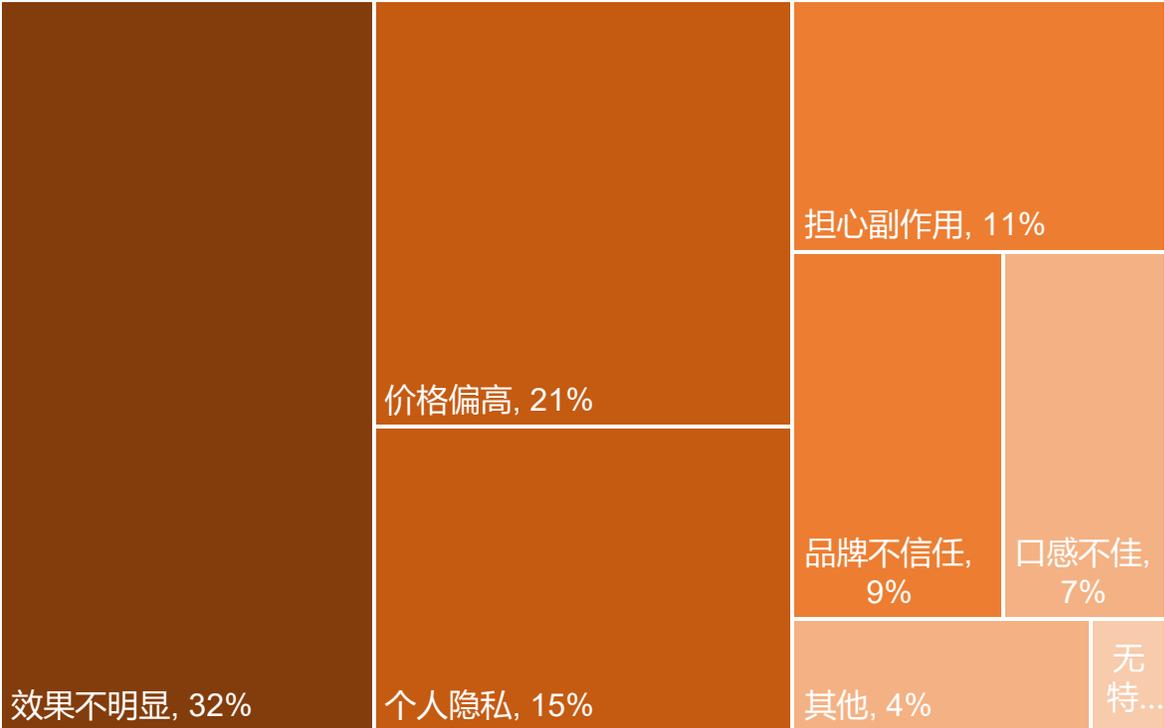
- ◆鱼肝油消费者推荐意愿积极，非常愿意和比较愿意占比合计54%。不愿推荐主因是效果不明显占32%，价格偏高占21%，显示产品效果和定价是口碑传播关键因素。
- ◆个人隐私和担心副作用分别占15%和11%，提示健康顾虑需关注。品牌不信任和口感不佳占比较低，分别为9%和7%，对推荐影响较小。

2025年中国鱼肝油推荐意愿分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

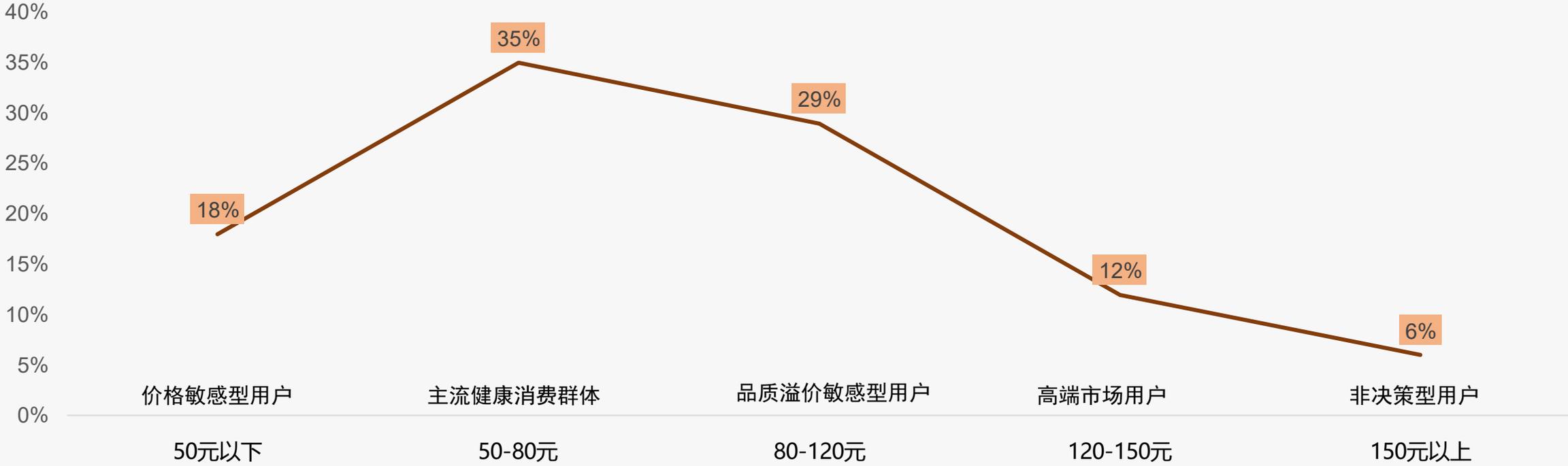
2025年中国鱼肝油不愿推荐原因分布



鱼肝油消费偏好中低端价格

- ◆鱼肝油价格接受度数据显示，50-80元区间占比35%最高，80-120元区间占比29%，表明消费者偏好中低端价位产品。
- ◆50元以下占比18%，120-150元和150元以上分别占比12%和6%，显示高价产品接受度较低，市场集中在中低端。

2025年中国鱼肝油主流规格价格接受度



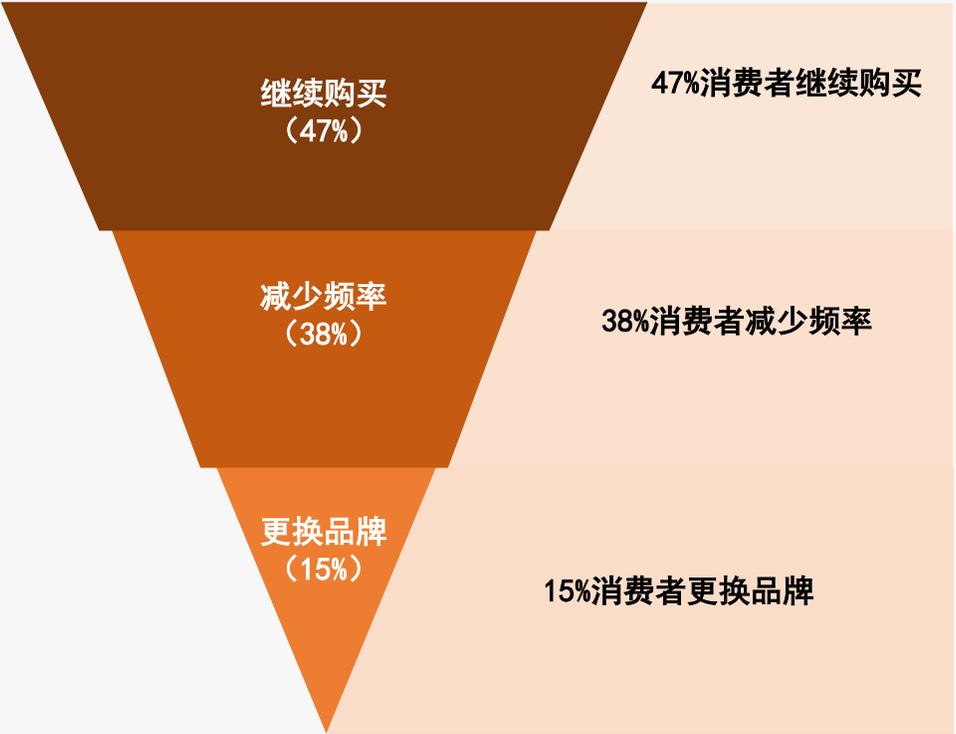
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

注：以200粒装规格鱼肝油为标准核定价格区间

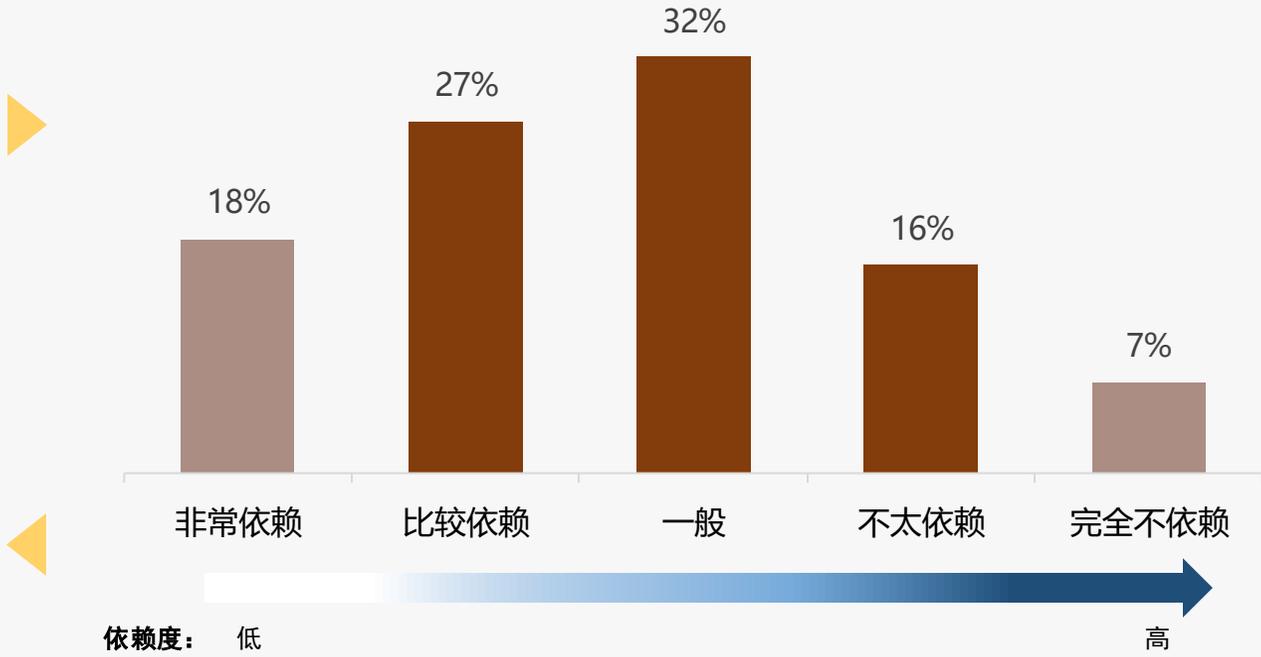
鱼肝油价格敏感度低 促销依赖度高

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，38%减少频率，15%更换品牌。近半数用户对价格不敏感，品牌忠诚度较高。
- ◆促销活动依赖方面，45%消费者非常或比较依赖，远超23%不太或完全不依赖。促销对近半用户吸引力强。

2025年中国鱼肝油涨价10%后购买行为分布



2025年中国鱼肝油促销依赖程度分布

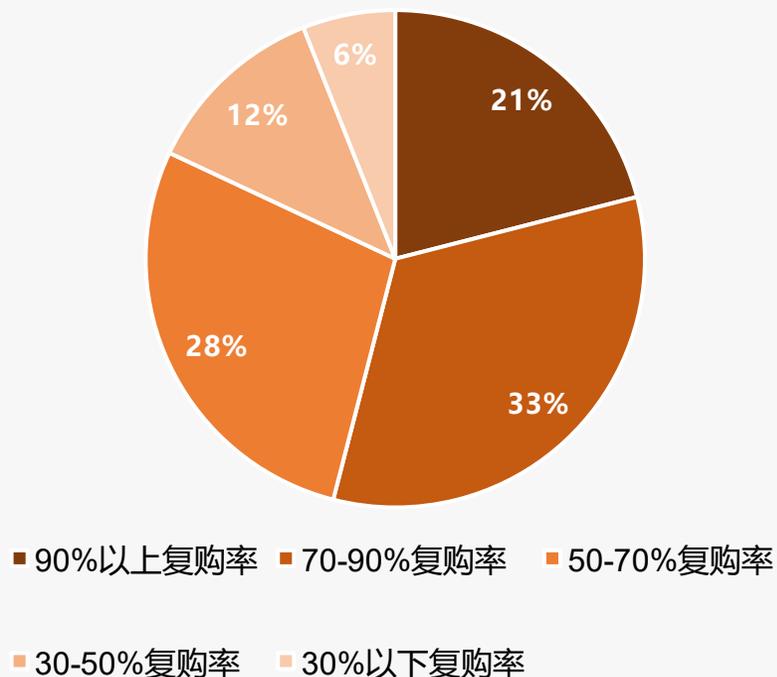


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

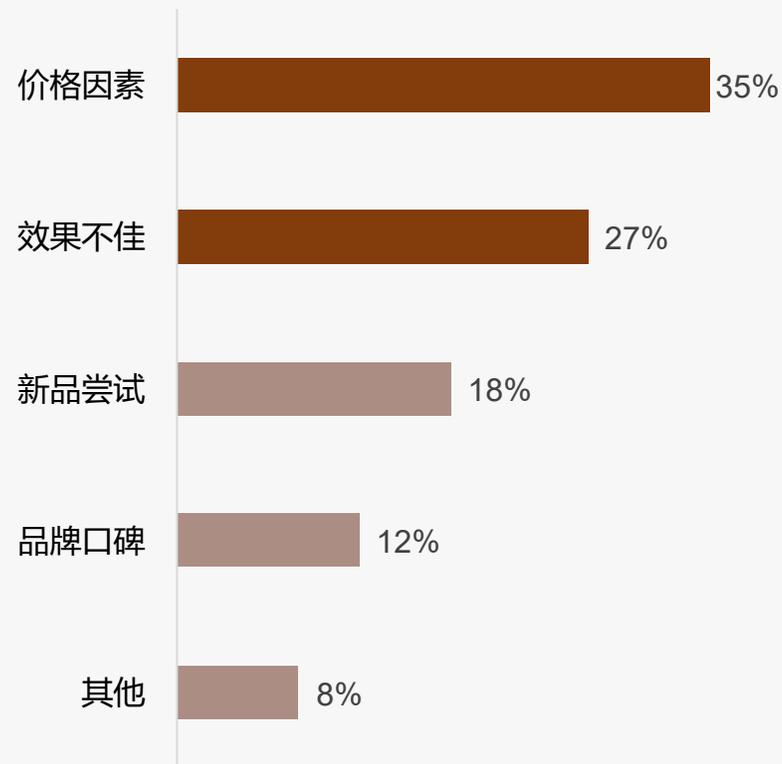
品牌忠诚度高 价格主导换牌

- ◆固定品牌复购率中，70-90%复购率占比最高，达33%，90%以上复购率占21%，显示多数消费者品牌忠诚度较高。
- ◆更换品牌时，价格因素占35%，为主要驱动；效果不佳占27%，反映产品功效对用户决策影响显著。

2025年中国鱼肝油品牌复购率分布



2025年中国鱼肝油更换品牌原因分布

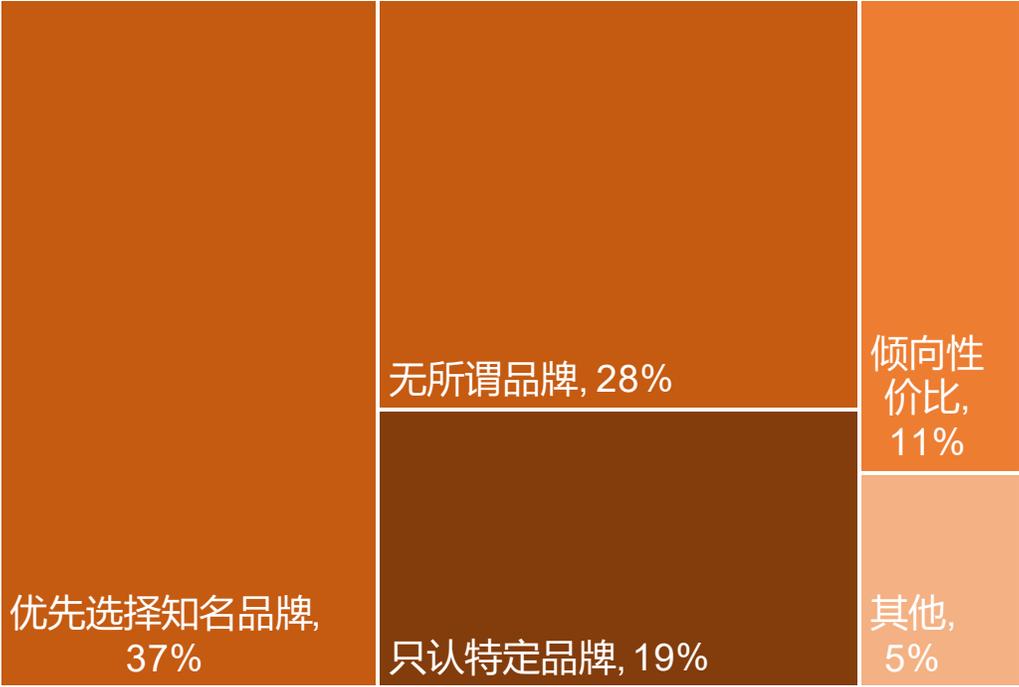


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

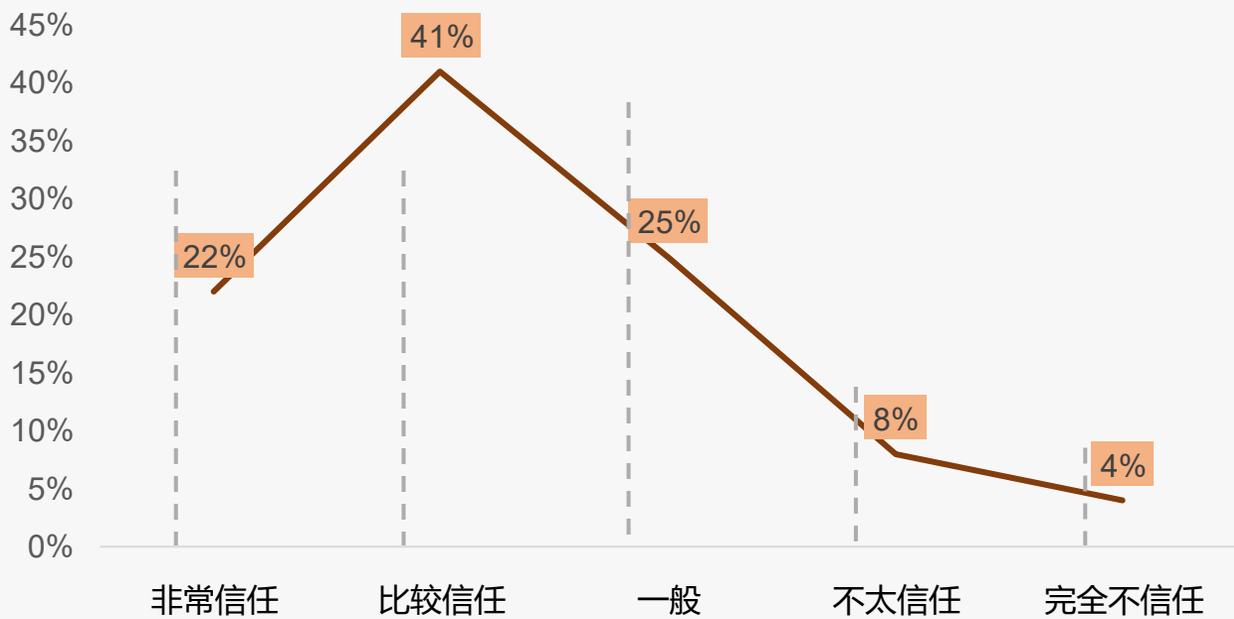
品牌信任度高 知名品牌优先

- ◆消费者对品牌产品整体持正面态度，比较信任占比41%，非常信任为22%，两者合计信任度达63%。
- ◆消费意愿中优先选择知名品牌占比37%，远高于只认特定品牌的19%，显示品牌知名度是关键因素。

2025年中国鱼肝油品牌产品消费意愿分布



2025年中国鱼肝油品牌产品态度分布

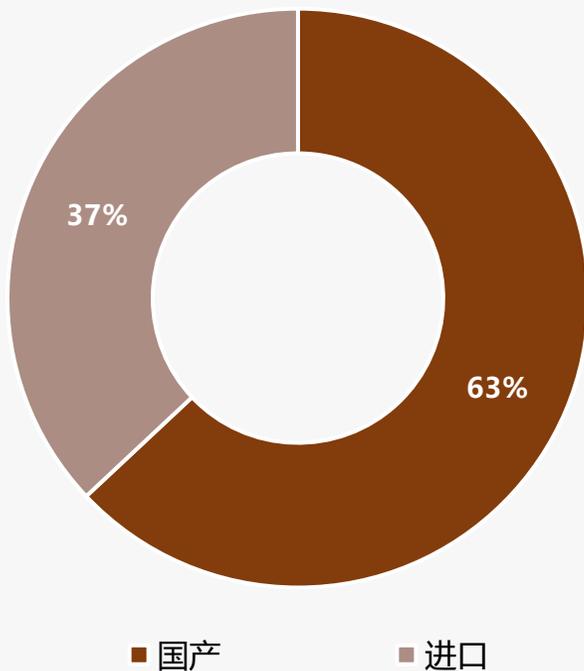


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

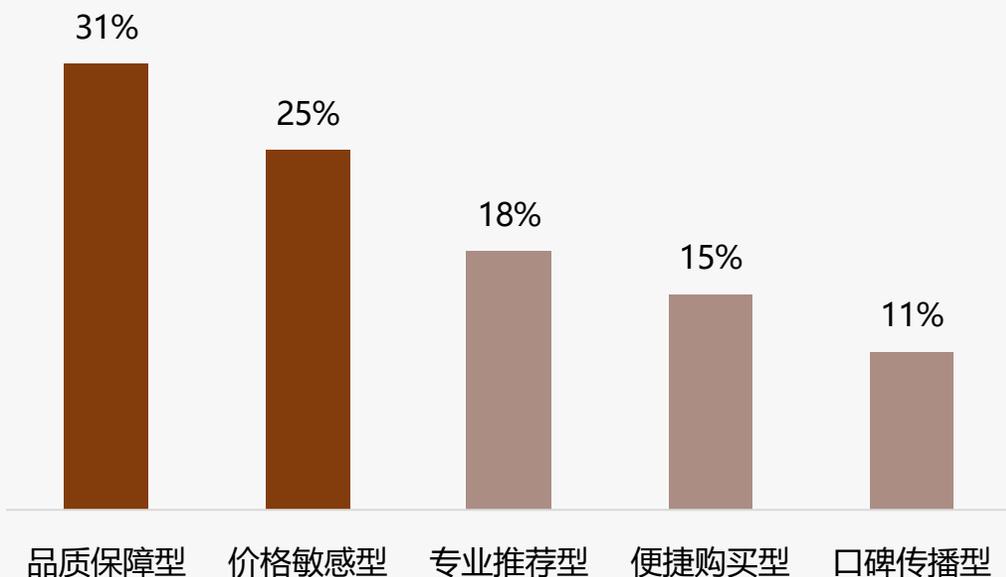
国产鱼肝油主导 品质保障优先

- ◆ 国产鱼肝油品牌消费占比63%，显著高于进口品牌的37%，显示消费者对本土品牌有较高信任度和偏好。
- ◆ 品牌偏好中品质保障型占比最高达31%，价格敏感型占25%，反映消费者最重视产品质量和价格因素。

2025年中国鱼肝油国产与进口品牌消费分布



2025年中国鱼肝油品牌偏好类型分布

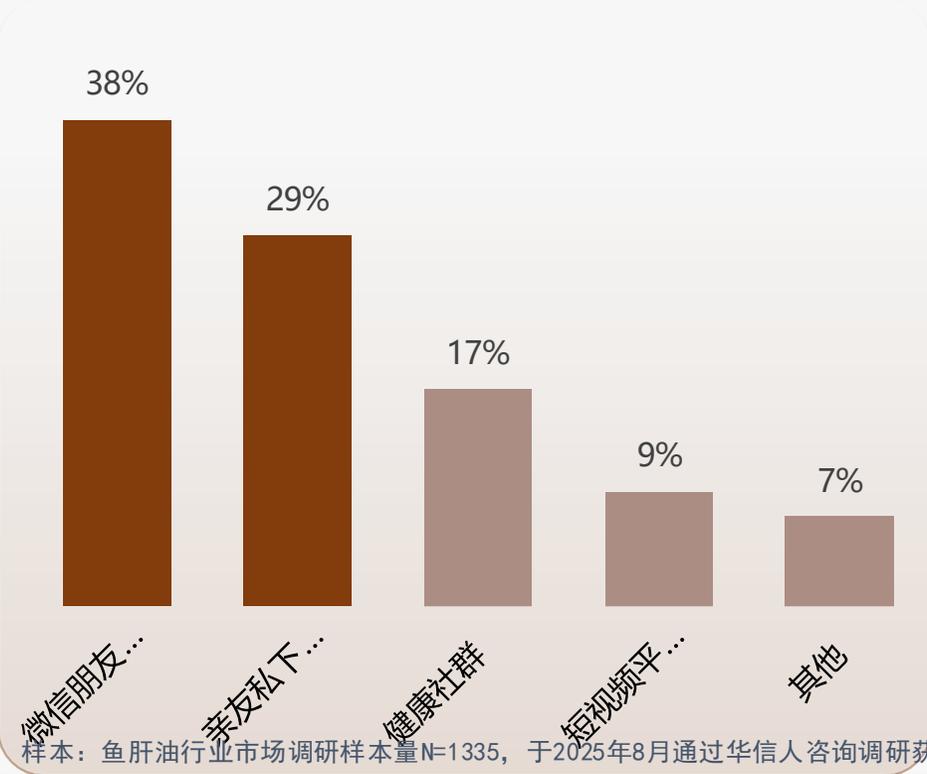


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

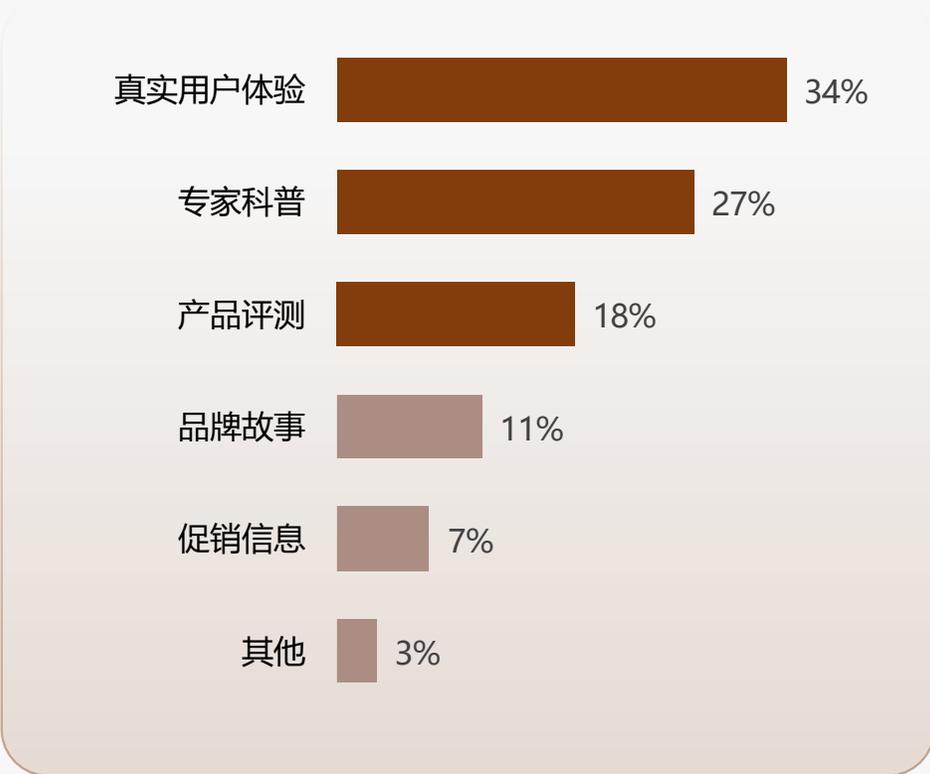
口碑主导消费 真实体验优先

- ◆鱼肝油消费中，微信朋友圈和亲友推荐为主要分享渠道，占比分别为38%和29%，合计67%，显示口碑传播在消费决策中起主导作用。
- ◆消费者偏好真实用户体验和专家科普内容，占比分别为34%和27%，合计61%，强调对产品实际效果和权威信息的重视。

2025年中国鱼肝油社交分享渠道分布



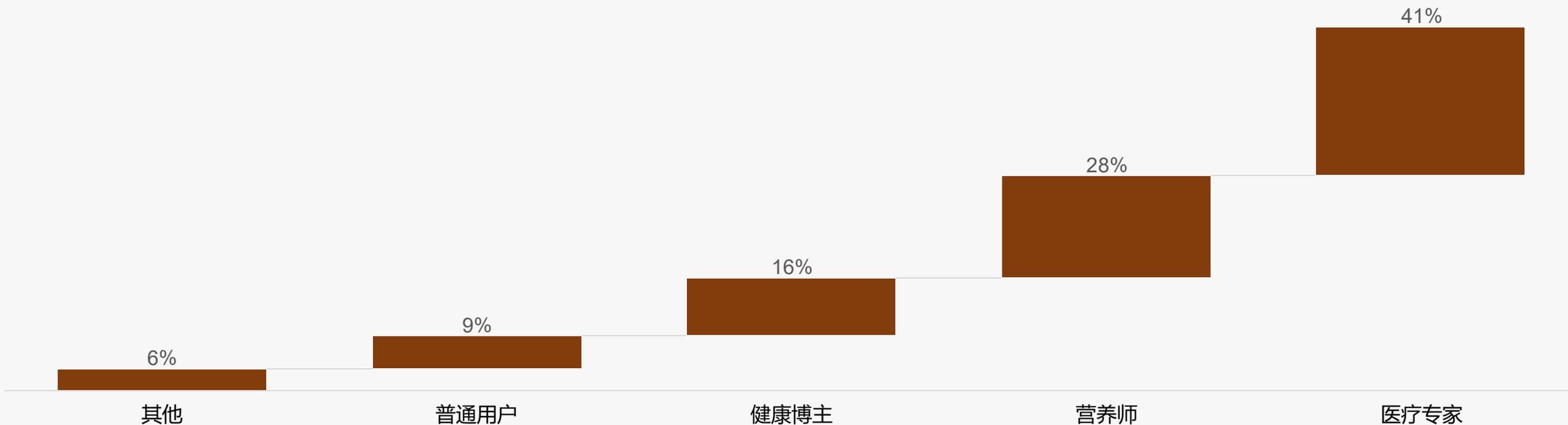
2025年中国鱼肝油社交内容类型分布



专业背景主导鱼肝油信息信任

- ◆调研显示，消费者在社交渠道获取鱼肝油内容时，对医疗专家信任度达41%，营养师为28%，专业背景占据主导地位。
- ◆分析指出，消费者更依赖权威专业知识，健康博主和普通用户信任度较低，分别为16%和9%，营销应优先合作专家。

2025年中国鱼肝油社交信任博主类型分布

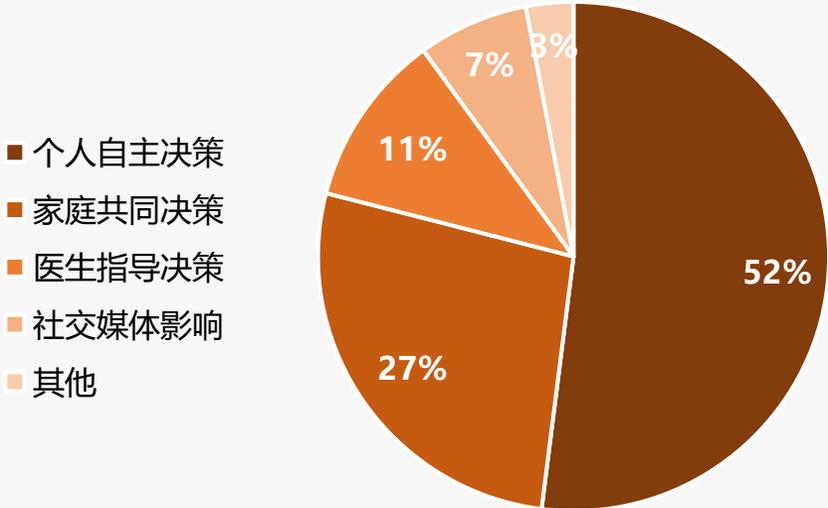


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

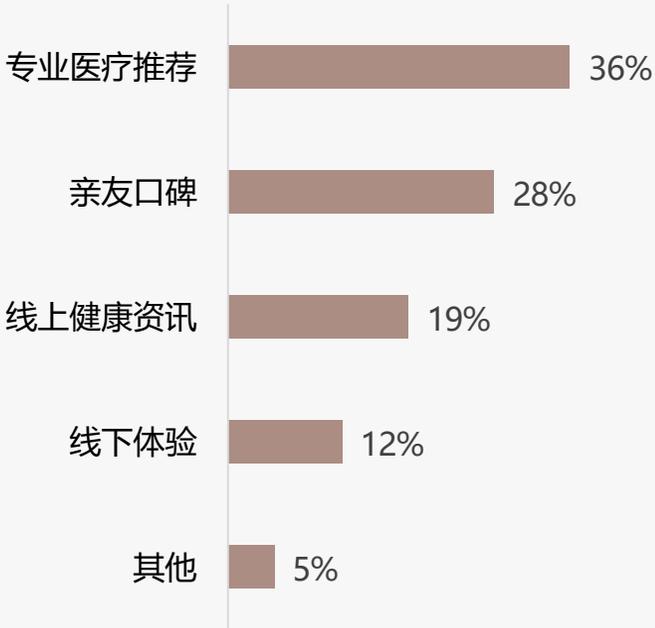
专业口碑主导鱼肝油消费选择

- ◆鱼肝油消费中，专业医疗推荐占比36%，亲友口碑28%，显示消费者高度依赖权威和信任关系，线上健康资讯19%反映数字化趋势。
- ◆线下体验仅12%，其他5%，表明传统体验影响有限。建议强化医疗背书和社群营销，以提升市场竞争力。

2025年中国鱼肝油消费决策者类型分布



2025年中国鱼肝油家庭广告偏好分布

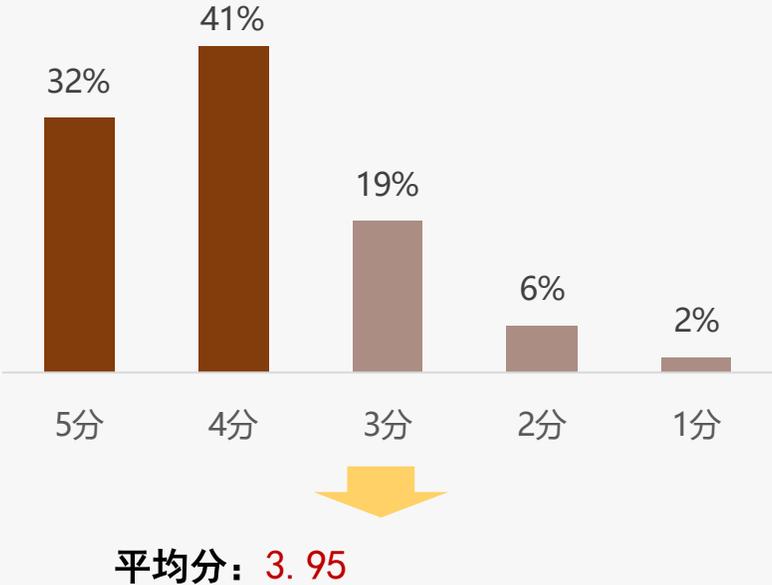


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

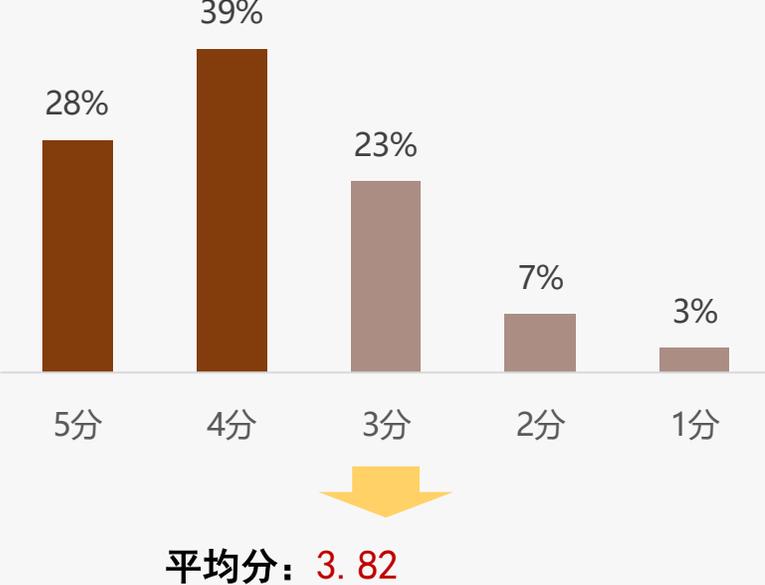
退货体验是满意度短板需优先改进

- ◆线上消费流程和客服满意度较高，4-5分占比均达73%，但退货体验4-5分占比仅67%，且低分占比10%，显示退货环节需优先改进。
- ◆调研数据表明，退货体验是消费者满意度短板，可能影响复购意愿，建议企业优化退货流程以提升整体消费体验和信任度。

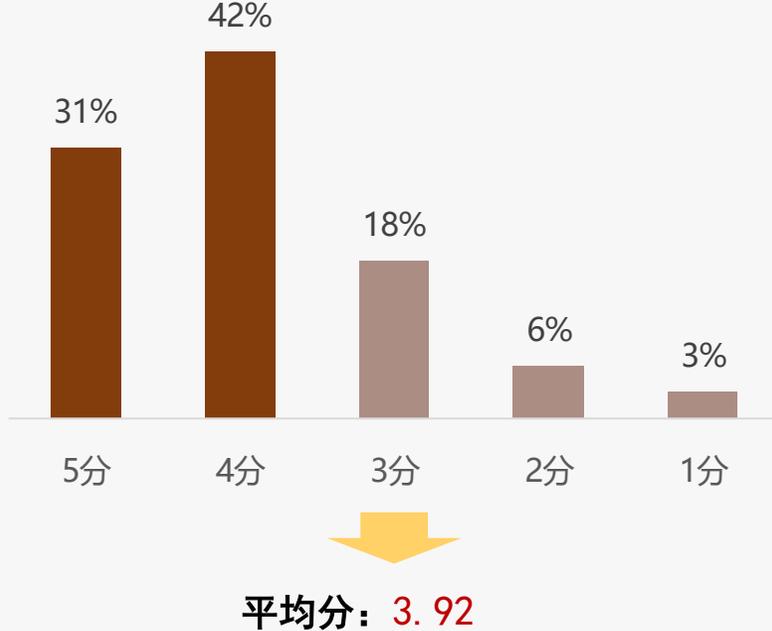
2025年中国鱼肝油线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国鱼肝油退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国鱼肝油线上客服满意度分布（满分5分）

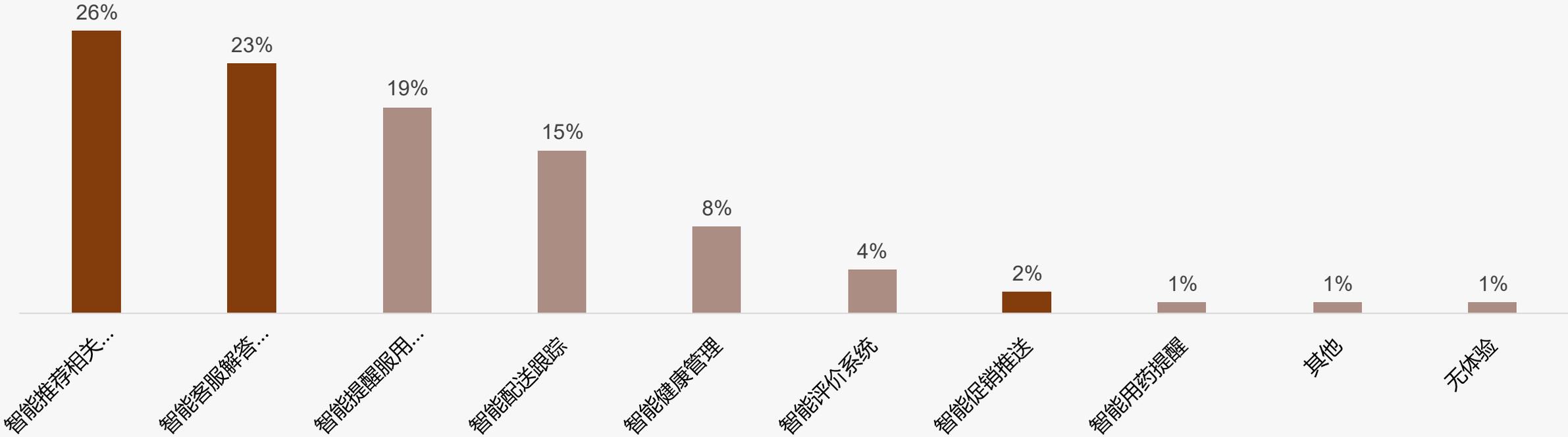


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

智能推荐客服主导 提醒配送次之

- ◆智能推荐相关产品占比最高，达27%，智能客服解答疑问占23%，显示消费者偏好个性化推荐和即时支持服务。
- ◆智能提醒服用时间占19%，智能配送跟踪占15%，而智能健康管理、评价系统等使用率较低，服务优化空间大。

2025年中国鱼肝油智能服务体验分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1335，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面累积了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。

 4001812629

 <http://www.hxrcon.com>

 北京市海淀区西三环北路89号2层

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自华信人咨询专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。华信人咨询在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。

华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步