

2025一季度 乳品市场速览



25年一季度快消品继续保持稳健增长

线上渠道双位数增长，线下持续震荡

NIQ全渠道 | 快速消费品市场2025年一季度销售额增幅

全渠道 **+2.0%**

线下渠道 **-4.4%**

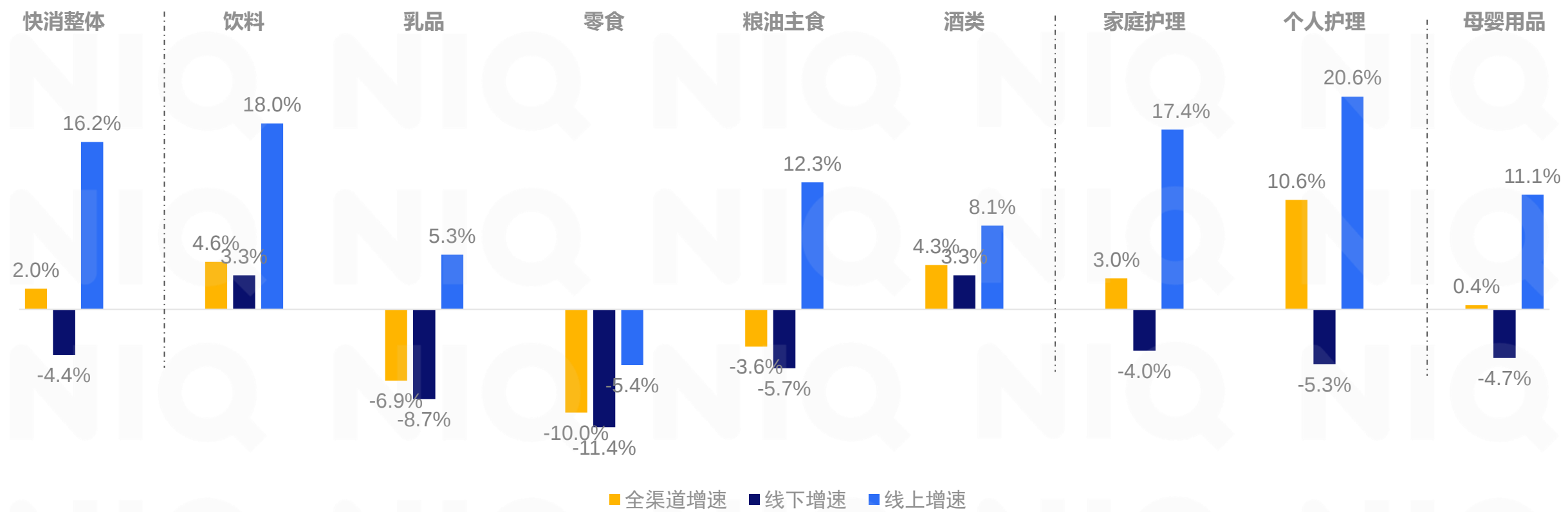
线上渠道 **+16.2%**

数据来源：尼尔森IQ RMS零售研究，线下86个品类，线上66个品类，数据截止到2025年3月



除零食外，其余各大品类线上多有双位数销售增长；酒类和饮料类增速引领线下

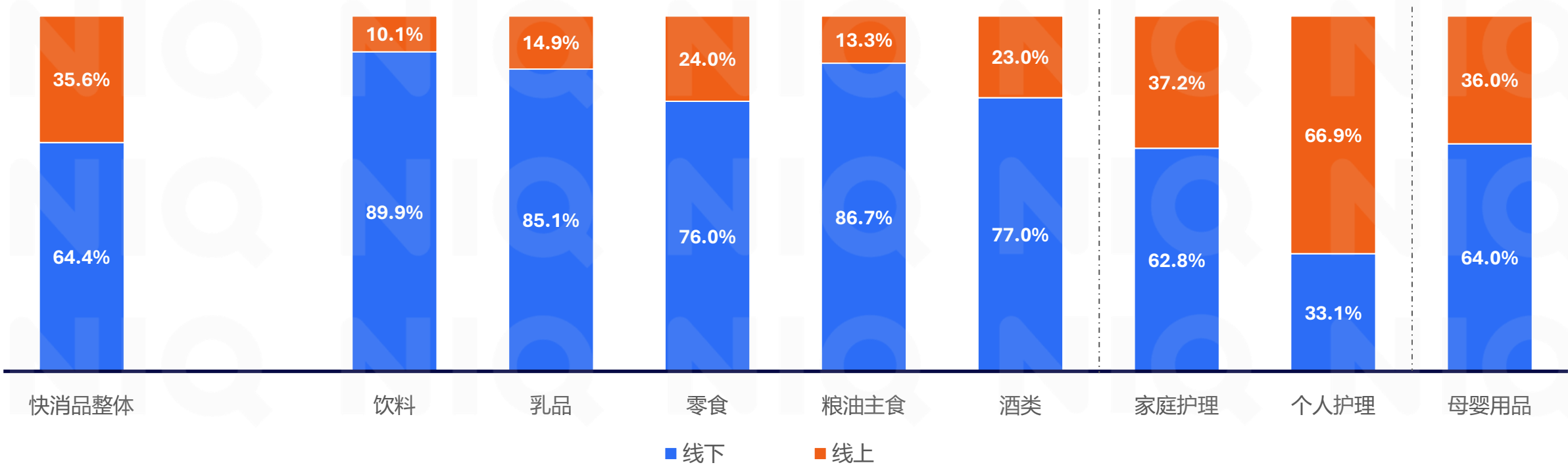
NIQ全渠道 | 快消品大类销额增速 | 25年一季度



数据来源：尼尔森IQ RMS零售研究，数据截止到2025年3月

一季度快消品线上销售占比已超三成，非食品品类线上占比更高

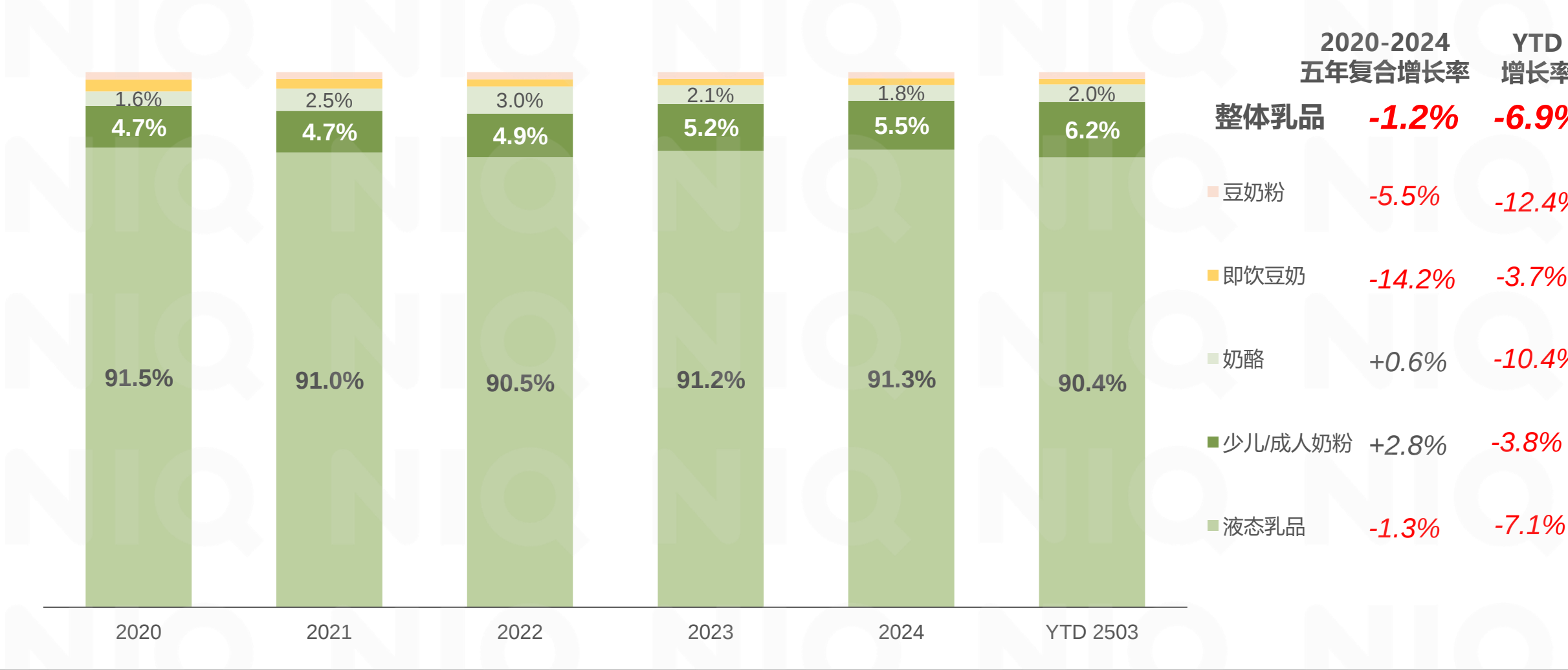
NIQ全渠道 | 快速消费品市场2025年一季度主要品类线上线下销额占比



数据来源：尼尔森IQ RMS零售研究，线下86个品类，线上66个品类，数据截止到2025年3月

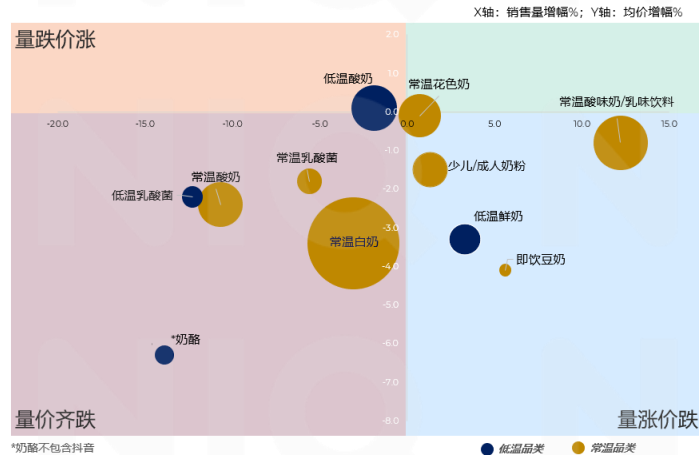
近几年，整体乳品消费端没有增长。长期看，少儿/成人奶粉实现增长，但在一季度乳品全品类销售下滑

乳品主要品类全渠道五年销售额份额趋势 & 复合增长率



2024年

乳品市场全渠道（线下+电商B2C+内容电商抖音）各子类销售额、销售量增幅和价格增幅 2024



2025年一季度

乳品市场全渠道（线下+电商B2C+内容电商抖音）各子类销售额、销售量增幅和价格增幅 YTD2503

X轴：销售量增幅%；Y轴：均价增幅%

量跌价涨

提供差异化选择

量价齐升

强化核心产品

优化细分赛道

量价齐跌

打造高质价比产品

突出竞争优势

量涨价跌

*奶酪不包含抖音

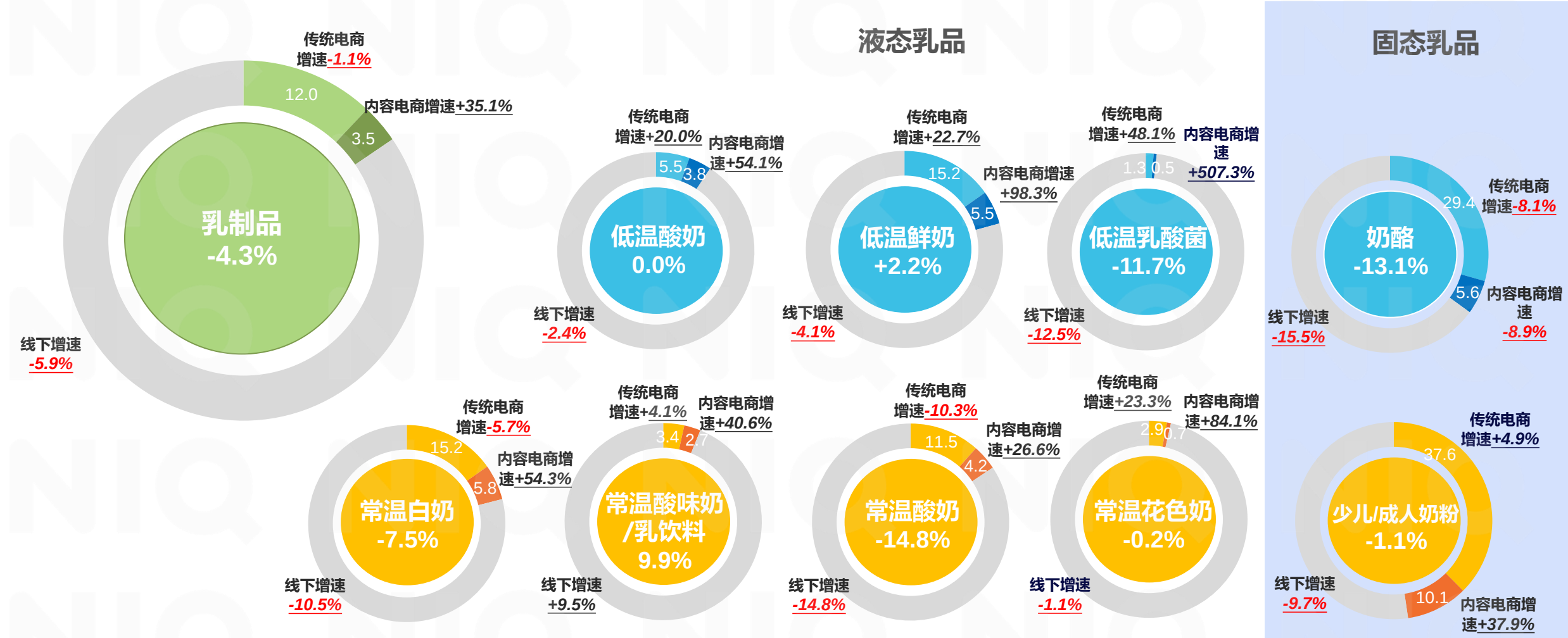
低温品类 常温品类

数据来源：尼尔森IQ 零售数据监测 2503R

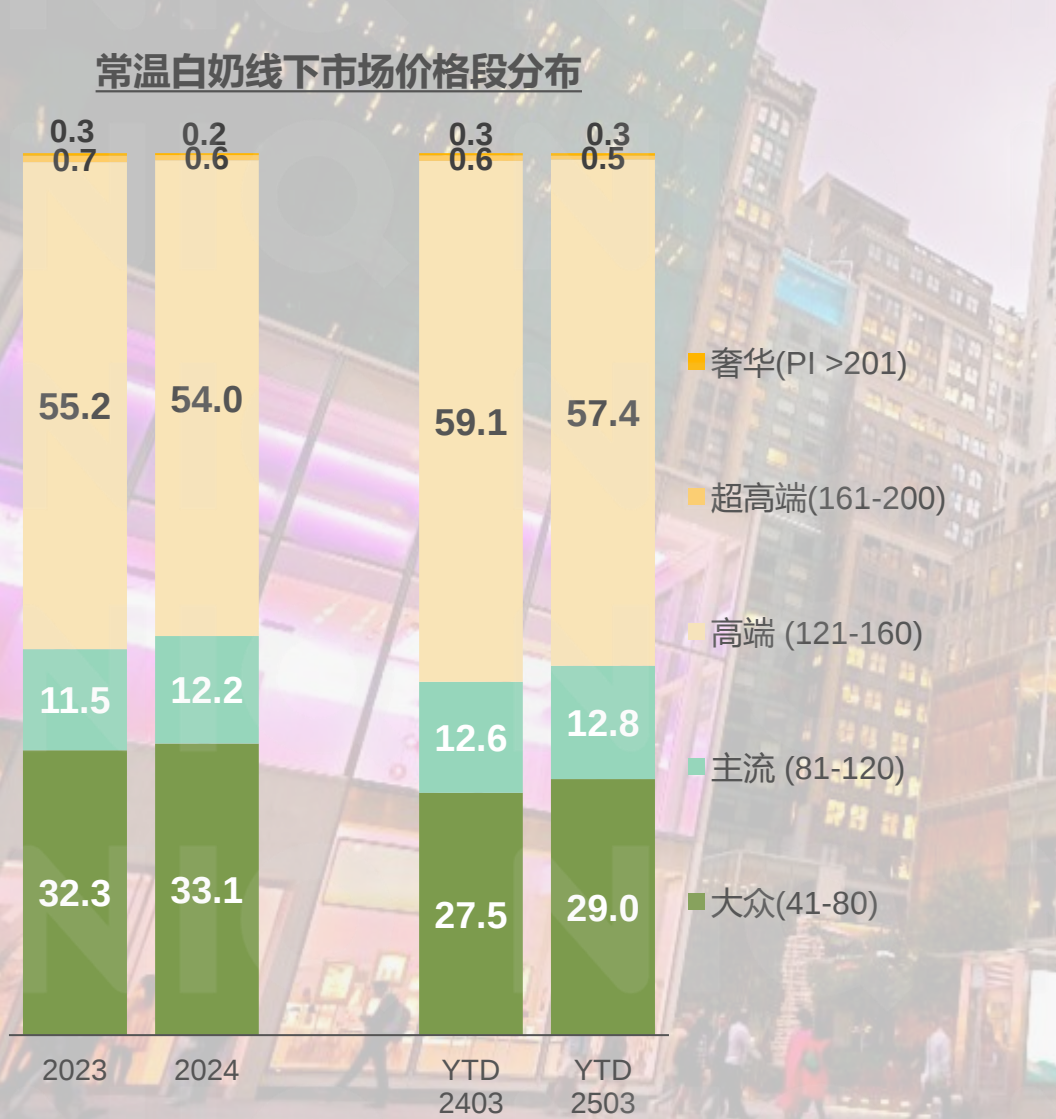
一季度乳品各品类价格
跌幅收窄，部分品类实现
价格的同比正增长

从最近12个月销售看，液态乳品依然以线下为主渠道，内容电商或成未来乳品品类增量趋势

乳品市场主要子类线上&线下市场重要性&增幅 MAT2503



消费者对常温白奶的需求愈发追求性价比，表现较好的单品更加聚焦在大众主流价位的产品



数据来源：尼尔森IQ 零售数据监测 2503R

该价格段正增长，快于品类

该价格段正增长，慢于品类

该价格段负增长，快于品类

品类 销售额变化	经济	大众	主流	高端	超高端	奢华
常温白奶						
常温酸味奶/ 乳味饮料						
常温酸奶						
常温花色奶						
常温乳酸菌						
低温酸奶						
低温鲜奶						
低温乳酸菌						
成人奶粉						
奶酪						
即饮豆奶						

备注：乳品价格段由各品类该价格销售额求和得出。各品类价格段以自身品类均价为100，进行价格段划分

数据来源：尼尔森IQ 零售数据监测 2412R

5月28日 19:00
乳品行业趋势洞察直播



立即扫码报名

NIQ

