

尼尔森IQ 中国零售商高层调研

尼尔森IQ零售商合作及服务团队 | 2026年2月

NIQ





问卷调研背景

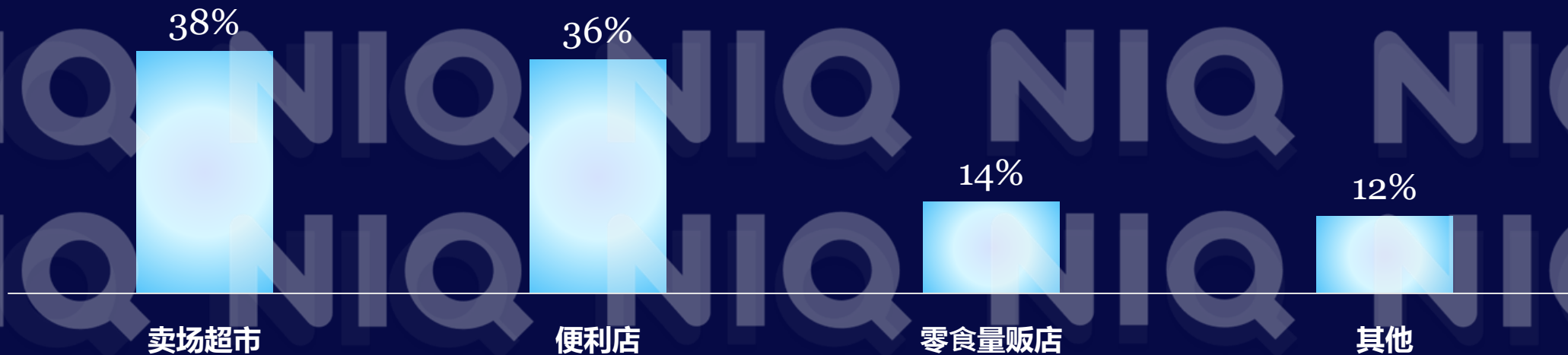
- 中国零售商高层调研旨在通过问卷调查的方式，了解零售行业领袖对宏观环境的预期及业务举措的设想，是尼尔森IQ对零售市场演变的前瞻性探查。
- 本次调研聚焦于了解零售高管对外部经济环境的预期、零售行业发展趋势的判断、企业面临的内外部挑战以及2026年的应对策略，希望NIQ合作伙伴在制定更符合零售行业潜在变化的市场策略时，有一些方向性参考。
- 本次调研对象覆盖超过8种业态的零售行业领袖，包括首席执行官、首席商品官、首席营销官、战略负责人、采购负责人等。
- 本次调研时间为2026年1月。



关于受访者及调研样本构成

- 本次受访者所属企业的主要零售业态，包括但不限于卖场、超市、便利店、零食量贩店、折扣店、电商平台、仓储会员店、母婴店等。
- 本次调研共收集**77位零售行业领袖**的回复，各业态样本分布如下：

受访零售企业所处业态类型分布 (N=77)



数据来源: NIQ 2026年1月零售商调研问卷, “您所在零售商的主要业态类型是?【单选】”

2026年，零售商高层对零售行业和企业业绩的发展预期较去年更加乐观

CEO 信心指数

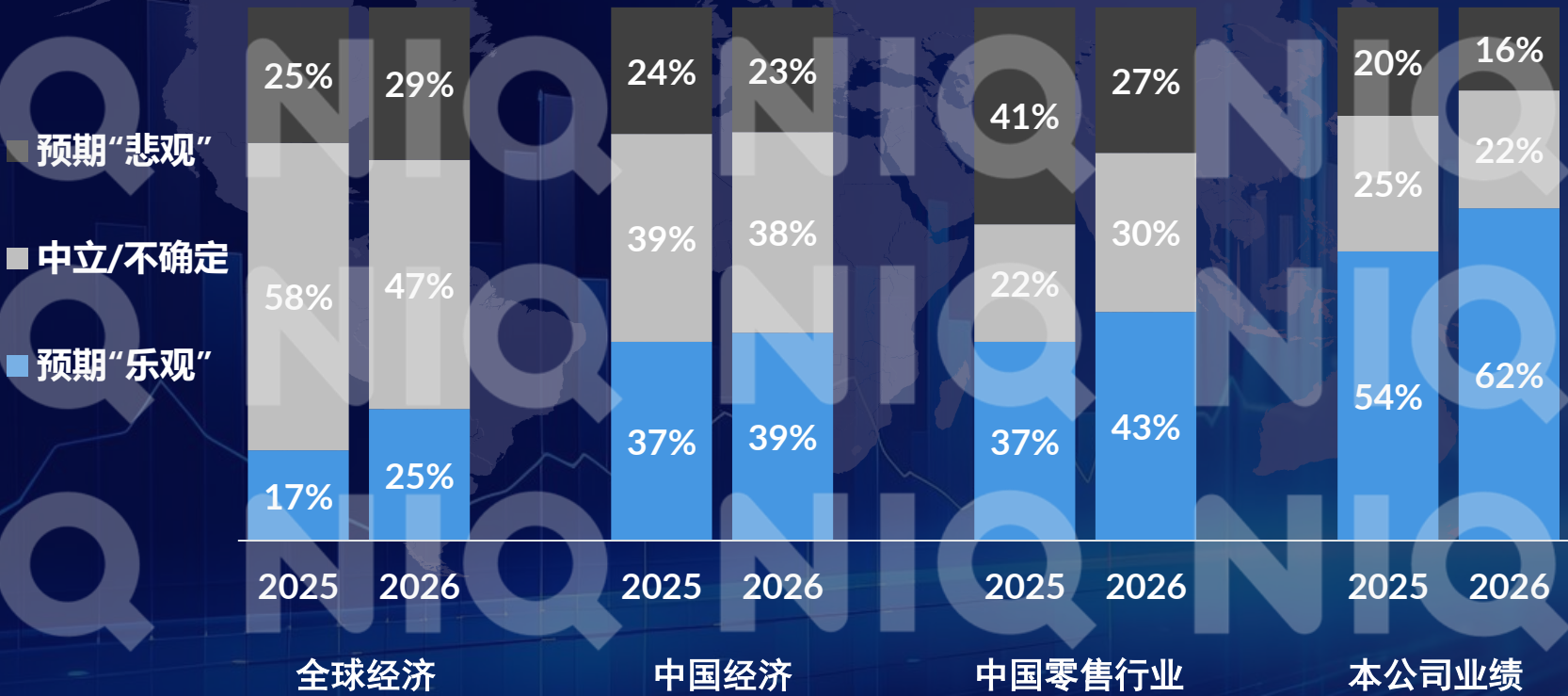
零售行业 vs. 宏观经济

对零售行业的乐观程度大于对宏观环境的预期。

2026 vs. 2025

对比去年，对内外部信心有所增强。

持乐观/非常乐观态度的零售商高层比例明显增加

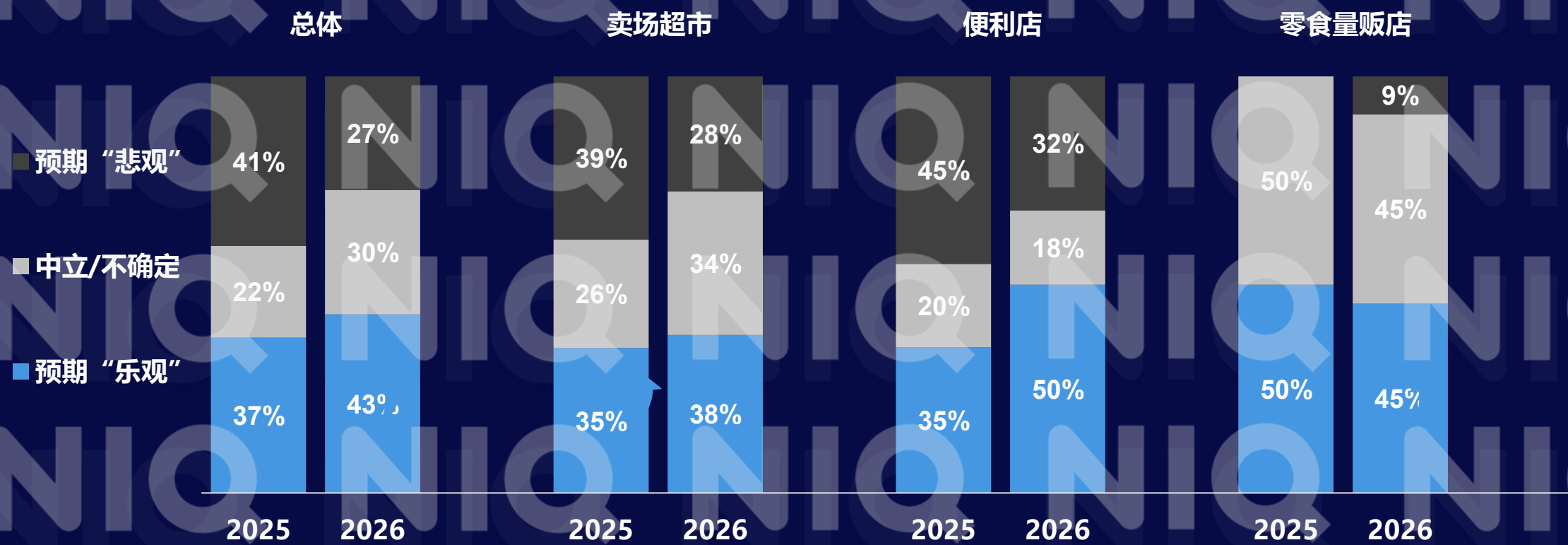


数据来源: NIQ 26年1月零售商调研问卷, “相比2025年, 您对2026年经济形势、零售行业、公司业绩的发展预期如何? [单选]”

分业态来看，卖场超市信心增强，便利店与折扣店最为乐观

零食量贩店及电商平台呈现“信心偏弱、不确定性高”的特征，体现该渠道面临发展压力

2026年零售行业发展预期(单选)
Top2(乐观+非常乐观) & Bottom 2(悲观+非常悲观)Boxes%



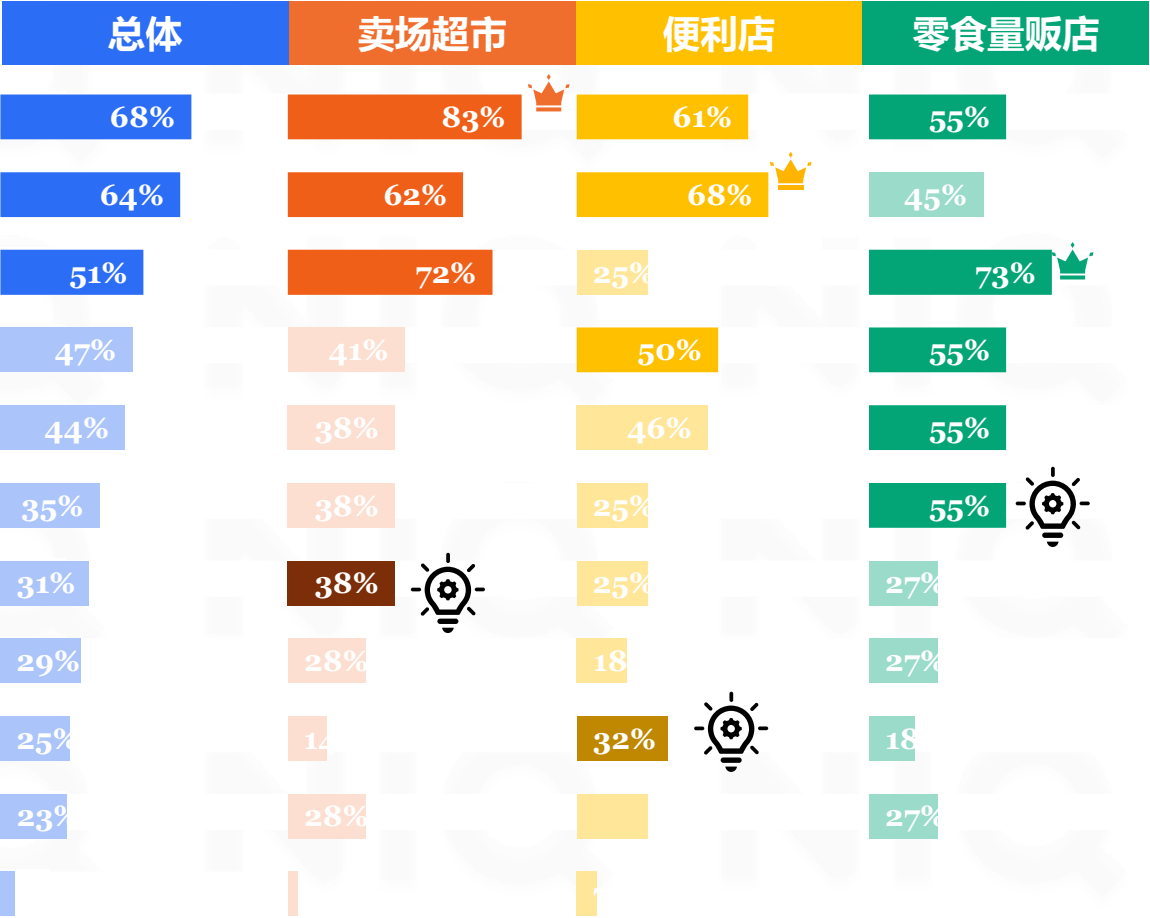
数据来源: NIQ 26年1月零售商调研问卷, “相比2025年, 您对2026年经济形势、零售行业、公司业绩的发展预期如何? [单选] – 零售行业”

供应链优化、自有品牌突破与门店调改重塑零售商增长信心

同时，卖场超市更重视社交媒体和内容营销，向电商打法靠近；便利店和折扣店加强即时零售效率，零食量贩店则侧重会员优惠

2025年已进行的商业策略重要调整(可多选)

- 成本与供应链优化 (如，生鲜直采、快消品裸采、联采)
- 增加更多自有品牌或独家产品
- 整体门店调改
- 扩充门店数量或探索新的门店类型 (如，社区店、闪电仓)
- 新品创新与新品激励 (如，加快产品迭代、新品扶持机制)
- 更积极的促销或会员优惠
- 加强社交媒体和内容营销 (如，微信、抖音、小红书)
- 优化客户体验与转化效率 (如，服务升级、优化站内流量机制)
- 加强即时零售 (如，提升拣配效率，优化履约算法与仓配密度)
- 加大AI与数字化投入 (如，智能物流、自动补货、AI营销)
- 深化升级全球化布局 (如，加码跨境电商业务、拓展海外市场)



深色代表各业态Top3商业策略调整；灯泡代表该策略在此业态中更为突出的商业策略

数据来源: NIQ 26年1月零售商调研问卷, “2025年, 您的企业在商业策略方面进行了哪些重要调整? [复选]”

各业态样本量: N=77 (*软硬折扣店/ 电商平台数据仅供参考)

自有品牌开发面临起订量/库存压力、研发能力短板、战略定位模糊等挑战

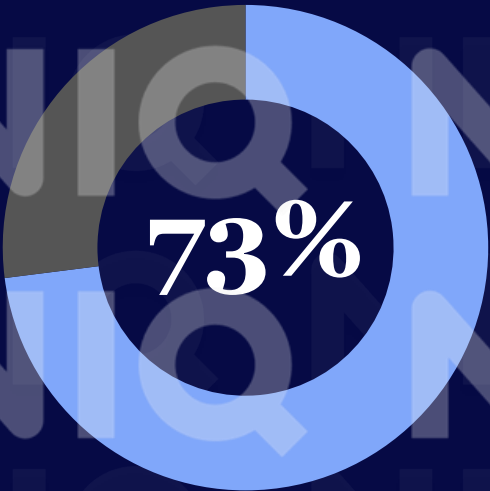
自有品牌产品开发的挑战 | 总体

起订量大，库存压力大	53%
自身研发能力不足，产品的口味、包装、功效等属性过度依赖第三方代工厂能力	49%
战略定位模糊，自有品牌的差异化不突出，难以让消费者产生情感连接	40%
投入产出比ROI的不确定性较大，试错成本高	30%
公司内部相关人才及知识匮乏，跨部门协作复杂	26%

数据来源: NIQ 26年1月零售商调研问卷, “目前, 贵公司在自有品牌产品开发的发展上, 主要面临哪些挑战? [复选]”

门店调改要提升成效，仍需强化选址运营、优化选品定价，降低不确定性

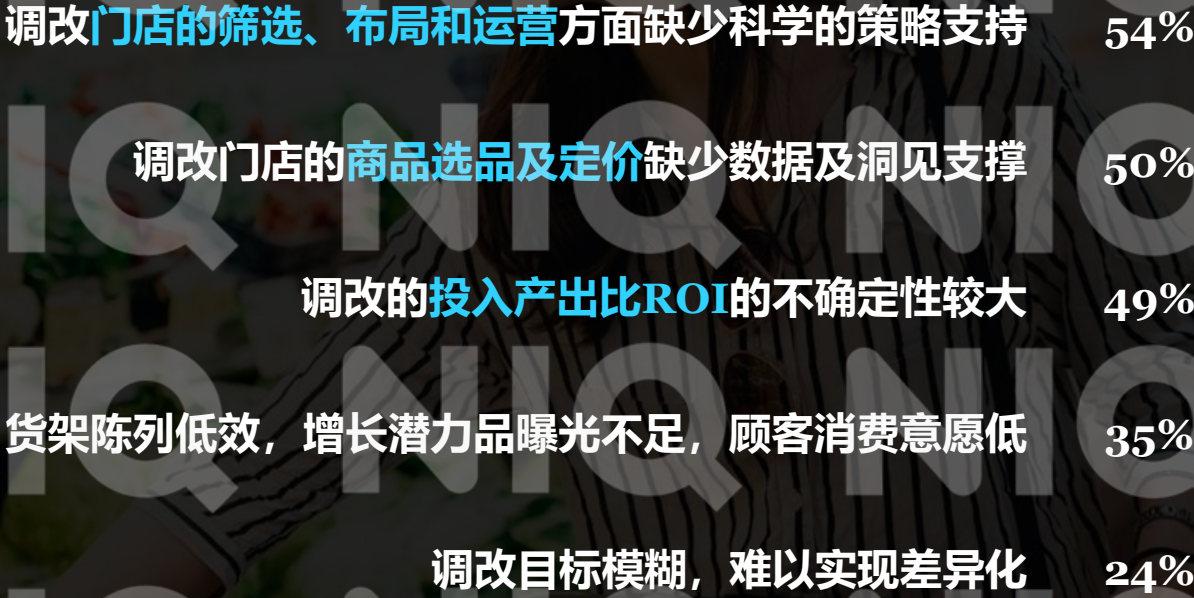
调改成功店数量占比



■ 成功店 ■ 观察店

数据来源：尼尔森IQ零研数据库
*成功店：调改后实现了销售额增长的门店
观察店：调改后销售额同比下降的门店

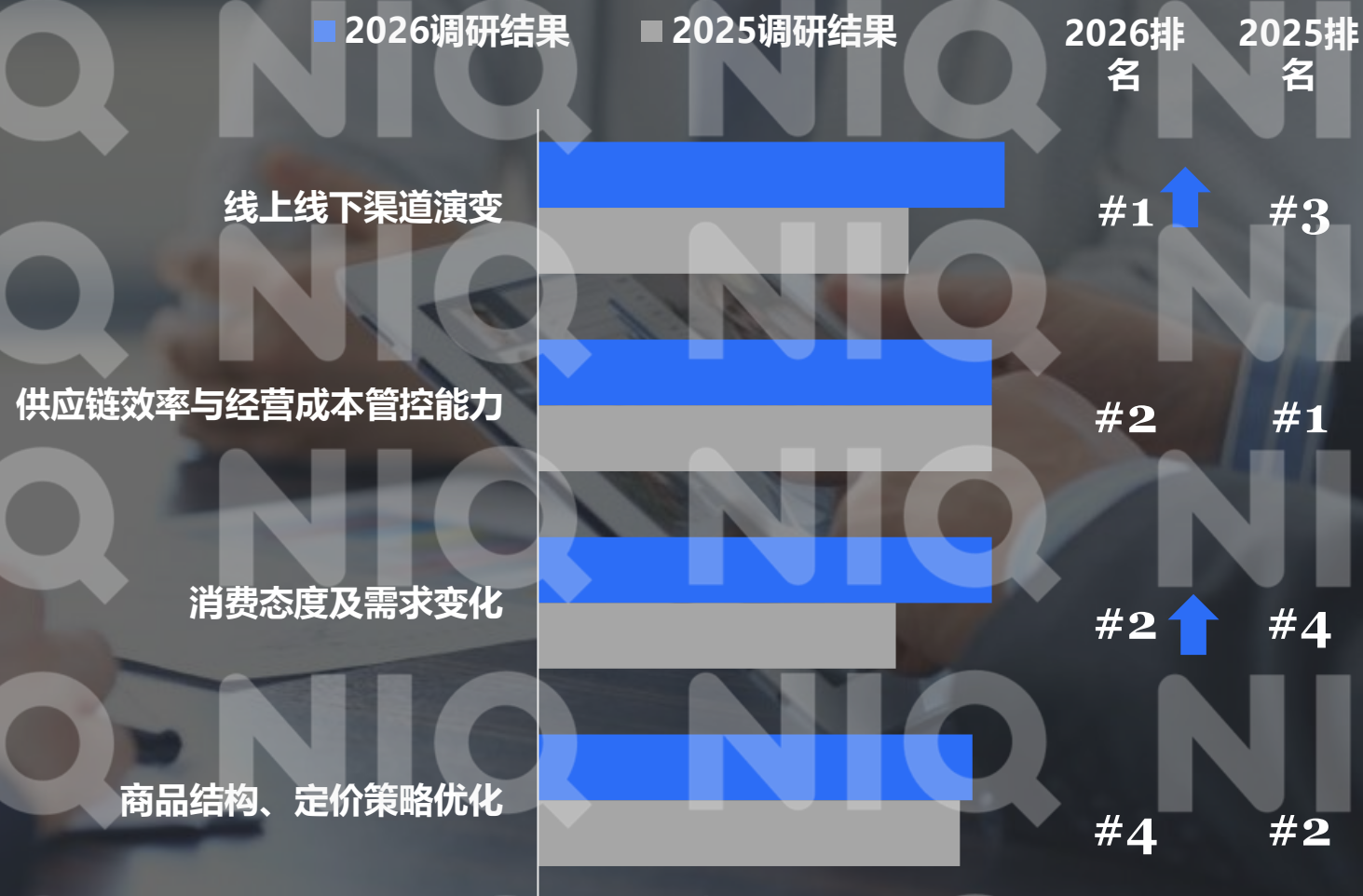
门店调改过程中面临的主要挑战 | 线下业态*



数据来源：NIQ 26年1月零售商调研问卷，“在门店调改过程中，您觉得主要面临哪些挑战？[复选]”
样本为线下业态N=74

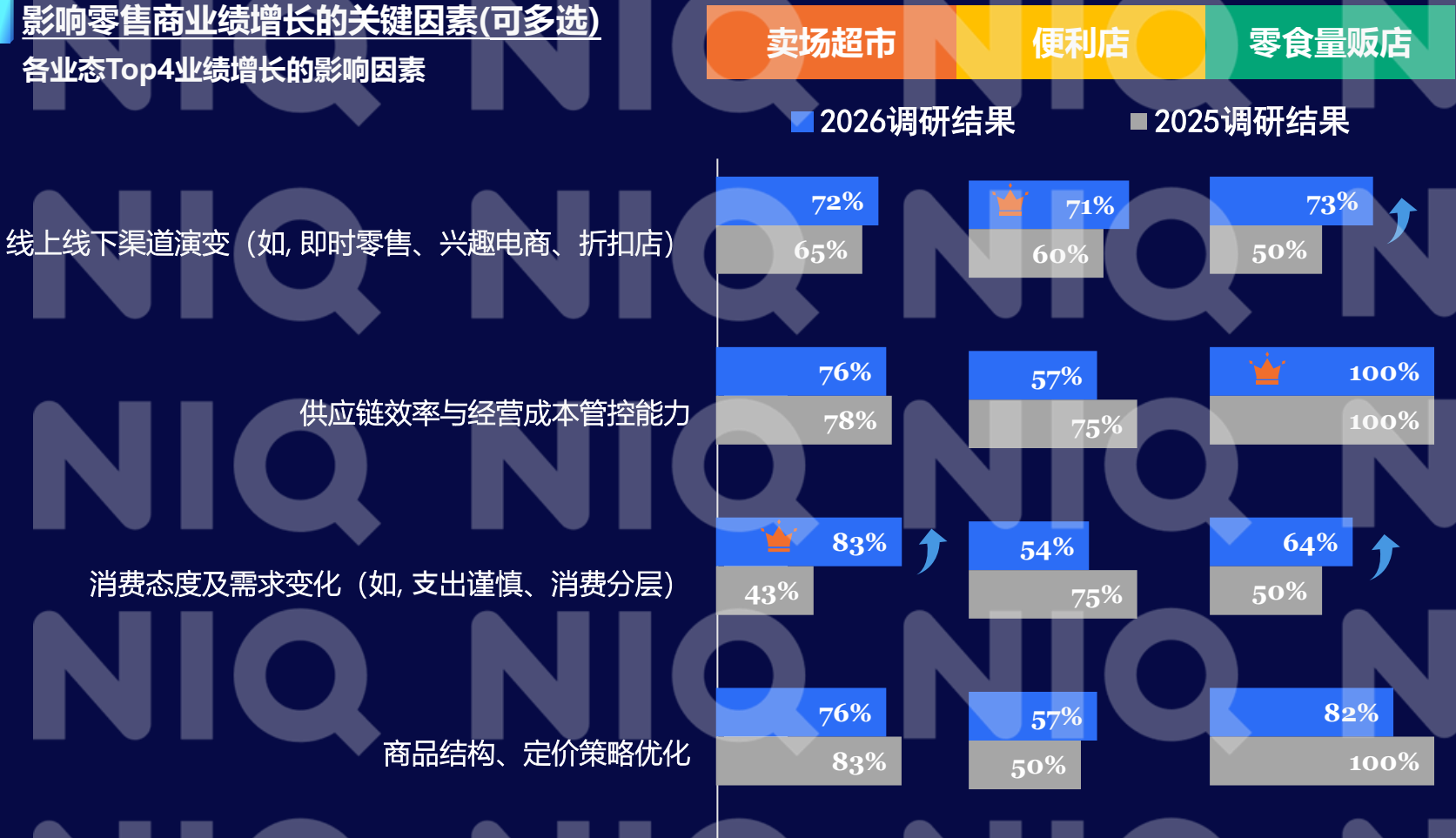
尽管企业内部调整持续
深化，但外部因素对业
绩的影响力进一步上升。
**渠道演变与消费态
度及需求变化**
被认为是最关键的增长
决定因素

影响零售商业绩增长的关键因素 | 总体



不同业态优先点各异：卖场超市和电商聚焦消费者需求响应，便利店关注渠道演变的影响及强化即时零售，零食量贩店继续深耕供应链与成本优势，同时探索业态扩张。

影响零售商业绩增长的关键因素(可多选)
各业态Top4业绩增长的影响因素



数据来源: NIQ 26年1月零售商调研问卷, “您认为影响贵公司2025年业绩增长的关键因素有哪些? [复选]”

Executive Summary

2026 零售格局：信心回升、动作精准、迎接挑战

- 相较去年，2026年零售行业领袖信心进一步回升。

- 对行业与公司业绩的预期明显比2025年更乐观，且乐观度普遍高于对全球与中国宏观经济的预期。这意味着，尽管宏观环境仍存在不确定，但零售商通过提升内部效率与结构优化，在可控环节中找到抓手，经营信心进一步提升。

- 信心来自“做对事”。但不同业态动作与优先点各异。

- 卖场超市：在供应链上加码，增加自有品牌，优化商品结构，配合门店重构，促进客单与来客增长之上，2026年将更加重视消费需求变化，加强社媒与内容营销运营，向电商打法靠近。
- 便利店：继续餐饮化/鲜食化，增加更多独家产品，2026提升即时零售协同性，强化“线上线下即时便利”的渠道优势成为第一要务。
- 零食量贩店：继续深耕供应链与成本优势外，2026年更侧重会员优惠与渠道拓展。

- 行业回升是共识，但内外部挑战仍不可忽视。

- 对比2025年，影响业绩增长关键因素中“渠道演变”及“消费者需求变化”重要性上升到第一，第二位。零售行业领袖认为外部因素对业绩增长影响更需要关注。
- 内部来看，自有品牌2025年实际投入比预期高，2026年的重点已并非“要不要做”的问题，而是“如何降低试错成本”的问题。
- 调改一年后复盘，成功店占比73%，面临门店筛选与布局，选品与定价缺少科学策略的挑战。数据洞察和科学的方法论成为调改提效必备工具。

NIQ持续优化数据监测产品和服务，助力各业态零售商应对内外部挑战



把握行业演变



洞察消费者需求



精准筛选门店



优化产品组合

• NIQ零售研究数据

- ✓ 提供全面的消费品市场监测数据，助力零售商动态把握线上线下不同渠道发展动态

• 零售行业热点话题分析

- ✓ 聚焦行业热点（如调改、节庆备货、自有品牌），提供深入洞察，帮助零售商洞悉渠道发展，把握行业脉搏

• NIQ购物者趋势报告

- ✓ 持续跟踪消费者背景、购物行为及态度变化，方便零售商制定针对性策略

• 消费者专项调研

- ✓ 刻画消费者画像、深入洞察其购物动线、决策路径及完整决策过程，助力零售商以顾客为中心设身处地优化布局

• 门店精准选址方案

- ✓ 以大数据有机整合人货场信息，赋能零售商辨识宏观环境并进行高效内部管理（如调改门店的筛选）

• Spaceman货架空间管理软件

- ✓ 提供各种云端、联机和单机版软件服务帮助零售商进行宏观和微观门店管理

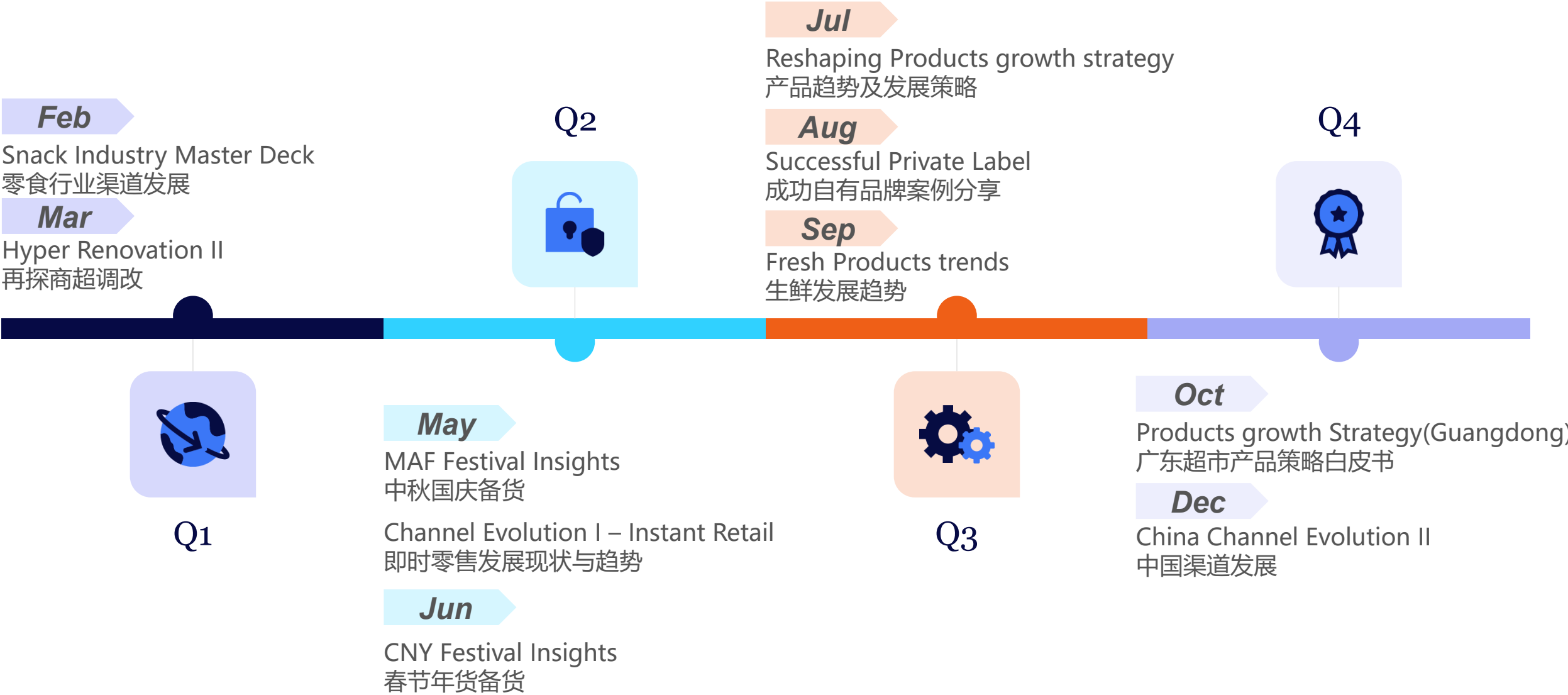
• 品类发展趋势洞察

- ✓ 及时全面的品类发展数据扫描，识别口味、成分等多属性趋势，助力针对性产品开发策略（如自有品牌开发）

• 产品及价格优化方案

- ✓ 以科学的选品模型、价格促销有效性解决方案帮助零售商进行有效的选品和定价促销策略的制定

2026尼尔森IQ 零售行业洞察报告发布计划



尼尔森IQ始终与您相伴 共赢零售！

扫描右侧二维码联系我们

