

第一创业证券研究所

分析师：郭强

证书编号：S1080524120001

电话：0755-23838533

邮箱：guoqiang@fcsc.com

618 大促：家用电器同比高增，宠物产品出海旺盛

核心观点：

- 2025 年 618 全网综合电商销售总额达 8556 亿元（同比+15%）。不同于以往，本次 618 大促有几点明显不同。这次大促采用长效运营，大促周期拉长至 39 天的同时，将整个大促划分为预售、预热、开门红等不同阶段。在规则上则是相比去年更加简化，主推立减折扣，无需凑单。大促中采用了跨平台打通“种草-转化”，如京东 X 小红书“红京计划”，淘宝 X 哔哩哔哩“星伴计划”。消费行为出现分层，比如在囤货选择日用刚需品时会考虑品质，购买美妆、家电数码等产品倾向选择品质有保障的商品。而且，这次大促是一次正好叠加国补的年中大促，家电、数码等品类可享 15%-20% 补贴，京东、天猫等推出叠加优惠。
- 家电品类是今年 618 大促中销售额最高的品类，全网家用电器销售总额达 1101 亿元，相比 2024 年增长明显。空冰洗三个品类都增幅明显：京东 AI 节能空调、新风空调等趋势品类订单量同比增长超 5 倍，中央空调多联机销售额增速超 220%；京东百吋电视机成交额同比增长 260%，购买 85 英寸以上大屏电视的用户占比已超 35%；Leader 三筒懒人洗衣机成为爆款，嵌入式洗衣机销售占比超九成，相关产品销售同比增长超 129%。
- 宠物跨境电商在今年 618 呈现爆发式增长。超 3 万宠物商家参与 618 出海，其中 1000 多个商家跨境成交额同比翻倍。国产品牌强势崛起，618 期间，国产宠粮品牌鲜朗、蓝氏和麦富迪成为最受境外消费者喜爱的宠粮“三甲”，境外成交额排名前五的品牌中，国产品牌占据前四席。另外，宠物相关用品如全自动猫砂盆、宠物自动喂食器、宠物饮水机等亦为外销热门产品。

风险提示：

上述观点主要根据过去数据分析得出，可能因为后续行业竞争格局变化、产品价格下降、新品推广不如预期等原因，而出现最终结果与分析预测结论相背离的情况。仅供投资分析时参考。

一、2025 年 618 大促告别价格战，迈向价值时代

据星图数据，2025 年 618 全网综合电商销售总额达 8556 亿元（同比+15%）。今年 618 大促周期拉长至 39 天（含预售），而 2024 年各平台周期在 21-42 天不等，如天猫 2024 年为 5.24-6.18（26 天），2025 年延长至 5.13-6.20（39 天），周期的拉长是本次大促的重要特点之一，且采用“长周期+强波段”模式，分预售、预热、开门红等多个阶段。但由于今年 618 大促周期与去年有较大差异，同比增长数据仅供参考。与过往不同，今年“618”成为电商行业迈向新阶段的关键节点，呈现出诸多新特征与新趋势。

促销规则简化，淡化价格竞争：今年各大平台摒弃复杂优惠规则，采用直观价格呈现和直接折扣。如天猫“官方立减 15%”、京东“满 200 减 20”神券与百亿补贴组合、抖音“立减折扣”“一件直降”且系统升级、快手整合流量补贴资源。相比去年，消费者无需像过去那样为获取优惠而凑单、计算复杂折扣，这种简化避免了平台间单纯的低价比拼，弱化了价格战氛围。

图 1、规则简化，回归纯粹



资料来源：星图数据、第一创业证券研究所整理

平台策略转变，注重生态构建：平台从关注短期交易转化和价格竞争，转向围绕用户生命周期构建生态。升级会员体系，像京东 PLUS 会员、天猫 88VIP 会员权益升级；与内容平台深度联动，如京东 X 小红书“红京计划”、淘宝 X 哔哩哔哩“星伴计划”；

向品牌商家开放技术能力。而去年更侧重于通过价格优惠吸引消费者，今年这种生态构建策略的转变，表明平台不再将价格作为核心竞争手段。

图 2、打通链路，好内容与好商品跨场域共振



资料来源：星图数据、第一创业证券研究所整理

消费者行为理性，价格敏感度降低：消费者变得更加理性，消费行为呈现分层特征。既注重性价比，也愿意为品质和体验买单。在囤货选择日用刚需品时会考虑品质，购买美妆、家电数码等产品倾向选择品质有保障的商品。比如家电、美容护肤等品类中，高端智能化产品（如追觅 S50 Pro 扫地机器人、可复美胶原棒）和品牌商品（美的、珀莱雅）销售表现突出，这意味着消费者不再单纯因价格低就选择购买，消费者更关注品质而非低价。

图 3、消费升级驱动家电高端智能化、宠物食品功能精细化



资料来源：星图数据、第一创业证券研究所整理

政策协同推进，弱化价格主导：国家补贴政策扩大覆盖面，以“国补+地方补贴+平台让利+商家促销”四重机制，在耐用消费品、智能家电等高客单价品类发挥作用。例如京东将国家补贴纳入 618 运营策略，实现政策红利与商业让利融合。这种补贴模式使消费者能获得实惠，也让平台和商家在价格竞争之外，有了新的吸引消费者的方式，降低了价格战的必要性。

二、家电同比大幅增长

今年“618”家电品类整体和主流企业销售增长明显。全网家用电器销售总额达 1101 亿元，相比 2024 年增长明显。京东平台 3C、家电品类规模、增速稳居行业第一，众多家电家居品类及品牌成交额大幅增长；天猫平台上能从国补中受益的 3C、家电品牌表现突出，占“10 亿元俱乐部”超半数；苏宁易购全国门店客流量、以旧换新订单等均有显著增长。消费者倾向选择功能更强、参数更好的智能、低碳新品。各大家电企业如海尔、美的、格力、火星人等业绩亮眼，推出的新品爆品备受欢迎，下沉市场消费活力足，服务效率及品质也不断提升。

图 4、家电全网销售额为细分品类中最高



资料来源：星图数据、第一创业证券研究所整理

空调：受全国多地高温天气影响，京东 AI 节能空调、新风空调等趋势品类订单量同比增长超 5 倍，中央空调多联机销售额增速超 220%，999 元系列空调在高温区域销售同比增长超 120%。

电视：京东百吋电视机成交额同比增长 260%，购买 85 英寸以上大屏电视的用户占比已超 35%；苏宁易购渠道“百吋大屏彩电+Soundbar（回音壁音响）”套购订单同比增长 175%，家用投影设备同比增长 262%。

洗衣机：据电器杂志，海尔冰洗类产品同比大幅增长，小天鹅“纯平大容量”系列零售额超3亿元，Leader三筒懒人洗衣机成为爆款，嵌入式洗衣机销售占比超九成，相关产品销售同比增长超129%。

三、宠物相关产品出海旺盛

宠物跨境电商在今年618呈现爆发式增长。据封面新闻，超3万宠物商家参与618出海，其中1000多个商家跨境成交额同比翻倍。热门消费市场中，新加坡、马来西亚、澳大利亚跻身海外消费“三强”。618期间，国产宠粮品牌鲜朗、蓝氏和麦富迪成为最受境外消费者喜爱的宠粮“三甲”，境外成交额排名前五的品牌中，国产品牌占据前四席。一大批国产中高端宠粮品牌不仅在国内市场实现销量反超，更快速向海外市场扩张，境外成交额实现20%-80%不等的增长，部分品牌翻倍。

国产宠物智能设备中，全自动猫砂盆、宠物自动喂食器和宠物饮水机成为外销“三大件”。喵享家品牌海外成交额同比增长114%。此外，小宠异宠相关产品增长迅速，以仓鼠和鹦鹉用品为主营业务的国产品牌“它适”冲上小宠行业淘宝海外成交第一名。李佳琦直播间宠物品类销量同比增长73%，宠物国货品牌销量同比增长超120%。除主粮外，宠物保健品、口腔护理用品等细分品类销量翻倍增长，鱼油、益生菌、关节护理片等进入热销榜单。

图5、宠物跨境电商爆发式增长



资料来源：天猫、第一创业证券研究所整理

重要声明:

第一创业证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司研究所的客户使用。本公司研究所不会因接收人收到本报告而视其为客户。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告作出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。

本报告可能在今后的时间内因公司基本面变化和假设不成立导致的目标价格不能达成的风险。

我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。

本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。

本报告版权归本公司所有，未经本公司授权，不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅，任何媒体和个人不得自行公开刊登、传播或使用，否则本公司保留追究法律责任的权利；任何媒体公开刊登本研究报告必须同时刊登本公司授权书，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改，并自行承担向其读者、受众解释、解读的责任，因其读者、受众使用本报告所产生的一切法律后果由该媒体承担。任何自然人不得未经授权而获得和使用本报告，未经授权的任何使用行为都是不当的，都构成对本公司权利的损害，由其本人全权承担责任和后果。

市场有风险，投资需谨慎。

投资评级:

评级类别	具体评级	评级定义
股票投资评级	强烈推荐	预计6个月内，股价涨幅超同期市场基准指数20%以上
	审慎推荐	预计6个月内，股价涨幅超同期市场基准指数5-20%之间
	中性	预计6个月内，股价变动幅度相对基准指数介于±5%之间
	回避	预计6个月内，股价表现弱于市场基准指数5%以上
行业投资评级	推荐	行业基本面向好，行业指数将跑赢基准指数
	中性	行业基本面稳定，行业指数跟随基准指数
	回避	行业基本面向淡，行业指数将跑输基准指数

联系方式:

公司总部	北京办事处
深圳市福田区福华一路115号投行大厦20楼 TEL: 0755-23838888 FAX: 0755-25831718 P. R. China: 518048 www.firstcapital.com.cn	北京市西城区广宁伯街2号金泽大厦东区16层 TEL: 010-63197788 FAX: 010-63197777 P. R. China: 100140