

毛巾 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「毛巾」筛选（毛巾）） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐



新且热 TOP 1（本月新品且登上热销榜）

本月 13 个新品（已按商品系列去重）中，1 个同时登上热销榜。其中仅 1 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

抢！【5条】珊瑚绒毛巾成人儿童
不掉毛吸水洗脸巾洗澡家用超软

品牌：捷途 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/24

纯新品观察 TOP 12（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

无图

纯新品

金号纯棉7A级抗菌浴巾柔软吸水
不掉毛家用男女全棉独立包装成人

品牌：KING SHORE/金号 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

金号毛巾纯棉7A抗菌面巾无捻纱
柔软吸水亲肤新疆棉家用可挂式

品牌：KING SHORE/金号 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/27

无图

纯新品

洁丽雅菠萝格浴巾超大洗澡裹巾
柔软吸水舒适透气成人家用毛巾大号

品牌：grace/洁丽雅 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/26

无图

纯新品

金号【小蜂巢速干运动巾】纯棉
吸汗透气柔软抗菌跑步打球户外运动

品牌：KING SHORE/金号 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/18

无图

纯新品

【7A抗菌米菲72*34cm纯棉毛巾】金号防臭毛巾成人吸水透气洗脸巾

品牌：KING SHORE/金号 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/15

无图

纯新品

山下的家黄金比例汉麻棉毛巾浴巾加厚速干吸水擦脸巾柔软舒适裹巾

品牌：山下的家 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/06

无图

纯新品

【7A抗菌纯棉浴巾】金号凯斯哈林联名纯棉加厚洗澡浴巾柔软吸水防臭

品牌：KING SHORE/金号 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/25

无图

纯新品

×2

新款5条装7A抗菌毛巾情侣家用洗脸面巾柔软速干强吸水不掉毛加厚

品牌：捷途 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/13

无图

纯新品

夏季华夫格浴巾速干10A抗菌男女三利家用裹巾吸水不掉毛情侣毛巾

品牌：SANLI/三利 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

博初慧纯棉毛巾抗菌家用吸水不掉毛亲肤速干男女加大加厚洗脸巾

品牌：博初慧 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

paul frank/大嘴猴10A抗菌100%纯棉毛圈吸水毛巾家用学生洗脸洗澡

品牌：Paul Frank/大嘴猴 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/01

无图

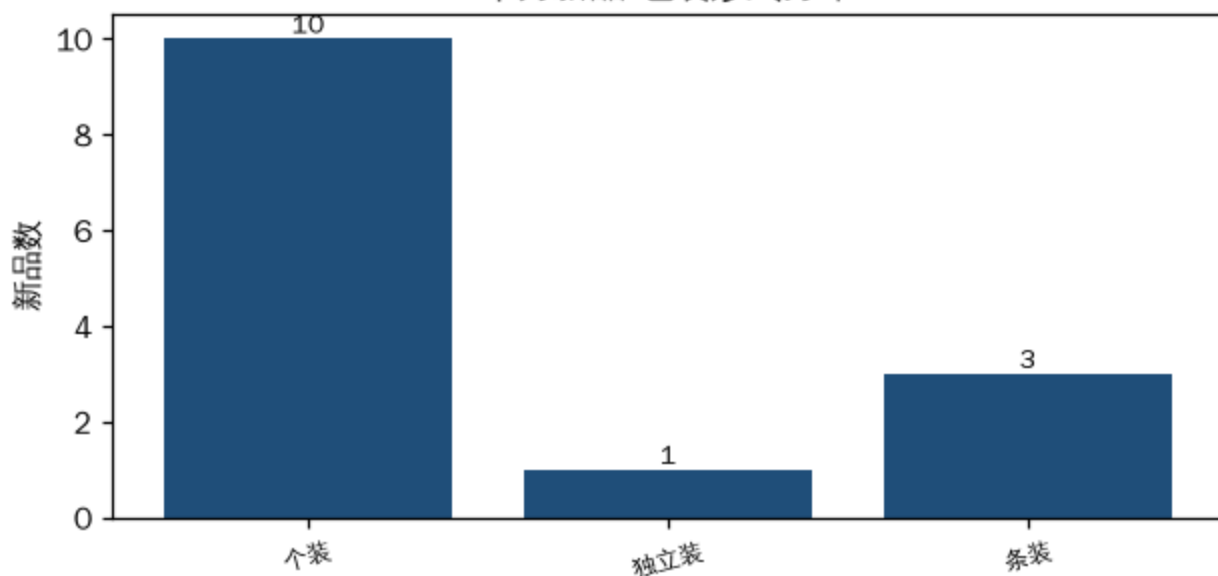
纯新品

毛毛雨大尺寸毛巾比纯棉吸水亲肤柔软速干家居多色洗澡巾2026新款

品牌：毛毛雨 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/03

□ 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 **14** 个有销售额新品（新品榜，已限定“毛巾”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（10个，71%）**、**独立装（1个，7%）** 为主，另有 **条装**。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 **杀菌/除菌（71%）**、**加厚/耐用** 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 **KING SHORE/金号（5个，36%）**。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：**杀菌/除菌（10个，71%）**、**加厚/耐用（5个，36%）**。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：**棉（14个，100%）**。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。

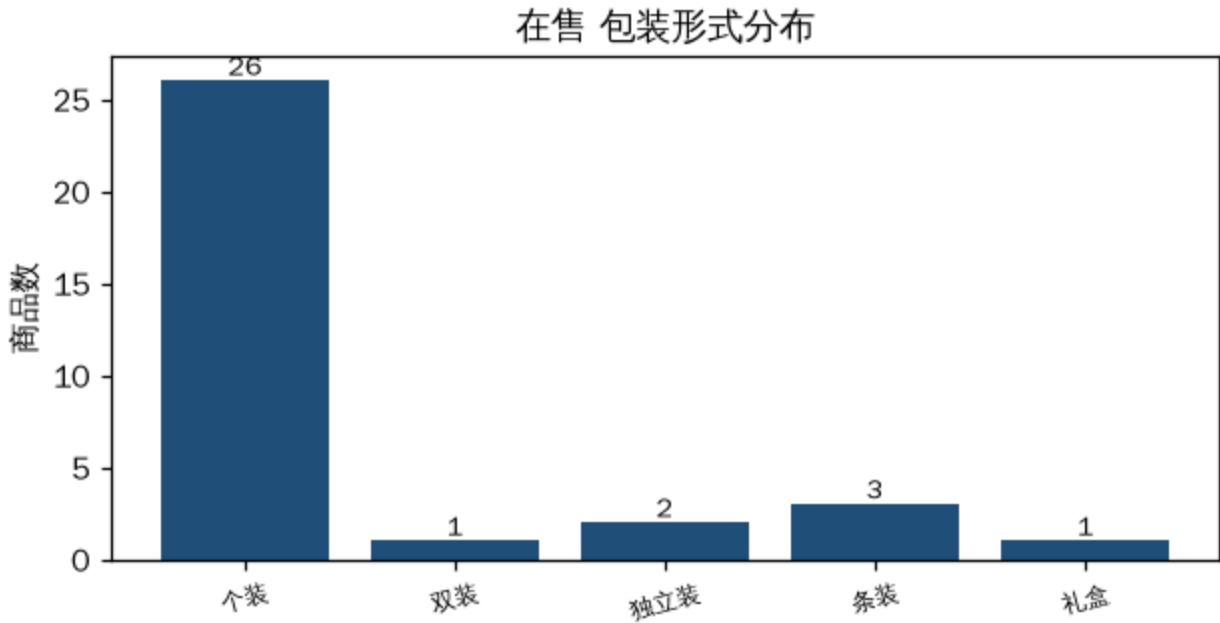
⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上 **毛巾** 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 **33** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“毛巾”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 **15** 个品牌，品牌头部品牌集中度较高（CR5=67% / CR10=87%）：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（26个）**、**双装（1个）** 为主；**大包装** 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 **杀菌/除菌（26个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **毛巾** 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 **大包装** 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=67%/CR10=87%，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 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**（线上线品类存在曲别）。新品以"入选本月新品榜"为准。