

2025 NIQ CEO 观察报告

下半年

随着环境变化，战略重心转向稳中求变，在保持稳定的同时积极探索，适应分化和危机，推动改革和创新。



WSE 2025

CEO 信心指数



所在产业 vs. 宏观环境

CEO 对自身所处产业的乐观程度远大于对宏观环境的预期。



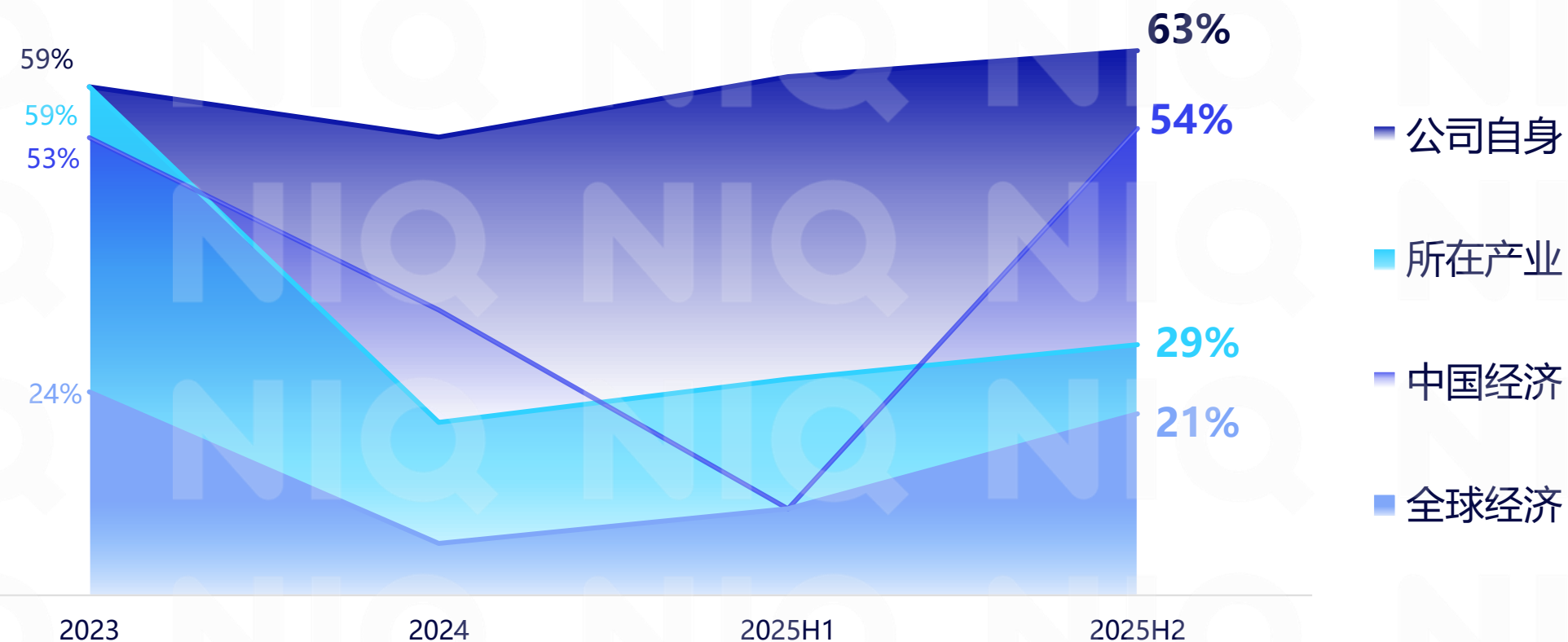
上半年 vs. 下半年

相比较上半年，CEO们对内外部及自身的评估高于年初。

数据来源: NIQ 2023-2025 CEO调研问卷 Q2: 相比上一年, 您对于今年经济形势和企业业绩表现乐观程度如何? [单选] 全球经济, 中国经济, 所在产业, 公司自身



持乐观/非常乐观态度的CEO 比例

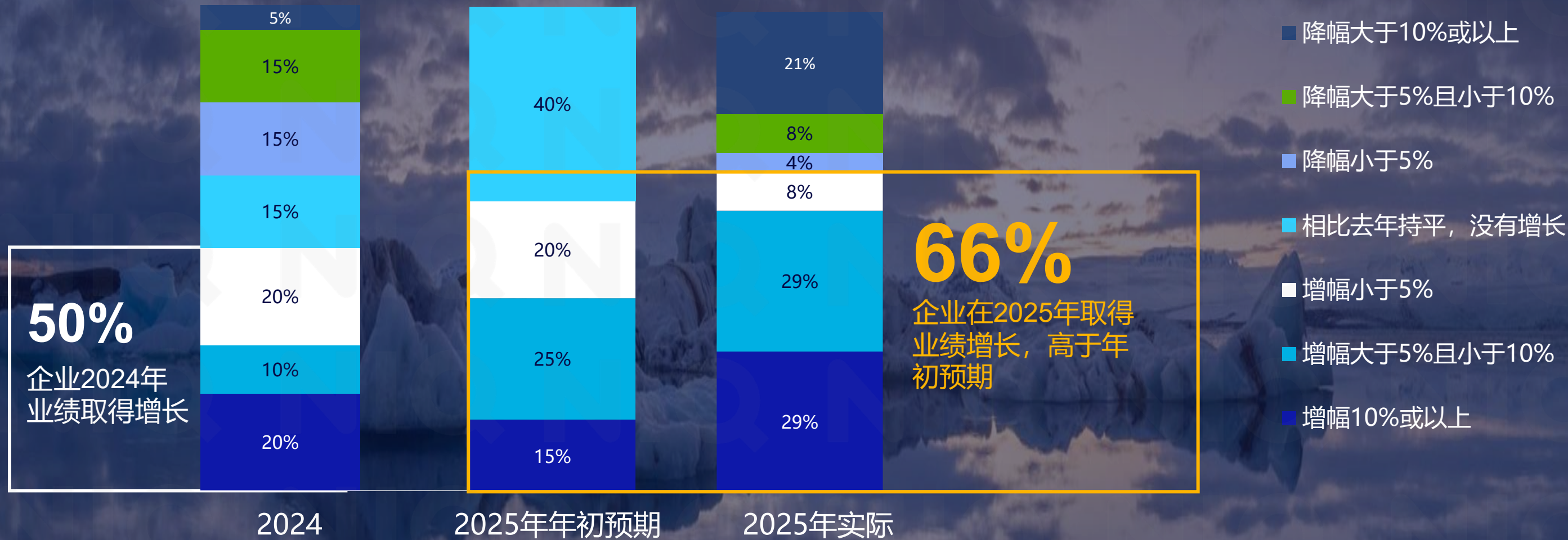


分化加剧

企业表现差距扩大，强者更强，弱者承压。

- 主要增长行业聚焦在科技与耐用消费品，源由国补和新技术带来的新需求的涌现。
- 主要出现的大幅下滑行业集中在奶制品，酒精饮料及线下零售商。

2025年公司业绩增长情况



数据来源: NIQ 2024-2025 CEO调研问卷: 相比前一年年, 贵公司今年年的整体业绩表现如何? / 您对公司2025年的增长预期是?

2025 上半年CEO面临的主要挑战



线上及线下渠道成本和复杂性进一步上升



消费能力下降



自有品牌的冲击



渠道快速迭代，新渠道不断涌现

2025 下半年CEO 面临的主要挑战



消费能力下降

54%



线上及线下渠道成本和复杂性进一步上升，新兴品牌的冲击

50%



渠道快速迭代，新渠道不断涌现

38%



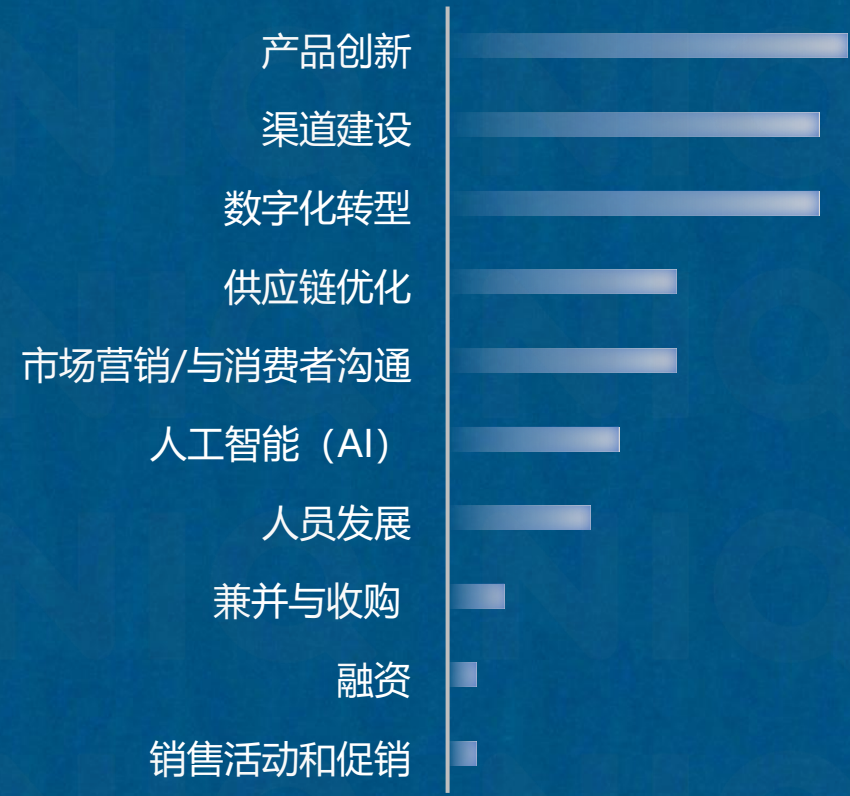
供应链受到影响

38%

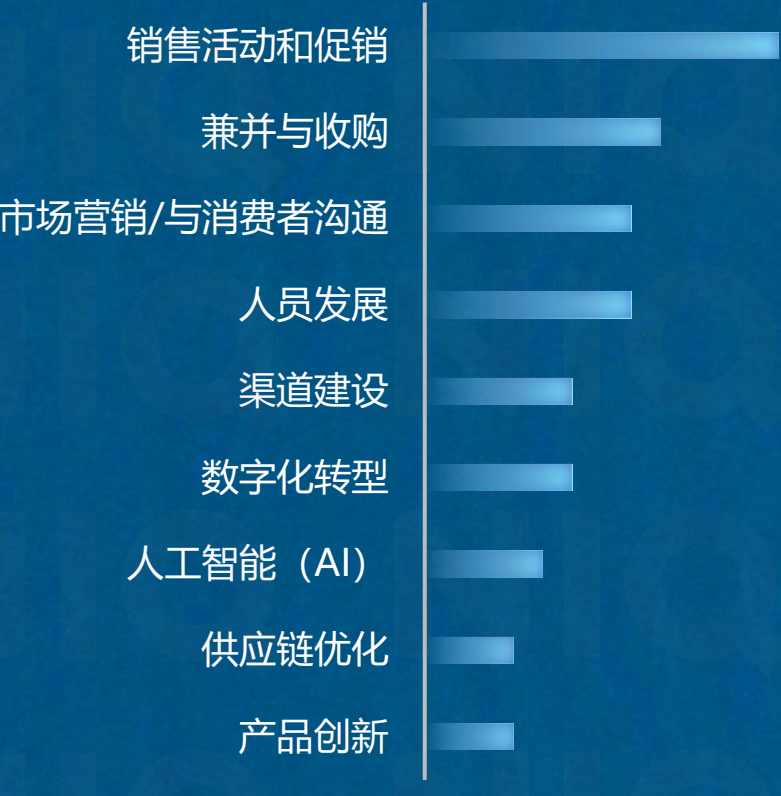
- 消费疲软仍是CEO面临的首要挑战。
- 中国零售市场复杂演变和快速迭代，CEO们必须同时应对**消费疲软、渠道碎片化、成本压力和供应链风险**，传统的单点优化已无法解决问题，企业需要构建更敏捷、更协同的战略体系，以在复杂环境中保持韧性和增长。

2026年，CEO们正在从**短期促销活动和并购驱动的增长**，转向**长期能力建设和创新**。
人工智能并非CEO的优先事务项，主要原因一方面在于成本压力，一方面在于ROI和落地场景仍存在不确定性。

2025 下半年CEO 优先投资事务项



2025 下半年优先减少投资事务项



为实现公司业务2026年增长，您会在哪些方面投入更多的时间和资源？请选出您最关注的3个方面
为实现公司业务2026增长，您会在哪些方面减少/维持现有的时间和资源？请选出您最关注的3个方面。[复选]



2026年的企业战略，不是单点突破，而是“四维重构”：**渠道场景化、品牌信任化、人群价值化、组织敏捷化**
这不是战术调整，而是认知升级。



更加关注新兴渠道	58%
更加关注内容电商和兴趣电商 (抖音, 小红书等)	54%
更加关注即时零售 (O2O)	50%

渠道



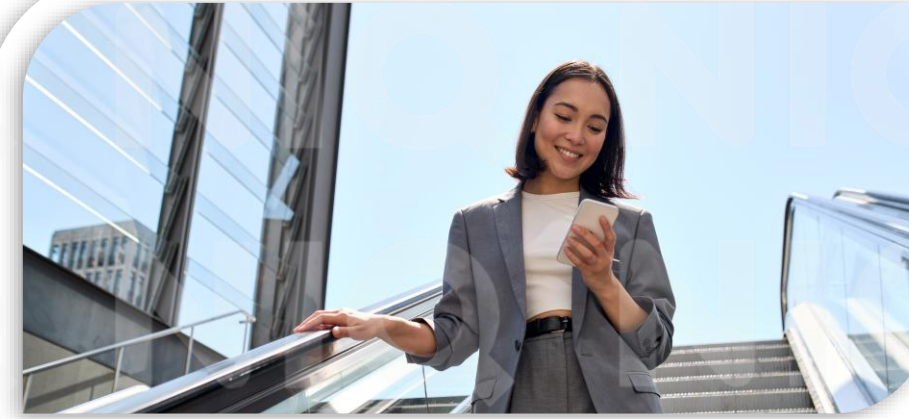
她经济	54%
Z世代 (1995年-2009年生)	50%
中产	50%

更关注人群



品牌健康度和品牌力建设	67%
品牌目标人群研究	63%
优化媒体渠道投放策略	46%

品牌

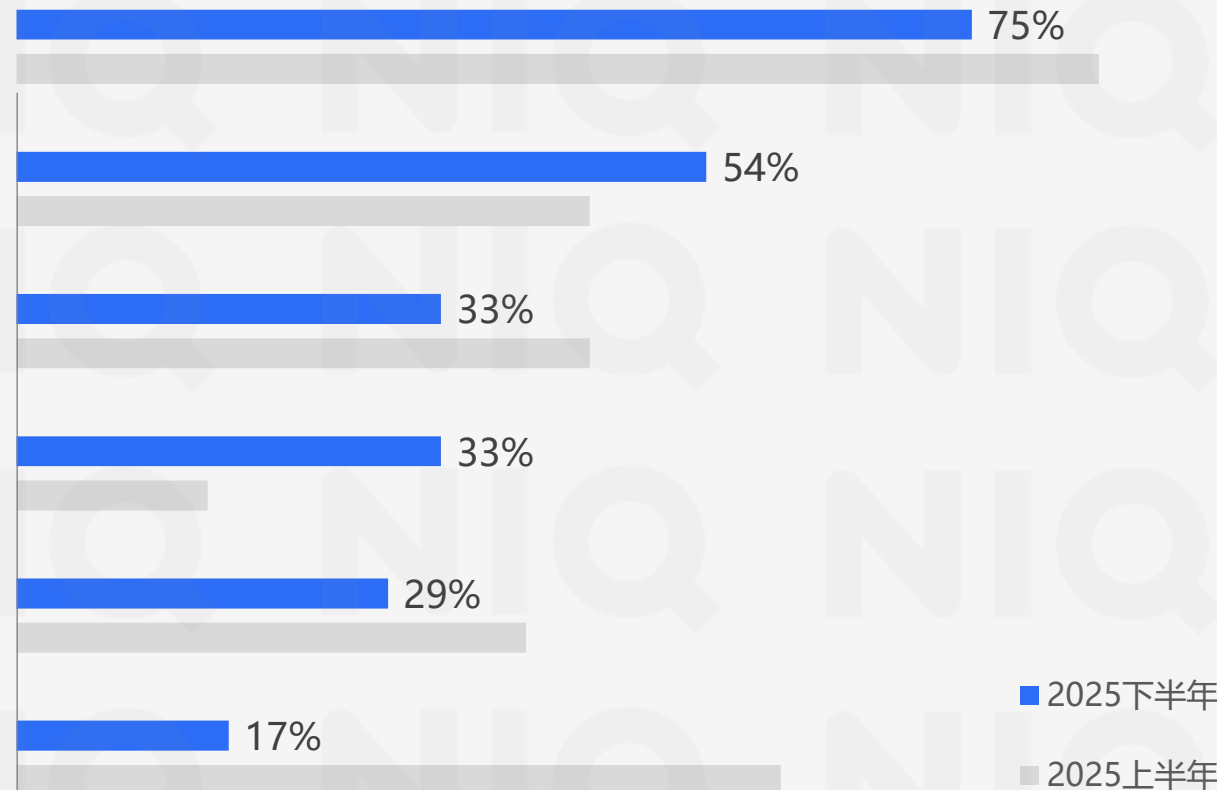


敏捷式管理	63%
大数据平台进行日常管理	58%
优化业务流程	58%

组织架构与管理

您在渠道方面的/关注人群/品牌/组织架构与管理可能会在哪些层面进行调整?

- 引领新的消费潮流和创造新的消费场景
- 加大新技术的投入，培养新质生产力
如将人工智能用于新产品开发，市场开发及了解消费者需求
- 增加跨品类跨品牌的合作，加强获得协同效应
- 提升企业品牌形象，重点关注政府倡导的新经济
- 提升投资效率
- 加大对下沉市场、农村市场及区域经济市场的开发力度



要在未来的3-5年在中国市场取得成功，您觉得需要做对哪几件事？

2026增长逻辑

2026年CEO们将侧重在**创新消费场景+技术驱动+跨品类/品牌合作**三方面的综合发力，以实现长期增长。

NIQ

关于 尼尔森IQ

在这样的时代，**洞察就是力量。**

尼尔森IQ，全球领先的消费品和零售数据洞察公司，持续用**前沿技术**，提供**前沿洞察**，帮助企业看见别人看不见的趋势，提前布局，赢在未来。

从数据到决策，从趋势到增长，NIQ让你的创新更有方向。



创新

以AI技术为支点，重构消费场景、精准捕捉需求，推动产品和体验创新。



重构

直面消费者需求，消费行为，渠道结构的重构，重新定义品牌价值主张，打造全渠道消费体验，供应链变革以提升响应速度。



升级

企业通过细分市场，深度服务特定人群，在功能、场景和人群维度构建新的品牌壁垒

WSE 2025

关注NIQ公众号，
获取更多最新洞察



THANK YOU