

烹饪锅具 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「烹饪锅具」筛选（炒锅/奶锅/煎锅/蒸锅）） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

118

有效热销（占80%销售额头部）

69

本月新品

11

新且热（新品∩热销榜）

48

在榜品牌数

37%

品牌CR5

55%

品牌CR10

新且热 TOP 11（本月新品且登上热销榜）

本月 69 个新品（已按商品系列去重）中，11 个同时登上热销榜。其中仅 10 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 Konka/康佳钛瓷不粘炒锅炒菜锅家用全灶具通用平底锅轻烟少油 品牌：KONKA/康佳 销售额：100w+ 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/17	无图	新且热 【发布会新品】康巴赫炫彩可立三层钢高压锅官方正品款120kPa压力锅 品牌：KBH/康巴赫 销售额：100w+ 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/24
无图	新且热 【赵露思同款】双立人钛铁锅厨具套装钛铁炒锅钛金刀具汤蒸锅珐琅锅 品牌：ZWILLING/双立人 销售额：100w+ 热销排名：#3 首次上架时间：2026/07/25	无图	新且热 ×2 【发布会新品】康巴赫钛香铁锅二代家用无涂层炒锅平底防锈炒菜锅 品牌：KBH/康巴赫 销售额：100w+ 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/18
无图	新且热 【补贴】三禾0涂层100%钛板炒锅平底多功能不粘纯钛锅 品牌：SANHO/三禾 销售额：100w+ 热销排名：#5 首次上架时间：2026/07/16	无图	新且热 康佳钛珐琅锅微压锅7L大容量炖锅炖肉锅汤锅电磁炉燃气通用煮锅 品牌：KONKA/康佳 销售额：100w+ 热销排名：#6 首次上架时间：2026/07/22
无图	新且热 ×5 【第四代】中康极铁锅防锈王精铁0涂层家用免开锅不挑炉灶	无图	新且热 【帝伯朗官方】帝伯朗零氟系列浮光氧吧锅32CM

32cm套装

品牌：中康 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/04

品牌：TIBORANG/帝伯朗 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/12

无图

新且热

×2

BOLIREN/铂力人铂力人爆款煎锅18/10不锈钢实用炒锅家用厨房

品牌：BOLIREN/铂力人 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/06

无图

新且热

【展会爆款升级微压】铂力人辅食小奶锅18/10L不锈钢家用防溢带蒸笼

品牌：BOLIREN/铂力人 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/22

无图

新且热

staub/珐宝珐琅铸铁锅圆形单柄煎锅松露白平底锅法国进口锅具16cm

品牌：staub/珐宝 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/02

□ 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

【国补】苏泊尔压力锅304不锈钢高压锅家用5L燃气电磁炉最新款防爆

品牌：SUPOR/苏泊尔 | 销售额：100w+ | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/10

无图

纯新品

×2

【郭涛推荐】烹帝龙鳞纹0涂层大肚锅家用不锈钢锅不粘锅传家锅炒锅

品牌：cookdi/烹帝 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

staub/珐宝珐琅锅铸铁锅法国进口圆形迷你一人食mini小锅具10cm

品牌：staub/珐宝 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

【万士烧-锦鲤】高颜值炖锅砂锅煲汤明火耐高温家用辅食锅汤锅土锅

品牌：万士烧 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/21

无图

纯新品

【抖音专属新品】铁娃公社吨吨锅手工锻打无涂层熟铁不粘锅传家锅

品牌：铁娃公社 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/21

无图

纯新品

【万士烧-子母锅】土锅高颜值创意家用加厚煲汤波点砂锅厨房高温

品牌：万士烧 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/21

无图

纯新品

ASD/爱仕达钛锅高档烹饪不粘锅
燃气纯钛炒锅多功能家用炒菜锅
GB

品牌：ASD/爱仕达 | 销售额：25w-
50w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/17

无图

纯新品

×2

迈巴勒钛空仓不粘炒锅多功能家
用炒锅电磁炉燃气灶通用26CM

品牌：迈巴勒 | 销售额：25w-50w |
热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

staub/珐琅锅铸铁锅橄榄叶
图案多用锅法国进口锅16cm 苜蓿
绿

品牌：staub/珐琅 | 销售额：25w-50w
| 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

venturestar【新款微压】德国7L
三层钢一体成型原味蒸锅32厘米
加厚

品牌：venturestar | 销售额：10w-25w
| 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/30

无图

纯新品

×2

BOLIREN/铂力人爆款煎锅18/10
不锈钢实用炒锅家用厨房平底

品牌：BOLIREN/铂力人 | 销售额：
10w-25w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

【全国新疆包邮】家用带提手蒸
盘多功能隔水蒸屉蒸包子蒸蛋万
能蒸架

品牌：SAK/狮傲康 | 销售额：10w-
25w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/19

无图

纯新品

膳魔师高压锅家用燃气电磁炉通
用旗舰款防爆不锈钢压力锅2026
新款

品牌：THERMOS/膳魔师 | 销售额：
10w-25w | 热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/16

无图

纯新品

×2

BOLIREN/铂力人微压小奶锅不锈
钢蒸煮锅厨房用品烹饪锅具厨具
家用

品牌：BOLIREN/铂力人 | 销售额：
10w-25w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/14

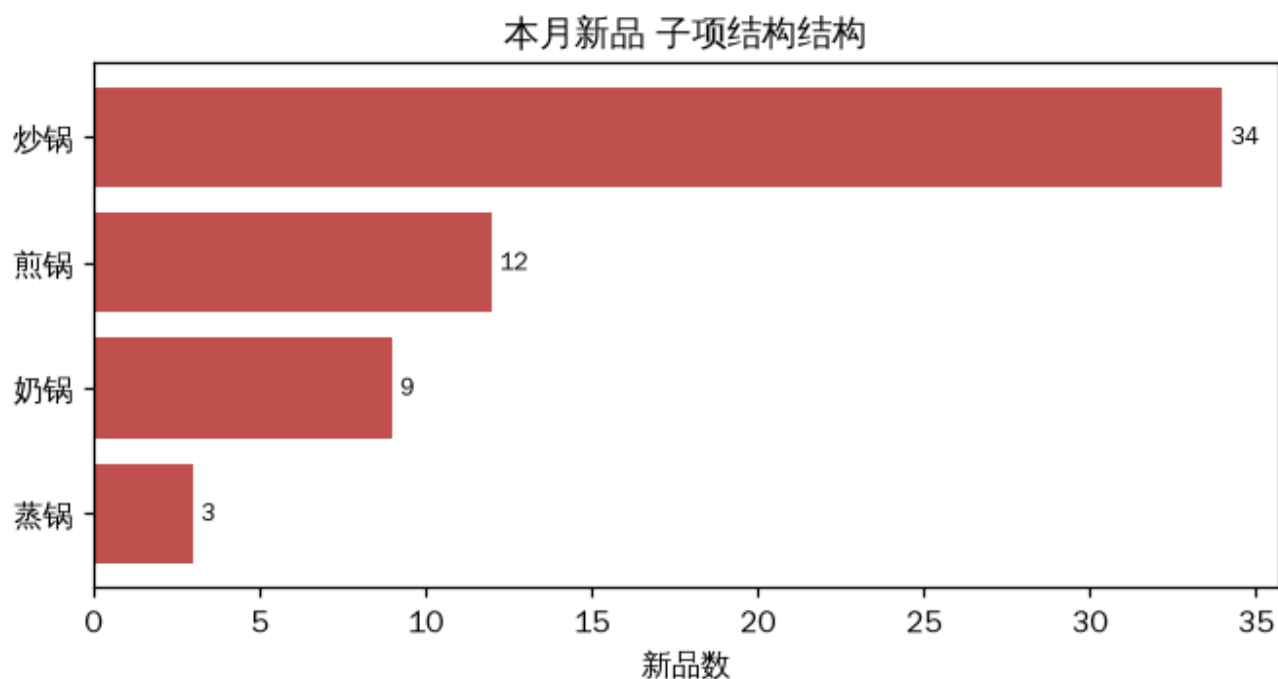
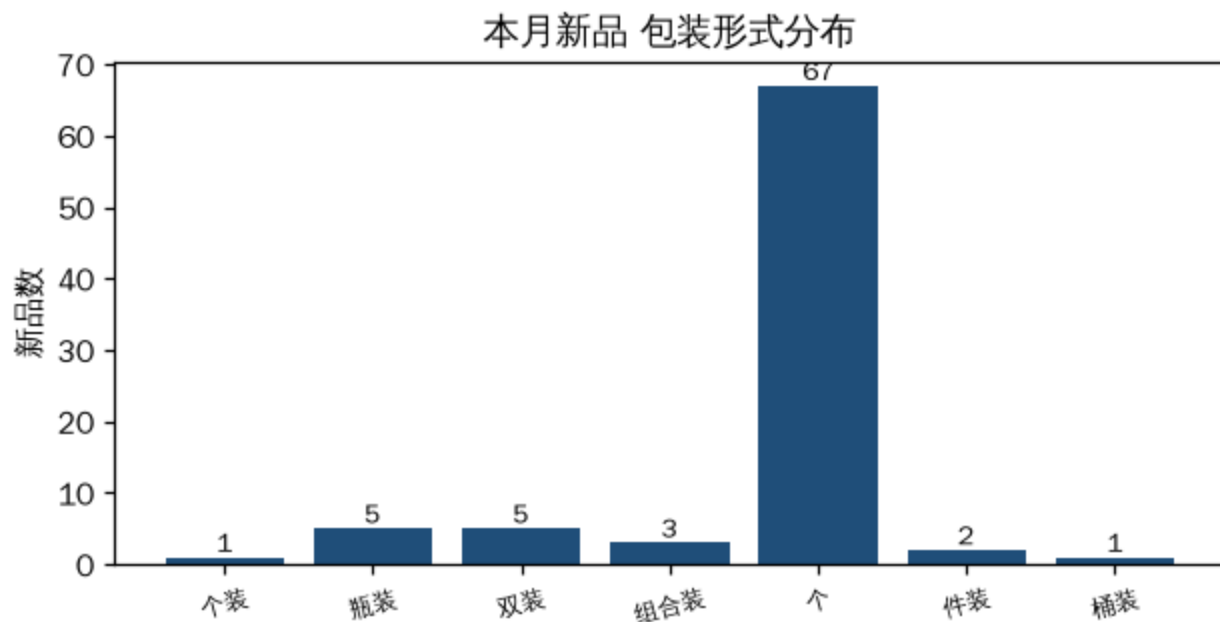
无图

纯新品

苏泊尔第六代真不锈极铁炒锅无
涂层家用不粘锅天然气电磁炉通
用锅

品牌：SUPOR/苏泊尔 | 销售额：10w-
25w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/10

□ 本月新品趋势总结（规格·子项结构·品牌上新·维度研判）



以下分析基于本月 **84** 个有销售额新品（新品榜，已限定“烹饪锅具”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（1个，1%）**、**瓶装（5个，6%）** 为主，另有 **双装**、**组合装**、**个**、**件装**、**桶装**；容量以 **L** 计，档位分布为 $\geq 5L$ ：4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 子项结构结构与 功效卖点

新品子项结构集中在**炒锅 (40%)**、煎锅、奶锅，结构清晰；长尾项 蒸锅 亦有试水。功效卖点以**耐高温 (7%)**、加厚/耐用、环保/可降解 为主；整体偏向「风味驱动 + 卖点强化」路线。

信号：主流子项结构已较拥挤，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 **BOLIREN/铂力人 (8个, 10%)**。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：**加厚/耐用 (3个, 4%)**、**环保/可降解 (1个, 1%)**。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

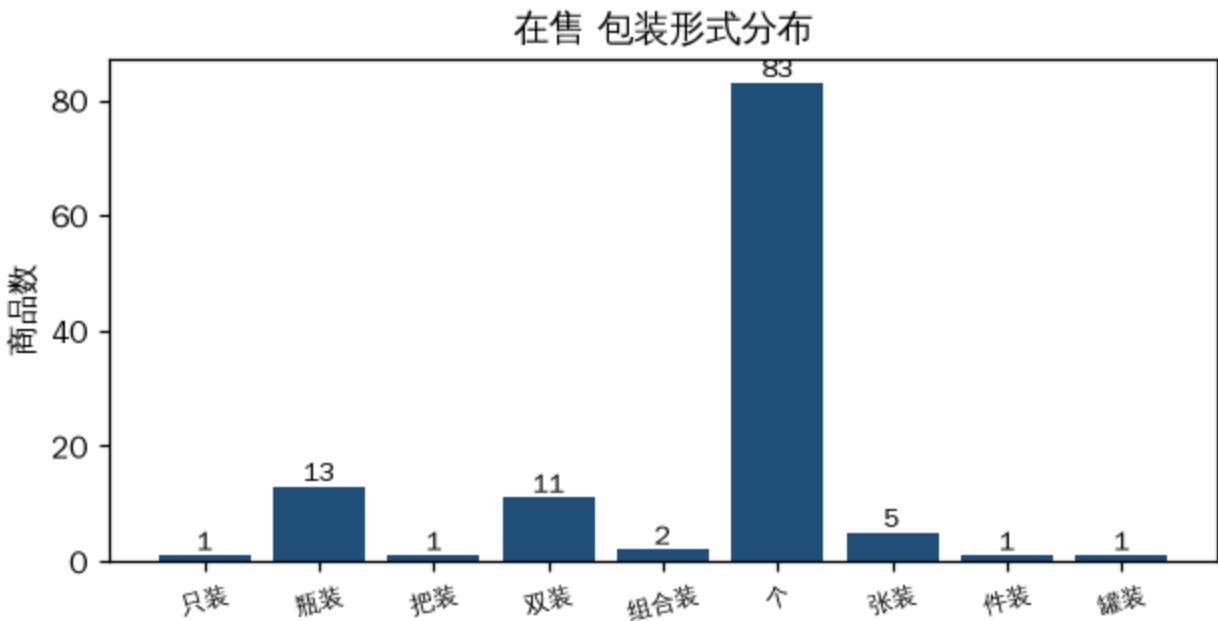
本月新品原料 / 材质：**不锈钢 (17个, 20%)**、**陶瓷 (7个, 8%)**、**竹木 (1个, 1%)**。原料构成反映品类升级方向（如坚果原料升级、乳制品奶源升级），可作自有品牌「原料故事」卖点。

⑧ 综合研判 & 开发启示

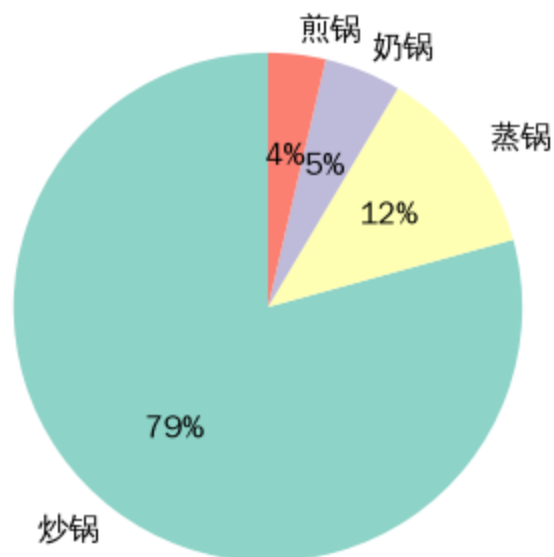
综合来看，本月线上**烹饪锅具**新品呈现「功能细分（去污/杀菌/收纳专业化）」、「材质升级（不锈钢/硅胶/环保材质）」、「场景化（厨房/卫浴/客厅专用）」三条主线（对应行业标签库的「功能细分 / 材质升级 / 场景化」主线框架）。对线下的意义：① 货架按子项结构结构设专架，并预留「健康 / 风味」细分位；② 以家庭装 / 组合装承接囤货需求；③ 自有品牌优先验证「未被头部占位的细分 + 渠道成本优势 + 健康 / 风味升级」组合。

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**（线上线品类存在曲别）。

□ 在售热销趋势总结（品牌格局 · 规格走量 · 子项结构结构）



在售子项结构结构



以下分析基于本月 **118** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“烹饪锅具”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 **48** 个品牌，品牌品牌格局相对分散（CR5=37% / CR10=55%）：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 **只装（1个）**、**瓶装（13个）** 为主；**≥5L** 规格商品 **12** 个，是线上走量主力，对应线下家庭装 / 组合装承接策略。

③ 子项结构结构（在售）

在售子项结构以 **炒锅（65个，占79%）** 为主，结构清晰。

口味以 **加厚/耐用（14个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **烹饪锅具** 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：① 货架按子项结构结构设专架，主推头部同款大规格承接走量；② 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 **≥5L** 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。

- **品牌集中度**：CR5=37%/CR10=55%，头部未绝对垄断，中腰部存在差异化切入空间；当前在售头部子项结构为**炒锅**（占 79.0%）。
- **大包装/家庭装**：有效热销中 **≥5L** 规格商品 **12** 个，是线上走量主力 → 自有品牌可主打对应家庭装规格。
- **子项结构机会**：主流子项结构竞争激烈，宜切入**未被头部完全占位的细分**（如子项结构结构中的长尾项）。
- **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。