

把握需求变迁 赢在未来增长

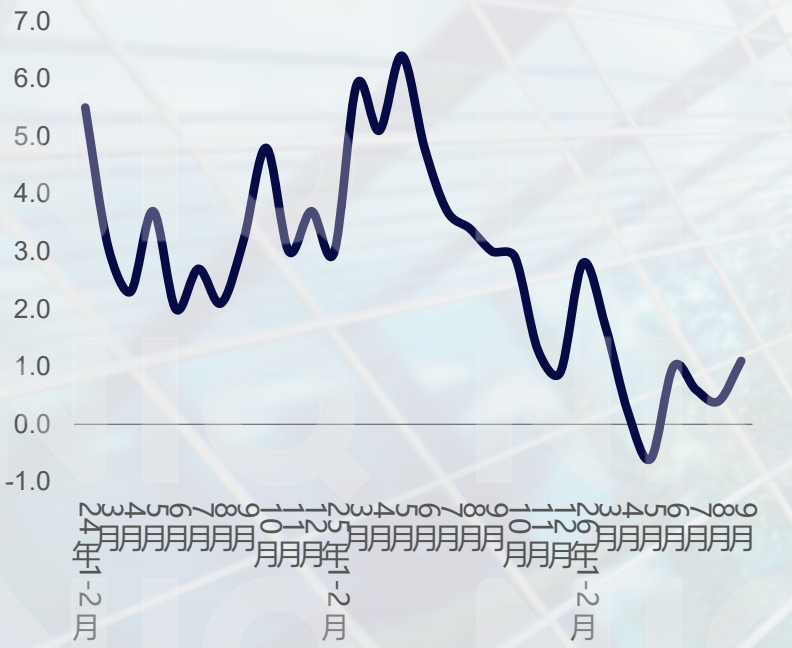
NIQ 2026中国消费品创新趋势洞察报告

NIQ China Retail

Nov. 2026

NIQ

中国消费品市场扩张放缓，消费增长逻辑正在重构



买服务

服务型消费渐成主力

>46%

YTD2608
服务型消费在总支出占比

+5.0%

YTD2609
服务零售额增速
较商品零售额增速快4.0pts

买体验

体验型经济兴起

+28%

26年上半年
文艺表演销售收入

78%

大卖场超市购物者更喜欢去**环境舒适、井然有序**的超市购物
较25年+10pts

买价值

更愿意为值得付费

智能

YTD2608销售额
智能眼镜+120%
运动相机+27%

健康

YTD2608销售额
有机食品+7.4%
包装保健品+12.4%*

数据来源：国家统计局；NIQ大卖场超市购物者趋势报告2026，基数：所有大卖场/超市购物者，2025 (n=13476)，2026 (n=13443)，Q132一般来说购物时，你在多大程度上同意或不同意以下说法？ [单选]；*尼尔森IQ零售研究，全国线下

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

消费者每一次购买都更加关注“是否值得”，价值升级成为新的增长来源

中国消费者认为决定日常家庭及食品杂货购买是否“值得”的最重要因素

37%
品质与产品表现
Vs. 全球34%

V.S.

7%
价格实惠
Vs. 全球31%

Q.对于介于低价与高端之间的日杂食品，中国消费者在多大程度上认同以下观点?



68% **聚焦价值升级**
高于全球平均12pts

如果花更多钱，就必须获得**更明确的价值感**



65% **严格价值审视**
高于全球平均10pts

夹在低价与高端之间的产品，需要**证明**自己**为什么值得**被选择



68% **节省无差异支出**
高于全球平均1pts

如果没有明显更好的价值，就宁愿选择**更便宜**的产品

数据来源：NIQ中国消费者展望，2026年7月；尼尔森IQ零售研究；价格带定义：高端：价格指数>125；大众：价格指数≤125且>75；经济：价格指数≤75 （价格指数=单品每KG/L/PCS均价 / 对应细分类每KG/L/PCS均价 x 100）

顺应中国消费者价值观变迁，重塑产品创新方向

中国人群价值观分布及核心人群占比TGI



「过更均衡、更身心健康的好生活」

X世代 107



「守护家人，也关心社会和环境」

银发族 325





「人生要及时享受，快乐体验最重要」

Z世代 140

日韩人群占比是中国3倍

中国消费需求升级方向

3 *Better moment*

创造更好的当下

2 *Better me*

成就更好的自己

1 *Better choice*

做出更好的选择

26年大卖场超市购物者尝新倾向及对比5年前变化

63%适度尝新 +5pts

24%引领潮流 +2pts

13%落后保守 -7pts

数据来源：NIQ Consumer Life Report 2025，年龄TGI基于全球40个国家数据计算（Z世代=18-27岁，Y世代=29-44岁，X世代=44-59岁，银发族=60岁及以上）；尼尔森IQ大卖场超市购物者趋势报告2021-2026，Q26 以下哪一种描述最能表达您对改变购物品牌以及购买不同产品的想法？选项意义：潮流引领者 - 我喜欢尝试新的东西，我一直在寻找新的品牌以及新的产品；适度尝新者- 我有时会购买新的品牌或新的产品，但通常我会坚持我的最爱；落后保守者 -我很少去尝试新的东西，我觉得尝试新东西会冒很大的风险，不如购买熟悉的产品

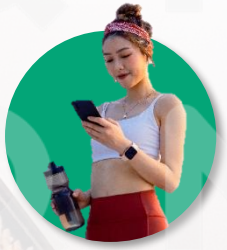
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

中国消费者价值升级的三重核心追求：更好的产品、更好的自己、更好的当下



Better choice
做出更好的选择
聚焦**产品基础品质要求**的升级

- ✓ **严标安心**
  超越国标，追求更高安全标准
- ✓ **净简有道**
  更简单、更可信的成分表达
- ✓ **臻材精制**
  进阶原料和工艺塑造风味新高度



Better me
成就更好的自己
聚焦消费者对**自我状态**的持续优化

- ✓ **当下状态回调**
  修复身体不良状态，修复当下体感
- ✓ **情绪状态调节**
  睡眠健康与情绪状态管理
- ✓ **外貌状态管理**
  从个护到食饮的外貌状态提升
- ✓ **长期稳态维持**
  身体更深层次的健康稳态管理



Better moment
创造更好的当下
聚焦**自我此刻感受**提升

- ✓ **轻松便捷**
  高效易用带来的体验提升
- ✓ **感官愉悦**
  围绕味觉、口感与嗅觉打造新感官刺激
- ✓ **情绪共鸣**
  强化与消费者的情感诉求链接

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



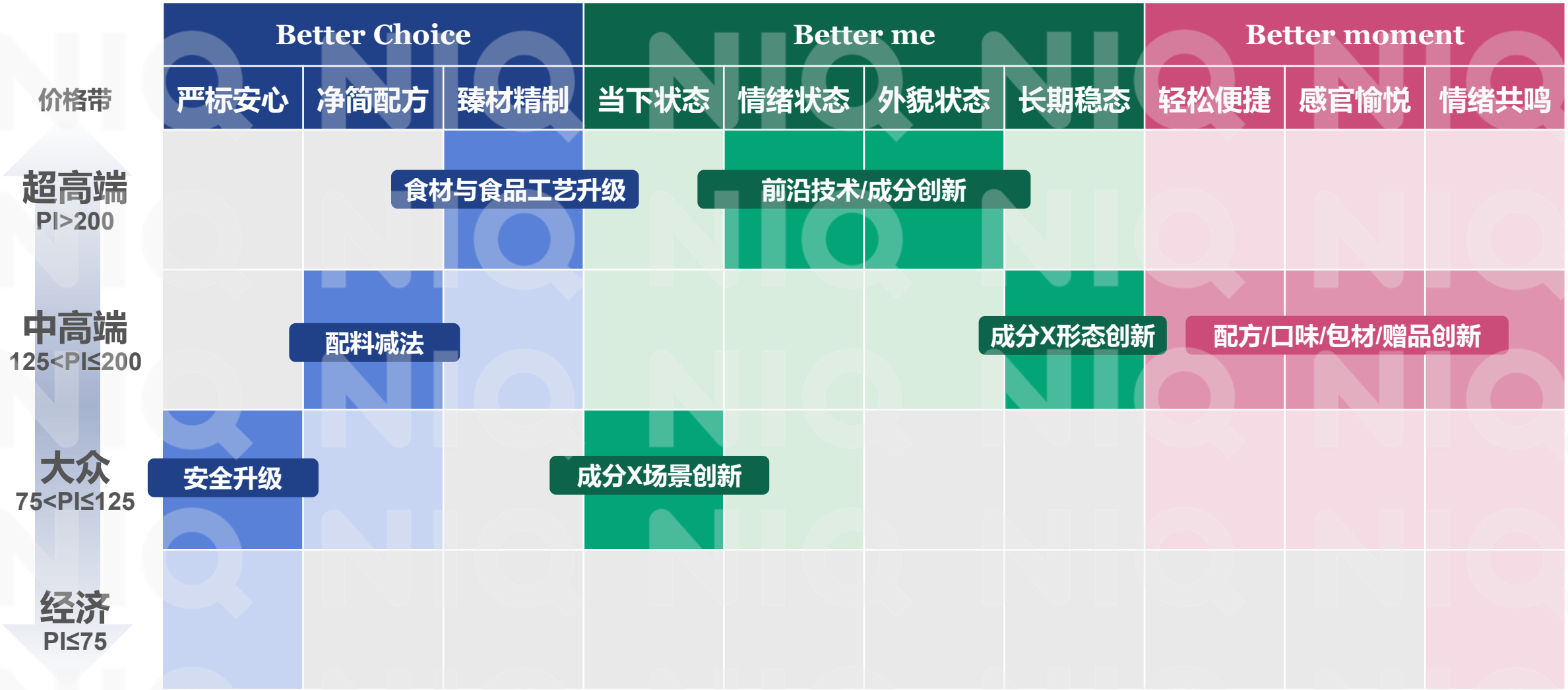
赢在未来：

从趋势洞察到创新落地，把握下一阶段增长机会

从高端溢价到大众普及，不同创新方向正在形成差异化成长路径

代表性产品趋势X价格带分布热力图

价格带色块颜色深浅代表新品集中度



数据来源：尼尔森IQ零售研究；PI价格指数=单品每KG/L/PCS均价 / 对应细分类每KG/L/PCS均价 x 100

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

NIQ全球分析发现：

创新销售增长的企业，实现整体业务增长的可能性是其他企业的

2倍

持续创新是未来增长核心引擎，AI赋能创新全流程

1 从事后洞察到即时趋势捕捉

- AI辅助持续监测扫描消费者行为、内容和市场变化，更快将消费者信号转化为产品决策与创意生成
- 趋势洞察从项目制研究变成持续性的动态能力

2 从押注爆品到持续迭代创新

- AI辅助产品测试、配方开发，降低创新风险，缩短开发与上市周期
- 更多产品概念可以快速验证并上市，加速新品迭代周期

3 从货架思维到AI发现思维

- 产品不仅要被消费者看到，更要可被AI搜索、理解和推荐
- 通过优化产品标签信息与社媒内容质量，提升品牌在AI搜索与LLM（大模型）推荐环境中的搜索可见度和被推荐概率

数据来源：NIQ Innovation Vitality Multi-year Meta-Analysis 2025，基于 NIQ Innovation Measurement，对全球15个市场、130个监测品类、超过7万家制造商的总销售额与创新销售额增长表现进行对比分析，增速对比时段为MAT2511。创新定义： 包括新品牌、新子品牌、产品线延伸及限定系列/特别系列产品，不包含微小改动

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

企业行动建议

聚焦消费者价值升级的长期方向，打造消费者导向的创新布局

Better choice
做出更好的选择

- ✓ 严标安心
- ✓ 净简有道
- ✓ 臻材精制

Better me
成就更好的自我

- ✓ 当下状态回调
- ✓ 情绪状态调节
- ✓ 外貌状态管理
- ✓ 长期稳态维持

Better moment
创造更好的当下

- ✓ 轻松便捷
- ✓ 感官愉悦
- ✓ 情绪共鸣

构建多元创新组合

围绕三大价值需求布局创新，在不同消费人群、场景与价格带寻找增长机会，实现价值提升与规模增长的平衡

借助AI加速创新落地

利用AI提升趋势洞察、需求识别和创新迭代效率，让产品创新更快从消费者需求转化为市场增长

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

中国创新环境：机会更多，决策更难

中国快速演变的商业生态带来更多机遇，但也使得更早识别真正值得把握的机会并采取行动变得更加困难



创新信号激增

电商、社交电商及新零售渠道催生了更多新品上市，更多新功效和新形态

创新周期加速

新品上市节奏加快，竞争对手响应更迅速，企业把握机会的窗口期不断缩短

竞争持续加剧

新兴品牌与成熟品牌围绕新的消费者需求和消费场景持续展开竞争

新的机会不断涌现，但要足够早地识别真正值得把握的机会，正变得越来越困难

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

增长新公式：跟进 × 延展 × 突破，协同制胜

三线缺一不可：跟进保份额，延展做增量，突破造未来

当下的竞争力

未来的增长

跟进 | 保持竞争力

守住核心业务

紧跟市场的创新步伐



延展 | 拓展邻近领域

突破核心业务边界，实现增长

探索新的利益点、口味、产品形态及消费场景



突破 | 打造突破性创新

构建新的增长平台

挖掘有望催生全新增长平台的新兴需求与价值主张



NIQ

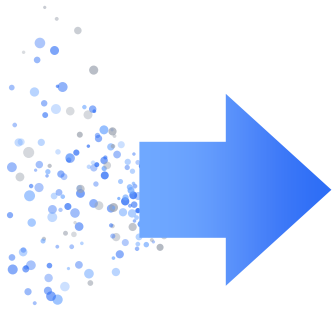
Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

值得关注的新品不只要新，更要真正卖得好

有什么新动向？

新品上市
产品宣称
口味
社媒热度

这些都是重要的创新灵感来源



哪些创新真正取得了市场表现？

实际销售情况	铺货覆盖	销售速度	上市表现基准
销售额与销量	产品的市场覆盖广度	结合铺货水平衡量的销售效率	与品类历史上新品的市场表现进行对标

从观察创新动态，迈向衡量真实的商业表现

Confidential and proprietary
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

先识别真创新，再验证真表现

- 基于 NIQ零售研究数据，以 AI 识别真正的创新

起点：NIQ 全球零售扫描数据库中的所有新品 SKU

真正的创新

通过 AI 多步骤数据清洗

- 全国铺货率达到 1% 的 SKU开始追踪
- 识别并剔除微小调整，例如：与现有产品相比，仅规格发生变化，且变化幅度低于10%，每年约 15% 的新品 SKU 被识别为伪创新

以创新类别细化洞察

- 基于NIQ零售研究数据，进一步细化13项专属创新特征体系：
- 包括4大创新类型（新子品牌新品，限量款等）
- 9大创新子类型（新配方，包装形式，针对人群等）

NIQ零售测量数据+品类特征

- 涵盖关键零售测量数据：销售速度、铺货覆盖、销售额、价格等
- 分不同国家内地区/渠道洞察品渠趋势
- 含3年滚动历史数据积累

来源：NIQ 新品追踪数据库

Confidential and proprietary
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

跨品类全球覆盖，以真实销售数据打开中国创新视野

奥地利
比利时
巴西
加拿大
法国
德国
印度
印度尼西亚
意大利
墨西哥
荷兰
挪威
菲律宾
波兰
葡萄牙
沙特阿拉伯
南非
韩国
西班牙
土耳其
英国
美国



22个

已上线国家

已纳入2026年新品追踪地域覆盖范围

欧洲 12个 •美洲 4个 •非洲 4个•亚洲 4个

93个

品类

已纳入原有新品追踪品类数据库

- **乳制品**
- **饮品**
- **食品与零食**
- **个人护理、家居护理与宠物护理**

● **已上线市场**　● 尚未覆盖

规划中，尚未覆盖：马来西亚、中国台湾地区、泰国和越南处于2027年覆盖可行性探索阶段。中国大陆规划中。

了解全球市场的新兴和成功趋势，探索这些创新可能为中国市场带来的启发

来源：2026 IM Geographic Coverage Reference; Legacy IM Category Inventory. 各市场的覆盖范围有所不同，并非所有市场均覆盖全部品类

Confidential and proprietary　© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

不选卖得最好的，只选最值得的

基于新品的相对市场表现与销售速度，并结合销售额和铺货覆盖，而非简单选择规模最大的新品

第一步
识别符合条件的新品

国家与品类；新品追踪纳入标准及新品上市时间窗口

第二步
筛选市场表现

销售额、销售速度、铺货覆盖及新品的相对市场表现

第三步
对候选新品进行排序

衡量相较品类历史基准的表现强度，而非仅依据新品规模

第四步
精选20项创新

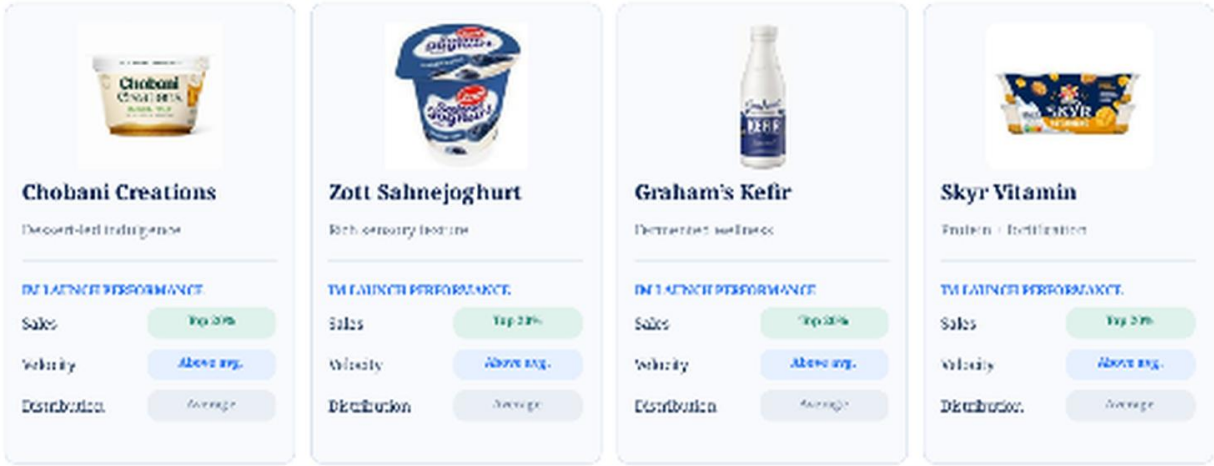
综合考量差异化利益点、口味、产品形态及与中国市场的相关性

新品追踪核心指标筛选框架

■ 优先指标　■ 辅助指标

- 销售额与销量
- **销售速度**
- 加权铺货率
- 价格及促销环境
- **相较同期品类基准的新品上市表现排名**

月刊样本 |插图版



Confidential and proprietary
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

月度20个最佳新品解读

乳制品 • 每期最多精选20项创新



本月重点创新

Chobani Creations

美国 ·酸奶

差异化特征：焦糖香蕉风味、浓郁口感、真实果肉与纵享体验

新品追踪指标 示例数据

销售速度指数	加权铺货率	新品上市排名
1xx	**xx%**	**前五分之一**

值得关注的原因

独特的甜品风味与丰富的感官体验



Zott Sahnejoghurt

德国 ·酸奶 排名：XX

浓郁奶油型酸奶，带来纵享体验



The Coconut Cult

美国 ·酸奶 排名：XX

高活性菌发酵的产品



Greek-Style Dairy

全球 ·酸奶 排名：XX

浓稠、高蛋白的产品质地

每期月报覆盖一个国家和一个品类；图中产品来自多个源市场。来源：NIQ Global Dairy Innovation Trend Discover, Q1 2026.
产品图片及实际上市信息仅作示意，未经新品追踪验证

Confidential and proprietary
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Innovation Trend Discover订阅报告排期和内容规划

➢ 首发3个超级品类 – 即饮饮品，乳制品，零食

即饮咖啡、茶与冲泡饮、运动与能量饮料、果汁、软饮料	酸奶、牛奶、奶酪、冰淇淋、酸奶饮品与果昔、其他传统乳制品
美国 即饮咖啡	美国 酸奶
欧洲 茶与冲泡饮	欧洲 牛奶
欧洲 运动与能量饮料	欧洲 奶酪
欧洲 果汁	欧洲 冰淇淋
美国 茶与冲泡饮	美国 牛奶
欧洲 软饮料	欧洲 酸奶饮品与果昔
欧洲 运动与能量饮料	欧洲 酸奶
美国 即饮咖啡	美国 奶酪
欧洲 运动与能量饮料	欧洲 冰淇淋
欧洲 果汁	欧洲 牛奶
欧洲 茶与冲泡饮	欧洲 其他传统乳制品
美国 即饮咖啡	美国 酸奶

- **以上为示例交付，正式排期以订阅确认为准。**
- 欧洲包括：英国，法国，德国，意大利，荷兰

- 市场/品类创新表现总结：销额，销量，创新贡献率，均价同比分析
- 市场/品类活跃创新品牌同比表现
- 市场/品类创新活力指数。（看新品上市后第二年，第三年增长情况，%SKUs Growing in Y2 vs Y1)
- 月度20项最佳新品表现和卖点解读

- 创新机会识别
- 近期创新信号
- Top厂商过去1-2年其他热门新品
- 成功产品学习路径

Confidential and proprietary
© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

订阅平台

最多50个用户访问权限



实现全组织范围共享访问，确保洞察与项目进展能够在各团队之间高效、顺畅地共享与传播。

30+项创新KPIs



品牌，产品维度（风味，成分，包装，宣称等）创新表现等KPI

深度创新画像分析



按创新类型与创新特征对创新项目进行分类，为各类别解锁更具针对性的洞察与定制化策略。

滚动P3Y历史数据积累



滚动P3Y历史数据积累，为制定未来创新战略提供丰富的历史背景与决策依据。

自定义功能



自定义下载Excel数据表和PPT分析图表

市场区域与渠道追踪



通过跨市场、跨渠道持续追踪创新产品的发展历程，获得全面、统一的创新表现视角。

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Innovation Trend Discover 核心价值

1 AI 识别真创新

多步骤清洗，剔除规格微调等伪创新，只追踪真正的新

2 RMS 销量验证

全球零售扫描的真实销量数据，回答「什么创新真的卖得好」

3 全球视野

每月追踪美欧等创新前沿市场，时刻对齐全球最新方向

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Innovation Trend Discover 订阅报告 · 双十一促销活动

双 11 促销方案

订阅 1 年，额外交付 1 个月

✓ 订阅 2027 年任意超级品类（即饮饮品、乳制品、零食等）年度报告，额外赠送 2026 年 12 月更新

✓ 全年共 13 期交付：2026 年 12 月期 – 2027 年 12 月期

促销窗口：11/11 – 12/31

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

NielsenIQ

谢谢！

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Confidential and proprietary