

2023年产品推销演讲稿标题 推销产品演讲稿(优质5篇)

演讲作为人类一种社会实践活动，它必须具备以下几个条件：演讲者、听众、沟通二者的媒介以及时间、环境。演讲的直观性使其与听众直接交流，极易感染和打动听众。下面小编给大家带来关于学习演讲稿模板范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

产品推销演讲稿标题篇一

优秀产品推销员是如何通过演讲分享推销产品的呢?下面学识网小编整理了优秀产品推销员销售演讲稿，供你阅读参考。

在坐有很多对我们公司都不是很了解，娜由我来介绍下我们xx公司，成立于1993年，其前身为美容化妆品经销有限公司，也是大连地区最早的专业美容用品经销之一。经过了十多年的风雨历程，现已成为一个以代理专业美容产品为核心，以营销教育为依托，一品牌加盟店为网络。拥有3家分公司，商学院教育，业务遍及东北三省的终合性美容集团公司。

扁鹊回答：长兄最好，中兄次之，我最差!

文王疑惑，又问：那为什么你最出名呢?

这个故事呢告诉我们”事后卜如事中控制，事中卜如事前控制;可大多数人都匀未体会 这一点，等到错误造成了严重性在寻求弥补，而到最后呢，怕是于事无补!

这个故事的意义大家明白了嘛》?好!进入正题，

一 趋势：现在欧洲八成以上女性都在口服胶原蛋白，中国台

湾·香港60%的人口胶原蛋白，胶原蛋白的作用，功效早已深入人心，大环境势不可挡。

二 定义：有这么一句话“物以稀为贵”，健康，驻颜，归属于“稀有”的一族，贵在于稀有的身份[]20xx年，isoi小分子胶原蛋白肽为人类尊享，尊贵典范赋予人类黄金般的传奇色彩！在这里isoi不仅仅是一个名称，一个品牌，而是一个阶层，一个身份，一种生活方式，一个不老的传奇。

三 作用：我们用八个字来形容 支撑 连接 联合 保护就这八个字

四 与人体关系：

2胶原与血管 胶原含量的多少与血管疾病之间有着十分密切的关系,胶原蛋白是构成血管的主要成分;胶原蛋白的不足会导致血管弹性变差,并影响血压稳定性,甚至导致各种心脑血管疾病。

3胶原蛋白与骨骼 女性在20岁胶原蛋白已经开始老化、流失;25岁则进入流失的高峰期; 40岁胶原蛋白含量不到18岁的一半!女性由于月经、生育等生理因素的影响, 胶原蛋白流失量是男性的2.5倍。随着年龄的增长, 易导致骨质疏松、骨折等老化现象的就是女性。骨骼中胶原蛋白的含量以骨中总蛋白质的量来计算, 有80%是胶原蛋白, 胶原蛋白是维持骨结构的完整, 防止骨质疏松, 保持骨髓柔韧度的关键, 摄入足够的胶原蛋白肽, 能保证正常机体钙质的摄入量, 胶原蛋白就像骨骼中一张充满小洞的网, 会牢牢的留住钙质, 免于流失, 身体中一旦缺乏胶原蛋白, 即便是补充了足量的钙, 也会白白流失!

第一, 在店长的带领下, 团结店友, 和大家建立一个相对稳定的销售团队: 销售人才是最宝贵的资源, 一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员, 建立一支具有凝聚力, 合作精

神的销售团队是我们店的根本。在以后的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

第二，热忱服务。要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第三，熟悉服装。了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合人群做充分了解。

第四，养成发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯：养成发现问题，总结问题目的在于提高我自身的综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，把我的销售能力提高到一个新的档次。

第五，根据店内下达的销售任务，坚决完成店内下达的万的营业额任务，和大家把任务根据具体情况分解到每周，每日；以每周，每日的销售目标分解到我们每个导购员身上，完成各个时间段的销售任务。并争取在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为我们男装专卖店的发展是与全体员工综合素质，店长的指导方针，团队的建设是分不开的。建立一支良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

尊敬的蔡总、各位领导、亲爱的同事们：

下午好！

我是销售部的xxx[]非常感谢公司的各位领导、各位同事给予我这份荣誉，我感到很荣幸。

我加入我们公司，六年多了，这里，是我尽情挥洒青春泪水与迸发青春热血的地方，个人的付出，伴随着领导的支持、同事的帮助，催促自己成长，很多情景历历在目，这些年，

就这么一路走来，感受很深！

此时此刻的我，心里无比的激动，但更多的是感动与珍惜，因为公司最大程度上认可了自己的付出与表现，我会更加努力工作的。

在此，我要向“给我指引方向和耐心教导我”的各位领导与同事说一声“谢谢你们！”，是你们让我不断进步，让我能够站在这里，领取这份荣誉。

虽然被评为优秀主管，但我深知，我做得不够的地方及需要学习的地方还太多太多，尤其是我们酒店行业，具体到我们公司领导身上，具体到我们公司同事身上，都还有很多的東西，还需要我去学习。

社会在发展，时代在进步，市场竞争日益激烈，不奋斗、不拼搏，就会被竞争大浪淹没，我深知，只有持续学习、持续提升、持续积累游泳的本领，才能战胜汹涌的波涛。感谢公司给我提供了学习成长的平台，我相信今天的荣誉会鞭策着我不断进步，使我做得更好。

作为公司团队的一员，有理由相信我们的团队会一如继往的努力，充分发扬我们的敬业精神，全力以赴，做得最好。

亲爱的同事们，让我们携起手来，向着公司发展目标冲锋前进，使公司业务再上一个台阶，为打造一个属于我们的辉煌平台而一起努力奋斗！

最后，祝愿我们的度假村事业蒸蒸日上、继续做大做强！

祝愿大家身体健康、工作顺利、事业有成！

谢谢！

产品推销演讲稿标题篇二

(一)、品牌分析:

(本香)批发价为178元/条、指导零售价为20元/包。零售客户的毛利率为11%。该卷烟外包装金碧辉煌、简洁独特。显示出了吸食该卷烟的消费者特有的消费魅力。本香)取材世界优秀烟草原料,集成全新技术,使烟香与降焦、减害、保香浑然一体,吸味甘润醇和,口感通透润泽,非常适合我地区消费者的吸食口味。

(二)、市场分析

目前我地区月平均销售卷烟1500箱左右,一类烟的比重占总销售量的25%,其中零售价位在20元/包-25元/包之间的高档卷烟的销售量占一类烟的5.6%,而本香投放市场一个星期,销售量占该一类卷烟中高档烟的2.1%,存在很大的市场空间。

劣势:和本香同类的卷烟在我地区共有3-4种,目前已投放的卷烟品牌有玉溪、黄鹤楼、芙蓉王、云烟等。其中“玉溪”“黄鹤楼雅香”卷烟在我地区市场已拥有了广大忠实的烟民,有一定的消费群体,烟民放弃熟悉的牌号,寻找消费替代品需要一定时间。市场上同类的省外品牌在同品类市场上已占有不小比重,而且多是全国性的大品牌如:玉溪、芙蓉王、云烟、黄鹤楼等。

(三)“本香”上市工作安排

1、普遍宣传和重点宣传相结合,由客户经理携带宣传物品,根据客户订货日期的先后顺序,妥善安排宣传计划,确保在客户订货前宣传到位。

2、将有销售品牌和竞争品牌已上柜的客户作为首期铺货对象,并根据各阶段销售目标的完成情况逐步推进。

4、抓好明码标价工作，产品上市，价格维护就要立即跟上，及时发放并协助客户贴好价格标签。

5加强经营指导，并关注其销售进度，发现销售较差的情况，要帮助客户分析原因，指导客户提高向消费者推荐本品牌的技巧。

相信通过全体三线人员的共同打造和努力宣传，“本香”一定打造品牌在烟民心中的新形象、新地位，期待“本香”的推出将使品牌销量更上一层楼。谢谢大家。

产品推销演讲稿标题篇三

各位朋友、各位领导：

大家好！

欢迎您参加郎酒20xx答谢及老郎酒上市推广会。能够与各位领导以及嘉宾朋友们认识，是郎酒贵阳经销商佳恒公司的荣幸，也是我本人的骄傲。

这里，我代表佳恒公司真诚感谢郎酒集团对本次答谢、推广会的大力支持和关爱、以及在座嘉宾的光临和指导！

20xx年郎酒在贵阳的良好销售，得到了在座各位朋友的大力支持和关爱。此次郎酒集团经过慎重考虑将郎酒的基础品牌、核心品牌之一的1898由我全渠道经营，全店全体员工有信心和实力向消费者以及嘉宾们承诺：我们一定倍加努力，精诚团结，为你奉献物有所值、物超所值的商品，为你的精彩生活奉献我们的微薄力量。能够与郎酒集团进行合作、能够与以车总、刘经理、谢经理为首的销售团队合作，是郎酒集团对郎酒安顺旗舰店的高度认同和信任。

我们坚信随着郎酒集团的飞跃发展，郎酒品牌价值的迅猛上升，郎酒安顺旗舰店也一定会得到相应的提高和进步。我们的1898也一定不负众望！欢迎各位朋友经常到旗舰店坐坐，共同品味郎酒1898的醇厚和芳香！

借此机会，祝愿各位领导、各位嘉宾朋友：身体健康，万事如意，大吉大利，财源广进，神采飞扬！

谢谢大家。

尊敬的各位领导、同事们大家好：

(一)、品牌分析：

(本香)批发价为178元/条、指导零售价为20元/包。零售客户的毛利率为11%。该卷烟外包装金碧辉煌、简洁独特。显示出了吸食该卷烟的消费者特有的消费魅力。本香)取材世界优秀烟草原料，集成全新技术，使烟香与降焦、减害、保香浑然一体，吸味甘润醇和，口感通透润泽，非常适合我地区消费者的吸食口味。

(二)、市场分析

目前我地区月平均销售卷烟1500箱左右，一类烟的比重占总销售量的25%，其中零售价位在20元/包-25元/包之间的高档卷烟的销售量占一类烟的5.6%，而本香投放市场一个星期，销售量占该一类卷烟中高档烟的2.1%，存在很大的市场空间。

劣势：和本香同类的卷烟在我地区共有3-4种，目前已投放的卷烟品牌有玉溪、黄鹤楼、芙蓉王、云烟等。其中“玉溪”“黄鹤楼雅香”卷烟在我地区市场已拥有了广大忠实的烟民，有一定的消费群体，烟民放弃熟悉的牌号，寻找消费替代品需要一定时间。市场上同类的省外品牌在同品类市场上已占有不小比重，而且多是全国性的大品牌如：玉溪、芙

蓉王、云烟、黄鹤楼等。

(三) “本香”上市工作安排

1、普遍宣传和重点宣传相结合，由客户经理携带宣传物品，根据客户订货日期的先后顺序，妥善安排宣传计划，确保在客户订货前宣传到位。

2、将有销售品牌和竞争品牌已上柜的客户作为首期铺货对象，并根据各阶段销售目标的完成情况逐步推进。

4、抓好明码标价工作，产品上市，价格维护就要立即跟上，及时发放并协助客户贴好价格标签。

5加强经营指导，并关注其销售进度，发现销售较差的情况，要帮助客户分析原因，指导客户提高向消费者推荐本品牌的技巧。

相信通过全体三线人员的共同打造和努力宣传，“本香”一定打造品牌在烟民心中的新形象、新地位，期待“本香”的推出将使品牌销量更上一层楼。谢谢大家。

同志们：

大家上午好！

首先，我代表省经济和信息化委员会、省政府节能办向新闻单位朋友多年来对我省节能工作的大力支持表示衷心的感谢，对8家来山东推广高效照明产品的企业表示欢迎，对各市分管同志的努力工作表示衷心的感谢。下面我通报一下去年我省高效照明产品推广工作开展情况，并就做好今年推广工作讲几点意见。

一、多措并举，高效照明产品推广工作取得新突破

20xx年，在省委、省政府的坚强领导下，我们按照国家发改委等部门的要求，把节能降耗摆上更加突出位置，加快转变发展方式，推进经济结构调整，发展节能环保产业，培育循环经济，积极淘汰落后产能，提高能源利用效率。20xx年我省万元gdp能耗下降5.46%，累计完成节能目标的82.39%，连续三年国家考核为超额完成等级。

成绩的取得来之不易，得益于省委、省政府的正确领导，得益于各级各部门的艰苦努力，也得益于我们对每一项工作的扎实推进。20xx年国家下达我省的高效照明产品推广任务为450万支，我省实际推广高效照明产品748万支，超额完成了国家下达的推广任务，按中标价格销售总额达5943万元，争取中央财政补贴2831万元，年可实现节电7.83亿千瓦时，节省电费4.62亿元，相当于减排二氧化碳78.3万吨，取得了显著的经济和环境效益。

为切实做好20xx年高效照明产品推广工作，我们召开了“山东省20xx年高效照明产品推广新闻发布会”，发布了《山东省20xx年财政补贴高效照明产品推广工作实施方案》，明确了目标任务和工作重点，重点选择照明产品使用集中，需求量大的电子、纺织等工矿企业和商场、学校、医院、政府机关等大宗用户，以及推广效率高、易于组织的大型居民社区和农村地区进行推广。根据各市的需求调查，将推广任务落实到各市，提出了工作要求，各级节能主管部门指定专人负责，切实加强领导，精心组织，周密部署，为高效照明产品推广工作奠定了坚实的组织基础。

为确保工作进度，我们及时调度各市高效照明产品推广进度情况，提高了各市对这项工作重要性的认识，并及时解决推广工作中遇到的问题，确保了推广工作的顺利有效开展。加强后期核查和监管，确保了高效照明产品真正安装到位，确保用户得到实惠。同时，将推广高效照明产品任务完成情况列入对各市节能目标责任考核内容，年底一并进行考核。向

全省公开了举报电话，对弄虚作假等行为，一经核实，严肃处理。

落实高效照明产品推广向农村倾斜的要求，我们在全省农村开展了“创建高效照明产品推广示范村”活动，将高效照明产品推广与社会主义新农村建设有机结合起来，明确了工作目标和原则，争取在两年内，创建1000个“高效照明产品推广示范村”，经过努力□20xx年共创建高效照明示范村653个，在让农民享受优惠政策的同时，增强了广大农民的节能减排意识。全力推动栖霞市创建高效照明示范市活动，栖霞市是一个拥有64.23万人口的县级市，全市共推广高效照明产品94.98万支。

随着国家高效照明产品的推广，社会对高效照明产品的认同度不断增强，我省以推广工作为契机，促进高效照明产业发展。召开了推进高效照明产品发展的会议，就高效照明产品节能认证、产品标准、行业发展进行了研讨，受到企业欢迎。省政府办公厅转发了《关于加快山东省高效照明产业发展的指导意见》，为进一步促进我省高效照明产业的发展，提供了政策保障。

二、再接再厉，确保完成20xx年推广任务

推广使用高效照明产品是实施“十大节能工程”的重要内容，是实现节能降耗目标的一项重要举措。特别是当前，离年底仅有不到6个月的时间了，尽快完成高效照明产品推广任务，促进高效照明产品尽快发挥节能减排的效益，任务非常艰巨，意义非常重大。

今年，国家下达我省高效照明产品推广任务量是500万只，由于前两年我省已经大力推广节能灯，一些大宗用户已经普及，推广的难度越来越大，因此，各级各部门要高度重视，要进一步统一思想，切实提高思想认识，牢牢把握这个机遇，总结去年推广经验，查找薄弱环节，强化措施，扎实工作，确

保完成国家分配给我省的推广任务，用足用好国家财政补贴优惠政策，推动我省绿色照明工程顺利发展，为经济平稳较快发展、完成今年和节能目标做出贡献。

(一)进一步加强组织领导。以财政补贴方式推广高效照明产品是一项创新性工作，面对的终端用户数量众多、层次多样，各地的工作基础也是参差不齐。从前几年推广工作开展情况看，大多数地区对推广工作是高度重视的，能够做到思想认识到位、措施到位、人员到位，切实把推广高效照明产品作为节能减排的一项标志性工作来抓，抓得细，抓得实，抓得好。

(二)进一步创新工作机制。财政补贴高效照明产品推广是一项利国利民的惠民工程，最终受益人是大宗用户和城乡居民。各地要完善推广配套办法，创新推广机制，提高推广效果。为使我省更大范围的用户享受到国家财政补贴政策，调动各方积极性，确保完成高效照明产品推广任务，省里把500万只的推广任务，依据各市人口、城乡发展水平和用电量情况，以及各市上报的需求数量等，分配到全省17个市。

(三)加大向农村推广力度。今年，我们将继续在全省组织开展“高效照明产品推广示范村”创建活动，以这项活动为载体，把推广工作与实施绿色照明工程紧密结合起来，与促进形成节约资源和保护生态环境的绿色消费模式紧密结合起来，与提高农民生活质量、改善农民生活紧密结合起来，与社会主义新农村建设紧密结合起来。通过表彰和奖励先进典型，形成以点带面、整体推进的工作局面。

(四)进一步加强协调配合。各市节能主管部门在推广工作中，要加强组织协调，构建政府推动、企业为主、全社会参与的工作体系，形成协调、高效的工作机制，提高工作效率，保证工作效果。要主动与财政部门沟通，按照职责分工，密切合作，借助政府力量的推动，共同做好推广工作。要增强服务意识，积极主动与中标企业和用户沟通，搭建服务平台，帮

助中标企业和用户协调解决推广工作中的关键问题，确保推广工作顺利开展。要调动各方力量参与、配合、支持高效照明产品推广工作，协调教育、建设、交通、卫生、国资委、旅游局、机关事务管理局，以及商业、妇联等部门和单位参与推广活动，力争在9月底前完成今年推广任务。要做好废旧灯具回收工作，防止乱丢乱弃，污染环境。

(五)充分发挥企业主体作用。企业是高效照明产品推广的责任主体，承担我省今年推广任务的中标企业均是业内知名企业，有着较好的产品信誉和较高的行业声誉。我们希望中标企业积极配合相关市经信和财政部门制订实施方案，保证产品及时安装到位，确保安装的产品质量与投标产品一样，销售价格与中标协议价格扣除财政补贴后的价格一样，上报的安装数量与实际安装数量一样，售后服务与投标承诺一样，并帮助居民用户不仅算初始投资帐，还应算运行成本帐和环境效益帐，提高消费者节能减排意识。企业要特别注重对经销、代理人员的培训，以服务用户为宗旨，加强内部管理，提高服务能力和水平。中标企业之间也要相互支持、相互配合，共同发展。

(六)切实搞好督促检查。财政补贴高效照明产品推广政策的一个显著特点是注重后期核查和监管，国家将组织力量对推广情况进行抽查，确定高效照明产品安装到位后，企业才能申领到补贴资金。各市要加强督促，保证进度，按照省实施方案的进度要求，逐项落实，确保高效照明产品安装到位，推广任务落实到位。各市经信委和节能办要与财政部门一起，加强对推广工作的监管，确保推广工作流程公开、透明，确保执行国家政策不变形、不走样。各市和中标企业要及时将推广进度情况报省经信委和省财政厅。省里将适时对各市推广工作进展情况进行抽查。为加强社会监督，我们继续面向全省公开举报电话，举报一经核实，我们将在全省通报批评。

(七)加强宣传引导。多年来，新闻媒体的朋友对我省节能工作给予了极大关注，做了大量宣传报道工作，为推动我省节

能事业发挥了积极作用。以财政补贴方式推广高效照明产品，是一项政策性强、惠民面广、影响大的工作，各市要加强与新闻媒体的联系，积极配合媒体搞好宣传报道。今天我们邀请了部分媒体的朋友到会，希望大家一如既往地继续支持节能工作，通过更多的渠道，更丰富的形式，宣传高效照明产品推广工作，宣传使用高效照明产品的好处，宣传节能灯使用小常识，动员大家积极参与到推广使用高效照明产品的工作中来，从而引导消费者在生产、生活中自觉选购节能产品，树立生态文明观念。

同志们，推广使用高效照明产品，涉及千家万户和社会各个方面，是一件功德兼容、造福后代的大事。特别是在完成节能目标责任的关键时期，我们要用足用好财政政策，不断总结创新，努力做好高效照明产品推广工作，为推动节能减排、促进企业发展、惠及城乡居民做出应有的贡献。

谢谢大家！

产品推销演讲稿标题篇四

大家好！首先，我要感谢各位**能给我这样一个机会，来参加产品经理的竞聘。站在这个舞台上，我的心情已经非常激动，这是对我2年来工作态度与工作成绩的.充分肯定，我感到十分欣慰！

首先允许我做一下自我介绍。我叫蔡雪丹，先后做过储蓄、对私、对公等岗位，目前的岗位是产品经理岗，无论从事哪个岗位，我都要求自己本着“勤勤恳恳、扎扎实实、好学上进”的态度，努力工作，毫无怨言。同时，在工作之余，我总是抓紧时间学习充电，努力补充与丰富自己的理论知识。

随着这些年的工作历练与学习充电，我的工作经验日渐丰富，理论知识日益扎实，人也越来越成熟，已具备较高的业务素

质和一定的营销经验，我觉得自己有信心也有能力担任一名产品经理，能做好应该履行的职责。

对于产品经理这一岗位，我是这样理解和认识的。产品经理是客户经理的“**”和“精英”。产品经理相当于客户经理而言更细化、更具体、更专业、更精准，是客户经理队伍中的“龙头”。按金融界通用的“二八”理论去理解，20%的产品经理可创造全行80%的经营效益。

产品经理是细化的不同类型的理财顾问，确切的说是高端客户的理财顾问，营销对象是现有的、潜在的高价值客户。做为一名合格的产品经理，应当全面了解客户需求并向其营销产品、争揽业务；做为一名产品经理，应当协调和**全行各****及机构为客户提供全方位的金融服务；做为一名产品经理，还应当主动地防范金融风险，努力建立和保持与客户的长期密切联系。

如果我能够走上产品经理的岗位，我希望自己是银行和客户之间的纽带和桥梁，为客户送去我们的关怀与服务！客户的利益和需求将是我们工作的永恒出发点，面对客户的业务特点，我们有责任为其量身定做与推荐适用的农行产品。对客户的新需求，我们更要及时向****报告，努力探索与开发相关产品。对现有的客户，与之保持经常的联系是我们应尽的义务，而对潜在的客户，我们更要极目远眺，积极地去开发。同时，我们力求在协调前台业务部门与**业务部门、上下级部门、资源合理分配的基础上，保证每位客户的每一笔业务都能在我们农行及时、顺畅、准确地完成。善于引导客户、努力满足客户业务需求，为客户提供“一站式”服务，这些将是我们每位产品经理永恒的要求与追求！

实现理想需要舞台，展现个人的能力同时需要机遇与*台。在此，我衷心希望各位**、各位评委能给我这个机会，给我一个更加充分发挥自己能力的机遇与舞台，相信我、选择我、**我，您不会后悔，我则会倍加珍惜，让我们一起，创

造我们未来更加美好的明天！

谢谢大家！

产品推销演讲稿标题篇五

在坐有很多对我们公司都不是很了解，娜由我来介绍下我们xx公司，成立于1993年，其前身为xx美容化妆品经销有限公司，也是大连地区最早的专业美容用品经销之一。经过了十多年的风雨历程，现已成为一个以代理专业美容产品为核心，以营销教育为依托，一品牌加盟店为网络。拥有3家分公司，商学院教育，业务遍及东北三省的综合性美容集团公司。

扁鹊回答：长兄最好，中兄次之，我最差！

文王疑惑，又问：那为什么你最出名呢？

这个故事呢告诉我们”事后卜如事中控制，事中卜如事前控制；可大多数人都匀未体会 这一点，等到错误造成了严重性在寻求弥补，而到最后呢，怕是于事无补！

这个故事的意義大家明白了麼》？好！进入正题，一 趋势：现在欧洲八成以上女性都在口服胶原蛋白，台湾·香港60%的人口胶原蛋白，胶原蛋白的作用，功效早已深入人心，大环境势不可挡。

二 定义：有这么一句话“物以稀为贵”，健康，驻颜，归属于“稀有”的一族，贵在于稀有的身份。2008年[isoi小分子胶原蛋白肽为人类尊享，尊贵典范赋予人类黄金般的传奇色彩！在这里isoi不仅仅是一个名称，一个品牌，而是一个阶层，一个身份，一种生活方式，一个不老的传奇。

三 作用：我们用八个字来形容 支撑 连接 联合 保护就这八个字

四 与人体关系：

2胶原与血管 胶原含量的多少与血管疾病之间有着十分密切的关系, 胶原蛋白是构成血管的主要成分; 胶原蛋白的不足会导致血管弹性变差, 并影响血压稳定性, 甚至导致各种心脑血管疾病。

3胶原蛋白与骨骼 女性在20岁胶原蛋白已经开始老化、流失; 25岁则进入流失的高峰期; 40岁胶原蛋白含量不到18岁的一半! 女性由于月经、生育等生理因素的影响, 胶原蛋白流失量是男性的2.5倍。随着年龄的增长, 易导致骨质疏松、骨折等老化现象的就是女性。骨骼中胶原蛋白的含量以骨中总蛋白质的量来计算, 有80%是胶原蛋白, 胶原蛋白是维持骨结构的完整, 防止骨质疏松, 保持骨髓柔韧度的关键, 摄入足够的胶原蛋白肽, 能保证正常机体钙质的摄入量, 胶原蛋白就像骨骼中一张充满小洞的网, 会牢牢的留住钙质, 免于流失, 身体中一旦缺乏胶原蛋白, 即便是补充了足量的钙, 也会白白流失!