

家居清洁 线上趋势雷达 · 2026年7月

数据来源：内容电商（直播等渠道）「个护家清/智能家居」类目月榜（热销+新品维度，已按业务品类「家居清洁」筛选（家居清洁用品）） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

56

有效热销（占80%销售额头部）

45

本月新品

2

新且热（新品∩热销榜）

19

在榜品牌数

69%

品牌CR5

85%

品牌CR10

新且热 TOP 2（本月新品且登上热销榜）

本月 45 个新品（已按商品系列去重）中，2 个同时登上热销榜。其中仅 2 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。

无图

新且热

×6

【刘涛同款】沫檬植物基浴室清洁剂厕所除臭马桶除菌玻璃去黄污垢43

品牌：沫檬 | 销售额：100w+ | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/14

无图

新且热

×2

管道疏通剂强力溶解下水道疏通神器溶解剂通强效堵塞除异味dp

品牌：活力28 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/14

纯新品观察 TOP 15（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

无图

纯新品

沫檬锅底除垢啫喱除黑烧焦油污厨具去污家用抛光除油XW

品牌：沫檬 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/11

无图

纯新品

除霉啫喱水厨房浴室玻璃胶条冰箱洗衣机胶圈专用家庭装

品牌：其它 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

×2

壳零去污清洁剂懒人多用途小白鞋浴室陶瓷水龙头玻璃水垢j

品牌：壳零 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/08

无图

纯新品

【黄子韬推荐】Cif晶杰泡泡除霉剂家用去霉点霉斑冰箱瓷砖清洁剂

品牌：cif/晶杰 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/20

无图

纯新品

【黄子韬推荐】泡泡水垢净除水垢墙面墙壁水槽五金浴室清洗剂新

品牌：cif/晶杰 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

【大鹰下水管道疏通剂】厨房管道祛味除臭坐便器下水道高效溶解剂

品牌：其它 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/01

无图

纯新品

老管家管道疏通剂强力溶解厨房下水道油污马桶堵塞地漏除臭去飞虫

品牌：老管家 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/17

无图

纯新品

地铺石清洁剂花岗岩大理石材清洁反碱渗色强力去污除垢小区物业用

品牌：悠济堂 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/17

无图

纯新品

×2

【家车两用】多用途汽车内饰清洗剂免水洗强力去污家车两用清洗剂

品牌：普路驰 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/17

无图

纯新品

【抑制李斯特菌】老管家冰箱厨电专用清洁剂喷雾除菌除异味清洗剂

品牌：老管家 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/16

无图

纯新品

×2

【异味克星】地漏下水道防返臭卫生间厕所厨房去味清新凝珠

品牌：欣焱 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/14

无图

纯新品

【安心除垢】童哆智食品级柠檬酸除垢剂调奶器热水壶去水垢清洗剂

品牌：童哆智 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

【升级款】洁宜佳除霉喷雾厨房浴室玻璃墙面胶圈除霉菌除霉斑专属

品牌：JOYA/洁宜佳 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/15

无图

纯新品

×2

迈洁斯香氛变色浴室慕斯泡泡卫生间马桶除菌除臭喷雾去污清洁剂C

品牌：迈洁斯 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/13

无图

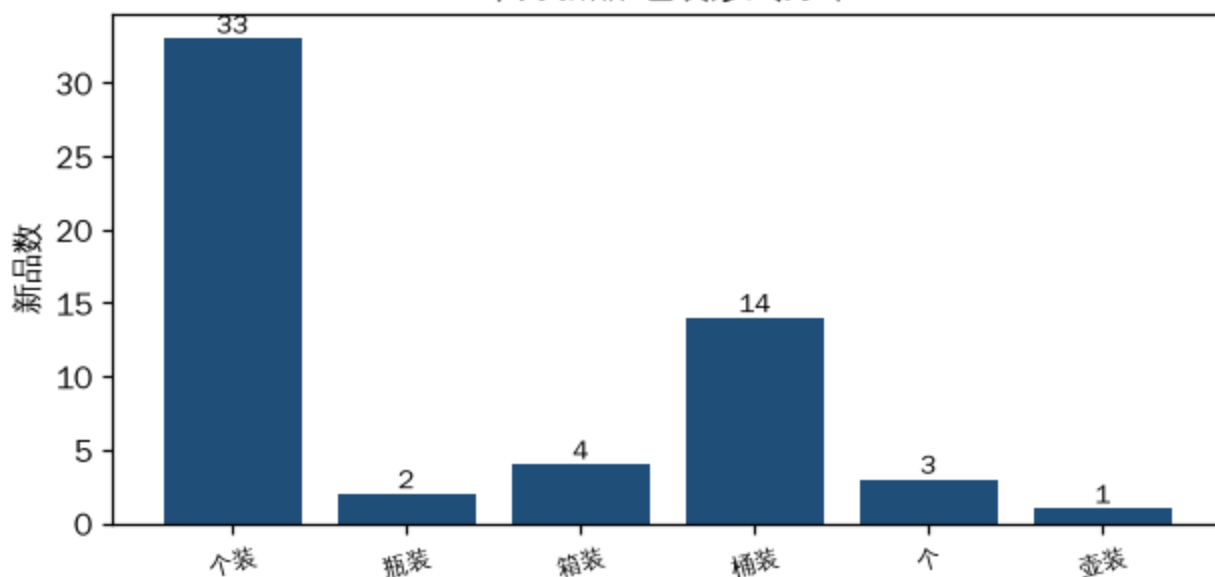
纯新品

妙洁萃植尚除垢清洁剂无毒懒人去污神器家用浴室清新蔓越莓提取物

品牌：妙洁 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/13

□ 本月新品趋势总结（规格·品牌上新·维度研判）

本月新品 包装形式分布



以下分析基于本月 **57** 个有销售额新品（新品榜，已限定“家居清洁”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

包装以袋装/瓶装/盒装为主，家庭装与替换装并行，部分品类（纸巾/湿巾）按抽/片计数销售。本月新品包装以 **个装（33个，58%）**、**瓶装（2个，4%）** 为主，另有 箱装、桶装、个、壶装；容量以 **ml** 计，档位分布为 500ml-1L：1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 功效卖点

新品未解析出明确子项结构细分，建议结合人工目检补充。功效卖点以 **去污/清洁（67%）**、杀菌/除菌、留香 为主；整体偏向「风味驱动 + 卖点强化」路线。

③ 品牌上新

本月上新最多品牌为 **沫檬（8个，14%）**。家居清洁与纸品头部集中，厨具/家纺品牌分散，材质升级（不锈钢/硅胶/棉麻）是差异化方向。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。

④ 功效 / 健康宣称

本月新品功效 / 健康宣称：**去污/清洁（38个，67%）**、**杀菌/除菌（14个，25%）**、**留香（5个，9%）** 等 5 类。健康化是线上新品的核心信号之一，可直接对应自有品牌「健康线」开发（如零添加 / 高蛋白 / 低脂）。

⑤ 香型

本月新品香型：**果香（4个，7%）**、**花香（1个，2%）**。风味差异化方向，适合做区域口味或细分香型切入，避开主流味型红海。

⑥ 原料 / 材质

本月新品原料 / 材质：**玻璃（15个，26%）、竹木（5个，9%）、陶瓷（4个，7%）**等4类。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

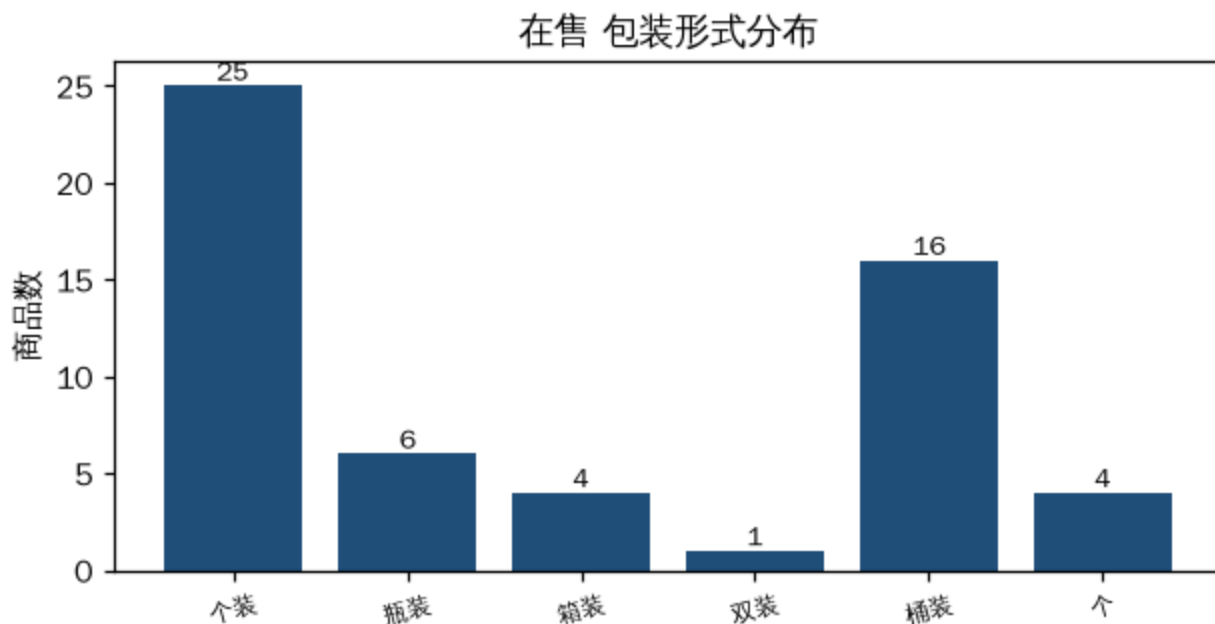
本月新品形态：**瓶（1个，2%）**。形态创新（片 / 条 / 丸 / 块）对应不同食用场景与货架陈列，便于做场景化堆头。

⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上**家居清洁**新品呈现「功能细分（去污/杀菌/收纳专业化）」、「材质升级（不锈钢/硅胶/环保材质）」、「场景化（厨房/卫浴/客厅专用）」三条主线（对应行业标签库的「功能细分 / 材质升级 / 场景化」主线框架）。对线下的意义：①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**56**个有效热销（占80%销售额头部梯队，已限定“家居清洁”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**19**个品牌，品牌头部品牌集中度较高（CR5=69% / CR10=85%）：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 **个装 (25个)**、**瓶装 (6个)** 为主；**≥1L** 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 **去污/清洁 (36个)** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **家居清洁** 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 **≥1L** 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=69%/CR10=85%，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 **≥1L** 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。