专业 / 高效 / 精准

2026/11

2026年双11大促

数据复盘与行业趋势洞察

TREND INSIGHT



炼丹炉
huo1818.com

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

双十一大促全域概览

MARKET OVERVIEW

01

重点赛道数据复盘

CATEGORY TRENDS

02

01

双十一大促全域概览

INDUSTRY OVERVIEW

2026 年双十一增长路径呈现多元化，服务消费、商家店播经营表现亮眼

2026年双十一，平台披露的亮点覆盖商品创新与经营增长。京东服务订单超3亿单，抖音电商成交破亿元的店播直播间数量同比增长200%。天猫词元品类在开售首日表现活跃，小红书精选货品销售达到日常的1.9倍，新供给与服务消费成为平台经营的重要方向。

天猫 理想生活上天猫

新品类进入大促

+450%

开售首日口径
环比基期未披露

词元品类开售首日成交额环比增长

将AI算力额度纳入可购买品类

京东

商品与服务并行

超3亿单

10月12日20:00
至11月11日23:59

双十一期间产生的服务订单

同期售出超5000万件AI产品

抖音电商

店播与新商经营

+200%

10月15日–11月11日

成交破亿元的店播直播间数量同比增长

超3万新商家成交额破百万元

小红书

精选货品承接需求

1.9倍

截至11月11日
精选货品口径

REDone精选货品大促销售达日常水平

27款REDone货品单品成交破百万元

各平台指标及统计时段不同，分别呈现其披露重点，不作平台规模或增长水平的直接比较。

数据来源：京东官方战报；天猫、抖音、小红书披露数据（媒体转引）
炼丹炉整理，公开信息核对截至2026年11月16日

炼丹炉 DATA huo1818.com

2026年双十一大促时间线
多平台错峰启动，预售与现货并行

关键日期节点（非等距）

10/10 · 10/12 · 10/15 · 10/20 · 10/26 · 11/2 · 11/11 · 11/13

淘宝天猫
预售 + 现货

- **预售付定** 10.15–10.20
- **现货售卖** 10.20 20:00–11.13 23:59

付定：10.15 20:00–10.20 17:59　付尾款：10.20 20:00–10.25 23:59

京东
10.12 20:00启动

- **现货开卖** 10.12 20:00
- **超级秒杀日** 10.20 20:00
- **超值特价日** 11.2
- **超级服务日** 10.28
- **PLUS DAY** 11.8

抖音
10.15–11.11

- **双11好物节 · 现货开卖** 10.15–11.11，全周期发放平台消费券

不做预售，延续“立减折扣”“一件直降”

小红书
10.10–11.11

- **活动开启** 10.10–10.18
- **周末爆发** 10.19–10.25
- **周末爆发** 10.26–11.1
- **热销破峰** 11.2–11.11

截至2026年11月2日已公布安排，11月后续节点为计划排期

京东10.12先开卖
10.20超级秒杀日

天猫10.15预售
10.20付尾款及现货

抖音全程现货
10.15–11.11

小红书双周爆发
11.2进入热销破峰

数据来源：各平台公开资料，炼丹炉大数据整理

炼丹炉 huo1818.com

各平台围绕单品直降与补贴叠加，提供差异化促销机制

淘宝天猫、京东、抖音与小红书围绕直降、满减和补贴设置双十一优惠，并在预售、现货及商家参与条件上形成差异。具体折扣、领取资格和叠加方式以平台规则及商品页面为准。

淘宝天猫

官方立减

15%起
部分类目除外

活动形式

预售与现货并行
预售商品付尾款成交

智能优惠券

平台补贴支持
按投放档位精准发放

优惠生效

官方立减在预售尾款期
及现货售卖期间生效

京东

核心玩法

官方直降、跨店满减
低价热卖

官方直降

无需凑单
一件即可成交

跨店满减

设置专属凑单底池
按活动门槛参与

低价热卖

精选高性价比商品
获得额外搜推流量

抖音

核心玩法

立减折扣、一件直降
商家二选一参与

现货机制

不做预售
主打现货开卖

平台消费券

全周期每日发券
抖音、豆包等多端领取

智能优惠券

QCPX由平台全额出资
降低商品到手价

小红书

单品直降

85折起
由商家出资

补贴叠加

直降可叠加通用补贴
及混资补贴

友好商家

满足条件叠加后
最低可至65折

价格要求

报名价不高于近30天
最低商详到手价

注：折扣及补贴需满足对应活动条件，具体适用范围以平台规则及商品页面为准。

数据来源：公开资料，炼丹炉大数据整理

炼丹炉 DATA huo1818.com

02

重点赛道数据复盘

CATEGORY TRENDS

02.1

美容护肤/美体/精油

CATEGORY TRENDS

美容护肤/美体/精油行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

PROYA 珀莱雅

珀莱雅官方旗舰店

1703.2

2

LANCÔME

兰蔻官方旗舰店

1699.3

3

修丽可官方旗舰店

1695.4

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	Estee Lauder雅诗兰黛官方旗舰店	1691.5
5	LA MER海蓝之谜官方旗舰店	1685.5
6	SK-II官方旗舰店	1681.5
7	欧莱雅官方旗舰店	1659.8
8	HR赫莲娜官方旗舰店	1655.9
9	薇诺娜官方旗舰店	1641.8
10	法国娇韵诗官方旗舰店	1637.9

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

美容护肤/美体/精油行业2026年双11淘系平台热销商品

1



修丽可AGE面霜

1617.6

2



珀莱雅红宝石面霜

1590.9

3



SK-II神仙水·直播

1587.0

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【官方正品】SK-II神仙水面部精华保湿抗皱护肤品礼物礼盒	1583.1
5	【李佳琦直播间双11收官夜】雅诗兰黛面霜智妍胶原霜乳霜款 抗皱	1579.2
6	【官方正品】海蓝之谜精萃水精华抗皱紧致保湿精粹水礼盒	1575.3
7	【李佳琦双11美妆品牌专场】娇韵诗双萃精华液紧致抗皱	1571.4
8	【李佳琦直播间双11收官夜】理肤泉全新B5面膜PRO+补水修护保湿	1567.5
9	【高端抗老面霜】兰蔻全新菁纯面霜修护淡纹抗皱紧致滋润生日礼物	1516.1
10	【李佳琦直播间双11收官夜】资生堂悦薇水乳套装祛斑美白	1511.3

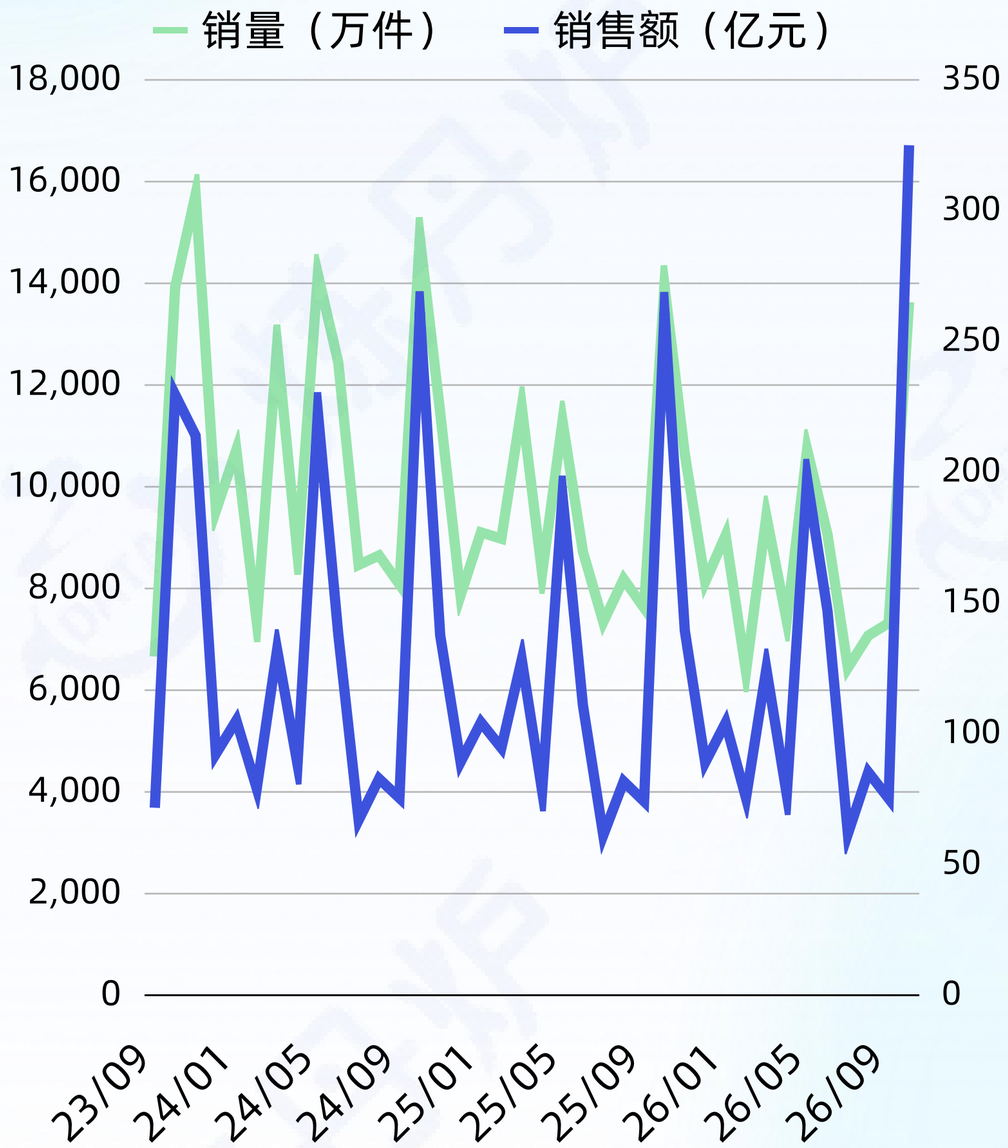
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 DATA huo1818.com

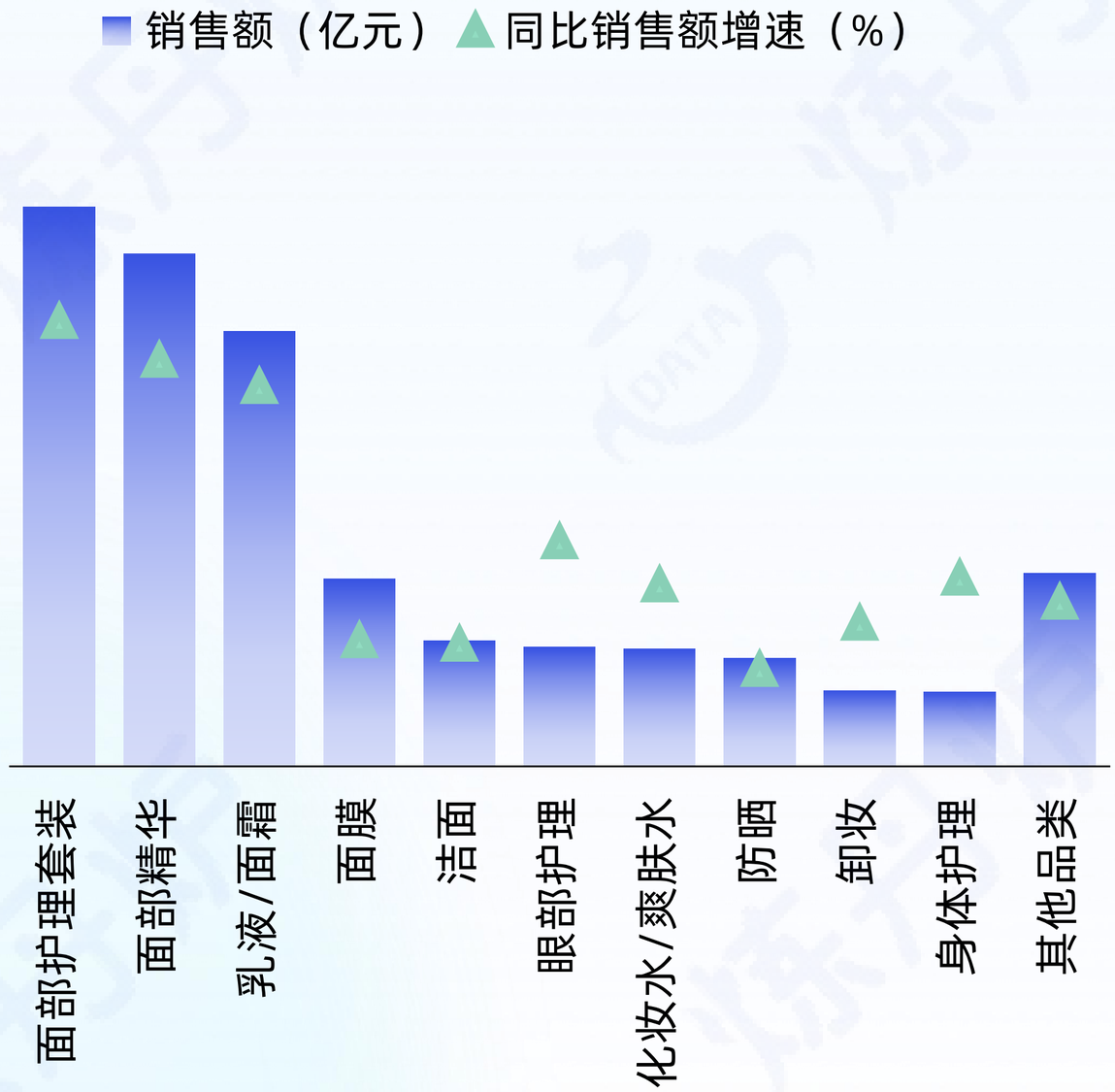
护肤套装与精华共同支撑规模，核心护理品类延续增长

护肤行业销售规模保持增长，面部护理套装、面部精华与乳液面霜构成核心支撑，主要护理品类增长较为一致。月度曲线呈现阶段放量，整体扩容与品类集中同步体现。品牌可围绕套装搭配与精华、面霜的产品协同，完善护理步骤衔接，强化核心产品组合。

护肤行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

局部护理向细分部位延伸，专项需求带动精细化供给

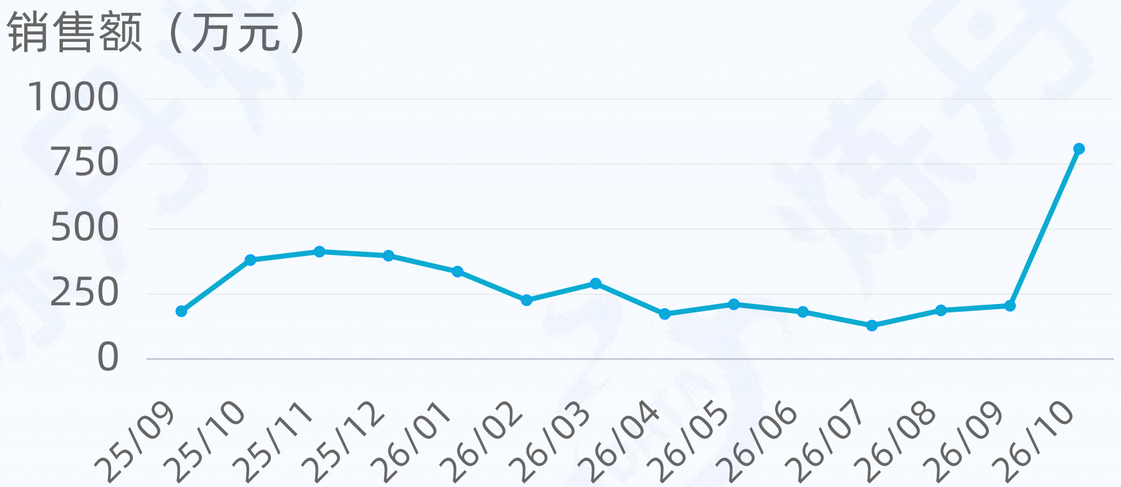
局部护理正从通用滋润向唇部、指缘等细分部位延伸，专项护理逐步丰富日常护肤结构。相关概念秋季销售走强，反映出换季背景下局部润护的消费活力。唇部精华、指缘护理油等专门产品持续丰富供给，行业细分从功效诉求进一步深入护理部位，形成更具针对性的产品选择。

唇部精华 / 唇部次抛月度销售趋势



范围含唇蜜等商品，非次抛单独规模

指缘油 / 甲缘油 / 指甲护理油月度销售趋势



范围含护手霜搭配指缘油的套装

唇部专项护理



海蓝之谜 精华唇蜜

护理部位 唇部

以保湿柔润诉求，细化唇部日常护理，补充面部护肤之外的专门步骤。

部位细分带来独立护理入口

指缘专项护理



欧舒丹 指甲及指缘护理油

取用设计 刷头涂抹

围绕指甲周围定位涂抹，将泛手部保养进一步拆为指缘局部润护。

涂抹方式让局部护理更明确

数据来源：炼丹炉大数据、商品公开资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

护肤成分表现分化，麦角硫因等差异化方向值得关注

护肤成分呈现不同发展路径。氨基酸兼具互动与销售优势，体现关注与消费的双端基础；玻色因、烟酰胺销售表现突出，果酸、水杨酸等则拥有较高互动关注。市场拓展既包括优势成分的应用深化，也包括高关注成分的商品承接；麦角硫因、依克多因等细分方向，仍需结合后续双端变化观察发展空间。

护肤成分社媒互动与电商销售矩阵



主图含双指标任一前十及三项观察成分，虚线为所示成分均值，圆点等大

数据来源：炼丹炉大数据，2026年8–10月

炼丹炉 DATA huo1818.com

PDRN市场持续扩容，修护与抗老构成多层次护理诉求

PDRN概念销售规模整体走高，诉求以修护、保湿为基础，并向抗皱、紧致延伸。珀莱雅等品牌通过复配成分与不同形态丰富护理选择。大促商品呈现可区分面部、眼周等使用部位，说明核心配方与护理步骤，帮助消费者理解基础护理和进阶抗老的差异。

PDRN概念销售额趋势（万元）



PDRN概念主要功效方向



珀莱雅：细化抗老产品组合



红宝石微珠精华

PDRN + 双环肽
复配精华
强调紧致保湿



红宝石面霜4.0

面霜承接日常抗老
与精华形成
不同护理步骤

蒂佳婷：两步修护



324浓修彩丸面膜
重组PDRN + B5
精华与面膜分步使用

倩碧：复配次抛



重组PDRN童颜次抛
重组PDRN + 胶原
以次抛承接修护抗皱

数据来源：炼丹炉大数据、商品及品牌公开资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

护肤竞争从成分选择延伸至递送方式，技术应用成为产品差异化新方向

护肤行业对成分价值的探索正延伸至递送环节，包裹载体、结构结合等技术成为产品升级的重要表达。微囊包裹与穿膜肽分别围绕不同目标成分展开应用，并连接美白、抗皱等功效诉求。行业竞争由成分选择进一步拓展至应用方式。

微囊包裹

用载体包裹活性成分

借助微囊等载体承载活性成分，
通过载体设计配合成分的递送。

1–10月概念销售趋势（万元）



润百颜 产品应用

超微囊377面霜



目标成分

377（苯乙基间苯二酚）

功效应用

美白淡斑

微囊载体承载377，面向美白淡斑

穿膜肽

给胶原搭载穿膜肽结构

通过基因工程将穿膜肽与胶原结合，
以改善大分子胶原渗透为研发目标。

1–10月概念销售趋势（万元）



珂谧 产品应用

穿膜胶原次抛2.0

2026年4月发布升级



目标成分

重组胶原蛋白

功效应用

抗皱次抛

同时采用微球、脂质体等包裹递送

数据来源：炼丹炉大数据、品牌公开资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.2

彩妆/香水/美妆工具

CATEGORY TRENDS

彩妆/香水/美妆工具行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

YSL圣罗兰旗舰店

1620.5

2

肌肤之钥官方旗舰店

1576.5

3

毛戈平官方旗舰店

1572.6

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	NARS官方旗舰店	1551.2
5	Estee Lauder雅诗兰黛官方旗舰店	1546.7
6	花知晓旗舰店	1542.7
7	TOM FORD汤姆福特美妆官方旗舰店	1538.8
8	彩棠旗舰店	1503.0
9	3CE官方旗舰店	1499.1
10	Lancome兰蔻官方旗舰店	1495.2

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

彩妆/香水/美妆工具行业2026年双11淘系平台热销商品

1



YSL粉气垫（直播）

1513.1

2



YSL粉气垫（日常）

1477.9

3



肌肤之钥CPB隔离

1455.5

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间双11生活节付定金】毛戈平黑白羽翼气垫DB	1449.1
5	【李佳琦直播间双11收官夜】NARS超方瓶流光美肌粉底液	1442.0
6	【达人甄选】TF四色眼影盘大地色 tf01 20 29 全新升级 官方正品	1433.9
7	【李佳琦直播间双11收官夜】娇兰金钻修颜粉底液35ml光泽柔雾保湿	1430.0
8	【李佳琦直播间双11收官夜】雅诗兰黛第二代DW持妆粉底液持久遮瑕	1425.0
9	【李佳琦直播间双11收官夜】华伦天奴超遮瑕水光气垫	1419.0
10	【全新升级】雅诗兰黛第二代DW持妆粉底液 持久遮瑕控油服帖防晒	1391.5

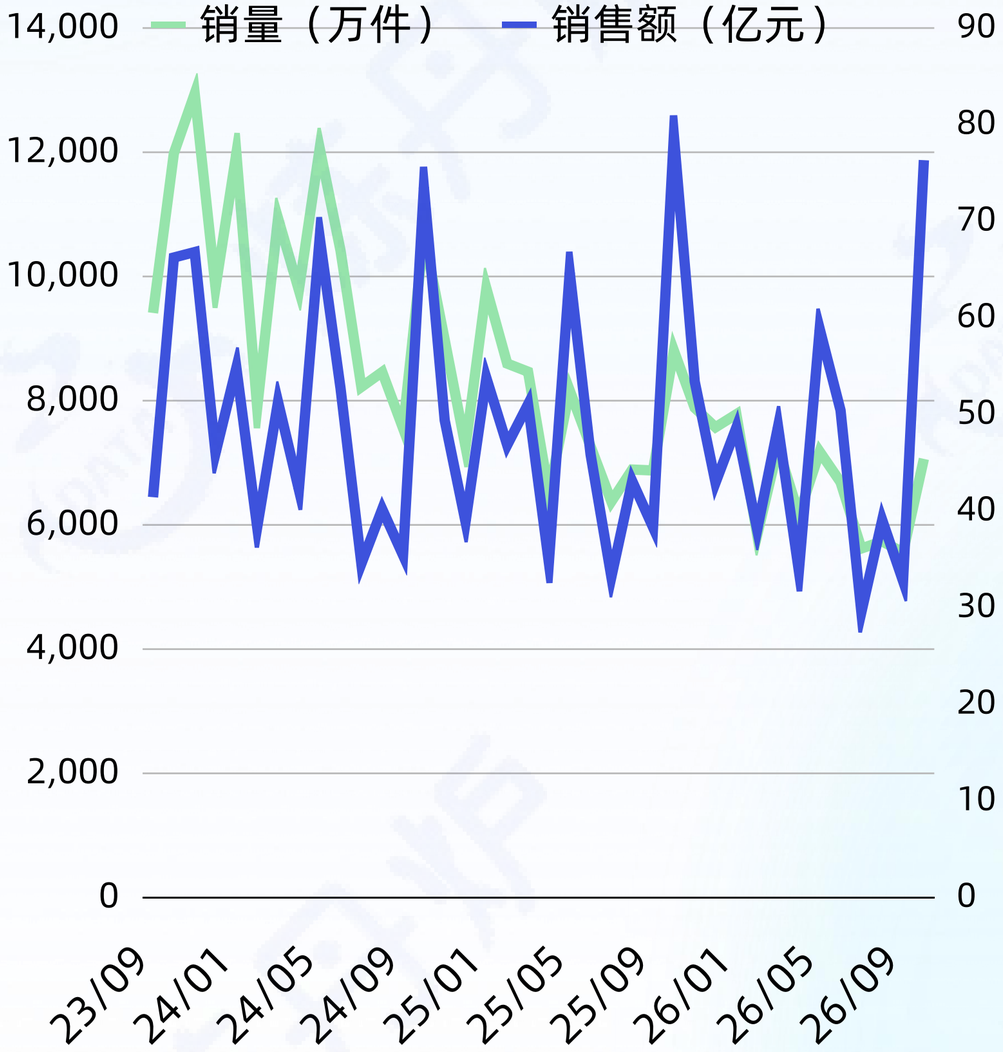
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 DATA huo1818.com

面部彩妆稳居核心，彩妆套装为产品组合提供增长空间

彩妆市场以面部彩妆为核心，香水与唇部彩妆构成补充，主力品类仍有规模优势。不同品类的变化节奏有所分化，彩妆套装呈现增长亮点，组合产品值得关注。品牌可围绕核心妆容完善选色与搭配设计，以取用便利性和组合完整性强化套装价值。

彩妆行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

多元妆容与场景细分，彩妆消费兼顾风格与实用

素颜妆与韩系的互动、销售指数相对突出，日杂妆、亚裔妆也有内容热度。场景方面，度假互动与送礼销售较高，日常、出游和礼赠各有侧重。多种审美风格与使用情境并存，品牌可在配色组合、携带取用和外观表达上提供更灵活的选择。

彩妆行业妆容风格标签表现矩阵

各图虚线为图示标签均值，圆点等大，两类标签分别比较



彩妆行业使用场景标签表现矩阵



数据来源：炼丹炉大数据，2026年8–10月

炼丹炉 DATA huo1818.com

自组彩妆盘强化自主搭配，选色与补充更加灵活

自组盘以眼部彩妆为主要入口，概念销售额进一步提升。消费者评价提及自主选色、多品类同盘搭配与单色补充，体现出个性化组合与按需替换的使用价值。品牌可围绕可替换色芯完善产品组合，兼顾眼影、腮红与高光的拼盘需求，并提供配色及拼装指引。

自主选色与拼盘，带来更灵活的彩妆使用方式



千妍单色自组盘

眼影、腮红与修容色块可自选

自主选色，减少闲置

“自由组合的眼影盘，没有废色”

千妍消费者评论，2026年8月

眼影、腮红、高光可同盘搭配

“侧边空位还能放小块腮红 / 高光”

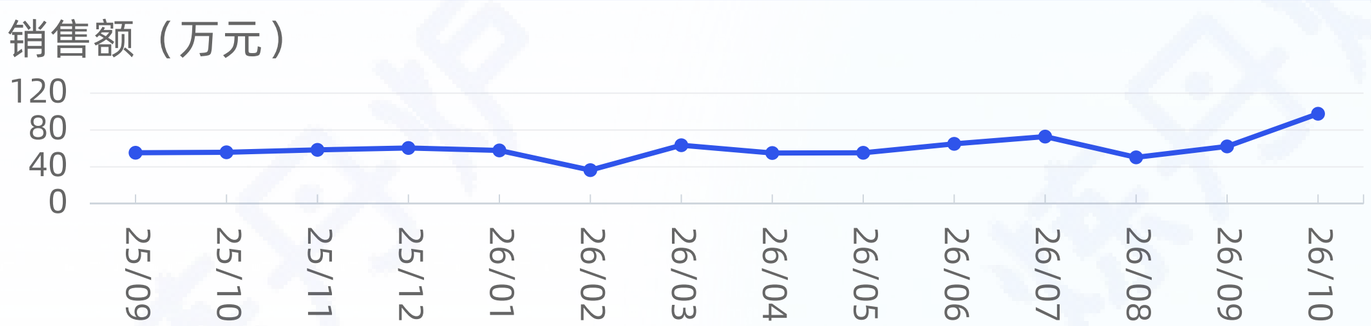
千妍消费者评论，2026年7月

用完一色，单独补充

“单独包装用完了也可以单独买”

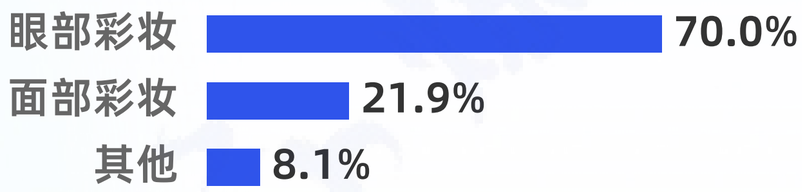
CG且逸消费者评论，2026年9月

自组盘概念月度销售趋势



眼部彩妆是主要入口

2026年10月概念销量占比



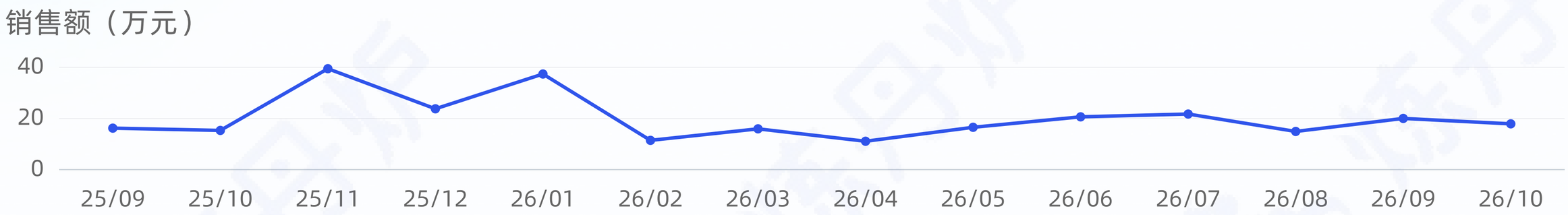
数据来源：炼丹炉大数据（销售：淘系；评论：全网）

炼丹炉 DATA huo1818.com

彩妆向随身配饰延伸，便携补妆与个性表达拓展消费场景

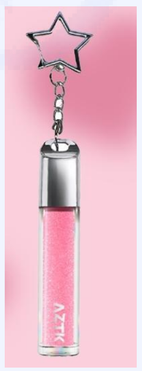
彩妆的消费价值正从妆效与使用便利延伸至日常穿搭和个性表达。挂件彩妆连接随身补妆、包袋装饰与礼赠需求，让小规格产品承载更多消费场景。实用功能与装饰价值的结合，成为彩妆配饰化发展的重要路径。

挂件彩妆概念月度销售趋势



随身补妆

迷你容量搭配挂扣或挂绳，
方便日常携带与取用。



“1.7ml，很便携，也挺好用的。”

AZTK星星挂件唇釉

小容量，便携补妆

配饰与礼赠

精致造型叠加挂饰结构，
承接日常装饰和礼赠需求。



“给同学当生日礼物的，很好看，当挂件也特别精致。”

花知晓邦尼花园润唇膏挂件

精致造型，兼顾装饰与礼赠

包袋搭配场景

挂扣、编绳与珠链连接包袋，
把彩妆融入日常穿搭。



包袋搭配



挂扣与珠链

fwee迷你彩妆挂件

彩妆成为穿搭的一部分

数据来源：炼丹炉大数据、商品资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.3

零食/坚果/特产

CATEGORY TRENDS

零食/坚果/特产行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

三只松鼠旗舰店

1544.6

2

良品铺子旗舰店

1442.2

3

瑞士莲食品旗舰店

1431.5

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	比比赞旗舰店	1424.2
5	蒙都旗舰店	1420.2
6	沃隆旗舰店	1411.6
7	脆升升食品旗舰店	1407.7
8	百草味官方旗舰店	1392.3
9	德芙官方旗舰店	1341.8
10	豪士旗舰店	1325.8

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

零食/坚果/特产行业2026年双11淘系平台热销商品

第6、8名为三只松鼠每日坚果750g／30包不同链接，原表分别使用“混合干果仁”“独立小包装”表述。

1



蒙都手撕牛肉干

1407.7

2



脆升升代言人礼盒

1403.8

3



旺家福卤味零食

1399.9

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间双11狂欢夜】烘焙町&椰蓉排包	1396.0
5	小岛安答 小岛牛肉丝 120g尝鲜装 鲜牛肉烤制解馋轻奢零食牛肉干	1392.1
6	三只松鼠每日坚果750g/30包健康混合干果仁坚果零食礼盒节日送礼	1269.3
7	a1笋尖鸡肉肠开袋即食高蛋白休闲代餐辣味解馋夜宵便携零食火腿肠	1265.4
8	三只松鼠_每日坚果750g/30包健康零食坚果独立小包装节日送礼礼盒	1261.5
9	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	1257.6
10	【代言人迪丽热巴同款】Lindt/瑞士莲软心精选牛奶黑巧克力569g	1253.7

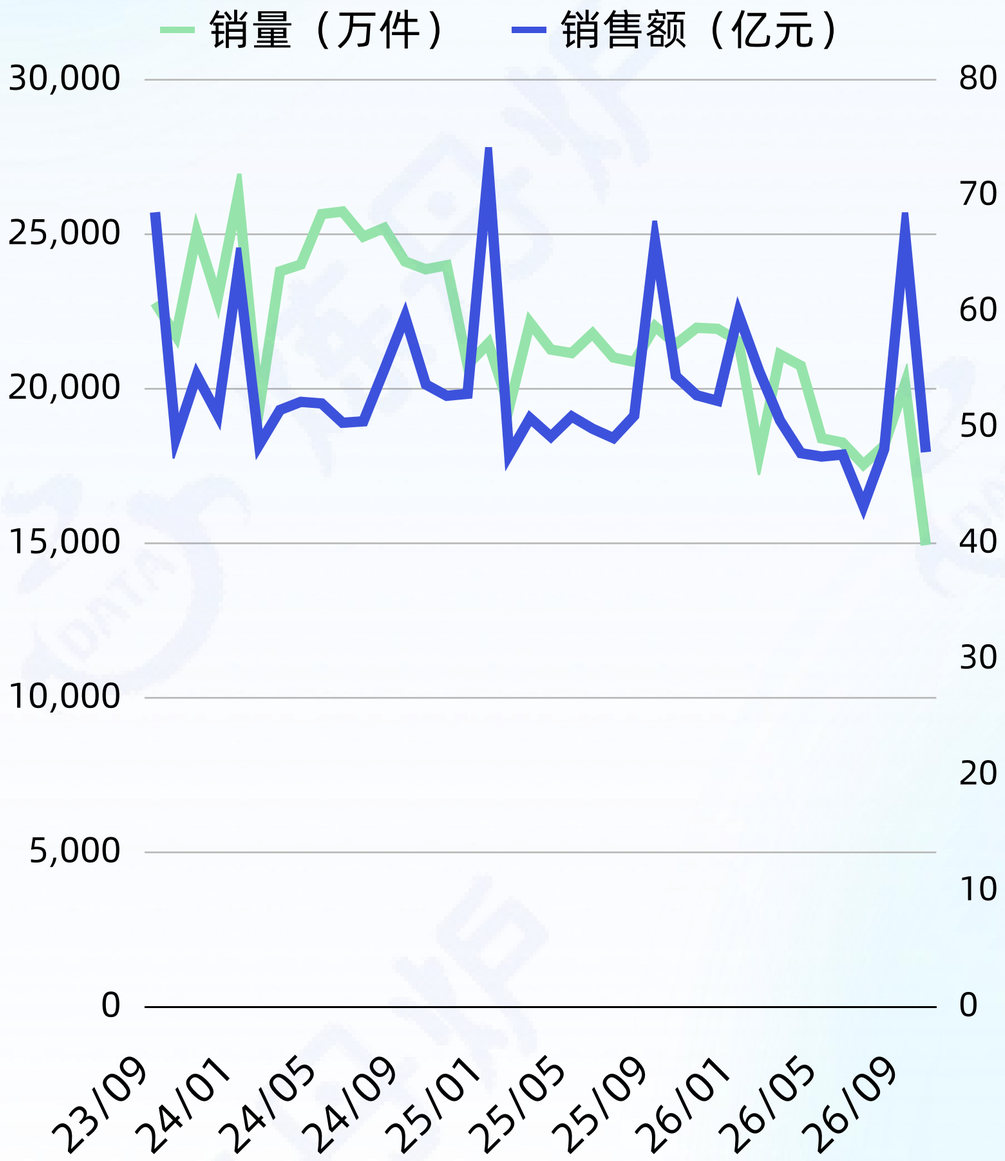
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

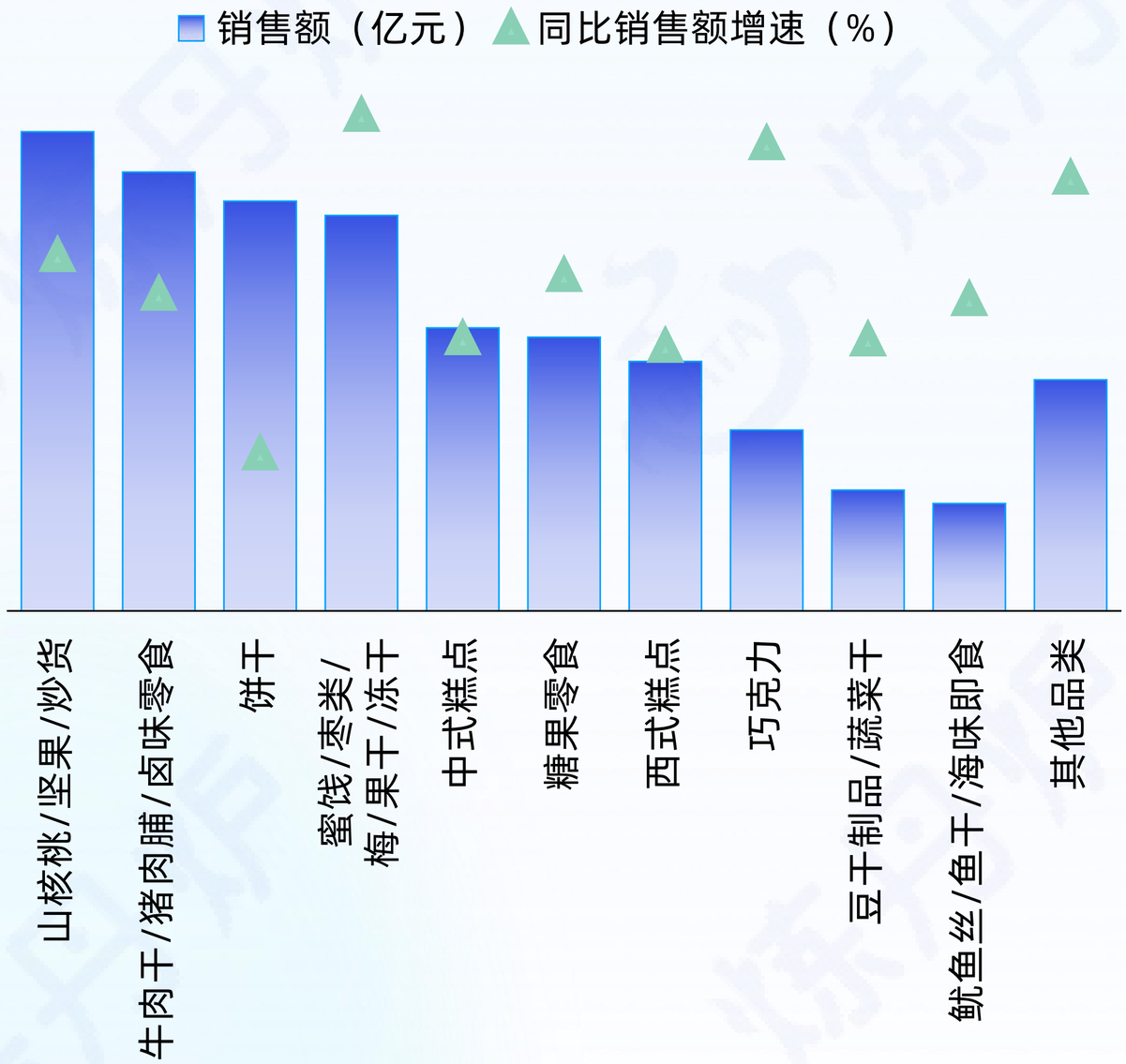
零食品类格局保持多元，果干与巧克力呈现增长亮点

零食市场由多类产品共同构成，坚果炒货、肉类卤味与饼干保持规模优势，传统零食品类仍是重要基本盘。果干冻干所在品类与巧克力呈现增长亮点，结构机会分布于不同原料与形态。品牌可结合原料特点和口感差异优化产品组合，结合销售节奏安排上新。

零食行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

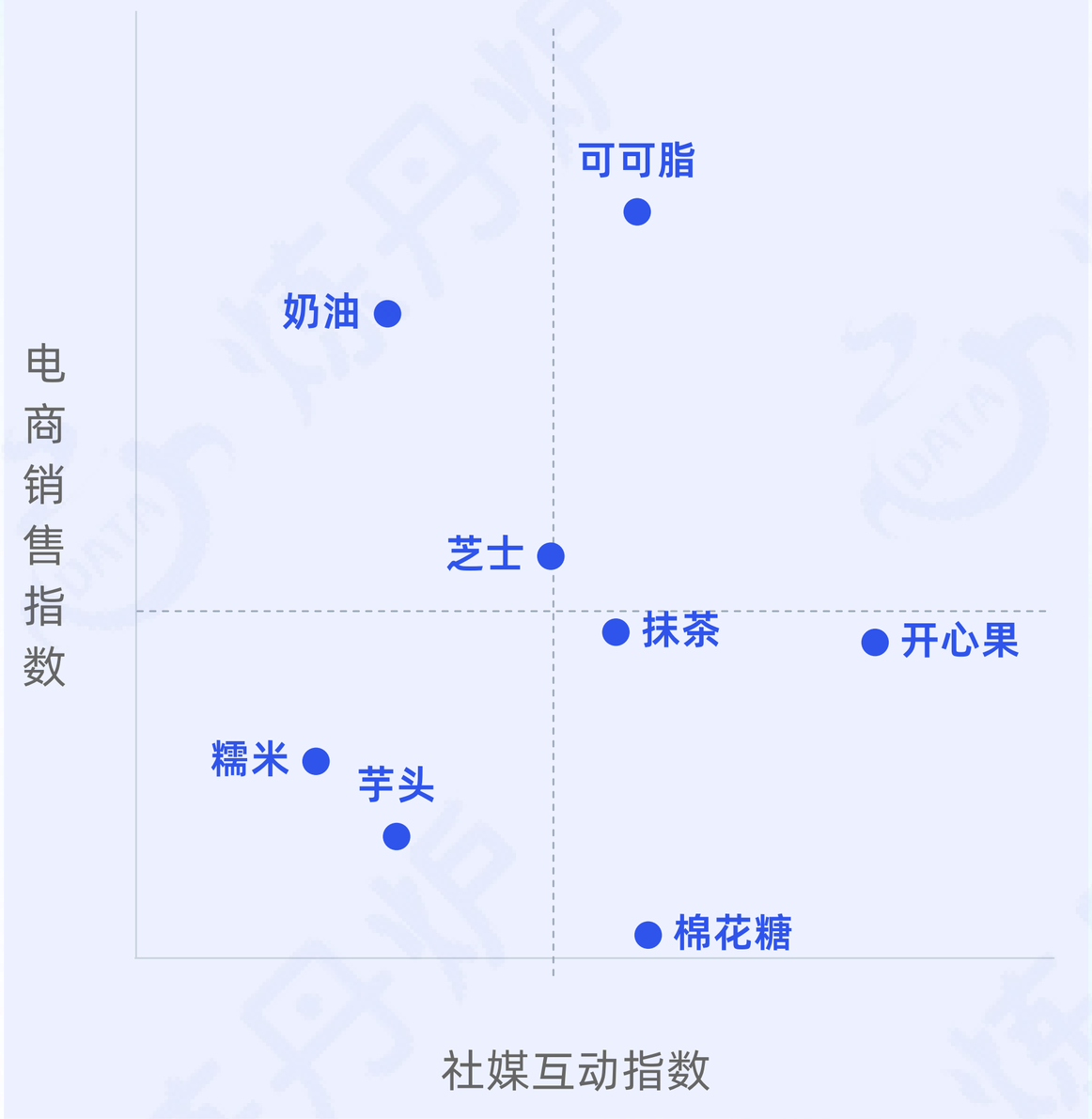
炼丹炉 DATA huo1818.com

原料与工艺呈现差异，零食体验兼顾口感层次与鲜度

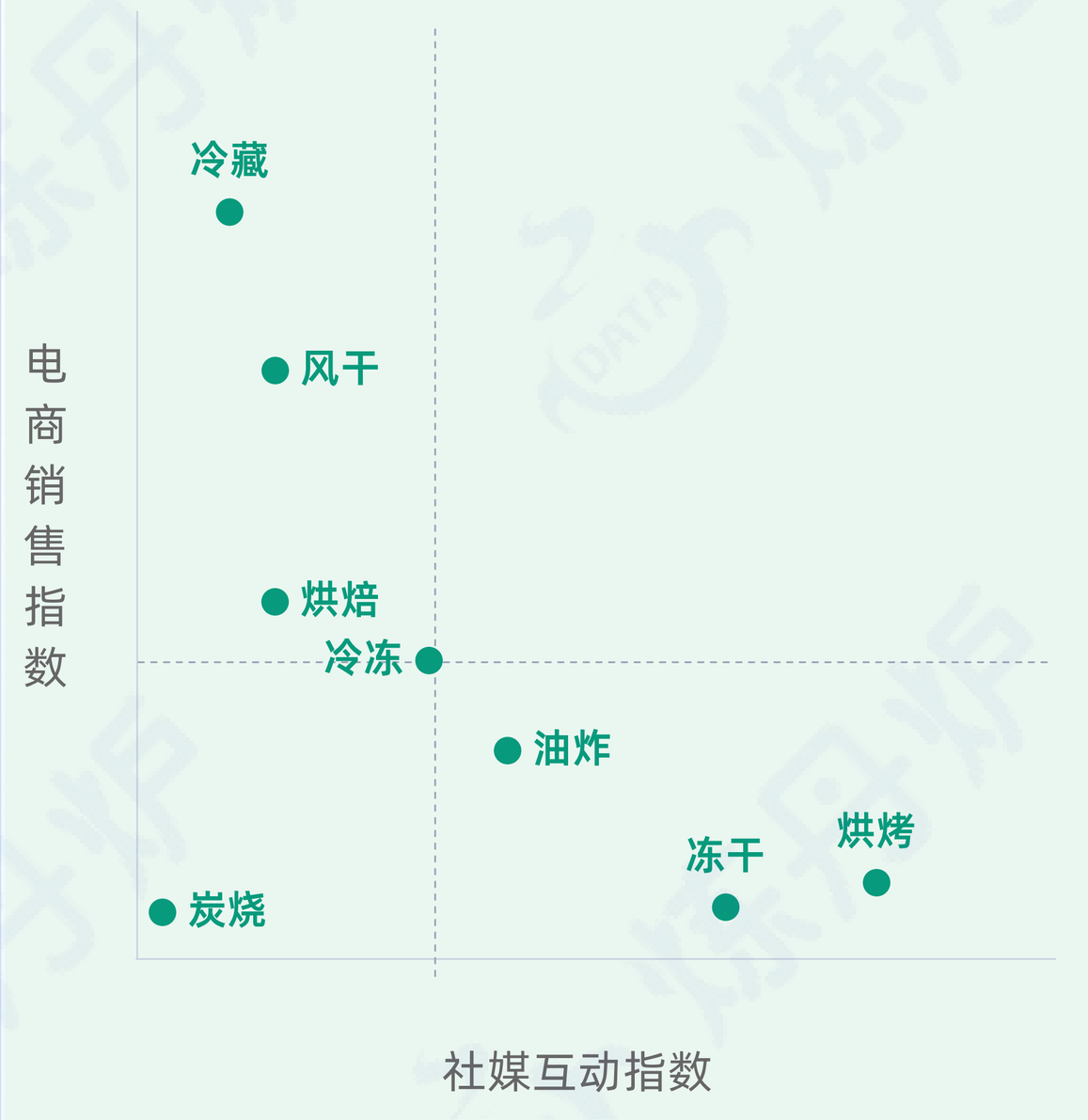
可可脂、奶油在所选原料中销售指数较高，开心果的互动表现突出。加工与储存方式中，烘烤、冻干的互动指数较高，冷藏、风干的销售指数较高。不同标签在内容与商品端各有侧重，品牌可结合原料选择与加工方式，强化口感层次和鲜度表达。

零食行业原料标签表现矩阵

各图虚线为所选标签均值，圆点等大，两类标签分别比较



零食行业加工与储存方式标签表现矩阵



数据来源：炼丹炉大数据，2026年8–10月

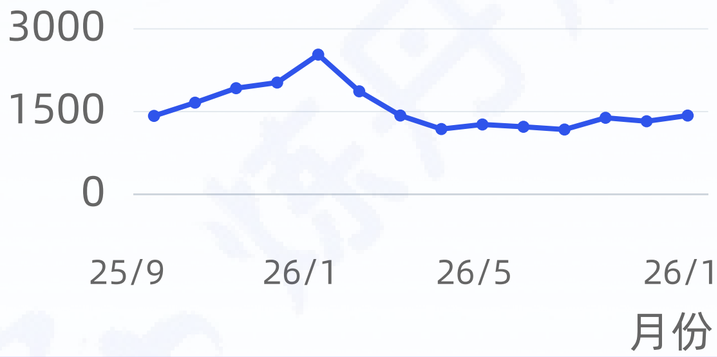
炼丹炉 huo1818.com

零食创新从风味拓展至口感层次，多重质地组合丰富消费体验

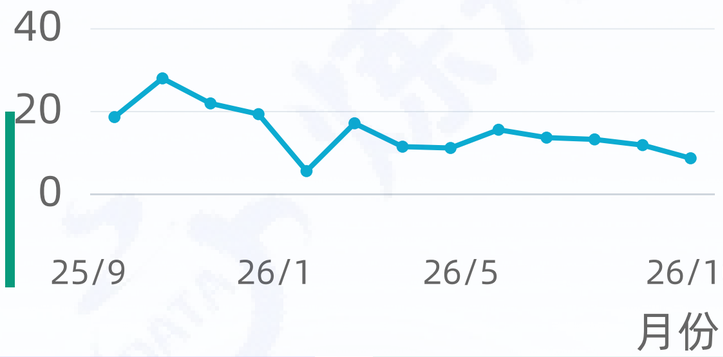
零食差异化正从风味选择延伸至咀嚼过程中的层次体验，酥脆、软糯与融化感成为丰富产品价值的重要元素。冻干脆芯搭配巧克力外层、麻薯结合双层夹心，体现不同质地与食用节奏的组合。口感创新由单一质地向多层次体验拓展，为经典品类带来新的消费吸引力。

口感相关概念月度销售趋势（淘系，2025年9月–2026年10月）

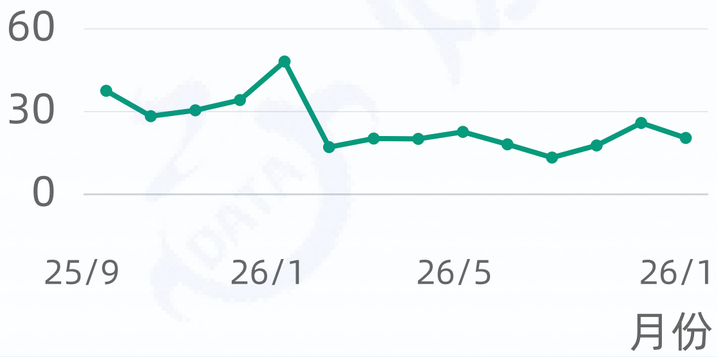
冻干 / 冻干脆



麻薯夹心 / 双层夹心



外脆内软等复合口感



ew先融后脆：冻干内芯叠加巧克力



格力高 芯冻挚巧
外层 巧克力包裹

内芯 棒状冻干脆芯
入口先融后脆，以结构反差
丰富一次食用中的口感。

工艺叠加让口感差异可感知

外壳软心：同一产品形成口感层次



瑞士莲 软心巧克力
外层 细腻巧克力外壳

内芯 入口融化的软心
以外壳与内馅的质地差异，
形成柔滑、融化的食用体验。

同款产品承接日常与分享规格

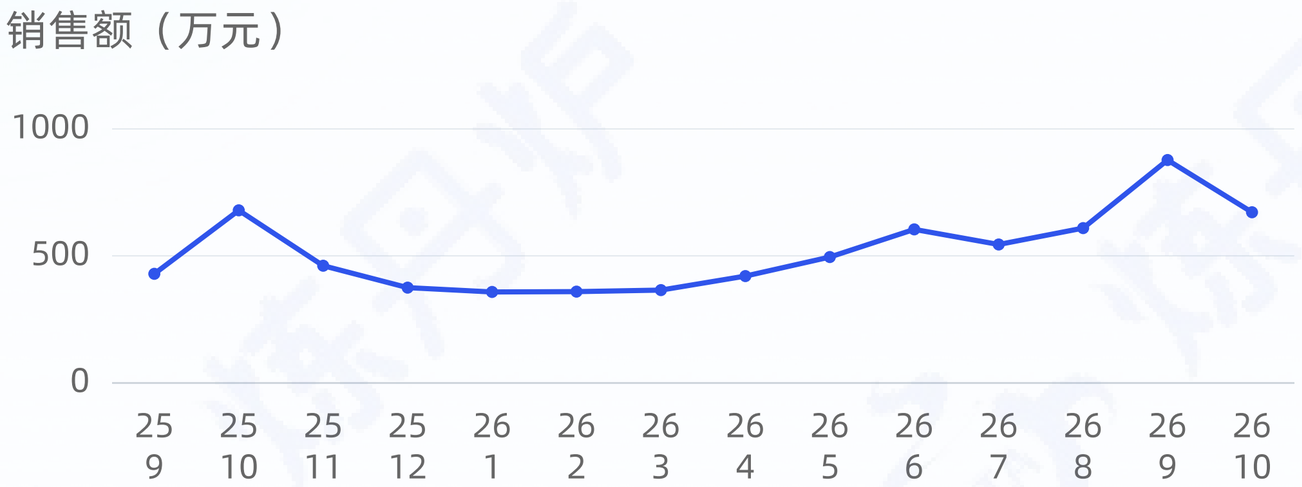
数据来源：炼丹炉大数据、商品资料、Foodaily每日食品

炼丹炉 huo1818.com

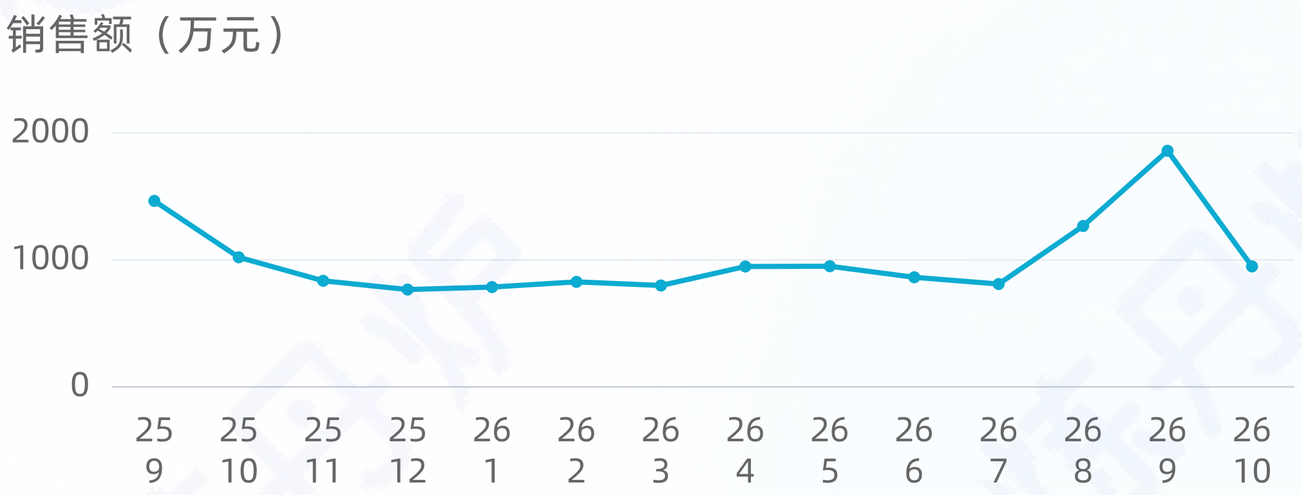
新鲜需求带动少量高频购买，短保零食融入日常食用

短保、现烤与冷藏丰富零食鲜食化形态，淘系短保概念秋季销售较为活跃。天猫双十一食品行业观察提及，消费者关注新鲜品质，倾向少量购买、频繁复购。金粒门以冷藏鲜卤与短保烘焙丰富日常选择，品牌可协同食用期限、储存条件与规格。

短保概念月度销售趋势



现烤 / 鲜烤概念月度销售趋势



金粒门与豪士：短保丰富日常选择



短保鲜食与常温零食同店呈现，
以冷藏鲜卤、短保烘焙丰富选择。



香卤鱿鱼须

3天保质期

0–8℃冷藏



豪士低GI全麦面包

短保烘焙

早餐与下午茶场景

数据来源：炼丹炉大数据、天下网商及品牌商品资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.4

咖啡/麦片/冲饮

CATEGORY TRENDS

咖啡/麦片/冲饮行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

认养一头牛旗舰店

1621.9

2

瑞幸即享旗舰店

1433.1

3

悦鲜活旗舰店

1420.1

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	五谷磨房官方旗舰店	1414.7
5	伊利旗舰店	1388.0
6	NESPRESSO官方旗舰店	1383.3
7	PEET'S官方旗舰店	1379.4
8	三顿半旗舰店	1375.5
9	农夫山泉官方旗舰店	1371.6
10	雀巢官方旗舰店	1367.7

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

咖啡/麦片/冲饮行业2026年双11淘系平台热销商品

1



悦鲜活牛奶奶卡

1369.7

2



三顿半数字星球

1365.8

3



瑞幸浓缩咖啡液

1361.9

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间双11狂欢夜】认养一头牛4.0低温鲜牛奶奶卡儿童奶	1358.0
5	【水卡】饮用天然水(高温灭菌)1L/380ml多规格任选兑换卡	1354.1
6	【超值奶卡】每日鲜语A2/4.0/低脂鲜牛奶奶卡	1350.2
7	原始黄金骆驼奶粉正品正宗新疆官方旗舰店益生菌营养品非遗驼奶粉	1346.3
8	【专享渠道】认养一头牛经典纯奶原味酸奶风味酸奶3箱学生早餐奶	1326.2
9	【礼盒装送礼礼盒】美可卓蓝胖子进口高钙全家营养牛奶粉礼盒装	1306.1
10	新疆旺源有机全脂纯驼乳粉 中老年成人高钙纯驼奶粉正品官方	1272.7

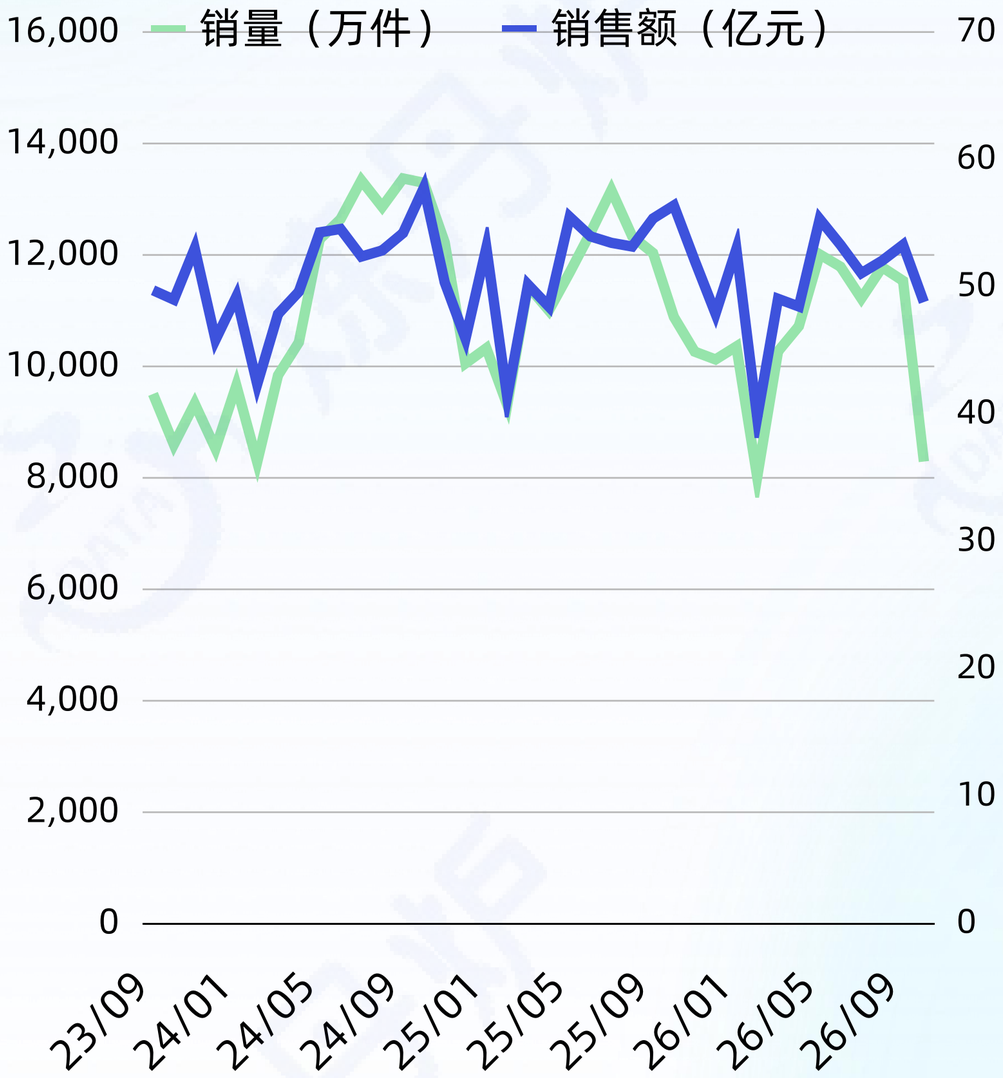
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

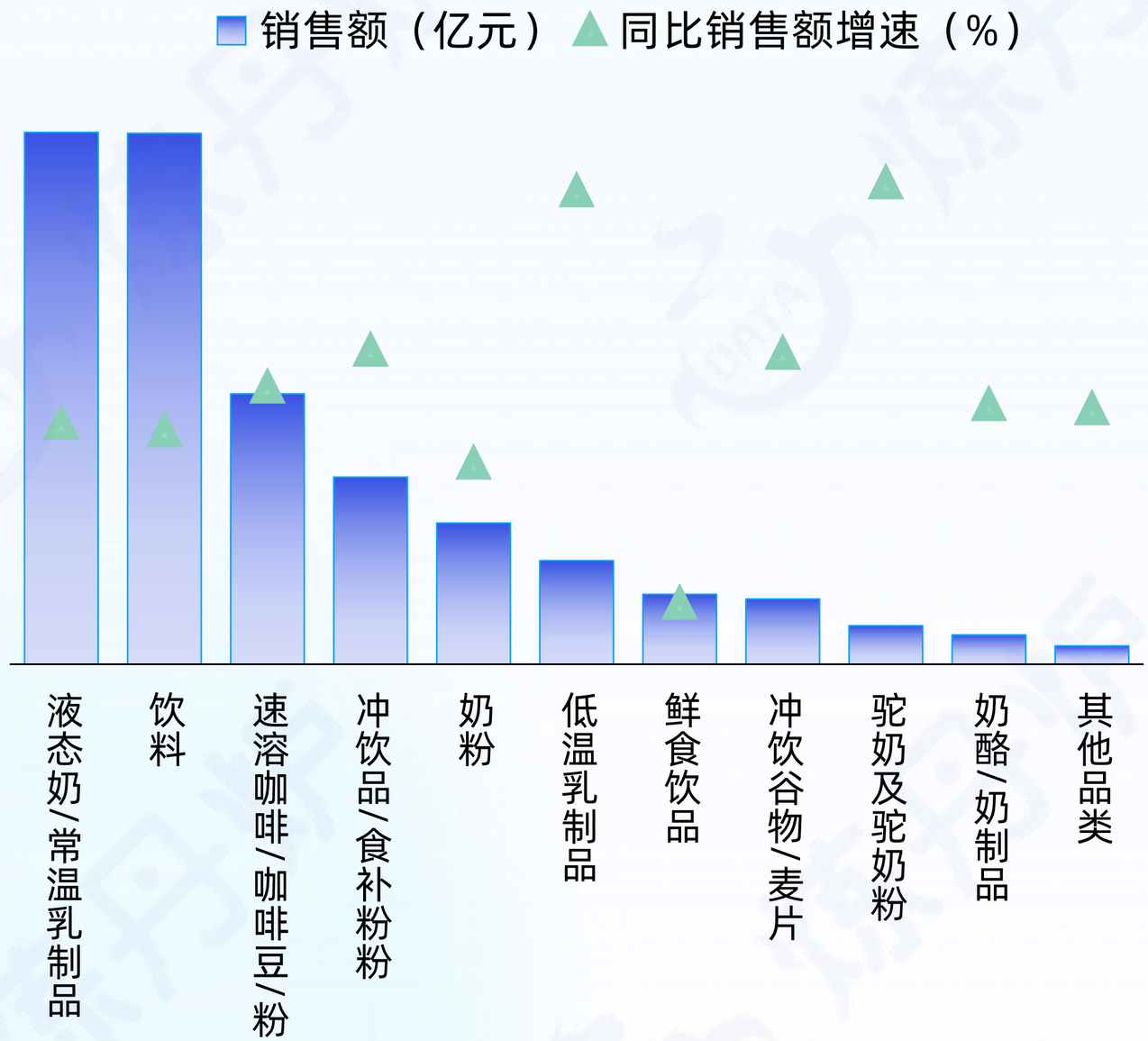
乳品与饮料共同支撑市场，低温乳制品拓展细分空间

咖啡麦片冲饮市场中，常温乳制品与饮料规模接近，构成主要支撑，咖啡品类保持重要规模。低温乳制品与驼奶相关品类呈现增长亮点，不同细分方向销售节奏各异。品牌可按储存条件、原料与饮用形态细化产品定位，在成熟大类之外寻找产品机会。

咖啡／麦片／冲饮行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

营养原料呈现差异，多元饮用形态拓展饮品体验

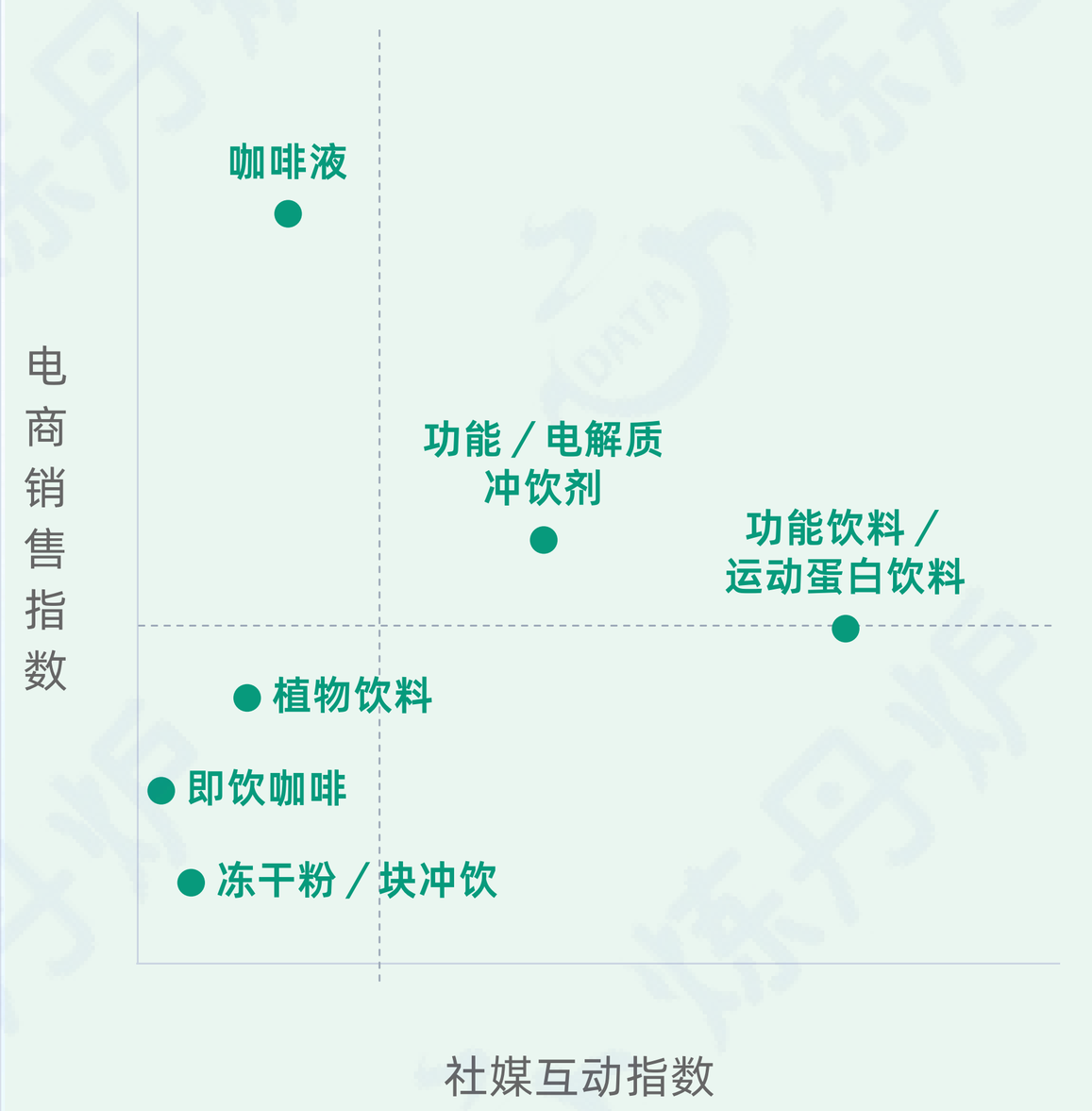
益生菌的互动与销售指数在所选原料中均居前，膳食纤维、酪蛋白的销售指数较高。所选品类中，咖啡液销售指数领先，功能饮料／运动蛋白饮料互动突出。营养原料与饮用形态各有侧重，可分别观察配方与体验创新。

饮品营养与功能原料标签表现矩阵

各图虚线为所选标签均值，圆点等大，两类标签分别比较



饮品即饮与冲饮相关品类标签表现矩阵



数据来源：炼丹炉大数据，咖啡／麦片／冲饮，2026年8–10月

炼丹炉 huo1818.com

蛋白补给向日常水饮延伸，清爽即饮拓展营养消费场景

蛋白营养正以清爽即饮形态向日常饮用场景延伸，瓶装产品减少冲调准备，让营养补给更加便捷。乳清蛋白、胶原蛋白肽等原料结合果味与复配营养，形成不同产品定位。行业拓展的共同方向，是将营养诉求与饮料口感、携带便利相结合，丰富运动及日常外出中的饮用选择。

蛋白水新品的配方与饮用形态创新

2026年4月发布



蒙牛 分离乳清蛋白水

10g

每瓶含蛋白质

配方组合

分离乳清蛋白、BCAA、
胶原蛋白肽

海盐菠萝味，清爽即饮

2026年5月公布量产



伊利 Puritime透明蛋白水

9g

每瓶含分离乳清蛋白

配方组合

分离乳清蛋白、电解质、
真实柠檬汁

透明水饮形态，0脂肪

2026年8月新品报道



七鲜×ffit8 胶原蛋白肽水

≥6g

每瓶添加胶原蛋白肽

配方组合

胶原蛋白肽、维生素C、
维生素B6、烟酰胺

芭乐风味，0脂肪

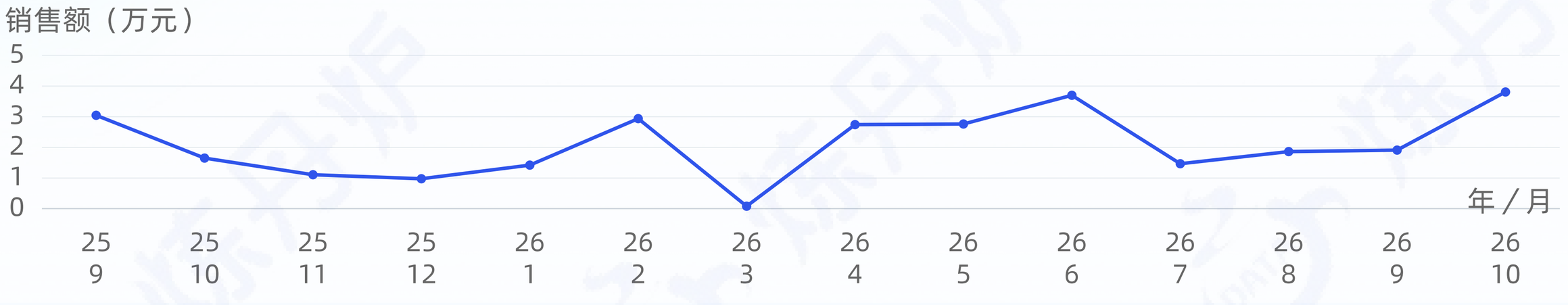
数据来源：炼丹炉大数据、品牌公开资料、Foodaily每日食品

炼丹炉 huo1818.com

瓶装饮料向现制体验延伸，现混饮用丰富茶咖消费选择

瓶装饮料的消费体验正从直接饮用延伸至即时调配，现混过程将便携性与现制感相结合。原料分离储存、饮用时混合的形式由茶延伸至咖啡、抹茶，让冲调过程成为产品体验的一部分，也为瓶装饮料通过饮用方式拓展消费价值提供了新的方向。

即时鲜制化相关概念月度销售趋势



独立杯装：随饮随调

三顿半 数字星球



打开独立杯
加水或奶冲调

杯装冻干咖啡粉与冲调液体
分开准备，让风味选择与
饮用时间更灵活。

瓶盖储粉：拧盖混合

伊刻活泉 现泡茶



锁鲜盖储粉
拧盖入水摇匀

将茶粉与水分离储存，
用可见的混合步骤呈现
饮用时的现泡体验。

茶水分离：现泡抹茶

鲜早 现泡抹茶



瓶盖储存茶粉
释放后摇匀

以茶水分离式瓶盖，
把现混过程放入便携瓶装，
兼顾随身携带与即时调配。

数据来源：炼丹炉大数据、品牌公开资料、Foodaily每日食品

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.5

生活电器

CATEGORY TRENDS

生活电器行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

石头电器旗舰店

1622.4

2

友望旗舰店

1575.6

3

科沃斯旗舰店

1571.7

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	tineco添可官方旗舰店	1550.4
5	小米官方旗舰店	1514.1
6	美的官方旗舰店	1497.0
7	云鲸旗舰店	1485.5
8	追觅官方旗舰店	1468.8
9	dyson戴森官方旗舰店	1464.9
10	霍尼韦尔空气净化器旗舰店	1443.0

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

生活电器行业2026年双11淘系平台热销商品

1



石头P30 Pro·常规

1501.0

2



科沃斯T90S PRO

1484.7

3



石头P30 Pro·直播

1449.3

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【补贴15%】科沃斯T90SPRO扫地机器人滚筒活水洗地拖地扫吸拖一体	1442.8
5	【经典2】UWANT友望推入式洗地机躺平防臭吸拖一体机云朵max	1431.0
6	石头母婴级智能洗地机A30Pro3.0暴风洗AI全向助力0缠平躺除菌防臭	1427.1
7	【重磅新品】添可洗地机极客3.0强吸力拖地机AI助力高温清洁母婴	1423.2
8	石头扫地机器人P30 Pro/P20 Max扫拖一体清洗全自动上下水智能	1419.3
9	【爆款】科沃斯扫地机器人T90PRO洗地扫拖一体清洗全自动活水滚筒	1415.4
10	【新品】石头智能洗地机A30 Plus 躺平0缠控水渍14天无异味除菌	1411.5

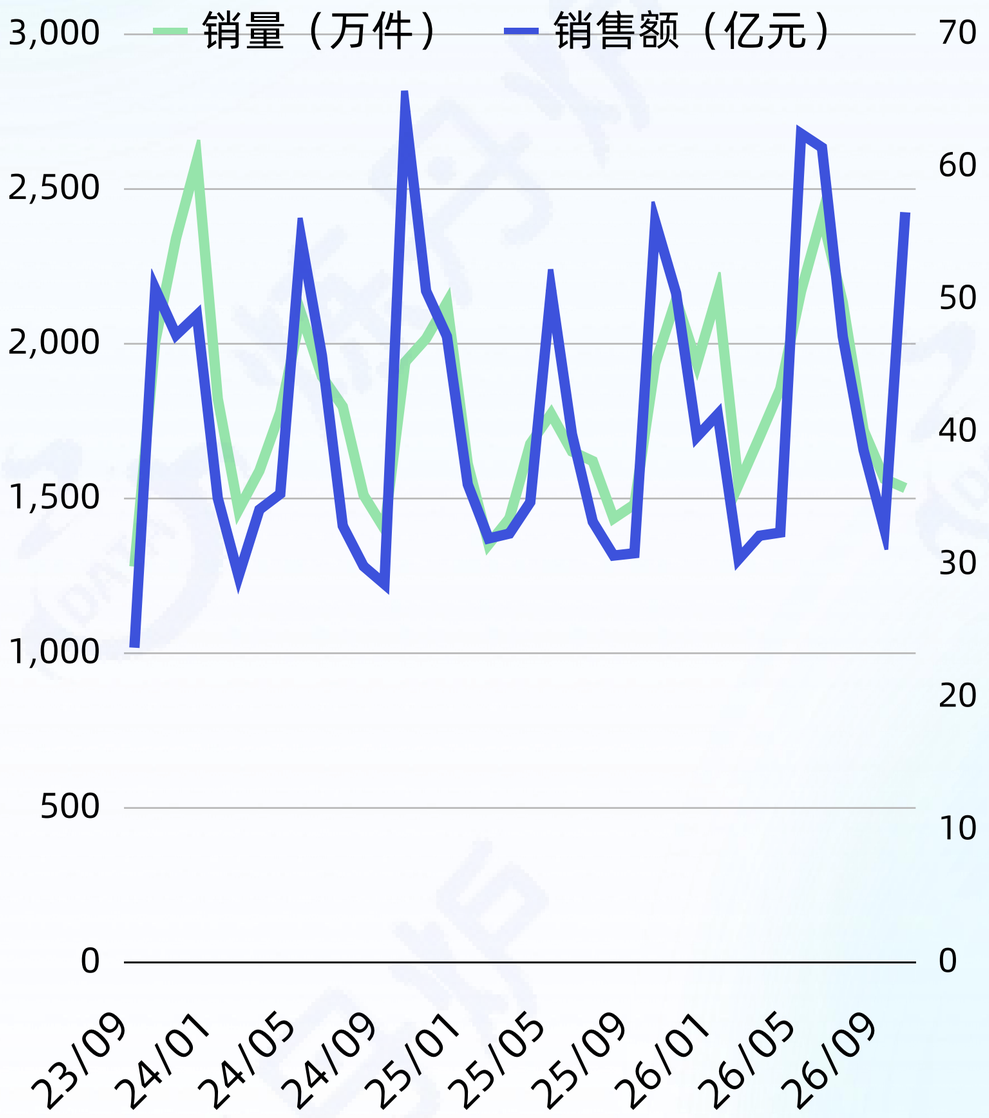
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

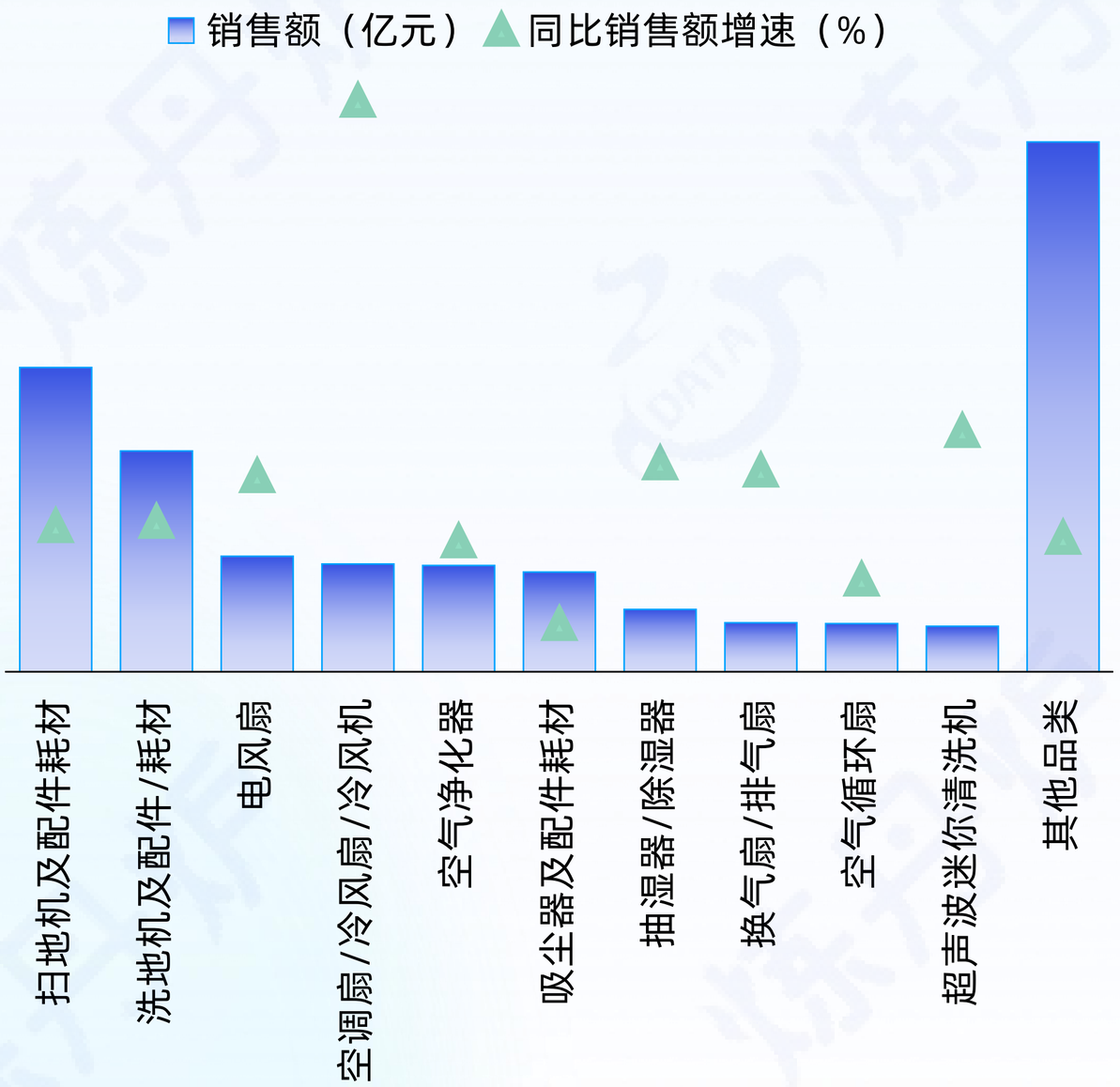
清洁电器构成规模支撑，环境调节品类拓展增长来源

生活电器市场保持增长，扫地机与洗地机相关品类规模领先，构成清洁赛道支撑。环境调节品类贡献增量，空调扇、电风扇与除湿器表现活跃，增长来源延伸至不同家居任务。品牌可围绕地面清洁与环境调节配置产品，结合季节完善供给，明确功能与适用场景。

生活电器行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 huo1818.com

生活电器向主动响应升级，智能感知减少日常操作负担

生活电器正通过环境感知与自动响应，减少反复调档、手动按压等操作。恒湿调节、空气监测与感应出液，让智能功能融入具体任务。消费者关注湿度稳定性与感应准确性，行业升级也更强调响应准确、调节适度，让智能化转化为日常省心体验。

主动感知与按需调节关键词样本月度销售趋势



7–10月销售额连续回升

消费者对自动响应的具体体验（全网）

评价原文节选

恒湿设定（苏泊尔无雾加湿器）

“没有水雾，湿度精准，值得购买！设定恒湿45，始终保持在45%±3范围内”

感应距离（dehub自动感应洗手机）

“感应准确，手必须放在出口一定距离才出泡沫，离开感应范围不会出泡沫，不用担心误感应。”

感知与响应的具体应用

恒湿加湿：自动调节湿度



苏泊尔无雾加湿器

智能恒湿自调节，
减少反复手动调档。

空气净化：按需调节风量



戴森 BP10 空气净化器

持续监测空气质量，
按需调节风量、启动净化。
官网功能介绍

感应出液：伸手自动出液



dehub 自动感应洗洁精机

感应手部动作后出液，
减少按压瓶身的操作。

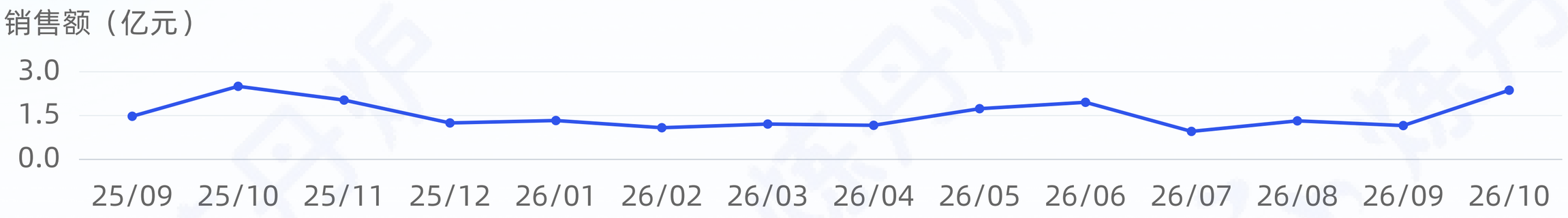
数据来源：炼丹炉大数据、品牌官网及商品资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

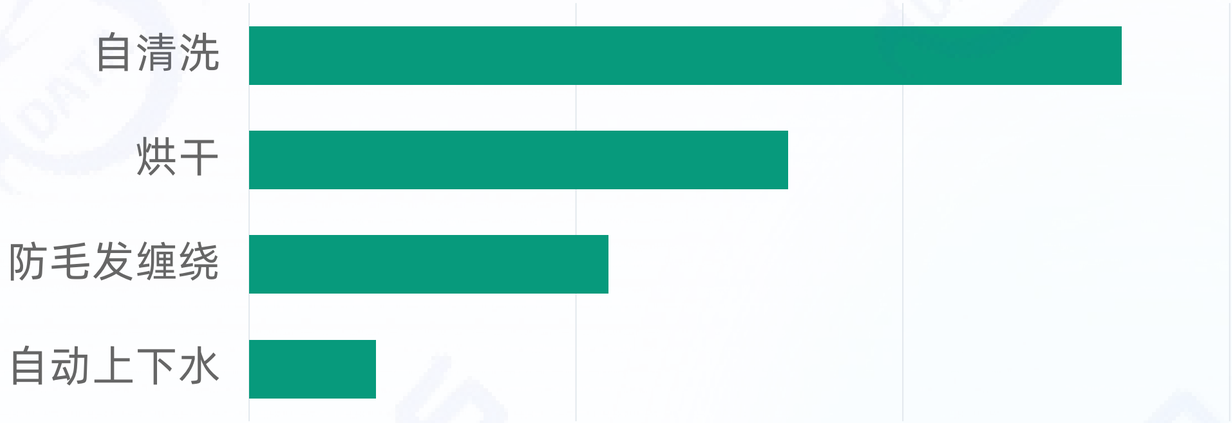
生活电器减少后续维护，自清洁与易打理设计提升便利

生活电器的便利价值正延伸至后续养护，减少设备清理负担成为升级方向。自清洗、烘干与自动上下水覆盖多个维护环节，其中自清洗销量表现突出。行业竞争进一步关注拆洗频次、清洁难度与耗材更换，省心维护成为提升长期使用体验的重要环节。

降低维护负担关键词样本月度销售趋势



维护相关功能的销量表现



用户原声：UWANT金箍棒吸尘器

“这款轮子设计比较好拆洗，
定期清理一下就行”

降低维护负担的产品设计

少清理：基站清洁槽自动冲洗



科沃斯 T90S PRO

任务完成后自动
高压冲洗清洁槽，
减少底盘污渍残留。

少更换：催化滤网循环使用



戴森 PH04

除醛催化滤网可重复利用，
在产品寿命内持续使用。

数据来源：炼丹炉大数据、科沃斯官网、戴森官网

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.6

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰

CATEGORY TRENDS

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

护舒宝官方旗舰店

1615.4

2

维达官方旗舰店

1495.7

3

立白集团旗舰店

1491.8

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	宝洁官方旗舰店	1487.9
5	corou可心柔旗舰店	1484.0
6	tempo得宝官方旗舰店	1480.1
7	德佑旗舰店	1476.2
8	绽家官方旗舰店	1472.3
9	舒肤佳官方旗舰店	1468.4
10	全棉时代官方旗舰店	1464.5

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业2026年双11淘系平台热销商品

1



可心柔乳霜纸

1438.2

2



护舒宝液体卫生巾

1428.9

3



全棉时代棉柔巾

1425.0

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间双11返场】云南白药牙膏护龈套装清新口气	1421.1
5	【李佳琦直播间双11收官夜】拍5！高洁丝抑菌纯棉卫生巾安睡裤	1417.2
6	Tempo得宝M码4层软抽纸巾100抽/B5乳霜保湿纸70抽任选实惠装家用	1413.3
7	【达人专享】德佑纯水湿厕纸男女士孕妇专用湿厕纸巾家庭实惠装	1403.4
8	舒肤佳新升级净透沐浴露红石榴山茶花乌木玫瑰组合装缓释留香果酸	1397.5
9	【李佳琦直播间双11收官夜】立白大师香氛玫瑰栀子洗衣液	1393.6
10	【李佳琦直播间双11收官夜】她研社深藏BLUE量大吸收卫生巾安睡裤	1389.7

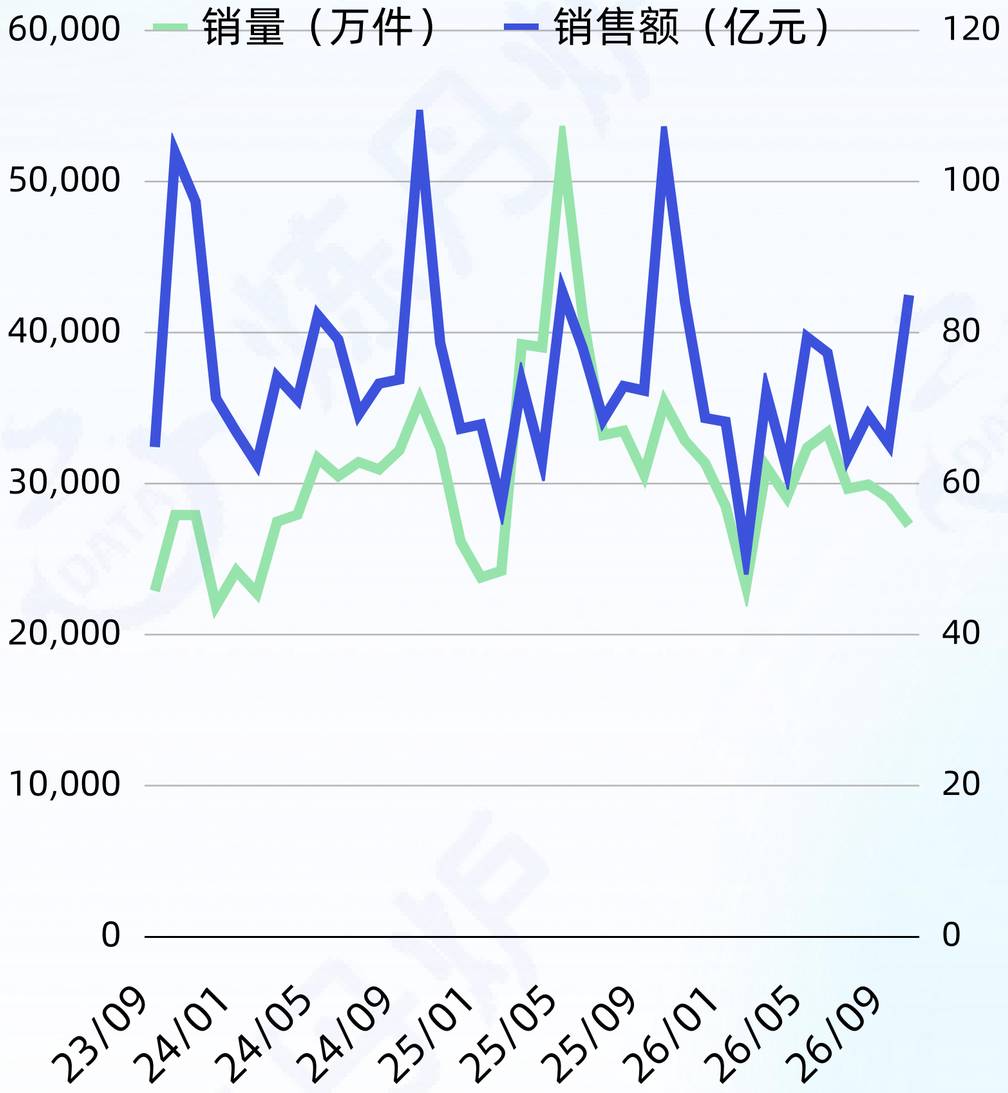
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

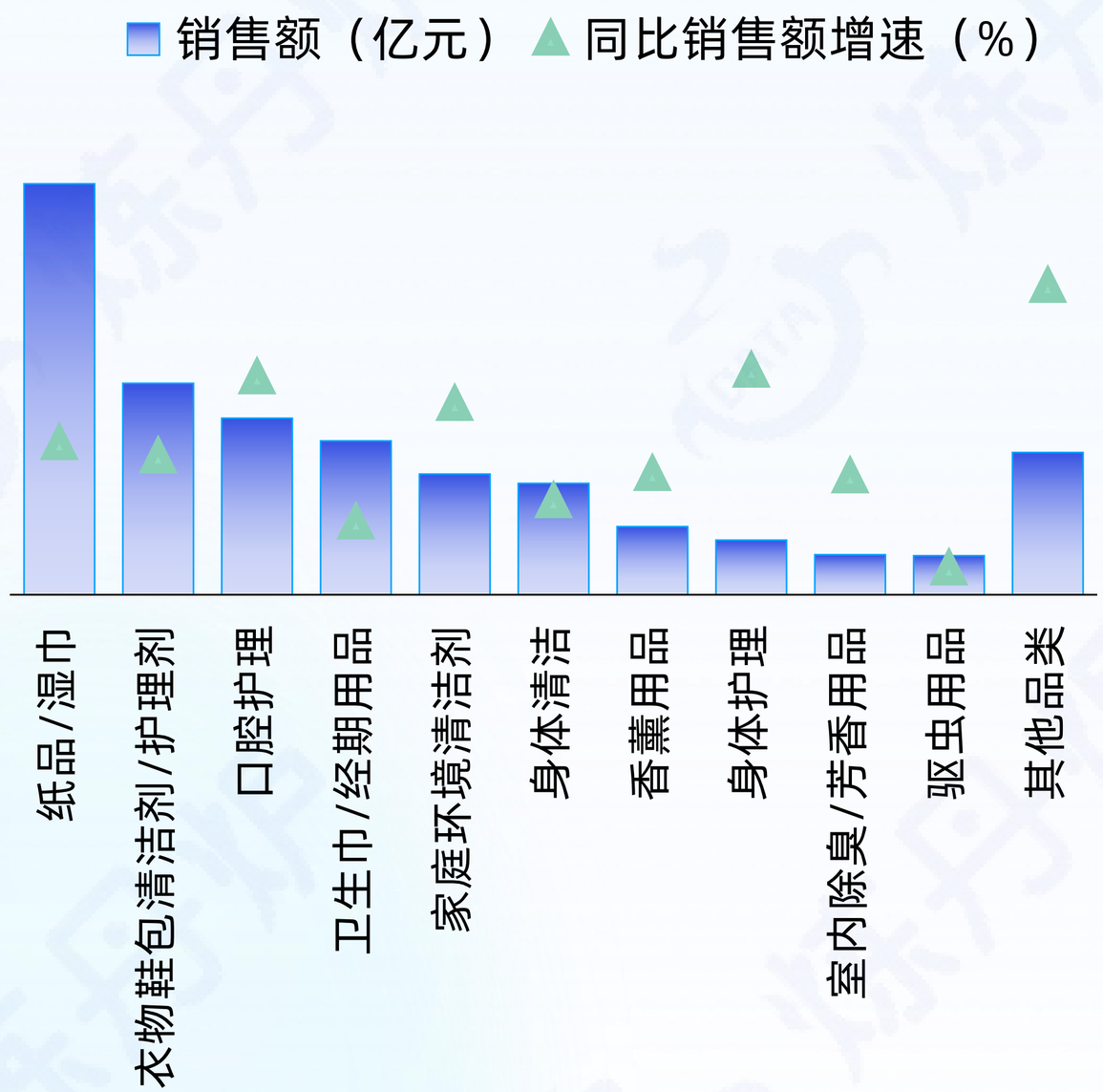
纸品与衣物清洁稳居基础，专项清洁品类表现分化

个护家清市场以纸品湿巾、衣物清洁护理与口腔护理为支撑，基础品类形成规模结构。细分方向表现分化，专项清洁值得观察。品牌可在基础产品之外，围绕具体使用对象细化产品分工，通过操作说明体现专项价值。

个护家清行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

清洁护理围绕具体问题细分，专项需求拓展日常护理市场

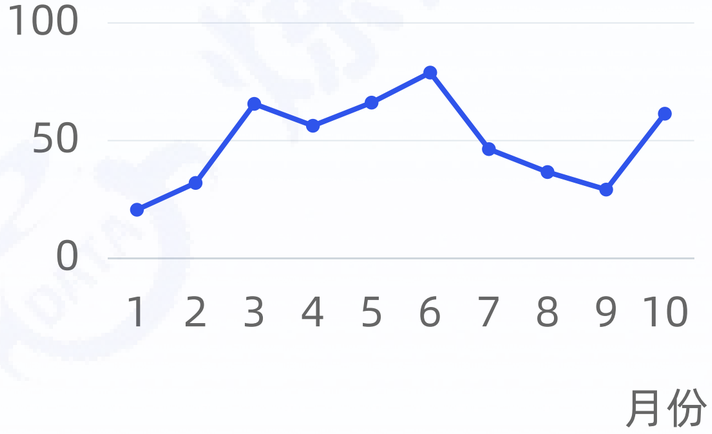
清洁护理正从通用功能向具体问题细分，专项产品补充日常基础护理。防粘毛、局部去渍与舌面清洁，分别围绕养宠生活、特定污渍和护理部位提供针对性选择。行业供给进一步深入细节需求，清洁对象与处理方式的细分，成为拓展护理品类和消费空间的重要方向。

专项清洁护理概念月度销售趋势

减少宠物毛发附着

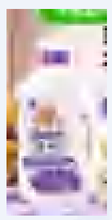
防粘毛 / 防沾毛

销售额（万元）



10月回升，专项需求扩大

金纺防粘毛衣物护理剂

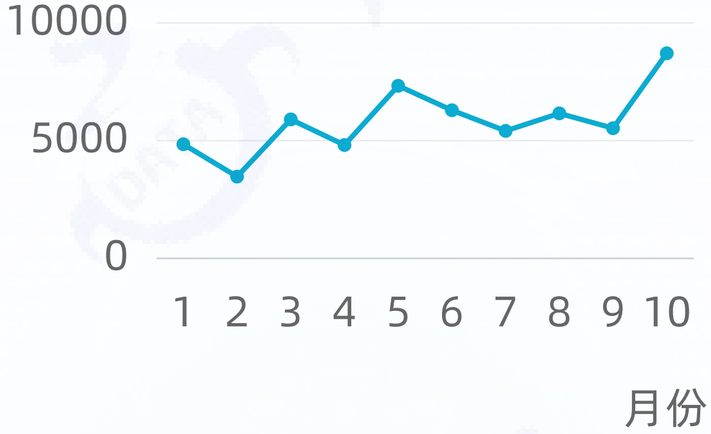


针对宠物毛发附着，
补充衣物护理步骤。

及时处理局部污渍

局部去渍

销售额（万元）



节点月份销售更活跃

渍无踪衣物去渍啫喱

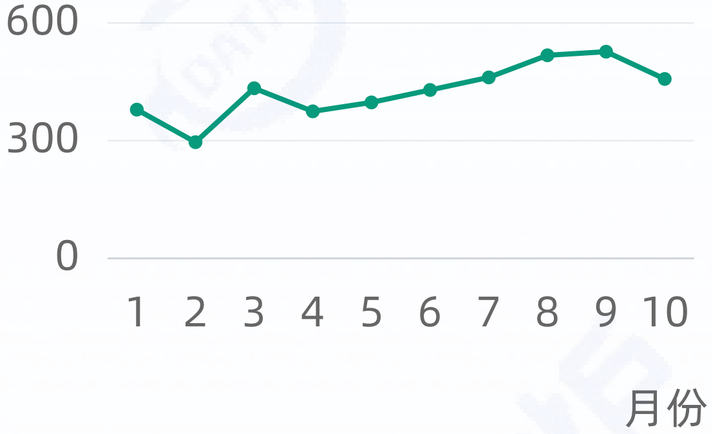


以去渍啫喱形态，
针对衣物局部污渍。

增加舌面清洁步骤

舌苔清洁

销售额（万元）



7–9月逐步提升，10月调整

参半舌苔膏与舌苔刷



舌苔膏配合刷具，
补充舌面清洁步骤。

数据来源：炼丹炉大数据、品牌商品资料

炼丹炉 DATA huo1818.com

即用形态减少清洁护理操作，预浸与开合设计提升便利

清洁护理的便利诉求正从携带方便延伸至准备、更换与使用全过程。预浸湿巾减少配液和冲洗，开合式护理用品简化更换，独立小支包装承接外出需求。行业升级更加关注完成护理任务所需的步骤与条件，让产品随取随用、易于更换。

预浸式：一抽即擦

厨房湿巾月度销量趋势



全网类目销量

预浸清洁配方

维达

厨房湿巾



预浸清洁配方，抽取后直接擦拭，减少临时配液与寻找工具的步骤。

开合式：免脱更换

日安裤 / 早安裤月度销量趋势



全网类目销量

贴贴式开合

护舒宝

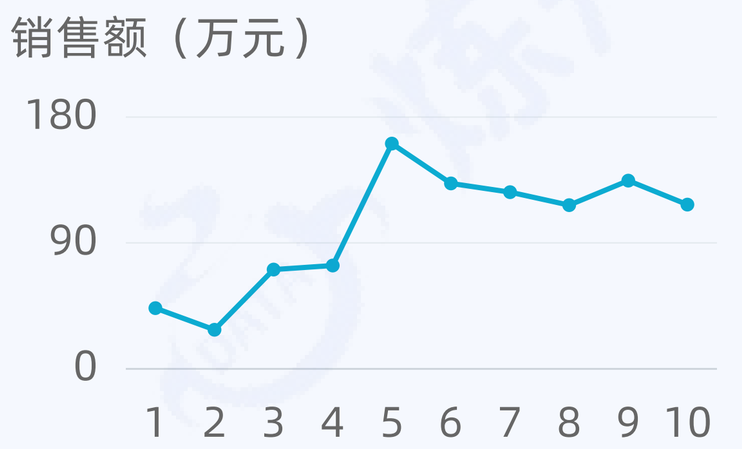
无痕贴贴裤



贴贴式开合结构，更换时免脱裤，把便利性落实到具体穿脱动作。

次抛式：随身护理

口腔次抛概念月度销售趋势



淘系概念销售额

独立小支包装

SAYMEET

精油口腔次抛



独立小支包装，方便外出取用，将随身携带与日常护理结合。

数据来源：炼丹炉大数据、品牌商品资料

炼丹炉 huo1818.com

02.7

宠物/宠物食品及用品

CATEGORY TRENDS

宠物/宠物食品及用品行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

鲜朗旗舰店

1565.9

2

蓝氏旗舰店

1557.4

3

皇家宠物旗舰店

1521.4

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	麦富迪旗舰店	1486.8
5	诚实一口旗舰店	1482.9
6	fregate弗列加特旗舰店	1479.0
7	网易严选旗舰店	1475.1
8	toptrees宠物食品旗舰店	1471.2
9	许翠花旗舰店	1467.3
10	ROYAL CANIN皇家处方粮旗舰店	1430.3

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

宠物/宠物食品及用品行业2026年双11淘系平台热销商品

1



鲜朗烘焙猫粮

1523.3

2



蓝氏冻干猫粮

1469.8

3



许翠花植物猫砂

1456.7

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【李佳琦直播间双11美妆节】诚实一口P40鲜肉全价猫粮	1421.7
5	【李佳琦直播间双11狂欢夜】麦富迪BARF霸弗猫粮8kg犬粮9kg	1417.8
6	【李佳琦双11超级爆款+宠物节】鲜朗烘焙犬粮狗粮全期成幼犬	1413.9
7	【李佳琦直播间双11狂欢夜】纯福猫粮/小中大型犬狗粮	1409.9
8	【李佳琦直播间双11狂欢夜】领先烘焙猫粮烘焙犬粮4/8袋	1406.0
9	【李佳琦直播间双11生活节】蓝氏真鲜乳鸽狗粮中小型大型犬粮	1387.2
10	【李佳琦直播间双11狂欢夜】高爷家全价鲜蒸猫粮狗粮鲜肉粮	1374.5

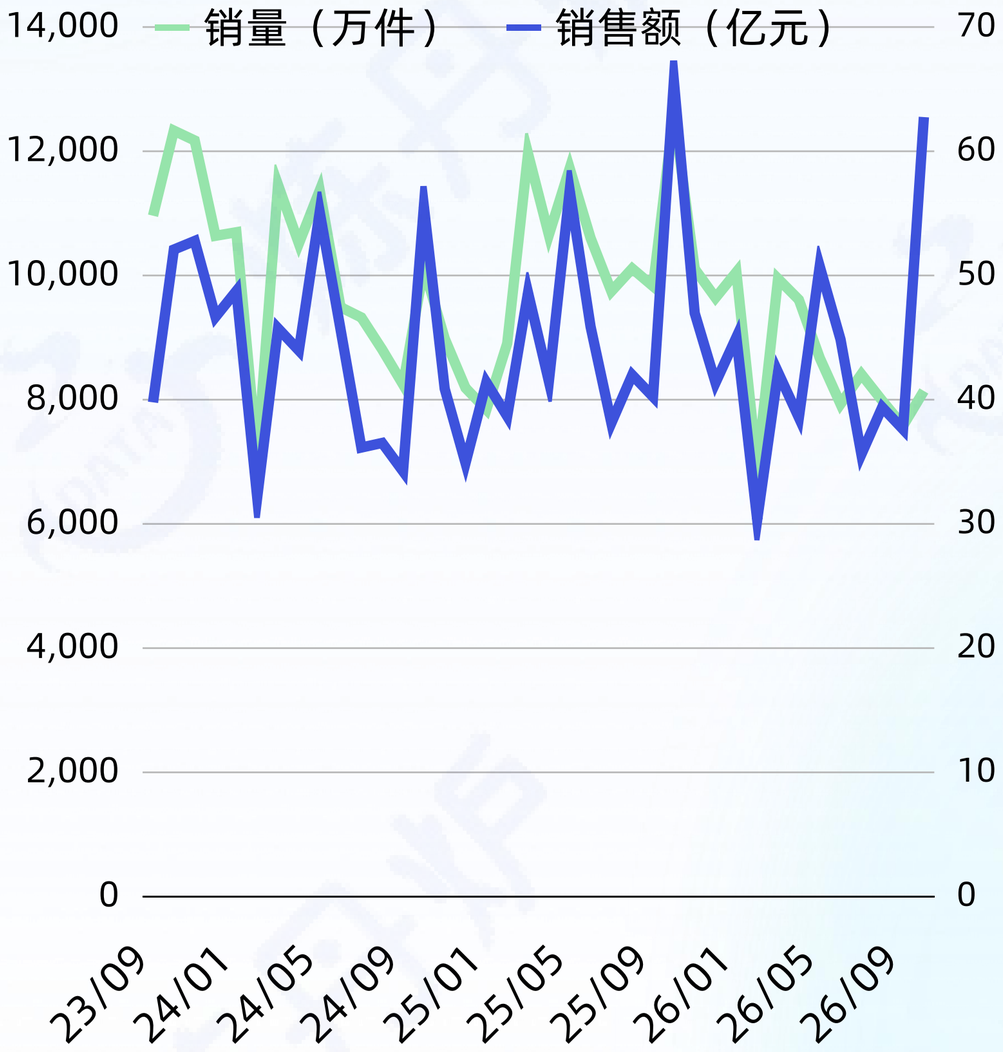
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 DATA huo1818.com

猫主粮稳居宠物消费核心，保健与药品品类拓展养护空间

宠物市场以全价猫主粮为核心，全价狗主粮与水族用品构成补充，基础喂养仍占据主要规模。猫主粮保持增长，保健品与药品品类呈现亮点，细分机会延伸至日常养护。品牌可在主粮产品基础上完善养护产品分工，明确适用对象，并区分不同产品的使用边界。

宠物行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

跨界供给持续扩展，成熟品牌延伸宠物生活场景

宠物消费正向清洁、洗浴与穿搭拓展，吸引成熟品牌将既有品类经验延伸至宠物场景。天猫披露的典型跨界品牌中，近六年进入者占78%，体现跨界供给的持续积累。清洁、香氛与服饰品牌分别承接精细照护和日常装扮需求，推动宠物用品与生活方式消费进一步融合。

跨界进入持续累积，成熟品牌迁移既有能力

95

典型跨界品牌

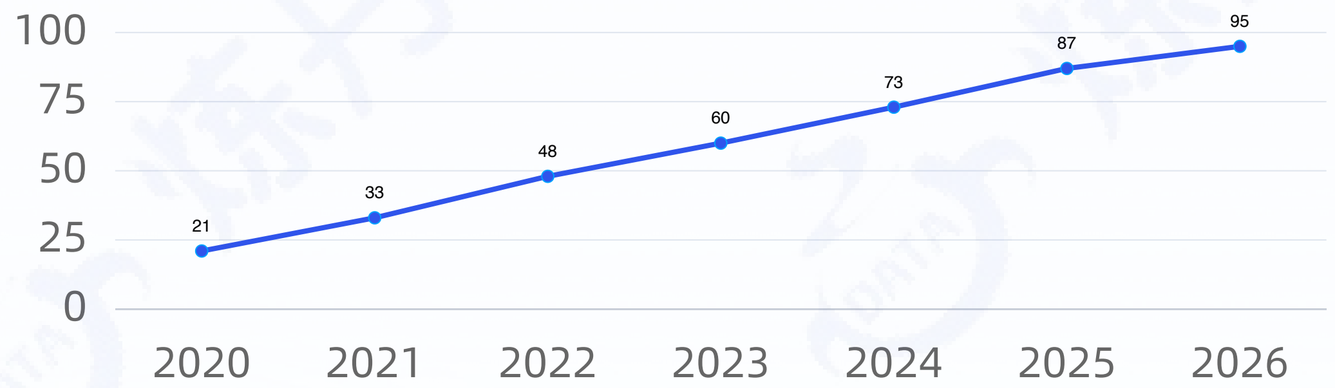
14

覆盖行业

78% 在近六年进入

截至2026年10月，淘宝天猫
仍售宠物商品的典型跨界品牌

跨界品牌累计数量（个，按首次推出宠物商品年份）



德佑×WizzPet

宠物清洁湿巾



湿巾与免洗手套形态，
覆盖眼周、足部等擦拭场景。

祖玛珑

宠物沐浴露



将香氛洗浴经验延伸至
宠物日常清洁护理。

Champion

萌宠俱乐部系列



从卫衣延伸至牵引绳，
以宠物试穿参与新品评审。

数据来源：天下网商、天猫公开数据及商品公开资料

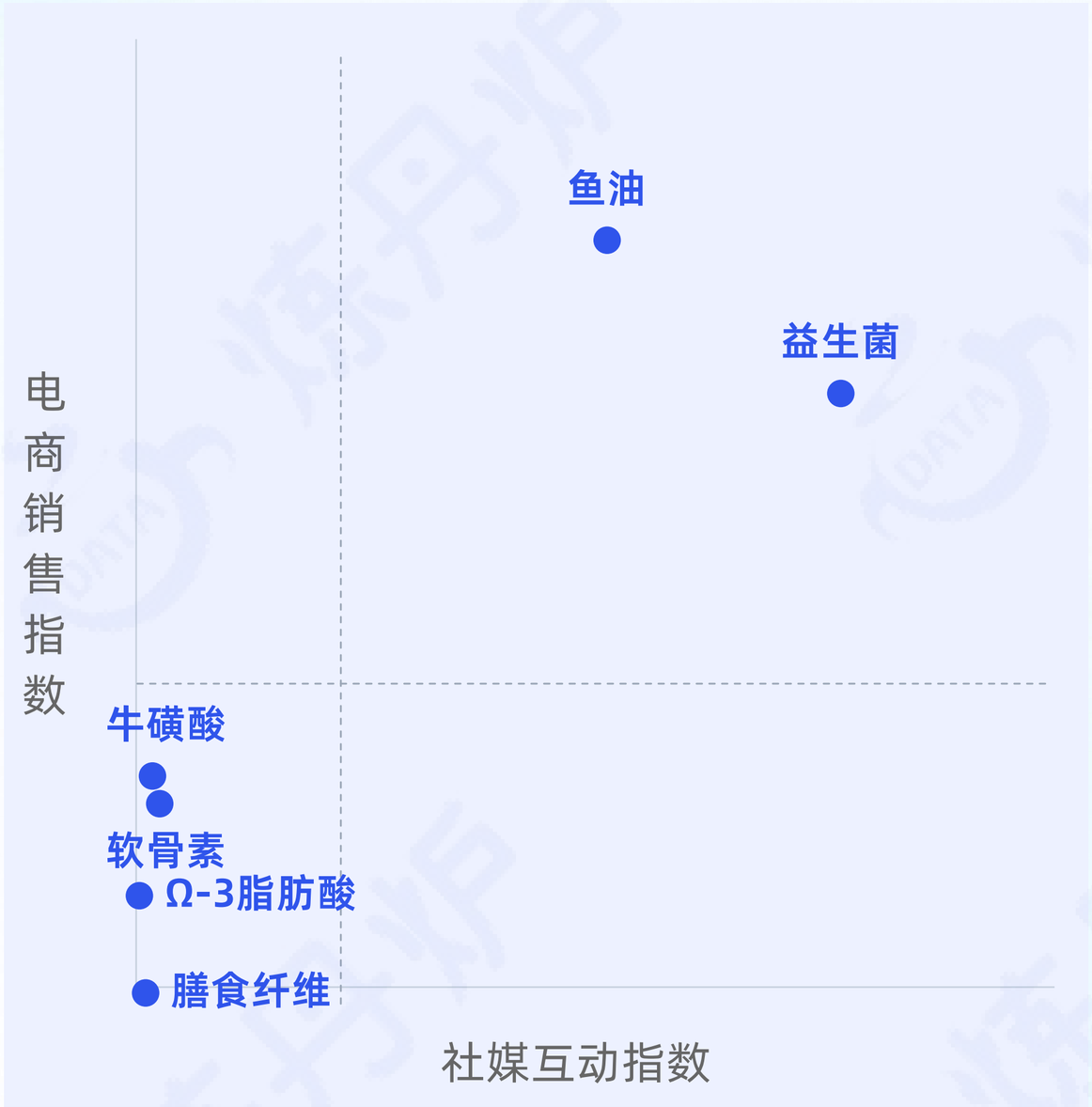
炼丹炉 DATA huo1818.com

营养成分与照护场景分化，精细养宠呈现多元方向

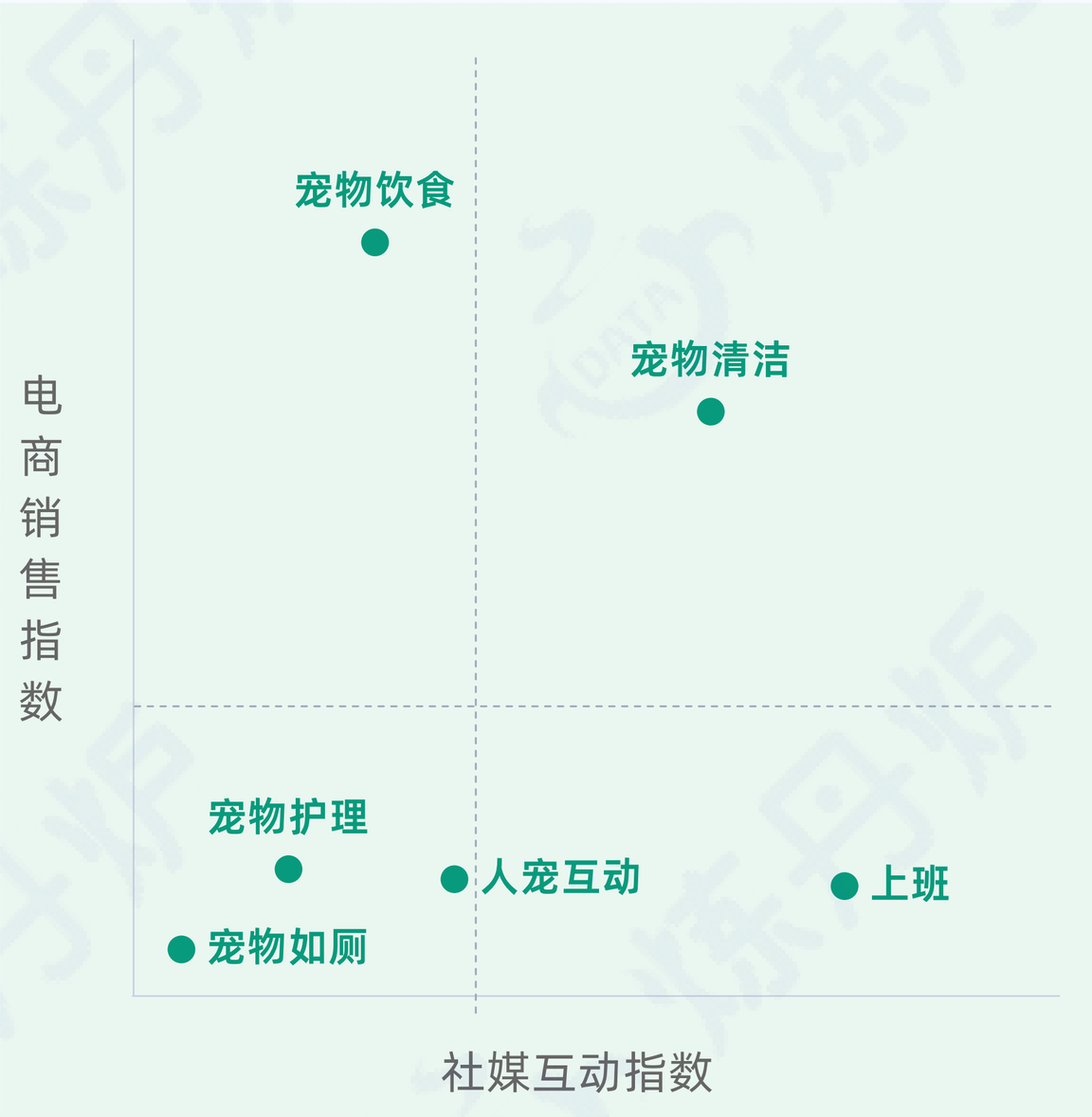
成分中，益生菌与鱼油的互动、销售指数均较突出，体现菌类与脂质营养的不同关注方向。照护场景中，宠物饮食具备较强销售基础，宠物清洁的互动与销售均较突出。营养补充与日常清洁体现精细养宠的消费空间，围绕具体营养诉求与清洁任务的细分产品值得关注。

宠物营养与功能成分标签表现矩阵

各图虚线为所选标签均值，圆点等大，两类标签分别比较



宠物日常照护场景标签表现矩阵



数据来源：炼丹炉大数据，宠物／宠物食品及用品，2026年8–10月

炼丹炉 DATA huo1818.com

宠物功能营养细化，菌源细分与生物酶应用丰富供给

宠物功能营养正围绕肠胃养护、毛球管理等具体任务深化，原料特点与适宠对象成为细分重点。后生元融入主粮，菌源表达强调物种适配，生物酶化毛相关商品下半年销售走高。成分应用与日常喂养结合，为不同照护需求提供更具体的产品选择。

配方融入主粮

后生元相关商品 月度销售趋势



后生元，排除猫砂、除臭及清洁

益生元＋后生元

高爷家

酶解鸡肉烘焙粮



全价主粮加入益生元和后生元，把肠胃养护融入日常喂食过程。

菌源对应宠种

猫源／犬源益生菌商品 销售趋势



连续有值月份：2026年8–10月

猫源菌＋肠胃调理

洛卫家

猫源益生菌



以猫源菌明确适宠对象，细化肠胃调理的产品认知与补充任务。

化毛突出机制

生物酶化毛相关商品 销售趋势



化毛，且含生物酶或角蛋白酶

生物酶化毛

红狗

金标生物酶化毛膏



生物酶连接毛球管理任务，以具体作用机制丰富化毛表达。

数据来源：炼丹炉大数据；淘系；截至2026年10月

炼丹炉 huo1818.com

智能养宠强化个体识别，识别与记录提升多宠管理价值

智能养宠的价值正从自动执行延伸至个体识别与持续记录。进食、饮水和如厕记录对应到每只宠物，让多宠家庭更清楚地掌握日常状态。猫脸及多猫识别相关商品销售走高，体现个体化照护的市场活力。

猫脸／多猫识别相关商品月度销售趋势



原概念检索口径，以相关喂食器为主

喂食：区分哪只在吃



小佩 双子星
AI可视喂食器
多猫识别 + 进食记录
区分不同猫咪的进食表现，
辅助多宠家庭日常喂养。

饮水监测相关商品月度销售趋势



饮水器类目，匹配监测／记录／识别，排除滤芯、配件

饮水：识别哪只来喝



小佩 ULTRA
可视智能饮水机
可视 + 多宠识别
延伸到日常饮水观察，
帮助区分谁来喝水。

如厕监测相关商品月度销售趋势



猫厕所类目，匹配监测／记录／识别或ProX，排除配件

如厕：记录状态变化



CATLINK ProX
智能猫砂盆
多猫识别 + 如厕记录
体重检测结合APP查看，
持续记录每只猫的状态。

数据来源：炼丹炉大数据、品牌官网；淘系；截至2026年10月

炼丹炉 DATA
huo1818.com

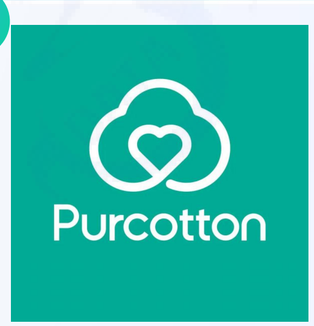
02.8

婴童用品

CATEGORY TRENDS

婴童用品行业2026年双11淘系平台热销店铺

1



全棉时代旗舰店

1517.7

2



贝肽斯官方旗舰店

1513.8

3



丸丫旗舰店

1509.9

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	好孩子官方旗舰店	1483.9
5	babycare旗舰店	1479.3
6	bebebus旗舰店	1475.4
7	世喜旗舰店	1471.5
8	hagaday旗舰店	1467.6
9	stokke旗舰店	1463.7
10	HBR虎贝尔旗舰店	1459.8

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

婴童用品行业2026年双11淘系平台热销商品

1



全棉时代棉柔巾

1404.1

2



逸乐途EMU推车

1400.2

3



好孩子安全舱1号

1396.3

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	两只兔子安全座椅求知2系列0-8岁儿童提篮智能车载	1392.4
5	【李佳琦直播间双11巅峰夜】DearMom罗马假日2代新生儿避震婴儿车	1388.5
6	HBR虎贝尔E360+儿童安全座椅	1384.6
7	Stokke TrippTrapp儿童成长椅六件套 新生儿互动宝宝学坐高脚餐椅	1380.7
8	【新品上市】britax宝得适自在骑士Air宝宝儿童安全座椅0-7岁通风	1376.8
9	丸丫T9max婴儿推车双向可坐可躺折叠新生儿高景观四轮避震手推车	1372.9
10	【双11】DearMom罗马假日2代新生儿避震婴儿推车双向轻便睡篮可躺	1369.0

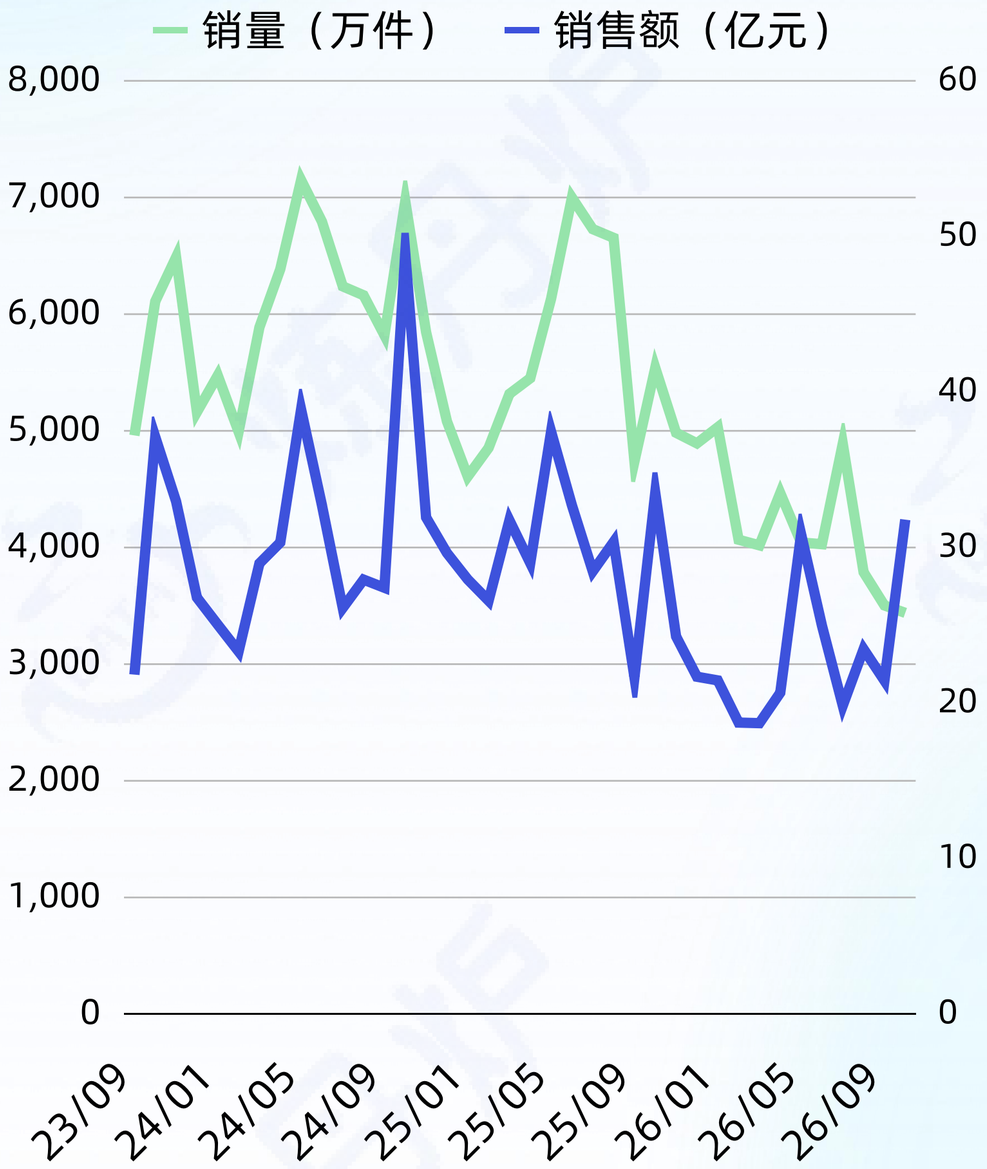
数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 DATA huo1818.com

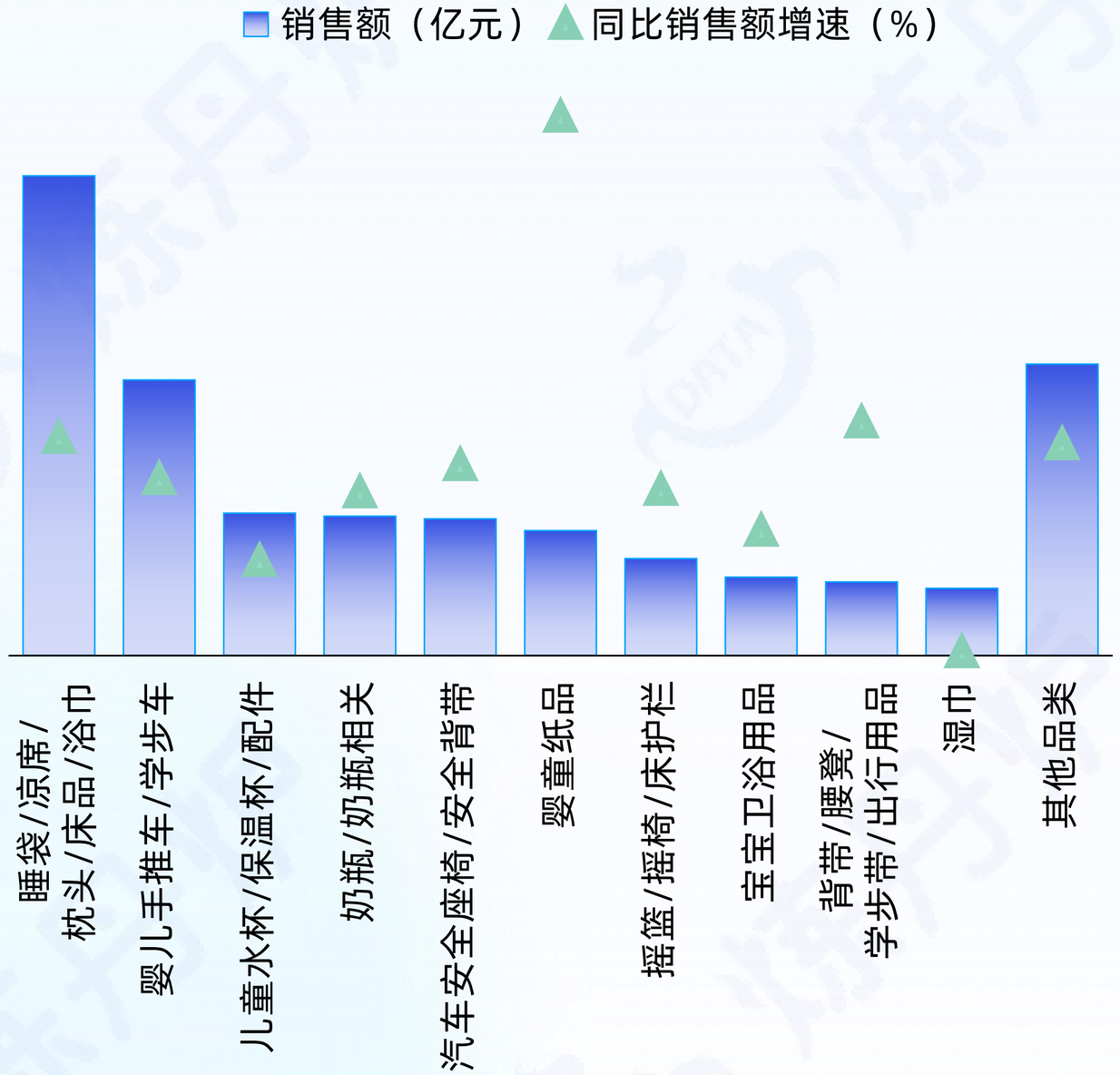
婴童寝居用品领跑规模，婴童纸品扩展细分供给

婴童用品市场以寝居用品为主要支撑，睡袋床品浴巾类目规模领先，婴儿推车保持较大体量。品类数据显示，婴童纸品增长活跃，机会延伸至擦拭护理与成长陪伴。品牌可围绕不同月龄的使用任务优化产品组合，结合功能设计与实际操作，明确适用阶段。

婴童用品行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 huo1818.com

婴童贴身用品向精细护理延伸，成分与肤感推动跨品类升级

婴童用品的护理价值正由专门洗护向穿着、擦拭等日常接触场景延伸。尿裤与纸品在基础功能之外，引入乳霜、保湿与柔软触感等表达，呈现功能与贴肤体验协同升级的趋势。产品差异从完成使用任务拓展至关注接触体验，精细护理成为洗护、尿裤与纸品的共同升级方向。

洗护：成分护理

屏障护理关键词商品
月度销售趋势



概念样本含婴童及普通面霜

神经酰胺 + 保湿成分

海得宝
五阶神经酰胺面霜



结合婴童定位，用神经酰胺等明确成分表达，承接屏障护理。

尿裤：面层设计

尿裤护理概念商品
月度销售趋势



概念样本匹配维E／乳霜等表达

维E护理表达

舒比奇
维Epro乳霜纸尿裤



吸收、透气之外，增加面层护理表达，突出贴身接触时的体验。

纸品：接触体验

纸品接触护理商品
月度销售趋势



概念样本含乳霜纸及婴童柔巾

纯棉 + 柔软触感

全棉时代
超柔乳霜棉柔巾



纯棉、干湿两用，叠加柔软触感，细化婴童日常擦拭使用体验。

数据来源：炼丹炉大数据；淘系关键词匹配口径；截至2026年10月

炼丹炉 DATA huo1818.com

育儿用品向流程协同升级，减负需求推动场景化发展

育儿照护用品正从满足单项功能，向减少完整任务中的操作负担延伸。清洁设备整合清洗、消毒与烘干，护理家具结合换护与收纳，形成功能集成与空间协同两条路径。行业价值由丰富功能向提升流程效率拓展，围绕连续照护任务优化体验，成为场景化升级的重要方向。

奶瓶清洗机相关商品月度销售趋势



关键词口径，含少量通用清洗机及配件

1喂养台关键词相关商品月度销售趋势



关键词口径，以尿布护理台、奶瓶收纳用品为主

步骤整合：清洗、消毒与烘干衔接



Momcozy
全自动奶瓶清洗机

清洗、消毒、烘干与存放
把分散操作整合至同一设备，
减少奶瓶清洁环节的切换。

空间集中：换护与物品取用结合



ABCmokoo 贝迪
多功能尿布护理台

换护台面 + 收纳 + 高度调节
把护理与常用物品收纳集中，
支持连续完成多项换护操作。

数据来源：炼丹炉大数据；淘系关键词匹配口径；截至2026年10月

炼丹炉 DATA huo1818.com

02.9

户外登山

CATEGORY TRENDS

户外/登山/野营/旅行用品行业2026年双11淘系平台热销店铺

1

骆驼官方旗舰店

1640.2

2

伯希和官方旗舰店

1636.3

3

北面官方旗舰店

1630.5

排名	店铺名称	炼丹炉指数
4	KOLONSPORT旗舰店	1609.1
5	ARCTERYX始祖鸟官方旗舰店	1594.5
6	Columbia官方旗舰店	1554.9
7	KAILAS凯乐石官方旗舰店	1550.0
8	salomon官方旗舰店	1538.0
9	DESCENTE迪桑特官方旗舰店	1534.1
10	HELLY HANSEN旗舰店	1530.2

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 huo1818.com

户外/登山/野营/旅行用品行业2026年双11淘系平台热销商品

1



骆驼3514冲锋衣

1497.6

2



北面三合一·直播

1455.0

3



骆驼凯甲ICON冲锋衣

1451.1

排名	商品名称	炼丹炉指数
4	【黑武士】北面羽绒服外套男PUFFY鹅绒户外保暖THENORTHFACE|8P0G	1447.2
5	【经典3.0】伯希和户外三合一冲锋衣女保暖内胆防水防风羽绒服男	1443.3
6	【经典款】北面羽绒24/7三合一冲锋衣男女鹅绒TheNorthFace|8P0D	1439.4
7	DESCENTE迪桑特TRAINING综训运动健身防泼水男女款连帽加绒外套	1435.5
8	骆驼户外冲锋衣三合一鹅羽绒丨抓绒男女加绒冬暖外套	1431.6
9	【经典2.0】伯希和山野冲锋衣女户外三合一防水防风羽绒服外套男	1407.5
10	马天宇同款 喜马拉雅玉龙2.0羽绒服2026新款拒水鹅绒800蓬户外	1371.9

数据来源：炼丹炉大数据；取值范围：2026年10月20日–11月13日

炼丹炉 DATA huo1818.com

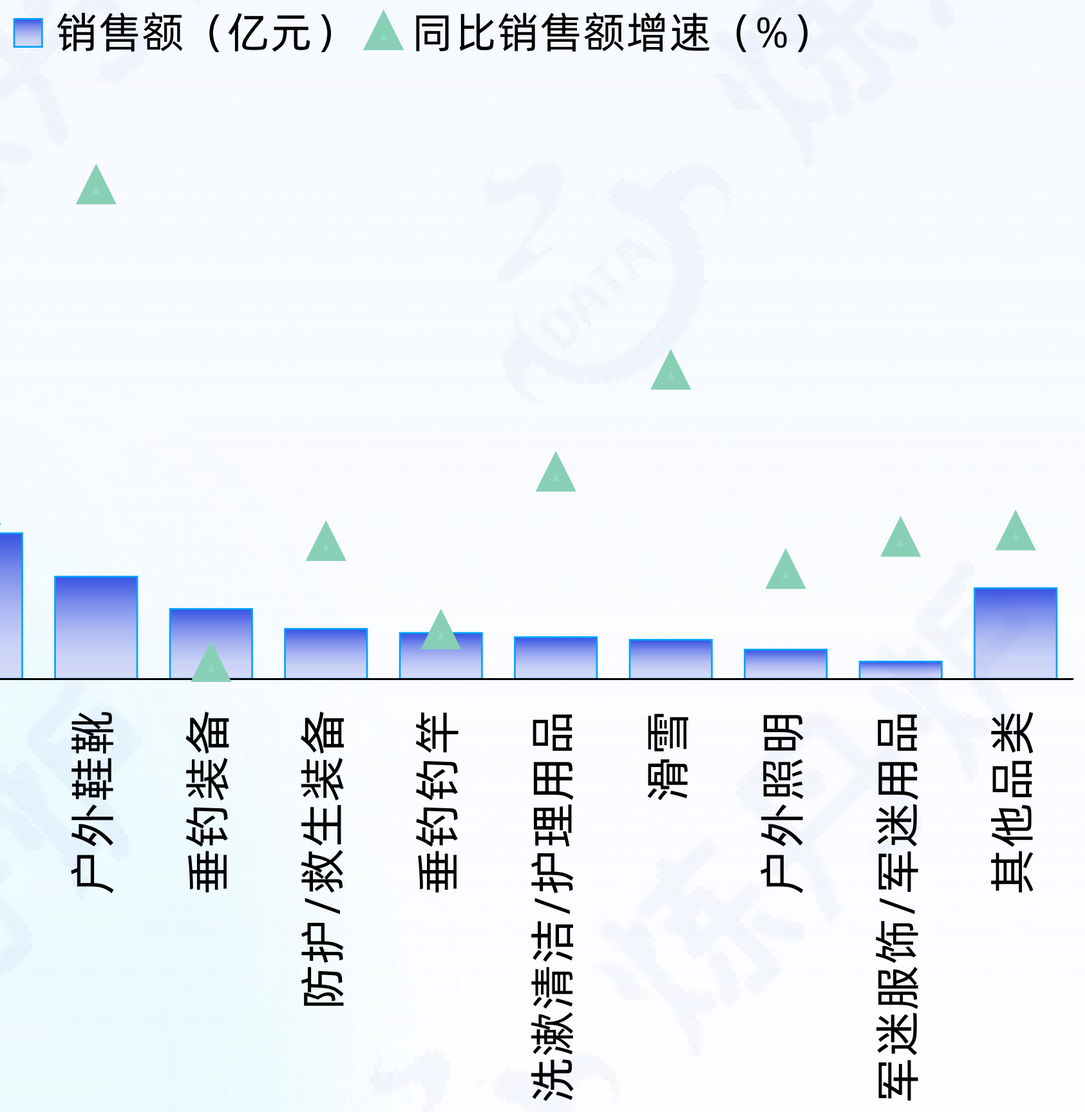
户外服装与鞋靴引领扩容，核心装备形成品类增长支撑

户外市场延续扩容，户外服装规模领先，露营野炊装备与户外鞋靴构成支撑。服装和鞋靴增长较为突出，近期月度销售达到观察期高点，核心品类与阶段放量推动规模提升。品牌可围绕穿着与装备之间的搭配关系，完善不同活动的产品组合，结合季节节奏安排供给。

户外行业月度销售趋势



2026年1–10月品类销售额及同比



数据来源：炼丹炉大数据

炼丹炉 DATA huo1818.com

专业户外兼顾日常穿搭，功能与场景成为选购重点

专业户外需求落到具体功能与使用场景，天猫双十一阶段软壳衣与越野跑鞋成交增长活跃。消费者更加关注参数、功能和适用场景，也希望装备兼顾日常穿搭。防风保暖、鞋面防护与抓地设计成为具体选购依据，品牌可将专业配置与适用活动对应呈现。

软壳衣：防风保暖兼顾日常活动

软壳衣

>130%

天猫双十一阶段成交同比增长

HELLY HANSEN



Paramount软壳夹克

防风面料

薄抓绒内层

通勤与轻户外徒步

越野跑鞋：材质与大底强化防护

越野跑鞋

>90%

天猫双十一阶段成交同比增长

SALOMON



GENESIS越野跑鞋

MATRYX鞋面

Contagrip抓地大底

越野路面抓地与防护

天猫双十一阶段口径，公开报道未披露阶段起止日

数据来源：天下网商、商品公开资料（天猫双十一阶段口径）

炼丹炉 huo1818.com

动态体感管理细化户外体验，调温通风丰富体验价值

动态体感管理从防风保暖进一步关注活动中的冷热变化。调温保暖、衣物通风与背负散热，分别回应行进、停留及负重状态。大促介绍可结合活动强度与季节温度，展示保暖层、散热开口和背负通风结构，说明配置的适用条件，让参数与体感场景对应。

冷天体感：保暖调温

调温与保暖平衡商品 月度销售趋势



调温、动态保暖等关键词样本

P棉 + 防风防泼水

可隆

iWARM P棉调温棉服



围绕冷天活动，结合保暖与调温表达，对应不同强度下的穿着。

运动体感：开口散热

运动中通风散热商品 月度销售趋势

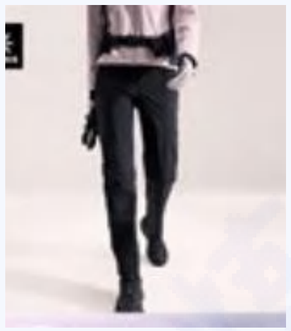


样本含头盔内衬及灯具散热配件

侧开散热结构

凯乐石

T10-X侧开散热软壳裤



防风耐磨结合侧开散热结构，把体感调节落实到徒步开口操作。

负重体感：背部通风

背负通风关键词商品 月度销售趋势



关键词样本，非透气背包全市场

悬浮透气背负

骆驼

悬浮透气背负登山包



围绕背部接触区通风，把舒适设计延伸至负重行进中的背负体验。

数据来源：炼丹炉大数据；2026年1–10月

炼丹炉 huo1818.com

露营装备向便捷搭建升级，充气与快开结构简化操作

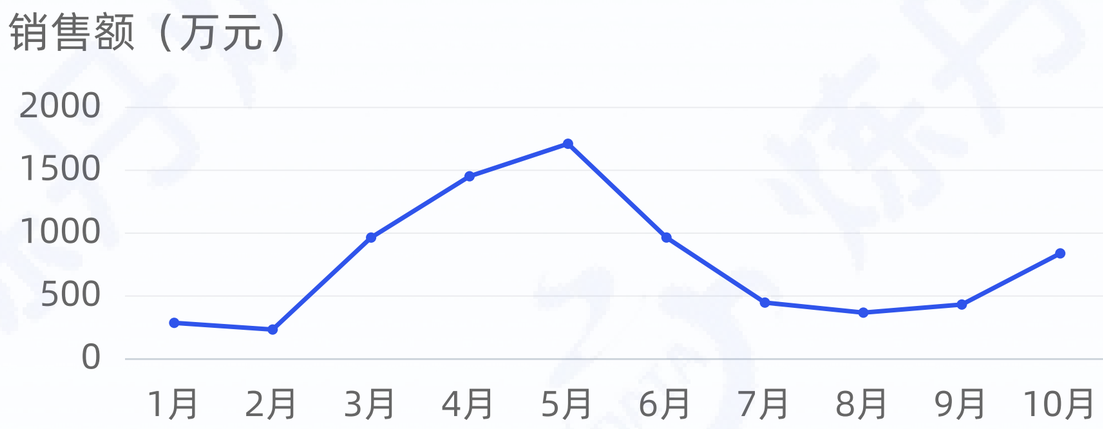
露营装备的便利价值正从携带延伸至搭建与收纳，减少组装步骤成为重要升级方向。充气支撑、快开帐篷与一体折叠家具，让营地准备从零件拼装向整体展开转变。行业竞争进一步关注搭建时间、操作难度与收纳效率，以更少的准备负担承接日常休闲露营需求。

充气支撑相关商品月度销售趋势



关键词匹配口径，以充气帐篷等相关商品为主

快开结构相关商品月度销售趋势



关键词匹配口径，含速开帐篷、自动帐篷与天幕

充气支撑：撑起帐体



探险者 云筑6
自动充气帐篷

自动充气支撑
帐篷天幕一体

通过充气支撑和整体结构，
减少搭帐时的分散操作。

快开结构：整体展开



挪客 屋脊6.0
速开帐篷

一体速开
天幕拓展

将支架展开与帐体结合，
简化营地空间的搭建。

家具补充案例：免安装



CLIQ 座界
一体折叠户外椅

一体折叠
免安装

以整体展开替代零件组装，
衔接座椅使用与收纳。

数据来源：炼丹炉大数据；2026年1–10月

炼丹炉 huo1818.com

扫码获取免费试用资格
解锁更多电商数据分析