

# 直播电商正崛起，国潮好货站上潮头

## ——电商行业618购物节点评

推荐|维持

### 报告要点：

#### ● 全网交易额同比增长26.5%，延续高增长态势

根据星图数据，2021年618大促期间（6月1日至6月18日）全网交易额同比增长26.5%，增速较去年的43.8%有所下滑，系去年疫情后补偿性消费增长带来的高基数影响。

#### ● 天猫：直播电商延续高景气，新潮消费中国货崛起

6月18日首小时，天猫成交额同比增长100%。618期间，天猫品牌商家已新增近6000万会员，部分品牌超50%的成交来自会员。天猫商家直播交易额排行榜来看，美妆、3C数码、生活电器占据多个席位，小米、格力、雅诗兰黛、海尔、美的依次位列前五。根据亿邦动力数据，品牌销售额前三名的品牌均来自美容护肤，依次为欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻，洗地机品牌添可位列第四，家具品牌林氏木业排名第五。

#### ● 京东：GMV为3483亿元，3C家电全渠道高增长

618期间销售额最高的品类依次为手机、空调、笔记本电脑、冰箱、平板电视，售出商品件数最多的品类是饼干蛋糕、牛奶乳品、抽纸、调味品、休闲零食。围绕“商品供应链+物流供应链”，京东已构建供应链基础设施，全国92%区县和84%乡镇实现“当日达”和“次日达”，全国200多个城市的消费者更可体验到“分钟达”服务。打造“直播+短视频+图文”全新内容生态，京东直播累计带货同比增长161%。

#### ● 化妆品行业跟踪：薇诺娜、玉泽、润百颜表现亮眼

天猫平台护肤行业高端化和功能化趋势持续，前三品牌依然为欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻，高端品牌海蓝之谜、赫莲娜上升明显，国产功效性护肤品牌薇诺娜维持前十、玉泽首次进入前二十，表现亮眼，华熙生物旗下润百颜荣登天猫新锐国货护肤品牌NO.1；彩妆行业国产品牌花西子、完美日记、珂拉琪进入前五。抖音、快手平台美妆国货品牌整体表现优于国际品牌，抖音点播方面，618期间珀莱雅、AOEO、薇诺娜店播排名护肤前三，花西子、完美日记、珂拉琪店播排名彩妆前三。

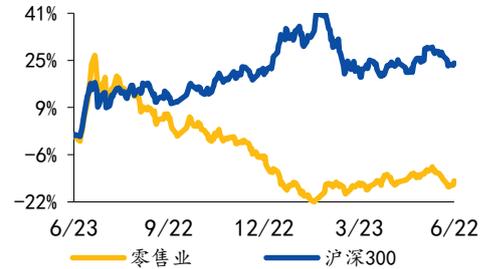
#### ● 投资建议

主要电商平台成交额增长迅猛，品牌自播发展势头强劲，宠物经济、颜值经济崛起。美妆、3C、家电销售额位居全品类前列，以扫地机器人、洗地机为代表的智能小家电表现亮眼。国产好货中头部企业稳居前列，新锐品牌表现亮眼，“黑马”层出不穷。建议关注：中宠股份、贝泰妮、珀莱雅、上海家化、安踏体育、科沃斯、喜临门、小米集团。

#### ● 风险提示

行业竞争加剧；新产品推广不及预期；品牌线上拓展不及预期风险。

### 过去一年市场行情



资料来源：Wind

### 相关研究报告

《国元证券零售业618预售及开门红点评：年中大促高景气，国货崛起正当时》2021.06.07

### 报告作者

分析师 徐偲  
执业证书编号 S0020521050003  
电话 021-51097188-1930  
邮箱 xucai@gyzq.com.cn

分析师 李典  
执业证书编号 S0020516080001  
电话 021-51097188-1866  
邮箱 lidian@gyzq.com.cn

联系人 徐熠雯  
邮箱 xuyiwen@gyzq.com.cn

## 目录

1、618 活动时间跨度拉长，全网电商实现高增长	4
2、天猫：直播电商延续高景气，新潮消费中国货崛起	5
3、京东：GMV 为 3483 亿元，3C 家电全渠道高增长	9
4、抖音：兴趣电商获青睐，品牌自播崛起	16
5、拼多多：联合央视财经，百亿补贴热度不减	17
6、快手：首创“信任经济”，“真心夜”助力品牌自播	18
7、苏宁易购：倡导“共情消费”，升级“以旧换新”	20
8、化妆品：薇诺娜、玉泽、润百颜表现亮眼	22
8.1 天猫：护肤高端化功能化趋势持续	22
8.2 抖音、快手电商：国货品牌表现佳	23
8.3 重点上市公司情况跟踪	24
9、黄金珠宝：国货老字号品牌销售强劲	26
10、电商代运营：GMV 稳健增长，助力多个品牌荣登榜首	27
11、投资建议	28
12、风险提示	29

## 图表目录

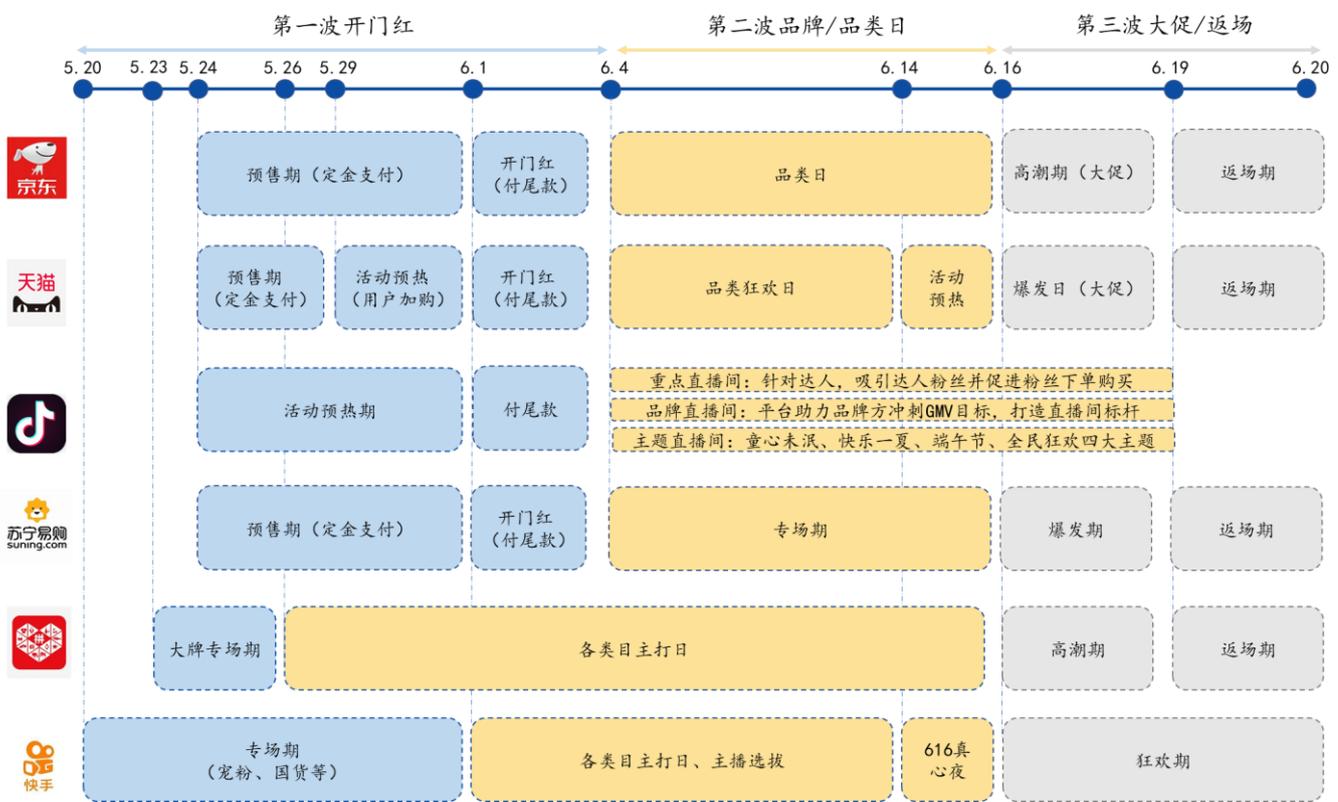
图 1：本次 618 活动大致分为三个阶段	4
图 2：2018-2021 年 618 电商全网销售额同比增速	5
图 3：天猫 618 开门红表现亮眼	5
图 4：“颜值+养生”成为消费新势力关键词	9
图 5：2017-2021 年 618 京东平台 GMV 及增速	9
图 6：京东智慧物流为 618 赋能	9
图 7：京东 618 线上线下共同发力	10
图 8：京东电器超级体验店合肥店	10
图 9：京东直播累计带货同比增长 161%	10
图 10：618 期间主要手机品牌成绩汇总	12
图 11：京东在服务型消费、绿色消费领域积极行动	13
图 12：京东家电产品优惠力度较大	13
图 13：头号京贴+9 折消费券累计发放 2.5 亿张	13
图 14：《小鸡彩虹》与美的推出联名款“萌系”小家电	14
图 15：京东推出十亿“焕新”补贴	14
图 16：低糖电饭煲兴起，开拓出电饭煲高端化新赛道	15
图 17：中宠股份 618 销售数据概览	15
图 18：抖音单场成交额破千万直播间数量为 153 个	16
图 19：拼多多联合央视财经推出“多多嗨拼夜”直播专场活动	18
图 20：拼多多年活跃买家数及月活跃用户数（亿人）	18
图 21：拼多多销售费用呈增长态势（亿元）	18

图 22: 快手升级消费者服务, 开启“信任经济”.....	19
图 23: 6月1日至14日品牌自播GMV及平台流量奖励概况.....	19
图 24: 苏宁易购围绕“共情消费”推出两大综艺活动.....	21
图 25: 6月18日苏宁悟空榜榜单.....	21
图 26: 壹网壹创2021年618战报.....	27
图 27: 上佰电商618期间战报.....	28
图 28: 上佰电商618期间战报.....	28
图 29: 丽人丽妆618期间品牌战报.....	28
图 30: 丽人丽妆618期间助力多个品牌获得类目第一.....	28
表 1: 618 淘宝直播交易额排行榜 (6月1日至6月20日) .....	6
表 2: 天猫618各品类品牌成交额TOP10 (6月1日至6月20日) .....	8
表 3: 2021年京东手机618排行榜.....	11
表 4: 分价位段单品累计销量TOP5.....	12
表 5: 2021年618大促期间抖音品牌自播TOP20及销售额.....	17
表 6: 苏宁易购618大促期间优惠活动概览.....	20
表 7: 2021年618期间天猫护肤品类TOP20品牌排行 (对比2020年双十一) .....	22
表 8: 2021年618期间天猫彩妆品类TOP10品牌排行 (对比2020年双十一) .....	23
表 9: 2021年618期间天猫男士护理品类TOP10品牌排行.....	23
表 10: 2021年618期间抖音/快手美妆品类TOP10品牌排行.....	24
表 11: 2021年618大促期间抖音美妆护肤/彩妆香水品类品牌自播TOP10及 销售额.....	24
表 12: 618美妆行业重点公司品牌天猫旗舰店销售情况 (单位:百万元) ..	26
表 13: 2021年618期间天猫珠宝首饰品类TOP10品牌排行.....	26
表 14: 2021年618期间抖音全品类TOP10品牌排行.....	27

## 1. 618 活动时间跨度拉长，全网电商实现高增长

三阶段活动逐步升温，6月16日开启大促高潮。今年618活动大致分为三个阶段：**1) 第一波开门红**，快手于5月20日率先推出宠粉专场、国货专场、行家优选专场。拼多多无预售及付定金环节，开启百亿补贴2.0。天猫/京东/抖音/苏宁均于5月24日开启618促销，持续至6月4日。**2) 第二波品牌/品类日**，6月16日前，各大品类、品牌、分会场轮流开启折扣促销，抖音/快手着重发力直播带货，台网联动为大促蓄力。**3) 第三波大促/返场**，6月16日至6月18日，天猫/京东/苏宁第二波预售售后大促全面爆发，19日与20日开启返场。

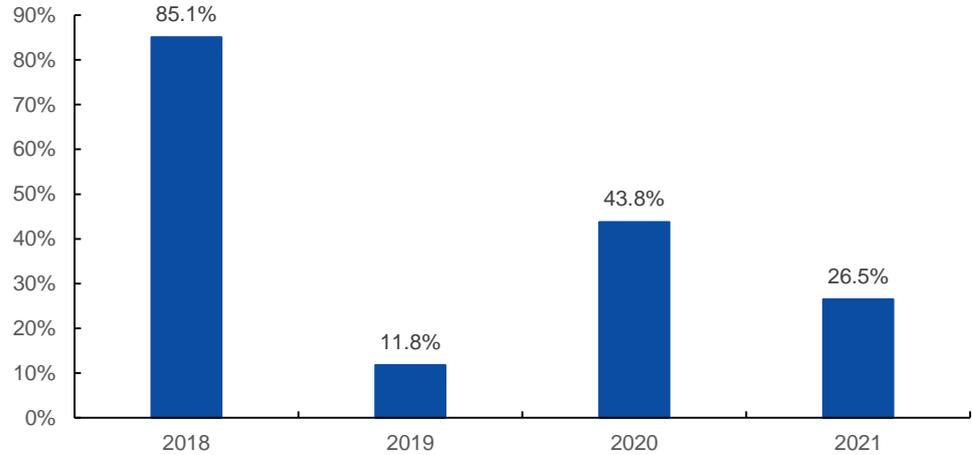
图 1：本次 618 活动大致分为三个阶段



资料来源：各平台 app，国元证券研究所

全网交易额为 5784.8 亿元，同比增长 26.5%。根据星图数据，2021 年 618 大促期间（6 月 1 日至 6 月 18 日）全网交易额为 5784.8 亿元，同比增长 26.5%，增速较去年的 43.8% 有所下滑，系去年疫情后补偿性消费增长带来的高基数影响。据各电商平台官方披露数据，2021 年京东 618（6 月 1 日-18 日）累计 GMV 超 3438 亿元，同比增长 43.73%。天猫在 618 开门红首日（6 月 1 日）有 755 个新品牌成交额超过 1 百万元。6 月 18 日首小时，天猫成交额同比增长 100%。6 月 18 日首小时，苏宁全屋家装、智能家居 GMV 增长 135%，618 期间，苏宁易购国潮新锐美妆 GMV 同比增长 118%，国潮运动品牌 GMV 增长 66%，苏宁超市酒水销售增长 91%。

图 2：2018-2021 年 618 电商全网销售额同比增速



资料来源：星图数据，国元证券研究所

注：统计时间为 6 月 1 日至 6 月 18 日

## 2、天猫：直播电商延续高景气，新潮消费中国货崛起

开门红销售数据亮眼，新品牌增长势头值得关注。根据天猫官方数据，天猫 618 淘宝直播 1 小时成交超去年全天。截至 6 月 1 日上午 11 点，雅诗兰黛、格力、小米、华为等店铺自播成交都已突破 1000 万元，成交超千万的店铺直播间数量是去年同期的两倍多。6 月 1 日全天，32 个品牌成交额超 1 亿元，国货品牌强势稳占“亿元俱乐部”座席。品类品牌上，根据天猫发布会数据，25 万个品牌参与本次 618 大促，为去年同期 2.5 倍，期间共 1300 万款商品上架，成为史上参与品牌和商品数量最多的一届“天猫 618”。天猫 618 期间，品牌商家已新增近 6000 万会员，部分品牌超过 50% 的成交来自会员。天猫今年尚未公布 618 大促 GMV 官方数据。

图 3：天猫 618 开门红表现亮眼



资料来源：天猫，国元证券研究所

预售首日两大主播销售额超 20 亿元，品牌店铺自播成交比去年同期增长超 100%。淘宝直播表现突出，仅开场 1 小时，淘宝直播成交额就超过去年全天，1.5 小时破 20 亿。从头部主播排名来看，根据 ECdataway 数据，618 预售首日，李佳琦直播间销售额为 25.65 亿，薇娅直播间销售额为 23.79 亿。从增幅较大的品类来看，宠物食品及宠物用品直播成交对比去年预售首小时增幅超过 1000%，按摩椅、空气炸锅首小时增幅超 4000%。从品牌自播数据来看，在淘宝直播第一波段（6 月 1-3 日）中，小米旗舰店自播累计销售 1.8 亿元，稳居榜首，美妆洗护大品牌跑出 2 个破亿自播间，37 个破千万自播间。

**618 期间直播交易额排行榜：**天猫商家总榜中美妆、3C 数码、生活电器占据多个席位，小米、格力、雅诗兰黛、海尔、美的位列前五。生活电器榜单中，科沃斯及旗下品牌添可占据头两名，可见扫地机器人和洗地机热度不减。食品榜单上，伊利、蒙牛、农夫山泉不在其中，强大的品牌力成为最佳的“直播秀”。汽车榜单中多为电动自行车，爱玛和雅迪名列前茅，小牛位列低四。鞋类排行中，百丽线上线下共同发力，排名第一。旗下子品牌思加图、天美意、TaTa 和百思图紧随其后。

表 1：618 淘宝直播交易额排行榜（6 月 1 日至 6 月 20 日）

排名	官方旗舰店	女装商家	美妆商家	珠宝首饰	3C 数码	大家电	生活电器
1	小米	伊芙丽	雅诗兰黛	周大生	小米	格力	科沃斯
2	格力	云妃秀	兰蔻	周生生	华为	海尔	添可
3	雅诗兰黛	爱朴	欧莱雅	福春莱	iQOO	美的	戴森
4	海尔	珂莱蒂尔	海蓝之谜	彩石皇后	荣耀	苏宁易购	倍轻松
5	美的	太平鸟	Ulike	时光之秘	联想	美的空调	云鲸
6	华为	乐町	资生堂	周大福	OPPO	小天鹅	石头
7	兰蔻	奢姿	Olay	老庙	realme	西门子	九阳
8	欧莱雅	Veromoda	赫莲娜	潘多拉	极米	奥克斯	美的净水
9	天猫超市	独束	修丽可	潮宏基	VIVO	老板	小狗吸尘器
10	iQOO	ONLY	SK-II	同圣	一加	火星入	奥佳华
排名	户外运动	食品	家居家纺	家装	鲜花宠物	汽车	男女鞋
1	阿迪达斯	小仙炖	蕉下	芝华仕	皇家宠物食品	爱玛	百丽
2	耐克	燕之屋	水星	林氏木业	波奇网	雅迪	Staccato
3	FILA	五芳斋	罗莱	喜临门	冠能	宝得	天美意
4	Vans	姿美堂	好太太	全友家居	网易严选	小牛	Tata
5	斯凯奇	认养一头牛	ohsunny	源式木语	金多乐	绿源	百思图
6	李宁	汤臣倍健	双立人	顾家家居	花点时间	哈啰车服电动车	斯凯奇
7	安踏	开小灶	铜师傅	兔宝宝	麦富迪	ninebot	森达
8	亚瑟士	三只松鼠	富安娜	欧普照明	八公叔叔	膜小二	Tigrisso
9	新百伦	多燕瘦	博洋	雷士	耐威克	盯盯拍	beta
10	迪卡侬	百威	Midohouse	爱果乐	卫仕	宝贝第一	百丽集团男鞋

资料来源：淘榜单，国元证券研究所

从 6 月 1 日至 6 月 20 日各品类品牌成交额来看，头部企业稳居前列，新锐品牌价值得长期关注。根据亿邦动力数据，品牌销售额前三名的品牌均来自美容护肤——欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻，添可、林氏木业位居总榜第四、第五位。

**女装/男装：**优衣库夺得双冠，性价比高、更懂国内消费者审美的国产品牌占据榜单前列。

**内衣/家居服：**Ubras 借力广告营销，获得年轻女性消费者青睐。王菲代言的内外排名第四位，浪莎首次进入 TOP10。

**运动/休闲服饰：**安踏旗下 FILA 排名从爆发期上升一位至头名，耐克和阿迪达斯紧随其后。根据淘数据，6月1日-6月18日，FILA 旗舰店销售额为 4.77 亿元，同比增长 70.2%。李宁/特步旗舰店销售额分别同比增长 37.3%/31.6%。

**美容护肤：**相较于爆发期排行榜，TOP5 排名不变，欧莱雅稳居第一名。薇诺娜成为唯一进入 TOP10 的国产品牌，根据淘数据，6月1日-6月18日，薇诺娜销售额为 3.17 亿元，同比增长 103.4%。

**彩妆/香水：**国际大牌依旧占据主导地位，花西子、COLORKEY 和完美日记入围 TOP10，国货崛起趋势下预计会有更多的国产品牌进入榜单。

**零食：**TOP3 依旧为三只松鼠、百草味、良品铺子，行业龙头趋势已经形成。比比赞、王小卤和轩妈作为细分品类新锐品牌表现抢眼。

**奶粉/辅食：**海外龙头仍占据主导地位，飞鹤位列国货第一名。当前奶粉进入存量博弈阶段，国产品牌抓住母婴店渠道增长红利，线上占比有望提升。

**乳品/饮料：**伊利蒙牛仍为行业领头羊，认养一头牛保持强势位居第三，旺旺进入 TOP10。

**酒类：**茅五进入 TOP10，泸州老窖未进入前十名，但其成交额同比增长 1938%，新客占比 77%。次高端领头羊剑南春排名第三，建议关注次高端白酒市场扩容下的优质标的。在啤酒品牌榜中，前三名分别是百威、青岛、科罗娜。

**住宅家具：**芝华仕位列第三，喜临门排名第五。我们认为部分定制家具品牌进入拓品类红利期，品牌龙头增长前景可期。

**生活电器：**科沃斯及其旗下品牌添可稳居前两位，扫地机器人维持高增态势，洗地机销售额呈爆发式增长。

**表 2：天猫 618 各品类品牌成交额 TOP10（6 月 1 日至 6 月 20 日）**

排名	女装	男装	内衣/家居服	运动/休闲服饰	美容护肤	彩妆/香水	箱包皮具
1	优衣库	优衣库	Ubras	FILA	欧莱雅	花西子	COACH
2	UR	南极人	南极人	耐克	雅诗兰黛	三熹玉	MCM
3	ITIB	花花公司	蕉内	阿迪达斯	兰蔻	COLORKEY	MICHAELKORS
4	伊芙丽	海澜之家	内外	李宁	玉兰油	完美日记	CHARLES&KEITH
5	摩安珂	九森虎	曼妮芬	安德玛	资生堂	圣罗兰	AmazingSong
6	ONLY	太平鸟	优衣库	安踏	后	雅诗兰黛	慕途
7	VeroModa	罗蒙	猫人	迪桑特	修丽可	阿玛尼	新秀丽
8	ZARA	森马	恒源祥	LULULEMON	海蓝之谜	MAC	GUCCI
9	诗篇	雅戈尔	有棵树	PUMA	SK-II	兰蔻	TORYBURCH
10	太平鸟	恒源祥	浪莎	迪卡侬	薇诺娜	植村秀	Songmont

排名	零食	奶粉/辅食	乳品/饮料	酒类	住宅家具	生活电器	美容美体仪器
1	三只松鼠	爱他美	伊利	茅台	林氏木业	添可	Ulike
2	百草味	美素佳儿	蒙牛	五粮液	源式木语	科沃斯	雅萌
3	良品铺子	飞鹤	认养一头牛	剑南春	芝华仕	美的	初普
4	比比赞	惠氏	雀巢	百威	全友	云鲸	USMILE
5	周黑鸭	a2	三顿半	郎酒	喜临门	戴森	飞利浦
6	王小卤	美赞臣	农夫山泉	汾酒	顾家家居	格力	慕金
7	乐事	合生元	光明	青岛啤酒	原始原素	艾美特	欧乐 B
8	欧贝拉	雅培	维他奶	洋河	雅兰	石头	JOVS
9	轩妈	君乐宝	元气森林	习酒	慕思	米家	素士
10	来伊份	伊利	旺旺	RIO	宜家	必胜	Dr. Arrivo

资料来源：亿邦动力，数据威，国元证券研究所

**Z 世代消费多样化、个性化、新潮化。**年轻消费者对于新产品/新国货/新品牌接受度较高，呈现出感情连接和社交为重的消费特征。在精准营销推动下，泡泡马特、Ubras、Ulike、钟薛高等新兴品牌表现强势。“颜值+养生”成为消费新势力关键词。根据阿里健康数据，天猫 618 期间，天猫医药平台的 00 后活跃用户同比增长 114%，健康消费支出同比增长超 100%。“颜值经济”大爆发，00 后消费者最爱购买的产品为医用修复面膜、彩色隐形眼镜、眼部保健等“颜值”产品。90 后更关注“身材管理”，偏爱选购黑芝麻丸、酵素、代餐奶昔等健康品。80 后购买的产品主要为：益生菌、膳食纤维、维生素等保健品。

图 4：“颜值+养生”成为消费新势力关键词



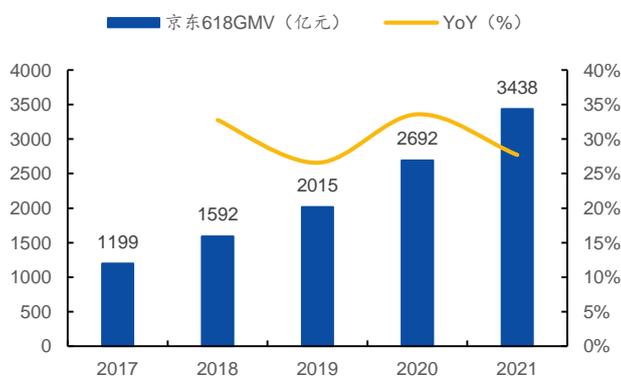
资料来源：天猫，微博，泡泡马特，国元证券研究所

### 3、京东：GMV 为 3483 亿元，3C 家电全渠道高增长

根据京东官方数据，2021 年京东 618 交易规模为 3438 亿元，同比增长 27.7%。236 个品牌销售过亿，其中中国品牌占比达 73%。618 期间销售额最高的品类依次为手机、空调、笔记本电脑、冰箱、平板电视，售出商品件数最多的品类是饼干蛋糕、牛奶乳品、抽纸、调味品、休闲零食。京东 618 期间，全国 92% 区县和 84% 乡镇实现了“当日达”和“次日达”，全国 200 多个城市的消费者更可体验到分钟达服务。智能仓单日订单处理量同比增长超过 100%，京东物流实现全国日均单量预测准确率超过 95.5%。围绕“商品供应链+物流供应链”，京东已构建供应链基础设施。

图 5：2017-2021 年 618 京东平台 GMV 及增速

图 6：京东智慧物流为 618 赋能



资料来源：京东，国元证券研究所



资料来源：京东，国元证券研究所

线下渠道协同共振，京东全渠道增量之路愈加清晰。京东 3C 作为连接线上与线下的全场景的“全渠道”，超过 1.5 万家京东家电专卖店在 618 期间爆发，整体成交额同比增长了 328%，京东之家成交额同比增长 340%。支持线下“1 小时达”服务的门店突破 1000 家，成交额同比增长 300%。京东电器超级体验店（合肥店&重庆店）18 天累计成交额同比增长 4 倍，全渠道客流量突破 560 万。

图 7：京东 618 线上线下共同发力



资料来源：TechWeb，国元证券研究所

图 8：京东电器超级体验店合肥店



资料来源：京东，国元证券研究所

“明星+总裁+专业种草官”多维发力，“直播+短视频+图文”全新内容生态，京东加码内容直播。本次 618，京东共邀请 600 余位企业总裁以及 1000 余位垂类达人分享产品理念和行业知识，以及 300 余位明星进行直播带货。此外，6 月 17 日，京东直播与芒果 TV 合作，推出《快乐嗨翻天》综艺直播带货节目，通过镜头带领消费者探寻全国热门城市的好货，可以充分享受到趣味多样的“综艺+直播”的购物新体验。根据京东数据，京东直播累计带货同比增长 161%，短视频专业种草视频超 90 万条，带货同比去年提升 334 倍。其中，新兴品类呈爆发式增长，巴氏杀菌鲜奶、猫奶糕、回音壁分别同比增长超 11 倍、21 倍和 9 倍。

图 9：京东直播累计带货同比增长 161%



资料来源：京东，国元证券研究所

**手机：头部品牌仍然占据优势，国产品牌保持高增长态势。**根据京东数据，618期间，苹果、华为、荣耀、华为、小米、OV依旧保持领先，品牌销量TOP7在总销量中占比超80%，品牌效应凸显。国产品牌占据成交额TOP10中8席，黑马iQOO超越华为、荣耀，累计销售额居安卓市场TOP2。

**表 3：2021 年京东手机 618 排行榜**

排名	品牌销量 TOP10	品牌销售额 TOP10	新潮用户最爱品牌 TOP10
1	小米	苹果	魅族
2	苹果	小米	小米
3	realme	iQOO	一加
4	荣耀	华为	黑鲨
5	iQOO	realme	苹果
6	OPPO	荣耀	锤子
7	华为	OPPO	荣耀
8	一加	一加	海信
9	VIVO	三星	iQOO
10	三星	VIVO	华为

资料来源：京东，国元证券研究所

注：统计时间为6月1日-6月18日

**新品类及爆品成绩亮眼，京东积极推动绿色消费服务业务。**具体单品来看，6月18日iPhone成交额1秒破亿，618期间iPhoneXR销量突破33万台。国货表现抢眼，6月18日开场3分钟小米成交额即破亿元，前15分钟realme和iQOO成交额同比增长超6倍。其中，618期间realme手机销量同比增长30倍。**从价格段来看**，华为、小米、苹果、三星占据5000元以上机型的累计销量TOP5。荣耀、realme、Redmi、iQOO在1000-3000元价格带表现强势。**个性化消费带动手机新品类，游戏手机大热。**新品类抢购火爆，游戏手机销量同比增长300%，累计成交额同比增长5倍，红魔3获得游戏手机品类销量、成交额双冠军。

**图 10：618 期间主要手机品牌成绩汇总**

<b>小米</b> ✓ 品牌累计销量TOP1 ✓ 高端旗舰稳居安卓手机4000+价位段冠军 ✓ 高端旗舰销量同比增长500%	<b>iQOO</b> ✓ 安卓品牌累计成交额TOP2 ✓ 6.18当天成交额同比增长超300%
<b>苹果</b> ✓ 以旧换新业务同比增长186% ✓ 为苹果用户提供超1亿元原厂服务保障	<b>OPPO</b> ✓ 累计成交额&销量为去年同期2.5倍 ✓ 累计校园用户成交额同比增长249%
<b>Realme真我</b> ✓ 安卓品牌累计销量TOP2 ✓ 6.18当天销量同比增幅位列TOP1	<b>华为</b> ✓ 万元机销量TOP1 ✓ 品牌用户满意度TOP1
<b>荣耀</b> ✓ 荣耀Play 5T荣获安卓手机单品累计销量冠军 ✓ 荣耀预售销量同比增长400%	<b>VIVO</b> ✓ 6.18当天销量同比增长337% ✓ 累计成交额为去年全月1.8倍

资料来源：京东，国元证券研究所

注：统计时间为6月1日-6月18日

**表 4：分价位段单品累计销量 TOP5**

排名	10000+	5000-10000	3000-5000	2000-3000	1500-2000	1000-1500
1	华为 MateX2	iPhone12	iPhone11	RedmiK40	真我 GTNeo	荣耀 Play5T
2	华为 Mate40RS	iPhone12ProMax	小米 11	荣耀 X10	iQOOZ3	真我 Q3
3	小米 MIXFOLD	小米 11Pro	小米 10s	RedmiK40Pro	RedmiNote9Pro	RedmiNote9
4	三星 ZFold2	小米 11Ultra	iQ007	iQ00Neo5	OPPOK9	RedmiNote10Pro
5	三星 W21	iPhone12Pro	一加 9R	iQ00Neo5 活力版	真我 Q3Pro	iQ00U3X

资料来源：国元证券研究所

注：统计时间为6月1日-6月18日

**推动可持续发展，京东在服务型消费、绿色消费领域积极行动。**消费者服务方面，618期间手机以旧换新用户量同比增长353%，以旧换新服务带动新机销售额同比增长192%，手机“小时达”服务成交额同比增长10倍。此外，为消费者持续提供包含30天无忧退、一站式以旧换新、先用后付、5G购机补贴、99元安卓原厂换电池等放心换服务。**物流运输方面**，绿色低碳、节能减排的可持续发展能力持续提升，共投用循环包装1150万次，减少一次性垃圾近10万吨。

图 11: 京东在服务型消费、绿色消费领域积极行动



资料来源: 京东, 国元证券研究所

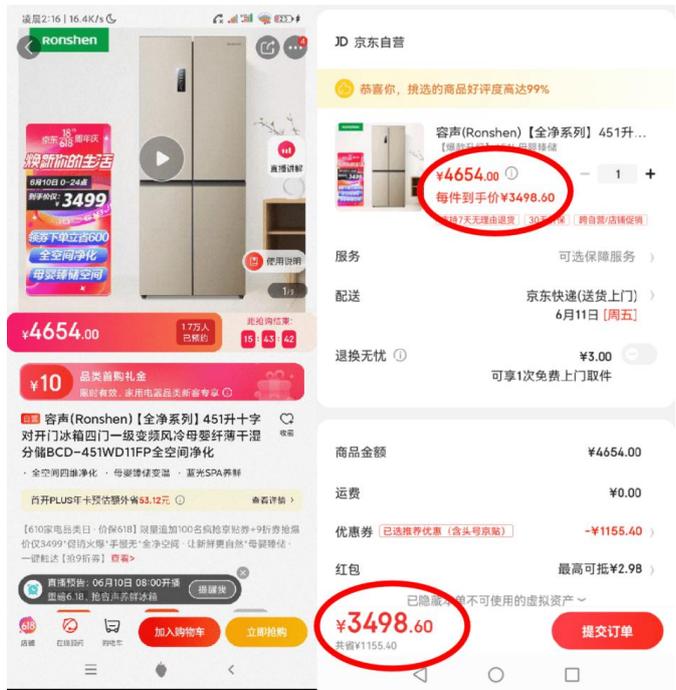
**家电: 表现依旧亮眼, 国产品牌增势强劲。**2021年618期间, 京品家电8小时成交额达去年全天, 整体成交额为去年2倍。618当天开场仅1分钟, 格力、美的、海尔成交额均破亿, 西门子、小米3分钟破亿, 小天鹅10分钟破亿, 海信15分钟破亿。

**大家电: 618期间, 新风空调成交额同比增长超10倍, 卡萨帝冰箱成交额同比增长超100%, 小天鹅水魔方洗衣机成交额超去年全天。**国产厨电方面, 静音油烟机成交额同比增长6.3倍, 方太集成烹饪中心产品成交额同比增长超12倍, 老板双腔系列烟灶套装销量突破2万台。壁挂炉、空气能增长迅猛, 成交额同比增长超300%, 其中一级能效产品成交额同比增长超420%。

图 12: 京东家电产品优惠力度较大

图 13: 头号京贴+9折消费券累计发放2.5亿张

序号	商品图	商品名称	促销	立省	特惠价	买
6		松下 (Panasonic) NR-W57S1-N57... 二级能效	6期免息	省 ¥1500	¥2990	前往购买
7		方太 (FOTILE) EMD5-HTB8E.S... 90cm	3期免息	省 ¥830	¥4059	前往购买
8		飞利浦 (Philips) 电动剃须刀成人声波... 剃须   清洁	3期免息	省 ¥100	¥299	前往购买
9		容声 (Ronshen) 252升三开门冰箱... 60cm及以下	满2000元送500元红包	省 ¥100	¥2799	前往购买
10		TCL空调挂机2匹大风量快速冷暖... 冷暖   三级能效	火爆热卖	省 ¥100	¥2799	前往购买
11		米家小米净水器家用净水机4000... 超滤	24期免息	省 ¥1000	¥1999	前往购买
12		小米 (MI) 电视43英寸高清屏... 护眼	爆款	省 ¥461	¥1538	前往购买
13		海信 (Hisense) 纤薄滚筒洗衣机... 变频	火爆热卖	省 ¥900	¥1799	前往购买
14		华帝 (VATTTO) 油烟机燃气灶... 变频	6期免息	省 ¥1200	¥1299	前往购买



资料来源: 京东, 国元证券研究所

资料来源: 京东, 国元证券研究所

**小家电：**单价 3000 元以上高端净水器成交额同比增长超 500%，空气净化器、电饭煲等高端小家电倍受消费者青睐。618 期间，扫地机器人成交额超 20Q2 总和，科沃斯 N9+ 系列以及添可芙万系列成交额均破亿，其中科沃斯 N9+ 系列增速最为迅猛，1-18 日成交额便超过了去年全年。6 月 18 日，添可洗地机前 15 分钟成交额便超去年 618 期间（6 月 1 日至 6 月 18 日）总和。**品牌与 IP 跨界看点十足**，《小鸡彩虹》与小熊电器、美的、海尔等知名品牌合作推出 15 款联名小家电，预计未来会有更多的设计师、IP 与知名品牌合作，推出具有“内容”的家电产品。

**十亿“焕新”补贴为小家电以旧换新“助燃”。**618 期间，小家电以旧换新订单数量同比实现翻倍增长，其中扫地机器人的以旧换新订单量在品类总体中占比约 30%。空调以旧换新订单量接近 5 万套，烟灶产品以旧换新成交额同比增长 450%。

图 14: 《小鸡彩虹》与美的推出联名款“萌系”小家电

图 15: 京东推出十亿“焕新”补贴



资料来源：京东，国元证券研究所



资料来源：京东，国元证券研究所

**高端化、品质化、功能化消费趋势凸显。**618 期间，高端场景化新品激发消费者购物热情，游戏电视成交额同比增长超 7 倍，欧洲杯定制款冠军系列电视累计成交额环比 5 月增长 5.1 倍。功能化、高颜值的厨房小家电乘势而上，低糖电饭煲、空气炸锅成交额同比增长超 5 倍。此外，部分传统产品结构化升级趋势明显，高端免手洗破壁机成交额同比增长超 200%，高端蒸烤集成灶成交额同比增长 400%。

图 16：低糖电饭煲兴起，开拓出电饭煲高端化新赛道



资料来源：京东，美的，国元证券研究所

宠物经济崛起，品牌企业线上销售中长期或保持高增态势。618 期间，京东宠物智能用品成交额同比增长 5 倍，强化免疫保健品类成交额同比增长 4 倍，宠物生骨肉品类成交额同比增长 29 倍，观赏鱼成交额同比增长 20 倍。6 月 1 日至 6 月 20 日，中宠股份的 Wanpy 猫干粮销量同比增长 119%，品牌直营店销量同比增长 96%。

图 17：中宠股份 618 销售数据概览



资料来源：中宠股份，国元证券研究所

注：统计时间为 6 月 1 日-6 月 20 日；涉及品牌为 Wanpy 和 ZEAL

#### 4、抖音：兴趣电商获青睐，品牌自播崛起

首推“兴趣电商”，趣味购物提升消费者购物体验。消费者活动方面，抖音首次参与618大促，通过短视频挑战赛、直播间、618专属表情道具、互动城等特色玩法，用内容激活抖音6亿日活用户的消费需求，营造趣味氛围，增添消费者购物乐趣。商家合作方面，平台与商家、达人联合营销，并推出“平台技术服务费限时优惠”计划，带动商家热情。运费险上，平台对全量商家补贴15%，部分商家可享受更高补贴，最高可至30%。

兴趣电商成为消费者新选择，参与商家为去年同期2.9倍。根据飞瓜数据，618首日抖音直播GMV超14亿。6月1日至6月18日，共有8位主播总销售额破亿。“抖音618好物节”数据报告显示，5月25日至6月18日，抖音电商直播间时长累计达2852万小时，用户互动活跃，直播间共点赞769亿次，参与商家为去年同期2.9倍。平台新增用户最多的群体是00后，同比增幅达392%，其次是90后群体，同比增长226%。

图 18：抖音单场成交额破千万直播间数量为 153 个



资料来源：抖音，国元证券研究所

品牌自播方面，太平鸟和TeenieWeenie服装品牌位列销售额前2，均超过7000万，自播场次分别为49/45。华为终端以超5000万的GMV排名第3，周大生、中国黄金等黄金珠宝类品牌异军突起，进入前20。

老字号品牌、农产品商家入驻抖音电商，自播获得了新的市场增量。“抖音618好物节”数据报告显示，活动期间，泸州老窖自播成绩出众，销量环比增幅达164.5%；百雀羚、恒源祥、回力和内联升也表现优异，销量环比增幅分别为80.8%、65.8%、43.9%和18.4%。抖音“618好物节”期间，来自全国各地共22.3万款特色蔬菜、水果等农产品，通过该平台销往全国，蔬菜和水果销量较去年同期翻倍。

**表 5：2021 年 618 大促期间抖音品牌自播 TOP20 及销售额**

排名	播主	销售额(万元)	场次	排名	播主	销售额(万元)	场次
1	太平鸟女装官方旗舰店	7423.9	49	11	中国黄金 ChinaGold 专卖店	2533.6	27
2	TeenieWeenie 官方旗舰店	7302.3	45	12	北京浒城古娘中国风女装	2465.1	33
3	华为终端	5064.6	15	13	音儿 YINER 旗舰店	2462.6	38
4	adidas 官方旗舰店	4884.7	18	14	花西子 Florasis	2379.8	19
5	百丽官方旗舰店	4696.2	23	15	STACCATO 思加图官方旗舰店	2361.6	52
6	iQOO 官方旗舰店	3621.0	22	16	采石翁珠宝	2356.7	5
7	萃石珠宝	3500.3	12	17	伊利官方旗舰店	2303.6	24
8	妖怪的口袋 ELFSACK 官方旗舰店	3287.3	31	18	清风官方旗舰店	2274.4	22
9	联想	2655.6	26	19	森马官方旗舰店	2193.5	105
10	周大生珠宝严选	2628.3	15	20	珀莱雅官方旗舰店	2172.0	45

资料来源：飞瓜数据，国元证券研究所

## 5、拼多多：联合央视财经，百亿补贴热度不减

拼多多专属大促规则简洁，优惠和互动活动种类丰富。拼多多 618 活动专属大促规则简洁，无预售无开门红，领到大额红包后可直接下单。此外也有大牌神券、无门槛红包、百亿补贴、满返促销和合并支付等优惠活动，砸金蛋和红包雨等互动活动则增强消费参与感和气氛度。

**优惠加码，服务升级，官方店入驻和农产品补贴是两大亮点。**在补贴力度上，数码产品持续优惠，官方售价 6299 元的 iPhone12，百亿补贴直降 1500 元，其他产品优惠力度同样可观，SK-II 神仙水直降 941 元，到手价仅 599 元。53° 飞天茅台到手价仅 2599 元。**在消费者服务上**，自百亿补贴两周年活动开始，绝大部分订单 24 小时内发货，其中手机商品下单当日发货、顺丰包邮且开具正品发票，大家电一律送货入户，退货可一键免费上门取件，信用良好用户可一键退款并立即到账。**在合作商家上**，开设全新的“官方合作旗舰店”入口，传统国货品牌（如九阳和回力）、新锐国货品牌（如元气森林）和国际一线大牌（如阿迪达斯和斯凯奇）海量入驻，新入驻的品牌官方旗舰店较去年增长 10 倍以上。**加速推动优质农产品上行，助力乡村振兴。**整个 6 月，拼多多将持续针对对苹果、樱桃、荔枝等当季农特产品加大流量倾斜与补贴力度，促进产销对接。“百亿补贴”频道的农产品在年中大促期间将全部实行顺丰包邮、坏果包赔。

**联合央视财经，百亿补贴热度依旧。**6 月 17 日，拼多多联合央视财经推出“多多嗨拼夜”直播专场活动，鲁健、朱迅、龙洋作为“好物推荐官”为消费者推荐百亿补贴好货。iPhone12、戴森吸尘器、海蓝之谜、SK-II 等 70 余件爆款在直播间补贴热卖。此外，当季水果、麻辣小龙虾也得到大力推广。

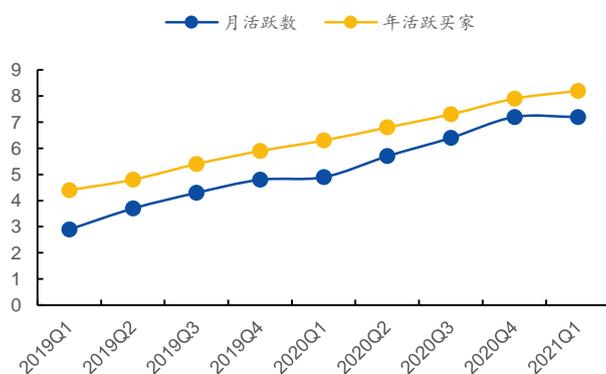
图 19：拼多多联合央视财经推出“多多嗨拼夜”直播专场活动



资料来源：拼多多，国元证券研究所

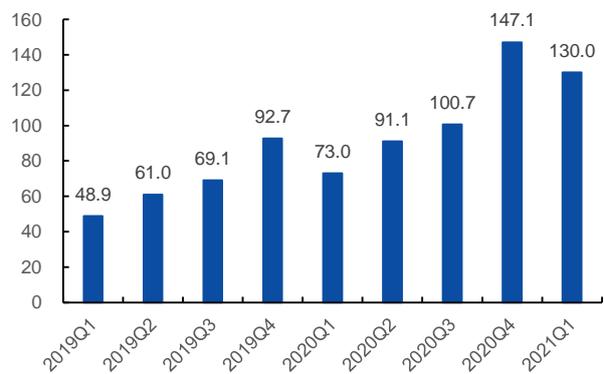
百亿补贴效果立竿见影，活跃买家及卖家保持良好增势。百亿补贴逐渐成为拼多多的长期战略意义上的促销让利，自 2019 年开始，拼多多的年活跃买家数和月活跃用户数呈现逐步上升的趋势，2021Q1 的年活跃买家共 8.2 亿人，月活跃用户 7.2 亿人。

图 20：拼多多年活跃买家数及月活跃用户数（亿人）



资料来源：公司公告，国元证券研究所

图 21：拼多多销售费用呈增长态势（亿元）



资料来源：公司公告，国元证券研究所

## 6、快手：首创“信任经济”，“真心夜”助力品牌自播

上线“小店信任卡”，打造“信任电商”。快手电商表示要打造让 10 亿用户信赖的极致信任体系，小店信任卡为诚信消费者打造，内含假一赔十、7 天无理由退换货、退货补运费等不同梯度的差异化权益，以及平台优惠券。

“616 真心夜”助力 GMV 增长。快手于 6 月 15 日联合江苏卫视、浙江卫视直播“快手 616 真心夜”，邀请岳云鹏、凤凰传奇、张哲瀚、陈小春等大咖明星助阵。根据快手官方数据，“真心夜”的直播观看人数超过 7000 万，直播间互动总量达到 1.1 亿。

6月16日，晚会现场五大品牌的直播间 GMV 环比增长 13 倍。

图 22：快手升级消费者服务，开启“信任经济”



资料来源：快手，国元证券研究所

快手电商推出百大品牌自播争霸赛，前两阶段活动的主要品牌 GMV 环比大幅增长。在 5 月 20 日-6 月 20 日推出“品牌合伙人计划”，通过千万级流量和千万级补贴额度扶持品牌自播，小米、中国珠宝、OPPO、海澜之家等 100+ 个品牌参与其中。在阶段一期间（5 月 20 日-31 日），海澜之家自播 GMV 环比增长 411%、完美日记自播 GMV 环比增长 181%，中国珠宝自播 GMV 环比增长达到 21519%。海澜之家单场活动涨粉 10 万、累计 GMV115 万，为首个快手自播破百万的服装品牌。在阶段二期间（6 月 1 日-14 日），平台品牌自播 GMV 环比活动前增长 148%。

图 23：6 月 1 日至 14 日品牌自播 GMV 及平台流量奖励概况

<p><b>中国珠宝</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 430501%</li> <li>价值 40 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>韩熙贞</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 216%</li> <li>价值 34 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>海澜之家</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 576%</li> <li>价值 40 万元流量奖励</li> </ul>
<p><b>BEXEI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 5%</li> <li>价值 20 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>小米</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 212%</li> <li>价值 20 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>OPPO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 468%</li> <li>价值 20 万元流量奖励</li> </ul>
<p><b>安踏儿童</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 266%</li> <li>价值 20 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>韩都衣舍</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 64%</li> <li>价值 16 万元流量奖励</li> </ul>	<p><b>欧诗漫</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GMV 环比增长 301%</li> <li>价值 16 万元流量奖励</li> </ul>

资料来源：快手，国元证券研究所

## 7、苏宁易购：倡导“共情消费”，升级“以旧换新”

苏宁此次 618 大促周期较长，优惠活动种类丰富。苏宁 618 大促活动始于 5 月 24 日，6 月 20 日结束，包括 2 波预售、3 波购物补贴、3 波拼购节奏和 2 波超市节奏。家电 3C 以旧换新服务升级，送新收旧一步解决，另有多重补贴，最高可抵 1000 元。

表 6：苏宁易购 618 大促期间优惠活动概览

	时间	细则
预售	5.24-5.31 付定金, 6.1 付尾款	定金膨胀
	6.12-6.16 付定金, 6.18 付尾款	
购物补贴	5.24-5.31 领取, 6.1 使用	购物补贴每满 200 减 30, 共分三波领取和使用
	6.6-6.9 领取, 6.10 使用	
拼购节奏	6.11-6.15 领取, 6.16-6.18 使用	满 10 减 2、满 50 减 8、满 99 减 20、满 100 减 61.8 等限量券
	6.7-6.8	
	6.15	
超市节奏	6.16-6.18	主券满 169 减 30 至高减 60, SUPER 会员满 169 减 35 易券, 单品 9.9 元秒杀/2 件 5 折
	5.30-6.2	
	6.16-6.20	
		主券满 199 减 60, 副券满 199 减 100, 爆款 1 元/9.9 元秒杀, 购物津贴每满 300 减 30 至高减 300

资料来源：苏宁易购，国元证券研究所

打造“六一宝宝节”和“脱口秀毕业会”，倡导“共情消费”。通过不同的综艺内容，触达不同群体的消费者，通过内容的输出产生共情效应，进而转化为共情消费。苏宁易购直播营销反馈良好，两大综艺节目全网累计观看互动量为 3 亿人次，上榜热搜话题共计 44 次，内容消费带动苏宁全渠道高速增长。

**全品类多品牌盛宴，新品销售表现抢眼。**根据苏宁易购官方数据，包括李子柒、Ubras、茶里、狮客、拉面说、OPPO、惠普、海尔等在内的 47 个品牌，共计 158 款新品参与苏宁易购 618 年中大势新品赏活动。截至 6 月 16 日 18 时，苏宁易购新品销售同比增长 167%，新品买家数增长 154%，主要聚集在家电、家装、冰洗、美妆等品类。**国产好货在消费升级浪潮下站上潮头。**618 期间，苏宁易购国潮新锐美妆 GMV 同比增长 118%，敏感肌肤护理品牌薇诺娜日均 GMV 环比 5 月增长 133%，以安踏、李宁为代表的国潮运动品牌 GMV 增长 66%。

图 24：苏宁易购围绕“共情消费”推出两大综艺活动



资料来源：苏宁易购，国元证券研究所

智能健康家电深得到消费者青睐，新风、除湿功能空调销量增长 246%，烘干杀菌功能洗衣机成交额增长 274%，净味抑菌功能保鲜冰箱成交额增长 191%。

小家电销量高增长，吸尘器、扫地机器人成为消费者新宠，戴森、科沃斯、格力入围 6 月 18 日销量 TOP10。618 期间，智能洗地机销量增长超过 1100%。

手机方面，线上手机品牌销量前五名分别为苹果、小米、Realme、OPPO、VIVO。

以旧换新业务受到消费者热捧。根据苏宁易购官方数据，超 18 万消费者体验以旧换新服务，3C 以旧换新订单量同比增长 145%，占跨品类换新订单总量的 38%，平均每单为用户省 500 元。以旧换新优惠活动增强了消费者换新意愿，家电、生活电器品类新品 GMV 占比超过 30%。

图 25：6 月 18 日苏宁悟空榜榜单



资料来源：苏宁易购，国元证券研究所

## 8、化妆品：薇诺娜、玉泽、润百颜表现亮眼

### 8.1 天猫：护肤高端化功能化趋势持续

2021年618期间，天猫护肤行业品牌排行中，国货品牌薇诺娜进入前十，整体看护肤高端化和功能化趋势持续。从天猫官方榜单看，618期间销售额前三的品牌为欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻，维持大促期间前三地位，其中欧莱雅GMV超过10亿，雅诗兰黛近10亿。高端贵妇品牌海蓝之谜、赫莲娜品牌排行较去年双十一上升明显，分别排名第七、第九。国货功能性护肤龙头品牌薇诺娜上榜，位居第十，销售额突破3亿。此外，另有国货品牌珀莱雅、玉泽首次进入TOP20。整体看护肤行业高端化、功能化趋势持续。

表 7：2021 年 618 期间天猫护肤品类 TOP20 品牌排行（对比 2020 年双十一）

2021 年 618 期间		2020 年双十一	
排名	品牌	排名	品牌
1	欧莱雅 (↑1)	1	雅诗兰黛
2	雅诗兰黛 (↓1)	2	欧莱雅
3	兰蔻 (-)	3	兰蔻
4	OLAY (↑1)	4	后
5	资生堂 (↑3)	5	OLAY
6	后 (↓1)	6	SK-II
7	海蓝之谜 (↑3)	7	Sulwhasoo
8	SK-II (↓2)	8	资生堂
9	赫莲娜 (↑4)	9	薇诺娜
10	薇诺娜 (↓1)	10	海蓝之谜

资料来源：天猫，爬虫数据，国元证券研究所（注：括号内为对比去年双十一情况）

彩妆行业，TOP5 品牌中有 3 席为国产品牌，花西子、完美日记、珂拉琪上榜，珂拉琪表现亮眼。对比 2020 年双十一，今年 618 期间主打唇釉的国产新锐品牌珂拉琪冲进前十榜单，排名第四，超越雅诗兰黛、圣罗兰等国际大牌，表现亮眼；花西子超越完美日记排名行业第一；完美日记排名第三。欧莱雅旗下大众平价彩妆品牌 3CE 表现强劲，此次 618 期间销售排名行业第二。

**表 8：2021 年 618 期间天猫彩妆品类 TOP10 品牌排行（对比 2020 年双十一）**

2021 年 618		2020 年双十一	
排名	品牌	排名	品牌
1	花西子 (↑1)	1	完美日记
2	3CE (↑2)	2	花西子
3	完美日记 (↓2)	3	魅可
4	COLOR KEY (↑8)	4	3CE
5	雅诗兰黛 (↑1)	5	兰蔻
6	圣罗兰 (↑1)	6	雅诗兰黛
7	阿玛尼 (↑1)	7	圣罗兰
8	兰蔻 (↓3)	8	阿玛尼
9	魅可 (↓6)	9	纪梵希
10	纪梵希 (↓1)	10	迪奥

资料来源：天猫，爬虫数据，国元证券研究所（注：括号内为对比去年双十一情况）

此外，男士护理品类中，多个国产品牌上榜 TOP10，但前三名仍为国际品牌占据。此次 618 期间，国产新锐品牌极男、上海家化旗下品牌高夫进入前十，分别位居第四、第六。但前三品牌仍为欧莱雅集团、雅诗兰黛集团垄断，旗下欧莱雅男士、碧欧泉、朗仕排名行业前三。

**表 9：2021 年 618 期间天猫男士护理品类 TOP10 品牌排行**

排名	品牌	排名	品牌
1	欧莱雅	6	高夫
2	碧欧泉	7	吾诺
3	朗仕	8	妮维雅
4	极男	9	赫恩
5	爱和纯	10	曼秀雷敦

资料来源：天猫，国元证券研究所

## 8.2 抖音、快手电商：国货品牌表现佳

抖音、快手渠道上，美妆行业国货品牌整体表现优于国际品牌。抖音侧，从品牌销售排行看，618 期间销售排名前五的品牌为后、欧诗漫、珀莱雅、AOEO、韩束，除后外均为国货品牌；前十名中，另有国货彩妆花西子、新锐美妆哲玥和海蓝朵上榜。分行业看，据飞瓜数据，护肤品类中，大促期间珀莱雅官方旗舰店销售额突破 2000 万元，排名行业第一；AOEO 旗舰店以 1500 万+销售额排名第二；薇诺娜以 1000 万+销售额排名第三。彩妆品类中，花西子以 1900 万+销售额排名第一，完美日记销售额 780 万+排名第二，珂拉琪销售额破 400 万，位居第三。快手方面，品牌销售 TOP10 中，仅有后、苏秘为国际品牌，其余均为国产品牌，鲁商发展旗下品牌颐莲进入前五。

**表 10：2021 年 618 期间抖音/快手美妆品类 TOP10 品牌排行**

抖音		快手	
排名	品牌	排名	品牌
1	WHOO 后	1	WHOO 后
2	欧诗漫	2	苏秘 37°
3	PROYA 珀莱雅	3	朵拉朵尚
4	AOEO	4	花西子
5	韩束	5	颐莲
6	雪花秀	6	欧诗漫
7	花西子	7	安杰拉
8	玉兰油	8	奥洛菲
9	皙玥	9	梦泉
10	海蓝朵	10	PMPM

资料来源：亿邦动力，国元证券研究所（注：抖音 6 月 1 日-6 月 19 日 8:00，快手 6 月 16 日-6 月 20 日）

**表 11：2021 年 618 大促期间抖音美妆护肤/彩妆香水品类品牌自播 TOP10 及销售额**

美容护肤				彩妆香水			
排名	播主	销售额(万元)	场次	排名	播主	销售额(万元)	场次
1	珀莱雅官方旗舰店	2139.8	45	1	花西子 Florasis	1900.3	19
2	AOEO 旗舰店	1508.7	26	2	完美日记	782.6	20
3	薇诺娜	1069.4	21	3	colorkey 珂拉琪	413.6	18
4	佰草世家旗舰店	984.5	29	4	Joocyee 酵色	196.5	21
5	巴黎欧莱雅	814.1	20	5	十里春风官方旗舰店	186.3	20
6	自然堂官方旗舰店	786.2	27	6	毛戈平 MGP	180.1	18
7	韩束官方旗舰店	673.2	20	7	PRAMY 帕瑞美	163.3	20
8	理肤泉	580.6	20	8	暮色罗格美甲	162.1	20
9	COGI 高姿官方旗舰店	579.0	19	9	小奥汀	118.3	40
10	花西子 Florasis	479.5	19	10	味谷香水的梨总	115.5	53

资料来源：飞瓜数据，国元证券研究所

### 8.3 重点上市公司情况跟踪

整体看，重点上市公司中，贝泰妮、珀莱雅、上海家化、华熙生物、鲁商发展旗下多个品牌销售表现强劲，多个天猫旗舰店今年 618 期间（6 月 1 日-20 日）销售额超过去年 6 月全月，增长势头较好。具体看：

**贝泰妮：**主品牌薇诺娜活动期间品牌销售额位居天猫美妆行业第十，销售额破 3.2 亿，是唯一进入前十名的国货品牌。

**珀莱雅：**主品牌活动期间 GMV 超过 2.4 亿，其烟酰胺面膜/羽感防晒霜/红宝石面霜销售占比 13%/11%/9%，爆品烟酰胺面膜 618 期间销售近 29 万件；彩妆品牌彩棠持续高增，GMV 超过 2200 万元，核心单品修容盘、妆前乳销售强劲。贝泰妮旗下薇诺娜品牌成交额近 3.3 亿，其中防晒乳大单品贡献近 17%，冻干面膜、特护霜分

别贡献约 8%。

**上海家化：**旗下品牌线上全网增速近 50%，美妆护肤品类增速近 80%，母婴用品品类增速超 60%。其中玉泽成交额近 1.6 亿，首次进入天猫美妆类目 TOP20，积雪草修护干面膜/保湿霜/屏障水乳霜套装销量分别达到 64 万件/38 万件/8.8 万套，新品蓝铜胜肽精华共售出 2.6 万件；佰草集逆势两位数增长，新七白套装共销 1.2 万套，新品新七白精华液售出 2.3 万支；双妹同增近 80%；启初同增超过 60%；片仔癀增速超 50%。

**华熙生物：**旗下四大品牌均实现高增。润百颜全网销售额 2.3 亿元+，全平台同比去年劲增 232%，其中天猫旗舰店销售额 1.1 亿+，连续三年增长翻倍，登顶新锐国货护肤品牌 NO.1；京东销售额为去年 2.28 倍，登顶京东国货精华类目 NO.1；夸迪全网销售额 1.9 亿元+；米蓓尔天猫旗舰店销售额 3228 万元+，同增 234%，其中小粉水累计销量 16.8 万瓶+，大白水累计销售 1.5 万瓶+，两者均较去年双十一翻三倍多，新品蓝绷带累计销售 5w+瓶；BM 肌活天猫旗舰店销售额 2300 万元+，同比增长 457%，其热门单品糙米精华水全网累计销售 12w+瓶。

**鲁商发展：**瓊尔博士 618 期间全渠道销量破 1 亿，天猫旗舰店累计成交额超过 9000 万元，其中益生菌修护面膜累计销售 130 万片+、洁颜蜜累计销售 45 万瓶+、益生菌乳液累计销售 32 万瓶+。此次 618 期间瓊尔博士荣登天猫美妆新品牌排行榜第五名，京东美妆新锐品牌 TOP2。颐莲方面，618 期间天猫旗舰店销售额 4300 万+。

**水羊股份：**618 期间全渠道 GMV 超 6 亿元，同比增长超 60%。

**逸仙电商：**彩妆品牌中，完美日记登上天猫国货彩妆榜 TOP2、京东自营国货彩妆和唯品会彩妆 TOP1，618 期间，其王牌产品小细跟口红/名片唇釉/动物眼影天猫热卖分别超 30 万/40 万件/30 万件；小奥汀荣登天猫国货彩妆 TOP6，单品“不 NG”眼线液笔获天猫、京东、唯品会三大平台眼线液 TOP1；Pink bear 首次参加 618 大促，荣登天猫新锐少女彩妆品牌第一名，销售额破 1000 万元，布丁唇釉全渠道销量超 50 万件。护肤品牌中，完子心选神经酰胺修护面膜销售额 100w+；GALENIC 6 月 16 日单日销售额破 100 万，晋升天猫国际新店铺美妆类目第六；达尔肤全渠道销售额同比增长超 7 倍，杏仁酸焕肤精华液登上天猫酸类护肤品类目 TOP1，销量 11w 瓶+；Eve Lom 经典洁颜霜销量同增 53%。

**表 12：618 美妆行业重点公司品牌天猫旗舰店销售情况（单位：百万元）**

公司	品牌店铺名	2021 年 6 月 1 日至 20 日	2020 年 6 月
珀莱雅	珀莱雅官方旗舰店	242	124
	彩棠旗舰店（彩妆）	23	10
贝泰妮	薇诺娜官方旗舰店	329	181
上海家化	玉泽官方旗舰店	156	70
	佰草集官方旗舰店	26	24
水羊股份	御泥坊旗舰店	54	78
	小迷糊旗舰店	23	16
丸美股份	丸美旗舰店	35	63
	夸迪旗舰店	89	13
华熙生物	润百颜旗舰店	105	50
	米蓓尔旗舰店	32	10
	肌活旗舰店	23	-
鲁商发展	颐莲官方旗舰店	43	-
	瑷尔博士旗舰店	90	-
逸仙电商	完美日记官方旗舰店（彩妆）	182	201
	小奥汀旗舰店（彩妆）	36	76
	pinkbear 官方旗舰店（彩妆）	17	-
浙江宜格（非上市）	花西子旗舰店（彩妆）	253	249

资料来源：爬虫数据，国元证券研究所

## 9、黄金珠宝：国货老字号品牌销售强劲

2021 年 618 期间，黄金珠宝品类中国货品牌占主导地位，老字号品牌销售强劲。据天猫榜单，销售额前十品牌中，国产品牌占 8 席，仅有 2 席为国际品牌。其中周大福（1929.HK）、周生生（0116.HK）、菜百（A20487.SH）排名前三，头部老字号品牌在大促期间销售强劲，周大生（002867.SZ）、潮宏基（002345.SZ）排名四、五，六福珠宝（0590.HK）、老庙（豫园股份 600655.SH 旗下品牌）、周六福排名第六至九。国际品牌中仅有潘多拉、施华洛世奇上榜。

**表 13：2021 年 618 期间天猫珠宝首饰品类 TOP10 品牌排行**

排名	品牌	排名	品牌
1	周大福	6	Pandora
2	周生生	7	六福珠宝
3	菜百	8	老庙
4	周大生	9	周六福
5	潮宏基	10	施华洛世奇

资料来源：天猫，国元证券研究所（注：按 2021 年 6 月 1 日-20 日品牌销售额排序）

抖快电商中，黄金珠宝在全行业中表现亮眼。据亿邦，618 期间（6 月 1 日至 19 日 8:00），抖音平台全品类 TOP10 品牌中，就有 3 个黄金珠宝品牌上榜，中国黄金、

周六福、周大生排名第 3/7/10，表现亮眼。快手方面，616 百大品牌自播争霸赛中，中国珠宝以 21519%的环比增长创下品牌自播增长纪录，连续三天自播 GMV 破百万。

表 14：2021 年 618 期间抖音全品类 TOP10 品牌排行

排名	品牌	品类	排名	品牌	品类
1	出处	-	6	苹果	手机
2	WHOO	美妆	7	周六福	黄金珠宝
3	中国黄金	黄金珠宝	8	太平鸟	服饰
4	奢品汇	服饰	9	Tennie Weenie	服饰
5	华为	手机	10	周大生	黄金珠宝

资料来源：亿邦，国元证券研究所（注：按 2021 年 6 月 1 日-19 日品牌销售额排序）

## 10、电商代运营：GMV 稳健增长，助力多个品牌荣登榜首

代运营行业整体表现较为稳健，多平台、多品类发力，助力多个代理品牌登上类目榜首。具体看：

**壹网壹创**：全平台发力，618 期间实现 GMV 22.4 亿+，同比增长 30.23%。在天猫平台助力宝洁获得个护清洁类目自播成交榜 TOP1，帮助旗下 OLAY、吉列、当妮等多个品牌获得细分类目第一，助力泡泡玛特获潮玩类目第一，美妆护肤类 ettusais、毛戈平、FOREO 等品牌获得睫毛底膏/遮瑕/洁面粉品类第一，伊丽莎白雅顿预售一小时超去年全天。京东平台 GMV 同比增长 63 倍，泡泡玛特、星巴克品牌夺得类目 TOP1。抖音侧，全年公司目标 GMV15 亿+，目前合作中品牌有菲洛嘉、REVLON、相宜本草、伊丽莎白雅顿、高姿、双汇等，其中高姿品牌开播 30 天 GMV 累计超过 1000 万。自主孵化品牌每鲜说在 618 期间 GMV 破 1000 万，跻身轻食代餐类目 TOP3。

图 26：壹网壹创 2021 年 618 战报



资料来源：官方微信号，国元证券研究所

壹网壹创旗下上佰电商 618 期间实现 GMV16.2 亿，赋能多个家电、医疗品牌创新高。其中美的品牌大冰箱销量位居行业第一，空气炸锅、电饭煲、电水壶等爆款荣登行业 V 榜，小天鹅品牌高端机型销售额突破 2 亿，同比增长 54.4%，振德医疗口罩进入类目前二。

图 27：上佰电商 618 期间战报



资料来源：官方微信号，国元证券研究所

图 28：上佰电商 618 期间战报



资料来源：官方微信号，国元证券研究所

**丽人丽妆：**多个品牌稳居品类龙头，日韩高端品牌表现耀眼。其中雪花秀、WHOO、芙丽芳丝品牌成交过亿，凡士林、馥绿德雅、菲丽菲拉翻倍增长，施华蔻、蜜丝佛陀、施华蔻、KISS ME、KATE、雅漾、吕、MISSHA 等品牌大幅提升。多个品牌获得细分类目第一，MISSHA 获得 BB 霜类目管状 BB 第一、HERA 获定妆喷雾类目第一、贝玲妃获隔离/妆前类目第一、芙丽芳丝或界面类目第一、WHOO 获面部护理套装第一，精细运营下销售表现强劲。

图 29：丽人丽妆 618 期间品牌战报



资料来源：官方微信号，国元证券研究所

图 30：丽人丽妆 618 期间助力多个品牌获得类目第一



资料来源：官方微信号，国元证券研究所

## 11、投资建议

全网主要电商平台成交额增长迅猛，品牌自播发展势头强劲。美妆、3C、家电销售额位居全品类前列，以扫地机器人、洗地机为代表的智能小家电表现亮眼。宠物经济崛起，驱动线上产品销量大幅增长，品类高端化、多样化趋势明显。整体来看，国产好货中头部企业稳居前列，新锐品牌表现亮眼，“黑马”层出不穷。

建议关注：中宠股份、贝泰妮、珀莱雅、上海家化、安踏体育、科沃斯、喜临门、小米集团。

## 12、风险提示

行业竞争加剧；新产品推广不及预期；品牌线上拓展不及预期风险。

## 投资评级说明:

(1) 公司评级定义		(2) 行业评级定义	
买入	预计未来6个月内, 股价涨跌幅优于上证指数20%以上	推荐	预计未来6个月内, 行业指数表现优于市场指数10%以上
增持	预计未来6个月内, 股价涨跌幅优于上证指数5-20%之间	中性	预计未来6个月内, 行业指数表现介于市场指数±10%之间
持有	预计未来6个月内, 股价涨跌幅介于上证指数±5%之间	回避	预计未来6个月内, 行业指数表现劣于市场指数10%以上
卖出	预计未来6个月内, 股价涨跌幅劣于上证指数5%以上		

## 分析师声明

作者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, 以勤勉的职业态度, 独立、客观地出具本报告。本人承诺报告所采用的数据均来自合规渠道, 分析逻辑基于作者的职业操守和专业能力, 本报告清晰准确地反映了本人的研究观点并通过合理判断得出结论, 结论不受任何第三方的授意、影响。

## 证券投资咨询业务的说明

根据中国证监会颁发的《经营证券业务许可证》(Z23834000), 国元证券股份有限公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询业务是指取得监管部门颁发的相关资格的机构及其咨询人员为证券投资者或客户提供证券投资的相关信息、分析、预测或建议, 并直接或间接收取服务费用的活动。证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式, 指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析, 形成证券估值、投资评级等投资分析意见, 制作证券研究报告, 并向客户发布的行为。

## 一般性声明

本报告由国元证券股份有限公司(以下简称“本公司”)在中国境内(香港、澳门、台湾除外)发布, 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。若国元证券以外的金融机构或任何第三方机构发送本报告, 则由该金融机构或第三方机构独自为此发送行为负责。本报告不构成国元证券向发送本报告的金融机构或第三方机构之客户提供的投资建议, 国元证券及其员工亦不为上述金融机构或第三方机构之客户因使用本报告或报告载述的内容引起的直接或连带损失承担任何责任。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息, 但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的信息、资料、分析工具、意见及推测只提供给客户作参考之用, 并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的投资建议或要约邀请。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。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。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况, 以及(若有必要)咨询独立投资顾问。在法律许可的情况下, 本公司及其所属关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易, 还可能为这些公司提供或争取投资银行业务服务或其他服务。

## 免责声明

本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠, 但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有, 未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅, 如需引用或转载本报告, 务必与本公司研究所联系。 网址: www.gyzq.com.cn

## 国元证券研究所

合肥	上海
地址: 安徽省合肥市梅山路18号安徽国际金融中心A座国元证券	地址: 上海市浦东新区民生路1199号证大五道口广场16楼国元证券
邮编: 230000	邮编: 200135
传真: (0551) 62207952	传真: (021) 68869125
	电话: (021) 51097188