

尼尔森IQ快消月报

2026年4月号

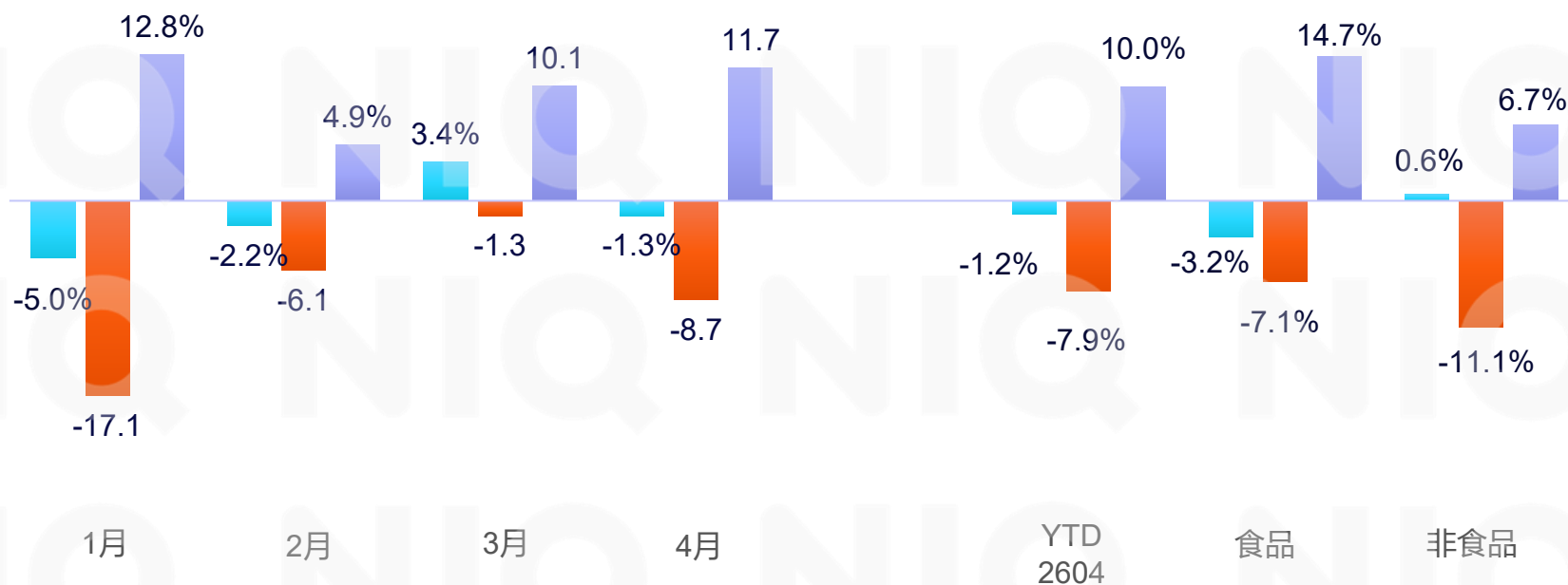
NIQ

快消市场概览

2026年4月快消品全渠道增速-1.3%，线上渠道表现突出为11.7%，全年至今食品类线上渠道增速达到14.7%。

快消市场整体表现

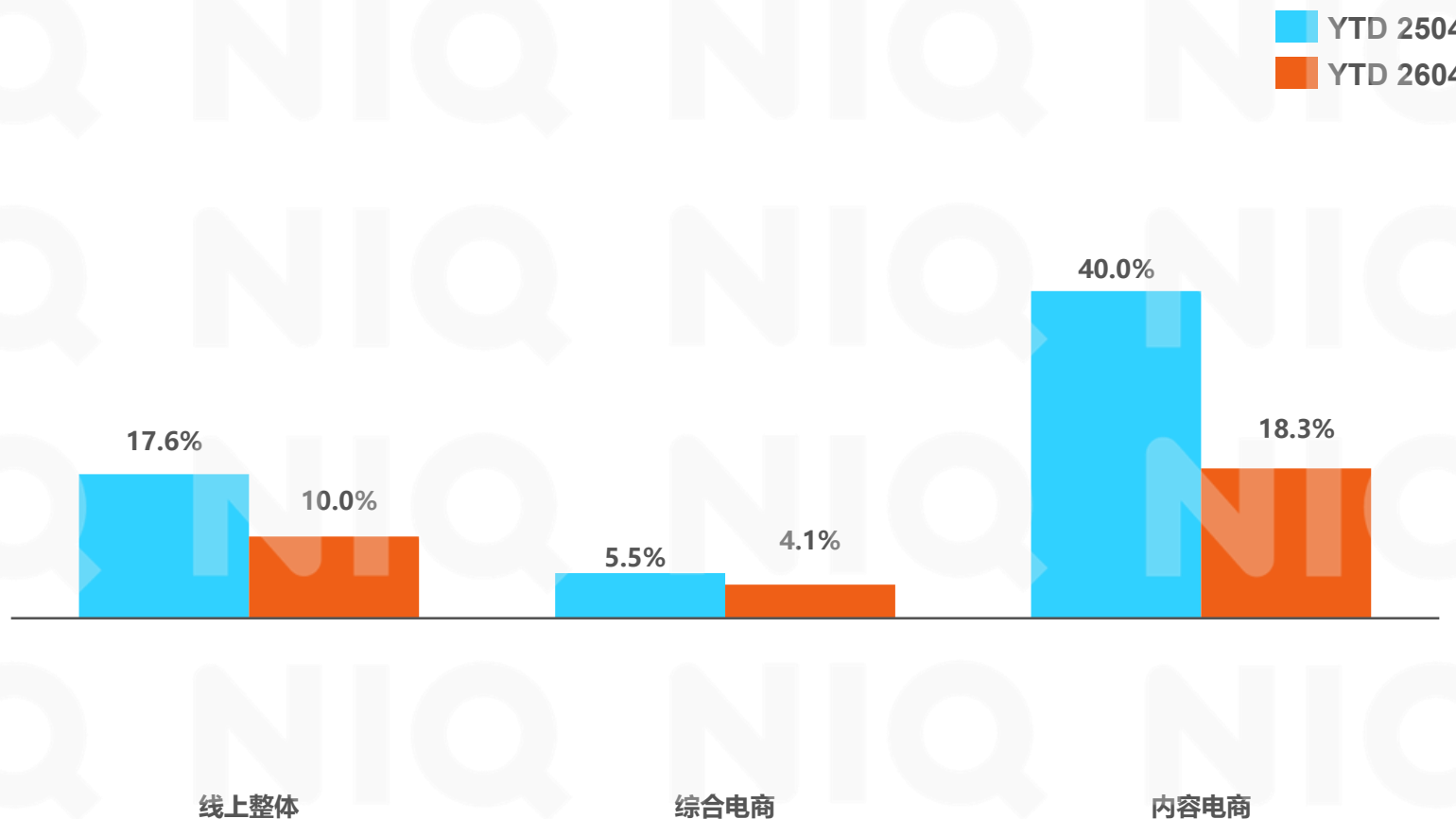
全渠道 线下 线上



不同渠道增速

2026年4月线上平台整体增幅为10.0%，综合电商和内容电商增速均低于去年，内容电商增速略优为18.3%。

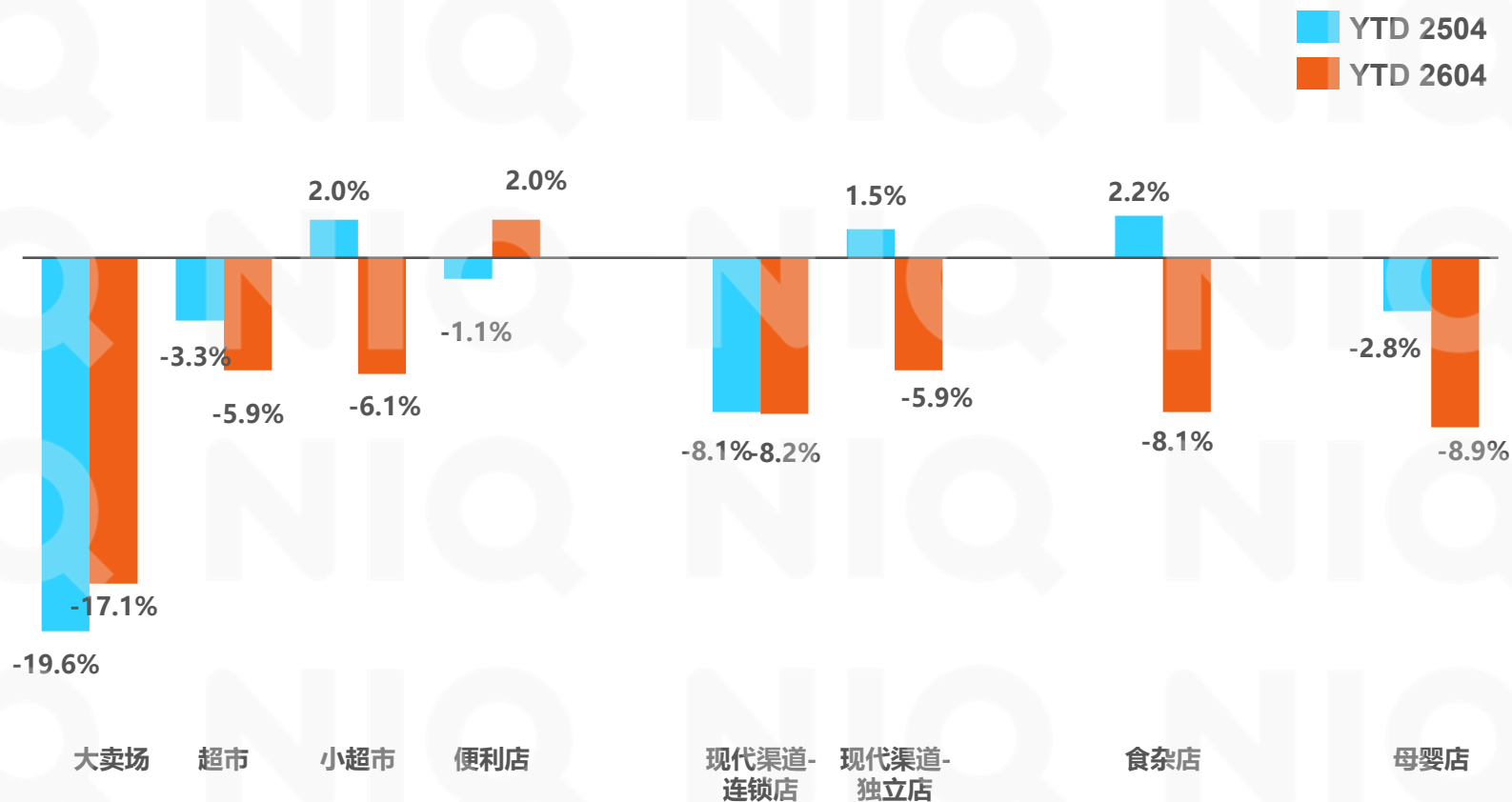
线上各渠道增速对比



不同渠道增速

2026年4月，线下渠道中便利店一枝独秀，对比去年同期有较大提升，其他渠道均有所下降。

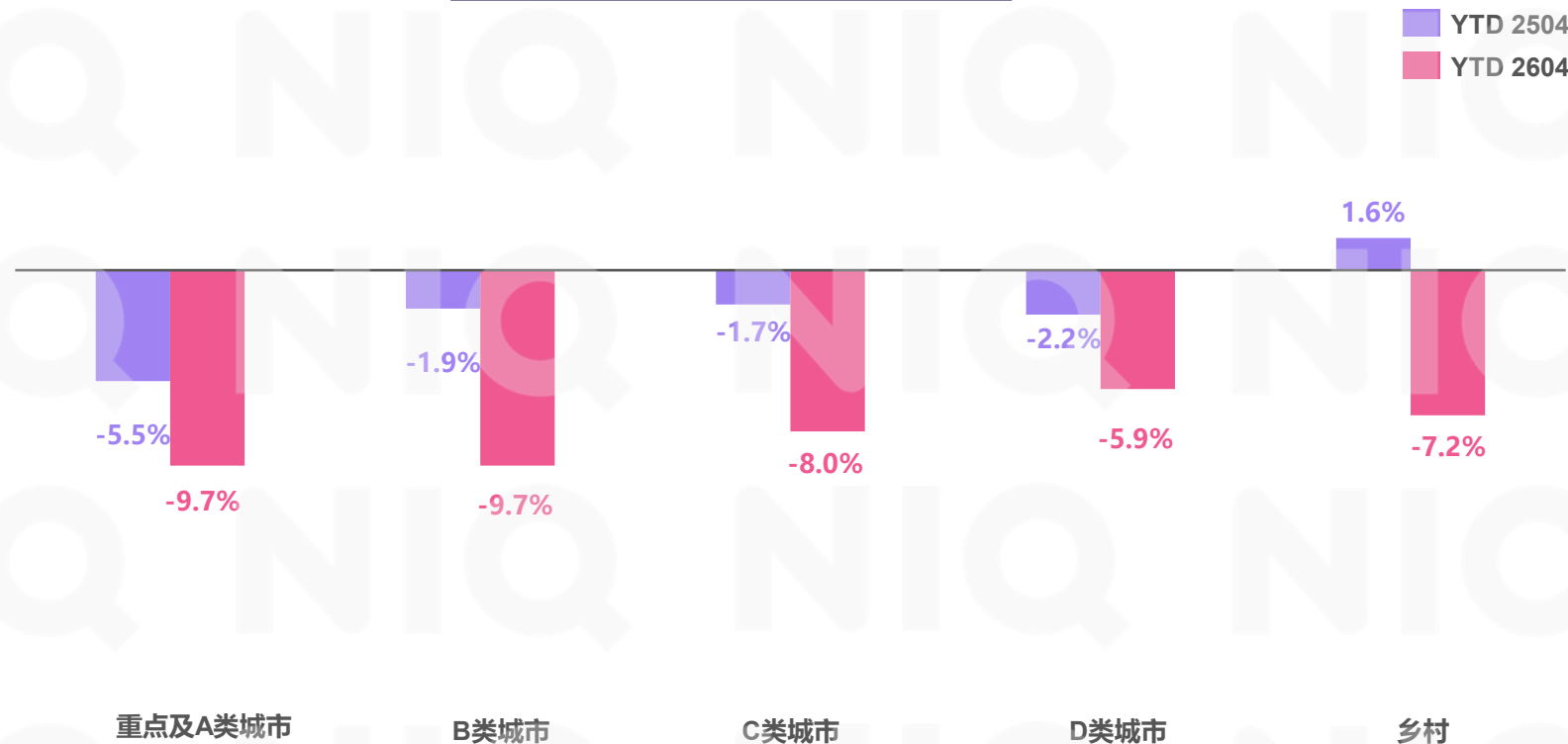
线下各渠道增速对比



不同城市级别增速

2026年4月线下市场各城市级别表现均有一定程度下滑，其中D类城市（-5.9%）下滑稍缓。

不同城市级别增速



重点城市: 北京, 上海, 广州, 成都

A类城市: 18 个省会城市和重庆、天津两个直辖市, 以及三个沿海城市: 大连、青岛、深圳

B/C/D类城市: 地级市/ 县级市/ 县城

主要快消大类增速

2026年4月中，家庭护理和个人护理品类实现了全渠道增长，家庭护理品类高达6.9%。其他品类均有不同程度的下滑。

尼尔森IQ快消月报
2026年4月号



主要快消大类4月市场表现

2604 vs 2504

No.1 家庭护理		
全渠道增速		6.9%
线下渠道增速		-6.7%

No. 3 主食粮油		
全渠道增速		-0.4%
线下渠道增速		-5.5%

No. 5 酒类		
全渠道增速		-3.5%
线下渠道增速		-6.1%

No. 7 零食		
全渠道增速		-6.7%
线下渠道增速		-12.4%

No. 2 个人护理		
全渠道增速		1.8%
线下渠道增速		-11.5%

No. 4 母婴		
全渠道增速		-3.0%
线下渠道增速		-9.0%

No. 6 饮品		
全渠道增速		-4.7%
线下渠道增速		-6.5%

No. 8 乳品		
全渠道增速		-7.5%
线下渠道增速		-12.8%

STORE COMPASS 通路云图

决胜终端，门店 从“找准”到“做好”



黄金门店增长放大器：

SKU层级精准定位并放大每家门店的生意贡献

NielsenIQ  高德云图

全国现代渠道为例 零售格局瞬息万变

44.3%

现代渠道年度店铺变动率

44.3%

每年在发生剧烈的开关店变化，市场格局瞬息万变

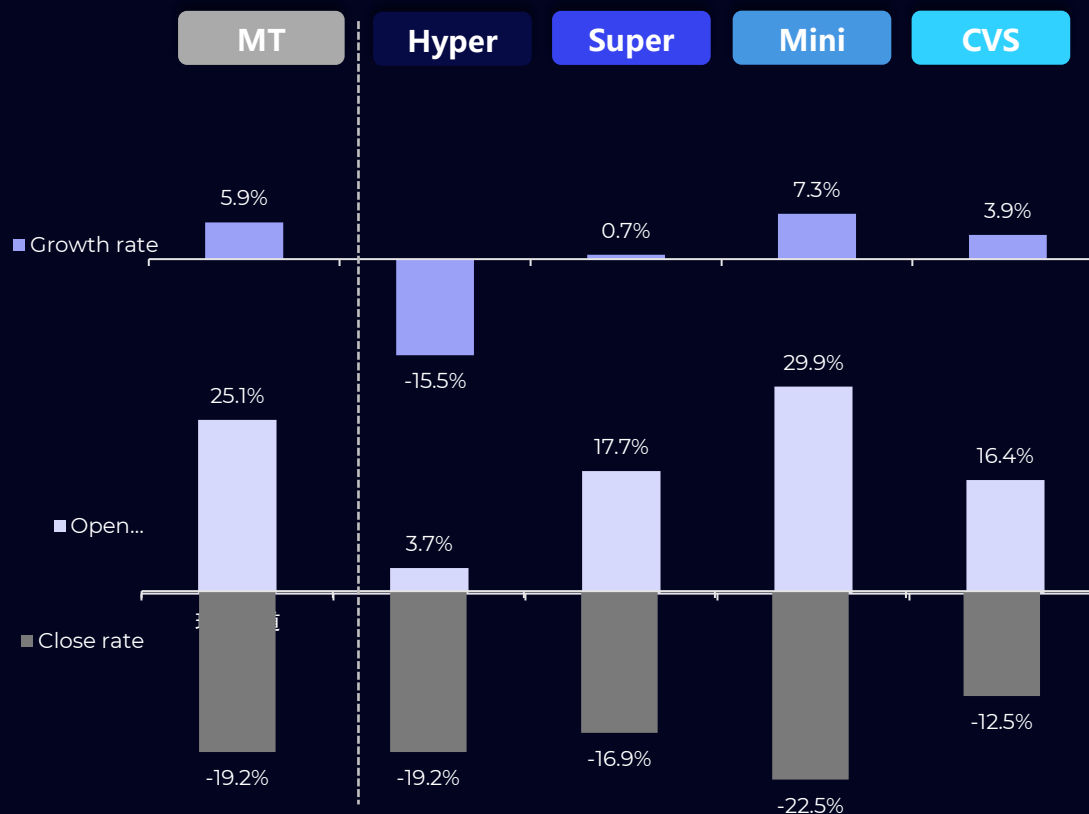
25.1%

新开店层出不穷，尤其是小型业态，抢占先机才能赢得增长

5.9%

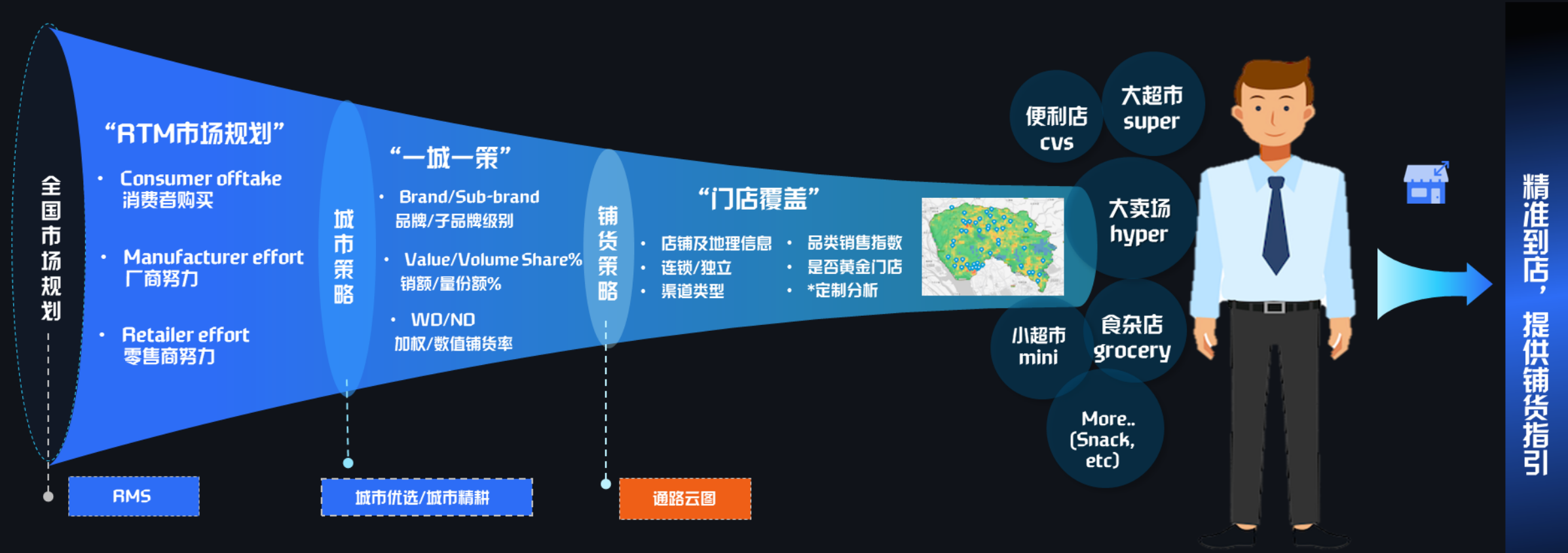
于此同时零售门店增长依旧充满韧性，新的机会不断涌现

全国现代渠道分渠道店铺增长率 2506 vs 2406



全国现代渠道分渠道店铺开关店率 2506 vs 2406

通路云图：精准到“点”，填补品牌战略规划到终端执行的盲区



战略规划

- 判断优先进入市场
- 渠道及品类趋势洞察
- 竞争格局识别

量化生意增长机会

终端执行



- 覆盖更多店
- 找到高产店
- 执行并量化投产比

问问小尼

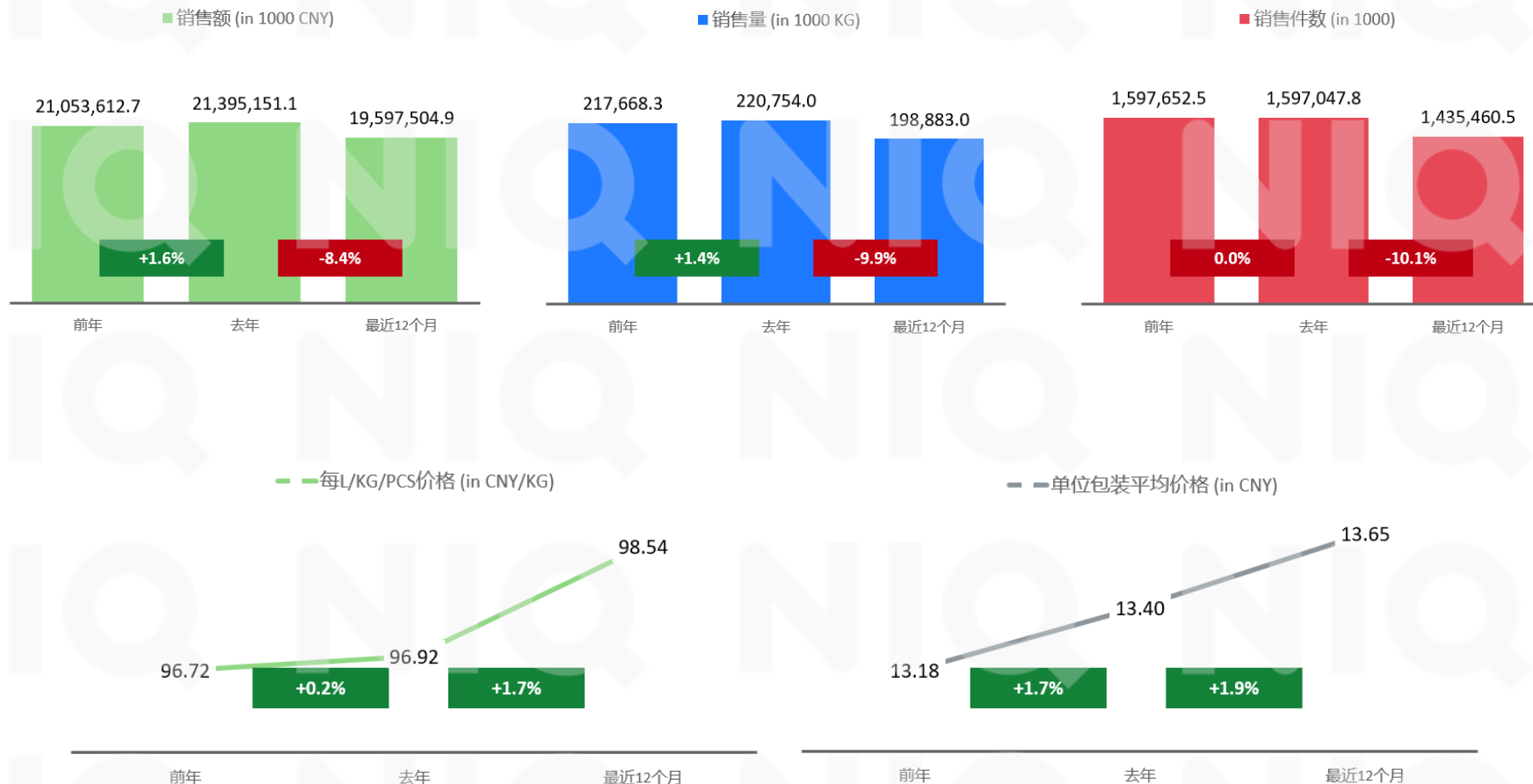
来自用户鲁先生的留言，想了解牙膏品类的发展趋势。

牙膏品类在过去12个月销售额降幅明显，主要由于销售量下降导致，平均价格小幅上升，消费者需求分级，对质价比的追求日益突出。

尼尔森IQ快消月报
2026年4月号

NIQ

全国线下| 牙膏 | MAT2604



NIQ快消月报术语定义

渠道:

大卖场: 营业面积通常大于6000平方米, 至少有20个或以上的有收银机的收银台; 自选服务形式, 并提供购物车和购物篮; 有冷冻产品; 产品价格标在产品或货架上

大超市: 营业面积通常大于1000平方米, 有收银机的收银台; 自选服务形式, 并提供购物车和购物篮; 有冷冻产品; 产品价格标在产品或货架上

小超市: 营业面积通常小于1000平方米, 有收银机的收银台; 自选服务形式, 并提供购物车和购物篮; 有冷冻产品; 产品价格标在产品或货架上

便利店: 营业面积通常小于500平方米, 出口有收银机。自选服务形式, 可能提供购物篮; 有冷冻产品; 产品价格标在产品或货架上; 通常是连锁集团的成员店; 营业时间为16小时或以上

食杂店: 至少售卖一种包装食品, 也可能售卖香烟, 酒或饮料

城市级别:

重点城市: 北京, 上海, 广州, 成都

A类城市: 18 个省会城市和重庆、天津两个直辖市, 以及三个沿海城市: 大连、青岛、深圳

B/C/D类城市: 地级市/ 县级市/ 县城

品类定义:

个护: 头发护理, 皮肤护理, 口腔护理, 卫生纸, 卫生巾, 湿纸巾, 安全套, 润唇膏等

家庭护理: 包括消毒液, 洗衣液/洗衣粉, 电子驱蚊用品, 驱虫用品, 空气清新剂, 电池, 洗碗液, 衣物柔顺剂, 家具清洁用品等

饮料: 包装水, 亚洲传统饮料, 果汁, 功能性饮料, 即饮咖啡, 即饮茶, 茶包茶粉, 汽水等

乳品: 液态奶, 酸奶, 奶粉, 即饮豆奶, 豆奶粉等

零食: 包装巧克力, 散装巧克力, 包装糖果, 散装糖果, 干脆小食, 饼干, 口香糖, 棒棒糖, 派类, 果冻布丁等

粮油主食: 食用油, 酱油, 早餐燕麦, 冷冻点心, 即食面, 即食粥, 面条, 包装面粉, 包装米等

母婴: 婴儿麦片, 婴儿营养食物, 尿不湿, 奶瓶, 婴儿配方奶粉, 羊奶粉等

酒类: 白兰地, 啤酒, 葡萄酒, 威士忌, 伏特加等

如需了解更多品类数据, 欢迎咨询:



尼尔森IQ快速消费品研究经理

曾一光 138-8042-1082

yiguang.zeng@nielseniq.com

