

## 微信蓝包打开消费新场景，关注节日催化

### ——新消费行业点评报告

#### 事件：

微信官方 2024 年 12 月 17 日公告，微信小店目前正在灰度“送礼物”功能。开年以来，微信小店运营团队先后公布 2025 年私域激励计划和达人带货成长激励政策，并持续对送礼功能做出优化。

#### 点评：

● **微信小店依托微信全域流量优势，具备丰富用户触点和转化机会**  
微信小店是微信平台向商家提供的商品信息展示、商品交易等功能的技术服务。2024 年 8 月腾讯宣布将原先依托短视频公域流量的视频号小店升级为微信小店，并在 24Q3 财报中首次将微信小店列为重点业务之一。与视频号小店相比，微信小店串联起更多私域场景，支持店铺及商品信息在公众平台账号（公众号、服务号）、视频号（直播、短视频）、小程序、搜一搜等多个微信场景内流转，助力商家深入挖掘用户消费场景，同时在开店门槛和入驻要求方面也有所放宽。根据腾讯 24Q3 财报，微信及 Wechat 合并平均 MAU 已达 13.82 亿，具备庞大的全域流量基础，为微信电商生态提供了丰富的用户触点和转化机会。

● **上线送礼功能并持续优化，微信小店打开消费新场景**

2024 年 12 月微信开启“送礼物”灰测。日前微信小店运营团队先后发布了激励政策，鼓励私域分享并引入微信 MCN 和带货机构，加速小店的入驻进程和微信电商生态的构建，并通过凸显“送礼物”在页面上的位置等边际调整持续优化送礼流程，提升仪式感和情绪价值。我们认为微信“送礼”功能打通了线上购买礼物和线上社交场景，实现社交用户向电商用户的导入。参考微信红包，微信蓝包同样有望借力微信生态的巨大社交流量，导入微信小店，在即将到来的春节等重点节日快速培养起微信电商消费习惯。

● **关注强礼品属性品类，零食、美妆、潮玩及小家电头部品牌有望受益**

零食、美妆、潮玩及小家电品类礼品属性较强。目前随着春节临近，各大品牌均通过上新礼盒、礼盒装把握春节送礼季。可复美、自然堂、完美日记、摩飞、苏泊尔等品牌微信小店布局领先，单品表现优异。珀莱雅、薇诺娜、丸美、恋火、润本、飞科等业已实现良好转化。

● **投资建议**

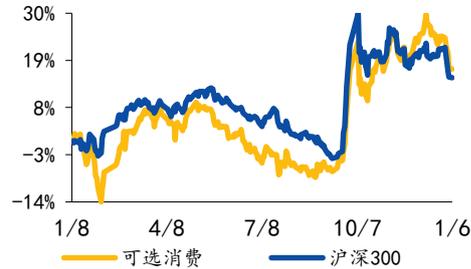
新渠道新流量新玩法带来新机遇，推荐重点关注强品牌势能、强线上运营的终端消费品企业及头部电商代运营企业。美护赛道关注巨子生物、珀莱雅、毛戈平、上美股份、丸美股份、水羊股份、贝泰妮、润本股份等；小家电赛道关注飞科电器、苏泊尔、新宝股份、小熊电器、倍轻松等。电商代运营企业关注若羽臣、青木股份、壹网壹创、丽人丽妆等。

● **风险提示**

宏观消费需求不及预期；微信小店渠道拓展不及预期；行业竞争加剧等

## 推荐|维持

#### 过去一年市场行情



资料来源：Wind

#### 相关研究报告

《国元证券行业研究-IP 衍生品行业系列报告之谷子经济：IP 供给与精神消费共振，谷子经济崛起》2024.12.05

《国元证券行业研究-2024 年传媒及新消费行业中期策略报告：消费渐进复苏，传媒内容技术双驱动》2024.07.04

#### 报告作者

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 徐梓童  
电话 021-51097188  
邮箱 xuzitong@gyzq.com.cn

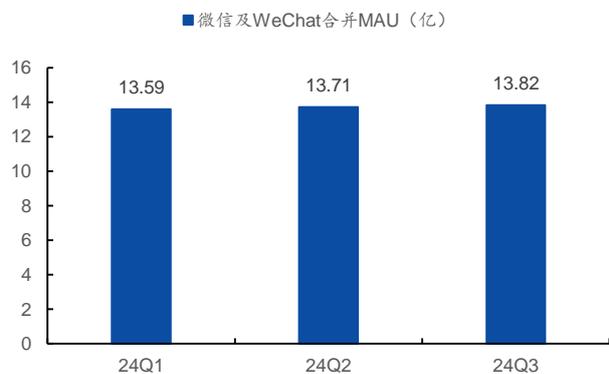
微信小店是微信平台向商家提供的商品信息展示、商品交易等功能的技术服务，立足微信平台庞大社交生态，具备天然的全域流量优势。2024年8月腾讯宣布将原先依托短视频公域流量的视频号小店升级为微信小店，并在24Q3财报中首次将微信小店列为重点业务之一。与视频号小店相比，微信小店串联起更多私域场景，支持店铺及商品信息在公众平台账号（公众号、服务号）、视频号（直播、短视频）、小程序、搜一搜等多个微信场景内流转，助力商家深入挖掘用户消费场景，同时在开店门槛和入驻要求方面也有所放宽。根据腾讯24Q3财报，微信及Wechat合并平均MAU已达13.82亿，具备庞大的全域流量基础，为微信电商生态提供了丰富的用户触点和转化机会。以瑞幸为例，作为微信小店送礼功能首批大规模测试的品牌之一，12月30日，瑞幸即享咖啡开展微信小店新年送礼的推广活动，当日其微信礼物专区中的礼品套装销量过万。日前微信小店运营团队先后发布了激励政策，鼓励私域分享并引入MCN和带货机构，有望进一步触达用户，同时加速小店的入驻进程和微信电商生态的构建。

图 1：微信小店支持商品信息在多个微信场景内流转



资料来源：微信小店运营团队，国元证券研究所

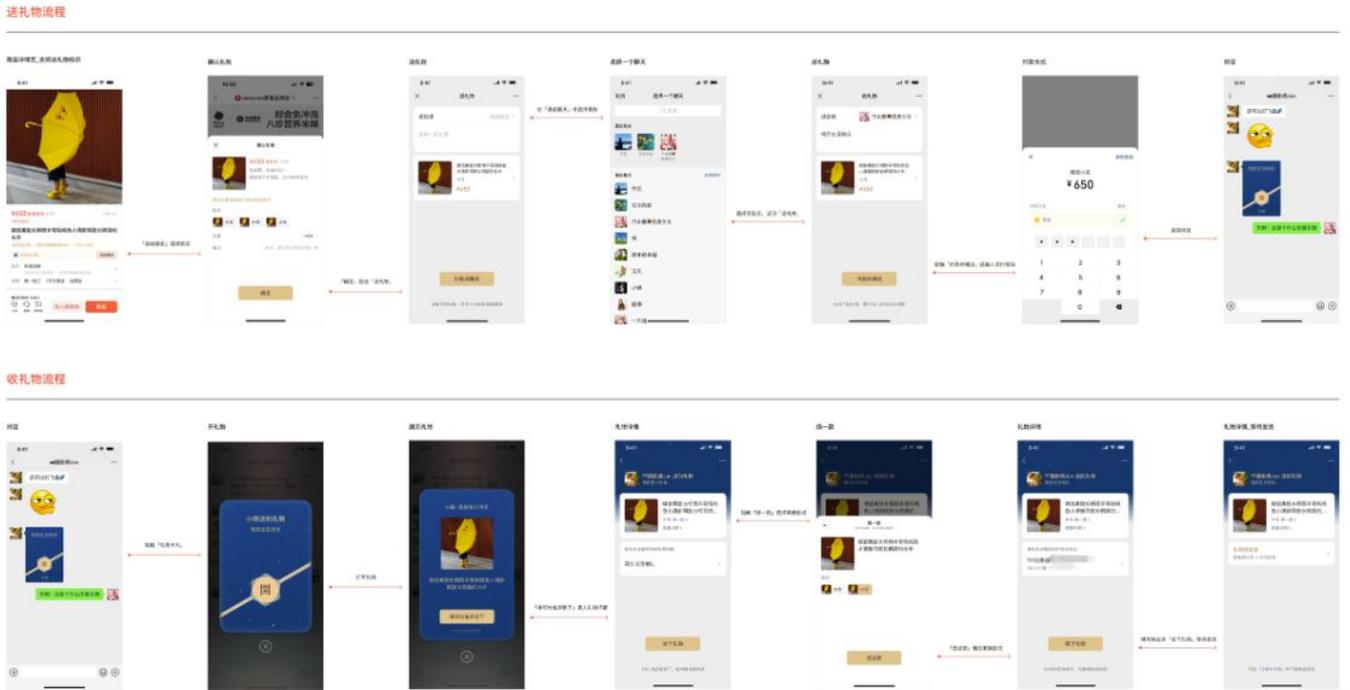
图 2：微信及 WeChat 合并 MAU (亿)



资料来源：腾讯控股公司公告，国元证券研究所

上线送礼功能并持续优化，打破私域社交与电商流量壁垒，微信小店打开新渠道、新场景。根据微信官方2024年12月17日公告，微信小店目前正在灰度“送礼物”功能，用户轻触满足规则的产品选择款式、浏览金额，选择朋友并完成支付后，自动送出礼物，接收方点击聊天中的礼物消息，填写收货地址后即可收下礼物。除珠宝首饰、文玩的部分类目以及教育培训的全部类目外，原价不高于1万元的产品都默认支持“送礼物”功能。2025年1月以来，微信小店运营团队通过凸显“送礼物”在页面上的位置、在收取礼物界面增加“开”礼物按钮持续优化送礼流程，提升仪式感和情绪价值。根据艾媒咨询，随着年轻一代消费理念和观念转变国内礼物经济向更加日常化，常态化的发展，更加重视日常生活中情感实质的传达。我们认为在这一背景下微信“送礼物”功能巧妙地打通了线上购买礼物和线上社交场景，盘活社交关系在电商生态中的力量。类似红包的展现形式提升仪式感和便捷性，在交易细节设计上保护了收礼方的隐私和对于礼物细分的选择权，优化了送礼和收礼体验。参考微信红包，微信“送礼”功能同样有望借力微信生态的巨大社交流量，导入微信小店，在即将到来的春节密集送礼期快速培养起微信电商消费习惯，进而派生出更为广阔的消费需求。

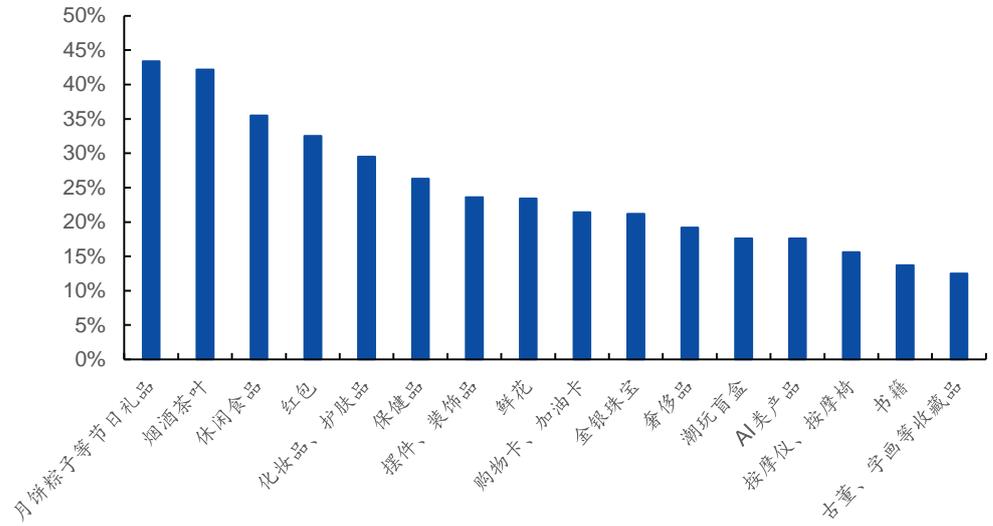
图 3：微信送礼和收礼流程



资料来源：微信小店运营团队，国元证券研究所

关注强礼品属性品类，零食、美妆、潮玩及小家电头部品牌有望受益。根据艾媒咨询，2023年消费者送礼产品中，食品类、美妆类占比居前，潮玩盲盒、按摩仪及AI类产品占比超过15%。微信电商有望为品牌带来新的渠道机遇。目前各大品牌均通过上新礼盒、礼盒装把握春节送礼季。美妆品类中，可复美、自然堂、完美日记等品牌表现亮眼，截至2025年1月7日可复美红色胶原桶销量已达1.2万，自然堂紧致焕活礼盒销量达2.2万，完美日记仿生膜口红销量达1.2万，珀莱雅、薇诺娜、丸美、恋火、润本等品牌已实现初步转化，韩束、毛戈平、彩棠等头部品牌均已入驻；小家电品类中苏泊尔、摩飞、飞科微信小店布局领先，苏泊尔电蒸锅、摩飞绞肉机等实现破万销量，美的、九阳、小熊、倍轻松等均已布局。

图 4：2023 年中国礼物经济用户为亲友购买礼物的产品分析



资料来源：艾媒咨询，国元证券研究所

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 样本量：N=2268；调研时间：2023 年 4 月

图 5：美妆及小家电品类头部品牌单品销售破万



资料来源：各品牌微信小程序，国元证券研究所

新渠道新流量新玩法带来新机遇，推荐重点关注头部终端消费品品牌商及电商代运营企业。美护赛道关注巨子生物、珀莱雅、毛戈平、上美股份、丸美股份、水羊股份、贝泰妮、润本股份等；小家电赛道关注飞科电器、苏泊尔、新宝股份、小熊电器、倍轻松等。电商代运营企业关注若羽臣、青木股份、壹网壹创、丽人丽妆等。

**风险提示：**宏观消费需求不及预期；微信小店渠道拓展不及预期；行业竞争加剧等

## 投资评级说明

### (1) 公司评级定义

买入	股价涨幅优于基准指数 15%以上
增持	股价涨幅相对基准指数介于 5%与 15%之间
持有	股价涨幅相对基准指数介于-5%与 5%之间
卖出	股价涨幅劣于基准指数 5%以上

### (2) 行业评级定义

推荐	行业指数表现优于基准指数 10%以上
中性	行业指数表现相对基准指数介于-10%~10%之间
回避	行业指数表现劣于基准指数 10%以上

备注：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 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数或纳斯达克指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证 50 指数。

### 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，特此声明。

### 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。

### 法律声明

本报告由国元证券股份有限公司（以下简称“本公司”）在中华人民共和国境内（台湾、香港、澳门地区除外）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，上述交易与服务可能与本报告中的意见与建议存在不一致的决策。

### 免责条款

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并获得许可。

网址：www.gyzq.com.cn

## 国元证券研究所

### 合肥

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  
 邮编：230000

### 上海

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：200135

### 北京

地址：北京市东城区东直门外大街 46 号天恒大厦 A 座 21 层国元证券  
 邮编：100027