



尼尔森IQ快消月报

2026年5月号

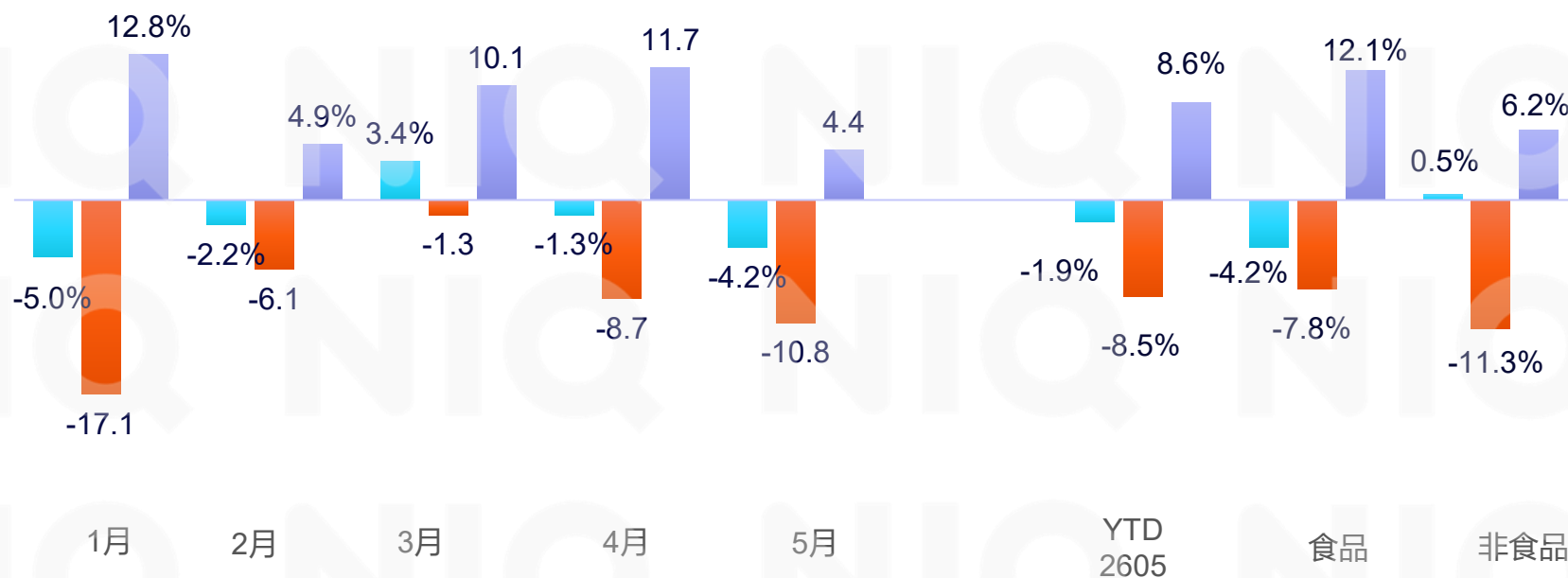
NIQ

快消市场概览

2026年5月快消品全渠道增速下降-4.2%，全年至今非食品类全渠道增速为0.5%，食品类全渠道增速为负，但线上渠道增速达到12.1%。

快消市场整体表现

全渠道 线下 线上

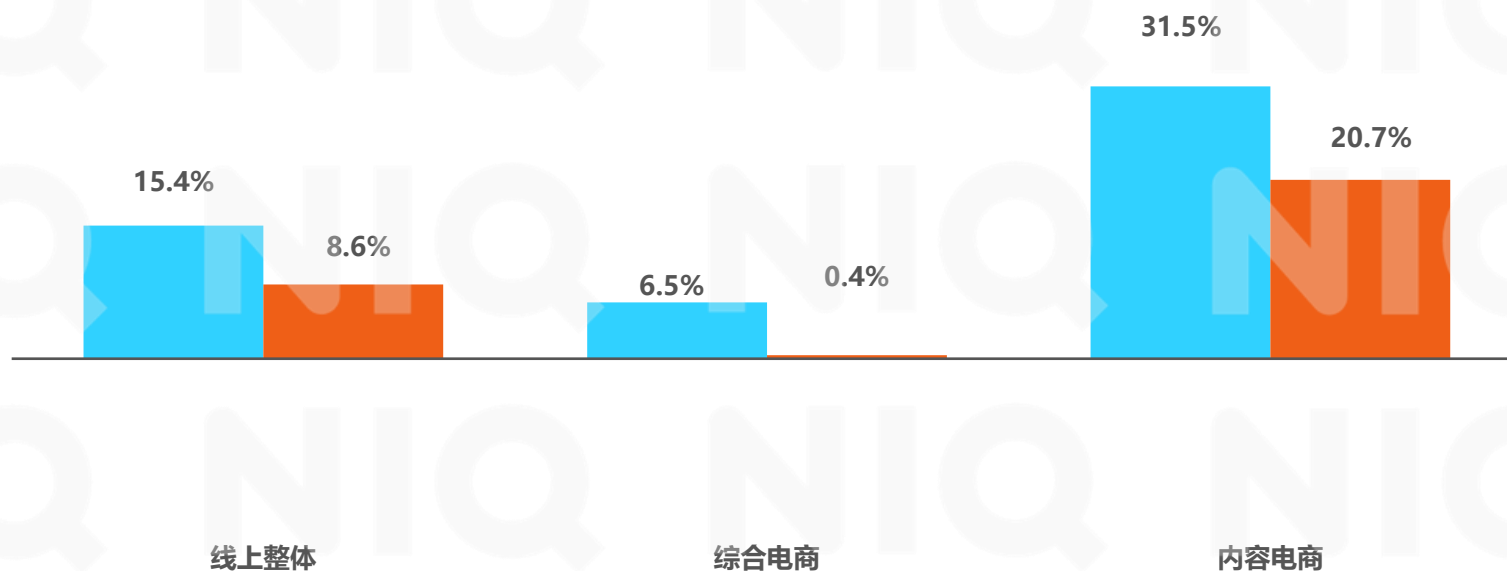


不同渠道增速

线上各渠道增速对比

■ YTD 2505
■ YTD 2605

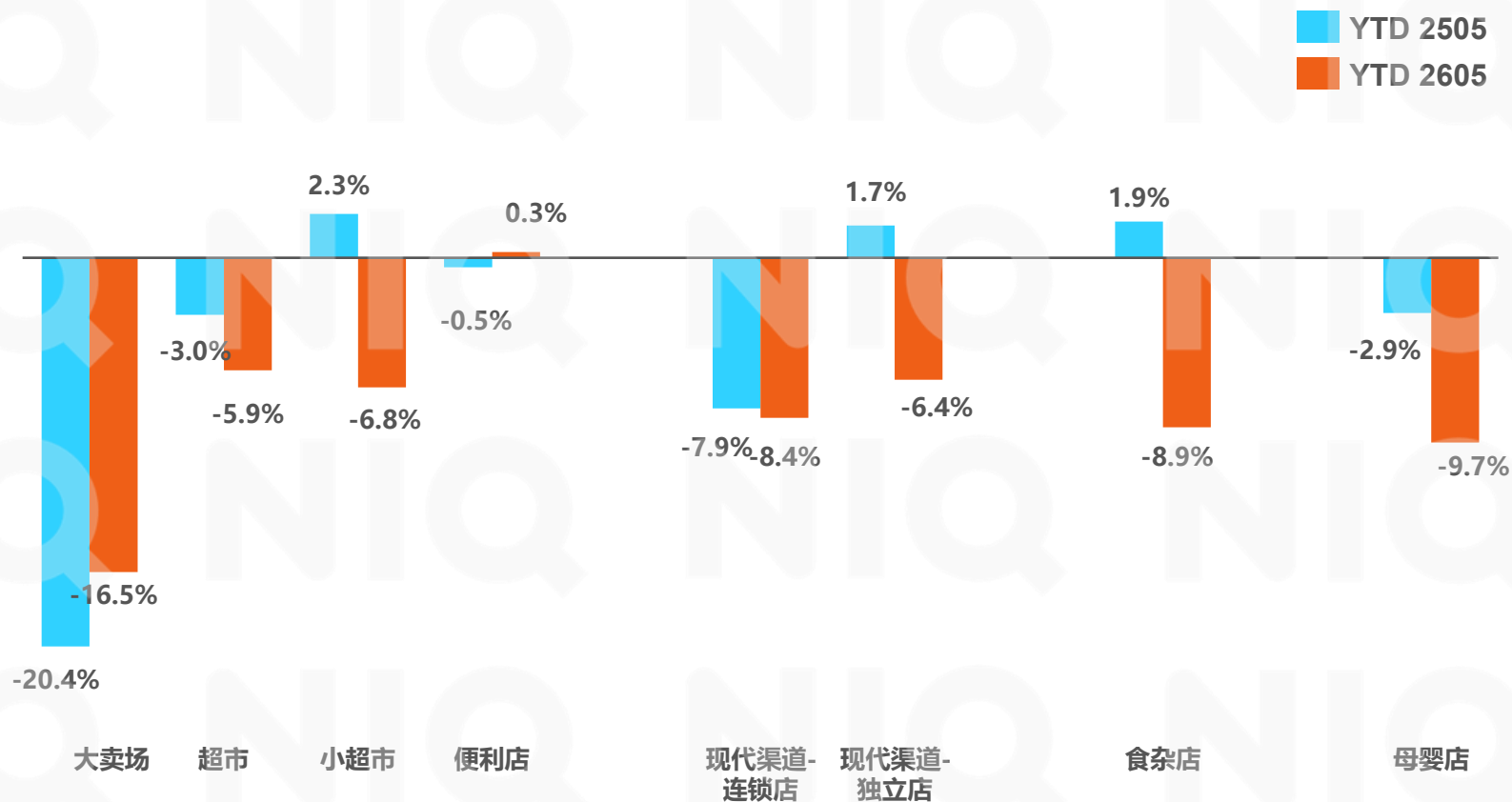
截至2026年5月，线上平台整体增幅放缓，取得8.6%增速。综合电商和内容电商增速均低于去年，内容电商增速略优为20.7%。



不同渠道增速

截至2026年5月，线下渠道中仅便利店抗跌性较强，基本保持平稳，其他渠道均有所下降。

线下各渠道增速对比



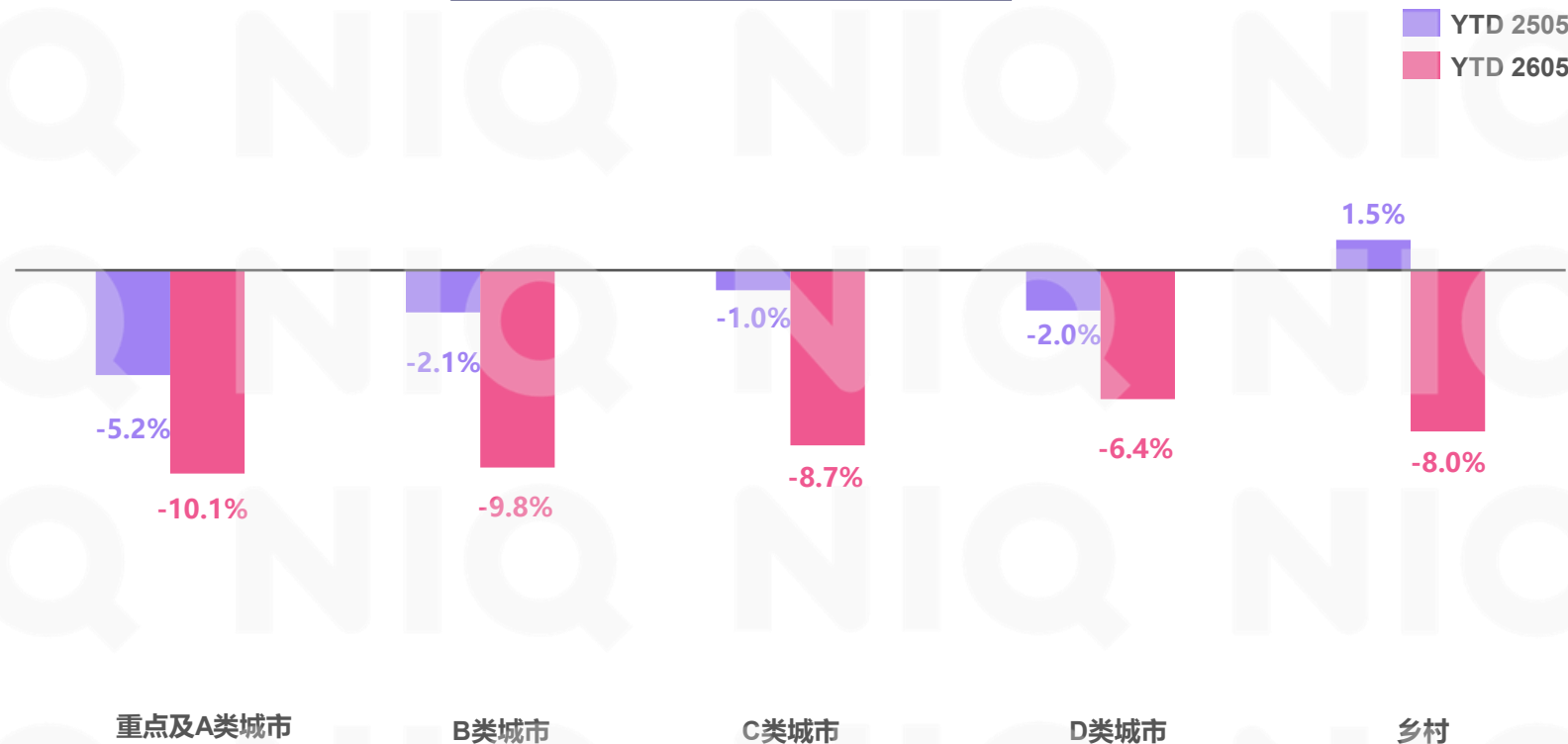
不同城市级别增速

截至2026年5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（-6.4%）下滑稍缓。

尼尔森IQ快消月报
2026年5月号

NIQ

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5月中，家庭护理和个人护理品类实现了全渠道增长，零食品类全渠道降幅收窄为-7.7%，母婴及乳品品类降幅仍较高。

尼尔森IQ快消月报
2026年5月号



主要快消大类5月市场表现

2605 vs 2505

No.1 家庭护理		
全渠道增速		0.9%
线下渠道增速		-9.9%

No. 3 主食粮油		
全渠道增速		-3.3%
线下渠道增速		-6.6%

No. 5 酒类		
全渠道增速		-7.9%
线下渠道增速		-9.3%

No. 7 母婴		
全渠道增速		-9.1%
线下渠道增速		-12.6%

No. 2 个人护理		
全渠道增速		0.3%
线下渠道增速		-13.1%

No. 4 零食		
全渠道增速		-7.7%
线下渠道增速		-11.5%

No. 6 饮品		
全渠道增速		-8.7%
线下渠道增速		-10.1%

No. 8 乳品		
全渠道增速		-9.7%
线下渠道增速		-13.7%

NIQ BASES

BASES **AI 新品加速器**

利用AI、数据和专业知识
加速创新



01

针对您产品开发的 核心商业问题



我的目标受众如何看待我的产品原型？

市场中有哪些口味、香气和质地的潜在机会？

如何优化我的产品配方以提高受欢迎程度？

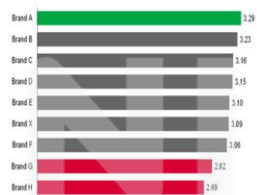
哪个新口味会让我的产品更受欢迎？

我的产品和竞争对手相比是否有优势？



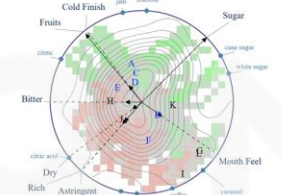
开发 & 实验

AI技术模拟/合成
品类内未使用过的新口味



筛选 & 排序

按目标国家/地区预测
产品喜好度



优化 & 提升

AI技术提供具体量化的产品
优化改进路径

02

我们的优势 全面加速新品上市

1

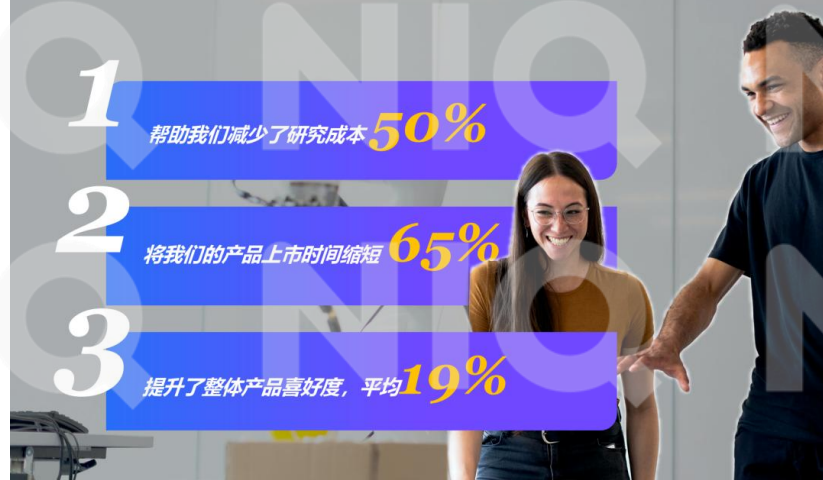
帮助我们减少了研究成本 **50%**

2

将我们的产品上市时间缩短 **65%**

3

提升了整体产品喜好度，平均 **19%**



首发即获得头部快消企业认可

某头部饮料企业在尼尔森IQ BASES AI新品加速器帮助下，
成功与另一家酒类制造商进行跨界合作。



使用 AI新品加速器

- 在两家制造商的液体配方中找到最佳平衡点，打造新品原型
- 针对三个不同国家的首次上市提出配方优化建议
- 识别出未来产品线扩展的商机

商业成就

- ✓ 运用 **人工智能** 优化配方
- ✓ 销售速度提升 **2.5 倍**
- ✓ 销售额提升 **350%**
- ✓ 液体配方的优化使得复购率增加 **1.9 倍**

03

真人输入+AI预测 产品工作原理



真人输入：消费者+专家小组

- 感官测试小组构建产品属性描述
- 每个项目配备约 30 名评估员
- 每种产品仅需约 40 份进行测试



设置AI模型参数

- 国家/地区
- 预测品类
- 年龄、性别、收入



AI预测

- 按国家/地区预测喜好度
- 产品改进优化策略
- 各个国家/地区的文化差异
- 由感官科学家研究、论证并改进的产品优化方案



93%

AI预测消费者喜好度验证
与传统消费者测试结果一致。

04

覆盖全球，立足中国 BASES AI加速器 中国版全新上线

本土化

中国本土AI Panel测试样组，
精准把握中国消费者喜好。

更快

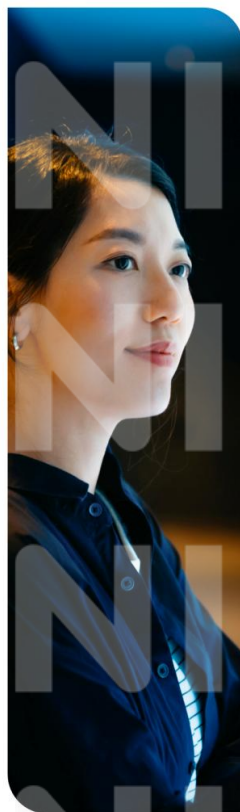
最快**三周**交付

更省

单个口味/风味/香型/质地测试低至

¥10,000

**五个口味/风味/香型/质地起测*



扫描下侧二维码
获取更多产品及优惠信息



问问小尼

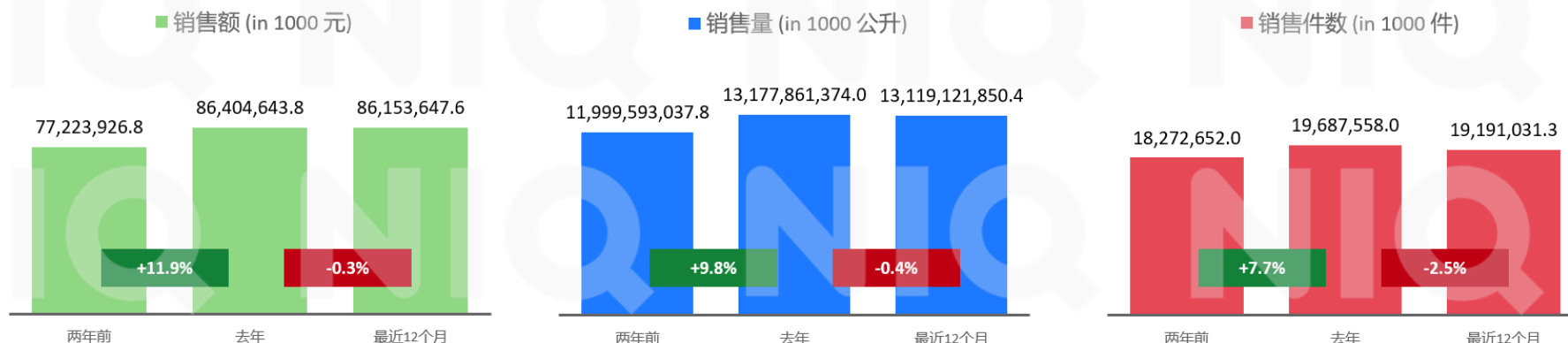
来自用户文先生的留言，想了解即饮茶和功能饮料品类的发展趋势。

即饮茶品类对比去年的双位数增长，在过去12个月销售额量均呈现微降趋势，单价上涨。功能饮料品类连续两年保持增长，品类呈现大包装化趋势，销售额提升主要由需求增加带动。

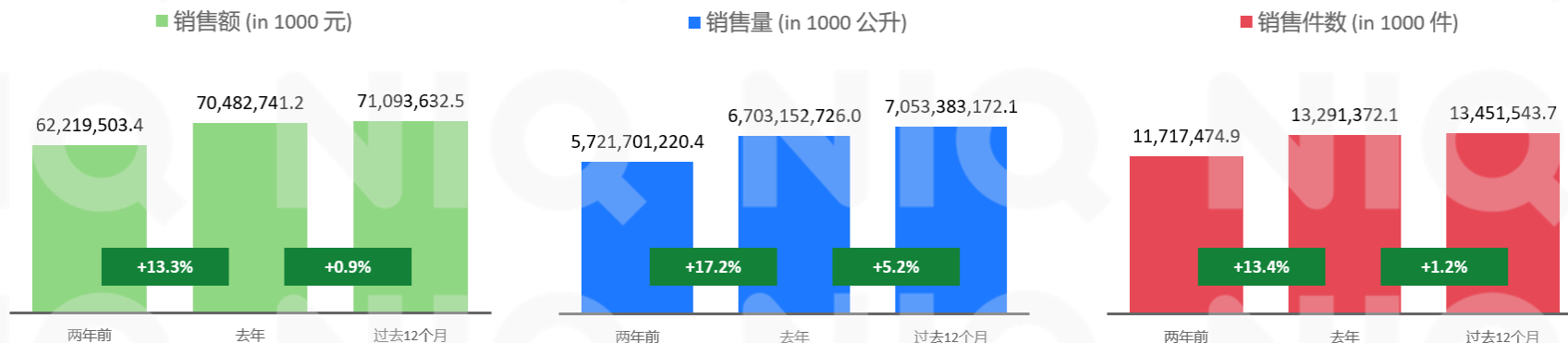
尼尔森IQ快消月报
2026年5月号

NIQ

全国线下| 即饮茶 | MAT2605



全国线下| 功能饮料 | MAT2605



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

