

普通白酒 线上趋势雷达 · 2026年7月

数据来源：内容电商（直播等渠道）「酒类」类目月榜（热销+新品维度，已按业务品类「普通白酒」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

613 有效热销（占80%销售额头部）	975 本月新品	92 新且热（新品∩热销榜）
180 在榜品牌数	25% 品牌CR5	40% 品牌CR10

新且热 TOP 15（本月新品且登上热销榜）

本月 975 个新品（已按商品系列去重）中，92 个同时登上热销榜。其中仅 49 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 赖世家四茆韵酱香型白酒大曲坤沙贵州老字号z53度500ml 品牌：赖世家 销售额：50w-100w 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/03	无图	新且热 ×2 金徽柔和【H3封狼居胥典藏版】整箱浓香优级自饮送礼45度500ml*4 品牌：金徽 销售额：50w-100w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/10
无图	新且热 董酒【仓播专属】密藏D9 董酱兼香型白酒50度微瑕 无盒介意勿拍50度 品牌：董酒 销售额：25w-50w 热销排名：#3 首次上架时间：2026/07/24	无图	新且热 董酒【仓播专属】密藏D3 董酱兼香型白酒50度微瑕 无盒介意勿拍50度 品牌：董酒 销售额：25w-50w 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/24
无图	新且热 ×2 顺品郎郎酒红顺 浓酱兼香型白酒整箱装送礼53度1L*4 品牌：顺品郎 销售额：25w-50w 热销排名：#5 首次上架时间：2026/07/18	无图	新且热 ×2 李渡高粱1975第一代【2024年份】经典元窖香白酒纯粮50.8度500ml 品牌：李渡 销售额：25w-50w 热销排名：#6 首次上架时间：2026/07/22
无图	新且热 五粮液官方出品一见倾心狮子座浓香型白酒超值购29度500mL/瓶	无图	新且热 五粮液美加墨世界杯冠军纪念酒52度500ml

品牌：WULIANGYE/五粮液 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/23

品牌：WULIANGYE/五粮液 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/18

无图

新且热

董酒【仓播专属】密藏D6 董浓兼香型白酒50度微瑕 无盒介意勿拍50度

品牌：董酒 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/23

无图

新且热

五粮液官方出品一见倾心狮子座浓香型白酒超值购29度100mL/瓶

品牌：WULIANGYE/五粮液 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/22

无图

新且热

董酒【仓播专属】密藏D9 董浓兼香型白酒50度微瑕 无盒介意勿拍50度

品牌：董酒 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/23

无图

新且热

五粮液八代·美加墨世界杯官方联名7号+10号传奇号码瓶52度500ml

品牌：WULIANGYE/五粮液 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/09

无图

新且热

qingantai/青案台5升大桶贵州53度酱香型白酒口粮酒高粱酒53度

品牌：qingantai/青案台 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/01

无图

新且热

口子窖【天青色大头瓶】经典口粮 兼香型白酒50度500ml

品牌：口子窖匠心 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/02

无图

新且热

×2

金不换42/52度 纯粮固态浓香双轮优级 2.5L/桶 绿色食品 52度

品牌：金不换 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/11

□ 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

JIAO PO/焦陂【50.6度】徽商藏20兼香型白酒50.6度500ml*6瓶

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

JIAO PO/焦陂徽商藏30兼香型白酒52度500ml*6瓶

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

摘要【山水圣人】2021年 摆柜收藏优级酱香白酒53度500ml

无图

纯新品

摘要【黄金版】2022年 老酒微瑕酱香型白酒2瓶53度750ml

品牌：ZHAIYAO/摘要酒 | 销售额：
5w-10w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/25

品牌：ZHAIYAO/摘要酒 | 销售额：
5w-10w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/25

无图

纯新品

摘要【珍品版】一代21年 微瑕53度500ml

品牌：其它 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

西凤酒1989金奖老绿瓶2021生产库存有限 售完即止45度500ml

品牌：西凤 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

JIAO PO/焦陂黄山天都浓香型白酒60.8度1000ml*3坛

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/22

无图

纯新品

尚沽坊53°酱香型高端口粮酒！送礼自饮都可以53%Vol500ml*6瓶

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

无图

纯新品

JIAO PO/焦陂【陶瓶礼盒】老焦陂6瓶浓香型50度500ml

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

摘要【2022年珍品】二代 轻微瑕疵 老酒 酱香型白酒53度500ml

品牌：ZHAIYAO/摘要酒 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

×2

闯王尚品 浓香型白酒 优级55度500ml55度

品牌：闯王 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/04

无图

纯新品

×2

JIAO PO/焦陂红特浓香型42度500ml单瓶42度500ml

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

JIAO PO/焦陂老窖20坛52度浓香型白酒52度2500ml

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

JIAO PO/焦陂老窖8浓香型42度500ml单瓶42度500ml

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/02

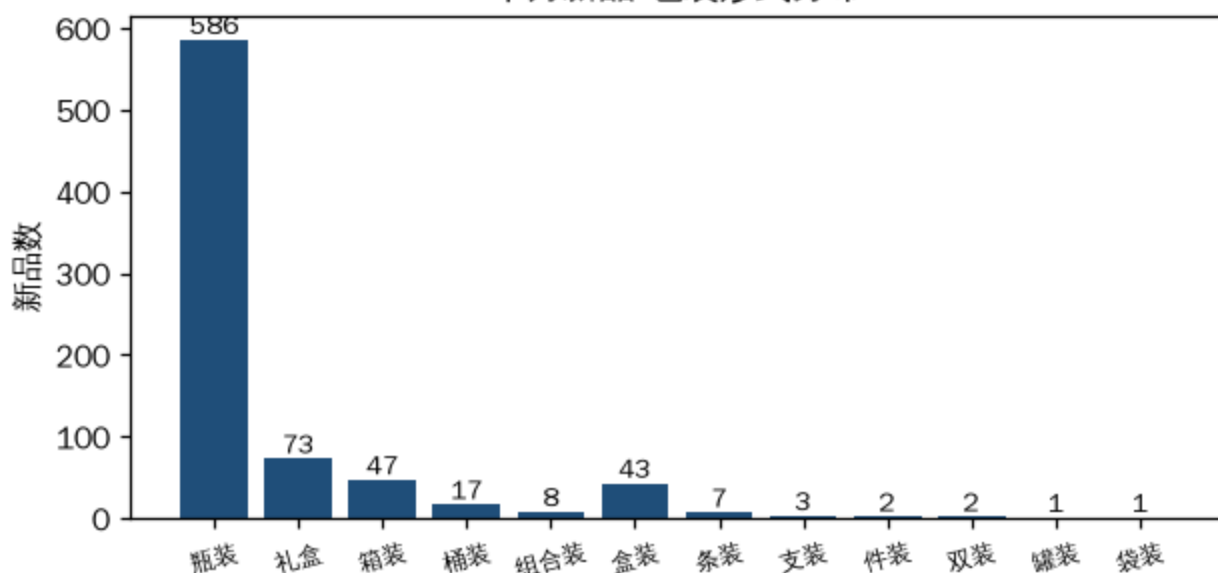
无图

纯新品

JIAO PO/焦陂【42度】徽商藏20兼香型42度500ml*6瓶

品牌：JIAO PO/焦陂 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/02

本月新品 包装形式分布



以下分析基于本月 **790** 个有销售额新品（新品榜，已限定“普通白酒”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

以瓶装按容量（ml，常见 500ml/375ml）销售，礼盒装在节令（中秋/年货）明显。本月新品包装以 **瓶装（586个，74%）**、**礼盒（73个，9%）** 为主，另有 箱装、桶装、组合装、盒装、条装、支装、件装、双装、罐装、袋装；容量以 **ml** 计，档位分布为 ≤200ml：73个、200-500ml：49个、500ml-1L：410个、≥1L：22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 风味

新品未解析出明确 酒种 细分，建议结合人工目检补充。风味以 **原味（5%）**、醇香、青梅 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 **郎酒（46个，6%）**。果酒/低度酒新品活跃，风味创新（青梅/桂花）是切入方向。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：**微醺/低度（50个，6%）**。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：**酱香（283个，36%）**、**浓香（178个，23%）**、**兼香/复合香（79个，10%）** 等 6 类。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

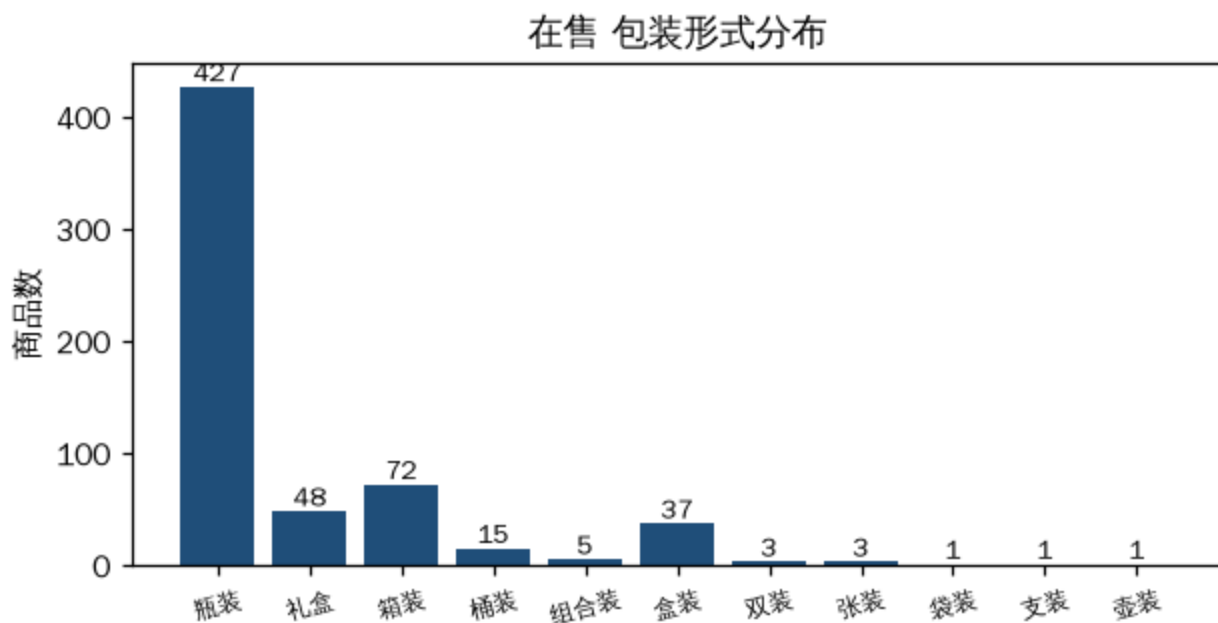
本月新品原料 / 材质：**高粱（18个，2%）**、**青梅/梅子（2个，0%）**、**水果（1个，0%）**。原料构成反映品类升级方向（如坚果原料升级、乳制品奶源升级），可作自有品牌「原料故事」卖点。

⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上 **普通白酒** 新品呈现「低度化（微醺/小酒/果酒）」、「风味化（青梅/桂花/花香）」、「年轻悦己化（小瓶/高颜值）」三条主线（对应行业标签库的「低度化 / 风味化 / 年轻悦己化」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 **613** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“普通白酒”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 **180** 个品牌，品牌品牌格局相对分散（CR5=25% / CR10=40%）：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 **瓶装（427个）**、**礼盒（48个）** 为主；**≥1L** 规格商品 **20** 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 **原味（34个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **普通白酒** 在售热销呈现「品牌格局相对分散 + 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=25%/CR10=40%，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 **20** 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**（线上线品类存在曲别）。新品以"入选本月新品榜"为准。