

专业 / 高效 / 精准

2026/06

# 26年618大促

数据复盘与行业趋势洞察

A large, stylized 3D graphic of the number '618' in a vibrant blue color with a gold outline. The numbers are rendered with a glossy, metallic texture and are set against a light blue background with a subtle gradient. The '6' and '8' are particularly prominent, with the '1' being a simple vertical bar. The entire graphic has a slight shadow and a reflection on the surface below it, giving it a sense of depth and dimension.

T R E N D I N S I G H T

## 版权声明

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员进行追究法律责任的权利。

## 免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。

# 目录

## CONTENTS

---

618大促全域概览

MARKET OVERVIEW

01

重点赛道数据复盘

CATEGORY TRENDS

02

01

# 618大促全域概览

---

INDUSTRY OVERVIEW

# 2026年618全网销售额达9340亿， 即时零售爆发增长，家用电器领跑品类销售

2026年618大促全网电商累计销售额9340亿元，同比增长4.0%。即时零售以628亿、同比+112.3%成为最大增量引擎，家用电器1146亿领跑品类销售。

## 9340

亿元

全网GMV 同比+4.0%

综合电商

### 8636亿

+0.9%

天猫第1 / 京东第2 / 抖音第3

即时零售

### 628亿

+112.3%

美团闪购第1 / 淘宝闪购第2 / 京东秒送第3

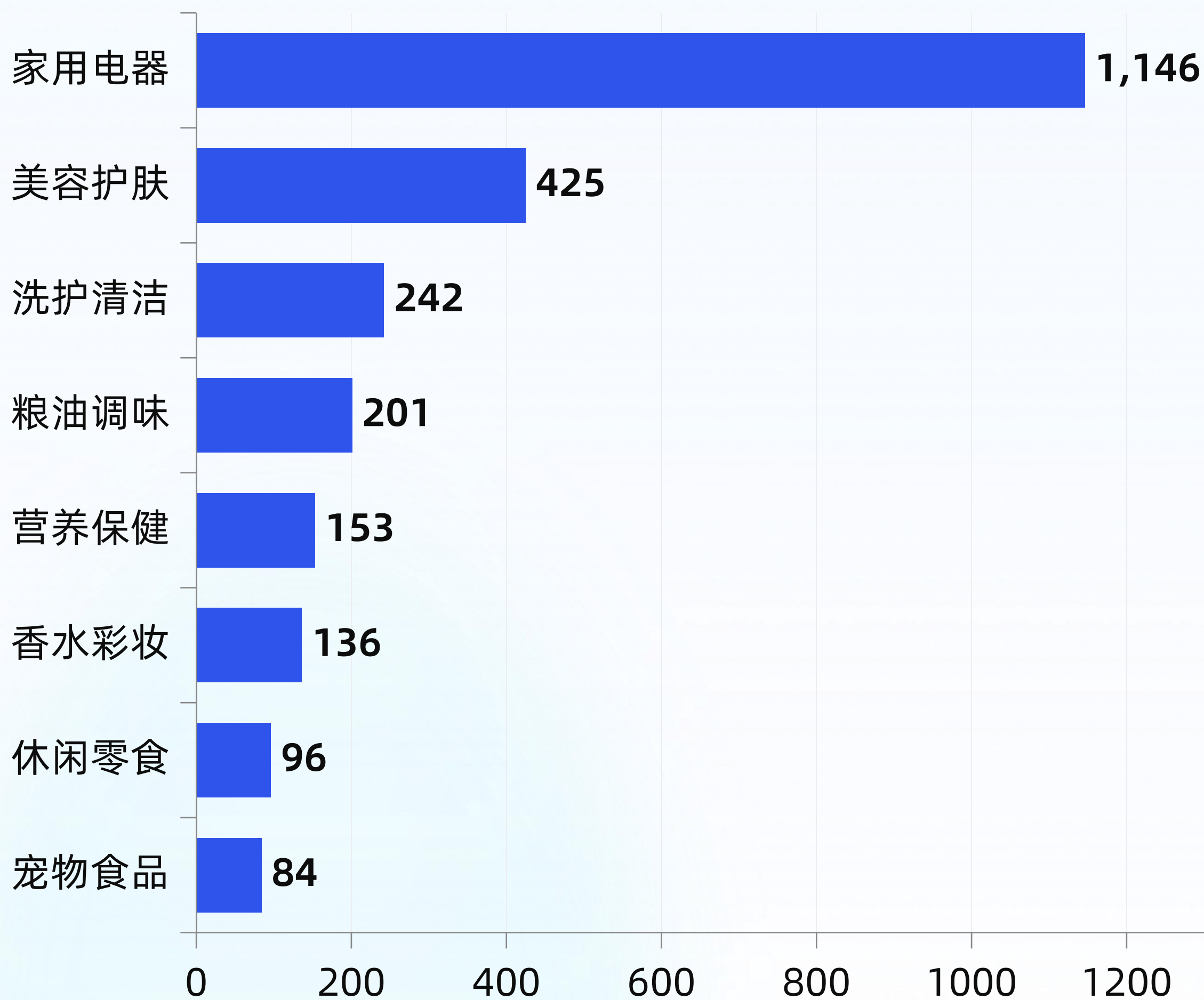
社区团购

### 76亿

规模稳固

多多买菜第1 / 兴盛优选第2

### 618大促八大品类销售额（亿元，综合电商）



# 2026年618大促时间线：促销窗口持续延长，全周期覆盖消费高峰



促销周期最长46天 京东5.6最先启动

5.30开门红集中爆发 三平台同步开战

全面直降取代满减 立减15%成主流

国补叠加双重催化 家电数码最受益

数据来源：各平台公开资料，炼丹炉大数据整理

## 各平台全面简化玩法，主打“官方直降”和“现货开卖”

### 淘宝天猫

#### 核心机制

官方立减15%起（单件直降）+跨店满减每满300减50并存

#### 活动周期

5月21日-06月21日，共32天

#### 会员权益

88VIP叠加95折+专属权益

#### 国补叠加

家电最高1500元，数码最高500元

#### AI应用

智能购物助手，语音下单、一键比价

#### 价保服务

预售商品价保至6月18日

### 京东

#### 核心机制

官方直降+跨店满减，开门红每满300减40，高潮期每满300减50

#### 活动周期

5月6日-06月21日，共47天

#### 会员权益

PLUS会员专属券，满3000减500

#### 国补叠加

家电最高1500元，数码最高500元

#### AI应用

京东购物助手，智能比价与推荐

#### 价保服务

30天超长价保，现货开卖、次日达

### 抖音

#### 核心机制

一件直降/立减折扣，取消凑单门槛

#### 活动周期

5月15日-06月18日，共35天

#### 补贴投入

百亿消费券+亿级流量资源

#### 国补叠加

家电最高1500元，数码最高500元

#### AI应用

免费开放AIGC工具，商家一键生成短视频

#### 渠道特色

直播专属价+达人券，内容电商驱动

# SUBJECT

## 首个AI原生大促，三大平台AI能力全面落地

### 淘宝天猫

降本增效、智能  
投放、内容创作

#### AI万相

阿里妈妈全域智能经营系统，  
Multi-Agent协同 workflow，打  
通需求洞察→选品→内容生产  
→投放优化全链路

#### AI店小蜜

基于通义千问大模型深度定制  
的新一代智能客服，实现从  
“问答机器”到“办事中枢”  
的跨越

#### 千问AI购物助手

千问与淘宝全面打通，支持AI  
试穿、AI省钱方案、AI低价帮  
抢、AI问答，对话式完成购物  
全流程

### 京东

AI融入“千行百  
业”，覆盖  
3000+场景

#### 京言

AI智能体购物助手，Q1用户  
近8000万，同比增长200%，  
自然对话直达购物，成为AI导  
购流量入口

#### JoyStreamer数字人

依托JoyAI大模型，开门红4小  
时带货成交突7000万，已服  
务超7万商家，Q1开播量同比  
增10倍

#### 京麦AI+京小智

多款AI工具全部免费开放，覆  
盖直播、选品、投放；AI客服  
“京小智”服务超百万商家，  
大模型服务量同比14倍

### 抖音

亿级算力投入，  
AIGC工具免费  
开放

#### 千川·乘方

AI营销体系，覆盖自动投放、  
创意生成等核心环节，搭配即  
梦Seedance 2.0生成营销视  
频

#### 飞鸽智能客服

限时免费开放，24小时在线  
值守，可节省约70%人力成  
本；售后挽单助手助力降低退  
货率

#### 豆包+AIGC工具

豆包内测AI购物功能，App内  
直接完成交易；AIGC工具帮  
助商家高效制作短视频、商品  
图文

# 消费回归“本我”，年轻人为情绪价值买单，消费从“拥有什么”转向“感受什么”



扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02

# 重点赛道数据复盘

---

C A T E G O R Y T R E N D S

02.1

# 美容护肤 / 美体 / 精油

---

C A T E G O R Y   T R E N D S

# 美容护肤/美体/精油行业2026年618淘系平台热销店铺

1



PROYA  
珀莱雅

珀莱雅官方旗舰店

1655.9

2



SKINCEUTICALS  
ADVANCED PROFESSIONAL SKINCARE

修丽可官方旗舰店

1652.6

3



LANCÔME  
PARIS

兰蔻官方旗舰店

1642.9

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	Estee Lauder雅诗兰黛官方旗舰店	1642.8
5	LA MER海蓝之谜官方旗舰店	1624.8
6	欧莱雅官方旗舰店	1622.6
7	SK-II官方旗舰店	1618.9
8	法国娇韵诗官方旗舰店	1592.3
9	HR赫莲娜官方旗舰店	1580.2
10	可复美旗舰店	1575.4

# 美容护肤/美体/精油行业2026年618淘系平台热销商品

1



SKINCEUTICALS  
全球10,000+高口碑专业选择\*  
全新升级 新修丽可A.G.E.面霜  
全链路抗糖 淡纹更快 轮廓更紧  
30% 玻色因  
66天 玻色因相关专利

修丽可AGE面霜

1507.7

2



SK-II神仙水精华  
1周更细腻  
紧致透亮  
NO.1 神仙水  
享4件晶透奢礼  
SK-II 直播间下单享加赠眼霜2.5g

SK-II神仙水

1500.6

3



LA MER 超级多效  
肌源抗老 焕亮青春  
愈颜奢护2重礼  
9折  
精萃水100ml  
88VIP领券享9折! 现货顺丰速达

海蓝之谜精萃水

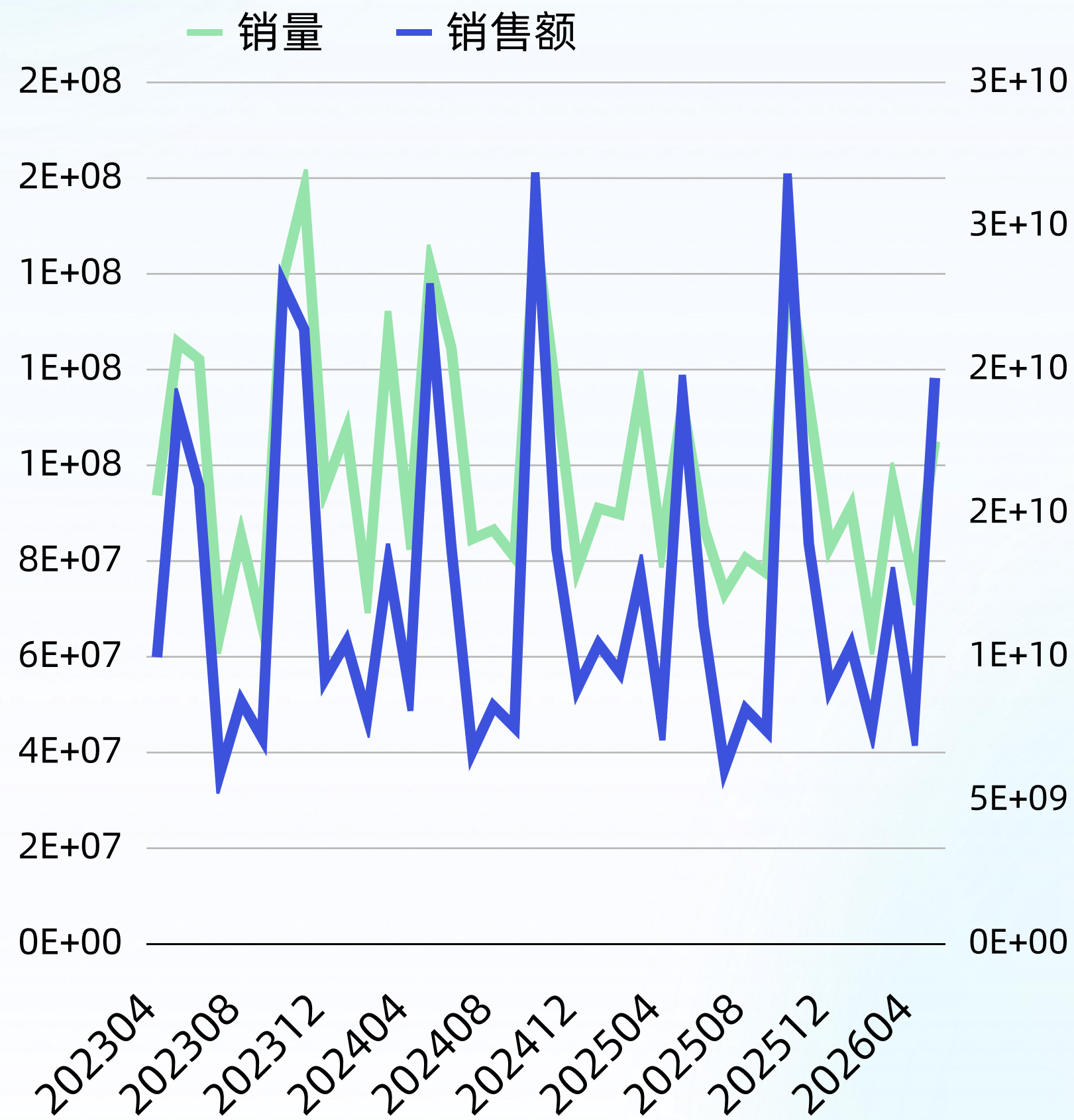
1487.5

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间618补货专场】理肤泉B5面膜PRO补水保湿*	1486.6
5	【已售罄】SK-II神仙水精华液skllskiisk2李佳琦	1478.2
6	【即刻入手】娇韵诗双萃精华液紧致抗皱淡纹熬夜面部精华护肤品	1474.5
7	【李佳琦直播间618全品类尾款日】Fresh馥蕾诗红茶酵母酵萃精华水	1466.5
8	【李佳琦直播间618补货专场】赫莲娜黑绷带面霜50%玻色因溶液	1452.3
9	娇韵诗双萃精华液75ml紧致抗皱	1408.3
10	【顺丰速达】修丽可AGE面霜 30%玻色因溶液紧致抗皱淡纹	1385.4

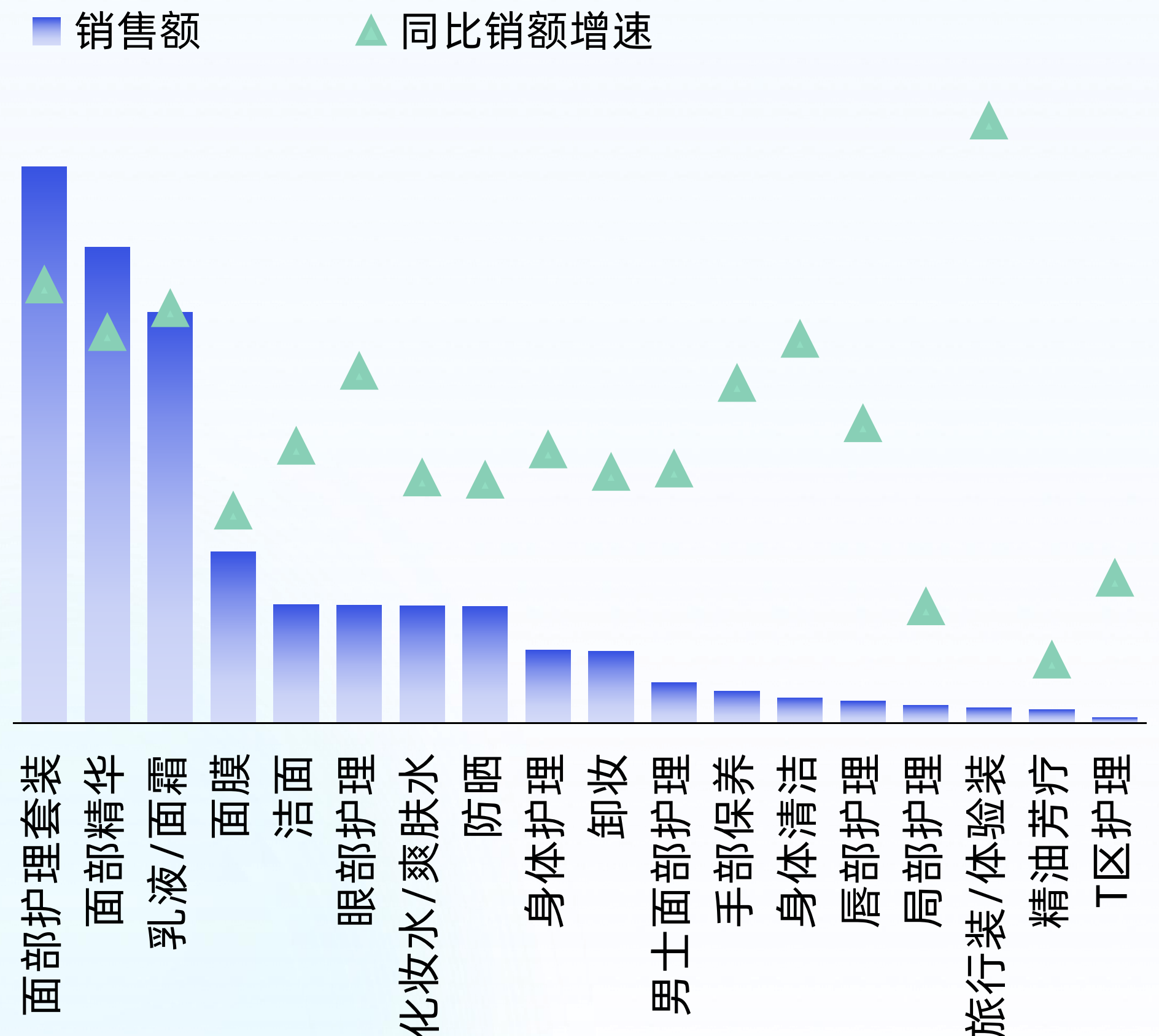
# 护肤行业规模稳健扩容，面部护理套装领跑品类升级，功效护肤与细分赛道加速分化

护肤行业在淘系平台保持稳健增长态势，大促节点拉动效应显著。从品类格局看，面部护理套装以绝对优势领跑市场，头部品类集中度进一步提升；眼部护理、身体清洁等细分品类增速亮眼，反映出消费者从基础保湿向功效护肤、精准护理的升级趋势。

### 护肤行业淘系平台销售趋势



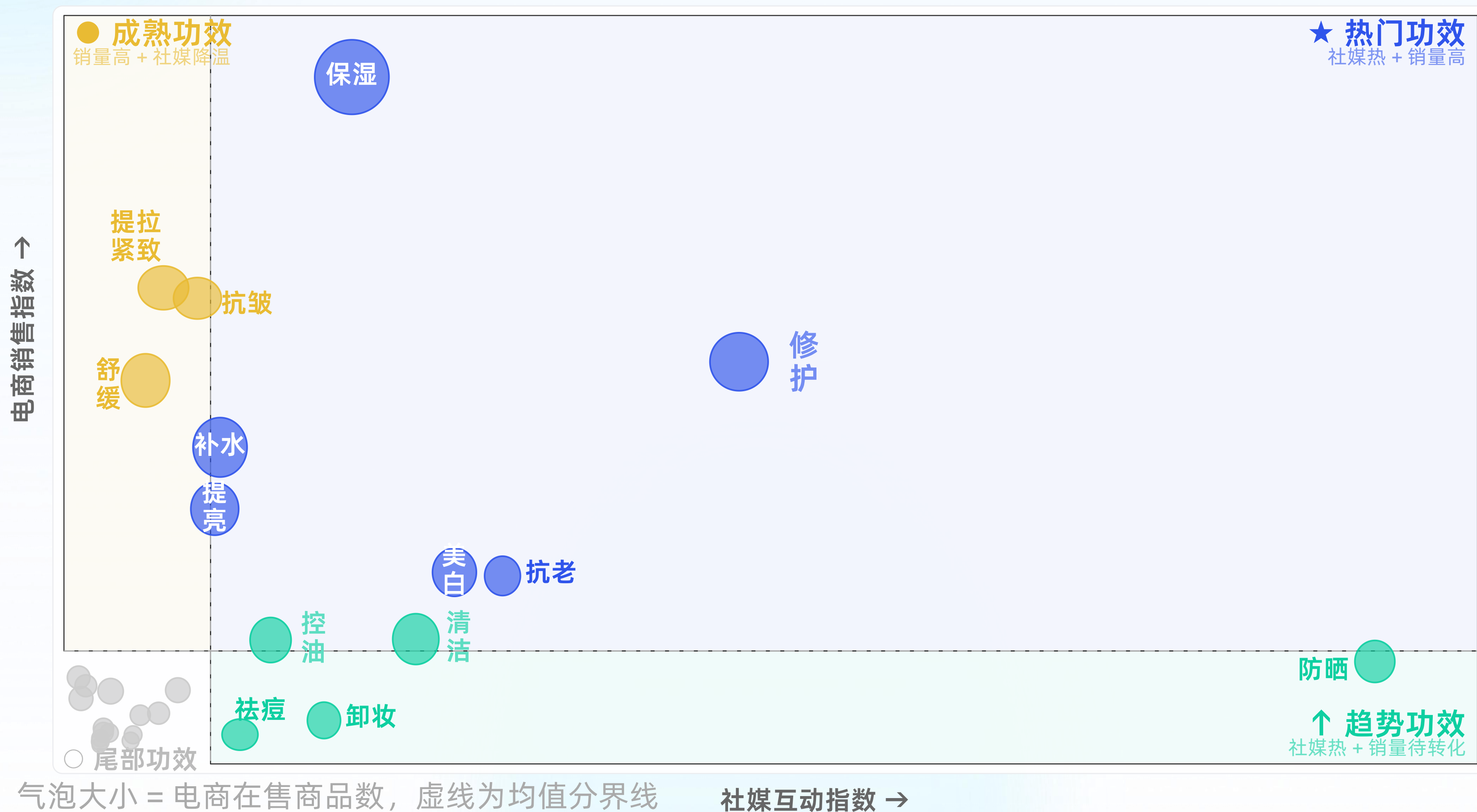
### 2026年1-5月护肤行业品类销售额分布及同比增速



# 护肤功效格局加速分化，修护防晒引领增长新方向

修护功效社媒互动与电商销售双指标均居前列，成为最均衡的热门赛道；防晒社媒声量断崖式领先，展现强劲的种草转化势能；保湿、提拉紧致等成熟功效以高销量稳健运行。功效护肤整体结构性增长态势明确，精细化赛道机会持续释放。

### 护肤行业功效标签趋势矩阵



# SUBJECT

## 从「功效满足」升维至「身心同愈」，情绪护肤成为增长新方向

压力肌、情绪肌、熬夜肌相关讨论在社交媒体持续攀升，消费者对护肤产品的期待已从单纯功效延伸至身心同愈。数据显示70%的受访者在外部环境压力下皮肤状况下滑，28%的人心理压力直接引发或加剧敏感症状，96%的消费者表示愿意尝试情绪护肤产品，“内愈情绪+外愈肌肤”正成为肌肤护理新蓝海。

70%

受访者在外部环境压力下皮肤状况下滑

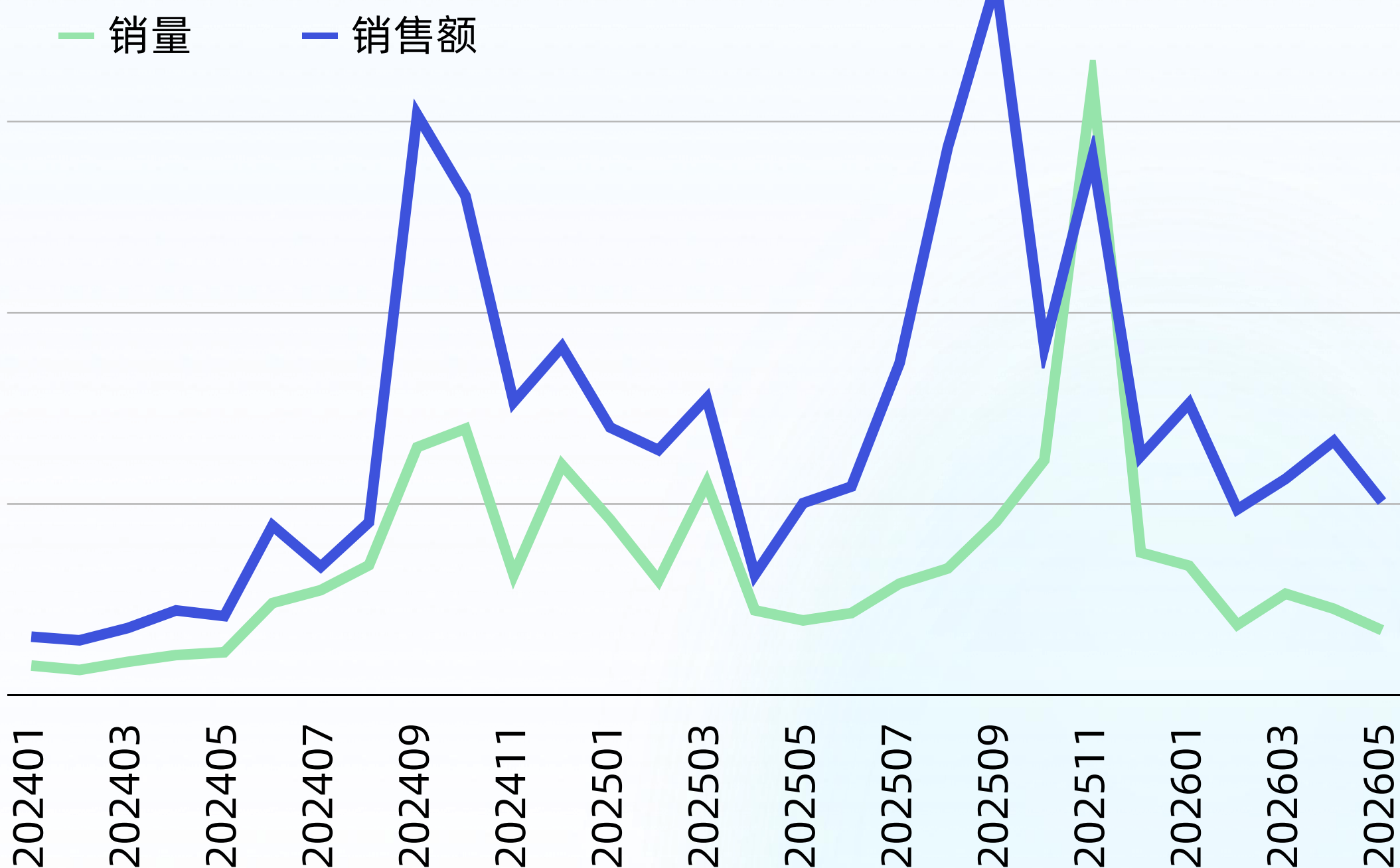
28%

心理压力引发或加剧敏感症状

96%

消费者愿意尝试情绪护肤产品

### “情绪护肤”概念淘系平台线上销售趋势



### 芳疗疗愈

品牌案例



#### 馥郁满铺

#### 大金砖精萃水

以“让香气成为情绪的出口”为品牌核心主张，将芳疗草本精油通过嗅觉神经对情绪进行调节舒缓，与敏感肌修护功效深度融合

馥郁满铺·情绪护肤代表品牌

### 植萃疗愈

品牌案例



#### 林清轩

#### 山茶花精华油

以高山红山茶花为东方植萃符号，将护肤升维为「自然疗愈+肌肤修护」的精神仪式，绑定「夜间放松」「都市解压」情绪场景

林清轩·情绪护肤代表品牌

### 场景情绪

品牌案例



#### 雏菊的天空

#### 翡冷翠修护精华油

植物精油香气绑定「睡前松弛感」夜间仪式场景；品牌拥有芳疗基因，致力于敏感肌也能用的功效型产品

雏菊的天空·情绪护肤代表品牌

# 护肤成分格局加速迭代，氨基酸、玻色因引领热度

2026年3-5月护肤成分赛道呈现明显分化。氨基酸、玻色因、A醇社媒与销售双指标均居前列，成为最具增长动能的热门成分；果酸、377社媒声量强劲，种草势能持续释放。

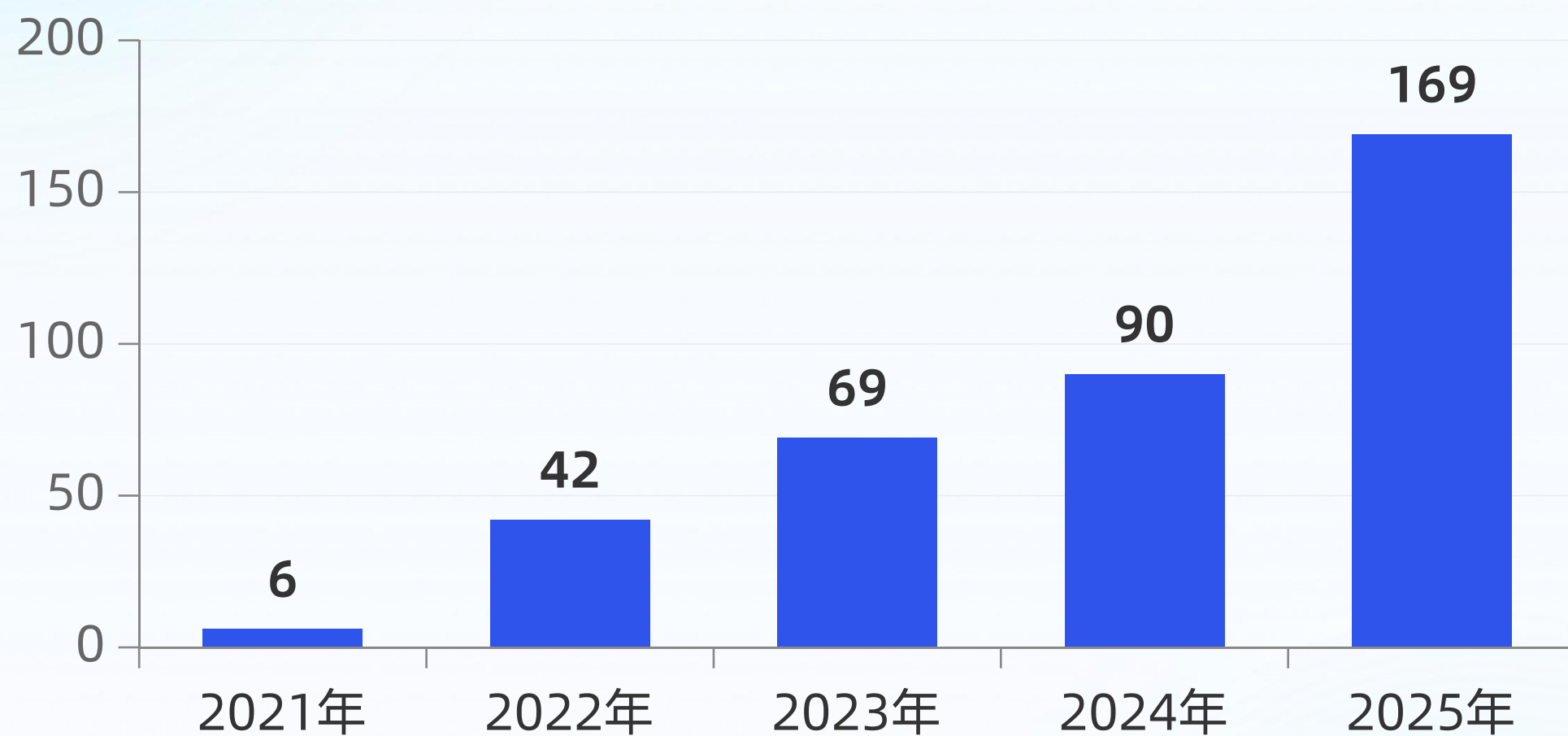
### 护肤行业成分标签趋势矩阵



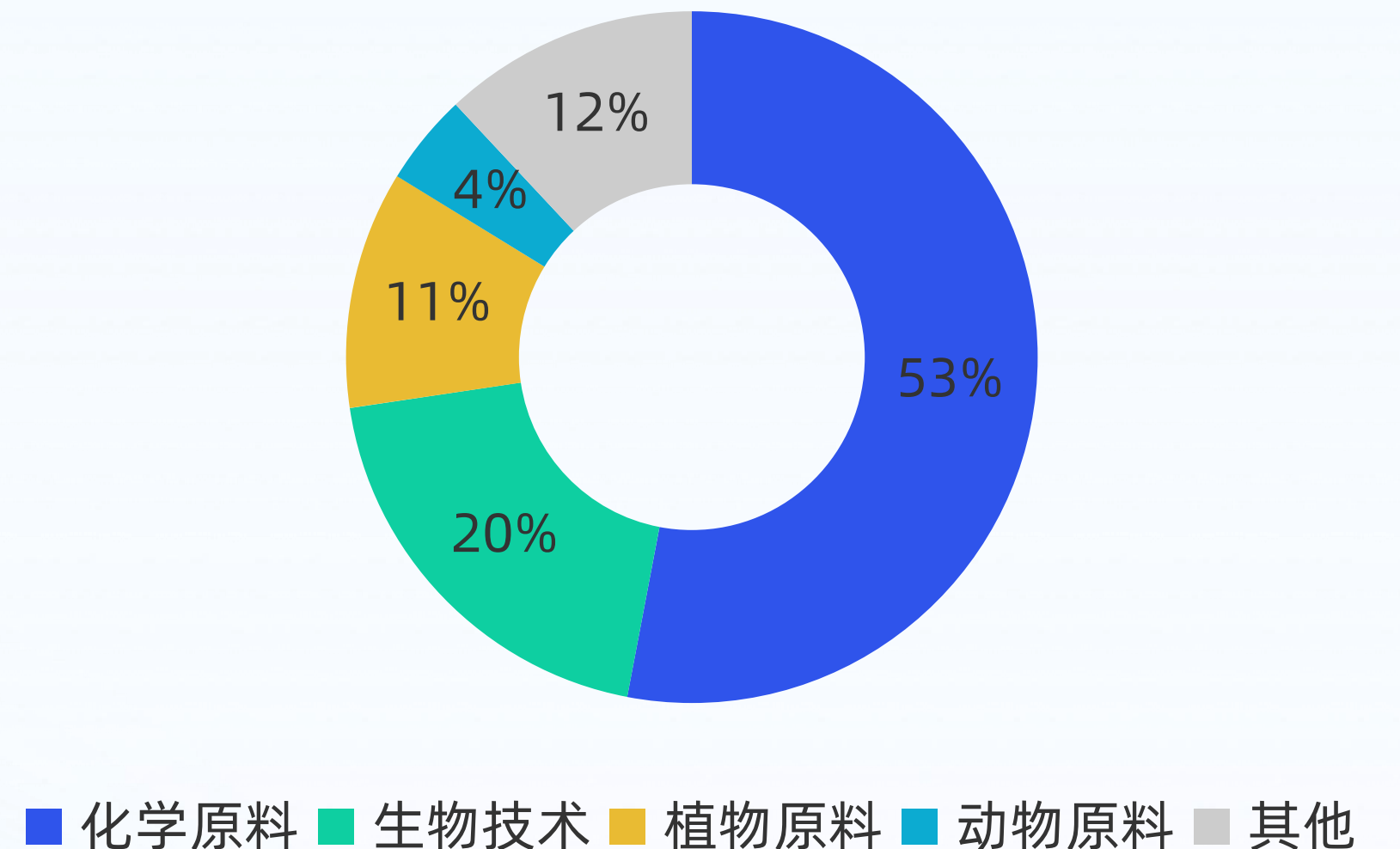
# 从“制造国产”到“成分国产”，国产成分创新加速爆发

2021-2025年中国化妆品新原料备案数量从6个飙升至169个，生物技术与肽类原料成为创新主力。从“制造国产”到“成分国产”，中国美妆原料创新进入快车道。

### 中国化妆品新原料备案数量（个）



### 新原料来源类型分布



#### 合成生物学·精准制造

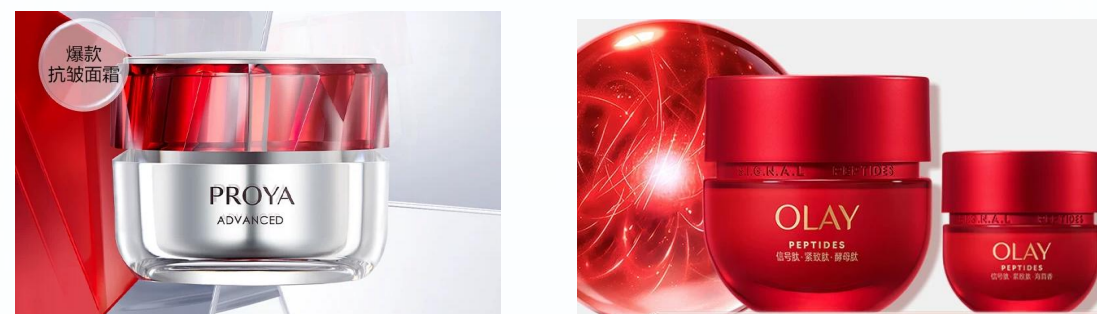
重组胶原蛋白市值近300亿，CAGR>40%；TOP5企业占据90%份额，国产供给占全球>95%



巨子生物·可复美 | 丸美 | 华熙生物

#### 肽类原料·创新最活跃

肽类新原料备案已达23个，成为热门创新方向；维琪科技以6个肽类原料备案领跑



珀莱雅·六胜肽 | 韩束·四重胜肽 | 丸美

#### 特色植物·本土叙事

植物相关原料占备案总量约30%，发酵液占植物原料近20%；国家鼓励结合特色植物资源创新



薇诺娜(云南植物) | 谷雨·光甘草定 | 瑗尔博士

扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.2

彩妆 / 香水 / 美妆工具

---

C A T E G O R Y T R E N D S

# 彩妆/香水/美妆工具行业2026年618淘系平台热销店铺

1



圣罗兰美妆官方旗舰店

1578.0

2



毛戈平官方旗舰店

1565.3

3



肌肤之钥官方旗舰店

1550.7

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	NARS官方旗舰店	1546.9
5	彩棠旗舰店	1518.5
6	花知晓旗舰店	1515.9
7	ESTEE LAUDER雅诗兰黛官方旗舰店	1493.3
8	Lancome兰蔻官方旗舰店	1480.1
9	3CE官方旗舰店	1477.2
10	MAC魅可官方旗舰店	1476.7

# 彩妆/香水/美妆工具行业2026年618淘系平台热销商品

1



YSL圣罗兰粉气垫

1449.3

2



毛戈平黑白羽翼气垫

1427.5

3



肌肤之钥CPB隔离

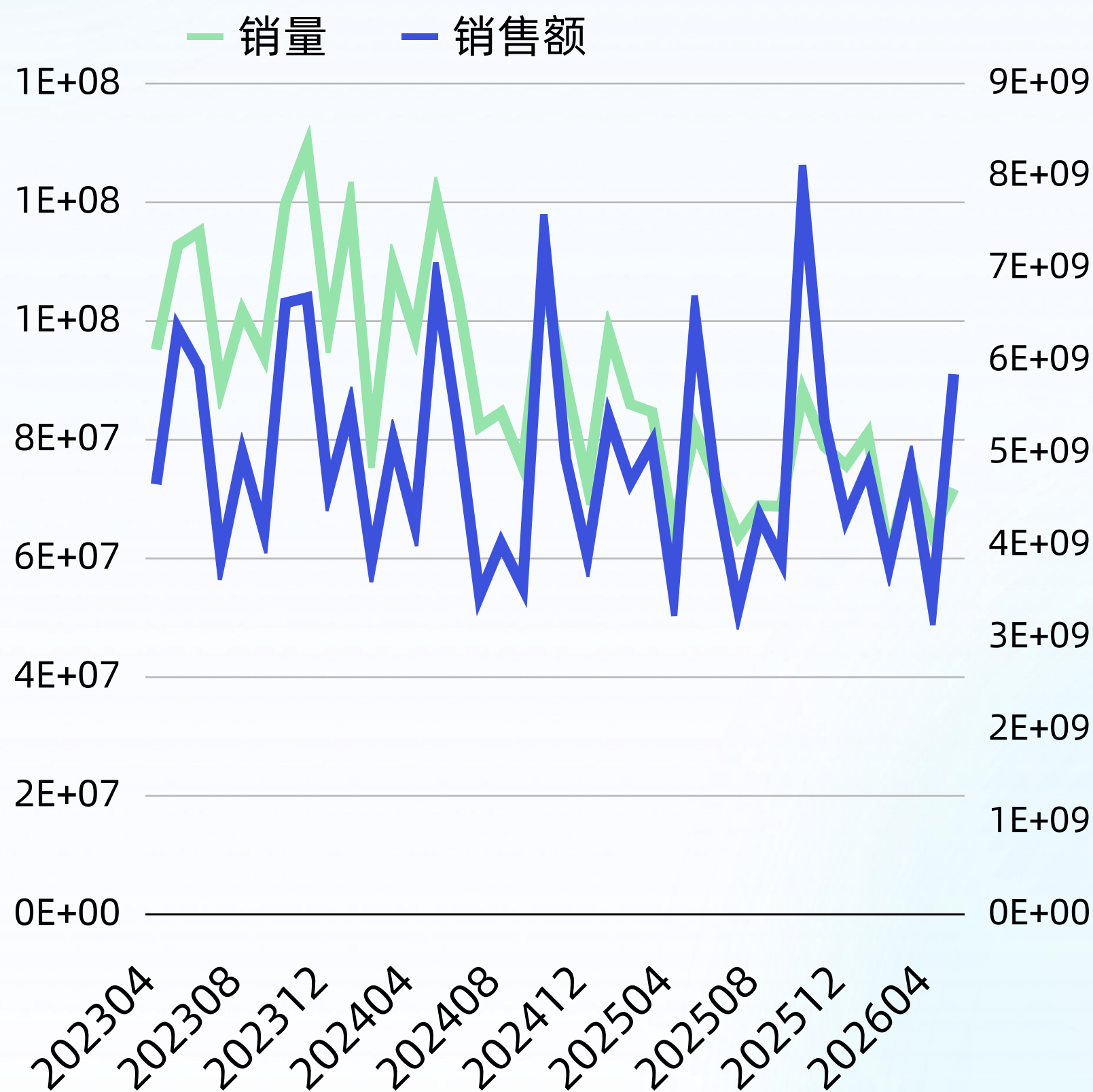
1417.5

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	YSL圣罗兰恒久粉底液 油皮遮瑕轻薄持久控油底妆化妆品生日礼物女	1412.8
5	【颠覆升级】雅诗兰黛第二代DW持妆粉底液 持久遮瑕控油服帖防晒	1406.2
6	【李佳琦618超级现货日】毛戈平凝脂妆前霜皮肤衣DB	1405.2
7	YSL圣罗兰粉气垫 持久轻薄服帖遮瑕粉底液化妆品底妆生日礼物女生	1402.1
8	【官方正品】NARS定妆大白饼粉饼蜜粉不卡粉持久轻透白饼	1399.8
9	花知晓骑士独角兽ALL-IN彩妆全套大礼盒旗舰店	1368.9
10	【李佳琦直播间618收官夜】娇兰金钻修颜粉底液 35ml防晒保湿	1354.4

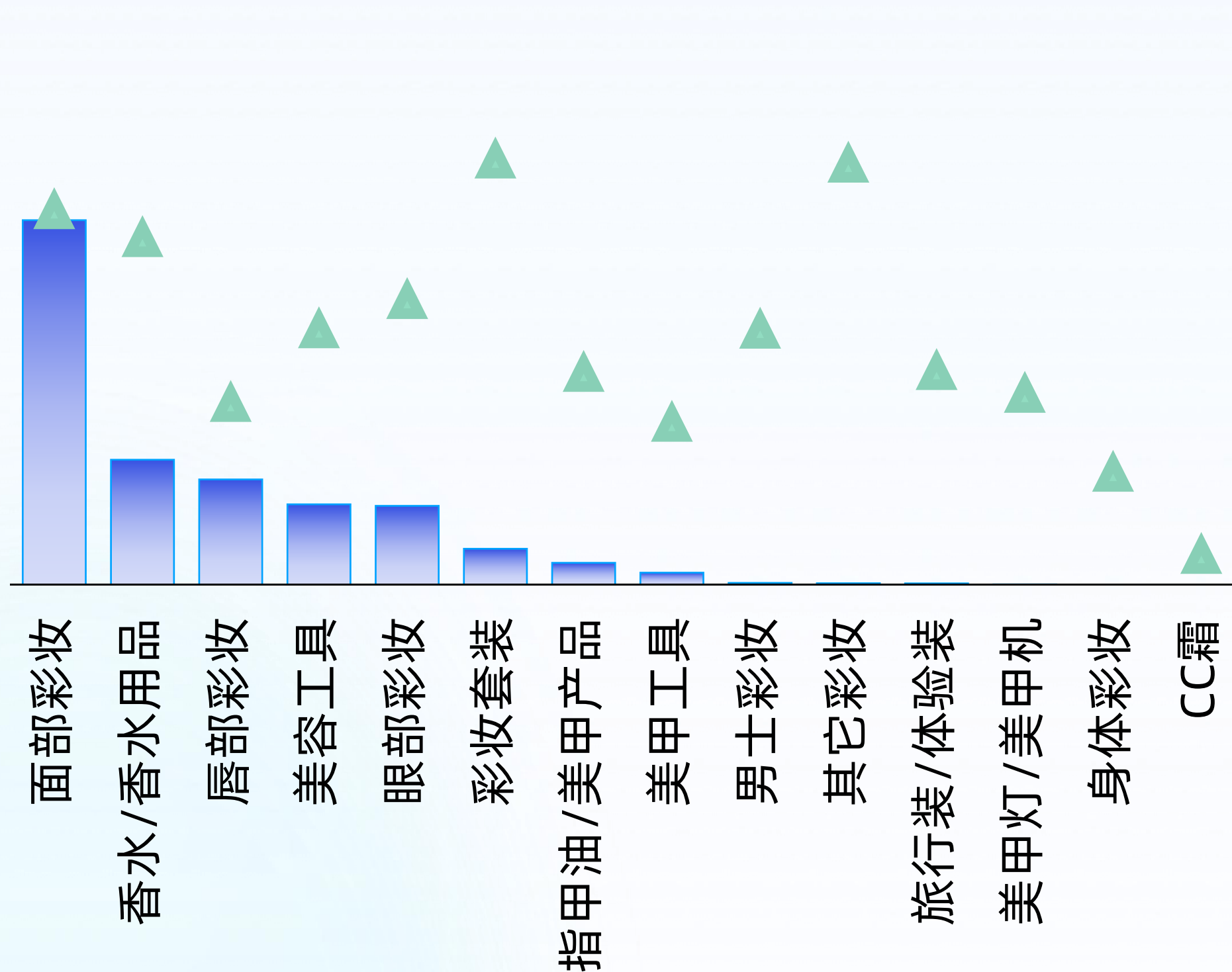
# 彩妆市场品类生态多元繁荣，面部彩妆与香水双核引领，个性化赛道释放差异化增长潜能

彩妆行业销售曲线呈现显著的节点爆发特征，大促峰值表现突出，市场活力充沛。品类分布呈现"双核引领+多元繁荣"格局：面部彩妆与香水/香水用品形成两大核心支柱，唇部彩妆、美容工具、眼部彩妆构成稳健腰部支撑；彩妆套装、男士彩妆、美甲工具等品类增速领跑，反映出消费者从基础妆容向个性化表达与场景化需求的深层迁移趋势。

### 彩妆行业淘系平台销售趋势



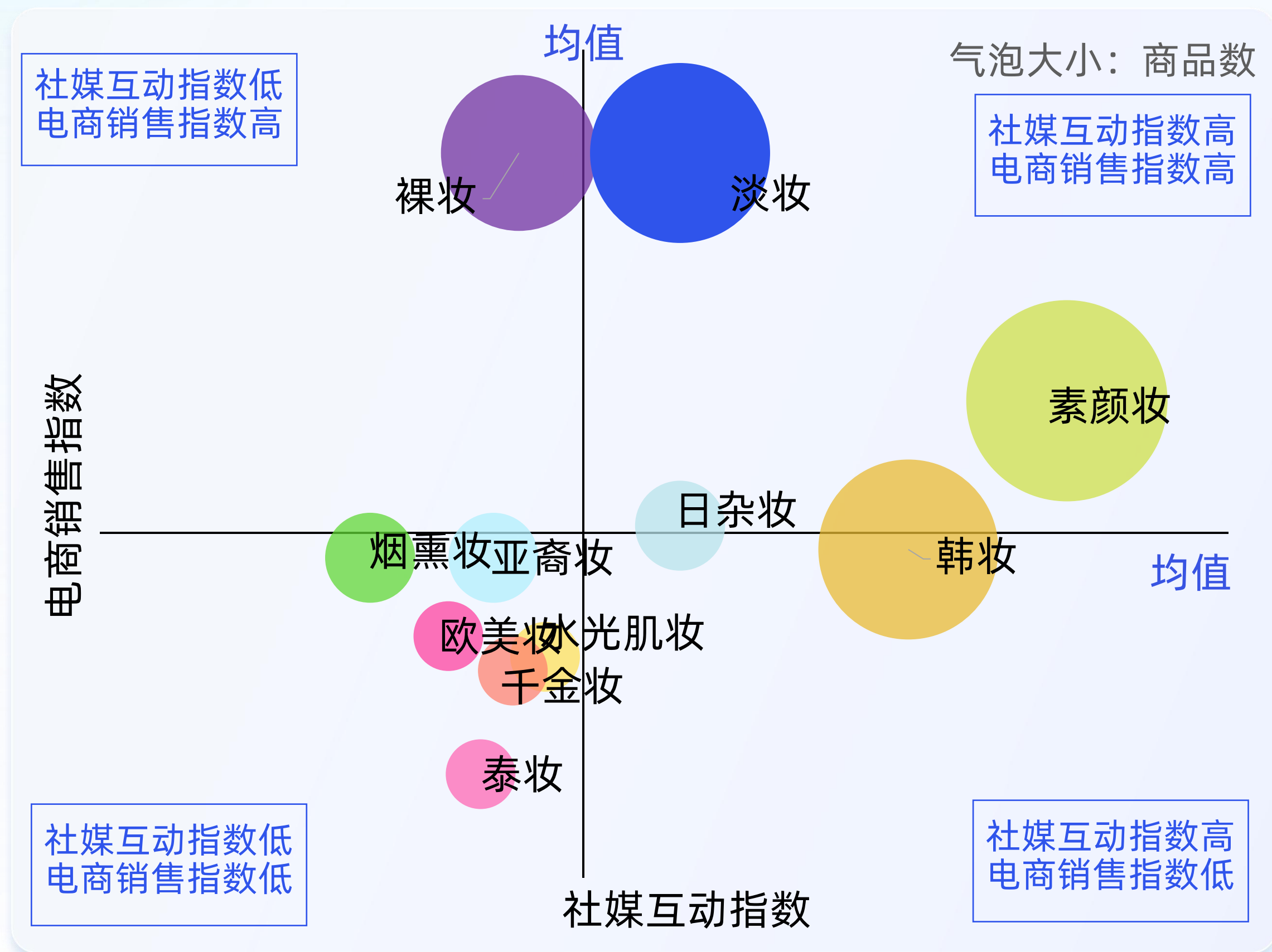
### 2026年1-5月彩妆行业品类销售额分布及同比增速



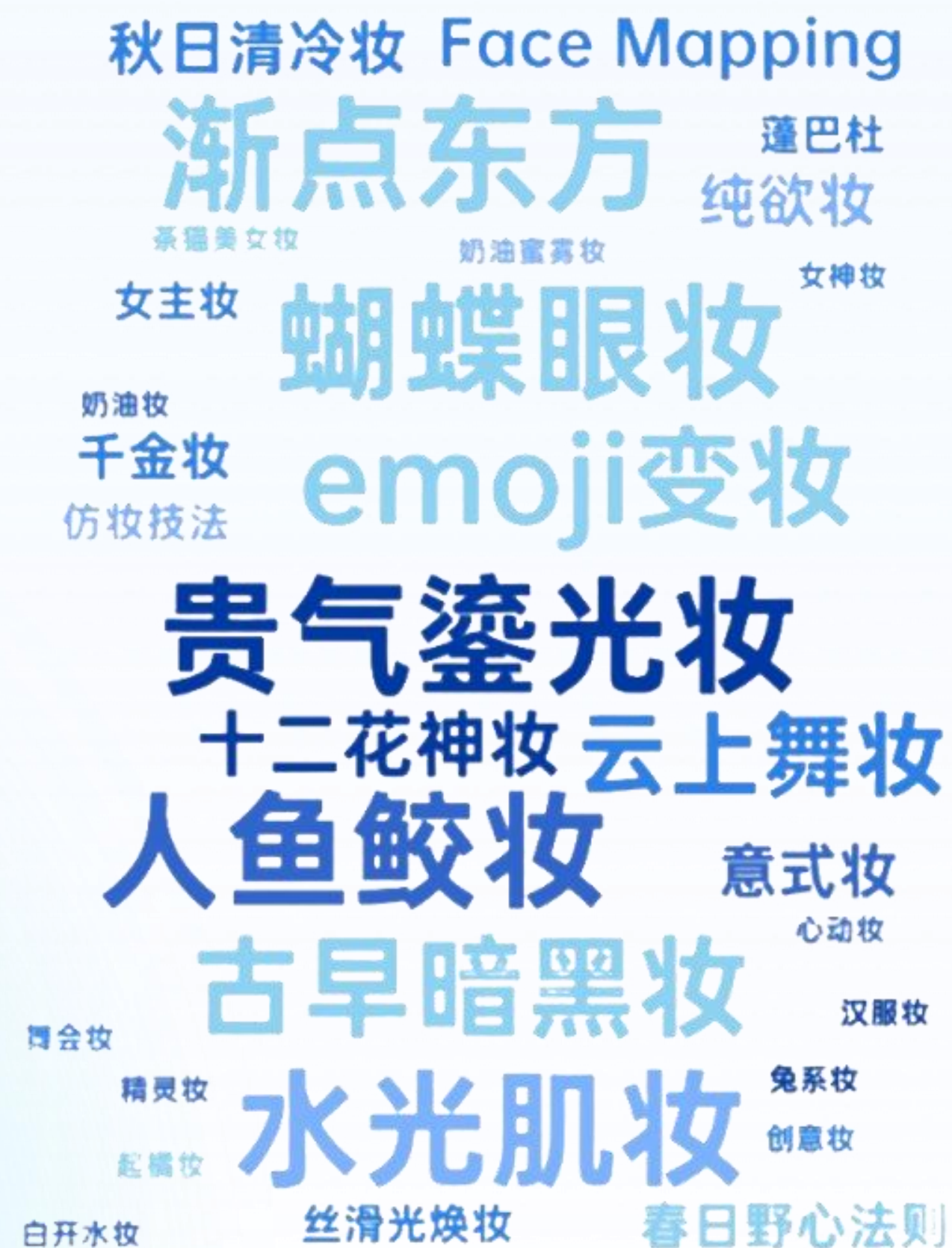
# 彩妆妆容以淡妆领跑市场，新兴妆容风格多元绽放

淡妆凭借高社媒互动与高电商销售双优势稳居市场第一梯队，素颜妆紧随其后表现亮眼。韩妆虽社媒互动指数较低，但电商销售表现突出，展现强劲转化能力。裸妆、烟熏妆等传统妆容类型保持稳定市场地位。整体来看，消费者对自然清透妆容的偏好持续升温，同时新兴妆容风格如古早暗黑妆、人鱼鲛妆等各具市场机会，呈现多元化发展态势。

彩妆行业妆容类型标签趋势矩阵

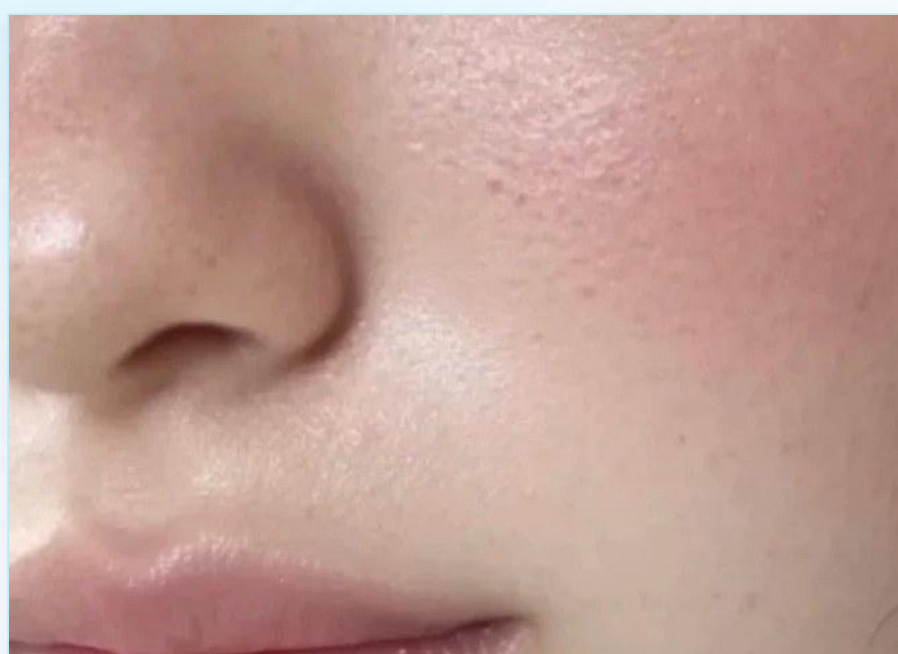


社媒平台新兴热门妆容词云



## 「原生美学」强势崛起，自然妆容成彩妆增长新引擎

强调原生五官与健康气色的自然型妆容持续升温。其中骨相感修容增长爆发力最强，口水色口红在阶段性销量上亦有明显放大，气血感与野生眉则保持稳定关注。结合社媒热词可见，消费者正从强修饰、重覆盖转向轻雕刻、重质感、突出真实肤感与面部结构的妆容表达，原生美学已成为彩妆创新的重要方向。



### 气血感妆容

Vitality Flush

健康红润 晕染腮红



### 骨相感修容

Bone Structure

原生立体 高光雕刻



### 口水色口红

Juicy Lip Color

水润光泽 · 裸色系

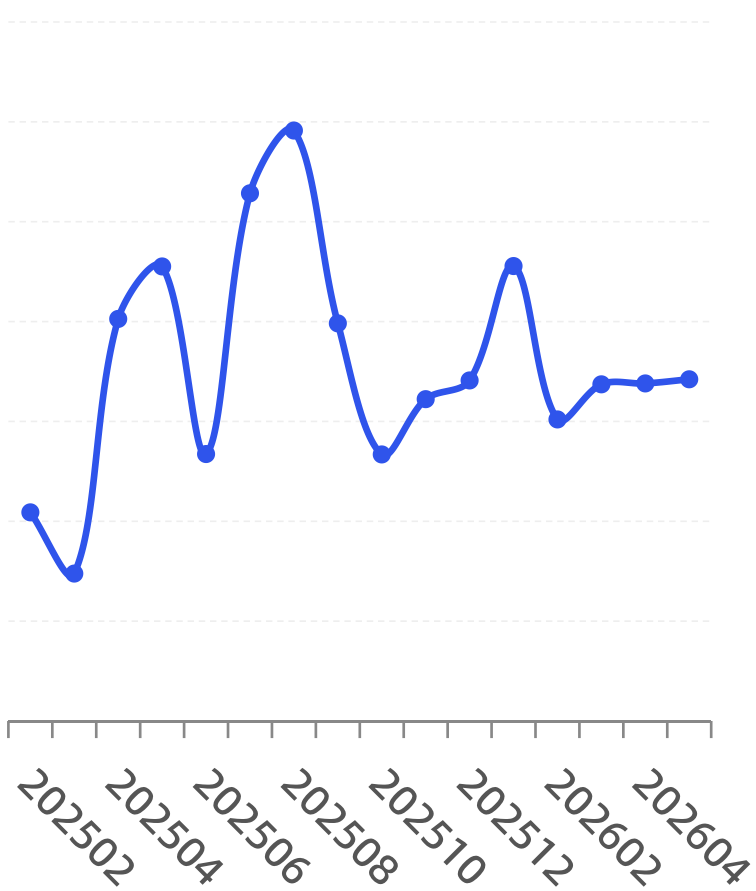


### 野生眉妆

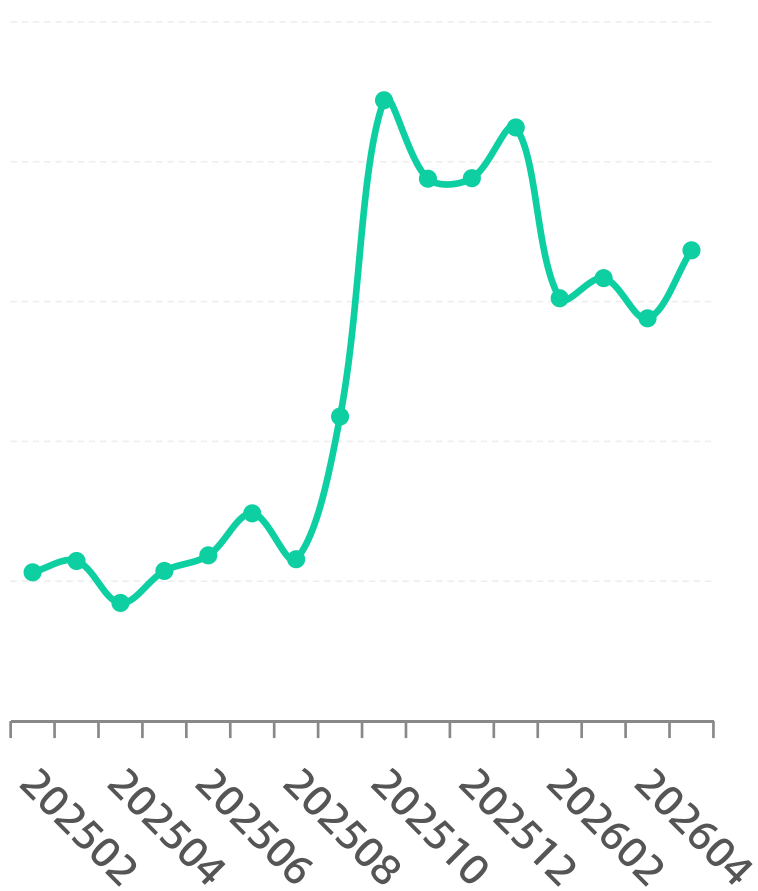
Wild Brow Look

毛流感 · 自然蓬松

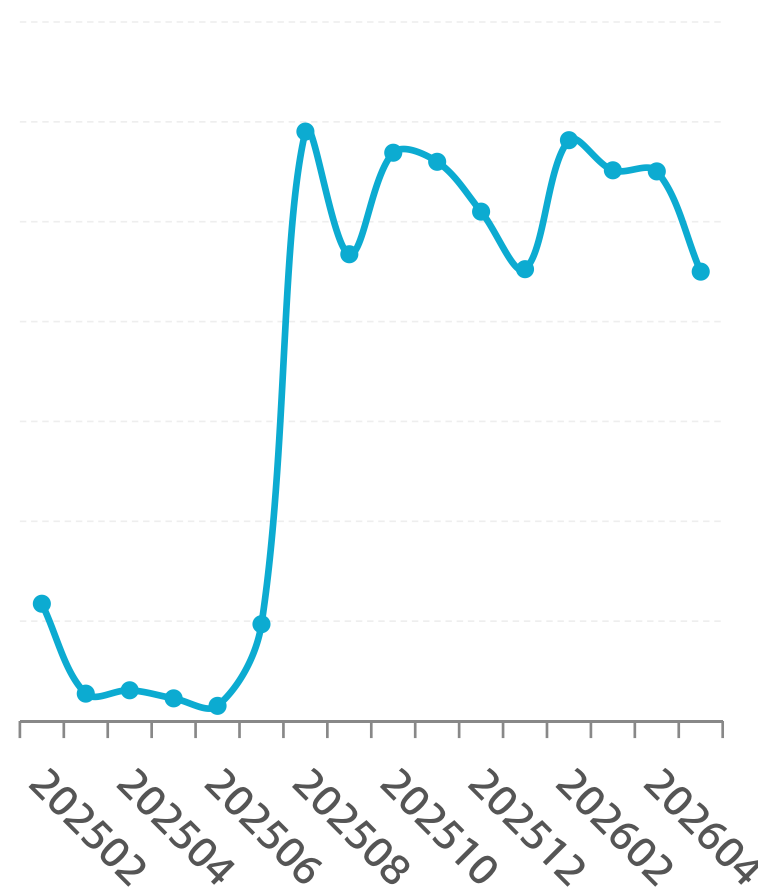
气血感彩妆销售趋势



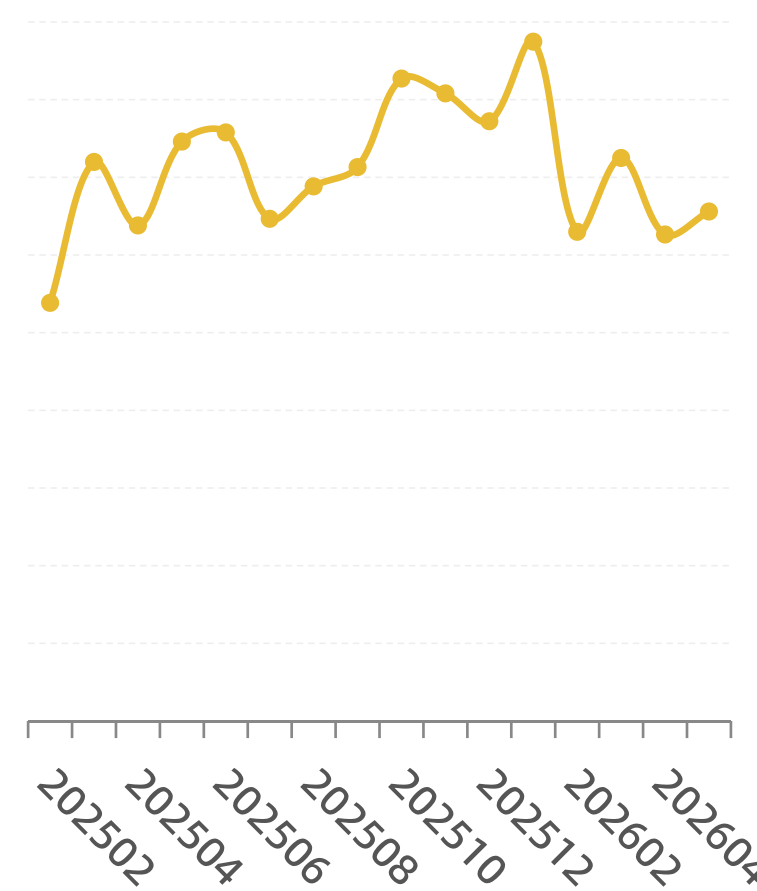
骨相感修容销售趋势



口水色口红销售趋势



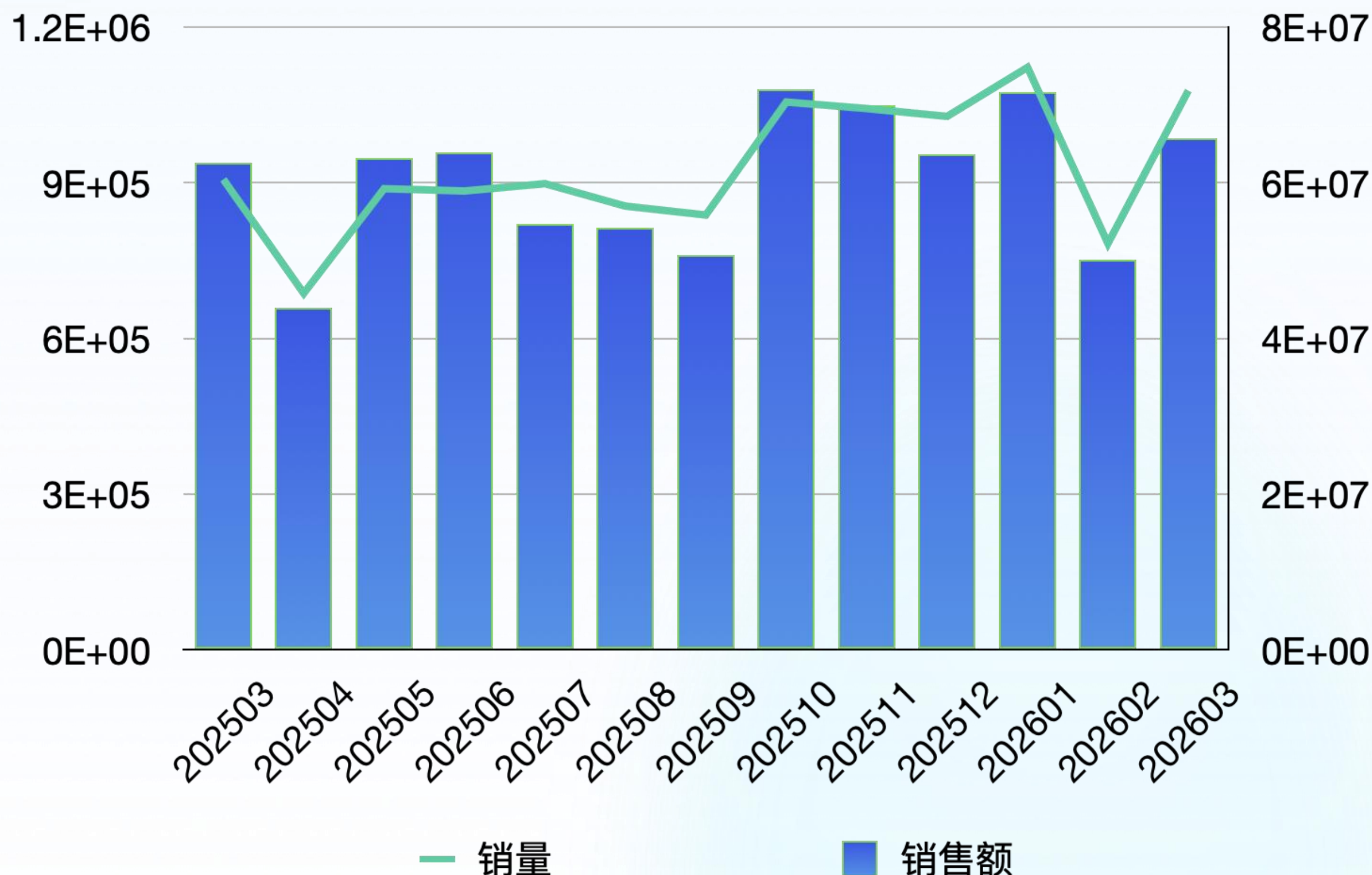
野生眉销售趋势



# 懒人经济、理性消费升级共同驱动彩妆产品多用化集成趋势

早起赶通勤的打工人、清晨备课的早八人，都希望将化妆时间压缩到极致。同时在理性消费理念的驱使下，消费者“花小钱办大事”的理性诉求越发强烈。彩妆市场也因此从“单品堆砌”向更加高效、精简、便携的“一物多用”模式延伸，即同一产品可在不同部位使用，最典型的是“唇颊两用”，以及眼线眉笔一体、眼影修容一体等融合型产品受到消费者欢迎，彩妆市场也从“功能堆砌”走向“效率与体验平衡”。

### 淘系平台多用型彩妆产品销售趋势



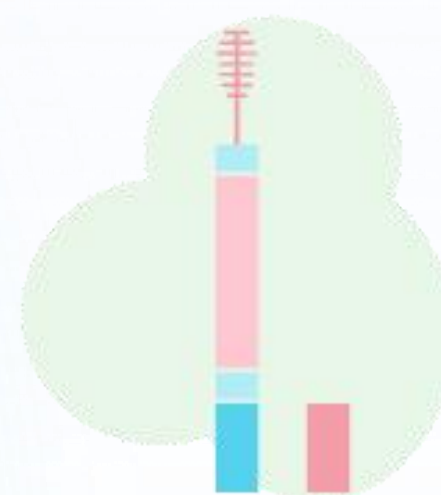
## 单品多功能化



唇颊两用膏  
美妆多用粉  
精华多用棒

.....

## 工具集成化



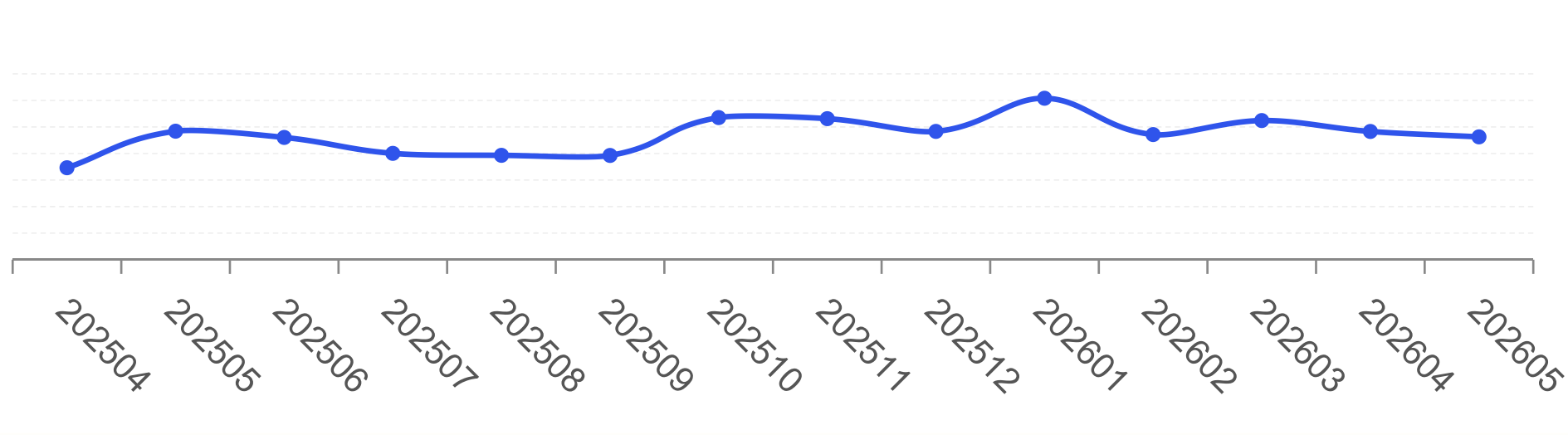
双头眼影笔  
高光卧蚕笔  
眼影修容盘

.....

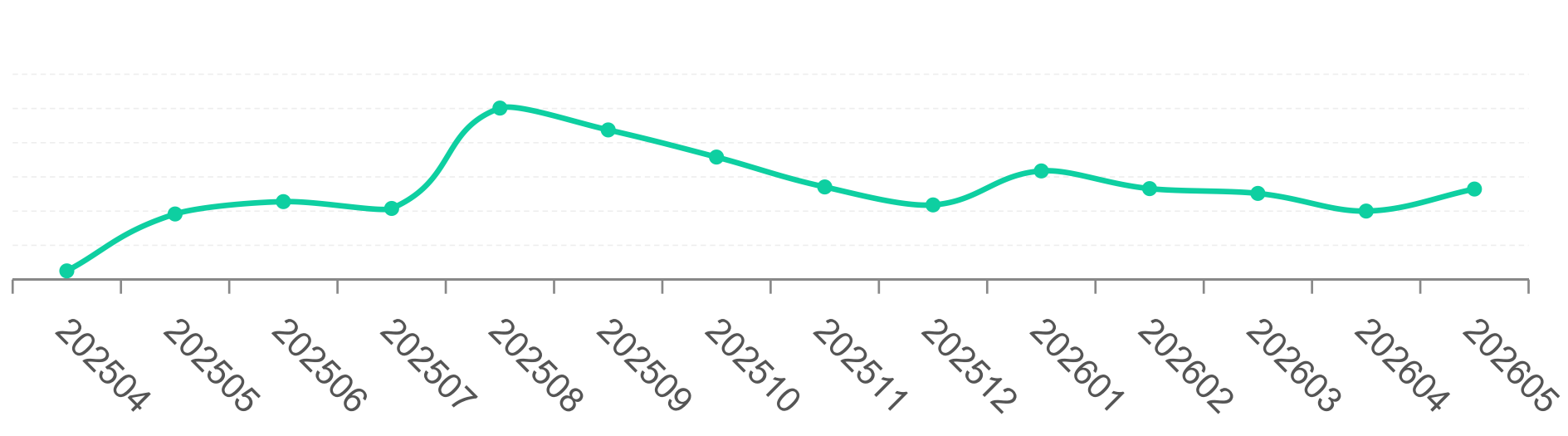
# 品类融合成为常态，质地与形态创新支撑多场景使用

彩妆产品不再局限于单一功能，而是将口红、腮红、眼影、高光、修容甚至底妆功能整合在同一单品中，满足用户快速上妆、补妆和简化化妆步骤的需求。其中，唇颊两用类产品是当前多用型彩妆市场的核心品类。品牌通过改进质地（如膏转粉、霜转粉设计）来适配不同部位的上妆需求，并通过产品形态的创新（如一体盘、双头棒等）来增强其多场景适配性。

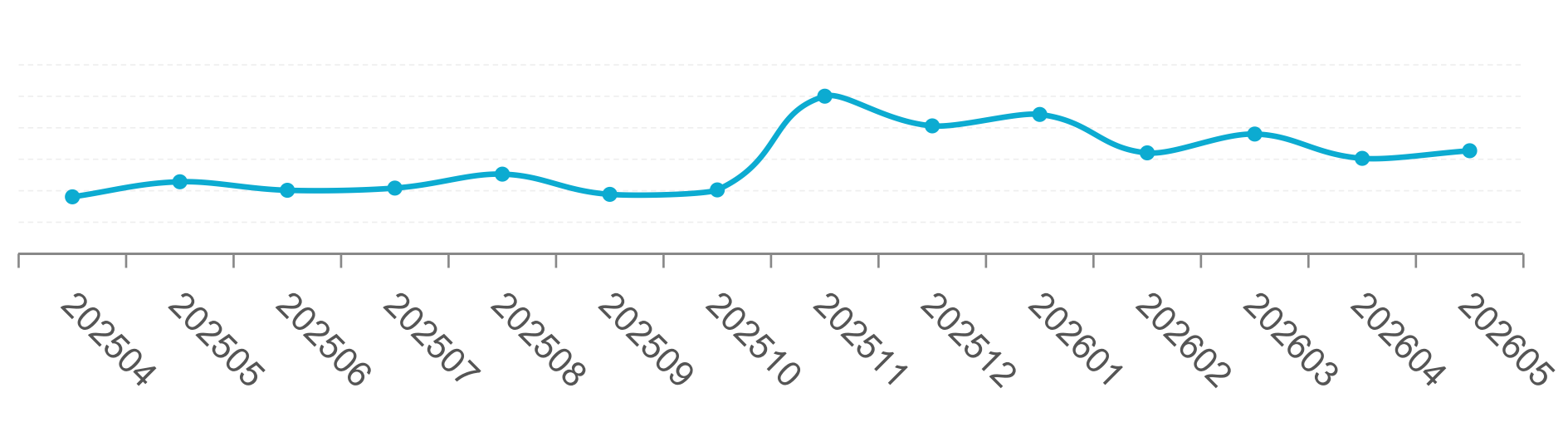
### 彩妆综合盘销售趋势



### 彩妆多用笔销售趋势



### 唇颊一体彩妆销售趋势



## 多用型彩妆代表新品



原色波塔  
随心塑彩妆综合盘（新色）

上市时间：2026年4月10日

“三折叠”设计

高光、修容、眼影、眉粉、腮红



彩棠  
精雕多用笔

上市时间：2026年3月30日

精细仿生回弹笔尖

一支=眉笔+眼线笔+发际线笔



PASSIONAL LOVER恋火  
柔润缎光多用膏

上市时间：2026年4月13日

85%润养精华

一个多用膏=眼影+腮红+唇妆

扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.3

大家电

---

C A T E G O R Y T R E N D S

# 大家电行业2026年618淘系平台热销店铺

1



海尔官方旗舰店

1771.1

2



美的官方旗舰店

1703.9

3



小米官方旗舰店

1669.1

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	GREE格力官方旗舰店	1641.1
5	海信官方旗舰店	1635.1
6	小天鹅官方旗舰店	1620.6
7	华凌官方旗舰店	1610.0
8	TCL集团官方旗舰店	1590.5
9	西门子家电官方旗舰店	1587.6
10	方太官方旗舰店	1581.3

# 大家电行业2026年618淘系平台热销商品

1



美的空调酷省电二代

1528.9

2



小米巨省电空调

1524.9

3



华凌空调超省电Pro

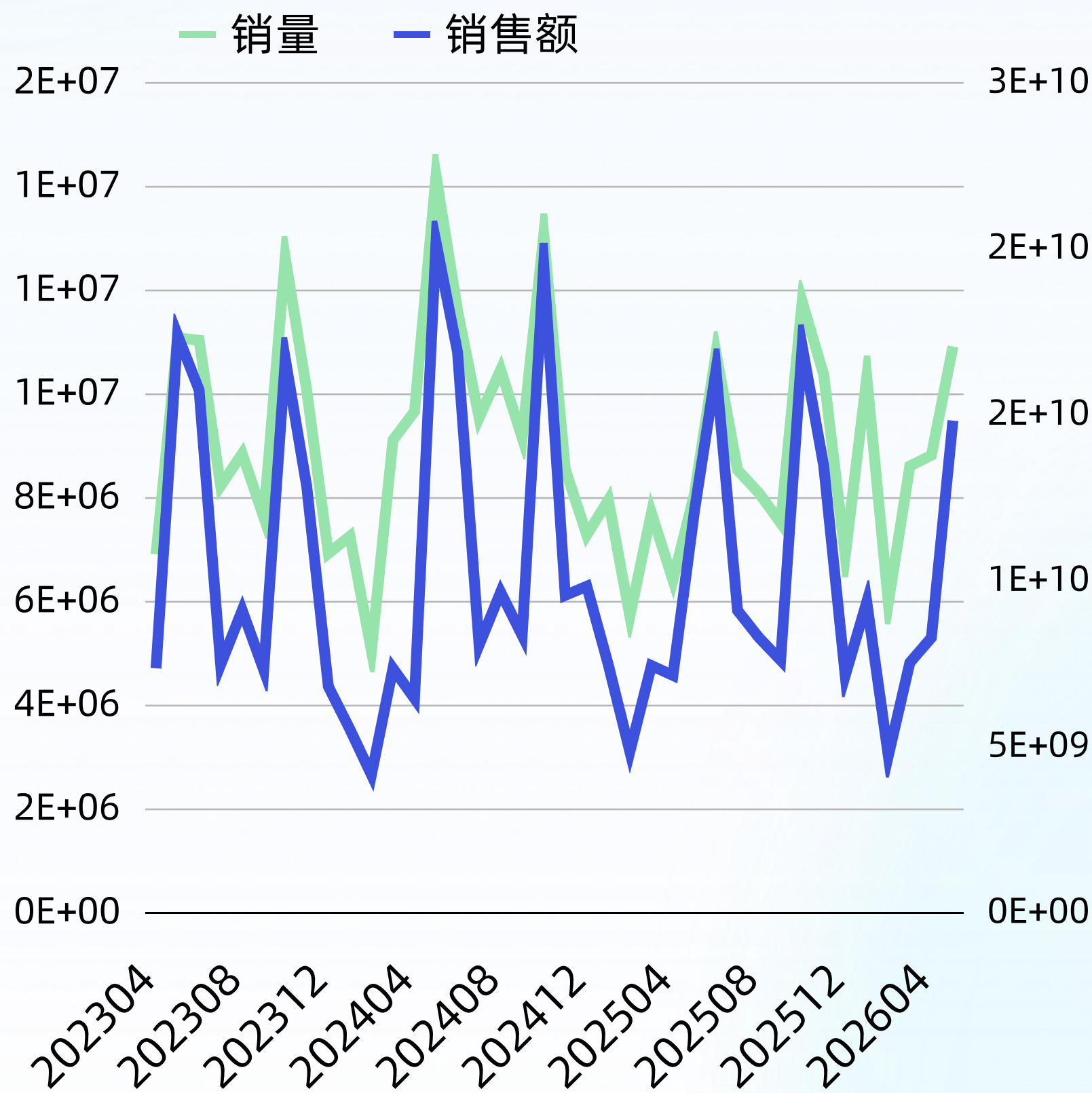
1508.0

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	GREE/格力 新一级能效大1匹正1.5匹变频冷暖空调云佳PRO云欢挂机	1505.7
5	Gree/格力新一级能效家用变频空调挂机升级款云欢Pro正1.5匹	1495.9
6	[云溪5.0 高配版D3] 海尔洗烘套装全自动洗衣机变频热泵干衣机	1492.9
7	【热销榜推荐】海尔出品小超人空调1.5匹新一级卧室冷暖挂机35LCC	1480.3
8	【双排款巨省电】小米米家空调大1.5匹新一级能效家用空调 2026款	1466.1
9	美的空调新一级能效家用大1匹1.5匹变频冷暖挂机2026款酷省电二代	1456.7
10	【门店体验】美的中央空调官方家用一拖多大平层多联机领航者4代	1456.2

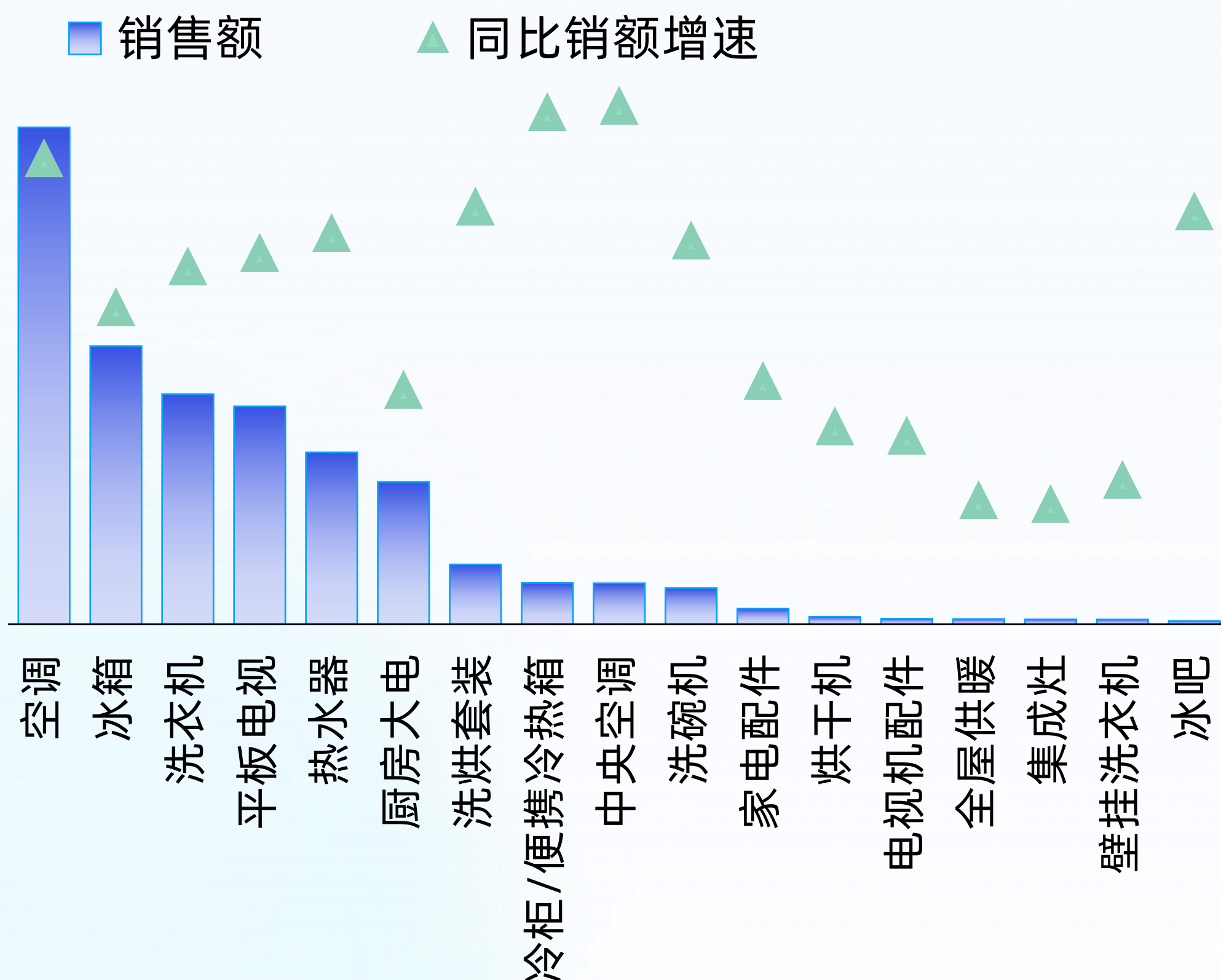
# 大家电市场以旧换新政策红利持续释放，空调领跑核心品类，智能化与场景化升级驱动结构性增长

大家电行业淘系销售呈现显著的以旧换新政策驱动特征，2024年下半年以来销售中枢持续抬升，政策拉动效应逐步显现。品类格局中，空调以绝对优势领跑市场，冰箱、洗衣机、平板电视构成稳健的第二梯队，头部品类优势进一步巩固；洗烘套装、冷柜/便携冷热箱、中央空调等增速突出的品类，反映出消费者对"洗护一体"与"灵活储鲜"等场景化需求的快速升温。

### 大家电行业淘系平台销售趋势



### 2026年1-5月大家电行业品类销售额分布及同比增速



# 国补精准发力家电行业，仅补1级能效打造绿色升级

2026年家电国补聚焦六大核心品类，仅补1级能效/水效，补贴售价15%、最高1500元。叠加618平台促销，综合优惠最高可省约45%。

## 6大补贴品类，统一规则

★ 仅限1级能效/水效    ◎ 补贴售价的15%    ▲ 单件最高1500元    ◆ 每人每类限购1件

空调

冰箱

洗衣机

电视

电脑

热水器

## 2025→2026 家电国补核心变化

对比维度	2025年	2026年
补贴品类	冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、灶具、油烟机、洗碗机、净水器、干衣机、智能马桶等12类	冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器6类（精简优化）
能效要求	1级能效袋20%，2级能效袋15%	☆ 仅限1级能效/水效，取消2级补贴
补贴比例	1级 20%，2级 15%	☆ 统一为售价15%（简化规则）
补贴上限	1级最高2000元，2级最高1500元	☆ 统一最高1500元
其他品类	含家装、电动自行车补贴	☆ 取消家装/电动自行车；新增智能眼镜

## 618期间四重叠加优惠示例（以一台¥5000空调为例）

① 国家补贴

**-750元**

售价15%，上限1500元

+

② 平台满减

**-300元**

618每满300减50

+

③ 店铺券

**-200元**

商家专属优惠券

+

④ 以旧换新

**-500元**

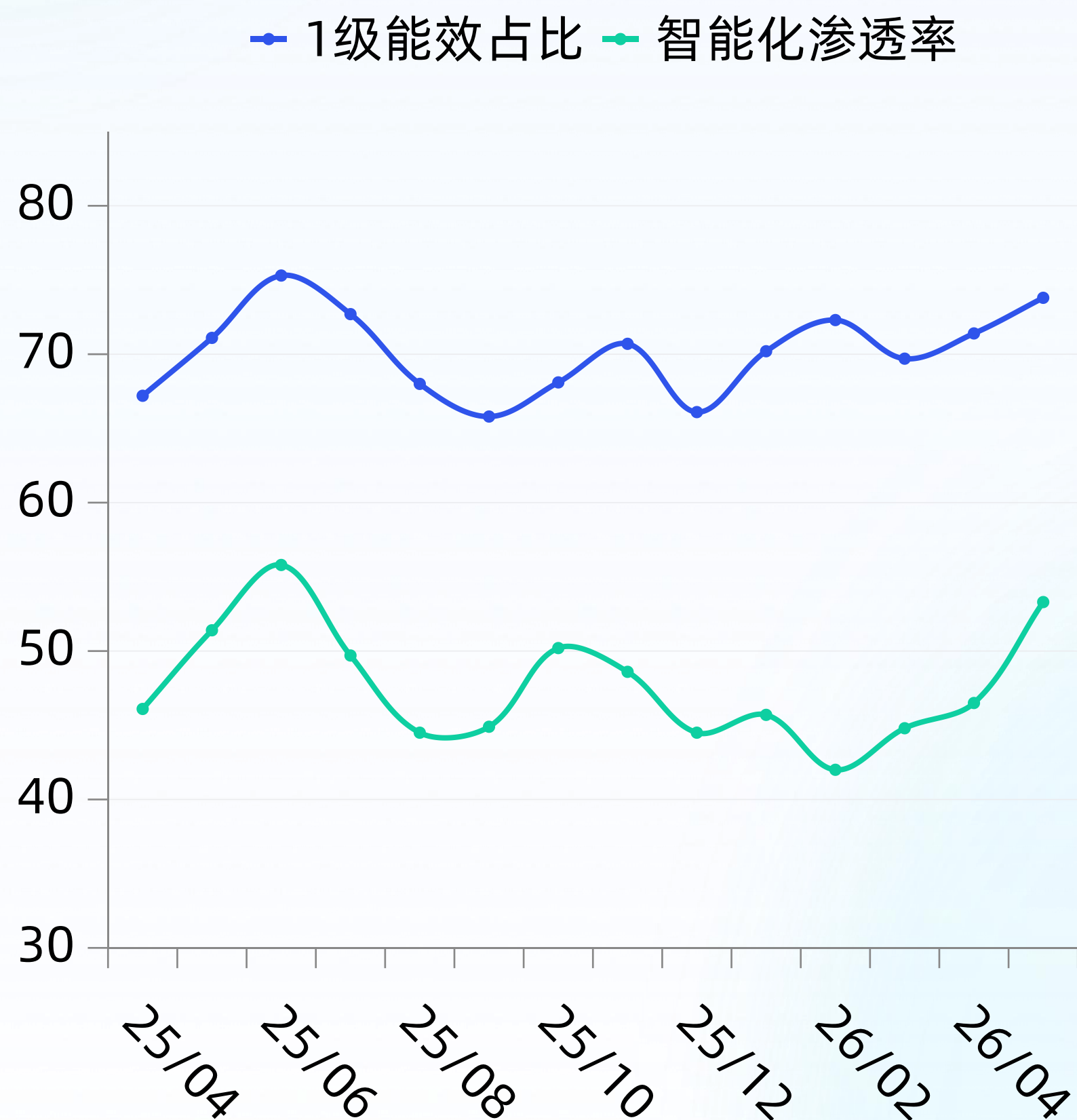
品牌换新补贴

**综合优惠：原价 ¥5000 → 到手约 ¥3250，总省 ¥1750，相当于打 6.5 折，最高可省约 45%**

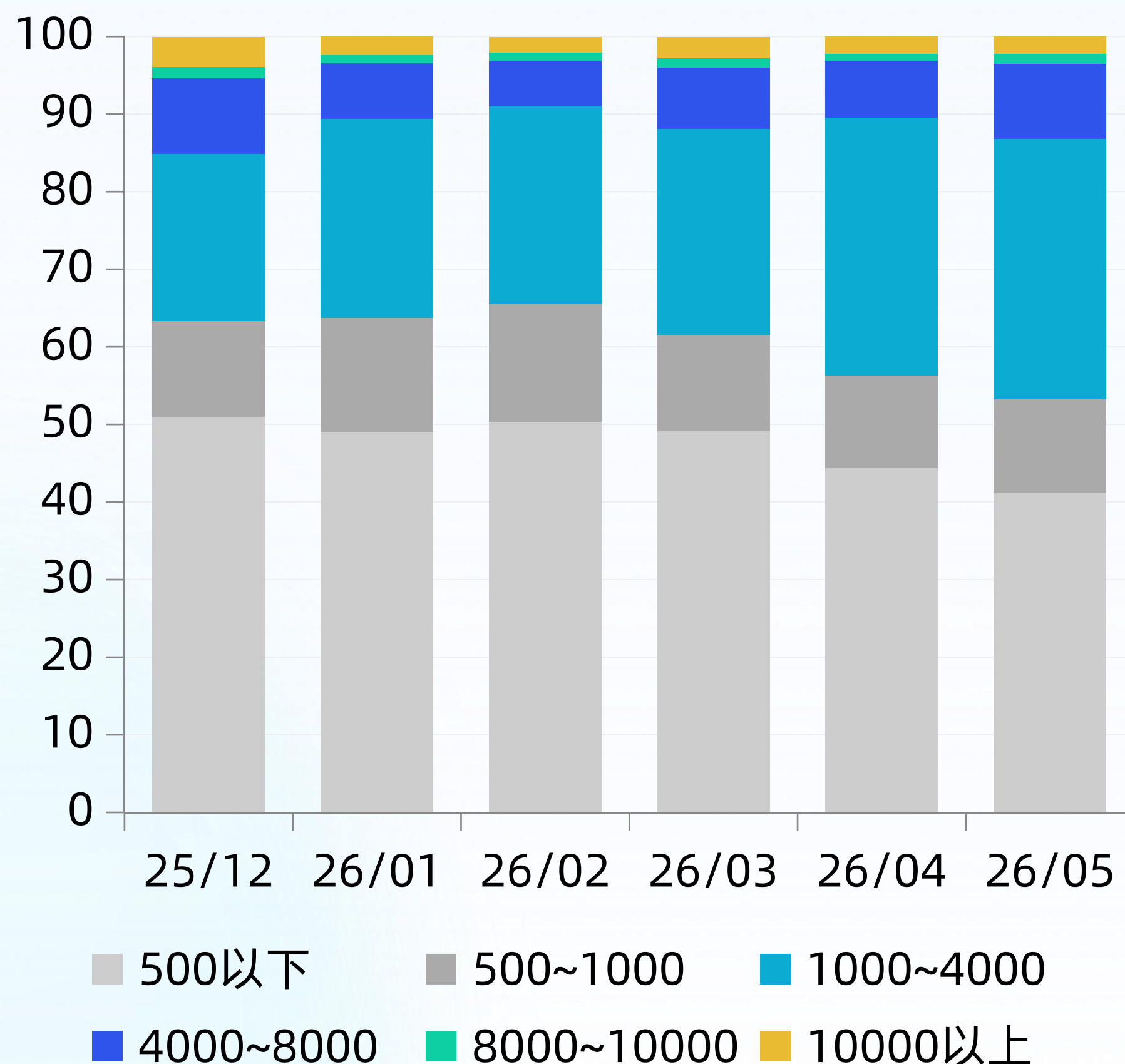
## 大家电高端化智能化加速，1级能效占比突破70%

2025-2026年大家电市场呈现“能效升级+智能渗透”双轮驱动格局。2026年5月1级能效产品销售额占比达73.8%，较去年同期提升6.6个百分点，618大促月峰值可达75%以上，国补仅补1级能效政策显著加速这一趋势。智能家电渗透率同期突破53%，美的美居、海尔智家、小京鱼等平台生态竞争加剧。价格带结构持续优化，千元以上段位占比稳步提升，高端化趋势明确。

### 1级能效占比 & 智能化渗透率趋势



### 大家电价格带结构变化



# 大家电功能创新进入体验驱动时代，舒适智能类功能爆发

618期间大家电竞争焦点从价格转向功能创新。防冷风设计同比增长197%、蒸发器自清洁增长108%、自动清洗增长103%，舒适体验类功能集体爆发。消费者选购决策已从“有没有”升级为“好不好用”，精细化温控、智能清洁、能效升级三大方向成为产品溢价的核心支撑。

## 舒适智能类功能同比增速



## 三大功能升级方向

### 精细化温控与舒适风感

- 防冷风设计(+197%)：冬季开机无冷风直吹，舒适化体验
- 上下分区送风(+49%)：分层温控，匹配不同场景需求
- 防直吹(+39%)：扁平化微风感技术，房间均温分布
- 人性化睡眠技术(+29%)：智能调节夜间温湿度曲线

### 智能清洁与健康管理

- 蒸发器自清洁(+108%)：空调深度自洁成为健康刚需
- 自动清洗(+103%)：筒自洁、喷淋抗菌等去污技术升级
- 除霜功能(+64%)：冰箱智能除霜保鲜技术普及

### 精细化存储与能效升级

- 电辅加热(+68%)：快速升温+低温强制热
- 国补仅补1级能效，政策加速产品能效升级

扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.4

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰

---

C A T E G O R Y   T R E N D S

# 洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业2026年618淘系平台热销店铺

1



护舒宝官方旗舰店

1662.0

2



维达官方旗舰店

1505.6

3



立白官方旗舰店

1497.5

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	宝洁官方旗舰店	1486.2
5	德佑旗舰店	1482.1
6	舒肤佳官方旗舰店	1479.5
7	DETTOL滴露官方旗舰店	1474.0
8	tempo得宝官方旗舰店	1471.4
9	corou可心柔旗舰店	1466.6
10	绽家官方旗舰店	1459.3

数据来源：炼丹炉大数据； 取值范围：2026年5月21日-2026年6月21日

# 洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业2026年618淘系平台热销商品

1



可心柔乳霜纸

1424.8

2



护舒宝液体卫生巾

1389.8

3



全棉时代洗脸巾

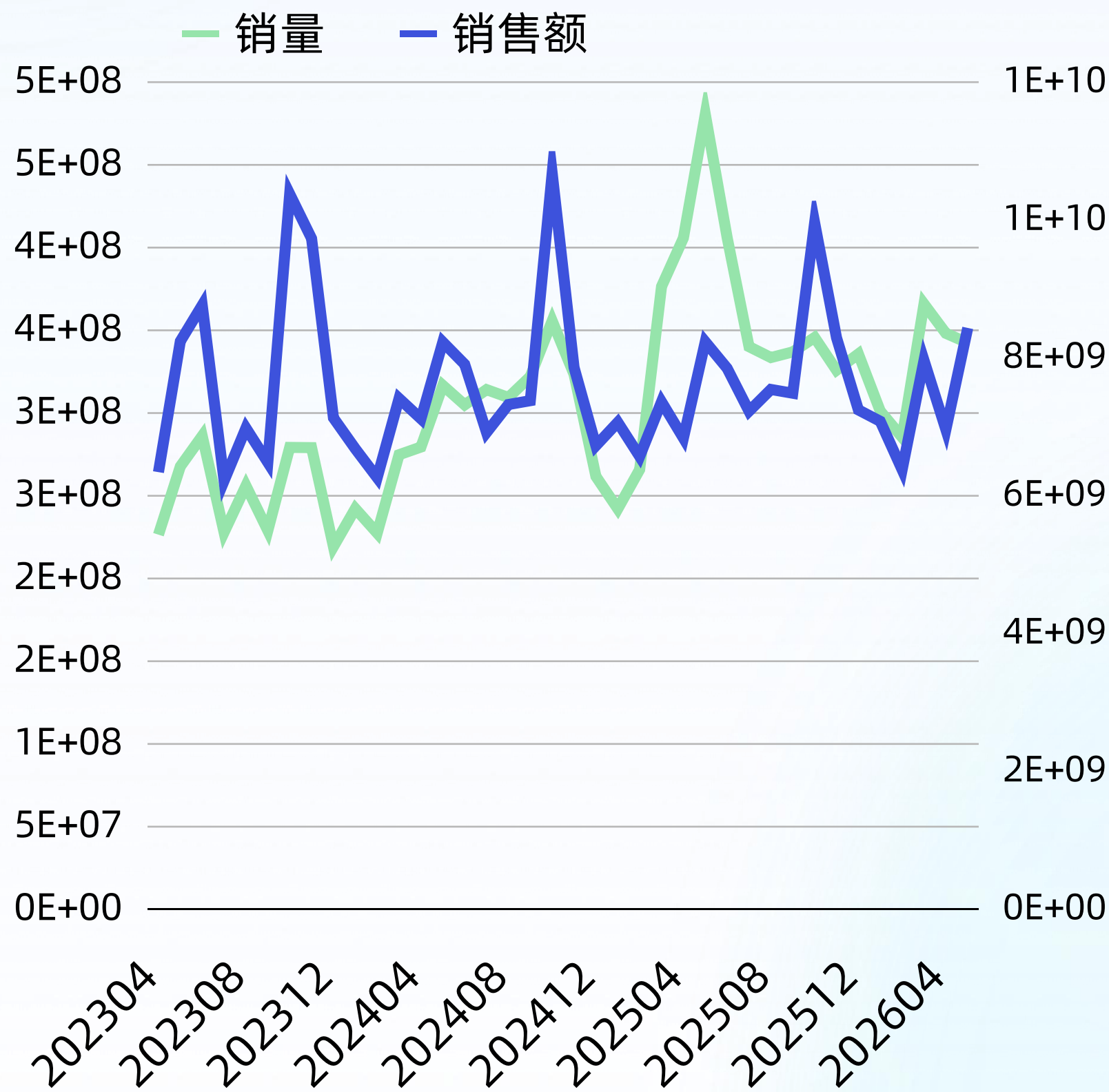
1372.4

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦全品类尾款日】TEMPO得宝无香软抽纸巾4层M码100抽16包	1367.1
5	云南白药牙膏清新护龈套装	1366.6
6	护舒宝【正版液体卫生巾】No.1热销箱装无感般保护日用姨妈巾官方	1361.6
7	【李佳琦直播间618收官夜】拍5组！高洁丝抑菌纯棉卫生巾安睡裤	1357.3
8	【达人专享】德佑纯水湿厕纸家庭实惠装女士孕妇洁厕男士专用80抽	1357.1
9	【李佳琦直播间618收官夜】立白大师香氛玫瑰洗衣液	1341.5
10	【李佳琦直播间618收官夜】维达羊绒感面巾纸M码抽纸巾	1329.8

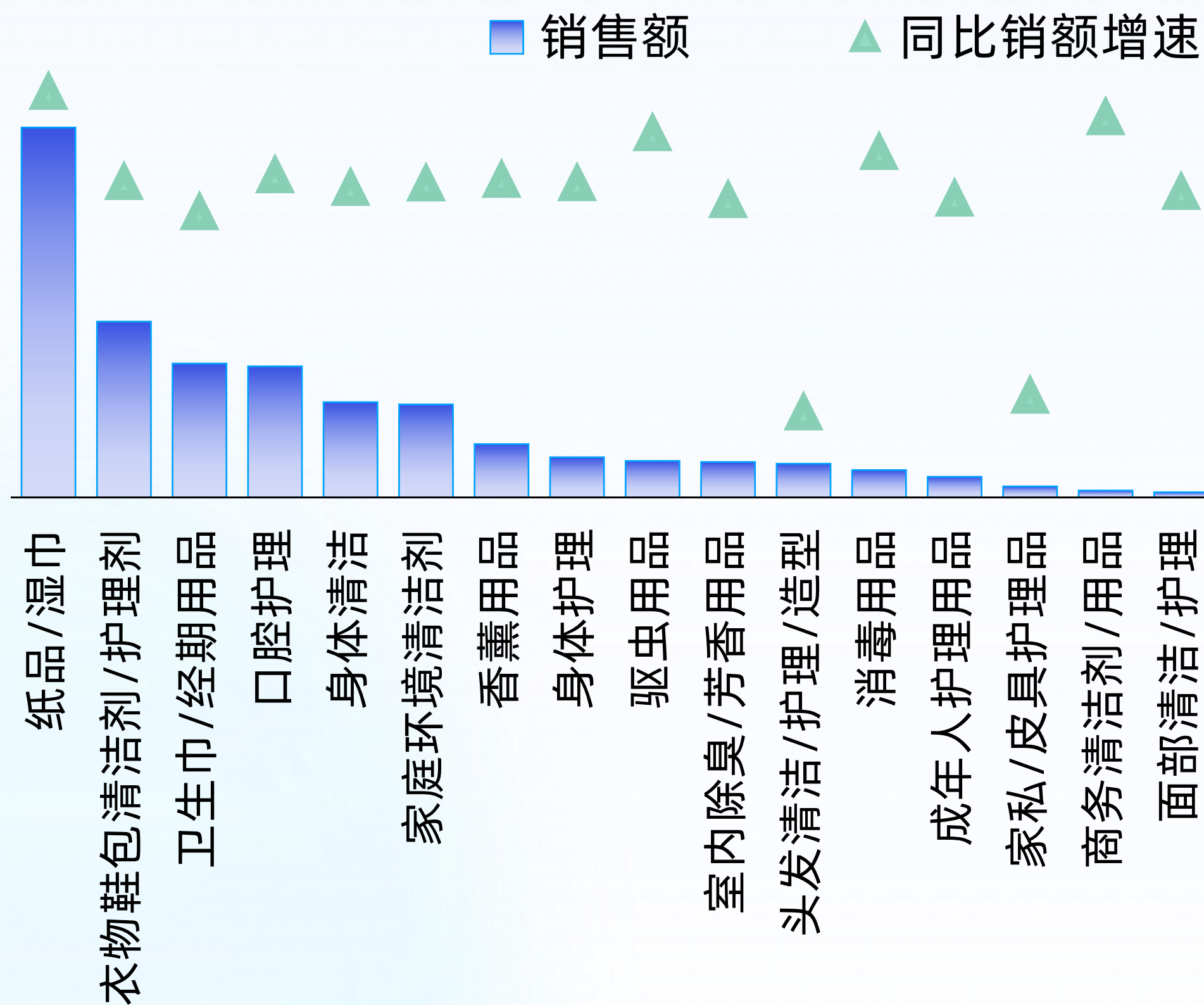
# 个护家清市场刚需属性稳固，纸品湿巾领跑基础消费，家清护理与身体护理品类加速释放增长潜能

个护家清行业淘系销售呈现强刚需特征，销量基数庞大且波动相对平稳。品类格局中，纸品/湿巾以绝对优势稳居市场首位，衣物鞋包清洁剂/护理剂、口腔护理、卫生巾/经期用品构成稳健的第二梯队，基础刚需品类优势进一步巩固；室内除臭/芳香用品、家私/皮具护理等品类增速表现突出，反映出消费者从“基础清洁满足”向“精细化护理升级”的深层趋势。

个护家清行业淘系平台销售趋势



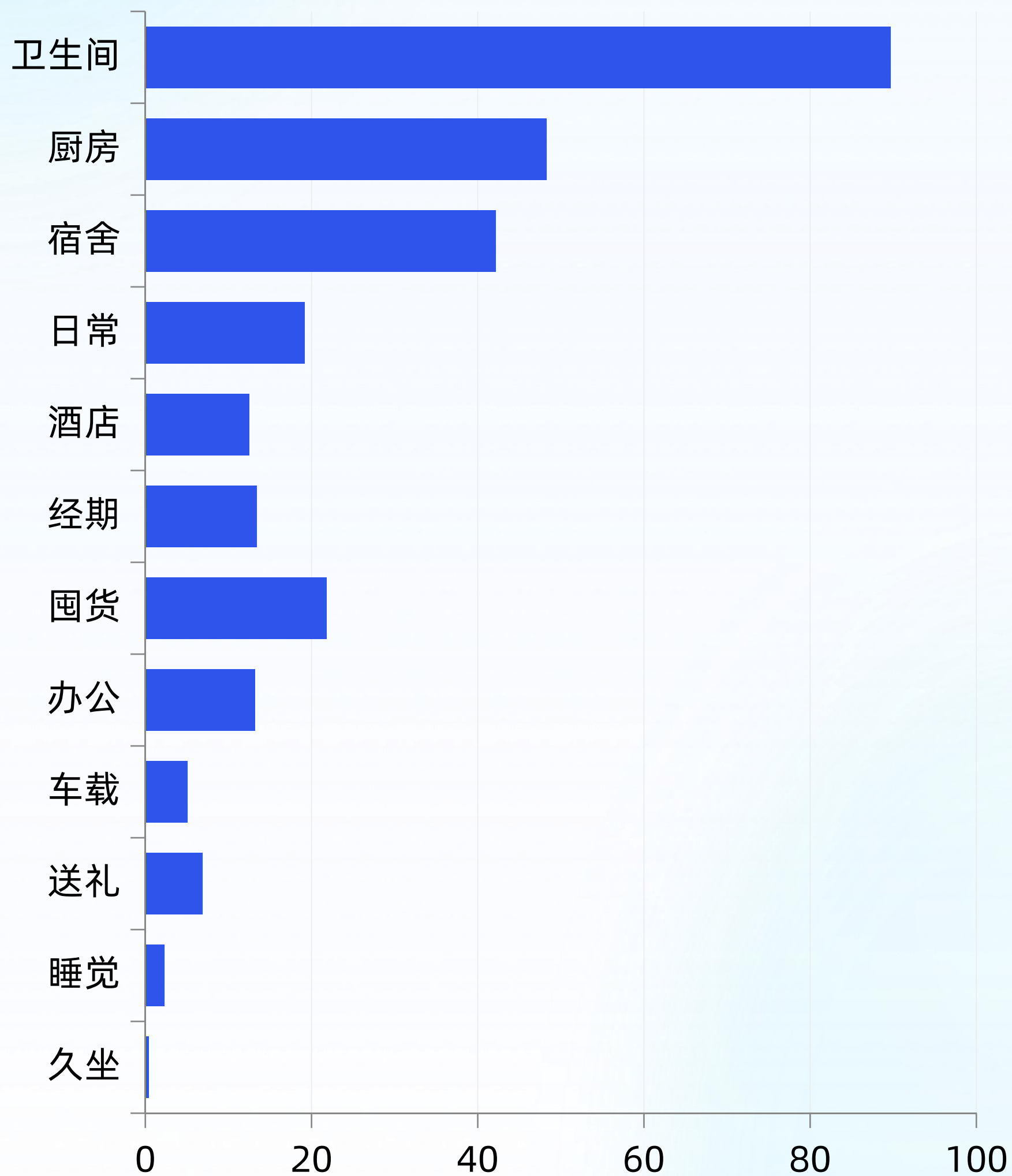
2026年1-5月个护家清行业品类销售额分布及同比增速



## 个护家清场景化消费崛起，四大趋势场景重塑购买逻辑

个护家清行业消费场景显著分化，卫生间、厨房、宿舍、户外等细分场景快速增长。消费者不再“一瓶多用”，而是按场景精准匹配产品，场景化营销成为品牌突围关键。

### 个护行业消费者场景维度评价声量分布



### 「精细居家」

从一瓶多用到空间专属

合计声量 **600万+**

#卫生间美缝

#厨房重油清洁

#冰箱除菌喷雾

#柜子除湿防霉

### 「年轻悦己」

宿舍场景满意度极高

合计声量 **58万+**

#宿舍好物

#办公桌面清洁

#开学季囤货

#平价替代

#小包装试用

### 「户外出行」

便携装需求强劲释放

合计声量 **47万+**

#旅行装清洁

#酒店清洁套装

#车载香薰

#户外便携湿巾

#出差一次性

### 「仪式感护理」

产品超越功能，情绪价值叠加

合计声量 **22万+**

#经期仪式感

#睡前氛围感

#送礼仪式感

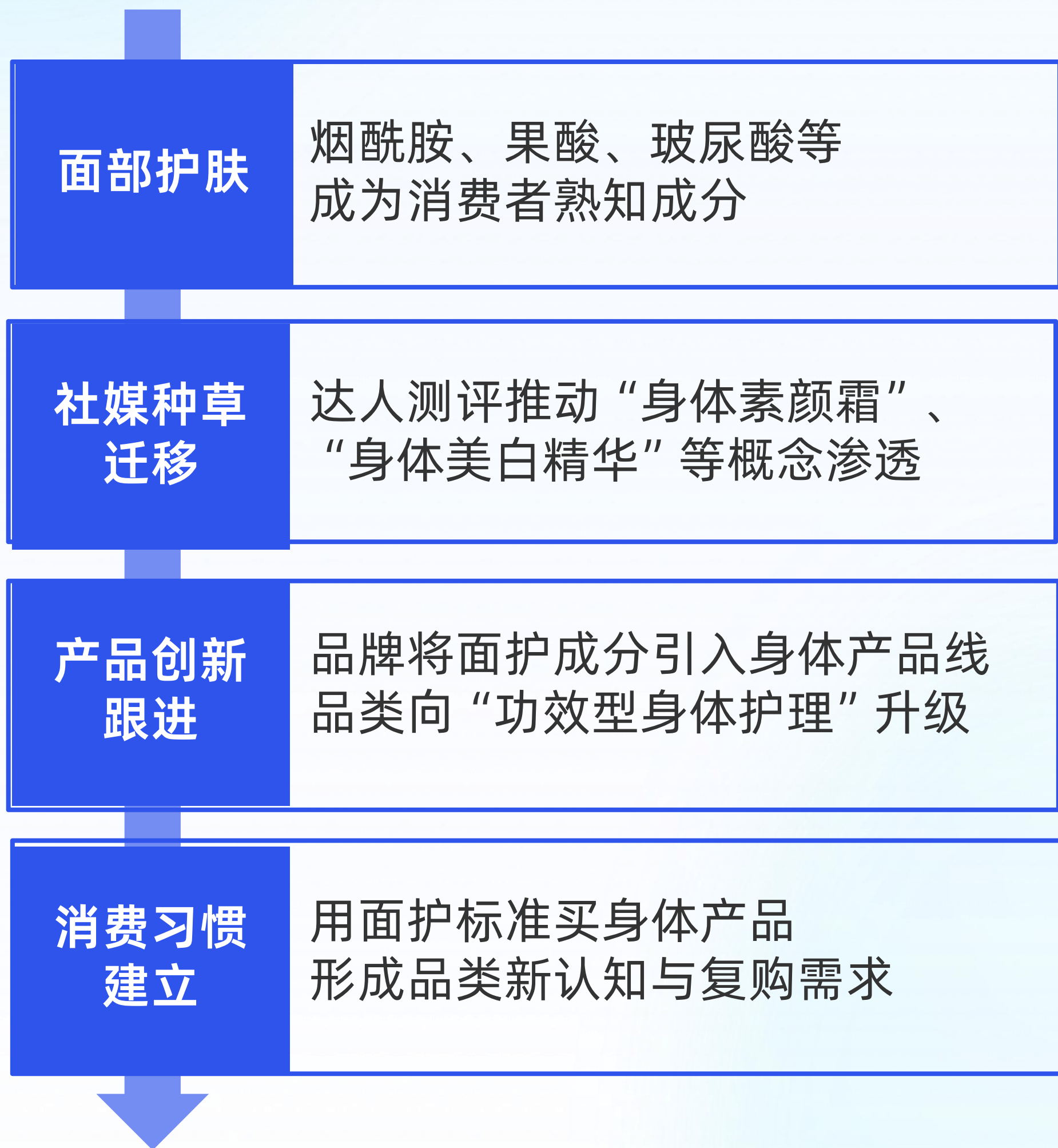
#精致生活

#治愈系香薰

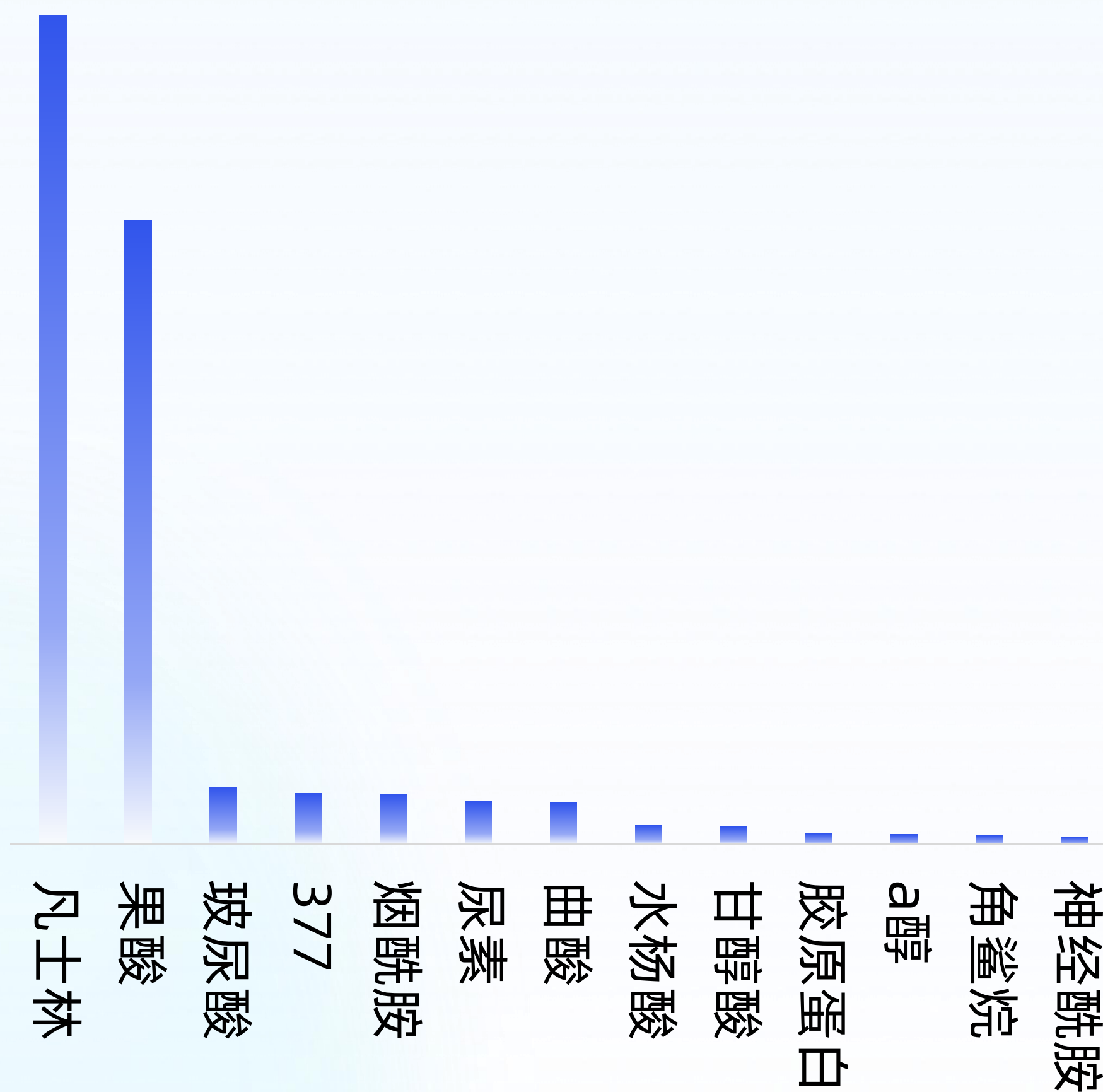
# 身体护理加速“面护化”，面部黄金成分全面迁移至身体赛道

消费者正以“面部护理”的标准重新审视身体护理需求。美白、抗老、修护等核心功效诉求持续向身体赛道延伸，烟酰胺、果酸、玻尿酸等面护明星成分加速渗透，推动身体护理从基础保湿迈向更精准、更功效化的发展阶段。

### 面护成分向身体护理渗透路径



### 身体护理品类成分标签社媒互动指数分布

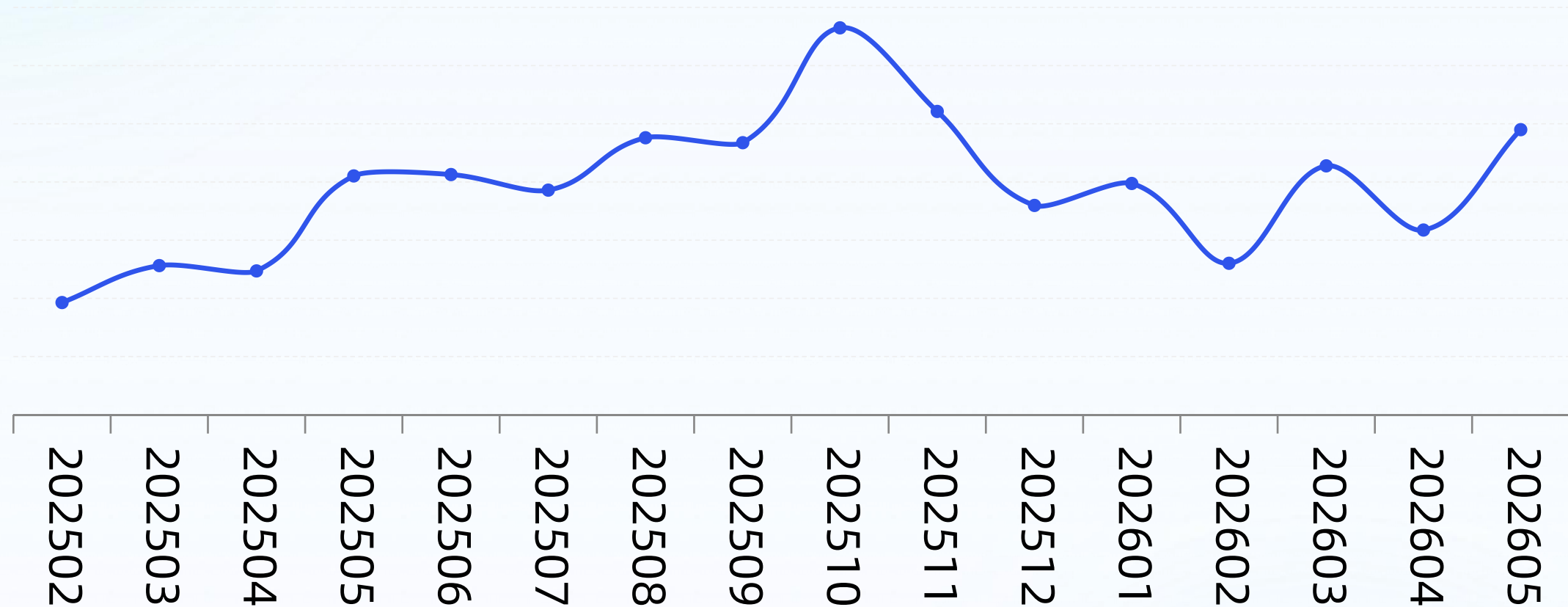


# SUBJECT

## “色修美白”概念由面部护肤延伸至口腔护理，色修牙膏快速爆发

“色修美白”原本更多应用于面部护肤领域，如今正逐步延伸至口腔护理赛道。消费者对牙齿亮白、去黄和即时改善口腔外观的需求提升，带动色修牙膏迅速走红。当前该品类凭借视觉化效果表达和较强的社媒传播属性，正成为口腔护理中的新热点。

### “色修美白”牙膏淘系平台销售趋势



### “色修美白”牙膏消费者评价词云

美白效果：很好  
效果不错 效果好  
美白效果好  
能提亮  
能去黄  
去黄效果：  
效果也很好 效果很好



参半色修牙膏  
专研清新美白



舒客色修白牙膏  
冷光蓝紫色去黄



高露洁紫光色修美  
白牙膏

扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



# 02.5

## 零食/坚果/特产

---

C A T E G O R Y T R E N D S

# 零食/坚果/特产行业2026年618淘系平台热销店铺

1



三只松鼠  
Three Squirrels

三只松鼠旗舰店

1568.7

2



良品铺子旗舰店

1452.2

3



比比赞旗舰店

1369.9

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	王小卤旗舰店	1362.5
5	蒙都旗舰店	1343.0
6	豪士旗舰店	1337.4
7	百草味官方旗舰店	1332.4
8	沃隆旗舰店	1327.1
9	旺家福卤味零食旗舰店	1312.6
10	十个勤天旗舰店	1312.0

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年5月21日-2026年6月21日

# 零食/坚果/特产行业2026年618淘系平台热销商品

1



蒙都手撕牛肉干

1296.2

2



旺家福鸡脚筋鸭爪

1243.1

3



三只松鼠每日坚果

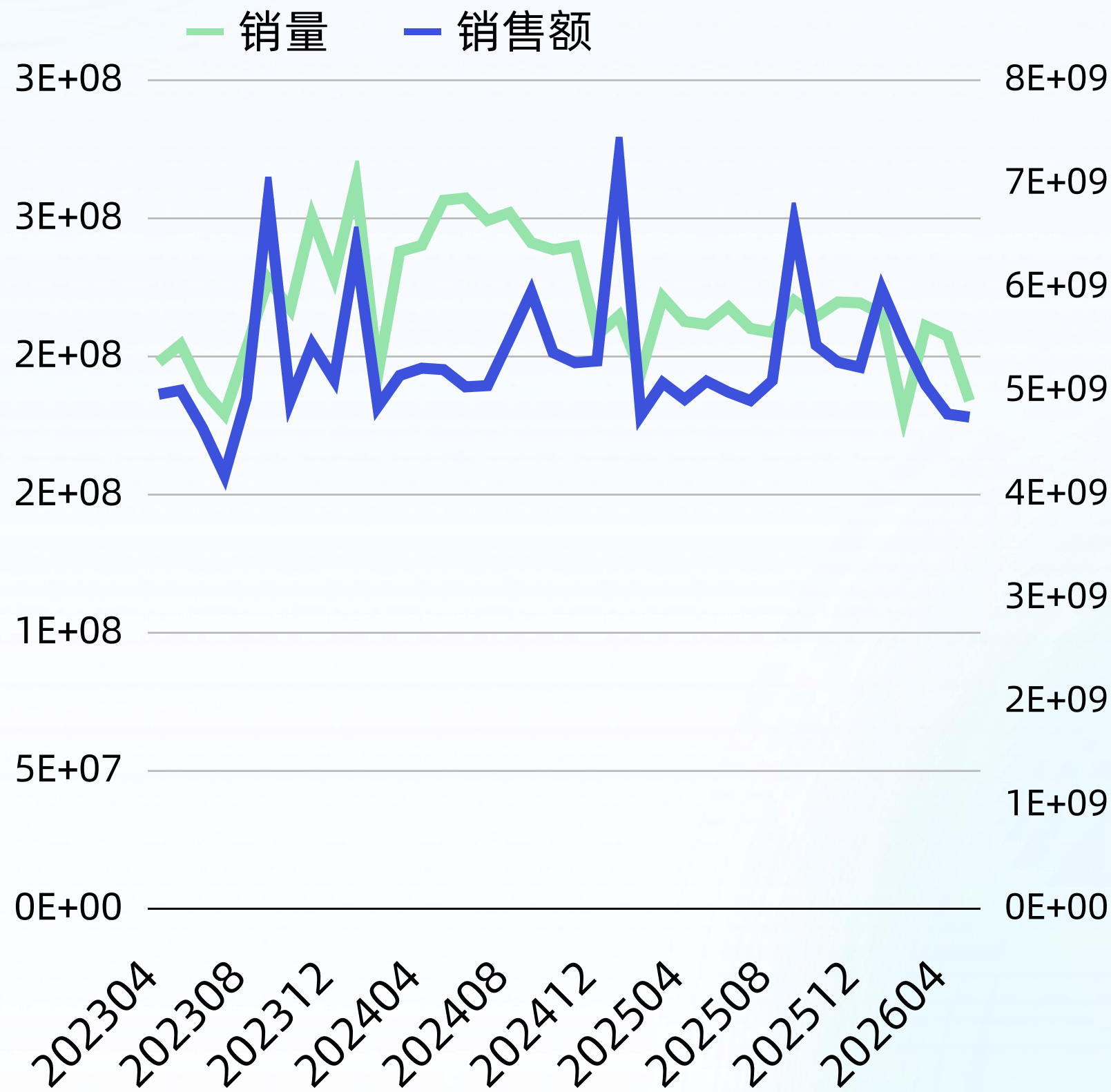
1241.8

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	藤桥牌精品大鸭舌温州特产小吃卤味休闲零食即食净重鸭舌头408G	1233.7
5	三只松鼠_每日坚果750g/30包健康混合干果果仁零食节日送礼礼盒	1231.9
6	【直播专享】豪士虎皮蛋糕早餐面包零食品整箱	1230.6
7	袋鼠先生开袋即食牛肉健身代餐即食卤牛腱子肉饱腹主轻熟食高蛋白	1218.3
8	豪士藜麦吐司全麦面包手撕健康零食整箱早餐点心营养速食代餐食品	1218.1
9	a1笋尖鸡肉肠开袋即食高蛋白代餐休闲零食解馋火腿肠夜宵抗饿整箱	1216.8
10	哈尼牧场高蛋白牛脆脆100g/和牛脆脆100g内蒙古特产即食牛肉零食	1207.7

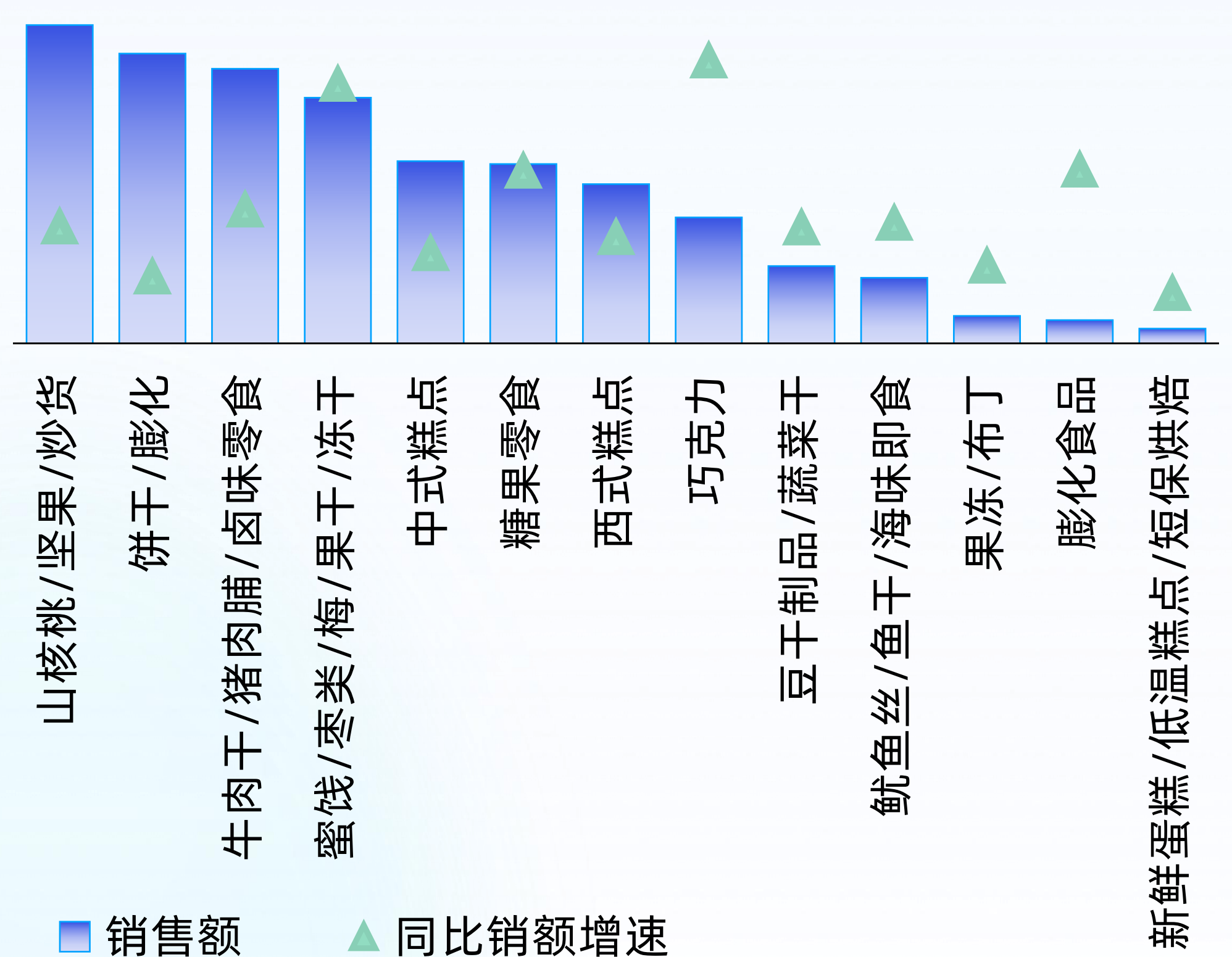
# 零食市场大促节点爆发力强劲，传统坚果炒货稳居核心赛道，健康化与新鲜化品类加速崛起

零食行业淘系销售呈现显著的大促驱动特征，618与双11节点形成强劲销售脉冲。品类格局中，山核桃/坚果/炒货、饼干/膨化、牛肉干/猪肉脯/卤味零食三大传统口味型零食构成稳固消费基本盘；巧克力增速表现最为突出，糖果零食、新鲜蛋糕/低温糕点/短保烘焙紧随其后，反映出消费者在满足基础口味需求的同时，对"即时愉悦感"与"品质仪式感"的偏好持续增强

零食行业淘系平台销售趋势



2026年1-5月零食行业品类销售额分布及同比增速

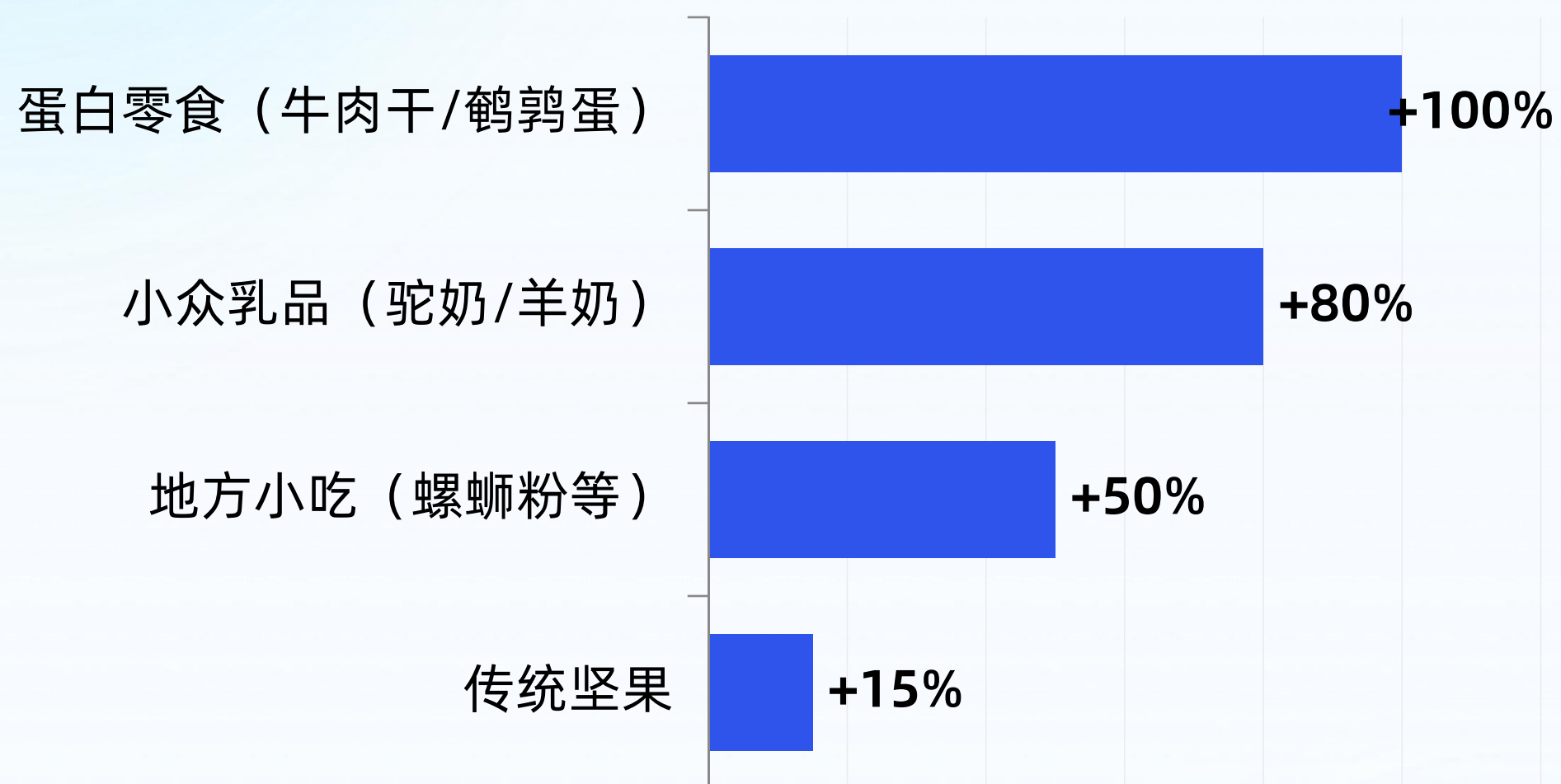


# SUBJECT

## 零食大单品集中涌现，品类品牌化加速突破

零食行业正从“有品类、无品牌”向“大单品定义品类、品牌占领心智”升级。蛋白零食增速超100%，新品类大单品密集爆发。

### 零食细分品类增速对比



### 大单品爆发的三大驱动力

#### 健康化需求升级

消费者从“吃饱”转向“吃好”，高蛋白、低糖、非油炸成为大单品的必备属性，魔芋以“低卡饱腹”心智爆发

#### 娱乐化创新引流

“新奇特”口味制造社交话题，白象香菜面一年2800万，跨界联名（盐津x周黑鸭）吸引年轻尝鲜客群

#### 供应链精细化运营

头部企业实施“1+N”多品牌战略，每个细分品类设立独立子品牌和运营团队，确保资源精准投放

### 代表性大单品案例

#### 卫龙 魔芋爽

21.09亿

2025H1 营收

+44.3%

魔芋品类首超辣条，占营收比60.5%



#### 王小卤 虎皮凤爪

12亿袋+

累计销量

连续6年榜首

开创“虎皮+凤爪”新品类，定义标准



#### 白象 香菜面

2800万

上线一年销售额

制造社交话题

“新奇特”口味创新，香菜/折耳根/臭豆腐面系列，娱乐化创新引流显著



## 零食健康化加速，原料·成分·工艺三维升级

零食行业健康化转型从“原料养生化、成分功能化、工艺清洁化”三个维度同步推进，非油炸同比+78%、烘干+118%，健康工艺强势崛起。

### 药食同源·中式养生原料崛起

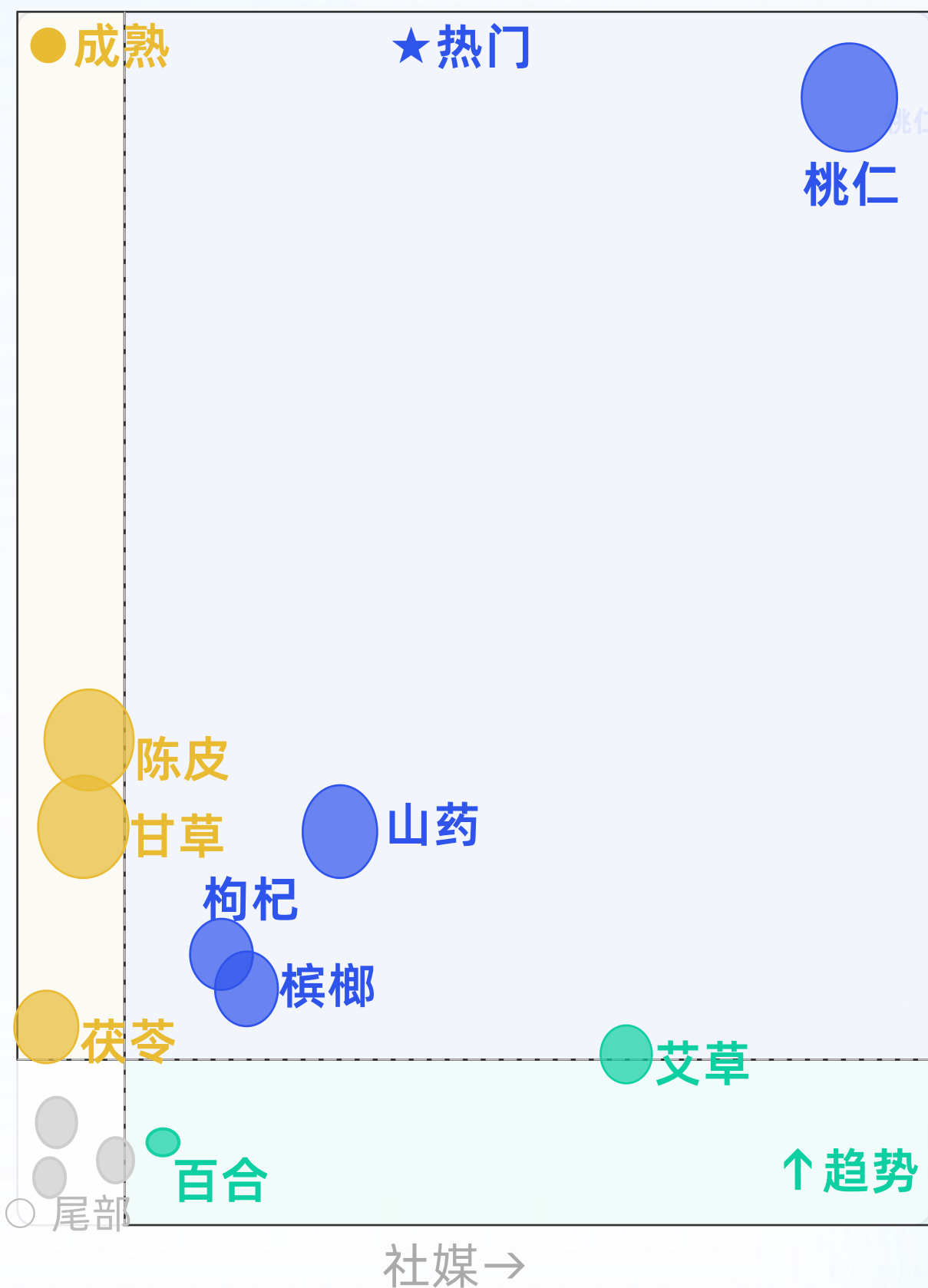
桃仁、山药、枸杞双指标领先；艾草社媒爆发待转化

### 成分功能化·精准营养升级

“一加一减”：高蛋白、高纤维加，糖、脂肪减

### 工艺升级·健康加工崛起

非油炸、烘干、手工制作等健康工艺强势增长

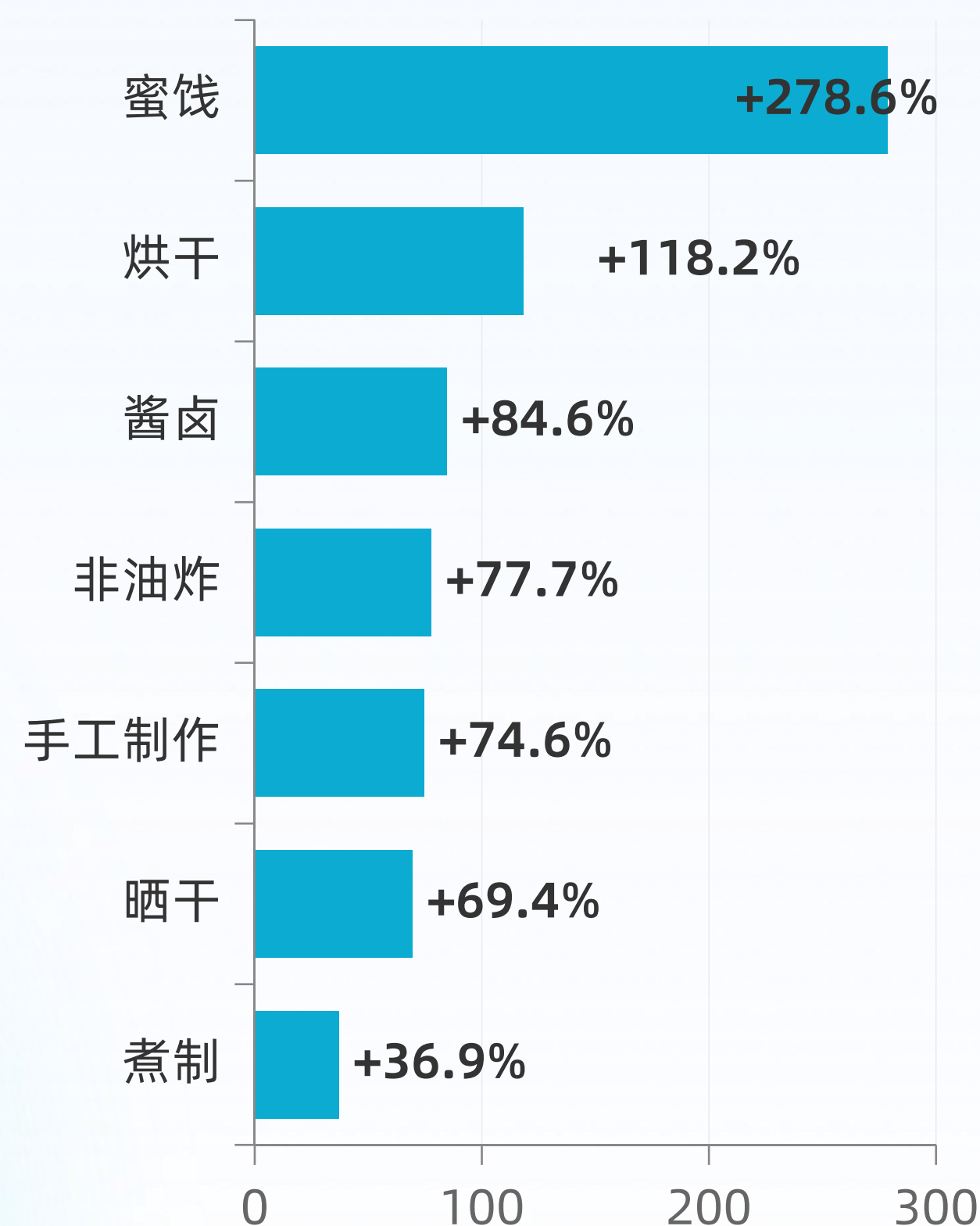


**18%** 功能性零食渗透率年均增速

**+100%** 蛋白零食增速

**67%** 抖音轻健康食品复合增长

**63%** 消费者吃零食为改善心情



扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.6

咖啡 / 麦片 / 冲饮

---

C A T E G O R Y   T R E N D S

# 咖啡/麦片/冲饮行业2026年618淘系平台热销店铺

1



luckin coffee  
专业咖啡新鲜式

瑞幸即享咖啡旗舰店

1656.8

2



认养1头牛<sup>TM</sup>  
ADOPT A COW

认养一头牛旗舰店

1417.7

3



农夫山泉<sup>®</sup>  
NONGFU SPRING

农夫山泉官方旗舰店

1389.8

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	三顿半旗舰店	1379.7
5	悦鲜活旗舰店	1379.2
6	伊利旗舰店	1370.4
7	五谷磨房官方旗舰店	1369.9
8	PEET'S官方旗舰店	1359.5
9	原始黄金官方旗舰店	1345.1
10	NESPRESSO官方旗舰店	1336.8

# 咖啡/麦片/冲饮行业2026年618淘系平台热销商品

1



三顿半冻干咖啡

1340.0

2



瑞幸浓缩咖啡液

1262.7

3



悦鲜活260ml奶卡

1245.7

排名	品牌名称	炼丹炉指数
4	原始黄金骆驼奶粉正品正宗新疆官方旗舰店高钙益生菌营养品驼奶粉	1243.3
5	【李佳琦618超级潮电家装节】农夫山泉饮用天然水 1L*12*5箱兑换卡	1235.8
6	【现货可发】Pepsi百事可乐500ml*24*2箱 音乐瓶碳酸饮料整箱装	1235.0
7	【李佳琦直播间618收官夜】每日鲜语A2/4.0低脂鲜牛奶奶卡早餐奶	1225.0
8	瑞幸即享海绵宝宝联名速溶冻干咖啡粉美式生椰拿铁混合囤货装60杯	1218.6
9	摩可纳咖啡moccona冻干速溶黑咖啡深度8号200g咖啡粉400次咖啡	1210.5
10	Nespresso奈斯派索胶囊黑咖啡粒意式美式进口人气精选100颗官方	1205.5

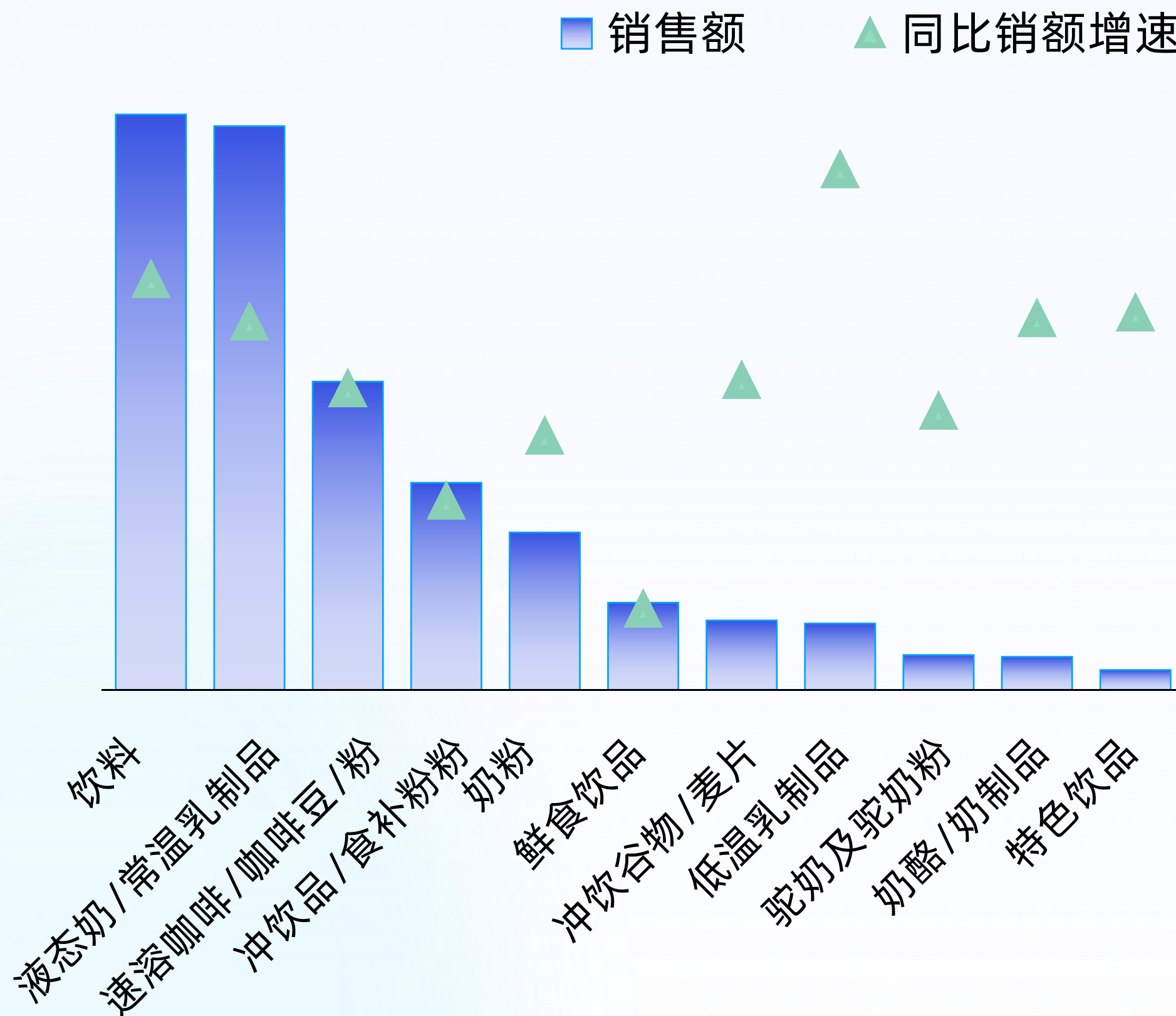
# 饮料市场双核格局稳固，低温乳制品增速领跑，新鲜化与健康化趋势加速渗透

饮料行业淘系销售呈现稳健波动特征，大促节点拉动效应持续。品类格局中，饮料与液态奶/常温乳制品形成销售额双核引领，速溶咖啡/咖啡豆/粉、冲饮品/食补粉粉构成第二梯队，头部品类优势稳固；低温乳制品增速表现最为突出，奶酪/奶制品、冲饮谷物/麦片紧随其后，反映出消费者从常温存储向低温保鲜、从传统解渴向新鲜营养的消费升级趋势加速显现。

饮料行业淘系平台销售趋势



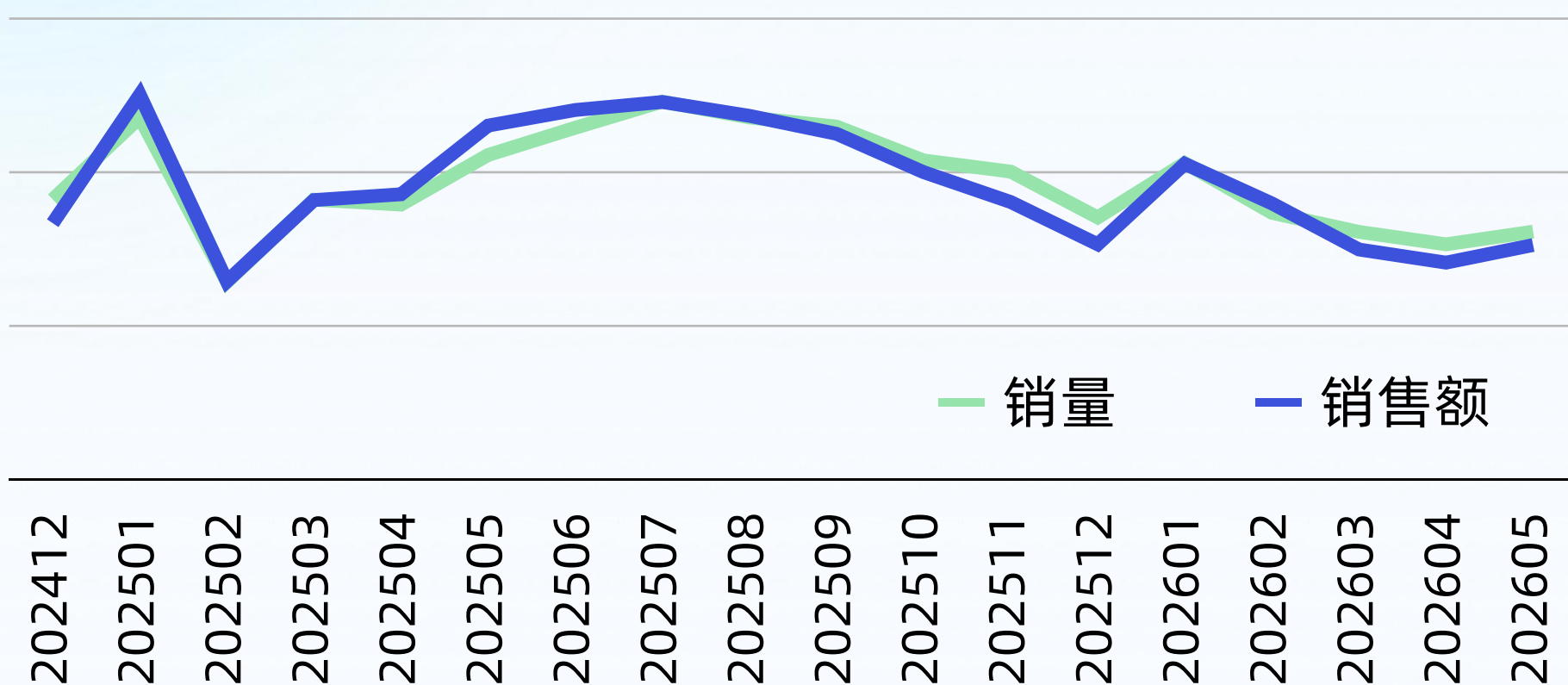
2026年1-5月饮料行业品类销售额分布及同比增速



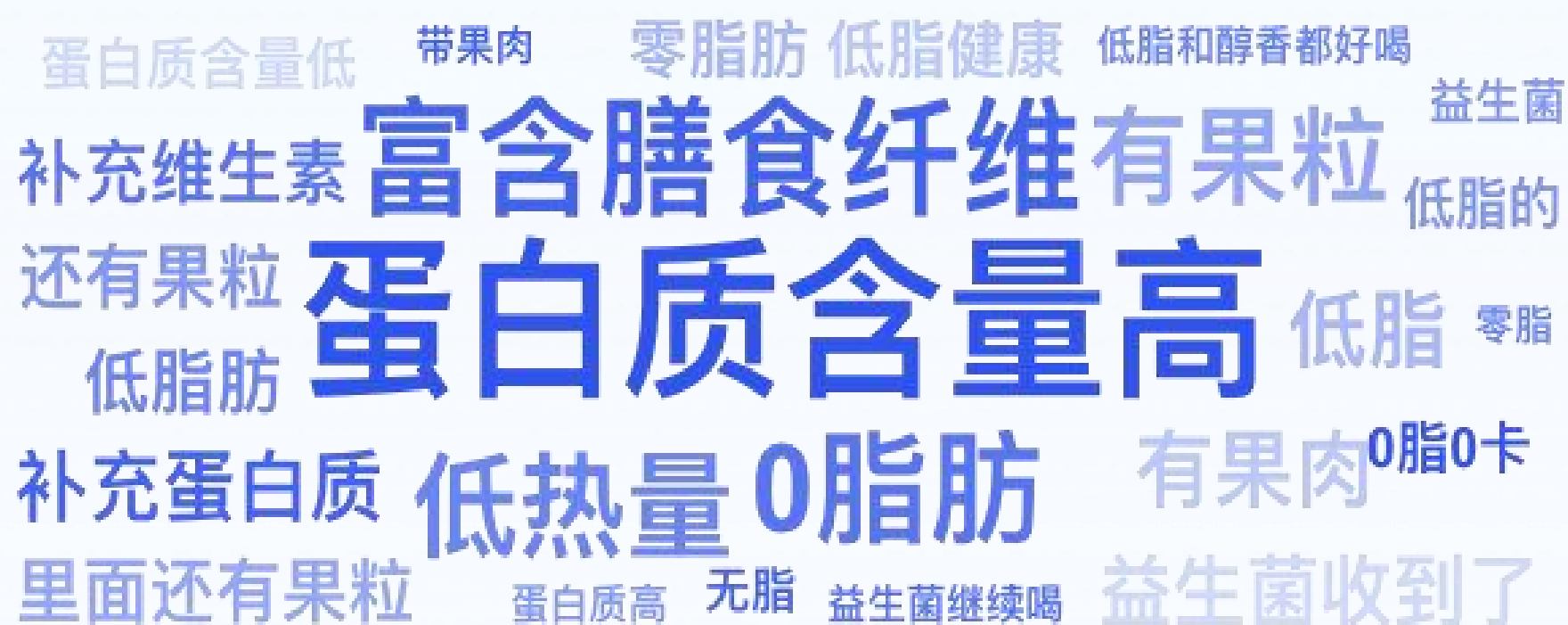
# 植物基饮料市场稳步增长，健康、低糖需求是核心驱动力

植物基饮料市场核心驱动力来自健康意识觉醒与可持续消费趋势。消费者主动寻求低糖、低脂、高蛋白的营养均衡方案，植物基产品从“替代选项”转向“应用型产品”，融入日常饮食场景。燕麦奶增速最快，杏仁奶以28%份额主导原料市场，功能性添加（益生菌、适应原、植物蛋白）成为差异化关键。

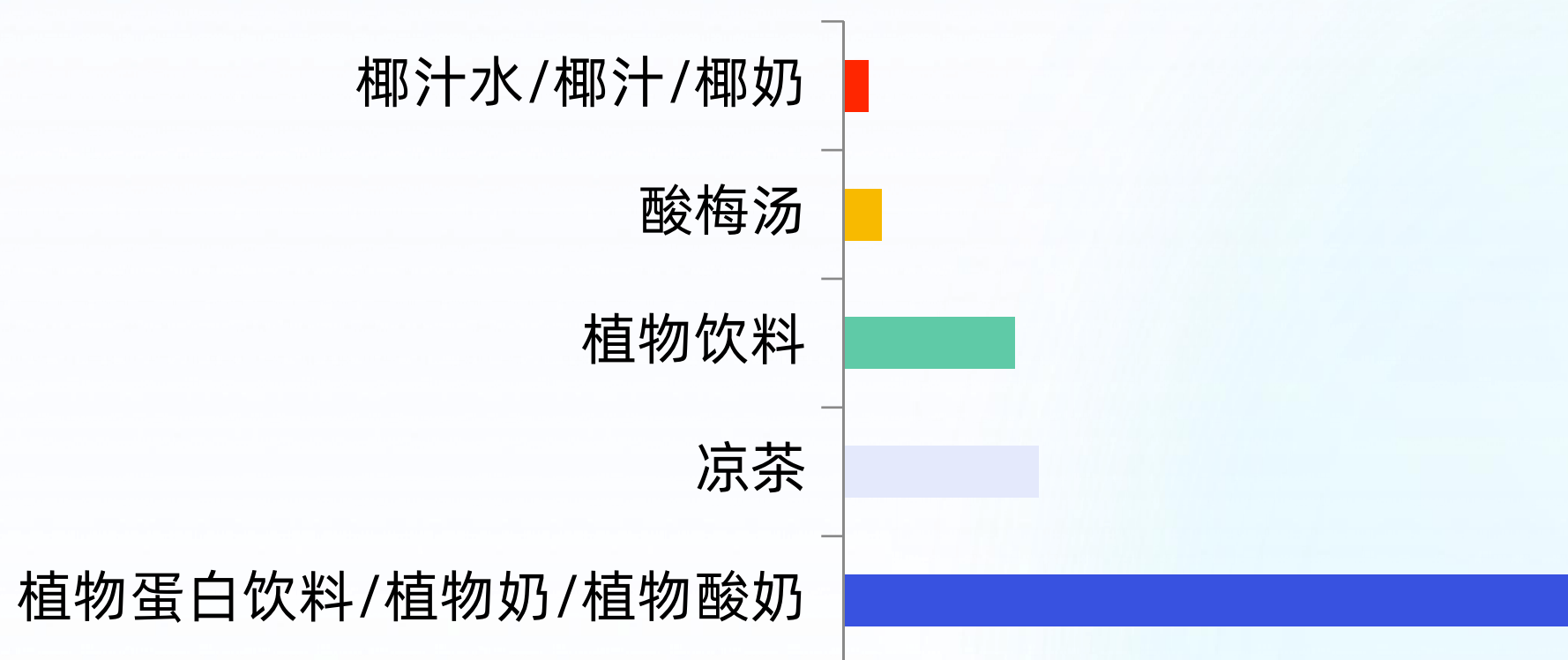
植物基饮料市场淘系平台销售趋势



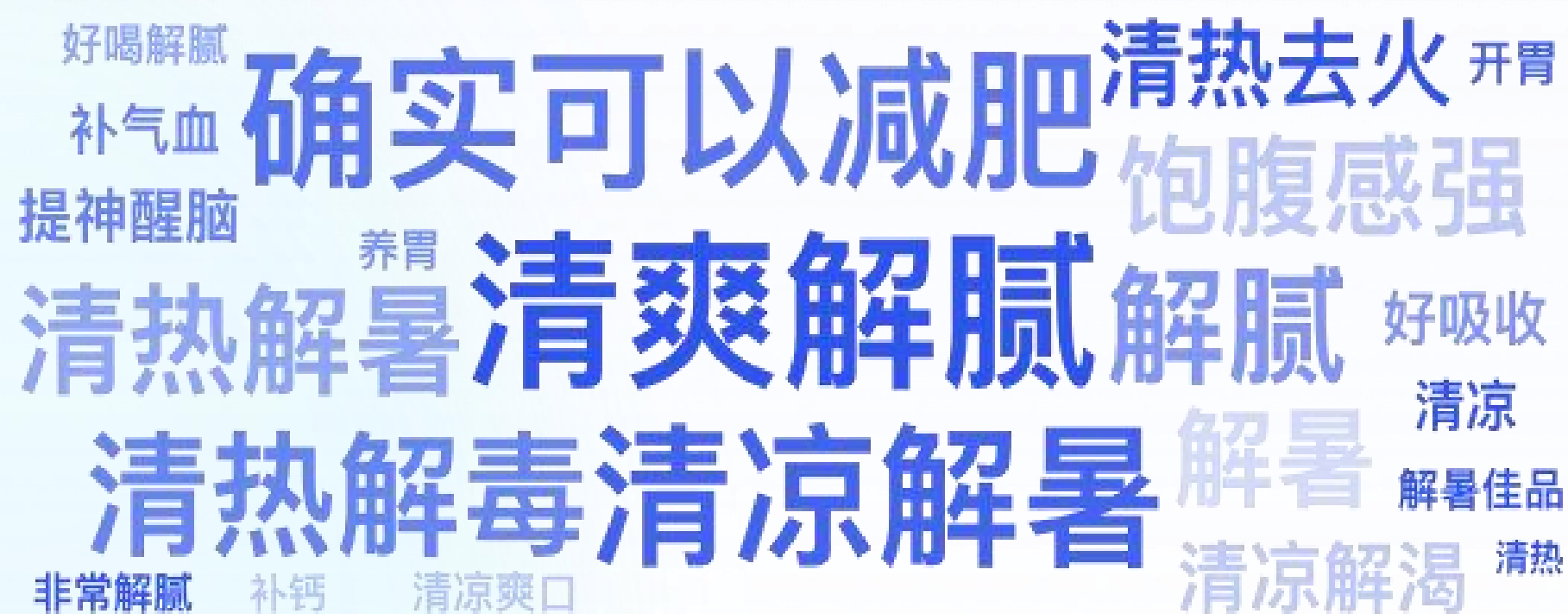
植物基饮料消费者成分相关评价词云



植物基饮料品类分布



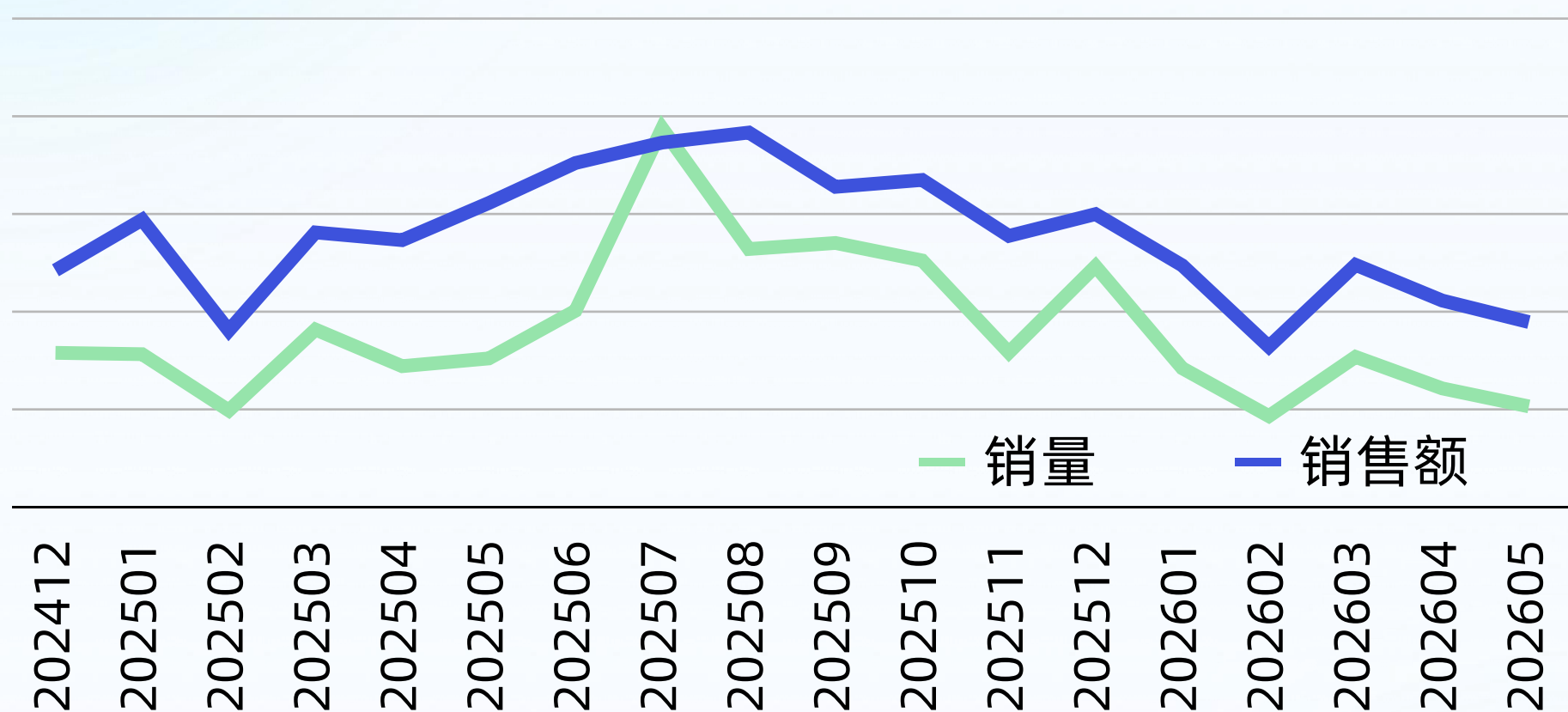
植物基饮料消费者功效相关评价词云



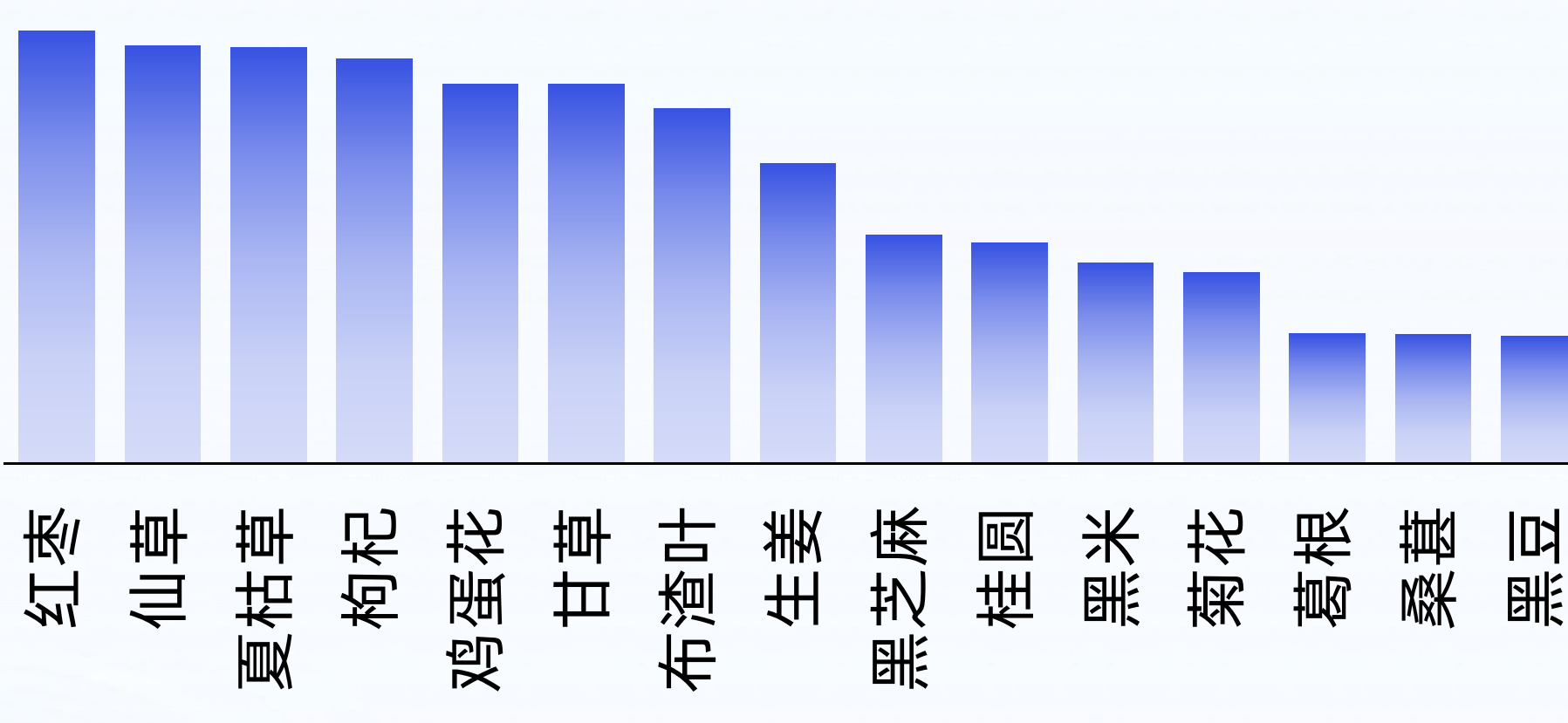
# 中式养生饮料市场平稳发展，药食同源理念深度渗透

中式养生饮料市场正成为新消费赛道的重要风口，预计2028年市场规模将突破千亿。药食同源理念深度渗透，枸杞、黄芪、人参、茯苓等传统食材成为核心原料，红豆薏米水、人参水、酸梅汤等品类持续热销。熬夜修复、祛湿健脾、美容养颜成为三大核心诉求。

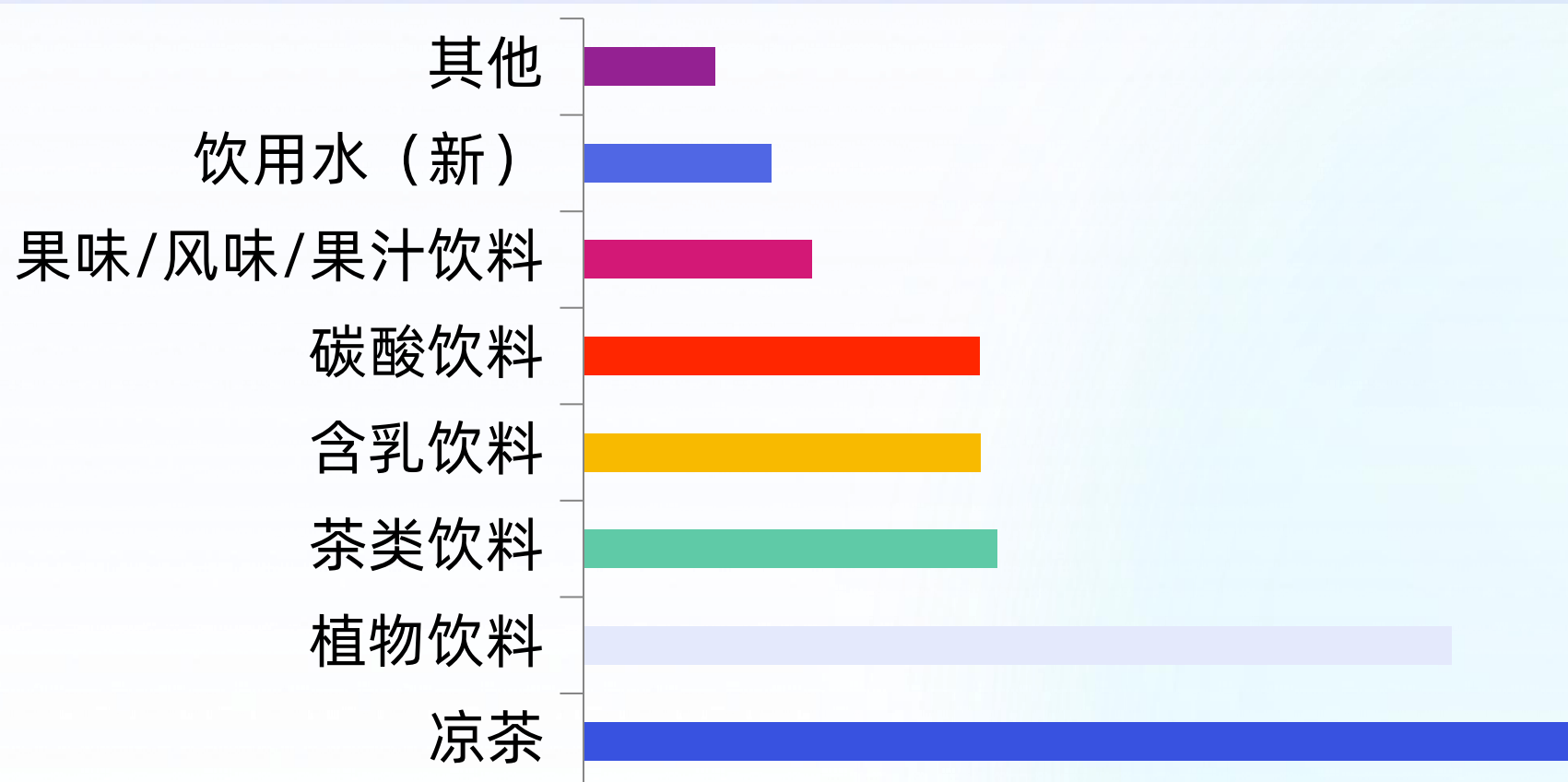
### 中式养生饮料市场淘系平台销售趋势



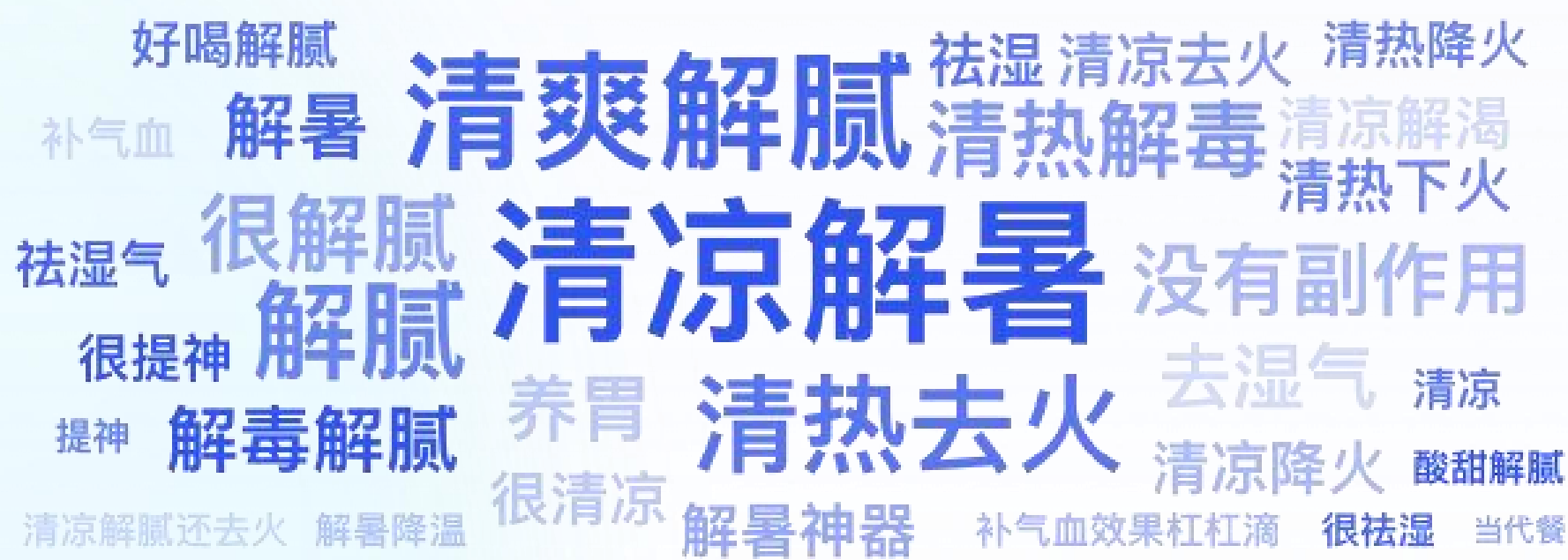
### 中式养生饮料主要成分销量分布



### 中式养生饮料市场品类分布



### 中式养生饮料消费者功效相关评价词云



扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.7

# 宠物 / 宠物食品及用品

---

C A T E G O R Y   T R E N D S

# 宠物/宠物食品及用品行业2026年618淘系平台热销店铺

1



鲜朗旗舰店

1554.5

2



蓝氏旗舰店

1521.1

3



弗列加特旗舰店

1504.7

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	麦富迪旗舰店	1472.0
5	皇家宠物食品旗舰店	1468.2
6	诚实一口旗舰店	1461.2
7	网易严选旗舰店	1448.0
8	toptrees宠物食品旗舰店	1442.0
9	nourse卫仕旗舰店	1435.9
10	伯纳天纯旗舰店	1426.8

# 宠物/宠物食品及用品行业2026年618淘系平台热销商品

1



鲜朗低温烘焙猫粮

1455.8

2



蓝氏全价冻干猫粮

1439.8

3



领先烘焙猫粮犬粮

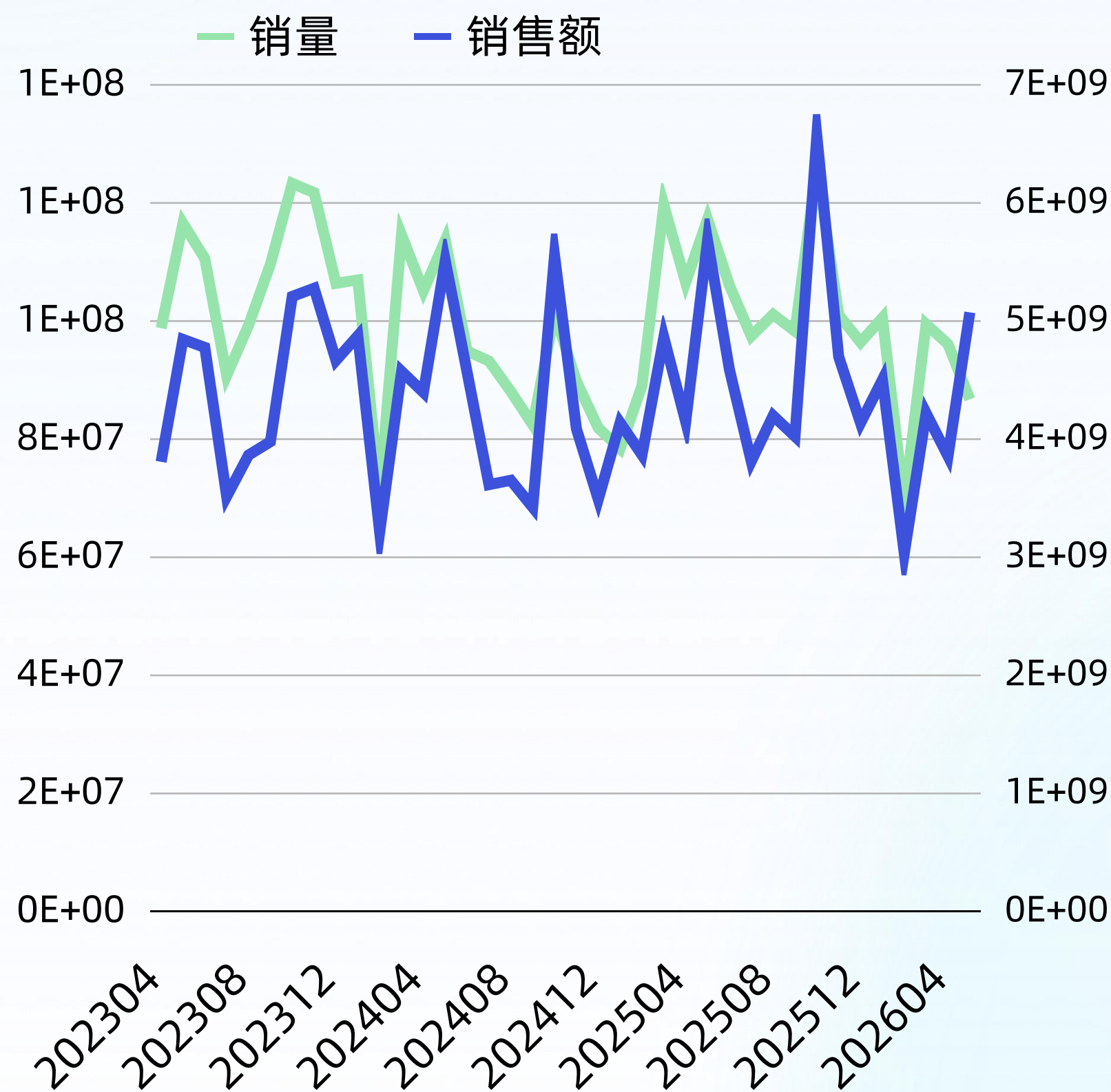
1397.7

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间618超级宠物节】诚实一口P40 鲜肉全价猫粮	1370.4
5	弗列加特全价鲜肉主食冻干猫粮生骨肉分阶高吸收升级成老幼囤货	1366.6
6	【李佳琦直播间618超级狂欢日】许翠花植物猫砂卡不可冲厕所	1359.1
7	【优选】鲜朗低温烘焙犬粮狗粮小型犬中大型幼犬成犬奶糕无谷鸡肉	1348.8
8	蓝氏乳鸽猎兔狗粮中小型大型犬粮	1348.1
9	【李佳琦618生活节预售付定金】纯福猫粮/小中大型犬粮狗粮	1345.9
10	弗列加特鲜肉烘焙磷虾油美毛益生菌肠道主食猫粮成幼老猫咪囤货	1338.1

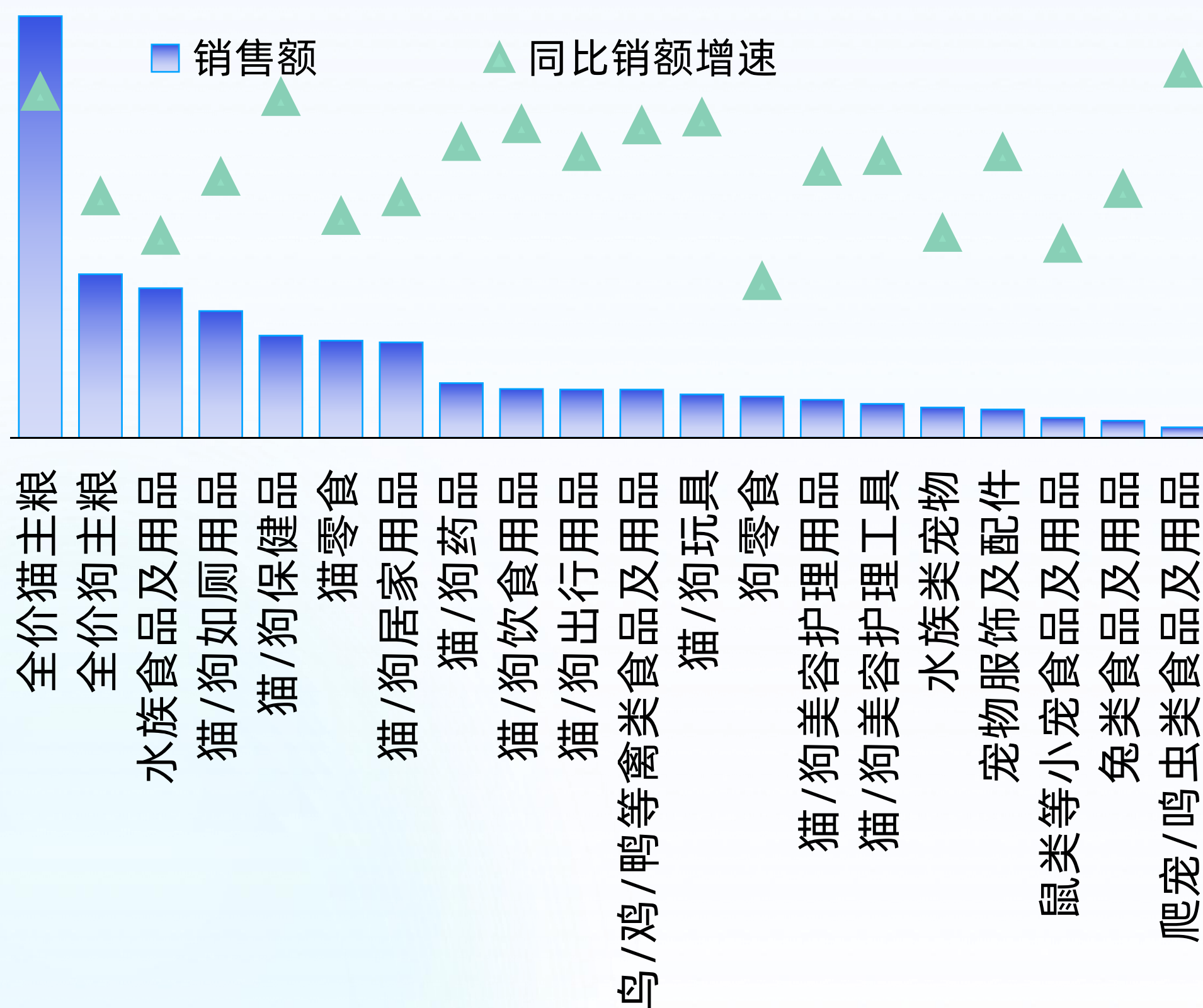
## 宠物行业全线增长，主粮与用品赛道齐头并进

宠物行业淘系销售额呈现显著增长态势，近期月度表现持续走高。全价猫主粮以品类销售额第一的优势领跑市场，全价狗主粮、水族食品及用品紧随其后；猫/狗保健食品、猫/狗出行用品、猫/狗饮食品等几乎全品类均录得正向增长，增长面极为广泛。宠物经济从"基础喂养"向"精细化养护"全面升级，赛道扩容势头强劲。

### 宠物行业淘系平台销售趋势



### 2026年1-5月宠物行业品类销售额分布及同比增速



# 宠物主粮市场正经历从基础饱腹向精细化营养的功能跃迁

工艺层面，低温烘焙、鲜蒸、酥化等新型制粮技术替代传统高温膨化，通过低温轻度膨化与真空锁鲜实现营养保留与适口性提升，酥化粮凭借多孔酥脆质地成为高增长品类。原料层面，乳铁蛋白、中药食材等功能性成分加速渗透，配合无谷、单一肉源、低敏鸭肉梨等清洁配方，推动主粮向"拟人化"健康标准靠拢。

## 2026宠物主粮赛道高增长概念

卵磷脂 奶糕 心脏处方粮  
**减肥**  
 全价猫主粮 **酥化粮** 补水设计  
 低卡高纤 **鲜蒸工艺** 低温烘焙 0添加配方  
**彩虹膳食** 鲜肉酶解  
 中药食材 **乳铁蛋白** 注心夹心  
 低敏鸭肉梨 老年宠 关节养护  
 单一肉源 **无谷配方** 老年宠 专宠专用  
 真空烘焙 早晚粮 **全价狗主粮** 精准分龄

## 2026宠物主粮赛道热门概念

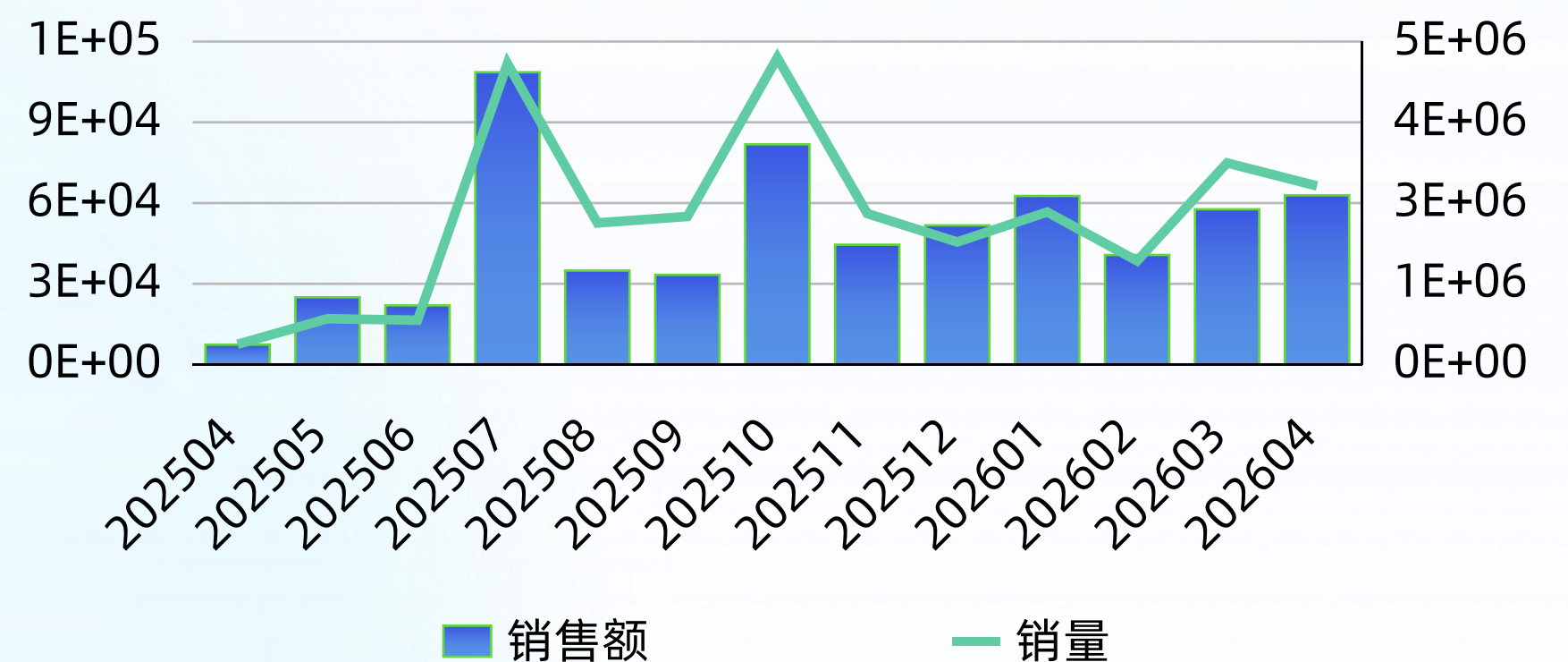


### 酥化粮

宠物酥化粮是一种采用低温轻度膨化或特殊酥化工艺制成的全价干粮，具有多孔、酥脆、易捏碎的物理结构，兼顾适口性、易消化性和营养保留。



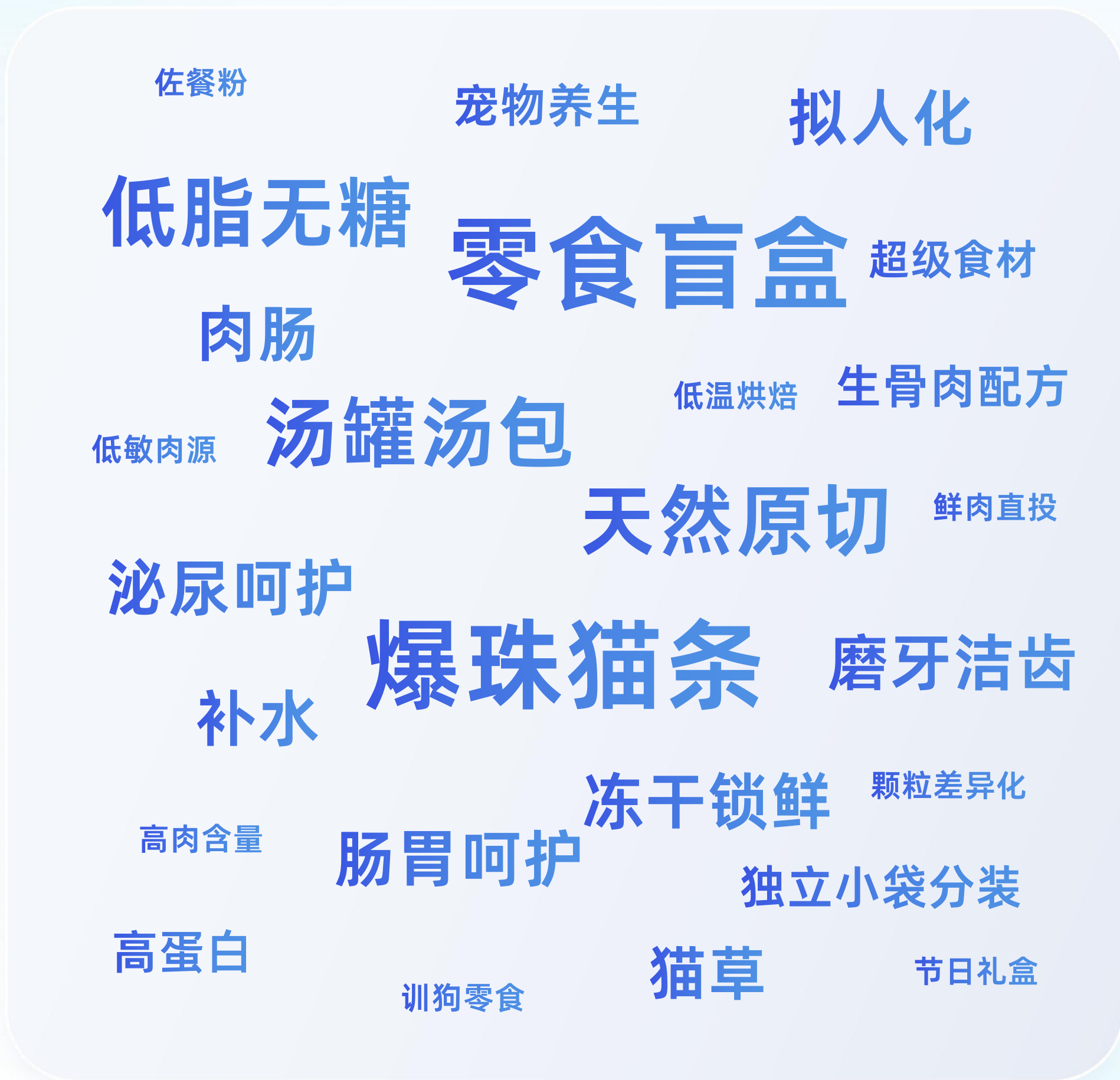
## 淘系平台宠物酥化粮销售趋势



# 宠物零食市场正从单一功能补给向"情感媒介+健康载体"双重定位跃迁

形式创新上，爆珠猫条以微胶囊包裹工艺实现营养可视化与进食趣味性升级，零食盲盒、节日礼盒等包装形态将消费行为仪式化，天然原切、冻干锁鲜等工艺则还原食材本真质感。互动维度上，磨牙洁齿、舔食设计等功能性形态延长人宠共处时间，独立小袋分装适配外出社交场景，猫草、汤罐汤包等品类嵌入日常喂养流程。

## 2026宠物零食赛道高增长概念



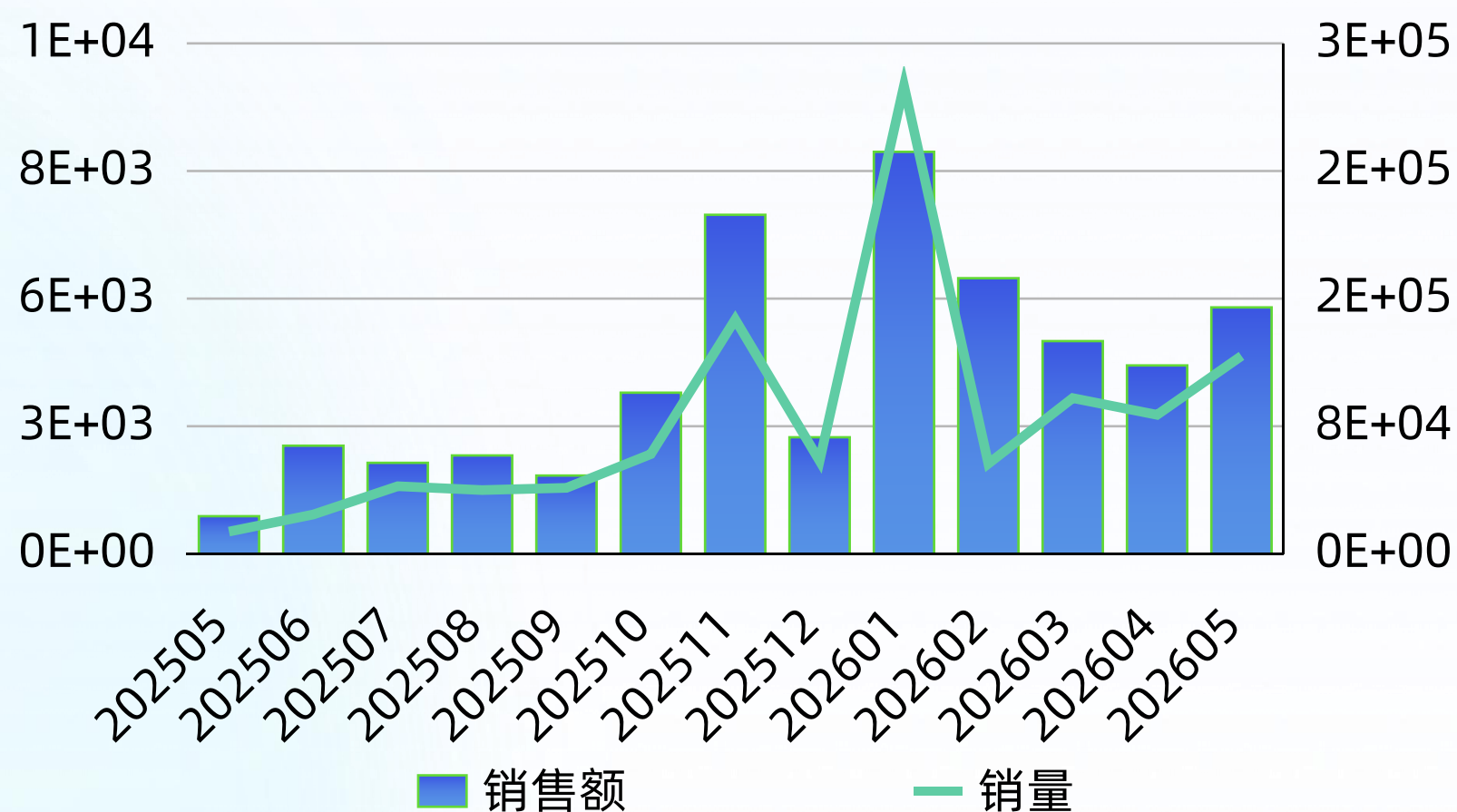
## 2026宠物零食赛道热门概念

### 爆珠猫条

爆珠猫条在传统猫条的基础上，添加了富含营养的“爆珠”颗粒，提升了猫咪进食的趣味性。这些“爆珠”通常是应用微胶囊包裹工艺，将液体营养成分包裹而成。



### 淘系平台爆珠猫条销售趋势



扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析



02.8

户外 / 登山 / 野营 / 旅行用品

---

C A T E G O R Y   T R E N D S

# 户外/登山/野营/旅行用品行业2026年618淘系平台热销店铺

1



北面官方旗舰店

1562.7

2



KOLONSPORT旗舰店

1559.9.0

3



骆驼官方旗舰店

1523.3

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	伯希和官方旗舰店	1507.5
5	ARCTERYX始祖鸟官方旗舰店	1498.2
6	迪卡侬旗舰店	1487.2
7	NIKE官方旗舰店	1469.7
8	Columbia官方旗舰店	1466.7
9	HELLY HANSEN旗舰店	1462.5
10	salomon官方旗舰店	1450.8

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年5月21日-2026年6月21日

# SUBJECT

## 户外/登山/野营/旅行用品行业2026年618淘系平台热销商品

1



伯希和户外轻薄防晒衣

1326.5

2



耐克男女户外夹克冲锋衣

1310.7

3



HOKA马法特2休闲鞋

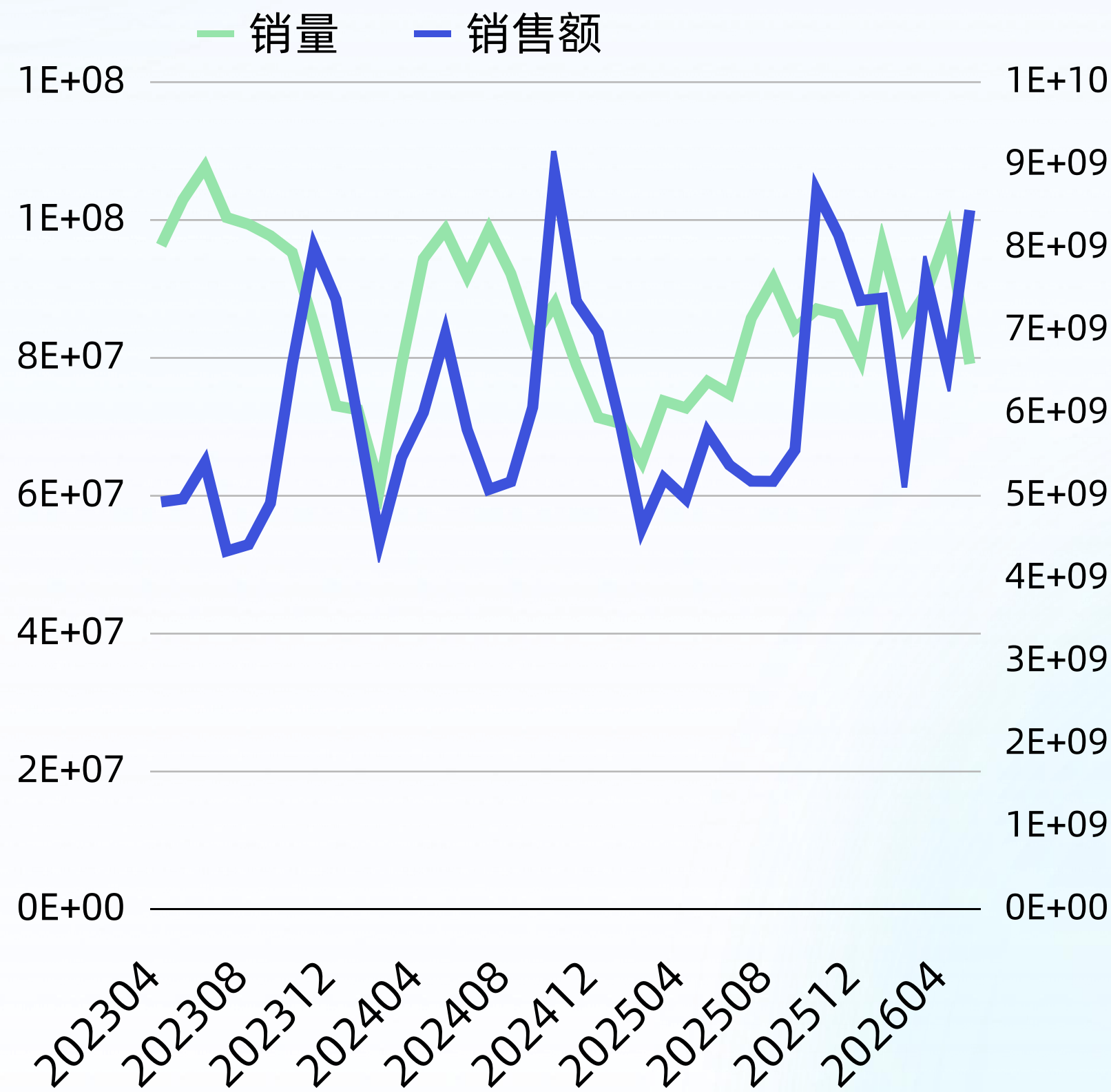
1305.9

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	北面云A壳冲锋衣女款硬壳防水外套运动户外新款THENORTHFACE 8KDA	1299.7
5	【所有女生的衣橱直播间】北面短袖T恤男女同款户外	1295.9
6	北面男女款防水硬壳冲锋衣	1291.9
7	迪卡侬防晒衣H100防紫外线皮肤衣男防晒外套轻薄户外防晒服女ODH	1286.5
8	KOLON SPORT可隆防晒衣防泼水UPF40+防风男女连帽Airlight夹克	1283.3
9	蕉下通风防晒衣女轻薄山系风格户外新款透气皮肤衣运动夹克外套	1278.9
10	耐克男女户外防风防水夹克硬壳冲锋衣秋NIKE ACG GORE-TEX FV8642	1277.0

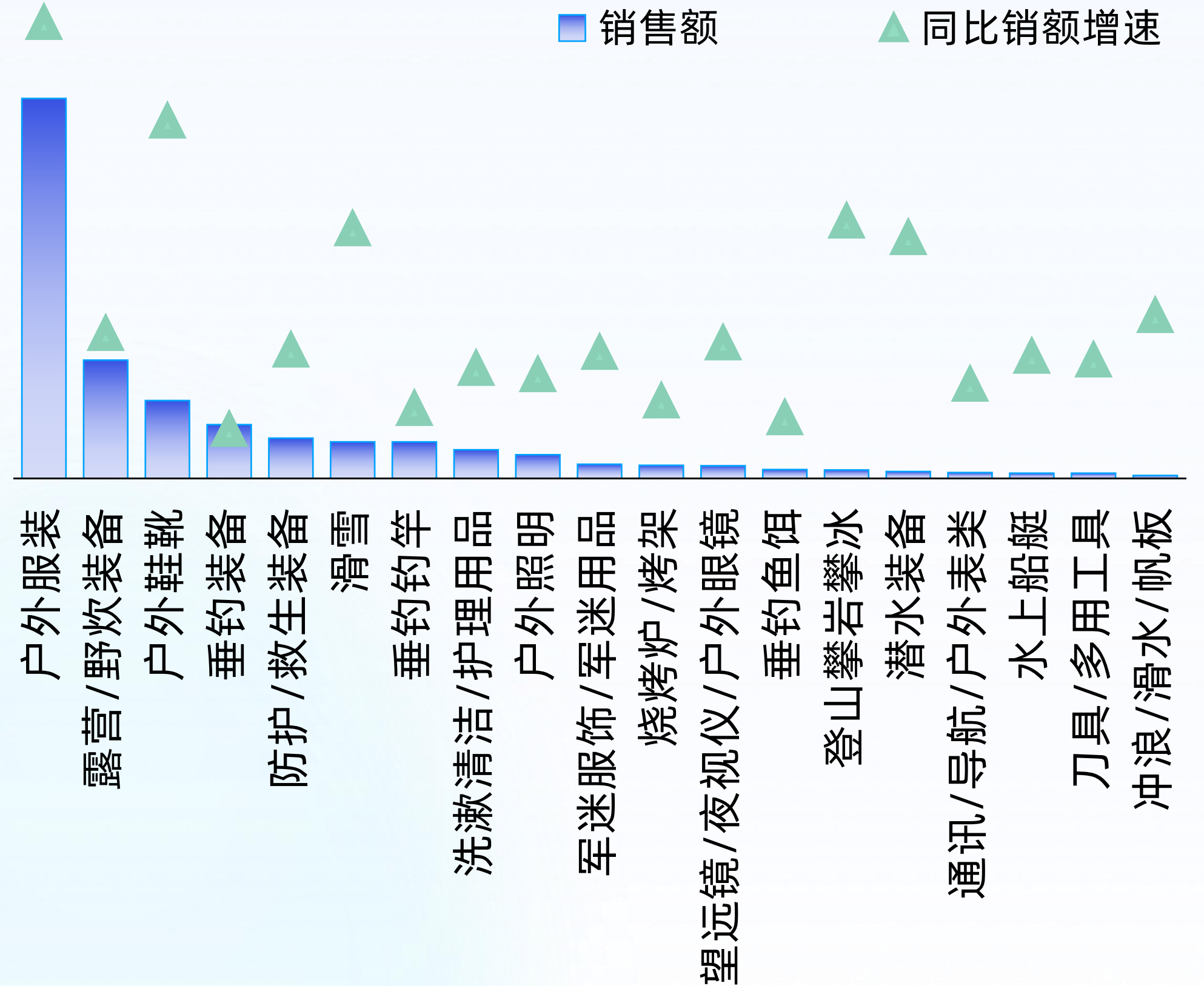
## 户外市场季节性特征显著，户外服装断层领跑品类格局

户外行业淘系销售呈现鲜明的季节性波动特征，春夏旺季与秋冬淡季差异显著，市场活力持续增强。品类格局中，户外服装以绝对优势领跑市场，露营/野炊装备、户外鞋靴构成第二梯队，头部品类优势稳固；滑雪、登山/攀岩/攀冰、潜水装备等品类增速表现最为突出，反映出消费者从基础户外着装向专业化登山与水上运动等场景的深层拓展。

### 户外行业淘系平台销售趋势



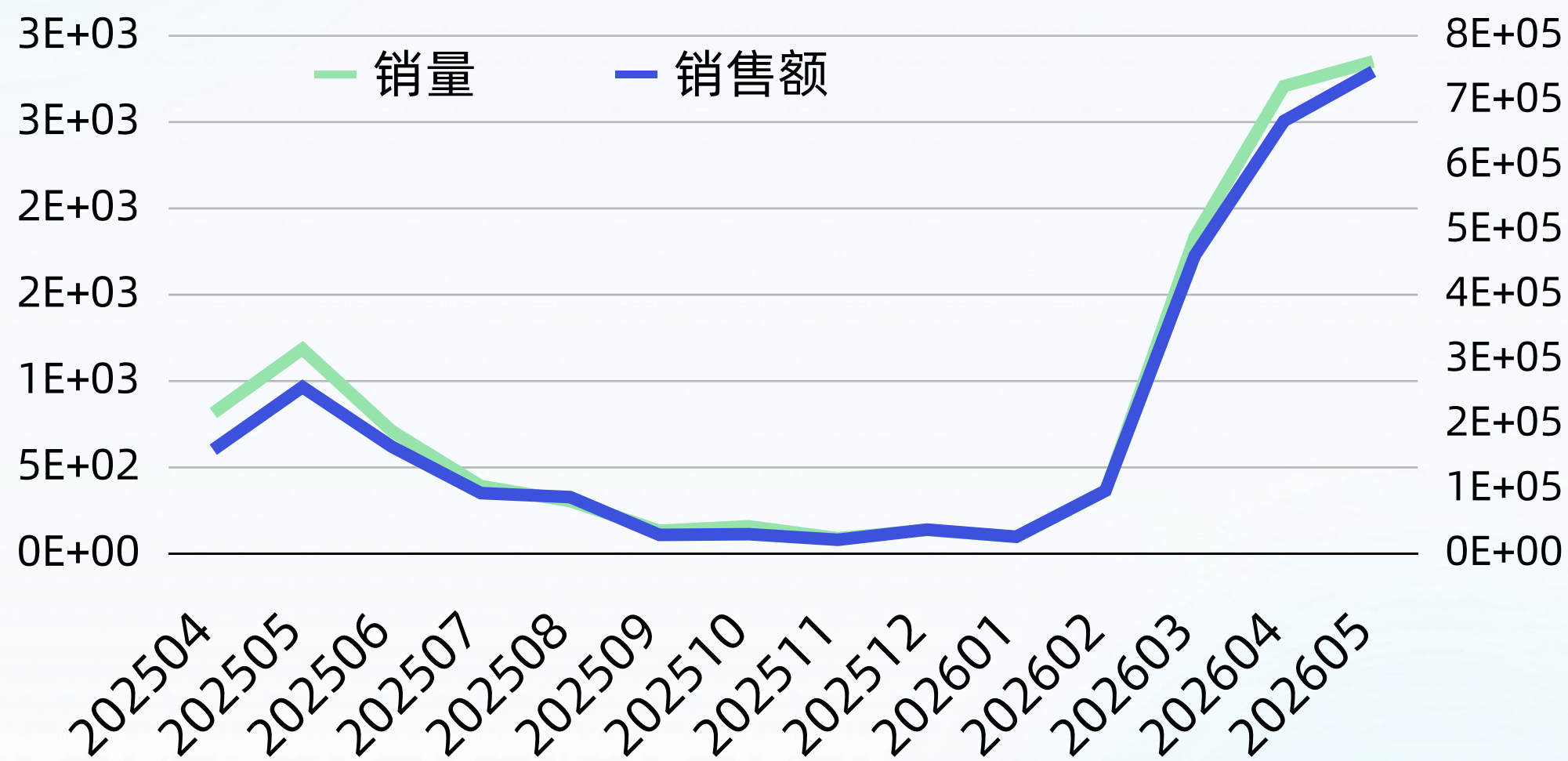
### 2026年1-5月户外行业品类销售额分布及同比增速



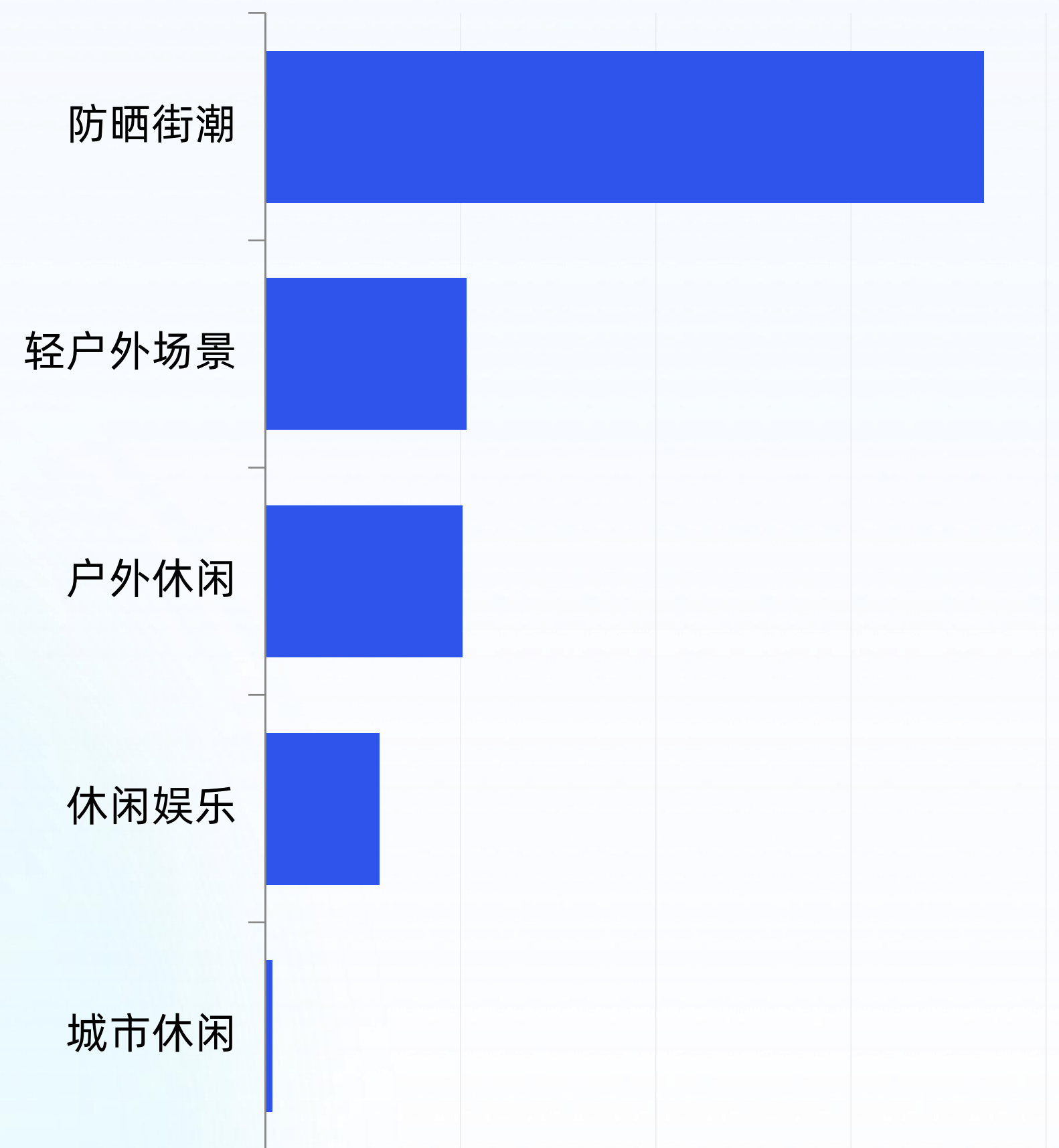
# 从"专用化"到"通用化": 冲锋衣能穿进办公室, 越野跑鞋能踩城市路面, "城野两栖"成核心词

"城野两栖"成为核心趋势——数据显示其销量与销售额自年初起陡峭攀升。骆驼城野徒步鞋、RARN城野冲锋衣、阿迪达斯城野防晒衣等品牌矩阵密集布局, 印证行业共识。场景分布上, "防晒街潮"断层领先, 轻户外与城市休闲紧随其后, 反映消费者拒绝装备冗余, 追求一件贯通通勤与周末徒步的"全天候"单品。

户外行业“城野两栖”概念销售趋势



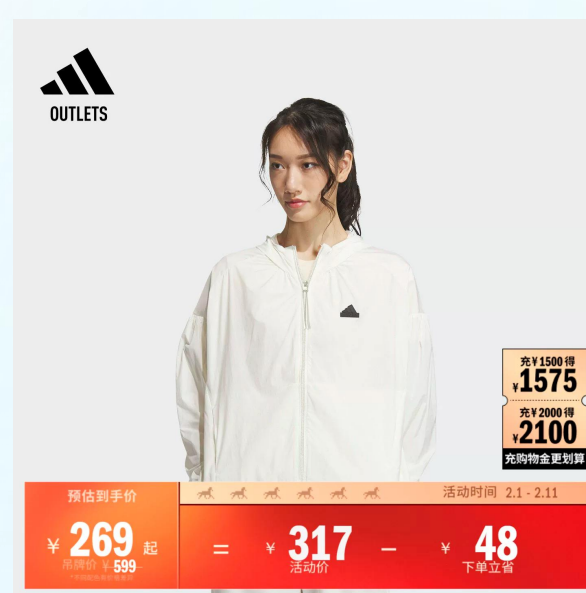
“城野两栖”户外产品适用场景分布



骆驼城野3代徒步鞋



RARN冲锋衣城野川行



阿迪达斯城野共生防晒衣

# 科技赋能户外装备，国产无氟技术对标国际标准

户外装备正经历“科技+环保”的双重跃迁。政策端逐步收紧，倒逼行业技术迭代。材料端，GORE-TEX于2025年底全面升级ePE膜，印证去氟化已成不可逆趋势；国产品牌实现技术对标，价格仅为国际品牌1/3，碳排放降低30%。科技赋能不仅突破性能边界，更重构产业价值链——从高端垄断走向普惠创新，从环境负担转向可持续增长。

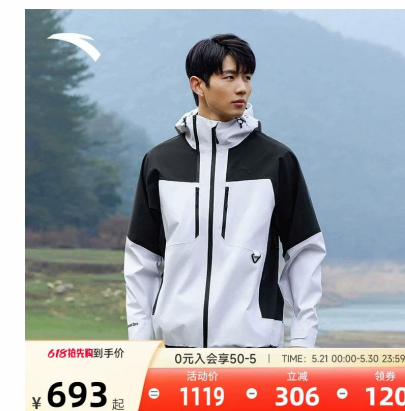
## 冲锋衣“去氟化”政策与行业时间线

- 04 2024.04**  
中国冲锋衣新国标实施，增加无氟考核管控
- 09 2024.09**  
欧盟REACH法规限制PFHxA，禁止雨衣等纺织品使用
- 01 2025.01**  
加州+纽约州禁止销售含氟服装
- 12 2025.12**  
GORE-TEX全面升级ePE膜，淘汰传统含氟ePTFE
- 26 2026**  
国产无氟技术性能已对标国际，价格仅1/3，碳排减30%

## 无氟冲锋衣热门商品

### 安踏 风暴甲冲锋衣

联合东华大学研发，20%生物基材料，再生涤纶+碳捕集聚酯



### 骆驼 ePE膜无氟冲锋衣

与中纺院江南分院合作研发“威锋”复合三层结构面料系统



### 探路者 纳米双透+智能装备

下肢外骨骼、5G智能户外手表等四款智能装备已发布



### GORE-TEX ePE膜全面升级

行业标杆主动去氟，印证无氟化已成不可逆趋势



扫码获取免费试用资格  
解锁更多电商数据分析

