

鸭肉零食 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「鸭肉零食」筛选） | 本期为单月报告，跨月环比需次月数据补齐

35

有效热销（占80%销售额头部）

15

本月新品

2

新且热（新品∩热销榜）

24

在榜品牌数

45%

品牌CR5

69%

品牌CR10

新且热 TOP 2（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，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

×2

【到手2只】新鲜酱板鸭微真空包装子鸭308g短保香辣黑鸭口味
品牌：WANGJIAOER/王饺儿 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/18

无图

新且热

杨矮子去骨酱板鸭湖南香辣即食小包装追剧解馋充饥休闲零食小吃
品牌：杨矮子 | 销售额：25w-50w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/06

纯新品观察 TOP 13（本月新品·未进热销榜，按销售额倒序）

无图

纯新品

【章鸭子】湖南酱板鸭308g*2袋
品牌：章鸭子 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#1
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

×2

【唐人神】中辣/微辣/酱香/甜辣湖南风味酱板鸭368g*2 内附辣椒油包
品牌：唐人神 | 销售额：50w-100w | 热销排名：#2
首次上架时间：2026/07/06

无图

纯新品

【爆款推荐】回味一梦手撕风干鸭脖零食夜宵解馋追剧马老师推荐ZB
品牌：回味一梦 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#3
首次上架时间：2026/07/22

无图

纯新品

味芝元爆辣鸭全翅独立包装湖南特产追剧解馋休闲零食下酒菜卤味
品牌：WEIZHIYUAN/味芝元 | 销售额：10w-25w | 热销排名：#4
首次上架时间：2026/07/06

无图

纯新品

【临期专享】东方甄选自营卤味鸭货鸭脖鸭锁骨翅根鸭翅甜辣/香烤味

品牌：dongfangzhenxuan/东方甄选 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#5
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

【新口味】天天喜130g烤鸭腿黑鸭味麻辣休闲食品肉类食支持试吃一包

品牌：Tiantianxi/天天喜 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#6
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

【杨幂同款】王小卤老卤鸭爪卤味鸭掌追剧解馋零食z 385g

品牌：王小卤 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#7
首次上架时间：2026/07/24

无图

纯新品

张茂生泡鸭爪350g酱香香辣泡椒味正宗福建龙岩泡鸭脚休闲解馋零食

品牌：张茂生 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#8
首次上架时间：2026/07/15

无图

纯新品

香辣鸭脆肠即食卤味下酒菜解馋鸭货休闲零食

品牌：梗小姐 | 销售额：2.5w-5w | 热销排名：#9
首次上架时间：2026/07/04

无图

纯新品

啃发琥珀熊鸭锁骨氮气锁鲜追剧卤味即食解馋好吃的鸭肉零食

品牌：KENFA/啃发 | 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

老卤鸭翅独立真空包装卤香辣味鸭翅膀熟食鸭肉休闲网红零食

品牌：新浦村 | 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

去皮大鸭腿香辣味大鸭腿真空包装充饥开袋即食鸭肉熟食解馋小零食

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

无图

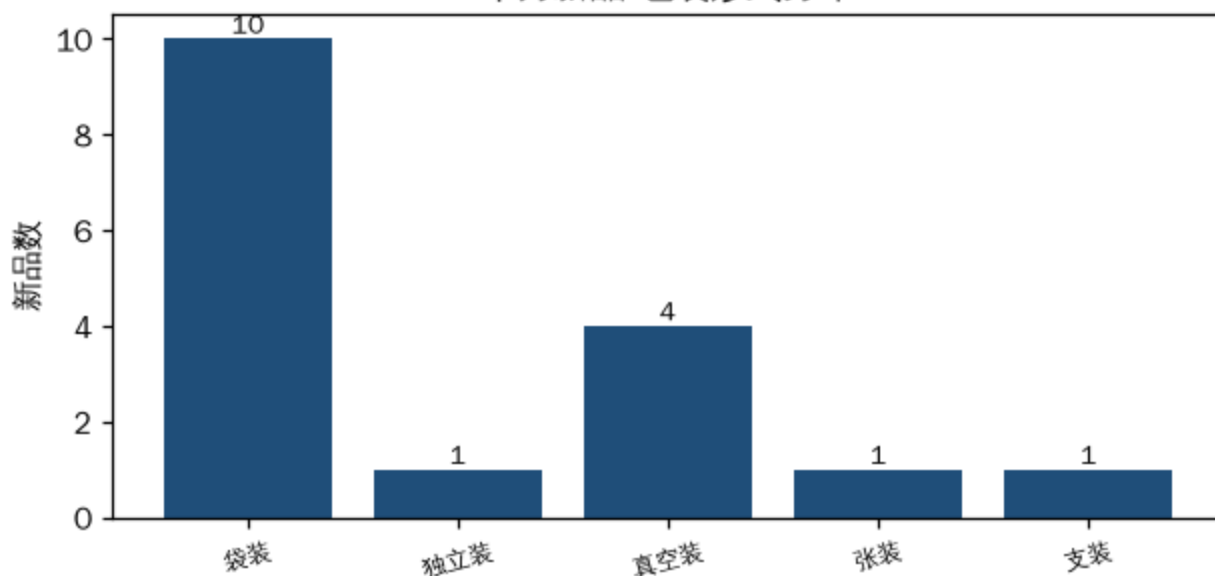
纯新品

【拍一送一】湖南常德酱板鸭酱卤之乡零食追剧休闲小零食爆款

品牌：WANGJIAOER/王饺儿 | 销售额：1w-2.5w | 热销排名：#13
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 **17** 个有销售额新品（新品榜，已限定“鸭肉零食”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，59%）**、**独立装（1个，6%）** 为主，另有 真空装、张装、支装；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 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（71%）**、**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 **WANGJIAOER/王饺子（3个，18%）**。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 原料 / 材质

本月新品原料 / 材质：**鸭肉（17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。

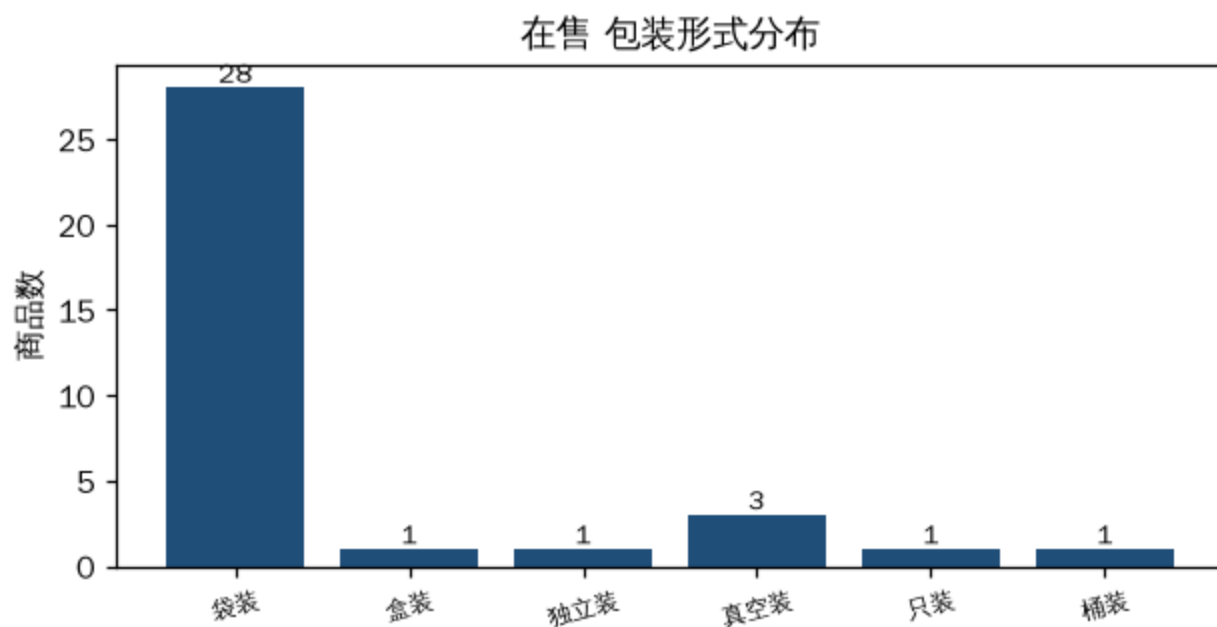
⑤ 综合研判 & 开发启示

综合来看，本月线上 **鸭肉零食** 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 **35** 个有效热销（占 80% 销售额头部梯队，已限定“鸭肉零食”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 **24** 个品牌，品牌头部有一定集中度、中腰部仍有空间（CR5=45% / CR10=69%）：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（28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 **麻辣（18个）** 为主。

④ 综合研判 & 切入启示

综合来看，本月线上 **鸭肉零食** 在售热销呈现「头部有一定集中度、中腰部仍有空间 + 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=45%/CR10=69%，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**（线上线下品类存在曲别）。新品以"入选本月新品榜"为准。