

螺蛳粉 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「螺蛳粉」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐



新且热 TOP 2（本月新品且登上热销榜）

本月 18 个新品（已按商品系列去重）中，2 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 臭宝柳州螺蛳粉广西螺蛳土豆粉醇爽版方便懒人夜宵速食8袋Z 品牌：臭宝 销售额：25w-50w 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/24	无图	新且热 ×2 好欢螺螺蛳粉加辣加臭400g*5袋正宗柳州味当地速食美食夜宵粉丝 品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 销售额：25w-50w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/04
----	--	----	---

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 ×2 李子柒广西柳州螺蛳粉嗦粉夜宵速食方便米粉10袋组合装ZB 品牌：李子柒 销售额：10w-25w 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/26	无图	纯新品 【直播专享】好欢螺加辣加臭400g*6袋腐竹加量广西螺蛳粉美食夜宵 品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 销售额：10w-25w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/13
无图	纯新品 【免煮速食款螺蛳粉】广西柳州正宗螺蛳粉汤浓加辣懒人酸辣省时 品牌：SHIFENLA/食分辣 销售额：10w-25w 热销排名：#3 首次上架时间：2026/07/10	无图	纯新品 李子柒柳州螺蛳粉嗦粉干拌麻酱嗦粉食品夜宵速食方便米粉Z 品牌：李子柒 销售额：10w-25w 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/01

无图

纯新品

好欢螺加辣加臭螺蛳速煮非油炸土豆粉组合方便袋装速食夜宵解馋

品牌：其它 | 销售额：5w-10w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/03

无图

纯新品

李子柒广西柳州螺蛳粉畅嗦干拌麻酱夜宵速食方便米粉10袋组合装Z

品牌：李子柒 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/28

无图

纯新品

臭宝柳州螺蛳粉干拌火鸡味螺蛳粉广西醇爽版方便懒人速食8袋Q

品牌：臭宝 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/20

无图

纯新品

好欢螺螺蛳粉加辣加臭400g袋正宗柳州味地道方便速食美食夜宵粉丝

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/04

无图

纯新品

臭宝柳州螺蛳粉广西劲道鲜辣螺蛳土豆粉方便懒人夜宵速食7袋D

品牌：臭宝 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

臭宝柳州螺蛳粉爆爆浓汤大片腐竹米粉醇爽夜宵速食米粉懒人12袋Q

品牌：臭宝 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#10
首次上架时间：2026/07/23

无图

纯新品

【赠雪平锅】好欢螺经典螺蛳粉柳州门店辣椒醋米粉女生夜宵懒人速食

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#11
首次上架时间：2026/07/22

无图

纯新品

【好欢螺新品】经典柳州螺蛳粉门店同款辣椒醋油葱米粉女生夜宵速食

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#12
首次上架时间：2026/07/16

无图

纯新品

【官方正品】好欢螺加辣加臭400g*10袋正宗广西柳州螺蛳粉夜宵速食

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#13
首次上架时间：2026/07/13

无图

纯新品

【冲泡型】好欢螺加辣螺蛳粉258g/桶柳州正宗味道方便速食夜宵粉丝

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#14
首次上架时间：2026/07/08

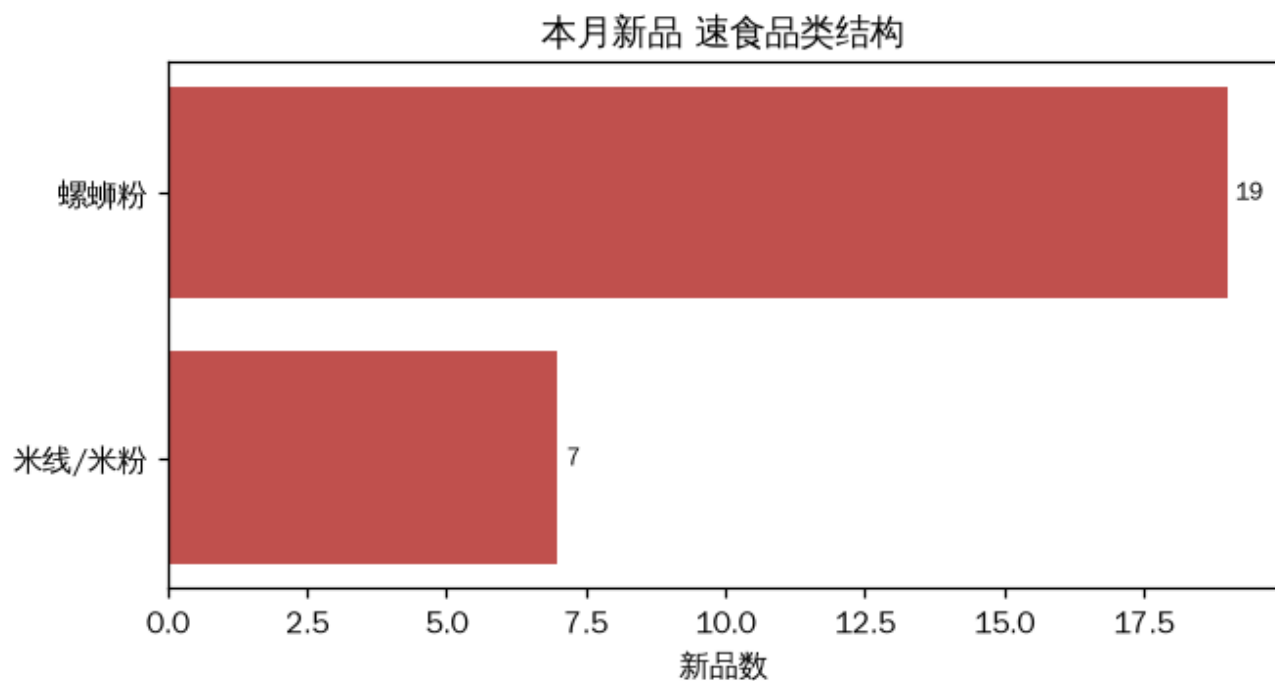
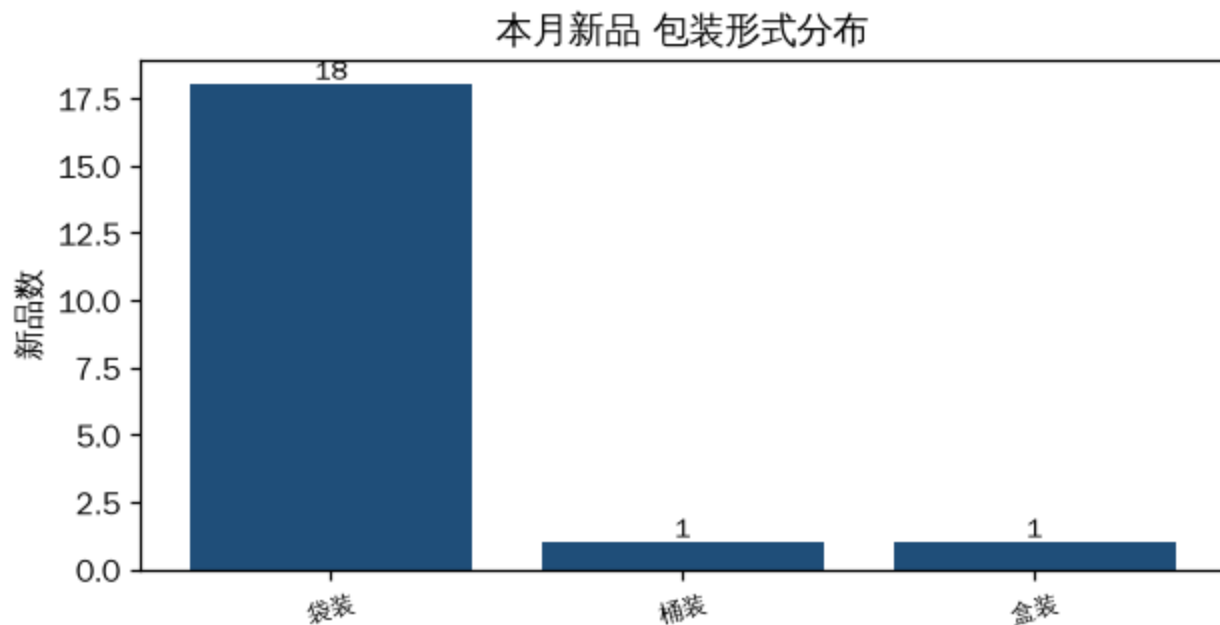
无图

纯新品

【10袋礼盒装】好欢螺螺蛳粉加辣加臭400g正宗柳州速食美食夜宵粉丝

品牌：HAOHUANLUO/好欢螺 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#15
首次上架时间：2026/07/05

□ 本月新品趋势总结（规格·速食品类·品牌上新·维度研判）



以下分析基于本月 20 个有销售额新品（新品榜，已限定“螺蛳粉”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

以袋装/桶装为主，料包丰富度是核心卖点（粉+菜包+酱包）。本月新品包装以 **袋装（18个，90%）**、**桶装（1个，5%）** 为主，另有 盒装；容量以 **g** 计，档位分布为 100-300g：1个、300-500g：7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 速食品类结构与口味

新品 速食品类集中在 **螺蛳粉 (95%)**、米线/米粉，结构清晰；长尾项 无更长尾 亦有试水。口味以 **麻辣 (60%)**、原味 为主；整体偏向「风味驱动 + 卖点强化」路线。

信号：主流 速食品类已较拥挤，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 **HAOHUANLUO/好欢螺 (10个, 50%)**。螺蛳粉带动方便速食升级，风味与料包是差异化重点。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：**非油炸 (1个, 5%)**。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：**螺蛳 (20个, 100%)**、**米粉 (7个, 35%)**。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：**粉/丝 (20个, 100%)**。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。

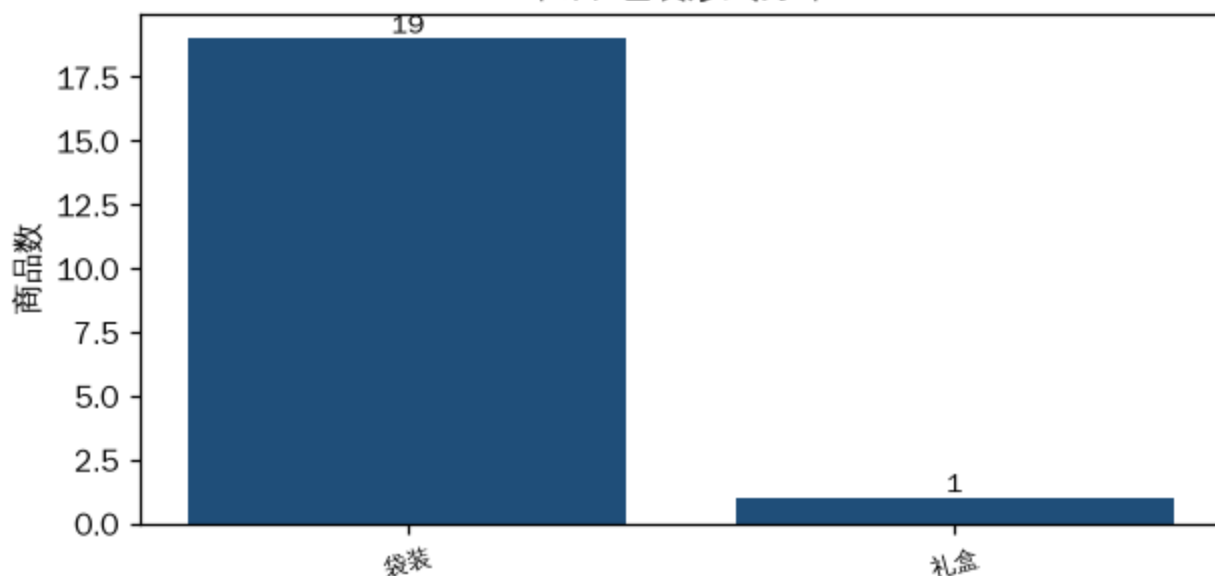
⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上 **螺蛳粉** 新品呈现「风味升级（螺蛳粉/米线料包丰富）」、「健康化（0添加/非油炸/低脂）」、「便捷化（开水即食/微波）」三条主线（对应行业标签库的「风味升级 / 健康化 / 便捷化」主线框架）。对线下的意义：① 货架按 速食品类结构设专架，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）

在售 包装形式分布



以下分析基于本月 **20** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“螺蛳粉”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 **8** 个品牌，品牌头部品牌集中度较高（CR5=85% / CR10=100%）：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（19个）**、**礼盒（1个）** 为主；**≥500g** 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 **麻辣（7个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **螺蛳粉** 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 **≥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=85%/CR10=100%，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 **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。