

合成生物科技 X 功能性消费品

现象级功能性产品 | 口服美容原料服务商 | 线下新潮功能性产品零售集合店

享由丰 USOF : 自由 丰富 Heal U softly

鱼胶原蛋白小分子多肽赛道 · 联合中科院博士专利

'Soul灵魂治愈'口服功能性产品理论



公司简介

享由丰·USOF是基于合成生物科技的消费品公司，自有电商零售团队和中科院背景研发实验室，创始管理成员来自悉尼大学、华中科技大学、伦敦政治经济学院等院校和阿里系团队。

团队专注开发基于鱼胶原蛋白肽、玻尿酸、雨生红球藻、 γ -氨基丁酸、益生菌等生物原料的电商现象级功能性消费品，解决消费者场景化的需求和痛点。并致力在鱼胶原蛋白肽合成生物科技领域中，成为潮流茶饮的口服美容原料服务商，通过与潮流茶饮品牌联名等深度分销抢占消费者心智，成为线上、线下口服美容赛道的独角兽企业和原料服务商。

同时享由丰·USOF将基于自身功能性消费品平台与产品生态，开拓功能性消费零售集合店领域，定位全球高端时尚百货，链接线下亿万消费者，打造 Z时代功能性消费零售店中的“泡泡玛特”和“MINISO”，创造百亿价值。



鱼胶原蛋白 小分子多肽胶囊

(玫瑰普洱口味)

48000mg
鱼胶原蛋白多肽*

分子多肽
体积低至 500Da

0激素

低温酶解萃取专利技术
GMP生产标准

灵魂
治愈

USOF
享由丰

靶向焕新胶原蛋白矩阵

95%
主动吸收率

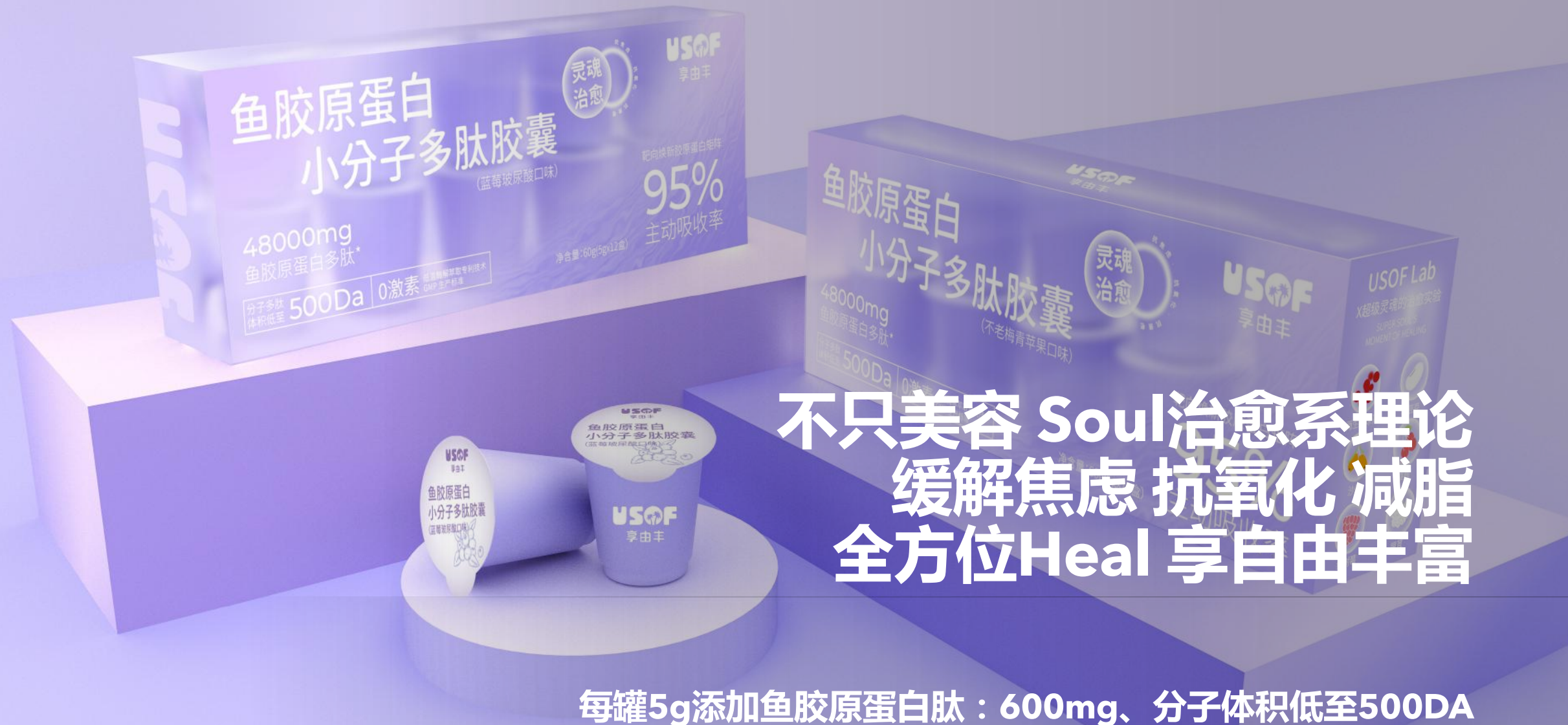
功能性产品开发平台

享由丰·USOF 在中科院合成生物科技技术驱动下，为目标消费群体创造更优质的口服美容饮食体验，进而传递可持续的健康生活方式。专注打造功能性 X 灵魂治愈的新消费现象级产品供应商平台与功能性未来饮食场景的潮流消费集合店。



鱼胶原蛋白小分子多肽口服美容功效

医用100%高纯度鲜活鱼皮提取
低温酶解萃取专利技术
95%吸收率-靶向吸收补充人体胶原蛋白



不只美容 Soul治愈系理论 缓解焦虑 抗氧化 减脂 全方位Heal 享自由丰富

每罐5g添加鱼胶原蛋白肽：600mg、分子体积低至500DA

每罐含：壳寡糖500mg、雨生红球藻 15mg、烟酰胺、酵母提取物、银耳多糖、沙棘果粉、樱桃果提取物、浓缩葡萄汁、树莓、 γ -氨基丁酸、白芸豆等精华

A woman in a white long-sleeved shirt and dark pants is performing a yoga pose on a rocky pier. She is standing on one leg, with the other leg raised high and bent at the knee, holding her foot with her hands. Her arms are extended upwards. The background is a vast ocean under a blue sky with some clouds. The overall tone is serene and health-oriented.

Heal U Softly LAB 享由丰·USOF 治愈实验室 解决朋克养生场景化需求

繁杂的都市生活中，消费者需要能够让自己回归生活的产品，搭配**场景化的功能性科技**，除了便捷的消费需求，更是生活的仪式感。

解锁场景：烟酰胺 X 经期护理，雨生红球藻 X 运动补给（飞盘、瑜伽）、γ-氨基丁酸 X 办公焦虑...

An artistic photograph of an iceberg floating in deep blue water. The iceberg's surface is white and textured with snow and ice. The submerged part of the iceberg is visible, showing a dark, layered structure. The water is a deep, vibrant blue with some light reflecting off the surface.

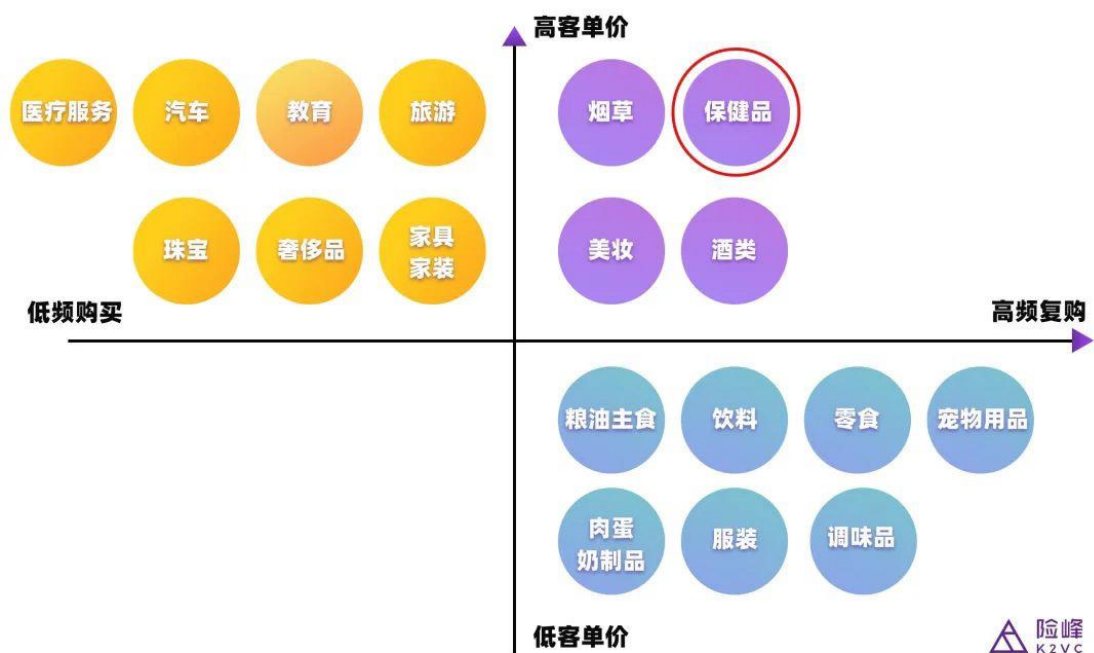
自有出口欧美绿色无公害养殖基地 鱼胶原100%鲜鱼提取

GMP生产标准 无菌车间操作 太平洋保险承保

挖掘“开心价值”

打造成集有效、有趣、好吃、好看
于一体的功能性产品系列

年轻人的“朋克养生”撑起了千亿市场



- 数据提供商Tastewise《健康时代：让食品发挥作用——2019年功能性食品报告》称，**超过三分之一的消费者在寻找他们食物中的功能性益处。**
- 2019年，寻找食品饮料中的有助身心健康功能的消费者增加了23%。中商产业研究院数据显示，**预计2022年功能性食品市场规模将突破6,000亿元。**

年轻人的“朋克养生”撑起了千亿市场

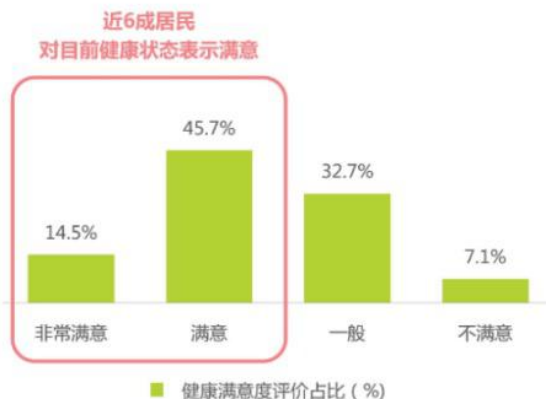
健康满意度有待提升，仅6成表示满意

iResearch
艾瑞咨询

年轻一代对健康提升的驱动更强，释放对健康养生产品的潜在需求

从不同年龄段人群的健康自评来看，相较其他年龄段，90后和Z世代的健康自评得分较低，而对健康的期待值与整体人群保持一致水平。年轻一代期望值和状态自评的差距较大，说明健康提升的驱动更强。

2022年中国居民健康满意度



来源：《艾瑞-2022年中国健康管理白皮书》。

©2022.6 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2022年不同年龄人群健康自评得分



来源：《艾瑞-2022年中国健康管理白皮书》。

©2022.6 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

- CBNData的《年轻人养生消费趋势报告》佐证了这一事实，据报告显示90%以上的90后已初具养生意识，甚至其中半数以上的人已经走上了“养生”之路。

功能性食品零食化

功能性食品之“功能”主要在于体重管理、控糖、减压、助眠、健康养生等



老龄化加剧的社会

75%

我国75%以上的人群处于亚健康状态



民众健康意识不断增强

11408亿

彭博数据显示，预计2025年我国健康食品市场规模为11408亿元，同比增长5.6%。而在2012-2020年，我国功能性食品占健康食品市场的比重从19.5%提升到22.6%。



消费者寻找功能性食品

240亿

随着疫情的结束,护肤品的市场需求将回暖,预计到2027年中国护肤品行业的市场规模有望达到240亿元,2022-2027年均复合增长率为16.26%。

享由丰 USOF 目录

Part 01 Introduction

Part 02 Background

Part 03 Analysis

Part 04 Finance

- 市场定位
- 品牌逻辑
- 商业模式
- 研发团队
- 行业背景
- 电商团队
- 产品优势
- SWOT分析
- 波士顿分析
- 盈利预测
- 融资目的
- 融资方案



USOF

Part 01 项目介绍

打破壁垒 构建品牌内生力



面向年轻人的'Soul灵魂治愈'口服功能性理论



「USOF·享由丰」是基于合成生物科技专注新潮功能性消费品的新兴品牌。一群有趣的人，致力于把自然、科学、艺术搬进口袋功能饮食，不止健康，更治愈心灵感受。

专注场景化的痛点与产品功能的联动，从产品具备抗氧化、延缓衰老、抗焦虑的功能性，衍生出「“Heal U softly（温柔地治愈）”，“因为丰富，所以自由”，“丰富是永不会被打败的自由”」的品牌哲学。

致力打造功能性新潮国潮品牌



产品：通过自主创新研发，将食品中允许添加的营养成分和药食同源的亚洲滋补理念融合在一起，形成符合22-38岁年轻人偏好的功能食品生态。并以新潮的包装和清新口味，让消费者无负担地使用产品。

渠道：建立具备以优势成本获取各个平台的流量组织（如MCN），并通过流量沉淀出有长期价值的护城河，让团队的核心具备内容及品牌双基因。

生态：将基于自身功能性消费品平台与产品生态，开拓功能性消费零售集合店领域，深化强IP，链接线下亿万消费者。

享由丰·USOF 商业模式：打造口服美容独角兽

电商领域

01

鱼胶原蛋白小分子多肽产品沿用Wonderlab小蓝瓶在天猫（旗舰店、超市）、小橙序、京东、抖音、小红书等布局品牌热门产品的成功模式，通过每个渠道形成“品-效-销”完整闭环，完成传统新零售业态的实践。

线下连锁零售集合店（直营与非直营店）

02

在线上运营良好的基础上，通过建立直营线下功能性消费零售集合店计划，建立功能性品牌强IP，降低消费者对产品价格的敏感度，提升消费钝感，进一步提高产品的复购率和毛利率。

潮流茶饮IP联名 开创线下口服美容饮品市场

03

沿用Otlay燕麦奶成为星巴克燕麦奶的供应商的模式。通过鱼胶原蛋白肽口服美容与潮流茶饮的联名，将口服美容饮品成为如咖啡、茶饮般的潮流，是抢占消费者心智的关键一步，让产品品牌快速破圈。

私域运营

04

打造围绕产品哲学的“灵魂治愈”理念，建立小程序开启“Soul治愈计划”（类似三顿半的返航计划），通过产品的功能与瑜伽、飞盘运动等场景深度绑定，完备流量转化体系，互相赋能和彼此促进，形成良好的营销氛围。

Part 02 产品策略

发展「鱼胶原蛋白小分子多肽」大单品
带动交叉销售

USOF Heal U Softly
享由丰

*鱼胶原蛋白肽采用定向酶解、集成分离技术获得



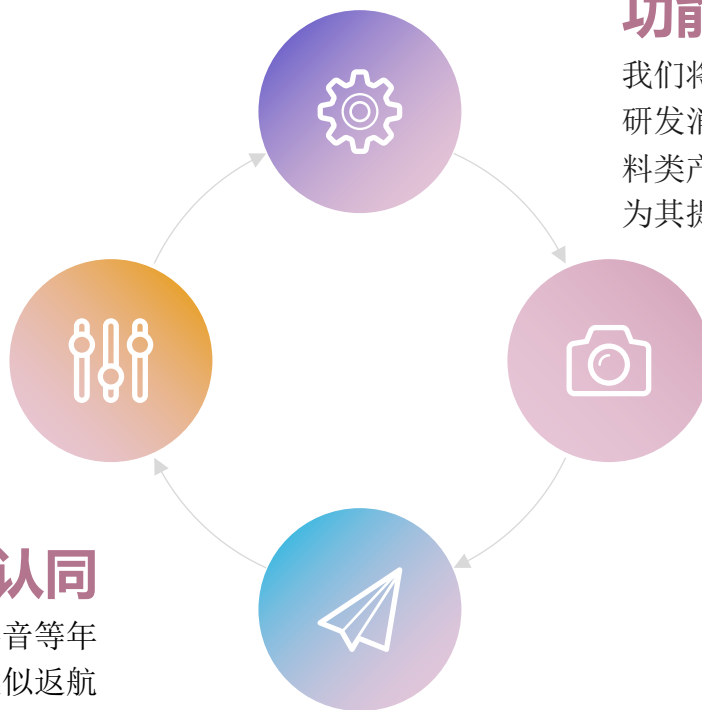
产品开发逻辑

情绪价值

在品牌治愈系哲学的基础上，基于全方位场景的护理需求，打造治愈系理念的「功能性的保健+基于场景化痛点」的产品

身份认同

瞄准年轻女性用户的喜好，在小红书、抖音等年轻人聚集的平台做内容种草，同时通过类似返航计划的形式，加深目标用户对品牌认知。



功能性价值

我们将联合高校建立实验室，专注于根据各类亚健康问题，针对性研发消费者认知高、功能性成分有保障的软饮类、冻干胶囊固体饮料类产品。通过饮料等载体，在不改变消费者生活习惯的前提下，为其提供多样化的健康产品。

颜值价值

除了在产品功效方面下足功夫，在打造产品“趣味性”上，无论是产品的形状还是外包装都要有新意，由内到外为消费者带来有趣的视觉体验。我们特别注重治愈系的色彩，呈现面向年轻人的‘Soul灵魂治愈’‘口服功能性理论的品牌符号’。

产品增长逻辑：更注重1-10

关注产品复购率

电商团队坚持用MVP最小可行性模型测品，做产品从供应到上市，每一步在内部几经考验、精细化投放后再拿到市场上，做更长远的生意。同时不断提升功效与口味，实现“高客单+高复购”，并且产品毛利率在50%以上。

持续创造消费的欲望

享由丰 UOSF具备实现全方位护理的功能性产品原料研发、生产、销售的独立团队：平均1.5个月可完成研发一款新品。通过不断创新场景化痛点的功能性产品，并基于此开展内容种草，持续创造年轻人养生的欲望，让产品引领消费者。

构建品牌壁垒上的销售额

除了技术优势，壁垒一定是品牌，消费者认可一个品牌本质上是一种情感链接。关注朋克养生的底层需求，不断创造潮流功能产品。创造需求，再治愈消费者，让品牌与消费者间建立情感连接。

竞争对手分析



- 我们创始团队认为相比起益生菌等功能性产品赛道，鱼胶原蛋白小分子多肽赛道仍然是个蓝海市场，并且其具有美容的功效、消费者易接受和更高的创业门槛等特点。
- 因此，我们在发展口服美容市场，我们选择以鱼胶原蛋白小分子多肽产品作为大单品策略。

鱼胶原蛋白肽大单品

我们将打造鱼胶原蛋白小分子多肽供应商品牌效应



聚焦单款产品-鱼胶原蛋白肽大单品，前期通过品牌企业号和头部KOL发文进行产品种草，后期通过腰部和尾部KOC扩散品牌声量。

同时，线下的IP链接，是市面大部分功能性消费品的弱势。因此，我们非常重视与潮流IP联名，为开创线下口服美容饮品市场突破“信任感”冰面。目前，我们团队已经与十亿级IP蘑菇头表情包、泡泡玛特和MINISO等企业达成了战略合作。

场景化的痛点与产品功能的联动

拒绝‘泛功能性的’产品，而是在品牌治愈系哲学的基础上，基于全方位场景的护理需求，打造结合功能性的保健+基于场景化开发的产品，让消费者实现产品全家桶“一买永逸”：

烟酰胺 X 美容护理，雨生红球藻 X 运动抗氧化（飞盘、瑜伽等场景）、 γ -氨基丁酸 X 办公焦虑/助眠，玻尿酸 X 保湿补水...

场景化的痛点与产品功能的联动

「功能性的保健+基于场景化」开发产品

添加精选治愈元素

与烦恼和解 让疲倦落入温柔 治愈更轻松

添加 γ -氨基丁酸、樱桃果提取物、银耳多糖、沙棘果粉等精华



鱼胶原蛋白肽无腥处理科技

“能融合东方茶香的鱼胶原蛋白”



Heal you softly

玫瑰惬意淡茶风味：鱼胶原蛋白采用了无腥味处理，主调是灿烂的花香，同时带着一份妩媚柔情和感性，渗透着轻柔暖意，惬意而感性，唤起人们思乡的幽幽情怀，普洱茶的沁香勾勒出舒适香调(Comfort Accord)的精髓。适合有失眠症的Office Lady使用，改善抑郁症状和歇斯底里症状，平肝息火。


不老梅风尚青果风味：充满果香的前调，柔和青苹果的酸甜，有效提高工作效率，消除上班族在办公室压抑气氛中产生的紧张、不安感。

蓝莓经典海洋风味：清爽酸甜，更添加了玻尿酸精华，囊括了海洋及艳阳天的气味、柑橘水果味、地中海植物等，让人有如在西西里地中海航行的惬意心情。


Part 03

团队与技术背景

Background



随时随地
享受自由丰富



Heal U Softly

Heal you softly

创始人 | CEO

//

我是林仕祺，00后生人。我是一个连续创业者、中国排名前三的帆船运动队队员和健体运动员。”

正值消费复苏，我持续专注中国新消费市场，以Z世代视角通过真正的实际行动解决年轻人当下的痛点与需求，挖掘蓝海、建立商业逻辑成立的功能性产品痛点解决方案。

伦敦政治经济学院 BSc : Accounting & Finance

因疫情休学回国创业，现转学至悉尼大学计量经济学和金融双学位

三年创业经历、一二级市场基金投资顾问、企业金融服务经历：

地中海中亚青年国际帆船英语夏令营创始人，担任前海创天资产管理公司合伙人主营新三板业务与光伏工程，参与过一家上市公司的并购项目和40亿规模私募基金的中性策略开发。



颜毓霆 | 执行VP 产品负责人

国家二级运动员

中国大学生帆船队冠军

国奥运动电商联合创始人之一

李宁某品类独家电商代理

五年电商运营经验，专注挖掘利基市场（仅某训练鞋单品品类的销售额过千万）



魏鲁衡 | 产品实验研发负责人

华中科技大学 生物医学工程

华中科技大学 工商管理硕士

MBA , MEM , PMP

曾在中山大学药学院黄民教授课题组打杂

阿里移动事业部工作经验、5年合作创业经验

工作经历：

阿里巴巴移动事业部 数据模型构架师，运营经理

依航游戏（EDG下属产品部门）产品经理

广州蚊子动漫科技（蘑菇头表情包）执行副总



合作供应商 与研发团队



- 建有6000m²的研发中心
- 年研发经费投入超2000万元
- 广东省/广州市工程技术研究中心
- 广东省/广州市级企业技术中心
- 先后承担各级政府科技项目30项
- 研发团队:中科院背景, 拥有博士、硕士、本科等逾40人研发团队申报专利共50件, 已获授权发明专利36件
- 研发中心主任承担国家、省市科技项目30 余项;在国内外核心期刊及会议发表论文98 篇, 其中SCI EI收录10 篇。

胶原蛋白肽生 产工艺



- 工艺控制：100%低温生物酶解技术，产品为高纯小分子胶原蛋白肽，不添加任何其他物质，生物活性高
- P-FC03 鱼胶原蛋白肽，粉末(比重次轻)，分子量 $< 1000\text{Dal}$ ，小肽占比 $> 70\%$ ，羟脯氨酸含量 $> 8\text{g}/100\text{g}$ 。

胶原蛋白肽专利技术

专利技术：一种高纯度无腥异味鱼胶原蛋白肽及其制备方法 (ZL201110446884.X)

