

果酒 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「果酒」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

51
有效热销（占80%销售额头部）

95
本月新品

5
新且热（新品∩热销榜）

26
在榜品牌数

59%
品牌CR5

77%
品牌CR10

新且热 TOP 5（本月新品且登上热销榜）

本月 95 个新品（已按商品系列去重）中，5 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 ×4 【爆款组合】旺旺龙井青梅泡酒 300天古法浸泡酸甜解腻露营约会微醺 品牌：WANT-WANT/旺旺 销售额：10w-25w 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/04	无图	新且热 莫斯卡托芒果气泡果酒750ml微醺 氛围感果酒野餐约会低度甜酒 品牌：维克山谷 销售额：5w-10w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/20
无图	新且热 ×2 汾酒竹叶青蜜桃桂花青梅低度微醺（汾酒青花果汁）3口味组合装 品牌：汾酒 销售额：2.5w-5w 热销排名：#3 首次上架时间：2026/07/15	无图	新且热 梅见原味青梅酒550mL*3瓶低度微醺高颜值酒梅子酒果酒聚会餐饮 品牌：梅见 销售额：2.5w-5w 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/13
无图	新且热 供销社葡萄酒东北坡12度原汁国产野生山葡萄东北特产童年味道包邮 品牌：东北坡 销售额：1w-2.5w 热销排名：#5 首次上架时间：2026/07/05		

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

漫时刻夏日微醺果酒188ml*4瓶/8瓶 清爽甘甜八口味高颜值5度甜酒

品牌：漫时刻 | 销售额：100w+ | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

漫时刻繁花似锦果酒礼盒300ml*4瓶微醺清爽中式果酒送礼自饮6.5度

品牌：漫时刻 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/22

无图

纯新品

【刘婉柠专属】威兰特果小酒低度微醺甜酒果味果酒

品牌：威兰特果小酒 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/20

无图

纯新品

【山乘酿造】复刻贵州冰浆系列果泥西打果酒杨梅芙蓉李&黄瓜青芒

品牌：山乘酿造 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/20

无图

纯新品

锐澳微醺多口味果酒清爽/微醺/冰冻/柚子风味果酒24罐组合

品牌：RIO/锐澳 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

72度宁夏特产果香型葡萄烈酒爆款经典500ml加强型葡萄烈酒

品牌：帝月 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/08

无图

纯新品

颐然【送蝴蝶杯】桑葚黑枸杞酒520ml古风葫芦瓶特型黄酒工艺微醺酒

品牌：颐然 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/07

无图

纯新品

四瓶4.5度荔枝气泡果酒微醺鸡尾酒聚会晚安甜酒团建聚餐约会

品牌：礼想纪 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/06

无图

纯新品

if10瓶装【赠酒杯*4】果酒椰子芭乐蜜桃柠檬蓝莓微醺女士低度高颜值

品牌：if | 销售额：5000-1w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/28

无图

纯新品

玫帝尔菠萝酒组合微醺果酒莫斯卡托甜酒/话梅菠萝起泡酒清爽好喝

品牌：玫帝尔 | 销售额：5000-1w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/26

无图

纯新品

汇源真发酵非浸泡低度微醺起泡酒全新升级清爽甜口女生果酒

品牌：汇源 | 销售额：5000-1w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/22

无图

纯新品

【8瓶装+礼遇酒杯*4】威兰特果小酒低度微醺小甜酒果味果酒

品牌：其它 | 销售额：5000-1w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/20

无图

纯新品

制乐厂冰麒麟西瓜水蜜桃西打果酒HPP西瓜汁低度微醺果果果汁

无图

纯新品

桑姆正宗桑葚酒12度微醺桑葚鲜果原汁发酵甜型果酒2.5L大桶装

啤酒

品牌：制乐厂 | 销售额：5000-1w |
热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/17

品牌：SANGMU/桑姆 | 销售额：
5000-1w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/16

无图

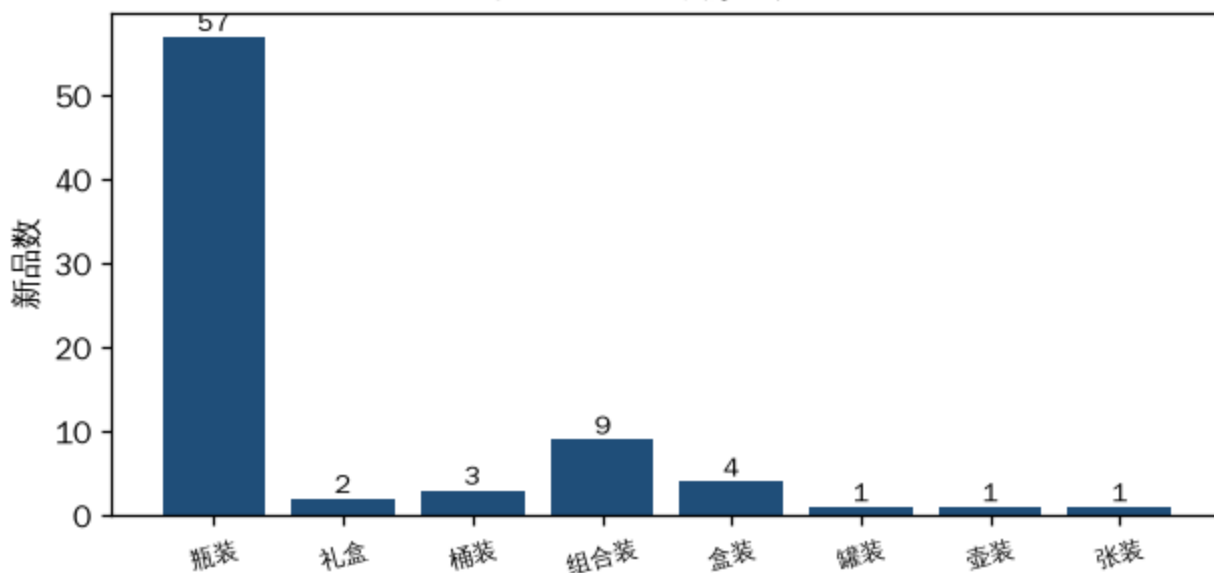
纯新品

新疆沙地酒庄【官方黑标沙地旗舰店】砂糖橘气泡果酒甜酒735ml
6度

品牌：SANDYLAND/沙地酒庄 | 销售
额：5000-1w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/11

□ 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 **78** 个有销售额新品（新品榜，已限定“果酒”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（57个，73%）**、**礼盒（2个，3%）** 为主，另有 桶装、组合装、盒装、罐装、壶装、张装；容量以 **ml** 计，档位分布为 ≤200ml：1个、200-500ml：11个、500ml-1L：19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 **青梅（35%）**、原味、桂花 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 **WANT-WANT/旺旺** (7个, 9%)。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** (61个, 78%)。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)。

⑥ 原料 / 材质

本月新品原料 / 材质: **水果** (59个, 76%)、**青梅/梅子** (27个, 35%)、**糯米** (1个, 1%)。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。

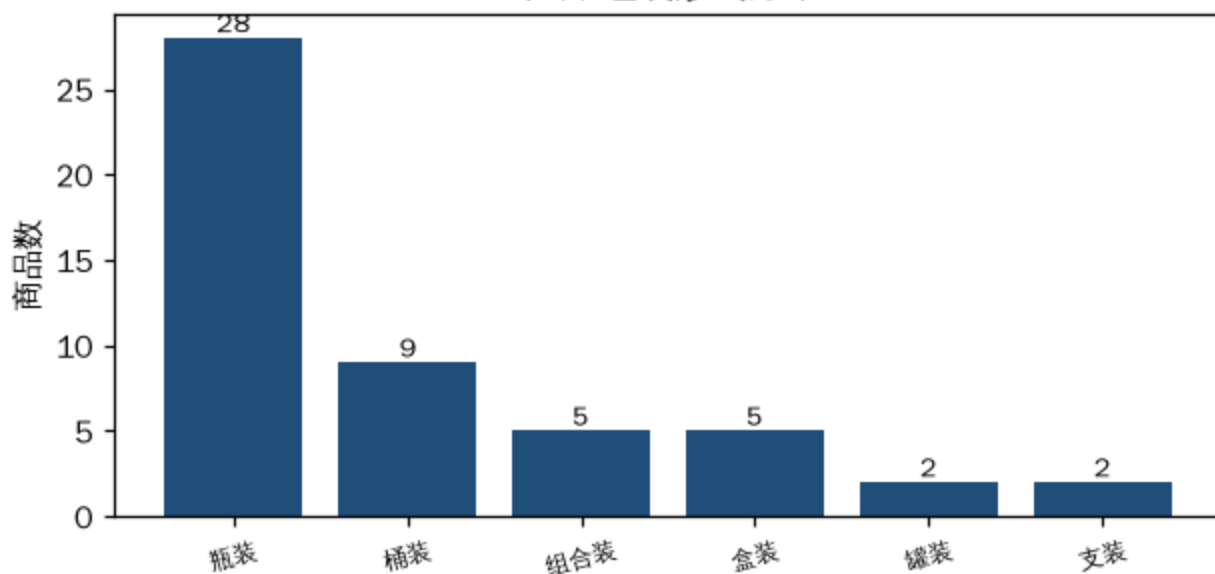
⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看, 本月线上 **果酒** 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** (线上线品类存在曲别)。

□ 在售热销趋势总结 (品牌格局 · 规格走量)

在售 包装形式分布



以下分析基于本月 **51** 个有效热销 (占 80% 销售额头部梯队, 已限定“果酒”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 **26** 个品牌，品牌头部有一定集中度、中腰部仍有空间（CR5=59% / CR10=77%）：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（28个）**、**桶装（9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 **青梅（15个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **果酒** 在售热销呈现「头部有一定集中度、中腰部仍有空间 + 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=59%/CR10=77%，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。