

牛肉零食 线上趋势雷达 · 2026年7月

数据来源：内容电商（直播等渠道）「食品饮料」类目月榜（热销+新品维度，已按业务品类「牛肉零食」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

46

有效热销（占80%销售额头部）

15

本月新品

1

新且热（新品∩热销榜）

32

在榜品牌数

31%

品牌CR5

51%

品牌CR10

新且热 TOP 1（本月新品且登上热销榜）

本月 15 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

【54%高蛋白含量】不集牛肉脆
牛排脆牛肉干薄脆片解馋零食开
袋即食

品牌：不集 | 销售额：100w+ | 热销
排名：#1
首次上架时间：2026/07/06

纯新品观察 TOP 14（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

无图

纯新品

豆记古法卤牛肉深夜下酒小零食
充饥解馋追剧休闲熟食卤味代餐Z

品牌：豆记 | 销售额：10w-25w | 热
销排名：#1
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

内蒙古牛肉干手撕风干牛肉干真
空散装称重独立装零食特产

品牌：塞外昭君 | 销售额：10w-25w
| 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/03

无图

纯新品

罗城【牛板筋】四川老字号非遗
技艺零食下酒菜香辣烧烤牛筋计
量称重

品牌：luocheng/罗诚 | 销售额：10w-
25w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/01

无图

纯新品

内蒙古牛肉筋牛肉干边角料筋头
巴脑肥瘦相间零食特产125g下酒
菜

品牌：其它 | 销售额：5w-10w | 热销
排名：#4
首次上架时间：2026/07/04

无图

纯新品

【超值5袋】内蒙古酱牛肉新鲜现
卤真空小包装开袋即食特产卤牛
肉

品牌：其它 | 销售额：2.5w-5w | 热
销排名：#5
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

【新】云南特产西盟佤族美食佤
味特色麻辣大杂烩500克/800克

品牌：佤味王家酱 | 销售额：2.5w-5w
| 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

【1000g】可可西里藏牦牛肉干
250g*4西藏青海清真解馋零食

品牌：KEKE XILI/可可西里 | 销售额：
2.5w-5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/15

无图

纯新品

狮乐购避风塘咸蛋黄牛胸口脆片
肥瘦相间牛肉干露营宿舍办公室
零食

品牌：狮乐购 | 销售额：1w-2.5w |
热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/21

无图

纯新品

荷美尔×绝区零 肉肉零食联名三联
包+夏日周边套组

品牌：HORMEL/荷美尔 创于1891 | 销
售额：1w-2.5w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/13

无图

纯新品

明正卤家匠牛腱五香开袋即食配
料干净健身饱腹清真非遗100g袋

品牌：明正 | 销售额：1w-2.5w | 热
销排名：#10
首次上架时间：2026/07/12

无图

纯新品

【七成干】内蒙古清真风干牛肉
干手撕即食草原特产孕妇零食小
吃

品牌：其它 | 销售额：1w-2.5w | 热
销排名：#11
首次上架时间：2026/07/09

无图

纯新品

内蒙古草原酱牛肉牛腱子肉真空
熟食卤轻盐新鲜健康即食

品牌：VOLCANIC CATTLE/火山牛 |
销售额：1w-2.5w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/07

无图

纯新品

【厂家直销】内蒙古酱牛肉 真空
包装即食特产美食肉类零食

品牌：星华源 | 销售额：1w-2.5w |
热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/06

无图

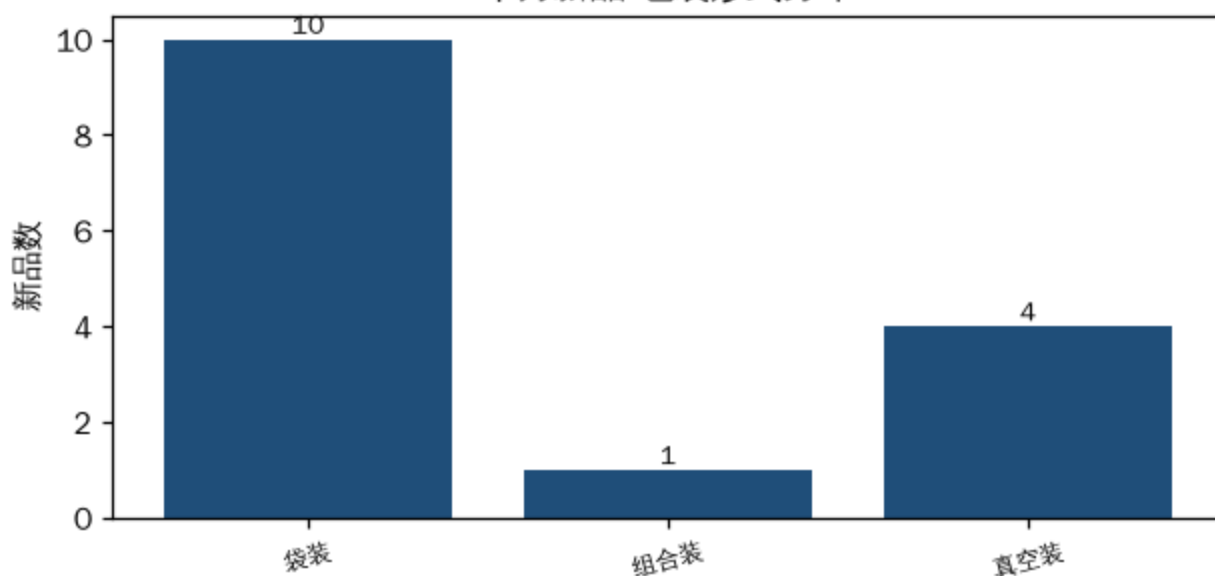
纯新品

荷美尔×绝区零 肉肉零食联名三联
包

品牌：HORMEL/荷美尔 创于1891 | 销
售额：1w-2.5w | 热销排名：#14
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 **15** 个有销售额新品（新品榜，已限定“牛肉零食”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

以独立小包装（即食、充氮锁鲜）为主，便于随手零食与佐餐。本月新品包装以 **袋装（10个，67%）**、**组合装（1个，7%）** 为主，另有 真空装；容量以 **g** 计，档位分布为 100-300g：2个、≥500g：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 口味

新品未解析出明确 肉种 细分，建议结合人工目检补充。口味以 **麻辣（13%）**、五香、香辣 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 **其它（3个，20%）**。肉种细分清晰，麻辣/五香为基础味型，休闲肉制品增长快。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：**高蛋白（1个，7%）**。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：**牛肉（12个，80%）**。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

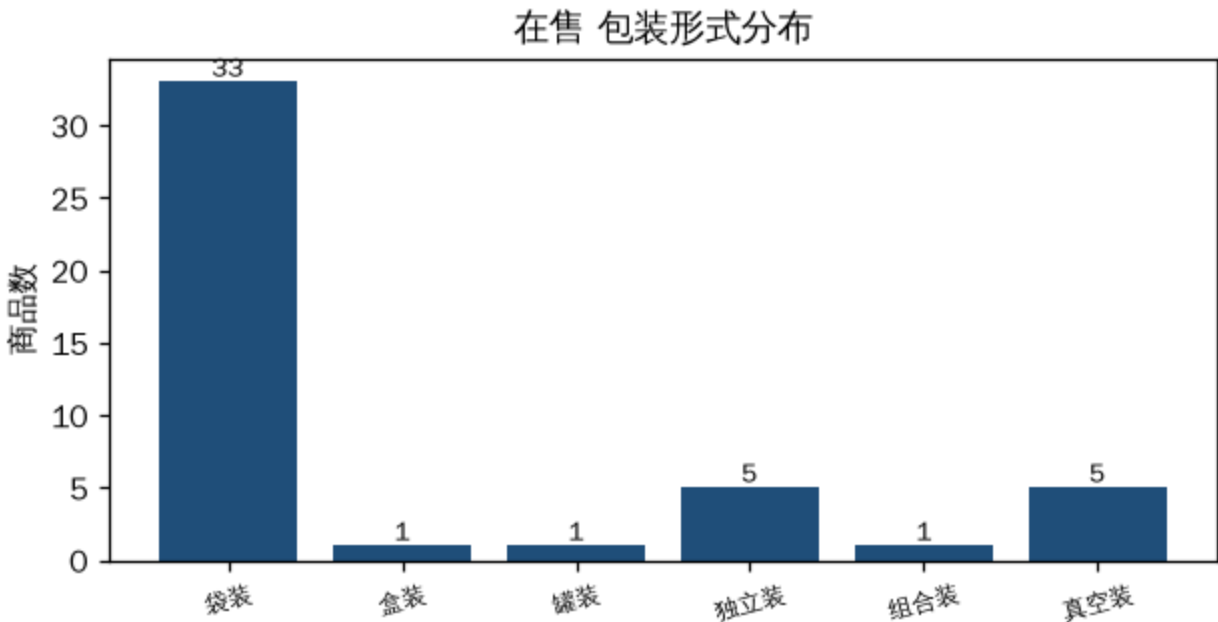
本月新品形态：**片（2个，13%）**。形态创新（片 / 条 / 丸 / 块）对应不同食用场景与货架陈列，便于做场景化堆头。

⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上 **牛肉零食** 新品呈现「风味化（麻辣/五香/奥尔良）」、「健康化（高蛋白/0添加/低脂）」、「便携化（独立小包/充氮锁鲜）」三条主线（对应行业标签库的「风味化 / 健康化 / 便携化」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）



以下分析基于本月 **46** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“牛肉零食”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 **32** 个品牌，品牌品牌格局相对分散（CR5=31% / CR10=51%）：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 **袋装（33个）**、**盒装（1个）** 为主；**≥500g** 规格商品 **1** 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 **五香（5个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **牛肉零食** 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 **≥500g** 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=31%/CR10=51%，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 **≥500g** 规格商品 **1** 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。