

洞见全球市场变革，助力品牌全渠道增长

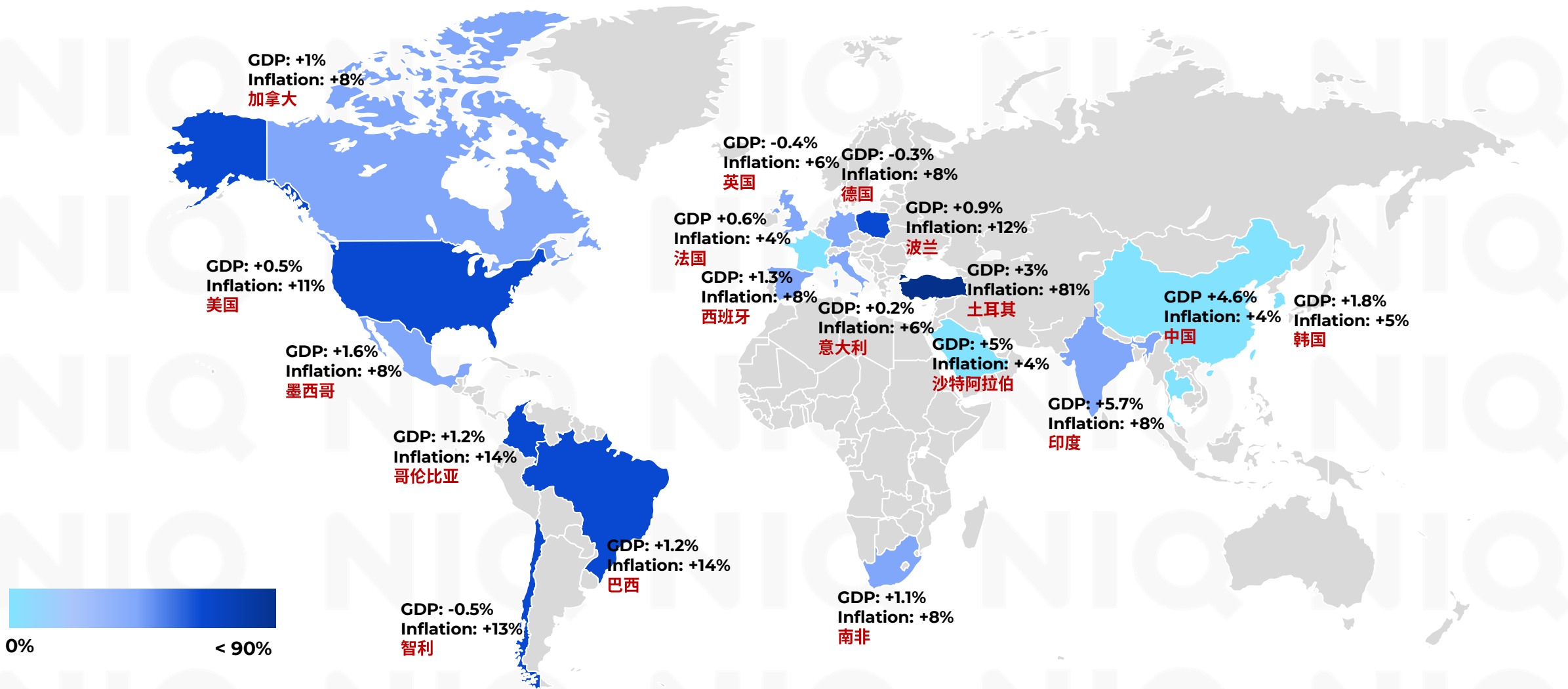
破译创新增长的密码

NIQ



2023年全球经济放缓，通胀压力加剧，中国经济有望迎来复苏

Broadened but persistent inflation, slowed growth in global economy, but China economy is expected to recover soon



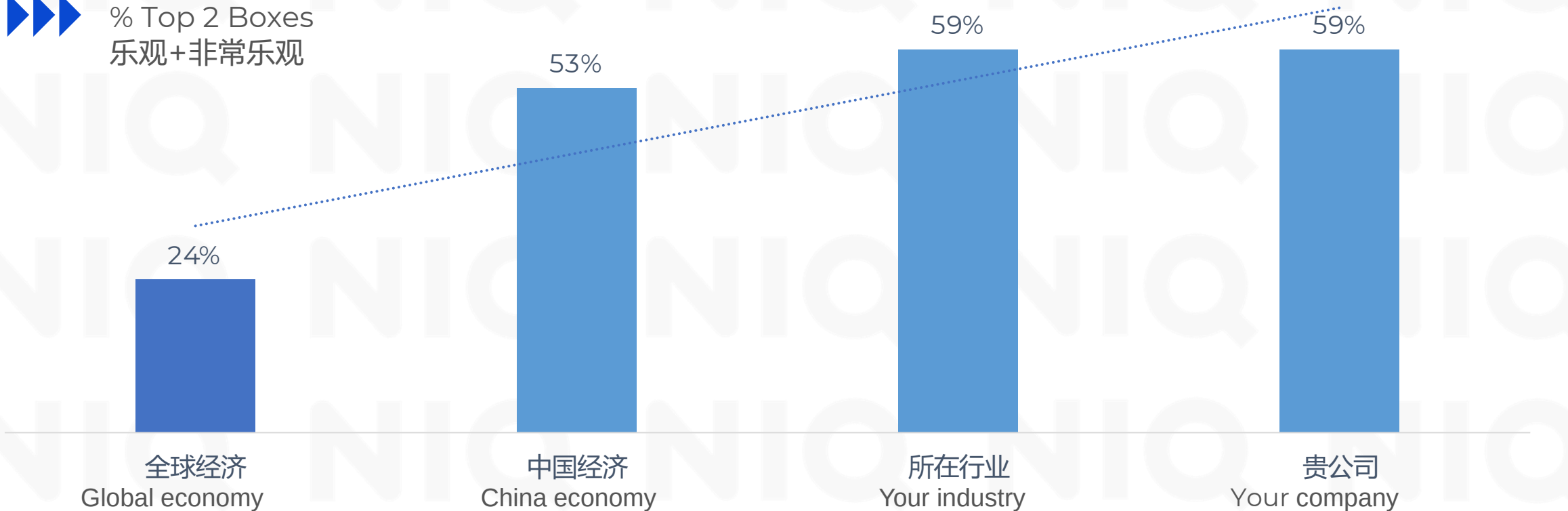
数据来源：OECD Economic Outlook

展望未来，全球经济虽不乐观，但中国CEO们对2023年的中国经济及所在行业和公司仍保持相当积极的态度

Contrary to the pessimism in global economy, China CEOs show greater confidence in China economy and their industries & companies.

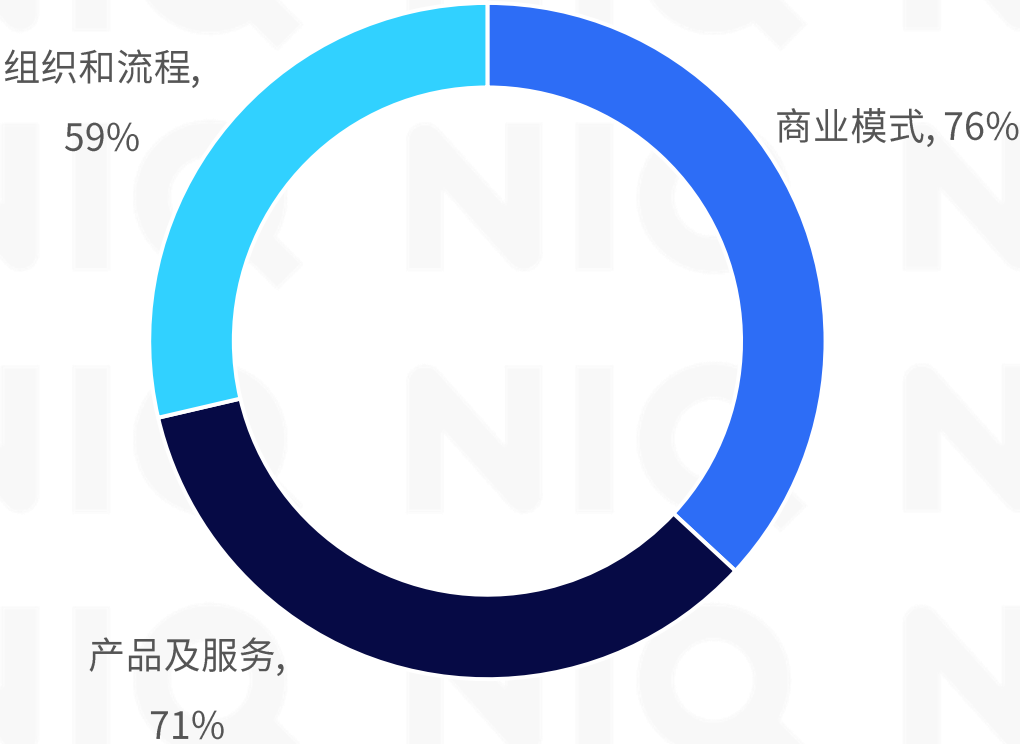


% Top 2 Boxes
乐观+非常乐观



在创新方面，CEO们聚焦商业模式、产品和服务、以及流程创新

For innovation, CEOs mostly strength on business model, product and service, process



创新

- 商业模式:如供应链管理以及营销模式等
- 产品或服务的创新:如新产品开发、细分市场等
- 组织和流程方面的创新

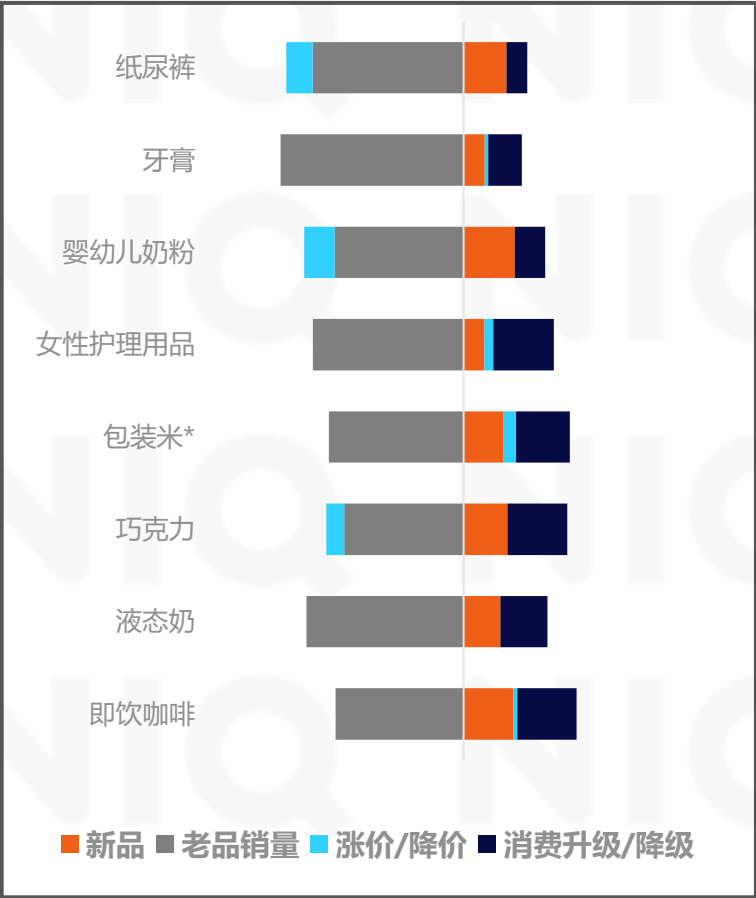
数据来源：尼尔森IQ CEO 调查问卷 Nov. 2022
Q 您的商业策略可能会在哪些层面进行调整？

所有厂商都在通过创新寻找增长突破，提价和提效是另外两大主题

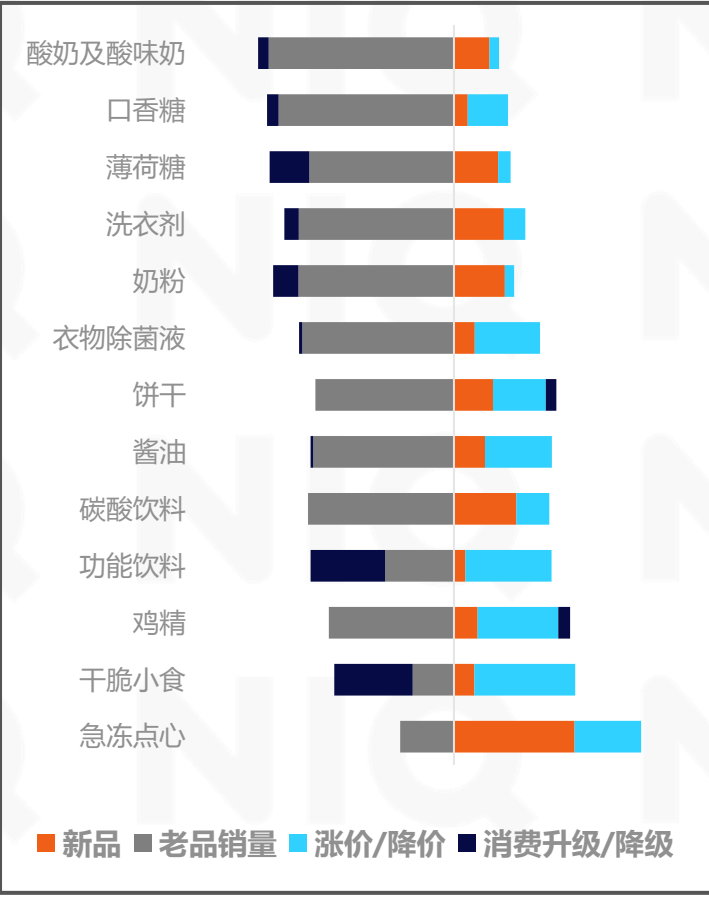
Innovation, Increasing Price, and Improving Effectiveness are key to breakthrough growth



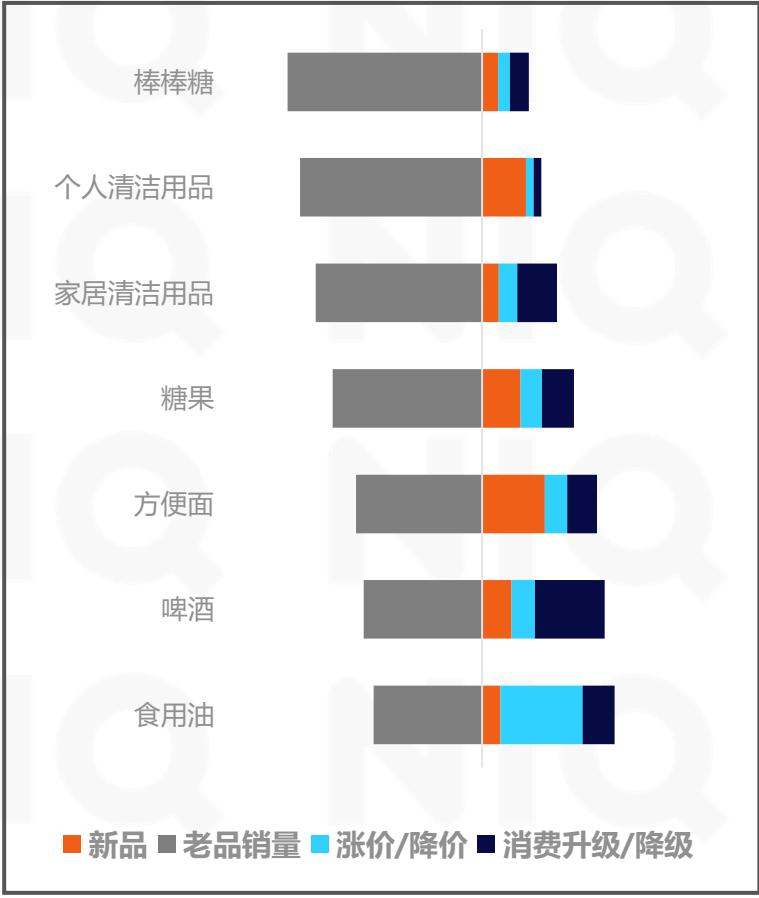
消费升级驱动



价格驱动



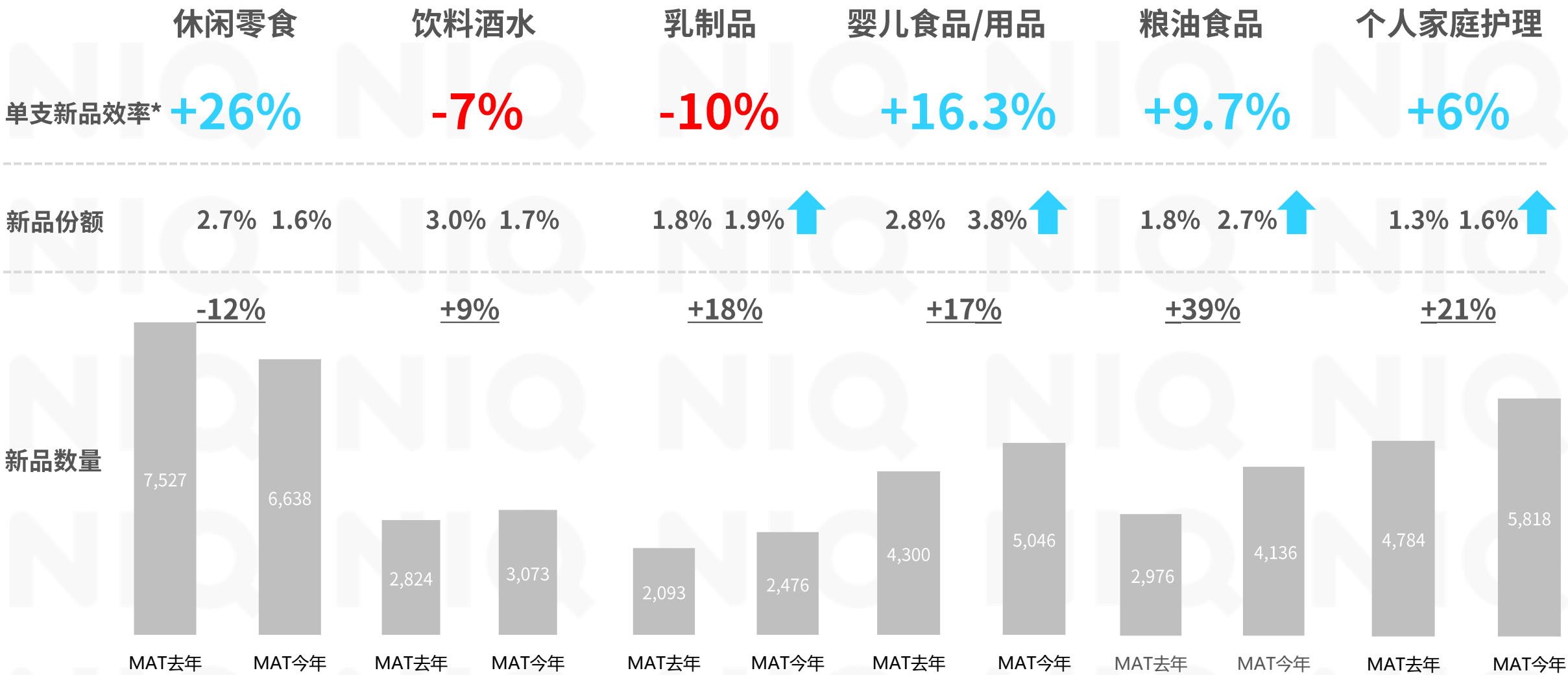
消费升级/价格双驱动



各品类金额增长拆解 MAT 2210 vs MAT 2110

创新困境：绝大多数品类新品数量增长快过效率的增长

Most of industries saw faster NPD number increase, vs effectiveness improvement



* 单支新品效率= 新品份额/新品数量
数据来源：尼尔森IQ 线下渠道 MAT2210 vs MAT2110

而企业最大的挑战是疫情后消费和客流的复苏缓慢

The biggest challenge their companies would face is slow recovery of trade & consumption post pandemic

2022 Nov.

**消费/客流复苏**

**疫情影响**

**原材料价格上涨/供应不足**

**供应链受到影响**

**地缘政治不确定性**

2022 Apr.

**配送受到物流影响**

**原材料价格上涨**

**渠道发生变化**

**消费复苏**

**客流恢复**

2021 Sept.

**新品牌带来具有冲击力的革新**

**长期的消费者行为变化**

**客流恢复**

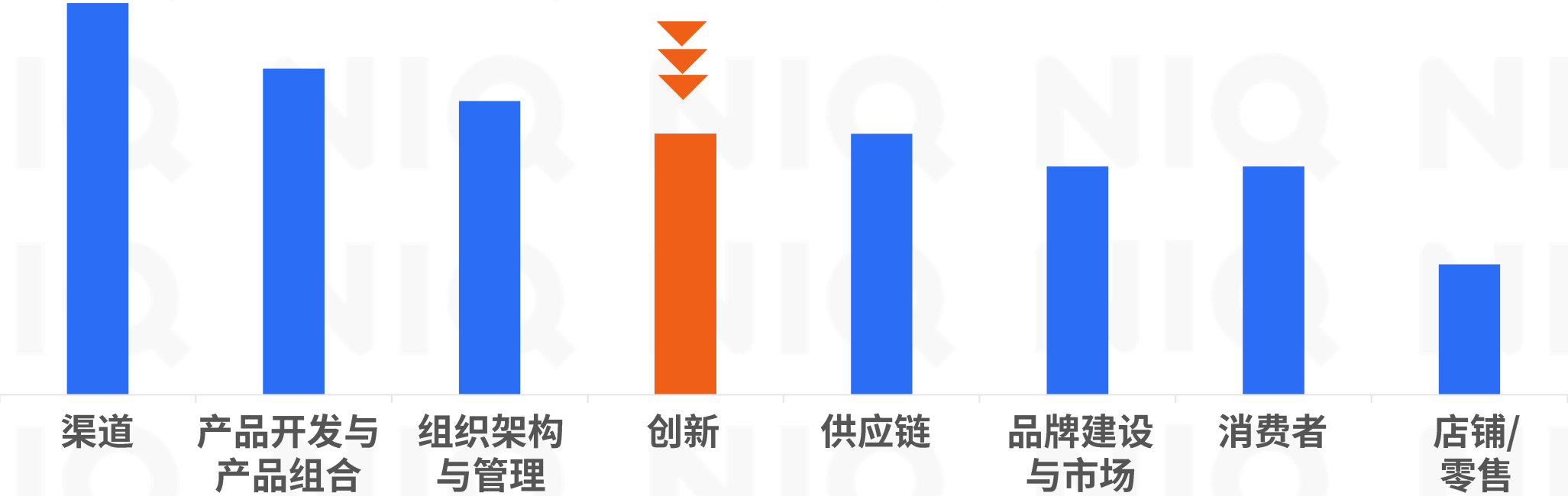
**消费复苏**

**零售渠道重开**

数据来源：尼尔森IQ CEO 调查问卷 Nov. / Apr. 2022 / Sept. 2021
Q. 您认为以下哪些方面最可能会对您公司2023年的业务发展构成挑战？请选择最主要的3个挑战

未来的商业策略调整中，渠道仍然是CEO们最主要的侧重点，同时，组织结构与管理、创新也是CEO们关注的焦点之一

In terms of business strategy, Channel will remain one of the key areas to see changes, while organization & management restructure and innovation could be other focuses



数据来源：尼尔森IQ CEO 调查问卷 Nov. / Apr. 2022
Q 您未来的商业策略可能会在哪些方面进行调整？

创新

FOCUS ON REAL THING

“专注于真正有长期价值的创新，而非昙花一现的创新”



新活省钱



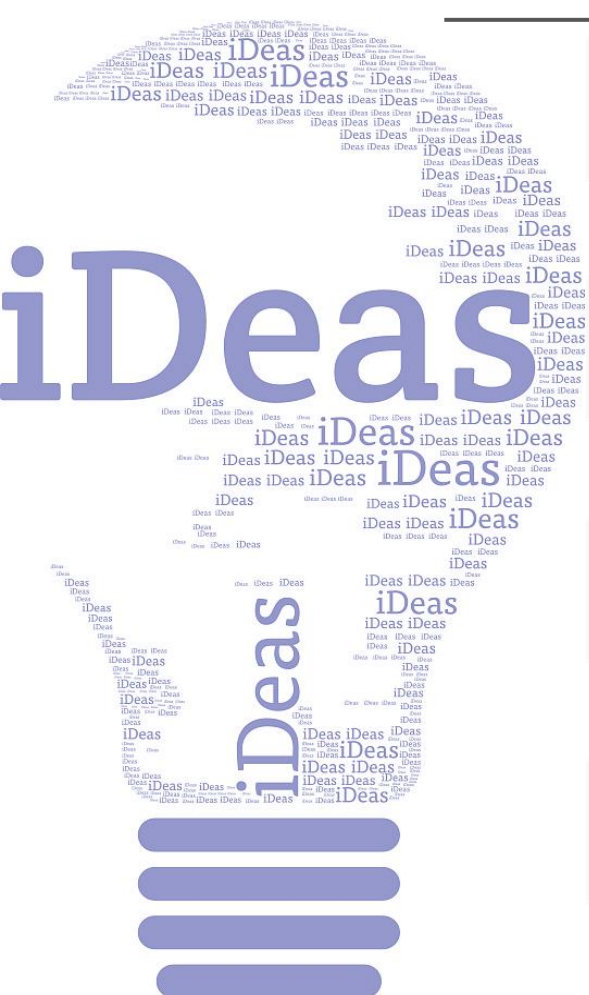
突出品质



顺势平移

产品创新一：嵌入新生活方式，同时帮助消费者省钱的创新

Innovation: Fit in new lifestyle, at the same time, help consumers to save money





01 咖啡馆平替，速溶升级



植物燕麦奶

体量近**1个亿**
增速**+207%**
成分健康低脂
咖啡最佳伴侣

即饮咖啡

咖啡馆级别品质
星巴克，Costa
等大厂分别参与
其中
体量接近**60亿**
元





02 餐馆平替，方便面升级

自热火锅

120亿体量
年增速**20%**
幸福现煮
食材保证



自热便当

京东热评**100万**
星级私厨带货
外卖升级版
单价更贵





03 美容院平替，普通护肤升级

家用美容仪

雅萌：
全年销售超**20亿**，
全年增长超**12.6%**
双十一爆款TOP第三
200+专利/SCI论文



纳米微针

淘系月销**2万**套
三甲医院认可
产品专利保证
99.9%稳定



数据来源：尼尔森IQ零售研究&案头研究

产品创新二：注重核心功能好处，实实在在堆料的创新

Innovation: Focus on key benefits upgrade and prioritize supreme quality



01 老字号背书 X 新零售模式

Holiland 天猫MAT 2209: ¥0.35亿
好利来 抖音L7M: ¥2083.6万

专注新鲜烘焙30年 | SINCE 1992

明星单品 **网红爆款**

169岁邵万生 X 津久咖啡

353岁同仁堂 X 制茶司

02 品牌力保障 X 真性价比

江中猴姑 全年增速: +9.0%
Vs. 饼干整体: -1.9%

特别添加优质益生元
益生菌

关爱糖友
青稞

03 高标准规范 X 新成分加持

婴幼儿配方奶粉新国标的主要调整与变化	
蛋白质	①降低蛋白质含量 ②提高乳清蛋白占比
脂肪	①明确了脂肪的组成 ②上表了脂肪的添加量
碳水化合物	①提高乳糖占比 ②限制1/2段中蔗糖、葡萄糖的添加
微量元素	①维生素含量有所调整 ②维生素D在1/2段中调整为必需成分
可选择成分	①DHA/ARA添加量有所调整，且规定添加量增加

提高已有必要成分含量
增加新的必要营养成分

婴儿配方奶粉增速前三营养成分: MAT 2208

+3.1%

+2.7%

+0.6%

数据来源：尼尔森IQ零售研究&案头研究

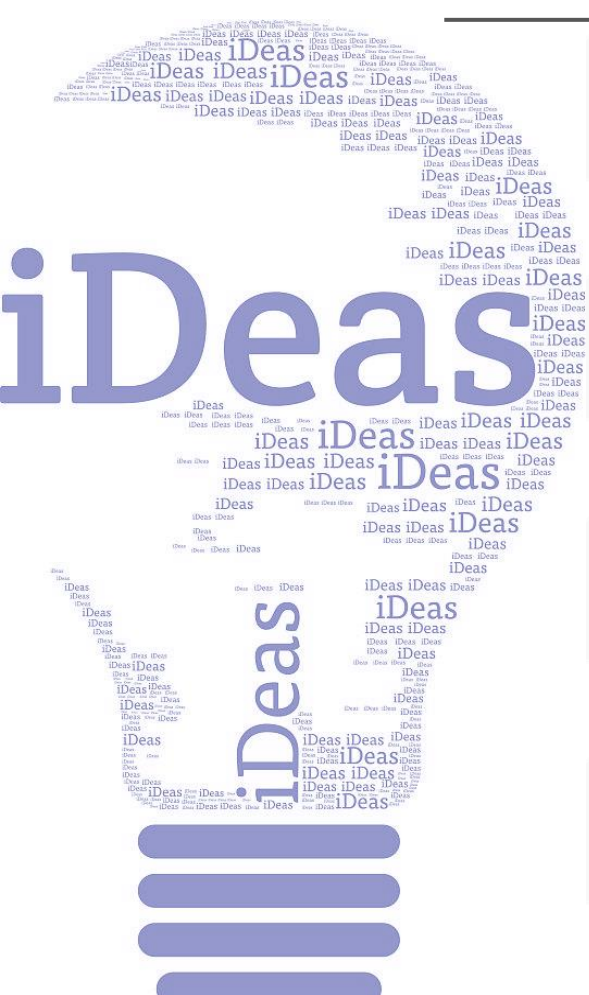
NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

11

产品创新三：巧借时局，顺势而为的创新

Innovation: Ride on the shift of macro social environment and follow the trend





1. 细分场景，顺势转移抑制消费



宠物经济

体量约2000亿
22年“双十一”
宠物主粮+38%
猫零售+33%
狗零食+31%

漱口水

销售额增速
漱口水品类 -14%
独立包漱口水
+159%





2. 日常相伴，顺势转移生活消费

包装水

品类销售额增速 -7%
2L/2L+ +12%
Multi 0-800ML +8%



箱装包装水
开启“油”客后备箱



居家常备
好水泡好茶
覆盖包装水新兴场景



3. 户外经济，顺势转移新兴消费

中国露营市场规模及增长预测

年份	2020	2021E	2022E	2023E
市场规模 (亿元)	168	299	355	417
增长率	12%	78%	19%	18%

后疫情时代，酒店、餐馆消费转移到新兴场景，如露营，飞盘活动等，催生新的场景和消费



数据来源：尼尔森IQ零售研究 & 案头研究

NielsenIQ应时而生的 2023解决方案

How NielsenIQ supports you to win in 2023

NIQ



2023年尼尔森IQ带来更可靠，更全面，更优化的产品解决方案

NielsenIQ offers more reliable, comprehensive and optimized product solutions in 2023

 全渠道产品升级 更可靠、更全面、更优化的全渠道监测	 线下零售市场数据升级 更细颗粒度、更全面市场覆盖，及时精准的反应零售市场全貌
 全电商平台爆款产品读取 读取全电商平台爆款产品数据，优化快消品牌线上产品布局	 价格&促销解决方案 帮助客户制定正确的价格和促销策略，助力实现降本增效的运营战略



解码全渠道

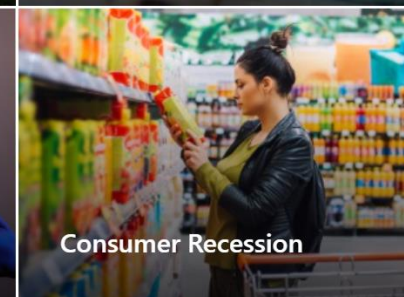
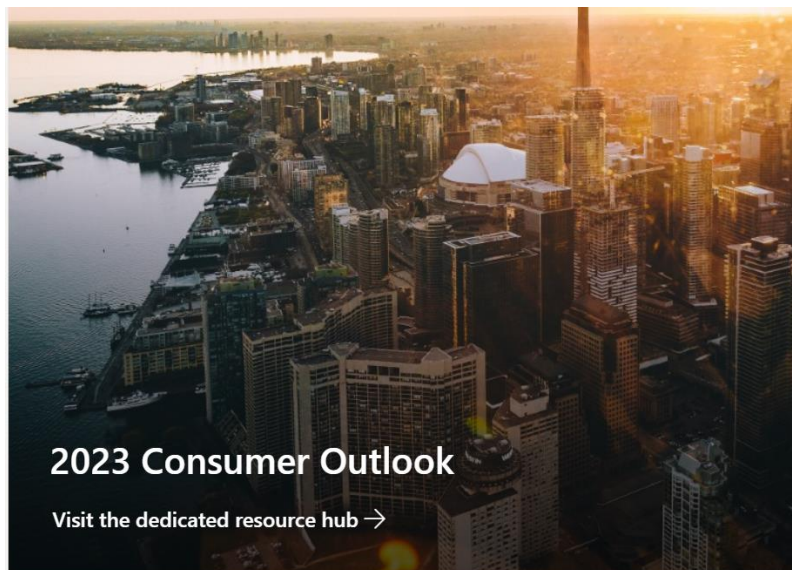
捕捉新趋势&新物种

深耕降本增效的运营策略

更强大的产品解决方案，更快交付速度！

We Are NielsenIQ

NielsenIQ delivers the **Full View**, the world's most complete and clear understanding of consumer buying behavior that reveals new pathways to **growth**.



关注我们
尼尔森IQ官网: nielseniq.cn
NielsenIQ website: nielseniq.cn

