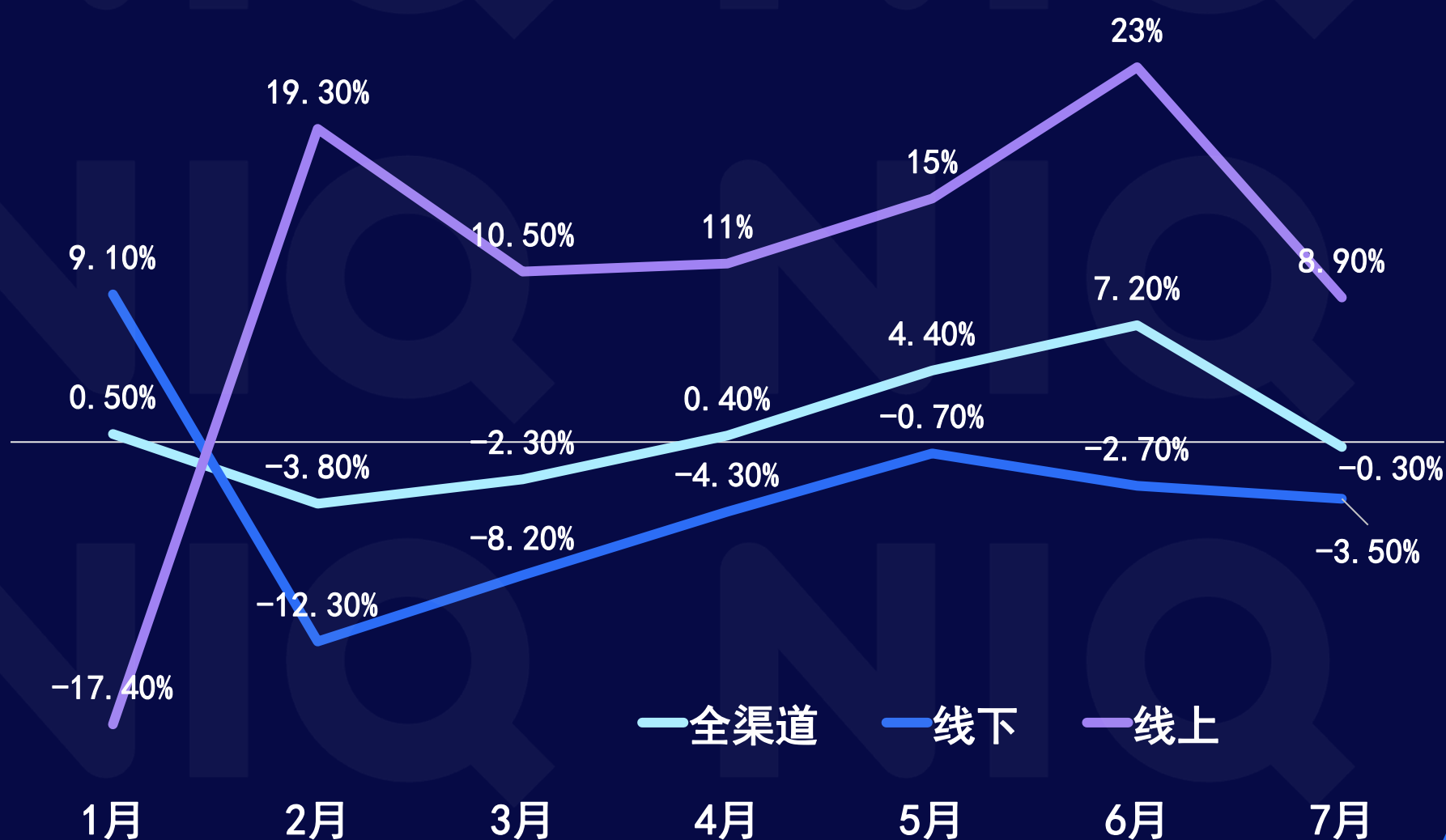




NIQ月度洞察 | 7月快消市场速览

纵观7月快消品市场，受6月线上购物节影响，各渠道增速较之前均有所回落，线上渠道增速回调至8.9%，线下渠道持续收缩增长回落至-3.5%，共同拉动全渠道增速下跌至-0.3%。



回顾7月快消品线下市场，近场小渠道在购物节后恢复增长势头，便利店渠道继续领涨所有线下渠道，单月增速高达9.5%。

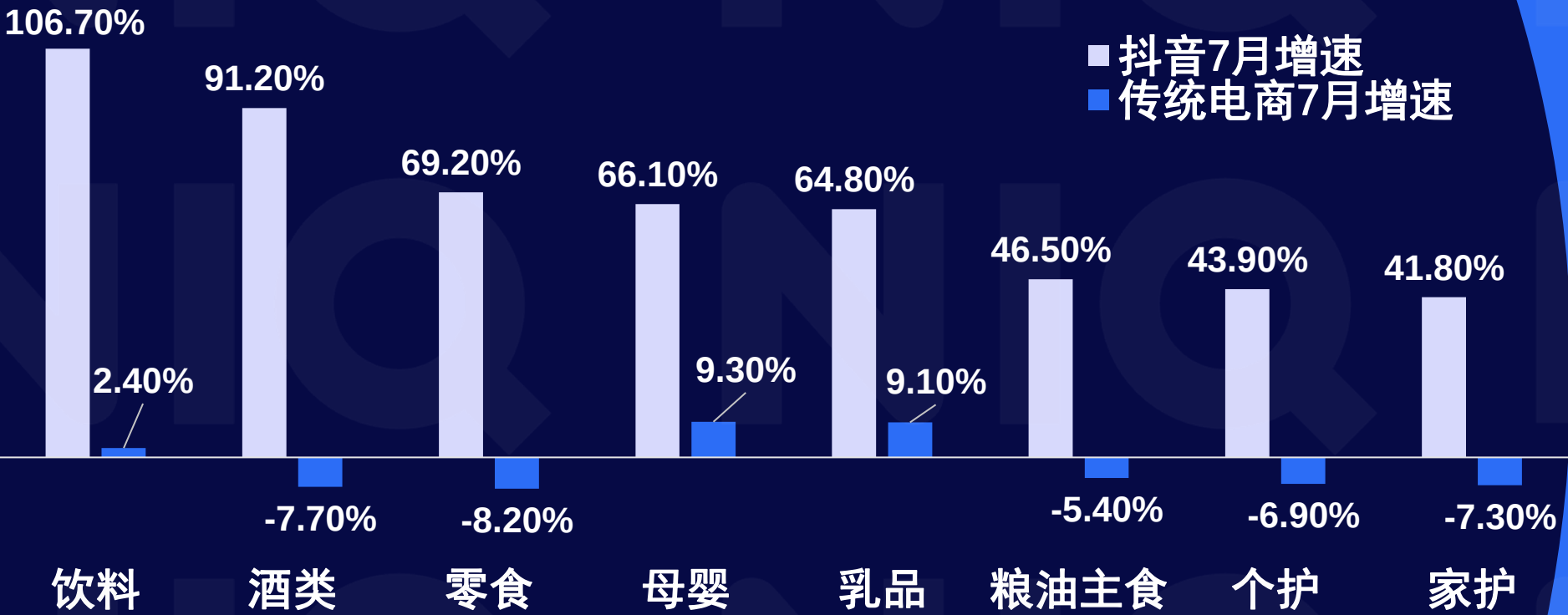


受季节性影响，7月饮料品类重回品类增速榜首，全渠道和线下均保持可观增速，即食性品类中饮料、零食、酒类继续领涨八大品类。



具备囤货属性的个护、家护及粮油主食品类则在6月电商大促后在本月呈现负增长。

线上渠道中，兴趣电商增长强势，7月抖音电商增速高达51.3%，即食品类饮料、酒类、零食领涨全品类。传统电商受6月大促节影响显著，7月整体增速放缓至-2.9%（6月增速13.9%）。



母婴、乳品、饮料在传统电商表现优异，带动传统电商的整体增长。

零食品类市场趋势

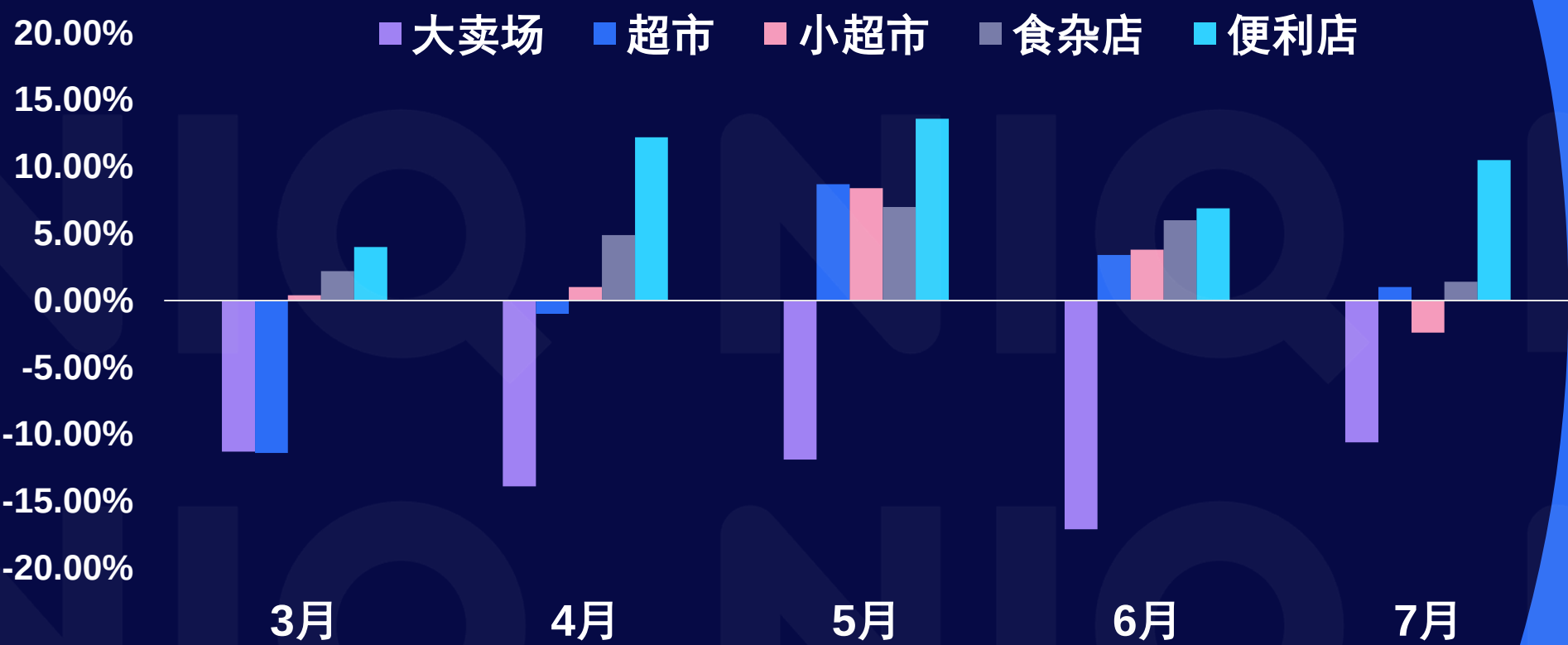


疫情开放后，零食行业逐步复苏。23年迄今，零食整体市场销售额已经超越21年同期水平。

零食行业，近场渠道呈现较快恢复速度：2023年2月起，便利店渠道零食市场销售额已超过21年同期规模；食杂店渠道零食市场销售额则从5月起恢复至21年同期水平。



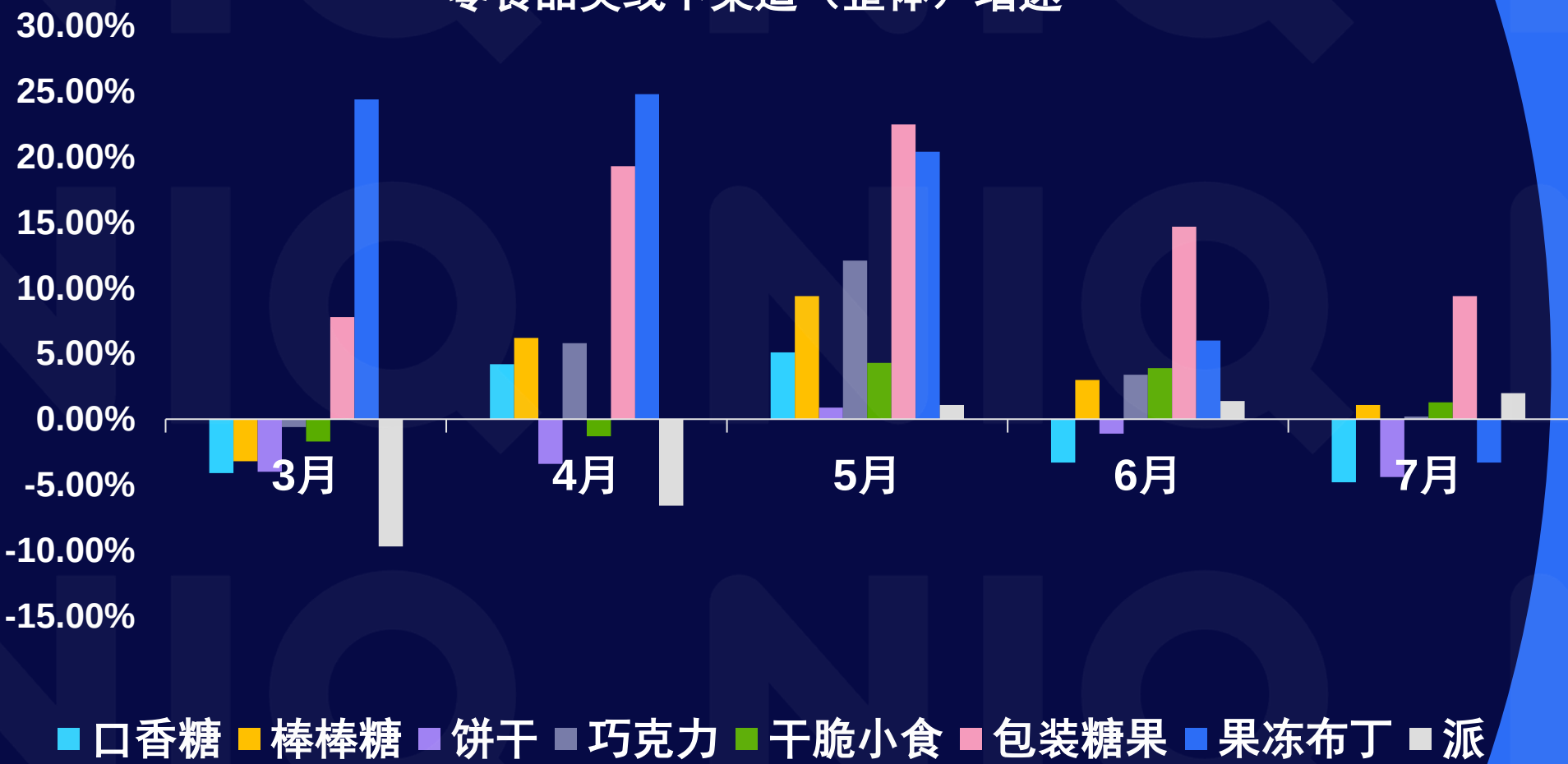
纵观线下细分渠道，3月份起零食品类在小型近场渠道开始逐步恢复，便利店得益于近场化以及店铺数量增长的加持，恢复后持续10%左右快速增长。



受电商大促节影响，零食在线下渠道6月销售增速有所回落，但便利店渠道仍在7月实现了增速反弹。

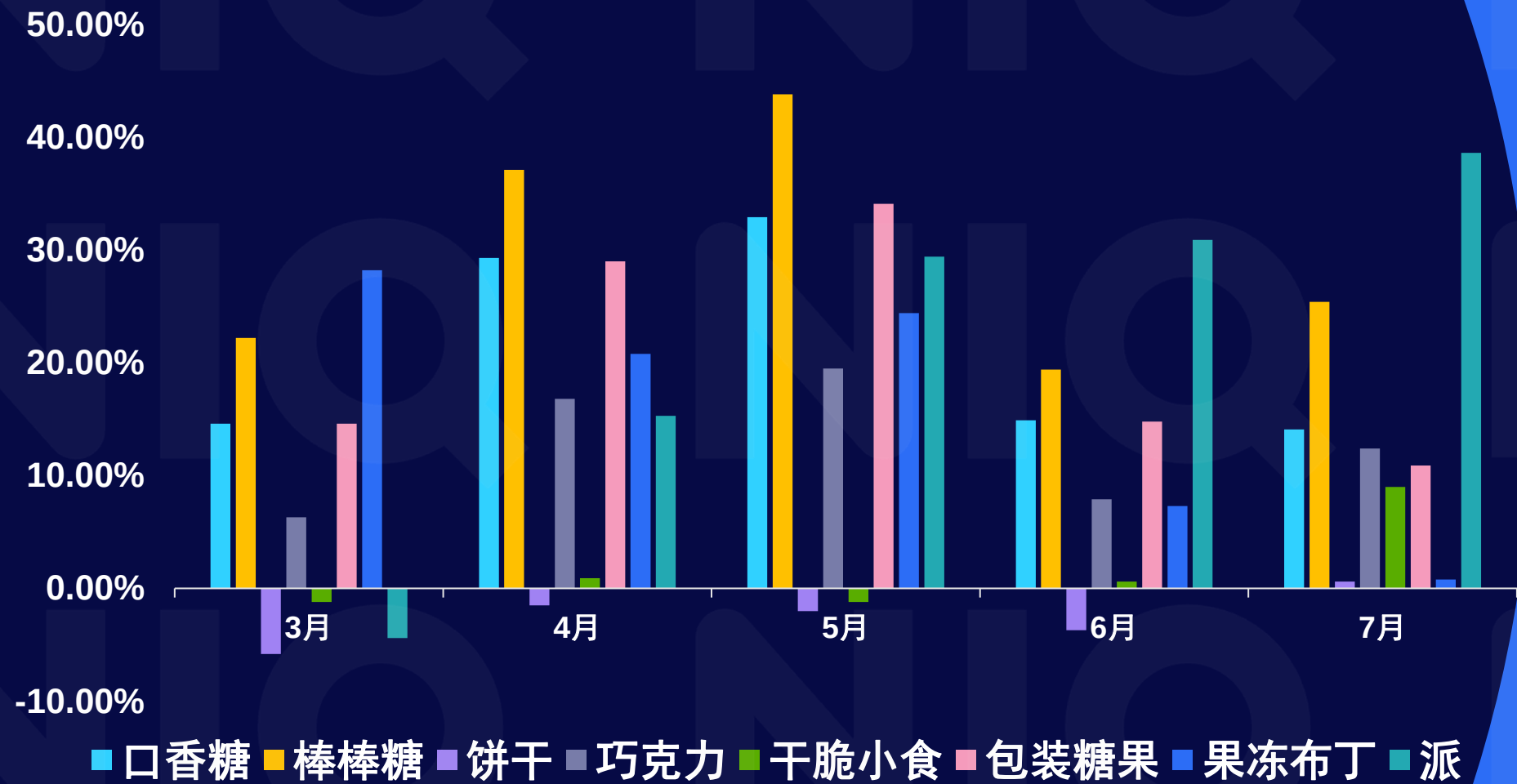
在零食品类中，包装糖果、棒棒糖、巧克力、果冻布丁等强冲动消费场景的零食品类自4月份开始实现强势复苏。受618消费节影响，7月零食各细分品类均有所回落，但包装糖果品类依旧颇受欢迎。

零食品类线下渠道（整体）增速



聚焦便利店渠道，具有强冲动消费场景的零食细分品类中棒棒糖、口香糖、包装糖果、果冻布丁在便利店渠道增速更为显著，且受线上购物节冲击最小。

零食品类CVS（便利店）渠道增速



6月电商购物节过后，这几大强冲动消费场景的品类在7月仍保持了高速增长。