

ebrun亿邦研究院

唯真知·影响电子商务

零售电商生态观察

2021年6月刊

目录

CONTENTS

01 6月零售电商行业发展概况

02 6月零售电商平台发展观察

03 6月零售电商品牌发展观察

04 6月零售电商服务商发展观察

05 7月未来零售展望

01

6月零售电商行业发展概况

— 行业观点

— 生态演进

行业观点：监管政策持续趋严

市场监管总局：研究制定平台价格行为规则

6月1日，市场监管总局表示，将研究制定平台价格行为规则，着力规范平台收费行为，助力个体工商户发展。官方称，近些年来一些平台企业利用资本、数据和技术的优势进行无序扩张，严重损害了中小微企业和个体工商户合法权益，挤压了他们的生存和发展空间，同时利用其优势和垄断地位乱收费、高收费、变相收费、附加不合理交易条件。

电商平台杀熟 低价倾销、独占市场将被罚

市场监管总局对《价格违法行为行政处罚规定（修订征求意见稿）》公开征求意见。经营者违反价格法相关规定，为排挤竞争对手或者独占市场，低价倾销，扰乱经营秩序的，责令改正，没收违法所得，可并处违法所得5倍以下罚款。电子商务平台经营者利用大数据分析、算法等技术手段，根据消费者偏好、交易习惯等特征，对同一商品或服务在同等交易条件下设置不同价格的，可并处上一年度销售总额1‰以上5‰以下的罚款，情节严重的，责令停业整顿，或吊销营业执照。

6月起平台将限制未成年人上网消费、打赏

《中华人民共和国未成年人保护法》修订案经十三届全国人大常委会第22次会议表决通过，将于今年6月1日正式施行。《新修订的未成年人保护法》增设了网络保护专章，从立法角度为未成年人提供网络保护。其中提到，网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理权限管理、消费管理等功能。

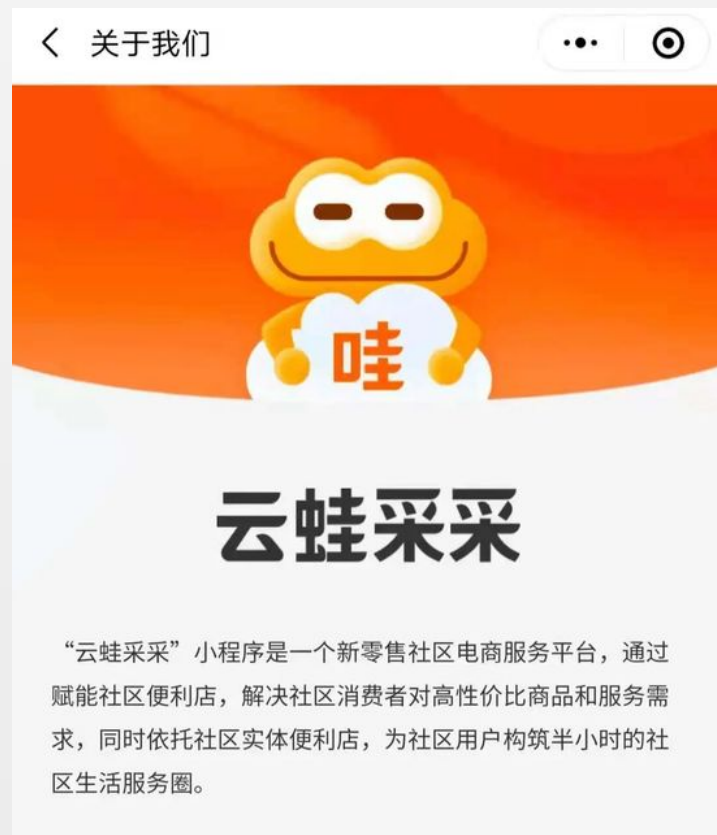
行业观点：微信小程序成各平台新业务的试验地

近期各大平台均在微信小程序中上线或内测新业务，试图依托微信12亿“流量池”，从微信上寻找新的业务增长可能性；微信小程序成为各平台新业务的试验地首选，预计以后将有更多平台在微信小程序上线各种新业务。

美团小店小程序界面（内测中）



云蛙采采小程序官方介绍



行业观点：天猫京东仍是新品牌孵化主要平台

618年中大促落下帷幕，各平台也用不同方式公布新品牌的的成绩；从成绩上看，天猫和京东仍是新品牌的主阵地，而抖音和快手还停留在吸引大牌积累商品供应的阶段，距离成为“新品牌孵化地”仍有一段差距。



- 25万品牌参与618活动，140万新品首发
- 有8200家新品牌在天猫618亮相
- 有459个新品牌获得细分类目TOP 1



- 今年有超200万款新品在京东面世
- 6月1日全天，京东国货新锐美妆成交额同比增长300%
- 京东618全程，咖啡液、燕麦奶、果酒等新兴品类成交额同比增长均超15%



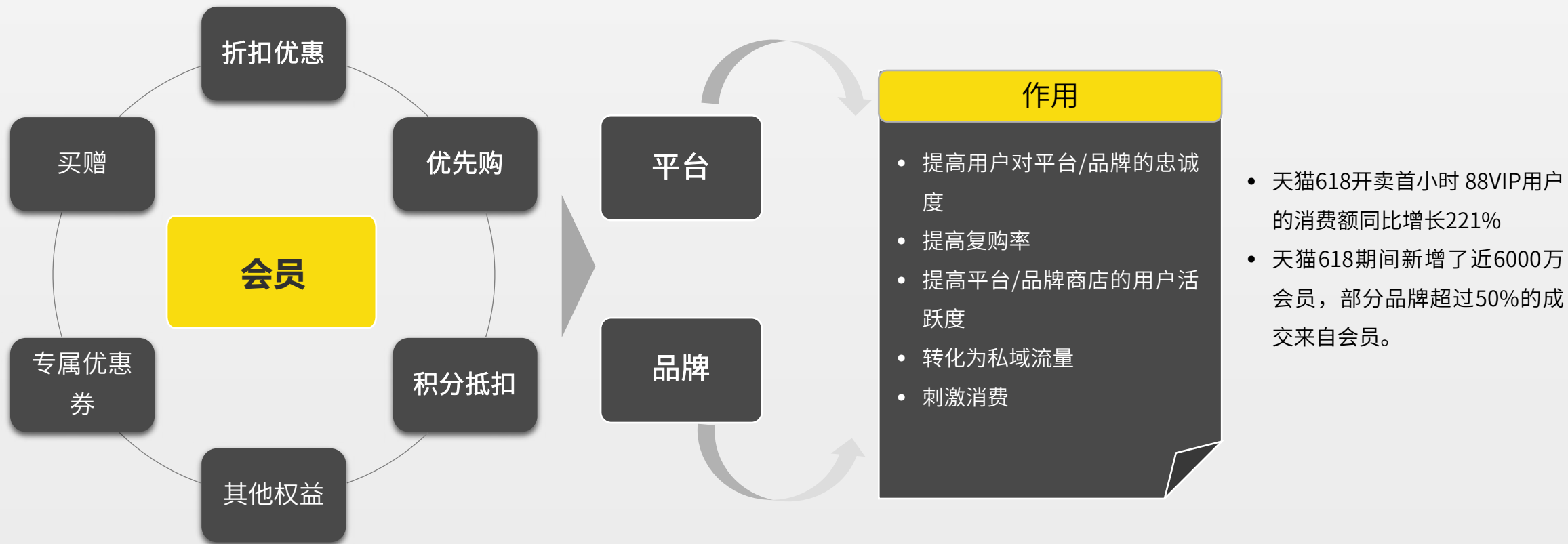
- 抖音618好物节重点推荐的是源头货品和国潮类商品
- 服饰内衣、食品饮料、家居用品、3C数码家电、个护家清、生鲜和本地生活等8个品类榜单中，共出现了10个新消费品牌，其余榜上有名的大部分是传统品牌



- 在播品牌GMV TOP10榜单中，没有新锐品牌
- 快手616的12个类目品牌终极榜单，共出现了7个新消费品牌，其余品牌大部分属于传统品牌

行业观点：实行会员制，是留住用户的未来趋势

各平台和不少品牌开始出现拉新趋饱和的情况，而实行会员制是留住客户的必然趋势；目前电商平台中有天猫的88会员和京东的PLUS会员，预期以后其他电商平台也将会推出会员服务；而品牌也将向着“多平台通用”会员制方式发展。



6月零售电商行业生态演进总结



平台间合作趋频

随着反垄断和反不正当竞争的监管加强，平台主动或被动地打开原有“壁垒”，从而各平台之间有更多的相互合作；例如各大平台均在微信小程序中上线或内测新业务，微信小程序嵌入京东和小红书；预期以后平台间的合作会更趋频繁。



社区团购洗牌开始

前有各大社区团购平台陆续上市集资的繁荣表象，后有“同程生活”宣告破产；市场上C端逐渐遇冷，纷纷尝试B端发展；社区团购业务的处境不容乐观。业务洗牌也提前开始，谁能坚持到最后？但盈利模式不清晰，不一定“坚持就是胜利”。



从流量到“留”量转变

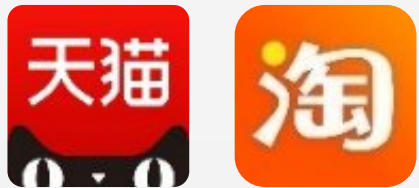
新消费品牌近期负面消息不断，甚至被打上“收智商税”的标签；没有用户沉淀的流量就没有信任感，只有将流量变“留”量，持续打造品牌心智、提高用户忠诚度和复购率，才能做长久的生意。

02

6月零售电商平台发展观察

- 天猫&淘宝（大淘系）
- 快手
- 微信
- 美团
- 京东
- 平台投资大事记
- 拼多多
- 其他平台
- 抖音

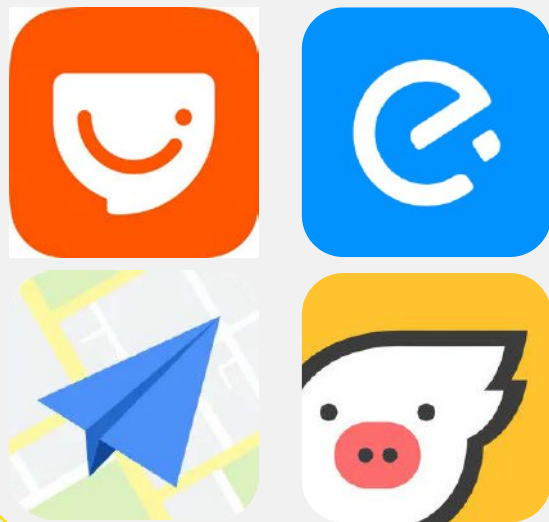
大淘系：大调整，进军本地生活和社区团购



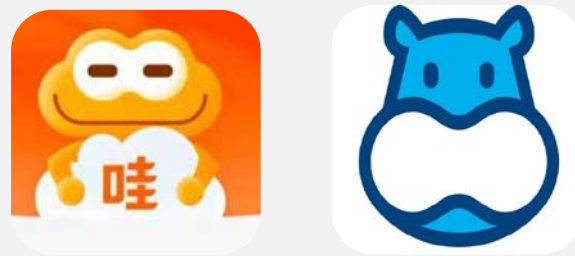
6月阿里进行业务调整，把本地生活、高德、飞猪组成生活服务板块；微信端上线社区团购小程序“云蛙采采”与盒马鲜生共同为社区用户构筑半小时社区生活服务圈；经过调整后，阿里进军本地生活和社区团购的态度和步伐将更加坚定。



- 基于地理位置服务的阿里本地生活、高德、飞猪组成生活服务板块



- 微信端上线社区团购小程序“云蛙采采”（是否与盒马的社区团购业务重叠，待最终推出确定）
- 盒马鲜生上线新的社区电商项目“盒马邻里”



微信：公域私域流量合并，加速打造泛生态电商闭环



微信小程序已陆续打通小红书、京东等多个微信之外的生态接入，以及短信等外链接入；把公域流量和私域流量合并引进小程序，从而小程序、视频号、直播的流量内循环，已打造出明确的从外到内的泛生态电商闭环。

预计微信小程序将会与更多平台合作，把公域流量引进小程序。



京东：利用供应链能力为合作伙伴降本增效



18岁的京东拥有员工37万人（含非上市公司部分），2020年收入超过7458亿元，服务着5亿用户、数百万合作伙伴。在未来十年计划，提出将打造新一代基础设施，以帮助合作伙伴降低流通成本、提升经营效率，降低先进技术的应用门槛为目标。



拼多多：求变心切，业务升级



市场竞争更为激烈、拉新增长已到瓶颈且获客成本居高难降，增加营收和创造盈利是拼多多未来经营重点。拼多多如今模仿淘宝打造天猫模式，打造出“群买买”进军高端市场，进行业务升级尝试。



- 进军高端市场
- 官方直营
- 打造品牌特卖平台

- 用户增长瓶颈
- 长期战略确定性
- 营收和盈利压力

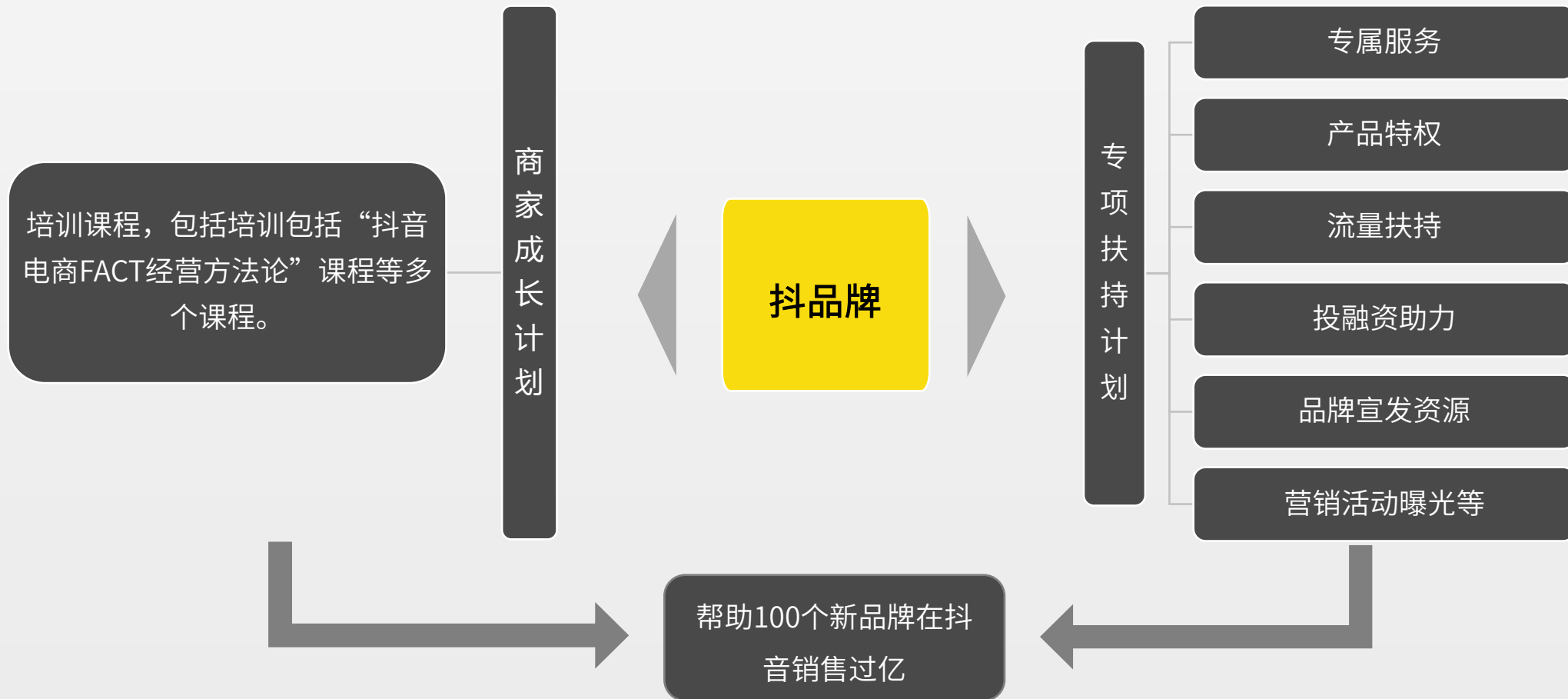


群买买小程序界面

抖音：推出“抖品牌”，争当新品牌孵化地



抖音本月陆续推出“发光吧 抖品牌”商家成长计划和“抖品牌专项扶持计划”，目标在未来一年帮助100个新品牌在抖音销售过亿，意味着抖音已开始加入新品牌孵化的争夺。



快手：内容向多元化扩张



快手在尝试业务无边界的同时，也在进行内容进行细化扩张，涵盖了美食、体育、知识、短剧、汽车等几十个内容与行业垂类，以内容的多元化来带动用户的增长与留存。

- 推出大型直播活动“快手新知播”，即日起至9月24日，邀请超1000名专业知识大咖，联动上百家行业头部平台、机构，带来上万场知识直播，覆盖16个实用品类。

- 周杰伦入驻快手，这是周杰伦入驻的首个中文社交媒体；
- 快手逐步搭建起了更完整的明星生态。



- 获得东京奥运会及北京冬奥会转播权；
- 成CBA官方直播、短视频平台

- 《2020快手短剧生态报告》显示，快手小剧场收录短剧超两万部，播放量破亿的剧集超2500部；
- 每天观看短剧的人数已经超过2.1亿，观看总时长达3500万小时。

美团：美团小店，电商业务破局尝试



美团6月在微信小程序中低调内测“美团小店”（使用微信商店提供的模板），直接切入微信小程序端口切入方式与“团好货”的不同；无论美团小店是定位自营电商、业务升级、还是最后与团好货合并，都说明美团对于电商业务在进行新的破局尝试。



美团APP APP 小程序

VS 拼多多

VS 聚划算

小程序

自营?

升级尝试?

合并团好货?



平台投融资大事记

腾讯投资宠物用品提供商“宠幸宠物”，持股7.18%

6月4日消息，上海宠幸宠物用品有限公司发生工商变更,新增股东广西腾讯创业投资有限公司，持股7.18%。同时,公司注册资本由221.51万元人民币增加至260.65万元人民币，增幅为17.67%。宠幸宠物是一家宠物用品提供商，公司成立于2004年，法定代表人为吕少华，经营范围包含：从事宠物饲料领域内技术开发、技术咨询、技术服务，宠物用品开发、设计等。

腾讯入股宠物服务与零售品牌宠物家

天眼查App显示，北京昊唐科技有限公司发生工商变更，新增广西腾讯创业投资有限公司为股东，同时注册资本由约1387万人民币增至约1692万人民币，增幅约22%。

字节跳动关联公司入股微念，后者为李子柒签约公司

李子柒签约公司杭州微念品牌管理有限公司发生工商变更，新增字节跳动关联公司北京量子跃动科技有限公司为股东，同时，公司注册资本由约704.05万人民币增加至约717.47万人民币。

其他平台信息

要闻录

- **苏宁易购分别转让5.59%和16.96%股权**

6月，公司股东苏宁电器集团将5.59%股份转让给新零售基金，转让价总额为31.824亿元。新零售基金的股东为江苏省国信集团有限公司、江苏交通控股有限公司、江苏省农垦集团有限公司、江苏高投资产管理有限公司。

7月5日，江苏省、南京市国资牵头成立江苏新新零售创新基金二期（有限合伙），总规模为88.3亿元人民币，邀请华泰证券、阿里、小米、海尔、美的、TCL产业投资人参与。公告显示，基金将获得苏宁易购16.96%股权，以支持苏宁易购应对流动性问题、稳定企业融资环境、促进企业稳定经营、持续发展。江苏和南京方面将协调省内各金融机构对苏宁易购恢复授信至合理水平。协议转让完成后，苏宁易购将不存在控股股东、实际控制人。

- **B站测试发红包功能**

B站近期在测试一个有关用户在聊天时可以发红包的功能。该功能位于哔哩哔哩App中的“一起看”功能内的聊天界面里。这款B站红包叫“放映室红包”，发红包的具体操作则是，点击聊天框中的“发红包”按钮，然后设置好金币(B站内的虚拟币)，再点击发送即可在聊天界面中形成红包。

- **网易严选上线“选巷”社区**

网易严选App上线“选巷”社区，平台将该功能定位为“一起分享不同，发现更多生活选项”。此前，“选巷”的入口为“值得买”，网易严选或将引入头部KOL来加速社区生态的构造。

- **转转集团完成1亿美元D1轮融资**

转转集团宣布已经完成1亿美元D1轮融资，由小米集团领投，尚城资本、顺为资本跟投。累加此前宣布的C轮3.9亿美元融资和转转旗下to B交易平台采货侠的融资，过去半年时间里转转集团的总融资额已近5.5亿美元。

要闻录

- **叮当快药港股IPO**

6月23日晚间消息，互联网健康到家服务平台“叮当快药”向港交所递交上市申请，中金与招银国际为联席保荐人。招股书显示，叮当快药2018年-2020年的收入分别为5.846亿元，12.76亿元，22.29亿。截至2021年3月31日止三个月，叮当快药收入为7.80亿元。该公司2018年至2020年复合增长率为95.2%。该公司2021年第一季度净亏损为7.64亿元，经调整净亏损为8821.2万元。

- **苏宁易购新增《抖音小店销售管理细则》7月2日生效**

苏宁易购发布公告称，为适应抖音小店业务的发展，营销良好的经营秩序，现将新增《抖音小店销售管理细则》。该规则新增于2021年6月25日公示，将于2020年7月2日生效。据悉，新增规则涉及抖音申请准入要求、商品管理要求、物流配送服务、商品退换货服务、投诉升级约定、考核执行等方面。

- **苏宁家乐福升级六大生鲜仓**

6月3日，家乐福宣布与快行天下战略合作，并启动全国生鲜仓全面升级，仓库订单的处理能力提升至未升级前的3倍。另据天眼查，上海快行天下供应链管理有限公司发生工商变更，新增股东浙江菜鸟供应链管理有限公司。菜鸟供应链持股比例约40%

03

6月零售电商品牌发展观察

- 主要类目品牌商大事记
- 主要类目618电商交易排行榜

品牌商大事记

——要闻录

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

2020年全球消费方便面约1166亿份，中国消费量占四成

世界方便面协会数据显示，2020年全球消费方便面约1166亿份，其中中国消费量占四成。

可口可乐正式进军中国含酒精饮料市场

可口可乐公司在中国市场首次推出含酒精饮料——托帕客（Topo Chico）硬苏打气泡酒。已于6月1日在可口可乐天猫旗舰店正式发售，后将陆续登陆更多电商和新零售渠道。

中国邮政成立奶茶店，名为“邮氧的茶”

6月4日，“中国邮政成立奶茶店”登上微博热搜，这家奶茶店位于福建省福州市，一位“邮氧的茶”店员称，奶茶店属于中国邮政旗下恒泰药业有限公司体系，已开店好几个月。

喜茶即将完成新一轮融资，估值600亿

喜茶最新一轮融资即将落定。经过多方确认，喜茶本轮投资方均为老股东，融资过程持续数月，而估值达到前所未有的600亿元，再次刷新了中国新式茶饮的融资记录。目前喜茶背后投资方阵容盛大，出现了IDG资本、何伯权、美团龙珠资本、红杉中国、黑蚁资本、腾讯、高瓴、Coatue等。

百草味开放线下门店加盟

6月6日，百草味首家加盟店“百草味(O)零食优选”在温州试营业，百草味对线下门店合作共开放加盟和联营两种模式，从前期选址、选品、价格政策、营销支持、装修到开业后的日常运营，百草味均会提供品牌方支持。

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

融资目的或
品牌介绍

投资方

金额

轮次

类型

品牌

品牌	类型	轮次	金额	投资方	融资目的或品牌介绍
CHALI	茶饮	-	数亿元	GGV纪源资本、碧桂园创投、新浪微博、易凯资本	融资将会用于加快供应链茶叶深加工技术创新以及品牌建设
茶小空	茶饮	A轮	数亿元	光速中国、DST、五源资本、动域资本	茶小空Teakoo是国产茶叶品牌，主打不限水温、即泡即饮的超萃袋泡茶产品
沪上阿姨	茶饮	追加投资	近亿元	嘉御基金	获得新的融资后，品牌将在门店、供应链等方面进行升级，构筑品牌的核心壁垒
好望水	茶饮	-	-	黑蚁资本、不二资本、华创资本、德迅投资	好望水是一家新式草本气泡果汁品牌
乐体控	饮品	A轮	近亿元	不二资本、创新工场、洪策资本、天图资本	乐体控是专注于高膳食纤维健康食品的新消费品牌
椿风	饮品	A轮	数千万元	-	椿风是一个养身茶饮品牌，专注于为年轻人提供健康的养身茶饮

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

融资目的或
品牌介绍

投资方

金额

轮次

类型

品牌

品牌	类型	轮次	金额	投资方	融资目的或品牌介绍
TNO	茶饮	A轮	数千万元	南京星纳赫源创资本、尚承资本	资金将用于品牌研发、团队建设、产品和市场营销
爱视小爱浆	乳饮	战略融资	1亿元	东峰资本	融资将投入在产品研发、数字化营销、渠道拓展等方面
永璞咖啡	咖啡	A+轮	5000万元	众源资本、麦星资本	资金将主要用于市场推广、品牌升级及供应链能力提升
三顿半	咖啡	-	数亿元	中信产业基金、IDG、GGV、内向基金	-
水獭吨吨	咖啡	-	-	-	-
每日盒子	茶饮	天使轮	千万元	不惑创投	融资将主要用于品牌建设、新品研发、市场推广等
每日盒子	饮品	天使轮	近千万元	梅花创投	每日盒子定位新一代植物蛋白饮料品牌，目标是做传统植物蛋白饮料的品类升级

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

融资目的或 品牌介绍

投资方

金额

轮次

类型

品牌

品牌	类型	轮次	金额	投资方	融资目的或品牌介绍
十月稻田	粮油	B轮	14.5亿元	红杉资本中国基金、云锋基金联合、CMC资本、泰合资本、启承资本	十月稻田是一家大米杂粮产品种植加工商，主要有东北大米、五谷杂粮、代餐粉等产品
十月稻田	米粉	B+、C轮	亿元	沅途资本、番茄资本、豪客来、imo资本、idg资本、森马投资	融资将用于加强产品研发、销售体系的搭建、市场拓展等
霸王	调味品	A轮	数千万	金鼎资本	融资将用于加强产品研发、销售体系的搭建、市场拓展等
美鑫食品	方便食品	A轮	数千万	金沙江创投、泽盛创投、德迅投资	资金将主要用于产品研发、品牌营销以及电商渠道闭环打造
黄小猪	零食	天使轮	近千万元	不惑创投	资金将用于品牌推广、渠道拓展、产品研发及团队招募
脆猫猫	植物肉	天使轮	数百万元	杭州拱墅区人民政府	融资将用于产品研发和市场拓展等

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

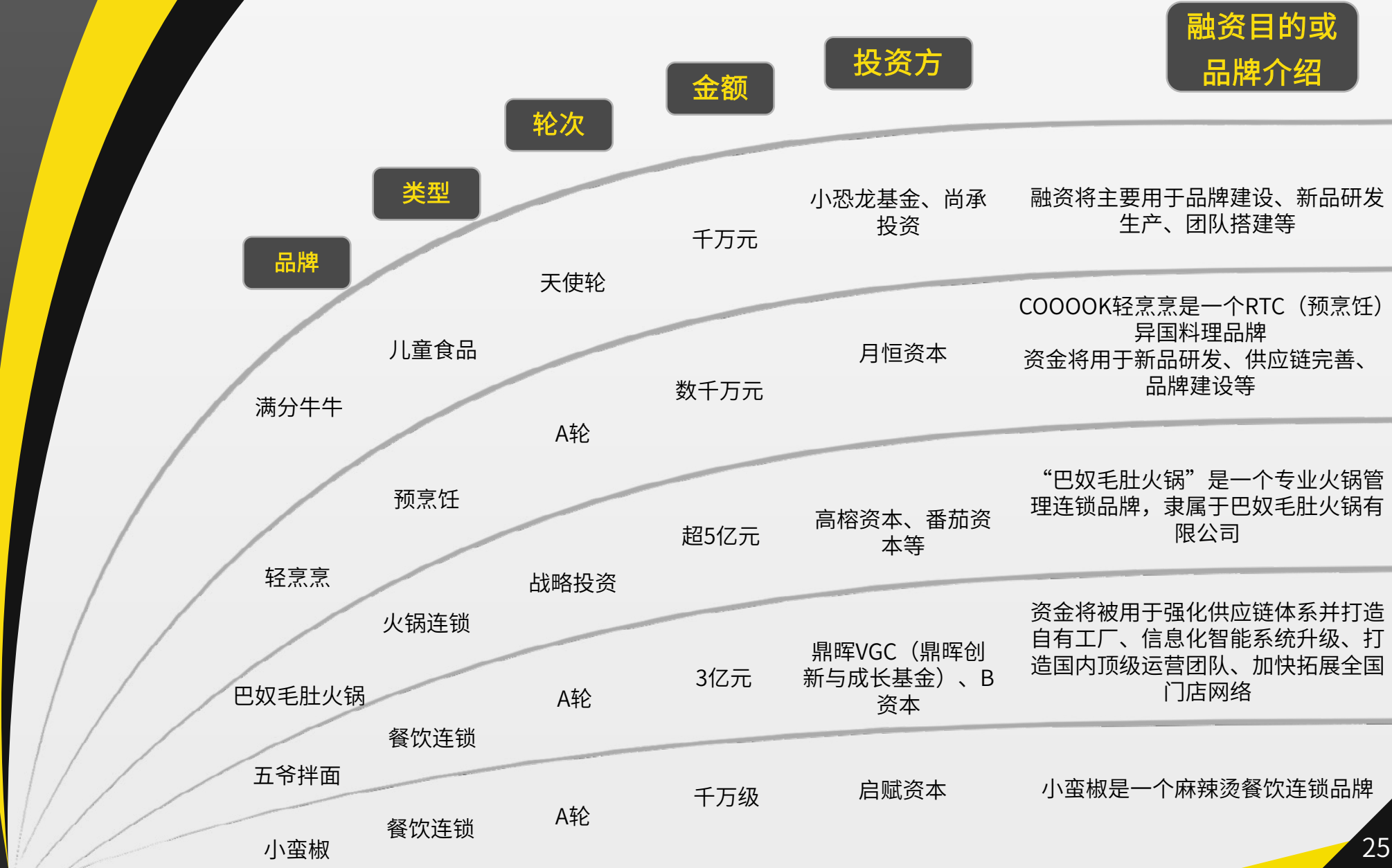
美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等



品牌商大事记

——要闻录

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

IDC预计2021年智能手机出货量预计将达到13.8亿台

2020年全球物联网支出达到6904.7亿美元，在连续两个季度的正增长之后，国际数据公司(IDC)提高了对全球智能手机市场的近期预测。IDC全球季度手机追踪显示，2021年，智能手机出货量预计将达到13.8亿台，比2020年增长7.7%。这一趋势预计将持续到2022年，年同比增长3.8%，出货量总计14.3亿台。

高瓴投资特步10亿港元

瓴对特步及其旗下公司投资约10亿港元。有消息称，双方属于深度合作，高瓴会占到特步环球20%的股份，并向特步派驻董事。此次高瓴与特步建立战略性伙伴合作，主要将目光放在特步旗下“盖世威”与“帕拉丁”两大品牌上。

李宁公司预告2021年上半年纯利已超去年全年

6月28日，李宁公司发布盈利预喜，预期截至2021年6月30日止六个月将录得纯利不少于人民币18亿元，远超2020年同期录得的纯利人民币6.83亿元。

爱慕股份正式上市，市值达121亿

爱慕股份新股上市，5月31日上交所上市，发行价为20.99元。

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

融资目的或
品牌介绍

投资方

金额

轮次

类型

品牌

品牌	类型	轮次	金额	投资方	融资目的或品牌介绍
优时颜	护肤	A轮	亿元级	弘毅创投、红杉资本	UNISKIN优时颜有UNI系列、眼部护理、精华系列、手部护理等主要四条产品线
优时颜	护肤	A轮	过亿元	红杉资本、老虎基金	融资将主要用于产品研发、品牌建设和组织调整等
AOEO	护肤	天使轮	数千万元	启荣创投、青锐创投	融资将主要用于产品研发，供应链开发、扩建团队、品牌体系搭建及会员社群建设
YOKIA	护肤	-	数千万	不二资本	融资将主要用于团队组建、研发生产、供应链运营和终端渠道铺设
C咖	口腔护理	B轮	1.6亿元	DCM、光速中国、BAI资本、海阔天空创投	BOP品牌定位于针对新一代年轻人的口腔美妆化品牌，产品线已覆盖漱口水、口喷、牙贴等品类
BOP	个人护理	战略投资	-	小米集团	inFace茵菲斯是个人护理美容品牌

品牌商大事记

——投融资

融资目的或
品牌介绍

投资方

金额

轮次

类型

品牌

食品 药品 保健品

个人用品
美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品
日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目
宠物 汽配 图书 等

资金将用于品牌建设、线下渠道
发展和补充运营资金

金鼎资本、祥峰投资、
拉芳基金

超5000万元

B+轮

婴童洗护

资金将主要用于供应链打造、店
铺拓展及团队建设等方面

青松基金

千万级

戴可思

天使轮

潮流服饰
量贩集市

融资将用于加快销售增长、拓展
全球零售网络、并为潜在收购项
目提供资金

C资本

数千万美金

919氢仓

A轮

潮流配件

CASETiFY

品牌商大事记

——要闻录

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

美的 2020 年度营收 2842 亿元，家用空调线上份额全网第一

美的集团发布了业绩公告，2021 年第一季度营收约 825.04 亿元，同比增长 42.22%；净利润约 64.69 亿元，同比增长 34.45%。2020 年美的集团实现营业收入 2842 亿元，同比增长 2%；归母净利润 272 亿元、同比增长 12%。美的集团在年报中称，2020 年，美的家用空调的全渠道份额提升明显，线上市场份额接近 36%，全网排名第一，线下市场份额也超过 33%。

品牌商大事记

——投融资

融资目的或
品牌介绍

食品 药品 保健品

个人用品
美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品
日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目
宠物 汽配 图书 等

品牌	类型	轮次	金额	投资方
母婴家居	天使轮	天使轮	1.85 亿元	ATM 基金 澳优乳业 泰合资本等
麦酷酷	天使轮	天使轮	超千万元	险峰K2VC 住范儿
睡眠家居	天使轮	天使轮	千万元	险峰长青
半日闲	天使轮	天使轮	千万元	险峰长青
童装	天使轮	天使轮	千万元	险峰长青
星巷	天使轮	天使轮	千万元	险峰长青
云麦	C2轮	C2轮	2亿元	乐耕资本 长润资本 璀璨资本 明势资本

融资主要用于产品研发投入、拓展全球门店、自动化物流以及高端人才引进等方面，为品牌的升级发展助力

融资将主要用于团队建设、产品研发以及供应链优化

融资将用于品牌建设、产品中台搭建及供应链优化

融资将主要用于加速新品研发、品牌建设与全球渠道拓展

品牌商大事记

——要闻录

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

腾讯投资宠物用品提供商“宠幸宠物”，持股7.18%

6月4日消息，上海宠幸宠物用品有限公司发生工商变更,新增股东广西腾讯创业投资有限公司，持股7.18%。同时,公司注册资本由221.51万元人民币增加至260.65万元人民币，增幅为17.67%。宠幸宠物是一家宠物用品提供商，公司成立于2004年，法定代表人为吕少华，经营范围包含：从事宠物饲料领域内技术开发、技术咨询、技术服务，宠物用品开发、设计等。

腾讯入股宠物服务与零售品牌宠物家

天眼查App显示，北京昊唐科技有限公司发生工商变更，新增广西腾讯创业投资有限公司为股东，同时注册资本由约1387万人民币增至约1692万人民币，增幅约22%。

泡泡玛特在安徽成立贸易新公司，经营范围含化妆品零售等

6月15日，安徽泡泡玛特贸易有限公司成立，法定代表人为周培培，注册资本500万人民币，经营范围包括日用百货销售；服装服饰零售；化妆品零售；自动售货机销售等。股东信息显示，该公司由北京泡泡玛特文化创意有限公司100%持股。

品牌商大事记

——投融资

食品 药品 保健品

个人用品

美妆 鞋服 运动 箱包
奢侈品 3c 等

家庭用品

日用百货 家电 母婴
家具 家纺 等

其他类目

宠物 汽配 图书 等

融资目的或
品牌介绍

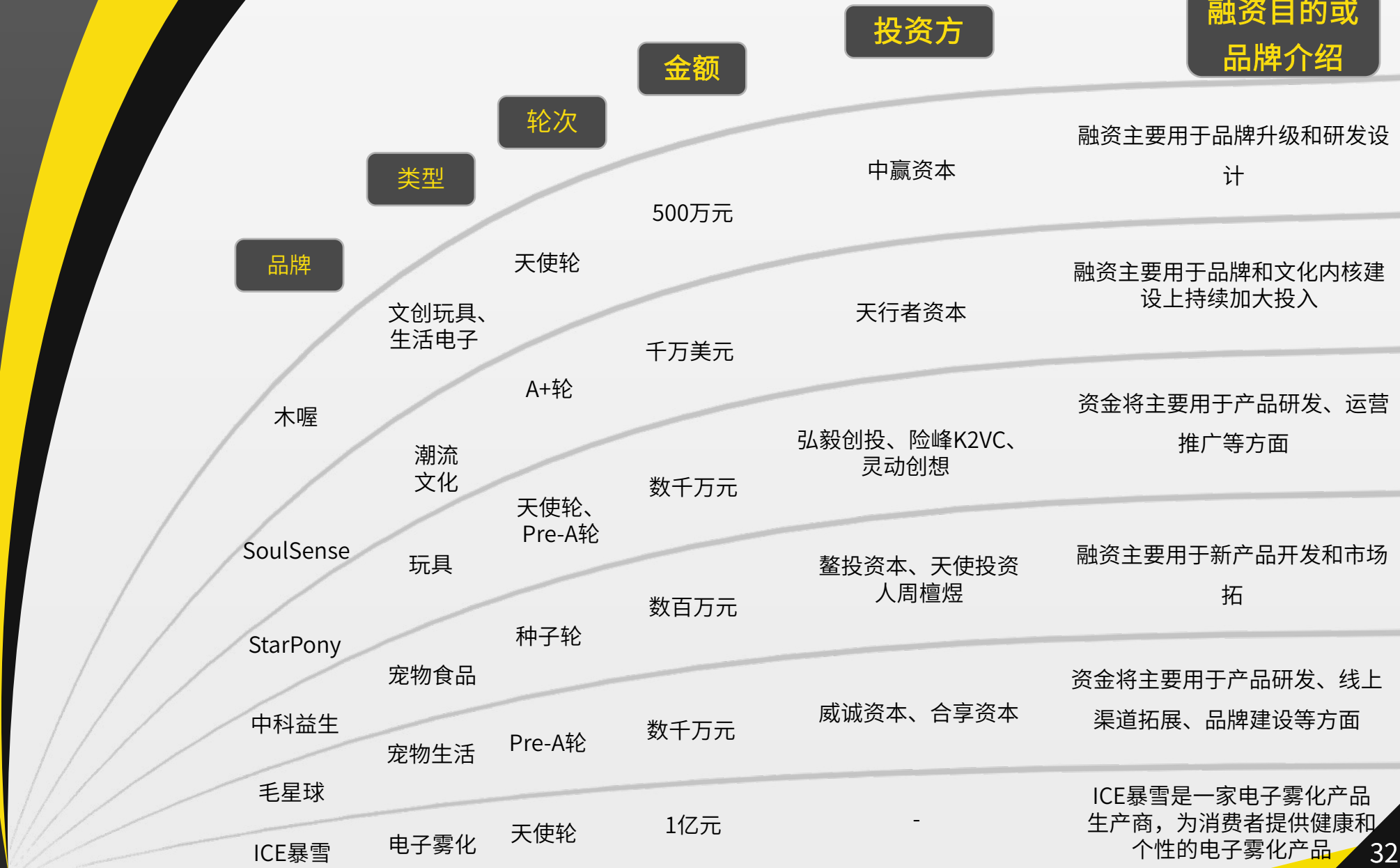
投资方

金额

轮次

类型

品牌



618天猫重点品类TOP10品牌排行



男装

- 1 Uniqlo/优衣库
- 2 playboy/花花公子
- 3 南极人
- 4 HLA JEANS
- 5 Youngor/雅戈尔
- 6 menshark
- 7 GXG
- 8 Romon/罗蒙
- 9 Beaster
- 10 恒源祥



女装/女士精品

- 1 Uniqlo/优衣库
- 2 Vero Moda
- 3 Mo & Co. /摩安珂
- 4 ONLY
- 5 UR
- 6 COS
- 7 SANDRO
- 8 Teenie Weenie
- 9 ZARA
- 10 Miss sixty



美容护肤/美体/精油

- 1 L'OREAL /欧莱雅
- 2 Estee Lauder/雅诗兰黛
- 3 Lancome/兰蔻
- 4 Olay/玉兰油
- 5 SHISEIDO
- 6 Winona/薇诺娜
- 7 SK-II
- 8 PROYA/珀莱雅
- 9 LA MER/海蓝之谜
- 10 SKINCEUTICALS/修丽可



彩妆/香水/美妆工具

- 1 COLOR KEY
- 2 PERFECT DIARY/完美日记
- 3 花西子
- 4 3CE/三熹玉
- 5 圣罗兰/YSL
- 6 Estee Lauder/雅诗兰黛
- 7 GIORGIO ARMANI/阿玛尼
- 8 MAC/魅可
- 9 Lancome/兰蔻
- 10 Maybelline/美宝莲

618天猫重点品类TOP10品牌排行



大家电

- 1 Midea/美的
- 2 海尔/Haier
- 3 格力
- 4 西门子/SIEMENS
- 5 Xiaomi/小米
- 6 AUX
- 7 Hisense
- 8 Little Swan/小天鹅
- 9 TCL
- 10 统帅



手机

- 1 苹果/APPLE
- 2 Xiaomi/小米
- 3 HUAWEI
- 4 vivo
- 5 OPPO
- 6 honor/荣耀
- 7 OnePlus/一加
- 8 Samsung/三星
- 9 Realme
- 10 Meizu/魅族



生活电器

- 1 TINECO/添可
- 2 ECOVACS/科沃斯
- 3 Midea/美的
- 4 NARWAL/云鲸
- 5 dyson/戴森
- 6 Airmate/艾美特
- 7 格力
- 8 roborock/石头
- 9 MIJIA/米家
- 10 飞利浦/PHILIPS



厨房电器

- 1 Midea/美的
- 2 苏泊尔/SUPOR
- 3 Joyoung/九阳
- 4 Bear/小熊
- 5 沁园
- 6 A. O. Smith/史密斯
- 7 Galanz/格兰仕
- 8 海尔/Haier
- 9 MORPHY RICHARDS/摩飞电器
- 10 Xiaomi/小米

618天猫重点品类TOP10品牌排行



住宅家具

- 1 林氏木业
- 2 CHEERS/芝华仕
- 3 SLEEMON/喜临门
- 4 QuanU/全友
- 5 KUKa/顾家家居
- 6 金可儿
- 7 AIRLAND/雅兰
- 8 原始原素
- 9 DE RUCCI/慕思
- 10 爱果乐



洗护清洁/卫生巾/纸/香薰

- 1 Vinda/维达
- 2 whisper/护舒宝
- 3 Walch/威露士
- 4 洁柔
- 5 心相印
- 6 清风
- 7 SOFY/苏菲
- 8 奥妙
- 9 safeguard/舒肤佳
- 10 Dove/多芬



零食/坚果/特产

- 1 Three Squirrels/三只松鼠
- 2 BE&CHEERY/百草味
- 3 良品铺子
- 4 王小卤
- 5 比比赞
- 6 周黑鸭
- 7 欧贝拉
- 8 来伊份
- 9 Lay's/乐事
- 10 泓一



运动服/休闲服装

- 1 斐乐/Fila
- 2 李宁/Lining
- 3 安德玛
- 4 Adidas/阿迪达斯
- 5 耐克/Nike
- 6 安踏/ANTA
- 7 DESCENTE/迪桑特
- 8 露露乐檬/LULULEMON
- 9 特步
- 10 Skechers/斯凯奇

04

6月零售电商服务商发展概况

- 服务商大事记：要闻录
- 服务商大事记：投融资
- 服务商案例：营销转化案例

服务商大事记

——要闻录

软件服务

营销服务

代运营服务

物流服务

其他服务

(安全、大数据)

微盟支持智慧零售商家接入支付宝小程序

微盟宣布支持智慧零售商家接入支付宝小程序，以提升商家运营能力。智慧零售商家可通过支付宝首页搜索或者扫二维码进入到小程序页面，注册后与微盟授权绑定，即可开启一站式运营。支付宝将为其提供全方位支持，助力商家拓展经营。据支付宝官方数据显示，其小程序月活用户突破6亿，上线数量超200万。此前，微盟智慧餐饮已完成支付宝小程序的接入。

服务商大事记

——投融资

软件服务

营销服务

代运营服务

物流服务

其他服务
(安全、大数据)

融资目的或
品牌介绍

投资方

金额

轮次

服务商

3000万
美元

B轮

某美元基金、五岳资本、君联资本、经纬中国、晨晖创投

融资将主要用于供应链扩充、市场投放、渠道扩张，以及核心团队的补充。

妃鱼

服务商大事记

——要闻录

软件服务

营销服务

代运营服务

物流服务

其他服务

(安全、大数据)

宝尊电商全资收购奕尚

中国品牌电商服务商宝尊电商有限公司宣布其与时尚品牌电商解决方案提供商上海奕尚网络信息技术有限公司（“奕尚”）签署最终协议，以全现金的交易方式收购奕尚100%股权，预计本次交易将于2021年三季度完成。

资料显示，奕尚成立于2008年，总部位于上海，是一家专注于将国际时尚品牌引入中国的电商解决方案提供商。

优趣汇7月12日在港上市

优趣汇是一家中国品牌电子商务零售及批发解决方案提供商，专注于日本品牌快速消费品，包括美妆产品及个人护理产品，截至最后实际可行日期，公司为28个品牌合作伙伴及其66个品牌提供品牌电子商务解决方案，其中58个品牌来自日本。

京东美妆代运营第一股数聚智连申请IPO

6月23日，深交所创业板受理了OLAY、欧舒丹等美妆品牌代运营商北京数聚智连科技股份有限公司（下称：数聚智连）的IPO申请，该公司首次披露招股书，计划募资8亿元。

服务商大事记

——要闻录

软件服务

营销服务

代运营服务

物流服务

其他服务

(安全、大数据)

今年中国快递业务量突破400亿件仅用时5个月

国家邮政局实时监测数据显示，截至今年中国快递业务量已突破400亿件，接近2017年全年水平，日均业务量超过2.66亿件，日均服务用户超过5亿人次，行业服务民生作用更加凸显。国家邮政局预计，2021年全年快递业务量将超过950亿件。今年快递业务量突破400亿件用时仅5个月，比2020年提前约2个月，再次刷新纪录。

国家邮政局：618期间全国快递业务量完成65.9亿件 最高日处理量超4亿件

国家邮政局监测数据显示，今年“618”活动期间（6月1日-20日），全行业揽收快件超65.9亿件，同比增长24.24%，与2019年同期相比增长84.16%。最高日处理量超过4亿件，同比增长11.66%，与2019年同期相比增长67%，比日常处理量高出25.86%。

中国邮政全面提速：主要城市可享次日达甚至次晨达

中国邮政正式启动全面提速，主要内容涵盖了寄递全面提速、全网邮路优化、航空高铁运力支撑和自有干线车辆的规模不断扩大。据悉，此次大提速共覆盖全国1000多个城市，将在全国多省市地区将实现运邮次日达。

宁波规定义乌广东件派费不得低于1元

宁波市邮政管理局官网发布消息称，已组织约谈了中通、圆通、百世、申通、韵达宁波地区负责人，一是要求立即停止乱下指标、乱降派费、乱罚款、低价竞争等影响行业健康发展的乱象，下达的指标数不得高于30%增长数，各品牌要统一派费标准，义乌、广东件的派费不得低于1元并不得低于二年前的派费标准；另外，管理局在慈溪等地查获用上海面单取货的行为。

服务商大事记

——要闻录

软件服务

营销服务

代运营服务

物流服务

其他服务

(安全、大数据)

顺丰同城急送正式接入微信物流服务体系

顺丰同城急送宣布目前已正式接入微信物流服务体系。此次针对微信生态，顺丰同城急送接入了两种服务模式——“微信物流服务API接口模式”和“微信物流服务组件模式”。

顺丰控股：同城实业已于6月30日提交赴港上市申请

同城实业发行H股事项的相关资料于2021年6月30日刊登于香港联交所网站，该申请版本为同城实业按照香港证券及期货事务监察委员会及香港联交所的要求刊发，为草拟版本，并未定稿且所载资料可能会适时作出更新及变动。

京东物流与小米有品合作，共建华北仓配中心

“京东物流”微信公众号6月12日称，京东物流与新生活方式电商小米有品联合打造的华北仓配中心在天津市武清区正式开仓运营。根据合作规划，该仓配中心将为小米有品在华北、东北、内蒙等地区的全品类商品，提供集货、分货、仓储、包装、配送等一站式物流服务，是其日常运营和保障大促中非常关键的供应链基地，也是双方全面深化一体化供应链合作的又一次升级。

菜鸟正式开通中国至非洲跨境包裹专线

菜鸟正式开通中国-非洲跨境包裹专线，飞机从中国香港起飞到达尼日利亚，每周班次6班以上。该专线使得中国到非洲的跨境包裹由原来的60天缩短至20天左右，不仅缩短了因货物中转、干线运输、分拨拣运等时间，还为中国跨境商家提供包括国内揽收、国际运输、末端清关配送及物流详情追踪、售后处理等一站式物流解决方案。据了解，菜鸟非洲跨境包裹专线目前已覆盖尼日利亚全境，预计今年将覆盖摩洛哥、埃及、肯尼亚等其它非洲国家。

知乎：问答型营销转化解决方案

知乎于2010年底正式上线，是中国问答型社区平台的典型代表。结合其特有的核心优势，知乎在与新消费品牌的共同成长中，创造出了多维、精准和长效的全新营销打法，为品牌构建从高质量的内容创作，至多场景加速流通分发，再到高效营销转化的增长链路。

知乎核心竞争力的三环结构

有助于品牌进行多维度全方位、更专业、有趣、有深度的品宣与心智建设

用户的多样性：性别更均衡、强消费力年龄层占比高、地域覆盖全，来自不同领域行业，担任不同社会角色

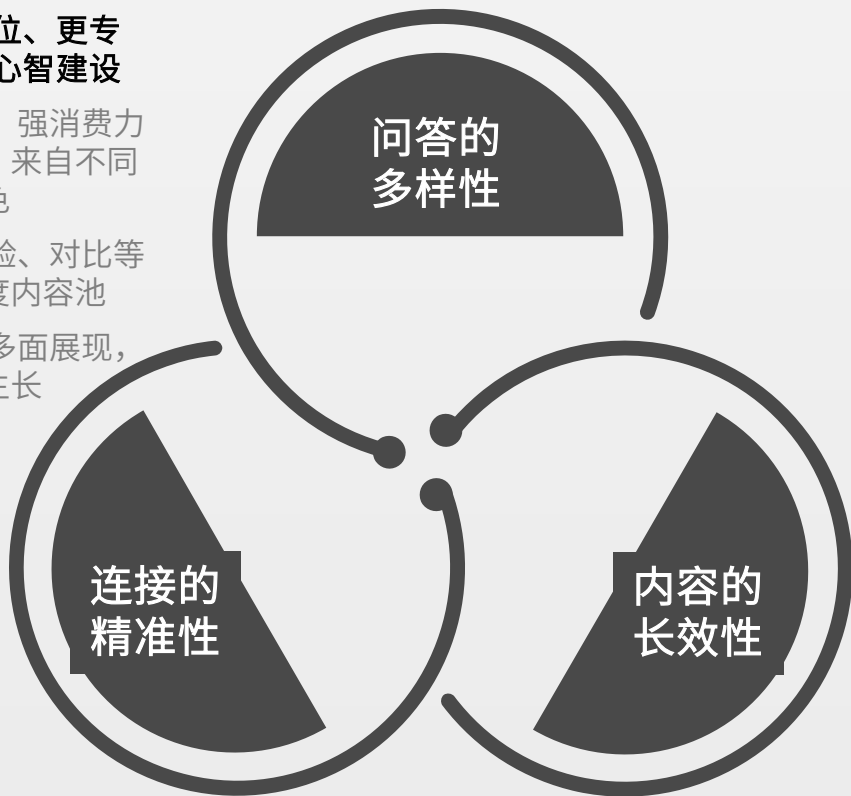
角度的多样性：从专业、体验、对比等多角度切入解答，打造高密度内容池

观点的多样性：同一件事的多面展现，促进内容在观点碰撞中自然生长

品牌在知乎上可有效缩短和简化用户消费决策链路

问答机制：构建需求与解答间的最强关联性

搜索机制：构建对口内容被主动发现的最短路径

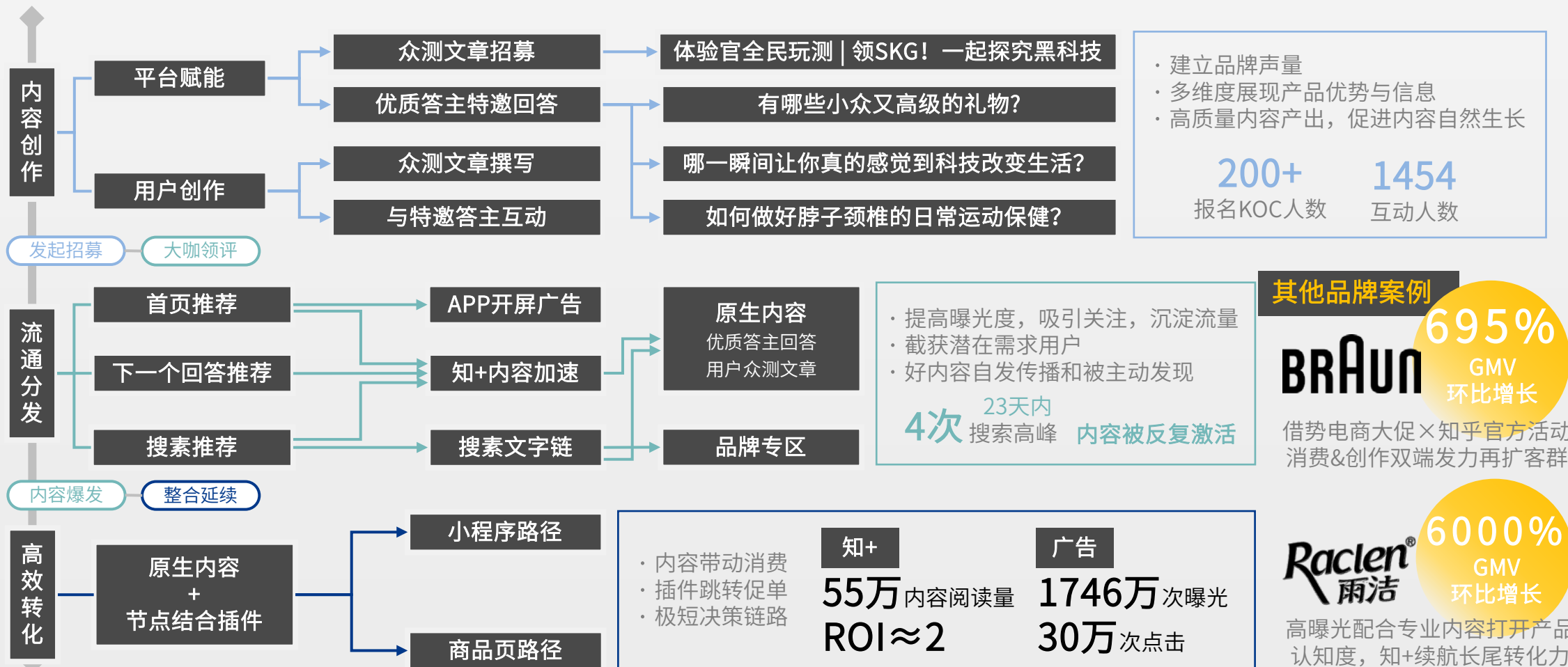


知+内容商业化解决方案



知乎：问答型营销转化解决方案

SKG是成立于2007年的可穿戴按摩仪品牌。知乎根据其品牌与产品特性，在站内发起黑科技众测活动，并联合多领域优质答主进行测评引导与背书，配合知乎站内内容流通机制，在23天内高效带动品牌效应，形成大量持续的用户讨论互动，在站内外建立起正向舆论影响，同时也为SKG实现了高效的销售增长。



05

6月未来零售展望

- 亿邦动力关注中的选题和案例
- 7-10月亿邦动力会展&马蹄社游学预告
- 6月洞察及7月展望

亿邦动力关注中的选题和案例

● 电商战局

- 《同程生活带走了社区团购“拼执行”的时代?》
- 《抖音达人可以团购带货分佣了? 已超6万人响应》
- 《微信小程序嵌入小红书 GUCCI纪梵希YSL尝鲜“化公为私”》
- 《“死亡之组”! 每日优鲜断了这条路 滴滴上市都难救》
- 《写给80万导购的“新零售代码”》

● 新消费

- 《拆解潮元素! 打破局限性! BEASTER验证“最前线的穿搭”》
- 《空刻意面惹来几百家竞敌 如何从爆红冲向长红?》
- 《逛两个小时不出来 新型美妆集合店吸客靠的是什么?》
- 《大爆发 品类渗透率不足3% 参半要把漱口水做成“王老吉”》
- 《蛰伏五年做产品爆铺百家直营店 52TOYS的收藏玩具之道》

上述内容可浏览亿邦动力官网和公众号



已关注
选题和案例

正持续关注
选题和案例



- 社区团购仅剩头部? 厮杀之下的众生相
- 抖音能造出电商节的第三极吗?
- 直播电商平台对基地动手了?
- 各渠道私域运营成功案例
- 公私域联营成功案例

征集上述题材和案例, 欢迎报料和提供建议

7-10月亿邦动力马蹄社游学预告

马蹄社 发现电商未来



- 加入马蹄社 -



马蹄社x嘉御基金 限定课

7月29日 | 上海

卫哲闭门亲授课程 (审核制)



汇通达游学课

8月 (暂定) | 南京

产业互联网 下沉市场 21省14万店



小仙炖游学

9月 (暂定) | 北京

品类创新 新消费企业战略



增长实验室 (第7期)

7月29-31日 | 上海

竞争战略 品牌突围 经营系统



一撕得游学课

8月 (暂定) | 北京

创新包装设计 打造爆款产品



白小T游学

9月 (暂定) | 宁波

C2M模式 私域流量 IP化营销



资本增长实验室

8月27-29日 | 上海

弘章资本



TikTok游学课

9月 (暂定) | 北京

品牌出海 网红营销 社交流量



阳光印网游学课

9月 (暂定) | 北京

数字化采购 降本增效 万亿蓝海



TOPTOY游学课

8月 (暂定) | 广州

潮玩经济 Z世代 线下店



视频号游学

9月 (暂定) | 深圳

私域流量 微信生态 社交电商



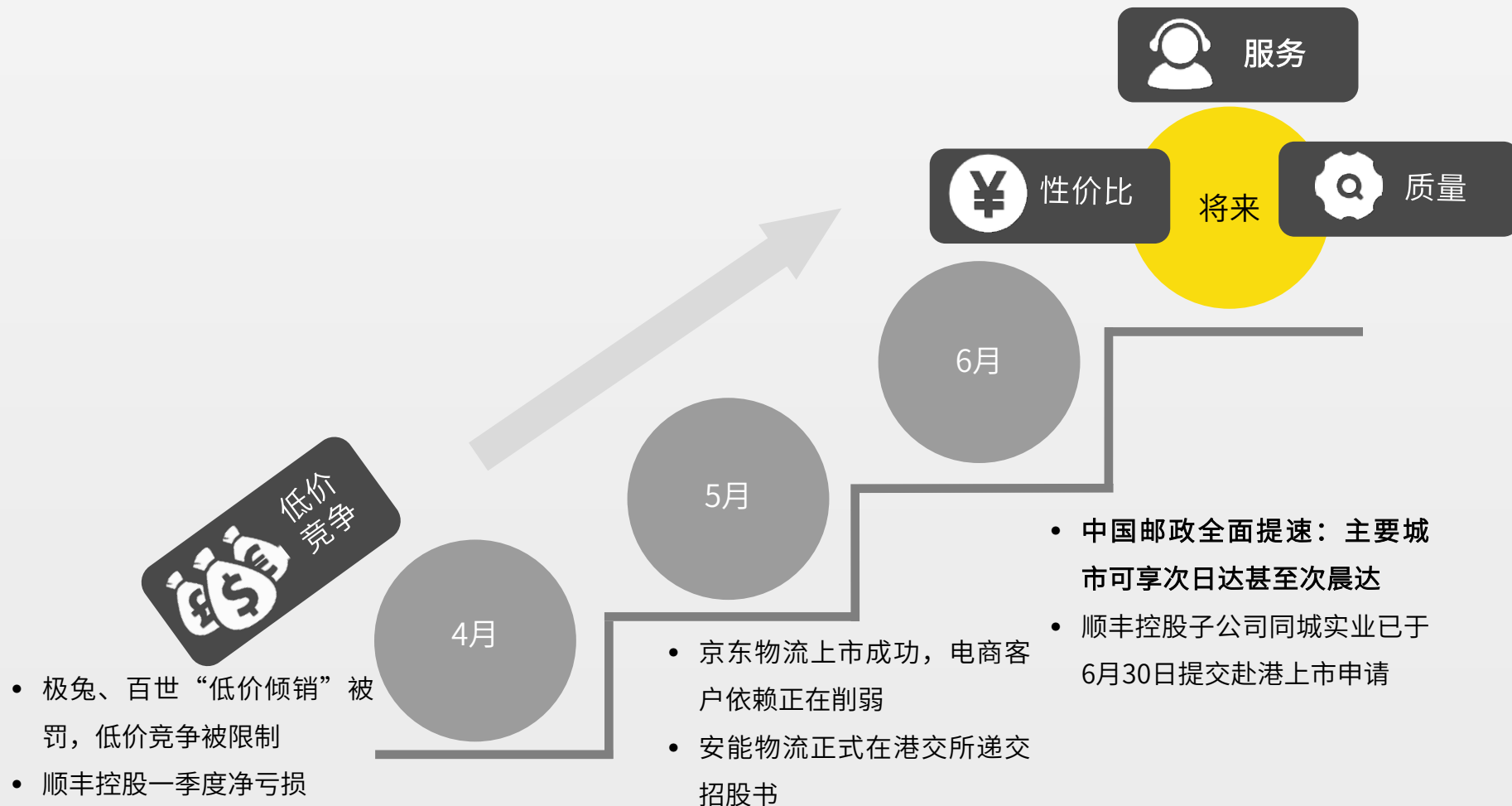
知乎游学课2期

10月 (暂定) | 北京

内容电商 知识营销 社区文化

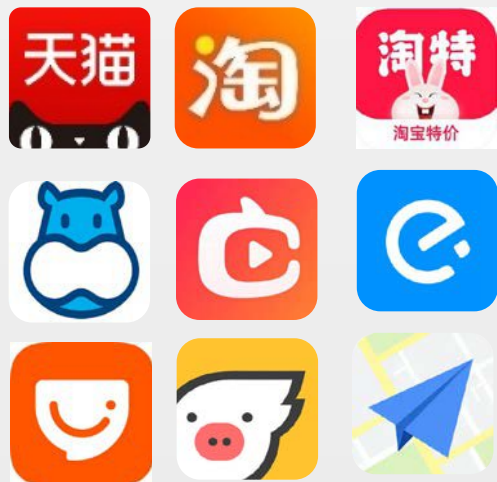
6月洞察：物流提速战或开启

曾经因“慢”出名的中国邮政造就了各大快递民营企业崛起，当各快递企业价格战打得正激烈时，快递国家队中国邮政突然放出大招：宣布启动全面提速，全国主要城市邮件次日达。中国邮政的高调参战，也给各快递企业提了个醒，单拼价格战已不能持续发展，未来拼服务质量才是重点，预期物流行业将由价格战场转向提速战场。



7月展望：阿里腾讯世纪大和解，平台格局是否有大变化？

7月，除了“滴滴APP全面下架”的消息，阿里巴巴和腾讯考虑互相开放生态系统的消息称得上是电商的头条新闻：阿里巴巴的初步举措可能包括将腾讯控股的微信支付引入淘宝和天猫；双方都在分别制定放松限制的计划；到底阿里巴巴和腾讯的生态互相开放会到什么程度？曾经巨头大战而获益的相关平台会有什么影响？平台格局是否有大变化？让我们期待7月刊时的跟进和分析。



报告数据来源说明 & 法律声明

本报告数据来源

亿邦动力研究院采取深度调研等形式，与部分企业代表、机构及行业专家进行深入交流，获得相关一手信息和数据。

行业公开信息、行业资深专家公开发表的观点、政府公开数据与信息、宏观经济数据、企业财报数据等。

法律声明

本报告由亿邦动力研究院独立制作和发布。报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护，未经本机构书面许可，任何组织和个人不得使用报告中的信息用于商业目的；任何非商业性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源。本报告中的数据均采用研讨、调研或二手数据研判所得，部分数据未经相关企业直接认可；同时限于数据可得性等客观因素，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。

组织和个人作为市场参考资料，本机构不承担因使用本报告而产生的法律责任。

THANKS



关注下载报告



报告合作详询