618 大促增速超去年，直播电商全面爆发

——商贸零售行业点评报告

推荐|维持

报告要点：

- **618 大促期间全网成交额同比增长 43.8%，京东同比增长 33.6%，大幅提速**

据第三方监测平台星图数据，2020 年 618 全网电商平台合计交易额同比增幅高达 43.8%，作为疫情后的首个全民购物节，消费在此期间迎来集中爆发。以官方披露数据看，天猫平台累计下单金额 6982 亿(6.1-6.18)；京东平台累计下单金额 2692 亿(6.1-6.18)，同比增长 33.6%；苏宁平台传统优势 3C 家电类目增长 118%(6.1-6.18 下午 18:00)。

- **直播电商全面爆发，淘宝直播规模领先，快手抖音纷纷发力**

截至 6 月 16 日早上 7 点，**淘宝直播** GMV 同比增长超过 250%，13 个直播间累计成交过亿；**京东直播**较去年双十一明显提升，618 期间 18 个品牌直播间破亿，83 个破千万；**苏宁直播**带动平台在线交易增长 693%，6 月 17 日晚“超级买手”直播间成交额突破 50 亿。**快手直播**表现亮眼，主播辛巴复播首场 GMV 破 12.5 亿，618 期间，平台明星直播带货合计实现 GMV 超 31 亿；**抖音**以 5 月 31 日晚罗永浩跨夜直播开场，全场 GMV 总计 9132 万+，618 期间，抖音明星主播带货累计实现 GMV 超 4.5 亿。主播方面，淘宝体系内薇娅、李佳琦等头部主播依然稳居前列；品牌自播方面，3C 数码、家电家装品类增长迅猛，9 个成交过亿的淘宝直播间中 7 个均来自这类“黑马”行业。

- **家电、3C、美妆品类销售额居前**

分品类看，据星图数据，618 期间家用电器、手机通讯、美妆个护销售额位列前三，增速方面家用电器、美妆个护、食品饮料增长较快。分平台看，天猫平台在美妆个护、食品饮料行业市场份额领先，京东平台家用电器市场份额超过天猫。

- **主要化妆品品牌表现：珀莱雅、丸美、玉泽天猫旗舰店高增长**

根据爬虫数据，618 期间（6.1-6.18）珀莱雅主品牌天猫旗舰店销售额约 1 亿，同比增长 68%；丸美天猫旗舰店累计销售额超 6000 万，同比增长 173%；上海家化旗下玉泽天猫旗舰店销售额超 6000 万，同比增长超 300%，佰草集同比下滑超 25%，美加净同比下滑超 40%；御泥坊天猫旗舰店销售额超 6000 万，同比增长 32%。润百颜天猫旗舰店销售额近 4000 万，同比增长约 100%。

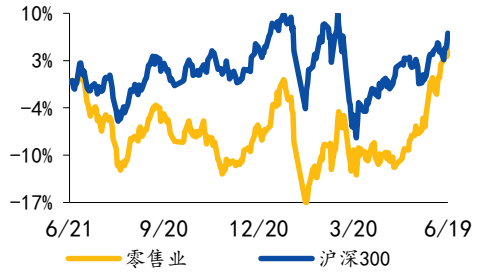
- **投资建议**

此次 618 作为新冠疫情后最重要的大促节点，品牌方与电商平台折扣力度较大，电商平台连同各地政府发放百亿消费补贴，今年 618 整体增长较去年有明显提速。同时，直播电商在此期间出现集中爆发，相关产业链受益。建议关注 MCN 机构（星期六）、代运营商（壹网壹创）、导购平台（值得买）、品牌商（珀莱雅、丸美股份、上海家化）。

- **风险提示**

行业竞争加剧

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-商贸零售行业点评：最强“618”开启，直播电商高增长》2020.06.06

《国元证券行业研究-新零售行业深度报告之一：新流量、新消费兼论直播电商与 MCN》2020.05.18

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 杨柳
邮箱 yangliu@gyzq.com.cn

目　录

1、618 电商全网高增长，较去年大幅提速，消费集中爆发 3
2、直播电商爆发，淘宝直播规模领先，快手抖音纷纷发力 4
3、家用电器、手机通讯、美妆个护销售额位列前三 6
4、化妆品行业重点上市公司 618 销售情况跟踪 7

图表目录

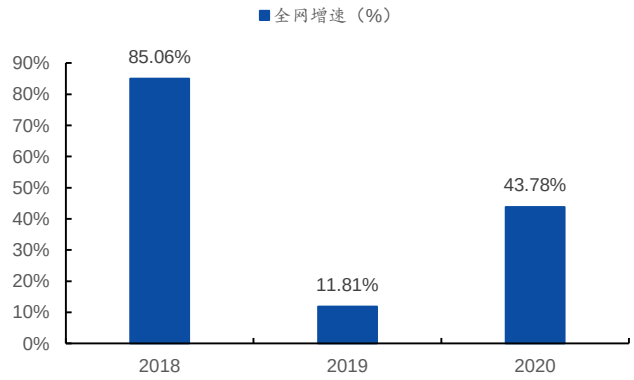
图 1：2018-2020 年 618 电商全网销售额同比增速（%） 3
图 2：2017-2020 年 618 京东平台 GMV 情况 3
图 3：2020 年 618 期间主要电商平台销售成绩汇总 3
图 4：2020 年 618 期间主要电商平台直播成绩汇总 4
图 5：2020 年 618 全网细分行业销售额分布情况（%） 6
图 6：2020 年 6 月 1 日至 18 日重点上市公司旗下化妆品牌天猫旗舰店销售额情况 8

表 1：2020 年 6 月 1 日至 18 日淘宝直播主播带货、部分行业品牌自播直播销售额 TOP10 5
表 2：2020 年 6 月 1 日至 18 日快手平台明星主播直播带货情况 5
表 3：2020 年 6 月 1 日至 18 日抖音平台明星主播直播带货情况 6
表 5：2020 年 618 全网家用电器、美妆个护、食品饮料行业分平台销售额份额（%） 7
表 6：2020 年 6 月 1 日至 18 日天猫个护、美妆品牌销售额 TOP5 及产品均价 7

1、618 电商全网高增长，较去年大幅提速，消费集中爆发

据第三方监测平台星图数据，2020 年 618 全网电商平台交易额同比增长达 43.8%，增速是去年的 4 倍，作为疫情后的首个全民购物节，消费在此期间迎来集中爆发。据各电商平台官方披露数据，天猫平台 618 累计下单金额 6982 亿元（6.1-6.18），淘宝直播爆发，截至 6 月 16 日早上 7 点，淘宝直播 GMV 同比增长超过 250%；京东平台 618 累计下单金额 2692 亿，同比增长 33.6%；618 当天苏宁易购全渠道销售规模增长 129%。

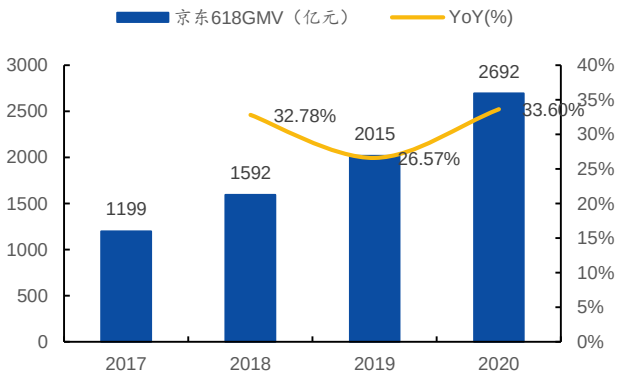
图 1：2018-2020 年 618 电商全网销售额同比增速（%）



资料来源：星图数据，国元证券研究中心

注：统计时间区间 6 月 1 日-18 日

图 2：2017-2020 年 618 京东平台 GMV 情况



资料来源：京东，国元证券研究中心

图 3：2020 年 618 期间主要电商平台销售成绩汇总

天猫	京东
• 天猫平台618期间累计下单金额为6982亿元，3万个天猫商家零售额同比增长翻倍，1万多个品牌增长超过10倍，95后、00后活跃用户同比增长126%。6月18日凌晨第一个小时，天猫618成交额同比增长100% • 整个618期间，三四线城市健康消费增幅突破70%，疫苗与体检服务成为今年天猫618的明星爆品；智能家居增长强势，天猫智能娱乐、智能健康板块增长强势，涨幅均超过300%，天猫精灵智能家居总成交额超50亿。	• 6月1日0点到6月18日下午两点，618累计下单金额2392亿，同比增长约33%。其中，超过100个品牌成交额过亿，3000个单品成交额破百万，200款商品成交额破千万。 • 618日凌晨5G手机销量不到1分钟便突破万台；华为10分钟成交额同比增长超300%；Apple成交额5秒破亿。
拼多多	**苏宁易购**
• 5月25日到6月18日中午12点，拼多多平台订单量较去年同期增长119%。其中，农产品和品牌商品的增幅最为显著，拼多多累计售出农（副）产品3.8亿单，较去年同期增长136%。一二线城市用户是农产品消费的绝对主力军，订单量占比超过72%。	• 截至6月18日18点，苏宁传统优势3C家电类目增长118%，线下门店客流同比增长210%；6月18日全天，苏宁易购全渠道销售规模增长129%，大快消订单增长223%，到家业务增长510%，零售云门店销售增长416%。

资料来源：亿邦动力网，天猫，京东，拼多多，苏宁，国元证券研究中心

2、直播电商爆发，淘宝直播规模领先，快手抖音纷纷发力

今年 618 直播电商全面爆发，淘宝直播成交规模领先。6 月 1 日（618 正式开启第一天）淘宝直播平台实现 GMV 超 51 亿。6 月 1 日至 6 月 16 日早上 7 点，淘宝直播 GMV 同比增长超过 250%，13 个直播间累计成交过亿，其中 3C 数码为增长最快行业之一，华为在 618 开场第 5 天成为首个破亿的品牌直播间。京东直播较去年双十一明显提升，6 月 1 日到 6 月 18 日，京东直播场次是去年双十一的 14 倍，日均带货额是去年双十一的 21 倍，18 个品牌直播间破亿，83 个破千万。京东家电直播 GMV 超出今年 1 至 5 月带货 GMV 总额，其中冰箱和洗衣机成交额同比增长 500%，空调同比增长 400%。京东美妆直播总场次超 1.45 万场，累计时长超 3 万小时，参与商家超 1200 家。苏宁直播同样发力明显，6 月 17 日晚“超级买手”直播间，5 个半小时观看人数突破 1.2 亿，直播带货成交额突破 50 亿。

图 4：2020 年 618 期间主要电商平台直播成绩汇总

淘宝直播：6.1首日GMV超51亿

- 6月1日（618正式开售首日）淘宝直播平台实现GMV超51亿。5月25日至6月3日期间，淘宝直播累计超140万场直播开播。5月25日至6月2日，淘宝直播美妆累计开启直播2.4万场，累计观众数量超9.5亿。
- 6月1日至6月16日早上7点，淘宝直播GMV同比增长超过250%，已有13个直播间累计成交过亿。3C数码是增长最快行业之一，华为是首个破亿品牌直播间，冰箱、洗衣机、电视、热水器等品类直播成交率同比大盘实现200%增长。

京东直播：较去年双十一明显提升

- 6月1日到6月18日，京东直播场次是去年双十一的14倍，日均带货额21倍，18个品牌直播间破亿，83个品牌直播间破千万。
- 京东家电直播GMV超出今年1至5月带货GMV总额。其中，冰箱和洗衣机成交额同比增长500%，空调同比增长400%。
- 京东美妆直播总场次超1.45万场，累计时长超3万小时，参与商家超1200家，十几场直播由品牌高管亲自参与，14场直播由明星主持。

苏宁直播：带动在线交易增长693%

- 6月18日24小时全渠道销售规模增长129%，其中，大快消类目订单增长223%，到家业务订单暴增510%，6000+零售云门店销售增长416%，汽车、家装、房产销量增长超5倍。
- 截至6月18日18：00，在线订单增长近7倍，618苏宁门店客流增长210%；6月17日，热搜话题霸屏多达50+，618超级秀销售额破50亿。

资料来源：亿邦动力网，天猫，京东，苏宁，国元证券研究中心

主播方面，薇娅、李佳琦等头部主播依然稳居榜首；品牌自播方面，3C 数码、家电家装品类今年增长迅猛，9 个成交过亿的淘宝直播间中 7 个均来自这类“黑马”行业。根据淘榜单发布的 6.1-6.18 日的淘宝直播巅峰榜，主播薇娅、李佳琦、雪梨、陈洁、烈儿宝贝位列前五，头部地位稳固，同时有 Timor 小小疯、汉小仙等中腰部主播迅速崛起，甚至有 2019 年才入驻淘宝直播的主播如“诗洁 sj”，仅一年多时间就跻身了 TOP20 之列。店铺自播方面，3C 数码、家电家装等此前被认为不适合直播的行业，今年在直播渠道同样实现迅猛增长，9 个成交过亿的淘宝直播间中 7 个均来自这类高客单价的“黑马”行业，天猫商家自播 TOP20 的总排行榜中，3C 数码也占比超过 1/3，并且头部品类均为华为、荣耀、小米、海尔、格力、美的等国产品牌。美妆品类店铺自播排名前十的均为国际品牌，其中雅诗兰黛、兰蔻、欧莱雅排名前三；服饰品类排名前列的也多为国产品牌，前三名分别是百丽、爱朴、Veromoda；食品类品牌中小仙炖、燕之屋两大等新锐燕窝品牌位列头两名，临近端午，五芳斋直播销售额位列第三；珠宝品类中，时光之谜、周大生、卡缇莎位列前三。

表 1：2020 年 6 月 1 日至 18 日淘宝直播主播带货、部分行业品牌自播直播销售额 TOP10

总榜单 TOP10				行业品牌天猫店铺自播榜单 TOP10				
排名	主播榜单	天猫商家自播	集市商家自播	服饰	美妆	数码家电	食品	珠宝
1	薇娅 viya	苏宁易购	ASM ANNA	百丽	雅诗兰黛	苏宁易购	小仙炖	时光之谜
2	李佳琦 Austin	华为	林珊珊 Sunny33 小超人	爱朴	兰蔻	华为	燕之屋	周大生
3	雪梨-Cherie	荣耀	南风小铺 OL 轻复古女包	Veromoda	欧莱雅	荣耀	五芳斋	卡缇莎
4	陈洁 kiki	小米	金蘑菇菇 Mushroom	伊芙丽	SK-II	小米	大希地	周生生
5	烈儿宝贝	海尔	大喜资质独立复古女装	ONLY	后	海尔	良品铺子	恋言
6	Timor 小小疯	格力	吾欢喜的衣橱	云妃秀	Olay	格力	三只松鼠	潘多拉
7	汉小仙	美的	YESWOMEN 小宜定制	优衣库	资生堂	美的	姿美堂	顺玺
8	恩佳 N	雅诗兰黛	Studiolee	奢姿	LA MER	iQOO	认养一头牛	玉馨
9	呼呼美呼	兰蔻	戎美高端女装	太平鸟	HR	小天鹅	壹玖壹玖	瑞元祥
10	祖艾妈	欧莱雅	CC 皮草	Ubras	娇兰	美的空调	百草味	萃玥

资料来源：淘榜单，天下网商，国元证券研究中心

快手直播表现亮眼，主播辛巴复播首场直播 GMV 超 12.5 亿。6 月 1 日至 6 月 18 日期间，快手明星直播带货实现 GMV 总额超过 31 亿元。6 月 14 日，快手主播辛巴时隔近 50 天后复播，直播 7 小时销售额突破 12.5 亿。6 月 16 日，快手电商代言人张雨绮、主持人华少以及快手主播辛巴、散打哥等均开播卖货，合计引导成交额达到 14.2 亿。快手电商持续发力， 2020 年直播引导成交额目标调高至 2500 亿。

表 2：2020 年 6 月 1 日至 18 日快手平台明星主播直播带货情况

直播时间	主播	单场销售额（百万）	带货数量（万）
6 月 11 日	丁磊	76.2	23.3
6 月 14 日	辛巴	1290.0	846.8
6 月 16 日	辛巴	200.0	82.8
6 月 16 日	散打哥	1250.0	71.3
6 月 16 日	张雨绮	287.0	

资料来源：小葫芦大数据，燃财经，国元证券研究中心

抖音加速入局直播，成长势头迅猛。5 月 31 日晚，罗永浩在抖音平台进行首场长达 6 小时的跨夜直播，累计观看人数 1168 万+，全场 GMV 总计 9132 万+。6 月 1 日-6 月 18 日，抖音邀请明星主播张庭、罗永浩、陈赫、鹿晗等直播带货，累计实现 GMV 超 3.5 亿，张庭单场直播 GMV 超 2.5 亿。今年以来抖音直播端的发力非常明显，字节跳动调整组织架构成立专门电商部门，预计抖音电商 2020 年的商品成交额有望达到 2000 亿。

表 3：2020 年 6 月 1 日至 18 日抖音平台明星主播直播带货情况

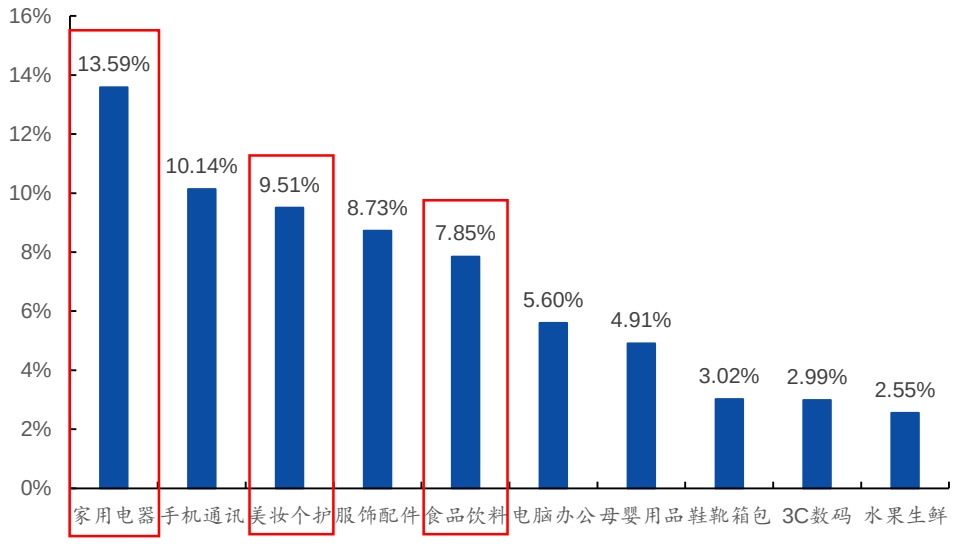
直播时间	主播	单场销售额（百万）	累计观看人数（万人）
6 月 5 日	罗永浩	11.7	312.5
6 月 6 日	张歆艺	4.2	538.0
6 月 10 日	张庭	260.0	1894.3
6 月 11 日	柳岩	4.0	693.5
6 月 12 日	罗永浩	14.2	346.8
6 月 12 日	薛之谦	6.9	644.1
6 月 16 日	陈赫/鹿晗	14.9	2280.1
6 月 17 日	罗永浩	26.0	447.9
6 月 17 日	佘诗曼	8.6	256.7
6 月 17 日	汪峰	3.8	760.5

资料来源：小葫芦大数据，燃财经，国元证券研究中心

3、家用电器、手机通讯、美妆个护销售额位列前三

分品类看，2020 年 618 期间（6.1-6.18）家用电器、手机通讯、美妆个护销售额位列前三，增速方面家用电器、美妆个护、食品饮料增长较快。据星图数据统计，2020 年 618 期间家用电器全网累计销售额占比 13.59%，为所有行业中最高，手机通讯、美妆个护分别占比 10.14%、9.51%，位列二三。增速方面，家用电器、美妆个护、食品饮料行业增长较快，同比增速位列前三，手机通讯、母婴用品同比增速排名第四、第五。

图 5：2020 年 618 全网细分行业销售额分布情况（%）



资料来源：星图数据，国元证券研究中心（注：红色框为全网销售额增速前三行业）

分平台看，天猫平台在美妆个护、食品饮料行业市场份额领先，京东平台家用电器市场份额超过天猫。618 期间，家用电器天猫、京东、拼多多、苏宁易购四大平台贡献

82.3%成交额，其中京东平台占比最高达到 46.1%。美妆个护四大平台占比 79.0%，其中天猫平台市场份额最高为 60.6%，遥遥领先。食品饮料四大平台占比 43.6%，相对分散，其中天猫平台占比最高为 22.3%。

表 4：2020 年 618 全网家用电器、美妆个护、食品饮料行业分平台销售额份额（%）

行业	细分领域	天猫	京东	拼多多	苏宁易购
家用电器行业	大家电	14.5%	31.7%	1.1%	5.4%
	生活电器	7.0%	8.6%	0.7%	1.6%
	厨房电器	4.4%	5.7%	0.6%	1.0%
	平台细分份额	**25.9%**	**46.1%**	**2.4%**	**8.0%**
美妆个护行业	个人护理	50.2%	12.7%	1.4%	0.4%
	美妆	10.4%	2.8%	0.9%	0.2%
	平台细分份额	**60.6%**	**15.5%**	**2.3%**	**0.5%**
食品饮料行业	休闲食品	13.6%	5.2%	2.2%	0.2%
	乳品	7.5%	11.1%	0.7%	0.3%
	饮品	1.2%	1.5%	0.1%	0.0%
	平台细分份额	**22.3%**	**17.8%**	**3.0%**	**0.6%**

资料来源：星图数据，国元证券研究中心

聚焦美妆品类，天猫平台护肤类销售额排名前列的均为知名国际品牌，彩妆类销售额排名前三的品牌中新锐国货品牌占据两席。根据星图数据，618 期间（6.1-6.18）天猫平台护肤品类销售额前五的品牌分别是欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛、Olay、SK-II，均为知名国际大牌；彩妆销售额前五的品牌分别是花西子、3CE、完美日记、YSL、兰蔻，国货新锐品牌花西子和完美日记延续了去年双十一的亮眼表现，位居榜单前列。

表 5：2020 年 6 月 1 日至 18 日天猫个护、美妆品牌销售额 TOP5 及产品均价

排名	个护品牌	均价（元）	美妆品牌	均价（元）
1	欧莱雅	248.3	花西子	129.1
2	Lancome	567.0	3CE	138.5
3	雅诗兰黛	529.4	完美日记	100.8
4	Olay	220.5	YSL	226.7
5	SK-II	629.1	Lancome	278.4

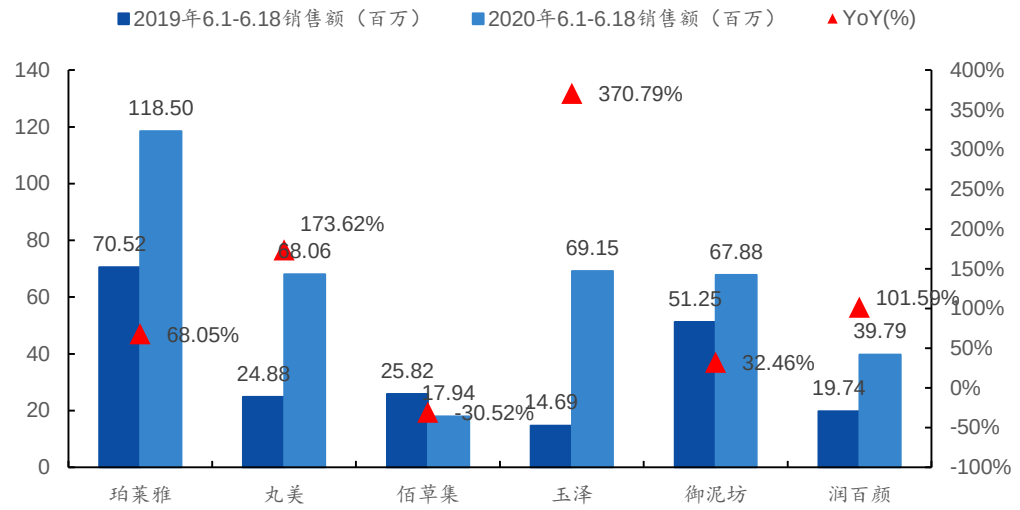
资料来源：星图数据，国元证券研究中心

4、化妆品行业重点上市公司 618 销售情况跟踪

珀莱雅、丸美、玉泽、润百颜均实现高增长，家化旗下其他品牌仍处于调整期。根据爬虫数据，2020 年 6 月 1-18 日，珀莱雅天猫旗舰店销售额破 1 亿，同比增长 68.05%，其中双抗精华+红宝石精华两大单品合计贡献近 15%销售额。丸美天猫旗舰店累计销售额超过 6000 万，同比增长 173.62%，其中眼霜、精华品类贡献至少四成销售额，新品钻光瓶美白精华月销超 1 万。上海家化旗下新爆发的玉泽品牌维持高增长，天猫旗舰店销售额超 6000 万，同比增长 370.79%，其中积雪草修护干面膜与修护保湿霜两大爆款合计贡献超 40%销售额；但公司旗下佰草集同比下滑 25%以上，美加净同比下滑 40%以上，六神同比下滑 15%以上，仍处于调整期。御泥坊天猫旗舰店实

现销售额 6788 万，同比增长 32.46%，其中贴片面膜品类占比约 80%；华熙生物旗下润百颜天猫旗舰店实现销售额 3979 万，同比增长 101.59%，其中次抛类产品占比超 70%；壹网壹创旗下主要运营品牌百雀羚旗舰店成交额约 7000 万，同比出现负增长。

图 6：2020 年 6 月 1 日至 18 日重点上市公司旗下化妆品牌天猫旗舰店销售额情况



资料来源：爬虫数据，国元证券研究中心（此处销售额与同比增速均为爬虫数据抓取，可能与真实成交情况存在一定误差）

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

本报告仅供国元证券股份有限公司（以下简称“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，务必与本公司研究中心联系。网址: www.gyzq.com.cn

国元证券研究中心

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