

证券研究报告

行业研究

行业事件点评

互联网传媒

冯翠婷 传媒互联网及海外 首席分析师
执业编号: S1500522010001
联系电话: 17317141123
邮箱: fengcuiting@cindasc.com

信达证券股份有限公司
CINDA SECURITIES CO., LTD
北京市西城区闹市口大街9号院1号楼
邮编: 100031

传媒互联网及海外：最难“618”落幕，平台电商稳定、直播电商亮眼，关注家电、运动、洗护

2022 年 6 月 22 日

事件：

- 2022 全网 618 销售额高达 6959 亿元，迈上新台阶。其中综合电商 618 销售额为 5826 亿元，同比增长 0.7%；直播电商 618 销售额为 1445 亿元，同比增长 124.1%；新零售 618 销售额为 224 亿元，同比增长 26.0%。
- 按品类划分，家用电器销售额高达 879 亿元，占比第一，同比增长 7%；美容护肤紧随其后，销售额达 307 亿元，同比下降 19%；运动户外表现突出，销售额达 249 亿元，同比增长 9%；洗护清洁增速飞快，销售额达 136 亿元，同比增长 34%；香水彩妆销售额达 103 亿元，同比下降 22%；粮油调味销售额达 101 亿元，同比增长 9%；休闲零食销售额达 64 亿元，同比增长 4%。
- 京东：据京东公众号“京东黑板报”发布，2022 年京东 618 实现了累计下单金额超 3793 亿元，较 2021 年同比增长 10.3%。26 个店铺的下单金额突破 10 亿元，新品销售件数占比同比增长超 20%，30 多个趋势品类成交额同比增长超 10 倍。京东物流提出了“有责任的供应链”的理念，在全国 94% 区县、84% 乡镇实现当日达或次日达，开门红个人快递业务单量同比增长 140%。
- 天猫：6 月 21 日凌晨天猫 618 项目总负责人戴珊面向商家发布感谢信《感谢有你，一起见证消费信心的恢复》，信中表示天猫今年 618 零售额实现了年同比正增长。
- 拼多多：据拼多多发布 618 终极战报显示，手机销售额同比增长 148%，家电全品类销售额同比增长 103%，美妆全品类销售额同比增长 122%，日化全品类销售额同比增长 110%。
- 抖音：抖音电商所发布的“2022 抖音 618 好物节”数据报告显示，6 月 1 日至 18 日，抖音电商直播总时长达 4045 万小时，挂购物车的短视频播放了 1151 亿次。活动期间，平台立足全域兴趣电商，助力广大商家复产增效。据抖音官方统计，抖音商城场景带动销量同比增长 514%，搜索场景带动销量同比增长 293%，参与活动的商家数量同比增长 159%。
- 快手：快手“616 实在购物节”数据显示，5 月 20 日至 6 月 19 日期间，快手平台上品牌商家 GMV 同比去年 616 增长 515%，美妆、生鲜、数码家电、二手、花宠文娱行业均在大促期间打破了 2022 年日销记录，快品牌订单量超过 1200 万，服务商服务的商家数量较去年增长近 40%，贡献了大促近 60% 的 GMV。



点评：

- **全网电商平台总体销售额增长放缓，各平台表现不一。**星图数据发布2022年618数据显示，2022全网618销售额高达6959亿元。传统综合电商618销售额为5826亿元，同比增长0.7%。星图数据表示，天猫稳中有降，点淘头部主播的缺位部分程度导致了阿里系平台的疲软，同时直播电商带来的巨大冲击对天猫影响明显。拼多多同比增长5%-8%，京东同比增长5%左右。直播电商表现优异，同比增长124.0%，抖音主播多、流量大，同时又有异军突起的“东方甄选”等账号带动，6月1日至18日期间抖音电商直播总时长达4045万小时，平台竞争力强劲；快手同样增长幅度大，发展迅猛，“快手616实在购物节”成绩亮眼；相比之下点淘受主播断层影响较大，增长脚步放缓。新零售赛道与社区团购赛道均有较高幅度的增长，同比增长分别为26.0%、15.4%，因其客单价低、毛利率低，故增长更加来之不易。
- **品类间增速差异大，出现黑马选手。**家电品类销售同比增长7%，稳中向好，销售额仍旧占比第一；美容护肤和香彩妆等美妆类产品同比下降幅度大，与疫情、点淘头部主播缺位、日常促销力度大等因素相关，美妆类产品的疲软拖累了以往主打美妆的天猫等平台；食品类产品为刚需，增长稳定，其中疫情之下方便速食得到了27.5%的大幅度增长；洗护用品做为刚需加之促销力度大，同样增长幅度较大，达到33.7%；运动户外产品作为本次618黑马选手反映了消费的转型升级，以及消费新方向。
- **家电品类销售稳定增长，补贴优惠措施初见成效。**星图数据显示，2022年618家电品类销售额高达879亿元，占比持续第一，同比增长7%。围绕“双碳”目标各大电商平台推出相关优惠及补贴，针对北京和上海等一线城市进行双碳双减补助，其中京东的“青绿计划”以及阿里的“绿动乐园”帮助消费者打破消费升级和勤俭持家的二元对立。拼多多618战报显示家电行业全品类同比增长103%，抖音618好物节生活厨房生活厨房电器品牌商家GMV同比增长399%。消费者对于生活品质的追求促进了消费的转型升级，从而增加了对于小家电的需求，销售额前五名中小米、奥克斯二者均在小家电市场占有一席之地。
- **美妆品类持续呈现疲态，彩妆护肤皆有下滑。**美妆品类总体下滑，香彩妆和美容护肤分别同比下降22%和19%，破亿品牌减少，头部效应增强。香彩妆类目前前五名品牌仅有花西子及完美日记为国货，而美容护肤类目前下销售额前五名仅有珀莱雅为国货。美妆产品的长期促销活动、头部主播的缺位以及疫情下消费者对于美妆产品需求的减少使得618大促对于美妆品类刺激效果有限，较去年呈现疲态。
- **运动户外战绩出色，消费者需求转型升级。**在本次618大促中运动户外品类表现突出，销售额达249亿元，占比第三，同比增长9%。国货安踏和李宁位居销售额前五。《2022快手616消费趋势报告》显示，健康运动类和品质生活类产品成为年轻消费者新消费动向，其中飞盘凭借其高社交、低消费的属性火爆都市圈。消费转型升级促进了市场对于追求品质生活的享受资料的需求，疫情期间居家运动的兴起和野营活动的流行刺激了新一波的购买需求。

投资建议：我们建议关注受益于近期政策和消费复苏的电商/可选消费/广告行业的优质标的，包括：

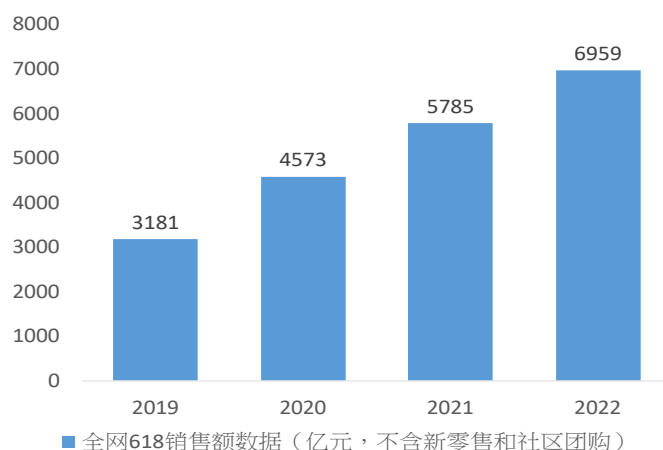
【港股和中概股】

1. 以电商/广告收入为主的平台经济企业：【京东集团-SW、快手 W、腾讯控股、阿里巴巴-SW、拼多多、唯品会】等
2. 将电商作为重要渠道的可选消费品公司，包括：运动服装品牌【安踏、李宁、特步国际、361°】等

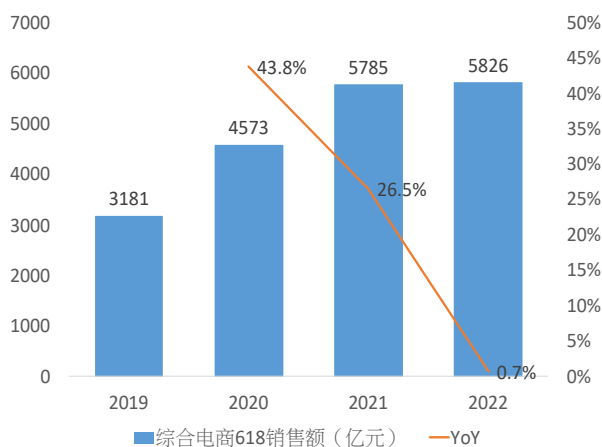
【A 股】

1. 受益于电商行业 618 大促的电商 MCN【星期六（遥望网络目前已成为抖音/快手头部的直播电商 MCN 企业）、值得买、元隆雅图（谦玛）、华扬联众、天下秀】等，电商代运营企业【壹网壹创、丽人丽妆】等
2. 有望受益于电商/消费类广告预算复苏的广告行业龙头【分众传媒、三人行】等

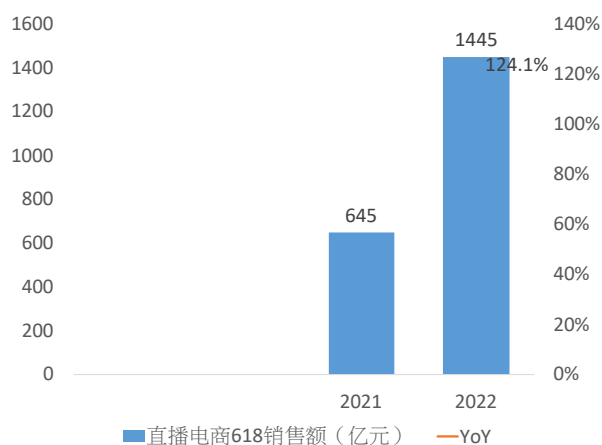
风险因素：疫情反复导致快递物流受阻，居民消费意愿不及预期，行业竞争加剧等。

图 1：2022 年 618 电商平台全网销售数据


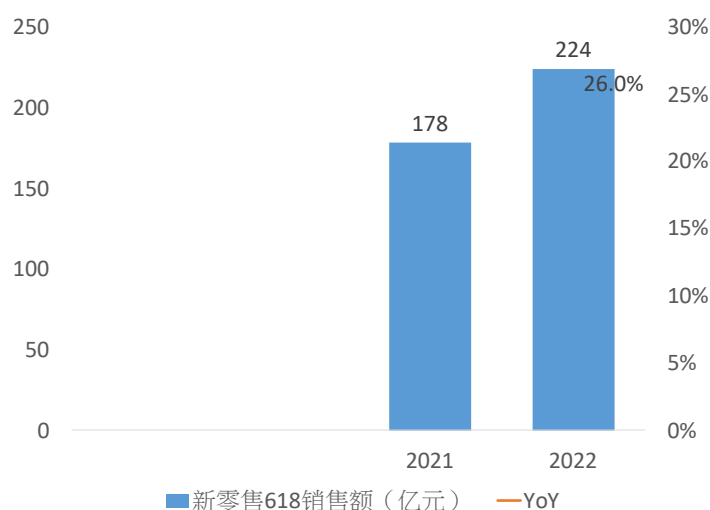
资料来源：星图数据，信达证券研发中心

图 2：2022 年 618 综合电商销售额


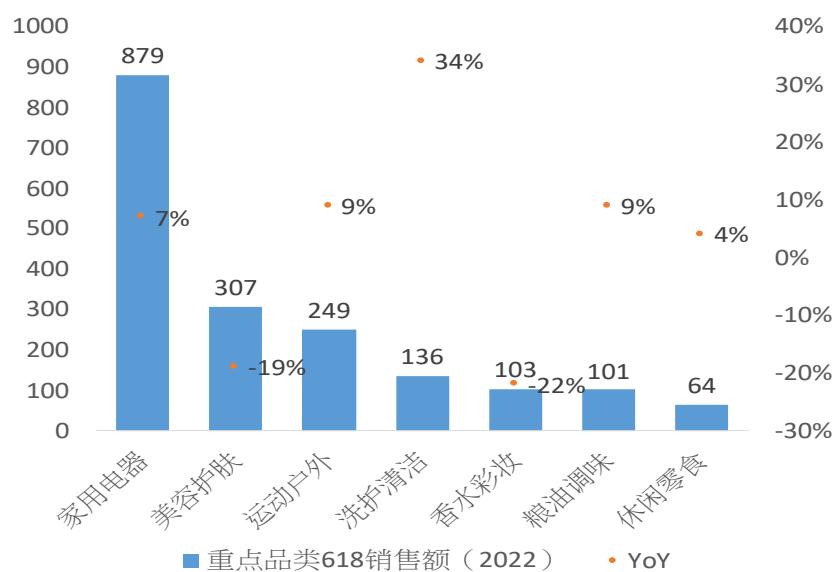
资料来源：星图数据，信达证券研发中心

图 3：2022 年 618 直播电商销售额


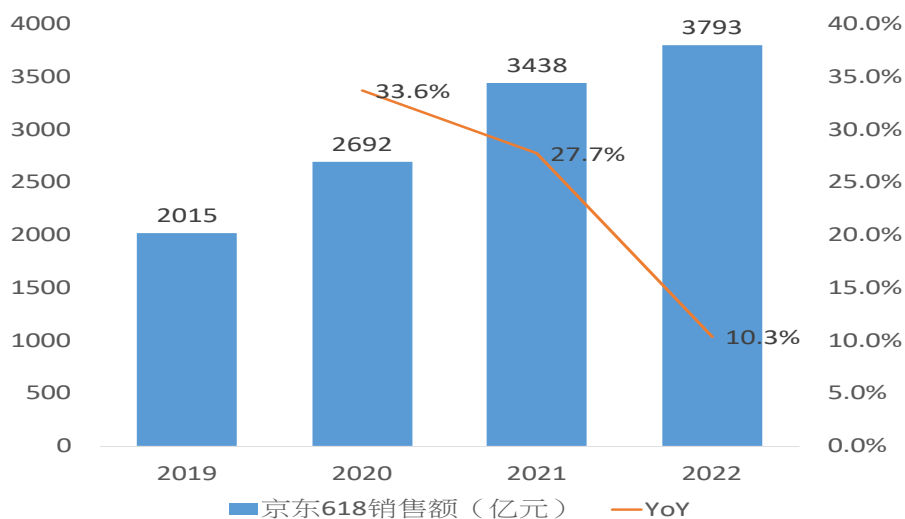
资料来源：星图数据，信达证券研发中心

图 4：2022 年 618 新零售销售额


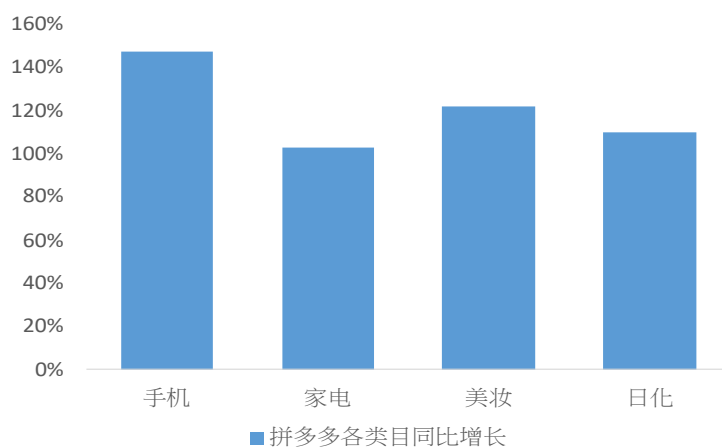
资料来源：星图数据，信达证券研发中心

图 5：2022 年 618 重点品类销售额


资料来源：星图数据，信达证券研发中心

图 6：2022 年 618 京东销售额


资料来源：“京东黑板报”公众号，信达证券研发中心

图 7：2022 年 618 拼多多分品类销售额同比增长


资料来源：信达证券研发中心整理



研究团队简介

冯翠婷，信达证券传媒互联网及海外首席分析师，北京大学管理学硕士，香港大学金融学硕士，中山大学管理学学士。2016-2021 年任职于天风证券，覆盖互联网、游戏、广告、电商、新消费等多个板块，元宇宙二级市场研究先行者（首篇报告作者），曾获 21 年东方财富 Choice 最佳分析师第一、Wind 金牌分析师第三、水晶球奖第六、金麒麟第七，20 年 Wind 金牌分析师第一、第一财经第一、金麒麟新锐第三。

机构销售联系人

区域	姓名	手机	邮箱
全国销售总监	韩秋月	13911026534	hanqiuyue@cindasc.com
华北区销售总监	陈明真	15601850398	chenmingzhen@cindasc.com
华北区销售副总监	阙嘉程	18506960410	quejiacheng@cindasc.com
华北区销售	祁丽媛	13051504933	qiliyuan@cindasc.com
华北区销售	陆禹舟	17687659919	luyuzhou@cindasc.com
华北区销售	魏冲	18340820155	weichong@cindasc.com
华北区销售	樊荣	15501091225	fanrong@cindasc.com
华北区销售	章嘉婕	13693249509	zhangjiajie@cindasc.com
华东区销售总监	杨兴	13718803208	yangxing@cindasc.com
华东区销售副总监	吴国	15800476582	wuguo@cindasc.com
华东区销售	国鹏程	15618358383	guopengcheng@cindasc.com
华东区销售	李若琳	13122616887	liruolin@cindasc.com
华东区销售	朱尧	18702173656	zhuyao@cindasc.com
华东区销售	戴剑箫	13524484975	daijianxiao@cindasc.com
华东区销售	方威	18721118359	fangwei@cindasc.com
华东区销售	俞晓	18717938223	yuxiao@cindasc.com
华东区销售	李贤哲	15026867872	lixianzhe@cindasc.com
华东区销售	孙僮	18610826885	suntong@cindasc.com
华东区销售	贾力	15957705777	jiali@cindasc.com
华南区销售总监	王留阳	13530830620	wangliuyang@cindasc.com
华南区销售副总监	陈晨	15986679987	chenchen3@cindasc.com
华南区销售副总监	王雨霏	17727821880	wangyufei@cindasc.com
华南区销售	刘韵	13620005606	liuyun@cindasc.com
华南区销售	许锦川	13699765009	xujinchuan@cindasc.com
华南区销售	胡洁颖	13794480158	hujieying@cindasc.com

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司（以下简称“信达证券”）具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，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出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入 ：股价相对强于基准 20% 以上；	看好 ：行业指数超越基准；
	增持 ：股价相对强于基准 5%~20%；	中性 ：行业指数与基准基本持平；
	持有 ：股价相对基准波动在±5% 之间；	看淡 ：行业指数弱于基准。
	卖出 ：股价相对弱于基准 5% 以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券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，投资者需自行承担风险。