

# 其他方便米线/米粉 线上趋势雷达 · 2026年7月

数据来源：内容电商（直播等渠道）「食品饮料」类目月榜（热销+新品维度，已按业务品类「其他方便米线/米粉」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐



## □ 新且热 TOP 0（本月新品且登上热销榜）

本月 15 个新品（已按商品系列去重）中，0 个同时登上热销榜。其中仅 0 个进入"占80%销售额"头部梯队，其余多位于热销榜长尾——说明新品上榜后通常仍需时间累积销量。

## □ 纯新品观察 TOP 15（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

|    |                                                                                                                                        |    |                                                                                                                                      |  |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 无图 | <div>纯新品</div> <div>【武功山】萍乡米粉1.2细粉3斤/5斤（支持试吃）</div> <div>品牌：武功山   销售额：50w-100w   热销排名：#1</div> <div>首次上架时间：2026/07/15</div>            | 无图 | <div>纯新品</div> <div>【程璐老师专属】2松茸鸡汤2快乐2小锅2红油2黑鸭拌粉满小饱米线bg</div> <div>品牌：满小饱   销售额：25w-50w   热销排名：#2</div> <div>首次上架时间：2026/07/27</div>  |  |
| 无图 | <div>纯新品</div> <div>【暑期福利】满小饱2优享鸡汤米线+2优享小锅+2酸菜+2快乐装 pr</div> <div>品牌：满小饱   销售额：10w-25w   热销排名：#3</div> <div>首次上架时间：2026/07/26</div>    | 无图 | <div>纯新品</div> <div>【武功山】萍乡米粉1.4粗粉3斤/5斤（支持试吃）</div> <div>品牌：武功山   销售额：10w-25w   热销排名：#4</div> <div>首次上架时间：2026/07/15</div>           |  |
| 无图 | <div>纯新品</div> <div>【暑期福利】小饱2优享鸡汤+2优享小锅+2酸菜+2快乐装+2红油+奶锅pr</div> <div>品牌：满小饱   销售额：10w-25w   热销排名：#5</div> <div>首次上架时间：2026/07/11</div> | 无图 | <div>纯新品</div> <div>【爆款三拼】满小饱鸡汤米线*3+优享小锅米线*2+肥汁土豆粉不辣 pr</div> <div>品牌：满小饱   销售额：10w-25w   热销排名：#6</div> <div>首次上架时间：2026/07/04</div> |  |

无图

纯新品

【整箱50块】广东正宗新竹米粉  
细米粉炒米粉细粉丝速煮米粉美食粉

品牌：面面道味 | 销售额：5w-10w |  
热销排名：#7  
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

【多拼福利】满小饱鸡汤米线  
\*3+小锅米线\*2+双倍响铃 不辣正餐 pr

品牌：满小饱 | 销售额：2.5w-5w |  
热销排名：#8  
首次上架时间：2026/07/26

无图

纯新品

【送足金贴】六周年庆-酸辣过瘾2  
经典+2黑鸭+2解馋+足金贴

品牌：满小饱 | 销售额：2.5w-5w |  
热销排名：#9  
首次上架时间：2026/07/19

无图

纯新品

【多口味囤货】黑鸭酸辣肉酱麻辣  
红油酸汤粉酸菜火锅小锅土豆粉 pr

品牌：满小饱 | 销售额：2.5w-5w |  
热销排名：#10  
首次上架时间：2026/07/04

无图

纯新品

【到手20卷】广式石磨河粉干河  
粉薄河粉汤粉炒粉方便速食早餐宵夜

品牌：其它 | 销售额：2.5w-5w | 热  
销排名：#11  
首次上架时间：2026/07/01

无图

纯新品

臭宝新品糟粕醋米粉海南风味黄  
灯笼辣椒酸辣粗米粉方便速食3袋装Z

品牌：臭宝 | 销售额：1w-2.5w | 热  
销排名：#12  
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

臭宝糟粕醋米粉海南风味黄灯笼  
辣椒酸辣粗米粉方便速食5袋装Z

品牌：臭宝 | 销售额：1w-2.5w | 热  
销排名：#13  
首次上架时间：2026/07/16

无图

纯新品

昆小厨升级松茸鸡汤米线云南速  
食可泡可煮米线螺蛳粉充饥方便面

品牌：昆小厨 | 销售额：1w-2.5w |  
热销排名：#14  
首次上架时间：2026/07/15

无图

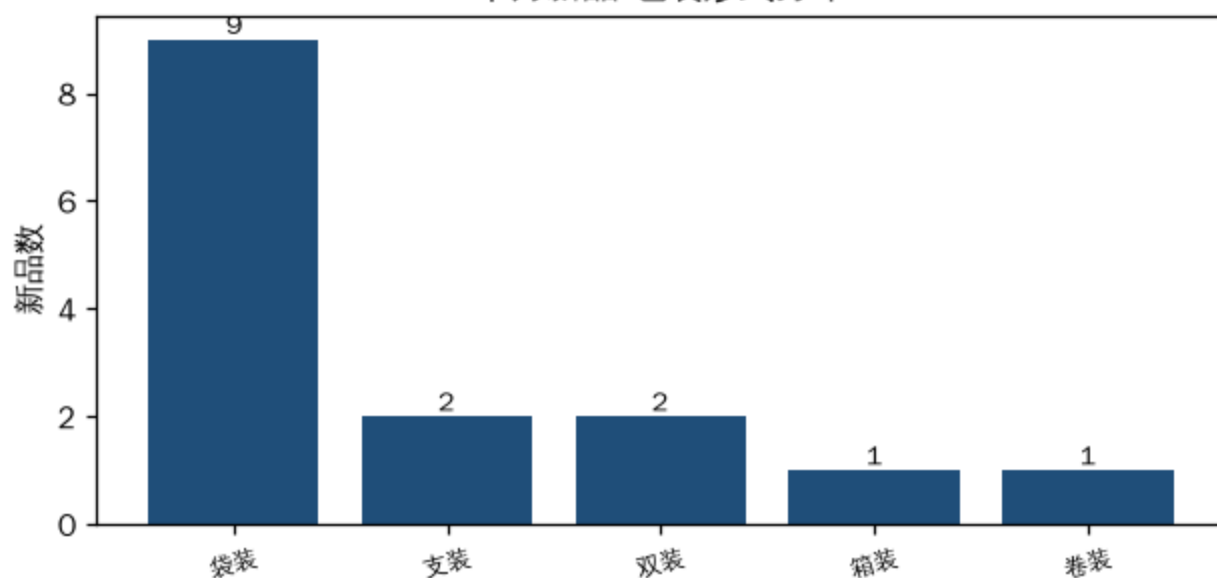
纯新品

【9月12号到期】2小锅优享+2双  
倍响铃肥汁+2土豆粉+2鸡汤优享zy

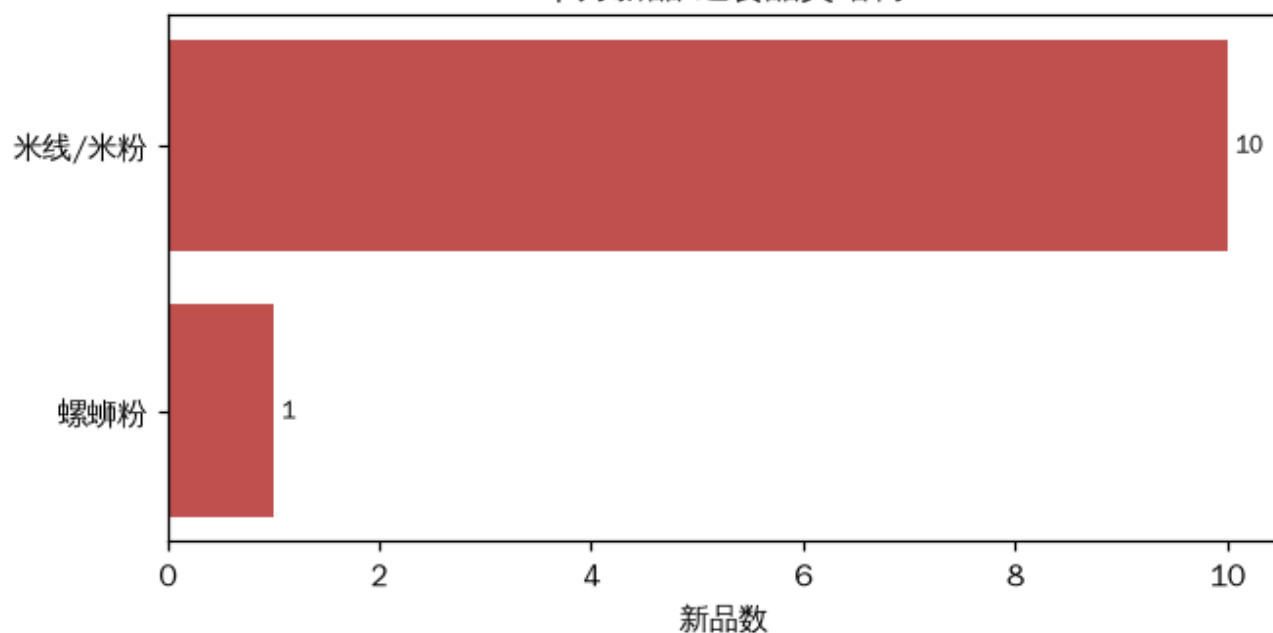
品牌：满小饱 | 销售额：1w-2.5w |  
热销排名：#15  
首次上架时间：2026/07/05

□ 本月新品趋势总结（规格·速食品类·品牌上新·维度研判）

本月新品 包装形式分布



本月新品 速食品类结构



以下分析基于本月 15 个有销售额新品（新品榜，已限定“其他方便米线/米粉”品类；榜单已按商品系列去重，同系列多规格合并为一条展示）；维度仅计入有销售额的新品。从商品名 / 品牌解析，反映“这个月线上在推什么新东西”。包装形式由商品名解析（含按容量单位 / 组合装 / 家庭装 / 品类特征的合理推断），灰色“未明确”为商品名未标注且无从推断者，占 0%。各维度仅分析与本品类相关的信号，不硬凑无关维度。

### ① 规格与容量

以袋装/桶装为主，料包丰富度是核心卖点（粉+菜包+酱包）。本月新品包装以 **袋装（9个，60%）**、**支装（2个，13%）** 为主，另有 双装、箱装、卷装；容量以 **斤** 计，档位分布为 2-5斤：2个。信号：线上呈「小规格高频随手买 + 大规格家庭囤」双轨，线下可对应货架「即时区 / 家庭区」分区，并以组合装承接囤货需求。

### ② 速食品类结构与口味

新品 速食品类集中在 **米线/米粉（67%）**、螺蛳粉，结构清晰；长尾项 无更长尾 亦有试水。口味以 **麻辣（40%）**、原味 为主；整体偏向「风味驱动 + 卖点强化」路线。

信号：主流速食品类已较拥挤，可关注头部未完全占位的细分（如长尾项）作为差异化切入点。

### ③ 品牌上新

本月上新最多品牌为**满小饱（8个，53%）**。螺蛳粉带动方便速食升级，风味与料包是差异化重点。信号：头部品牌推新节奏快，但中长尾品牌仍有上新型号，自有品牌可在其薄弱细分错位切入。

### ⑥ 原料 / 材质

本月新品原料 / 材质：**米粉（10个，67%）**、**螺蛳（1个，7%）**。原料构成反映品类升级方向（如坚果原料升级、乳制品奶源升级），可作自有品牌「原料故事」卖点。

### ⑦ 形态

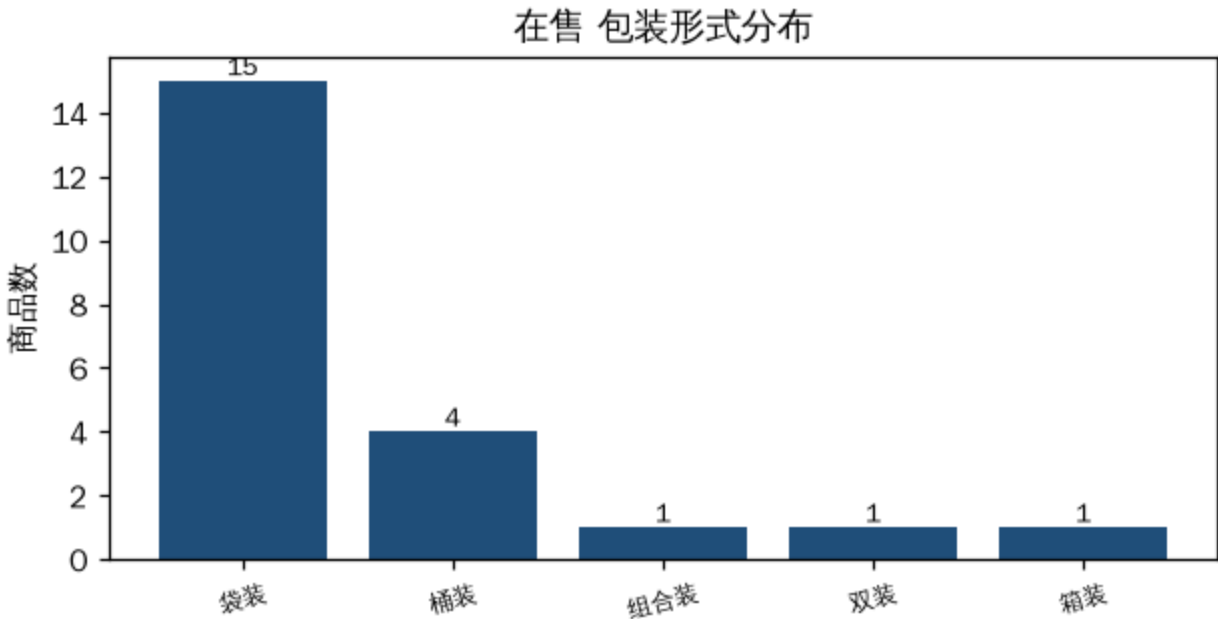
本月新品形态：**粉/丝（11个，73%）**、**块（1个，7%）**。形态创新（片 / 条 / 丸 / 块）对应不同食用场景与货架陈列，便于做场景化堆头。

### ⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上**其他方便米线/米粉**新品呈现「风味升级（螺蛳粉/米线料包丰富）」、「健康化（0添加/非油炸/低脂）」、「便捷化（开水即食/微波）」三条主线（对应行业标签库的「风味升级 / 健康化 / 便捷化」主线框架）。对线下的意义：① 货架按速食品类结构设专架，并预留「健康 / 风味」细分位；② 以家庭装 / 组合装承接囤货需求；③ 自有品牌优先验证「未被头部占位的细分 + 渠道成本优势 + 健康 / 风味升级」组合。

说明：趋势总结为**信号研判**，用于判断线上流行方向与开发机会，**不直接作为线下选品指令**（线上线下品类存在曲别）。

## □ 在售热销趋势总结（品牌格局 · 规格走量）



以下分析基于本月**22**个有效热销（占80%销售额头部梯队，已限定“其他方便米线/米粉”品类；榜单已按商品系列去重）。反映“当前线上在卖什么、谁在卖、什么规格在走量”。

## ① 品牌格局

有效热销共 **11** 个品牌，品牌头部品牌集中度较高（CR5=74% / CR10=96%）：头部品牌占据主要份额，但中长尾仍有上新型号，自有品牌可在其薄弱细分错位切入。

## ② 规格走量

在售包装以 **袋装（15个）、桶装（4个）** 为主；**≥5斤** 规格商品 **0** 个，是线上走量主力，对应线下家庭装 / 组合装承接策略。

口味以 **麻辣（5个）** 为主。

## ④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **其他方便米线/米粉** 在售热销呈现「头部品牌集中度较高 + 大规格走量」格局。对线下的意义：①② 在头部未完全垄断的细分（CR10<100%）以差异化自有品牌错位切入；③ 规格上优先对齐 **≥5斤** 等走量规格，降低试错成本。

说明：在售热销趋势总结为**竞争格局研判**，用于判断线上存量市场的集中度与走量规格，辅助自有品牌定价与规格决策。

## □ 自有品牌开发信号

- **品牌集中度**：CR5=74%/CR10=96%，头部品牌格局可进一步分析自有品牌切入点。
- **大包装/家庭装**：有效热销中 **≥5斤** 规格商品 **0** 个，是线上走量主力 → 自有品牌可主打对应家庭装规格。
- **行动**：建议优先验证"差异化细分 + 家庭装规格"自有品牌线。

说明：本雷达为**趋势信号**，用于判断线上流行方向与开发机会，**不直接作为线下选品指令**（线上线下品类存在曲别）。新品以"入选本月新品榜"为准。