

鸡肉零食 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「鸡肉零食」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

28	10	0
有效热销（占80%销售额头部）	本月新品	新且热（新品∩热销榜）
14	68%	88%
在榜品牌数	品牌CR5	品牌CR10

□ 新且热 TOP 0（本月新品且登上热销榜）

本月 10 个新品（已按商品系列去重）中，0 个同时登上热销榜。其中仅 0 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。

□ 纯新品观察 TOP 10（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

无图	纯新品 东方甄选自营高蛋白风干鸡胸肉干整切即食耐嚼解馋小吃休闲零食 品牌：dongfangzhenxuan/东方甄选 销售额：10w-25w 热销排名：#1 首次上架时间：2026/07/17	无图 <td> 纯新品 ×11 【约130粒】良品铺子拇指风干鸡肉505g计量称重高蛋白健康休闲零食 品牌：BESTORE/良品铺子 销售额：10w-25w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/03 </td>	纯新品 ×11 【约130粒】良品铺子拇指风干鸡肉505g计量称重高蛋白健康休闲零食 品牌：BESTORE/良品铺子 销售额：10w-25w 热销排名：#2 首次上架时间：2026/07/03
无图	纯新品 【0泡发】王小卤脆笋去骨脱骨凤爪休闲解馋零食夜宵即食追剧下酒菜1 品牌：王小卤 销售额：2.5w-5w 热销排名：#3 首次上架时间：2026/07/28	无图 <td> 纯新品 【新品上新】王小卤懒人菜红油豉汁带汤虎皮凤爪300g解馋下饭速食Z 品牌：王小卤 销售额：2.5w-5w 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/27 </td>	纯新品 【新品上新】王小卤懒人菜红油豉汁带汤虎皮凤爪300g解馋下饭速食Z 品牌：王小卤 销售额：2.5w-5w 热销排名：#4 首次上架时间：2026/07/27
无图	纯新品 脱骨侠蒜香酸辣无骨鸡爪500g*2罐鸡肉去骨凤爪解馋推荐 品牌：脱骨侠 销售额：2.5w-5w 热销排名：#5 首次上架时间：2026/07/22	无图 <td> 纯新品 大班指新品辣卤劲鸡爪麻辣香辣解馋145g/袋休闲小吃短保配料简单 品牌：大班指 销售额：2.5w-5w 热销排名：#6 首次上架时间：2026/07/02 </td>	纯新品 大班指新品辣卤劲鸡爪麻辣香辣解馋145g/袋休闲小吃短保配料简单 品牌：大班指 销售额：2.5w-5w 热销排名：#6 首次上架时间：2026/07/02

无图

纯新品

【爆款热卖】乡盛麻椒鸡 红油手撕鸡 麻辣鲜香椒麻爽口下饭下酒

品牌：乡盛 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/25

无图

纯新品

宏香记 香脆鸡肉松条网红零食非油炸低温烘烤休闲熟食90g

品牌：宏香记 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/15

无图

纯新品

【云味三只爪爪】酸辣无骨鸡脚 云南特色小吃

品牌：云味三只爪爪 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/13

无图

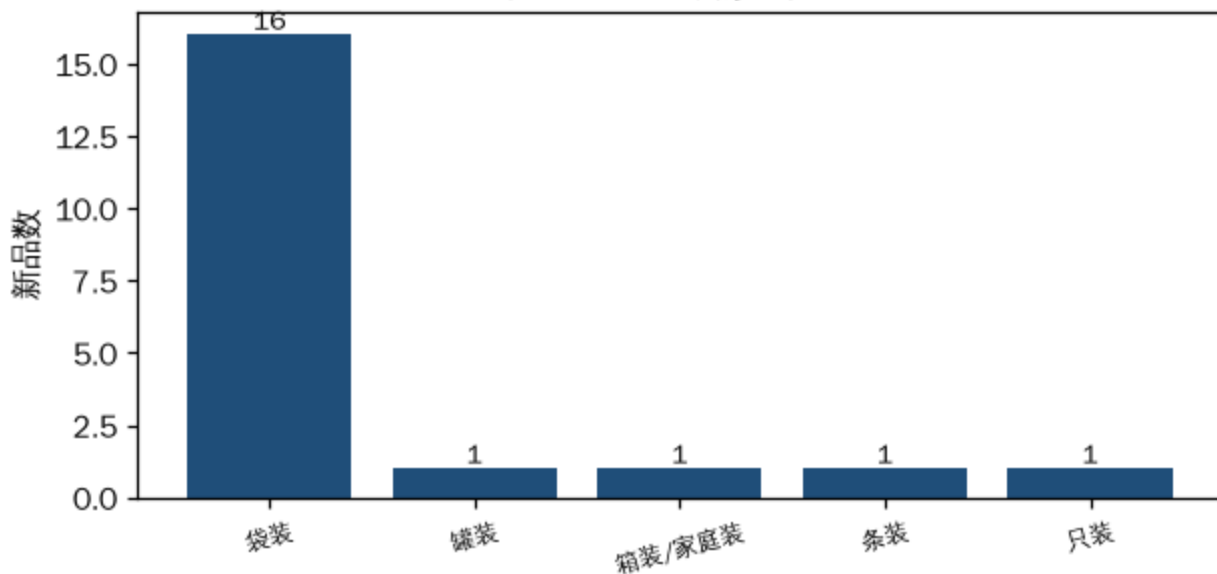
纯新品

【低脂高蛋白囤货装】不集原切鸡肉薄片鸡肉干健身解馋健康零食即食

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

□ 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 20 个有销售额新品（新品榜，已限定“鸡肉零食”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（16个，80%）**、**罐装（1个，5%）** 为主，另有 **箱装/家庭装**、**条装**、**只装**；容量以 **g** 计，档位分布为 $\leq 100\text{g}$ ：1个、 $100\text{-}300\text{g}$ ：1个、 $300\text{-}500\text{g}$ ：1个、 $\geq 500\text{g}$ ：12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（20%）**、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**BESTORE/良品铺子（11个，55%）**。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（13个，65%）**、**低脂（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：**鸡肉（18个，90%）**。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：**粒（11个，55%）**、**片（1个，5%）**、**条（1个，5%）**。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。

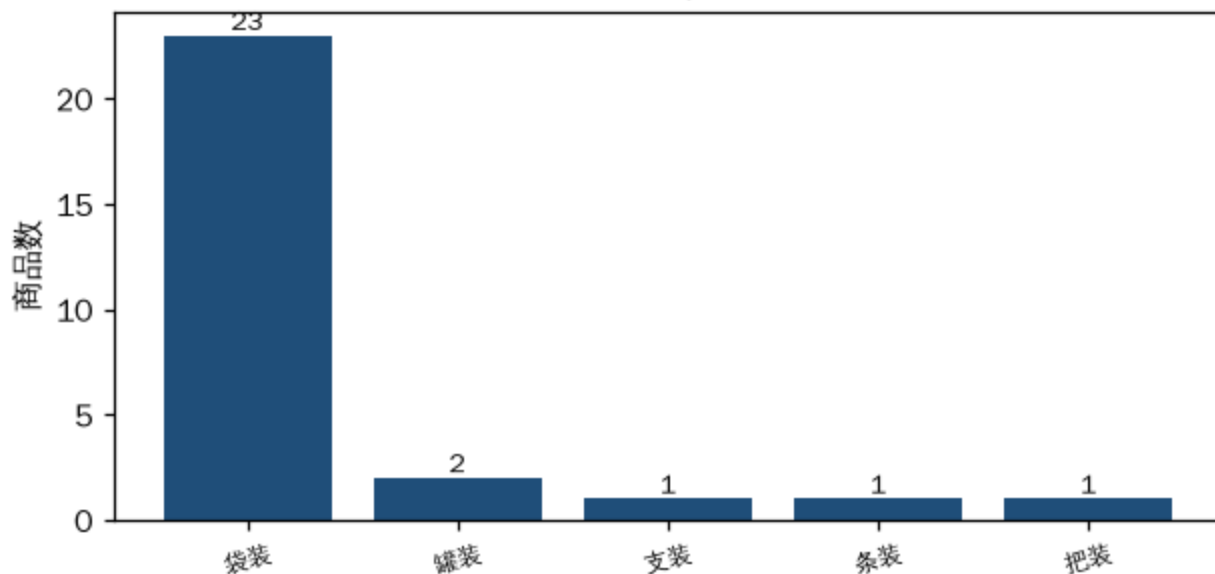
⑧ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上**鸡肉零食**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**（线上线下品类存在曲别）。

□ 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 **28** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“鸡肉零食”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 **14** 个品牌，品牌头部品牌集中度较高（CR5=68% / CR10=88%）：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（23个）**、**罐装（2个）** 为主；**≥500g** 规格商品 **3** 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（5个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **鸡肉零食** 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=68%/CR10=88%，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 **3** 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。