

商业贸易

618 大促高景气度，直播国潮趋势兴起

618 大促全网销售额取得稳健增长，线上消费持续繁荣，活动力度加码。

根据星图数据，2021年618大促期间，全网GMV达到5784.8亿元，同比增长26.5%。（2019/2020年分别同比+11.8%/43.8%）。天猫、京东、拼多多分列前三，头部平台地位稳固。2021年6月1日-6月18日，京东GMV累计超过3438亿元，同比增长27.7%（2019/2020年分别同比+26.6%/33.6%），维持稳健增长。从时间跨度来看：天猫及京东5月24日开始预售（2020年分别于5月29及21日），6月1-3日为首次售卖期，4-15日为品类日（天猫包括二次预热），16-20日为活动高潮期，活动跨度持续近一个月。从活动方式及优惠力度看：2021年天猫规则简化，优惠力度由2020年满300减40升级为2021年满200减30，优惠力度升级。同时降低88VIP门槛，为88VIP用户推出520+580红包优惠券。

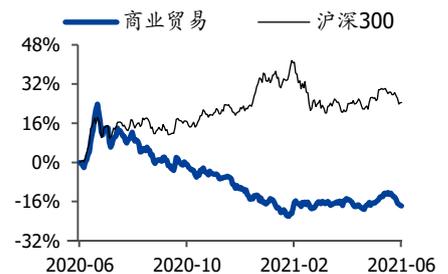
品类：家用电器类京东优势明显，美妆护肤等品牌天猫优势领先。根据星图数据，618大促期间Top3品类为家用电器、手机通讯和服装配饰，从同比增长来看，运动户外、居家日用、酒类、美妆个护增速领先。从平台情况来看：家用电器主要依赖京东平台，天猫为美容护肤及美妆香水主战场。具体到各个品牌销售情况来看：**家用电器**：美的、海尔、格力地位稳固，为京东、天猫双平台销售额TOP3。**休闲零食**：三只松鼠于天猫及京东平台皆位居首位。**美容护肤**：平价品牌欧莱雅销售额双平台位居首位，雅诗兰黛、兰蔻等品牌亦有不俗表现。**美妆香水**：国货崛起下花西子及完美日记领跑天猫平台。

趋势：直播渗透率不断提升，国潮崛起，新品牌涌现。
①**直播渗透率不断提升**：根据星图数据，直播带货总额达到645亿元，渗透率达到11.1%，相比2020年双十一提升2.5PCT。淘宝直播表现强势，618开场仅1小时，淘宝直播成交超过去年全天，1.5小时破20亿。抖音强势入局，“抖音好物节”数据显示，2021年5月25日-2021年6月18日期间，直播总时长达到2852小时，直播间总点赞数量达到759亿次，参与商家数量达到去年同期的2.9倍。
②**国潮崛起**：京东618期间，236个品牌销售破亿元，其中中国品牌占比达到73%。国货手机品牌小米销量累计第一。618期间，苏宁易购国潮新锐美妆GMV同比增长118%。
③**新品牌不断涌现**：今年“618”新品的参与度明显提升，天猫上线8200家新品牌，超过140万新品在“618”期间首发；京东超市超3万个新品牌/新店铺亮相，近244万新款上架。
④**平台积极造势，注重用户体验，玩法更加简单**。618期间，各个平台与卫视联手直播晚会，积极造势，如京东与天猫分别与北京/湖南卫视联合举办618沸腾之夜、618开心夜。在用户体验方面：天猫首次将预售时间更改为8点开始，优化用户体验，优惠活动主要涵盖满减、补贴、88VIP专属优惠券，规则简化。

风险提示：疫情反复，行业竞争加剧，反垄断政策下头部平台不确定性。

增持（维持）

行业走势



作者

分析师 杜玥莹

执业证书编号：S0680520080008

邮箱：duyueying@gszq.com

相关研究

- 1、《商业贸易：疫情后复苏，线上加强，龙头图变——2021年中期策略》2021-06-04
- 2、《商业贸易：现制茶饮调研：量增有动力，喜茶&奈雪壁垒构筑，发展可期》2021-05-25
- 3、《商业贸易：复盘海外，结合国内特殊背景，探母婴连锁龙头发展之路》2021-05-21



图表 1: 各个平台 618 大促主要活动关键节点

月份	5月											6月																				
日期	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
京东	预售											开门红	品类日											高潮	续售							
天猫	预售 ★时间调整为晚点											预售期	品类日											二次预热	618狂欢							
拼多多	预售											预热											二次预热	高潮	延续期							
抖音	大牌专场											各类目会场											高潮+返场									
快手	预热+付定金											正式+付尾款																				
直播	宠物直播专场	国潮直播专场	专业直播专场	有聊直播专场								可信直播专场	主播PK				616晚会	品质购物节狂欢														

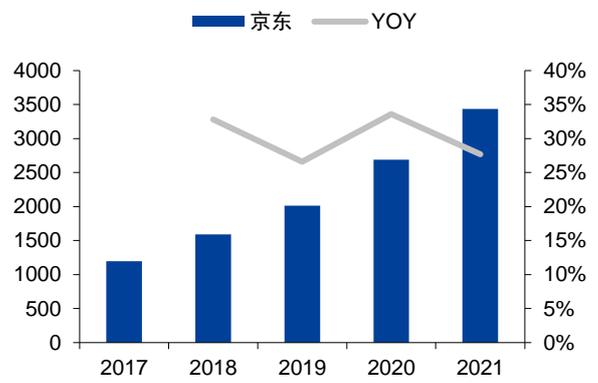
资料来源: 星图数据, 国盛证券研究所

图表 2: 全网 618 大促期间 GMV (亿元) 稳健增长



资料来源: 星图数据, 国盛证券研究所

图表 3: 京东 618 大促期间 GMV 稳健增长



资料来源: 星图数据, 国盛证券研究所

图表 4: 家用电器等各品类不同平台销售额排名 (top1-top5)

家用电器		粮油食品		休闲食品		方便速食		美容护肤		美妆香水	
天猫 top5	京东 top5	天猫 top5	京东 top5								
美的	美的	五芳斋	五芳斋	三只松鼠	三只松鼠	康师傅	康师傅	欧莱雅	欧莱雅	花西子	迪奥
海尔	海尔	金龙鱼	金龙鱼	百草味	良品铺子	好欢螺	统一	雅诗兰黛	雅诗兰黛	完美日记	完美日记
格力	格力	福临门	福临门	良品铺子	百草味	李子柒	双汇	兰蔻	玉兰油	三熹玉	圣罗兰
西门子	奥克斯	十月稻田	十月稻田	欧贝拉	华味亨	自嗨锅	海底捞	玉兰油	SK-II	COLOR KEY	花西子
小米	小米	胡姬花	鲁花	乐事	沃隆	海底捞	自嗨锅	资生堂	兰蔻	圣罗兰	香奈儿

资料来源: 星图数据, 国盛证券研究所

免责声明

国盛证券有限责任公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告的信息均来源于本公司认为可信的公开资料，但本公司及其研究人员对该等信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，可能会随时调整。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的资料、工具、意见、信息及推测只提供给客户作参考之用，不构成任何投资、法律、会计或税务的最终操作建议，本公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有本报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。

本报告版权归“国盛证券有限责任公司”所有。未经事先本公司书面授权，任何机构或个人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。任何机构或个人如引用、刊发本报告，需注明出处为“国盛证券研究所”，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的任何观点均精准地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法，结论不受任何第三方的授意或影响。我们所得报酬的任何部分无论是在过去、现在及将来均不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

投资评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
评级标准为报告发布日后的6个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现。其中A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准，美股市场以标普500指数或纳斯达克综合指数为基准。	股票评级	买入	相对同期基准指数涨幅在15%以上
		增持	相对同期基准指数涨幅在5%~15%之间
		持有	相对同期基准指数涨幅在-5%~+5%之间
		减持	相对同期基准指数跌幅在5%以上
	行业评级	增持	相对同期基准指数涨幅在10%以上
		中性	相对同期基准指数涨幅在-10%~+10%之间
		减持	相对同期基准指数跌幅在10%以上

国盛证券研究所

北京

地址：北京市西城区平安里西大街26号楼3层
 邮编：100032
 传真：010-57671718
 邮箱：gsresearch@gszq.com

南昌

地址：南昌市红谷滩新区凤凰中大道1115号北京银行大厦
 邮编：330038
 传真：0791-86281485
 邮箱：gsresearch@gszq.com

上海

地址：上海市浦明路868号保利One56 1号楼10层
 邮编：200120
 电话：021-38934111
 邮箱：gsresearch@gszq.com

深圳

地址：深圳市福田区福华三路100号鼎和大厦24楼
 邮编：518033
 邮箱：gsresearch@gszq.com