

► **朗姿股份 2023 年一季报预告点评：业绩预告同比高增，看好医美业务深入布局。**公司发布 2023Q1 业绩预告，公司实现归母净利润 0.35~0.52 亿元，同比+37737%~56656%；实现扣非净利润 0.34~0.51 亿元，同比+4438%~6707%。①**后疫情时代消费持续复苏、参股公司前期投资项目实现 IPO，两大因素助推公司业绩迅速提升。**一方面，居民时尚消费倾向有所修复，女装业务和医美机构业绩均快速复苏；另一方面，参股公司 23Q1 利润增幅较大，主要系前期投资项目 IPO 所致。②**数字化运营实现对新业务赋能，线下复苏推动医美业务增长。**①时尚女装：数字化运营层面加速向新零售转型，线上销售渠道收入有望快速增长。②绿色婴童：将主推品牌从“阿卡邦”调整为“ETTOI 爱多娃”高端童装品牌，国内爱多娃通过多渠道推广树立品牌形象。③医美：一方面，到店客流量快速反弹，医美业务有望受益于线下消费复苏。另一方面，公司通过外延发展和内生增长双重驱动提升医美业务的规模化和行业竞争力。

► **重庆百货 2022 年年报点评：营收同比缩减，毛利率保持同比上行。**2022 年公司实现营业收入 183.04 亿元，同比-13.35%，实现归母净利润 8.83 亿元，同比-7.16%。其中，Q4 实现营业收入 38.06 亿元，同比-20.37%，实现归母净利润 0.43 亿元，同比-47.25%。①**受重庆地区疫情与高温限电等影响，主营业务同比-13.83%至 167.52 亿元。**百货业态/超市业态/电器业态/汽贸业态实现营收 18.52/65.44/24.49/53.74 亿元，同比-23.43%/-3.95%/+1.66%/-23.56%，占总收入的比例为 10.1%/35.8%/13.4%/29.4%。②**超市生鲜、杂百提毛利、控损耗，汽贸提升整车销售质量，毛利率同比增加。**2022 年，公司毛利率为 26.11%，同比+0.30 PCT，销售费用率/管理费用率/研发费用率/财务费用率为 15.42%/5.35%/0.16%/0.74%，分别同比+1.08/+0.15/-0.02/+0.06 PCT。③**聚焦核心品牌，加快供应链变革，优化商品结构调整，商品经营能力提升。**经营转型步伐加快，全面数智化成效明显，业务业态创新取得新突破。

► **科丝美诗 2022 年年报点评：收入基本持平，利润同比下滑 56.7%。**2022 年公司实现收入 84.88 亿元/yoy+0.54%，营业利润 2.82 亿元/yoy-56.7%，纯损 8725 万元/yoy-147.8%。①**ODM 市场受冲击，集团增长支柱中国业务明显下滑。**ODM 业务承压，疫情下销售渠道转移线上，线上渠道进一步细分，直播带货成为主流营销形式。中国区业绩下滑，中国与韩国业务均为集团业绩主增长极，22 年，公司在中国的两家公司总营收 29.1 亿元/yoy-15.3%，占集团总销售额 34%。②**经营重点向效率提升及 OBM 事业倾斜。**22 年 3 月，韩国科丝美诗推出定制化化妆品平台“3WAAU”，上线系护理产品，涵盖订单-生产-配送全流程日常定制化服务，计划逐步将平台服务推广至海外。集团已建立超 30 个品牌的专属 OBM 品牌库，合作国货美妆薇诺娜、花西子、完美日记、橘朵等。

► **投资建议：**推荐经营提效、管理改革的全产业链布局龙头**华熙生物**；不断推新与产品升级的**珀莱雅**；主品牌矩阵丰富、高端抗衰品牌布局线下医美机构的**贝泰妮**；深耕重组胶原研发的龙头**巨子生物**。建议关注 22 年受疫情影响基数低、旗下玉泽品牌新推出“油敏霜”，品牌营销投放力度持续加码，佰草集品牌矩阵精细化梳理，销售数据有望边际改善的**上海家化**；业务聚焦、盈利能力提升的**鲁商发展**；业绩高弹性的制造端标的**青松股份**、**嘉亨家化**。建议关注电商渠道改革、主品牌&第二品牌发力的**丸美股份**。黄金珠宝板块推荐**中国黄金**、**潮宏基**、**曼卡龙**，建议关注**周大福**、**周大生**、**老凤祥**等；看好近视防控市场发展前景，推荐**明月镜片**；推荐内部改革和经营提效的区域性多业态零售龙头**重庆百货**，具备供应链和智能化系统优势的跨境出口电商**华凯易佰**。

► **风险提示：**宏观经济低迷，新品推广不及预期，行业竞争格局恶化。

推荐

维持评级



分析师 刘文正

执业证书：S0100521100009

电话：13122831967

邮箱：liuwenzheng@mszq.com

分析师 郑紫舟

执业证书：S0100522080003

邮箱：zhengzizhou@mszq.com

分析师 解慧新

执业证书：S0100522100001

邮箱：xiehuixin@mszq.com

研究助理 刘彦菁

执业证书：S0100122070036

邮箱：liuyanjing@mszq.com

相关研究

- 1.零售周观点：多家发布年度业绩，龙头彰显发展韧性-2023/04/03
- 2.零售周观点：发改委发文支持消费基建，有助于丰富线下消费场景-2023/03/26
- 3.零售周观点：ChatGPT 的 API 接口开放，有助于提高电商服务商的运营效率-2023/03/19
- 4.医美行业深度报告：御风而行，光电医美如日方升-2023/03/15
- 5.零售周观点：“38” 节大促活动收官，珀莱雅 23 年 1-2 月业绩稳定增长-2023/03/13

重点公司盈利预测、估值与评级

代码	简称	股价 (元)	EPS (元)			PE (倍)			评级
			2022E	2023E	2024E	2022E	2023E	2024E	
300896.SZ	爱美客	559.77	5.84	8.59	12.16	97	65	46	推荐
300957.SZ	贝泰妮	126.80	2.48	3.21	4.06	51	40	31	推荐
603605.SH	珀莱雅	176.66	2.71	3.49	4.13	65	51	43	推荐
688363.SH	华熙生物	114.39	2.02	2.61	3.3	57	44	35	推荐
600315.SH	上海家化	30.01	0.86	1.25	1.46	35	24	21	推荐
300856.SZ	科思股份	53.39	2.28	2.77	3.27	23	19	16	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	24.90	1.02	1.55	1.99	24	16	13	推荐
300132.SZ	青松股份	6.47	-1.22	0.23	0.41	-	28	16	推荐
300592.SZ	华凯易佰	23.38	0.72	1.15	1.54	32	20	15	推荐
600729.SH	重庆百货	26.88	2.23	2.73	3.12	12	10	9	推荐
301101.SZ	明月镜片	57.28	0.90	1.12	1.54	64	51	37	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价，爱美客、贝泰妮、华熙生物、重庆百货 22 年 EPS 为实际值）

目录

1 本周观点 (2023.4.3-2023.4.7)	3
1.1 朗姿股份 2023 年一季报预告点评：业绩预告同比高增，看好医美业务深入布局	3
1.2 重庆百货 2022 年年报点评：营收同比缩减，毛利率保持同比上行	3
1.3 科丝美诗 2022 年年报点评：收入基本持平，利润同比下滑 56.7%	4
1.4 惠丰钻石 2022 年年报点评：收入较快增长，归母净利润稳步上行	5
2 本周市场回顾 (2023.4.3-2023.4.7)	6
2.1 行业表现	6
2.2 资金动向	9
3 本周行业资讯 (2023.4.3-2023.4.7)	10
3.1 商贸珠宝：抖音集团与腾讯视频宣布达成合作，AlipayHK 与内地支付宝推出互相跨境汇款功能	10
3.2 医美美妆：欧莱雅集团收购 Aesop 伊索，奇华顿完成对 Amyris 主要化妆品成分产品的收购	11
4 行业重点公司盈利预测及估值	13
5 下周重要提示	14
6 风险提示	15
插图目录	16
表格目录	16

1 本周观点 (2023.4.3-2023.4.7)

1.1 朗姿股份 2023 年一季报预告点评：业绩预告同比高增，看好医美业务深入布局

事件概述：公司于 4 月 6 日发布 2023Q1 业绩预告，将昆明韩辰 2021 年 1 月至本报告期末的经营成果和现金流量纳入合并财务报表、对财务数据进行了追溯调整。追溯调整后，公司实现归母净利润 0.35 ~ 0.52 亿元，同比+37737% ~ 56656%；实现扣非净利润 0.34 ~ 0.51 亿元，同比+4438% ~ 6707%。

后疫情时代消费持续复苏、参股公司前期投资项目实现 IPO，两大因素助推公司业绩迅速提升。一方面，在疫情过后的首个季度，随着宏观经济政策的调整、经济持续复苏，居民时尚消费倾向较 2022 年度有所修复，公司女装业务板块和医疗美容机构的业绩均实现快速复苏；另一方面，北京朗姿韩亚资产管理有限公司（公司持有其 29.23% 的股权，为公司参股公司）2023 年第一季度利润增幅较大，主要系前期投资项目实现 IPO，其公允价值增幅较大所致。

数字化运营实现对新业务赋能，线下复苏推动医美业务增长。①时尚女装：数字化运营层面，加速向新零售转型，线上销售渠道收入有望快速增长。②绿色婴童：将主推品牌从“阿卡邦”调整为“ETTOI 爱多娃”高端童装品牌，国内爱多娃通过多渠道推广树立品牌形象。③医疗美容：一方面，随着到店客流量快速反弹，医美业务有望受益于线下消费的复苏。另一方面，公司通过外延发展和内生增长的双重驱动下提升医美业务的规模化和行业竞争力水平：内生增长方面，老机构盈利能力不断改善，新机构、次新机构收入规模持续上行；外延发展方面，公司先后设立 6 支医美并购基金，基金整体规模可达 27.56 亿元，通过持续投资持股医美机构方式布局市场。

风险提示：行业竞争加剧，营销模式推广不及预期，医疗事故风险等。

1.2 重庆百货 2022 年年报点评：营收同比缩减，毛利率保持同比上行

事件概述：2022 年公司实现营业收入 183.04 亿元，同比下降 13.35%，实现归母净利润 8.83 亿元，同比-7.16%，扣非归母净利润为 7.96 亿元，同比-13.35%。其中，Q4 实现营业收入 38.06 亿元，同比-20.37%，实现归母净利润 0.43 亿元，同比-47.25%，扣非归母净利润为 0.71 亿元，同比-44.71%。

受疫情与高温限电影响，2022 年主营业务收入下滑。2022 年公司实现营业收入 183.04 亿元，同比下降 13.35%，其中，Q4 实现营业收入 38.06 亿元，同比-20.37%。2022 年，公司主营业务收入为 167.52 亿元，同比-13.83%，下滑

原因与 2022 年重庆地区的疫情与高温限电影响有关，公司主营业务覆盖领域百货、超市、电器、汽贸等受到一定影响。**①主营业务分行业看**，百货业态、超市业态、电器业态、汽贸业态分别实现营业收入 18.52、65.44、24.49、53.74 亿元，分别同比-23.43%、-3.95%、+1.66%、-23.56%，占营业总收入的比例分别为 10.1%、35.8%、13.4%与 29.4%。**②分地区看**，重庆地区贡献主要营业收入，2022 年重庆地区收入为 163.74 亿元，同比-13.31%，占总收入的 89.5%。

超市生鲜、杂百提毛利、控损耗，汽贸提升整车销售质量，毛利率同比增加。
毛利率端，2022 年，公司毛利率为 26.11%，同比增加 0.30 PCT，分行业看，百货业态、超市业态、电器业态、汽贸业态的毛利率分别为 64.25%、15.47%、19.84%与 7.29%，分别同比-3.08 PCT、+1.66 PCT、-2.59 PCT 与+1.27 PCT。
费用率端，2022 年，公司的销售费用率、管理费用率、研发费用率与财务费用率分别为 15.42%、5.35%、0.16%与 0.74%，分别同比+1.08、+0.15、-0.02 与+0.06 PCT，公司费率控制较为良好。

聚焦核心品牌，加快供应链变革，优化商品结构调整，商品经营能力提升。
①经营转型步伐加快。2022 年，直营供应商销售占比达 65%，引进超 22 个系统外全新品牌，解放碑等主城四大商圈品牌重叠率低于 45%。**②全面数智化成效明显**。着力优系统、建平台、提效率，搭建线上线下一体化平台，建成并上线多点多业态融合 APP，公司会员达到 2000 万人，线上销售突破 28 亿元。百货加强系统研发，云柜台上线品牌 880 个，运用数字化工具加强个性化营销，打造自媒体流量矩阵，线上销售同比增长 240%。**③业务业态创新取得突破**。搭建跨业态 B 端共享与商品共享平台 2 大平台，促进跨业态商品、会员、渠道、营销四大融合。拓展 BBC 业务，打造“甜橙生活”APP，全年销售同比增长 67%。百货 ITI 品牌托管扩展至 6 个场店，购物中心加快转型调整，商品定制实现大幅增长。

风险提示：消费恢复不及预期，扩张计划不及预期，马上金融经营风险等。

1.3 科丝美诗 2022 年年报点评：收入基本持平，利润同比下滑 56.7%

事件简述：2022 年公司实现收入 84.88 亿元/yoy+0.54%，实现营业利润 2.82 亿元/yoy-56.7%，纯损 8725 万元/yoy-147.8%。

ODM 市场受冲击，集团增长支柱中国业务明显下滑。**①ODM 业务承压**，疫情影响下，销售渠道转移线上，线上渠道进一步细分，网红直播带货成为主流营销形式，冲击支撑公司主营收入的 ODM 业务。**②中国地区业绩下滑**，中国业务与韩国业务均为集团业绩主增长极，2022 年，公司在中国设立的两家公司总营收 29.1 亿元/yoy-15.3%，占集团总销售额 34%。其中，科丝美诗（中国）化妆品有限公司贡献销售额 22.88 亿元/yoy-3.7%；科丝美诗（广州）化妆品公司贡献销售额 6.27 亿元/yoy-19%。

监管环境收紧，突出集团先发优势。中国政府增设化妆品原料及产品安全性评价标准和申报程序，市场准入门槛抬高，头部代工厂在产业链中的重要性日益凸显。集团深耕中国市场多年，向当地及海外跨国化妆品企业提供产品经验丰富，在与本土 ODM 企业竞争中具有先发优势。

经营重点向效率提升及 OBM 事业倾斜。销售渠道重组对 ODM 企业产品研发速度、供应能力提出更高要求，上游 ODM 企业开发生产委托订单量增加，集团以提升经营效率作为战略应对。OBM 事业将作为集团整体，尤其中国地区业务的未来发展重心，2022 年 3 月，韩国科丝美诗推出定制化化妆品平台“3WAAU”，上线系护理产品，涵盖订单-生产-配送全流程日常定制化服务，并计划逐步将平台服务推广至海外市场。此外，集团已建立超 30 个品牌的专属 OBM 品牌库，合作国货美妆包括薇诺娜、花西子、完美日记、橘朵及 PMPM 等。

风险提示：行业竞争加剧；营销模式无法顺应市场变化；新品推广不及预期。

1.4 惠丰钻石 2022 年年报点评：收入较快增长，归母净利润稳步上行

事件简述：2022 年公司实现收入 4.31 亿元/yoy+96.71%，实现归母净利润 0.74 亿元/yoy+31.24%，扣非归母净利润 0.68 亿元/yoy+41.88%。其中，Q4 实现营业收入 1.13 亿元，同比+66.95%，归母净利润 0.15 亿元，同比-18.33%。

市场景气度良好，带动公司业务大幅攀升。2022 年，公司实现营业收入 4.31 亿元，比上年同期增长 96.71%，主要是市场景气度持续向好，第三代半导体、清洁能源、特种陶瓷、机械加工等产品销售收入大幅增加所致；净利润 7500 万元，比上年同期增长 31.76%，主要是受营业收入大幅上升所致。

强调技术优势，大幅推进研发。公司持续加大对原有产品的研发投入，同时为进一步延伸产品链条，公司积极推进培育钻石的研发进展，持续探索公司产品在声、光、磁、电、热等领域的研究和技术储备以及其在新兴领域产业化应用的可能性。2022 年公司研发费用为 2104.51 万元，比上年同期增长 70.82%。

积极布局第三代半导体市场，支撑公司业务。随着利好消息持续加码第三代半导体，国内第三代半导体产业链布局正在日益完善。公司积极把握战略新兴产业发展的良好契机，拓展产品应用领域，成功进入第三代半导体领域市场，此类产品已成为公司收入增长的重要支撑点之一。

紧抓培育钻石发展机遇，创造业务新增长点。公司于 2022 年 8 月成功研发出培育钻石产品，达到可售标准，目前已进行批量生产。后续公司将紧抓培育钻石行业的发展机遇，完善生产和销售团队，加快产品销售力度，为公司创造新的收入增长点。

风险提示：行业竞争加剧；宏观经济波动风险；毛利率波动风险。

2 本周市场回顾 (2023.4.3-2023.4.7)

2.1 行业表现

2.1.1 本周各板块涨跌幅：上证综指上涨 1.67%，商贸零售下跌 1.50%，纺织服装下跌 0.24%，美容护理下跌 0.32%

本周各主要指数：商业贸易板块下跌 1.50%，纺织服装板块下跌 0.24%，美容护理板块下跌 0.32%，上证指数板块上涨 1.67%，深证成指板块上涨 2.06%，创业板指板块上涨 1.98%，沪深 300 板块上涨 1.79%，恒生指数板块下跌 0.34%。

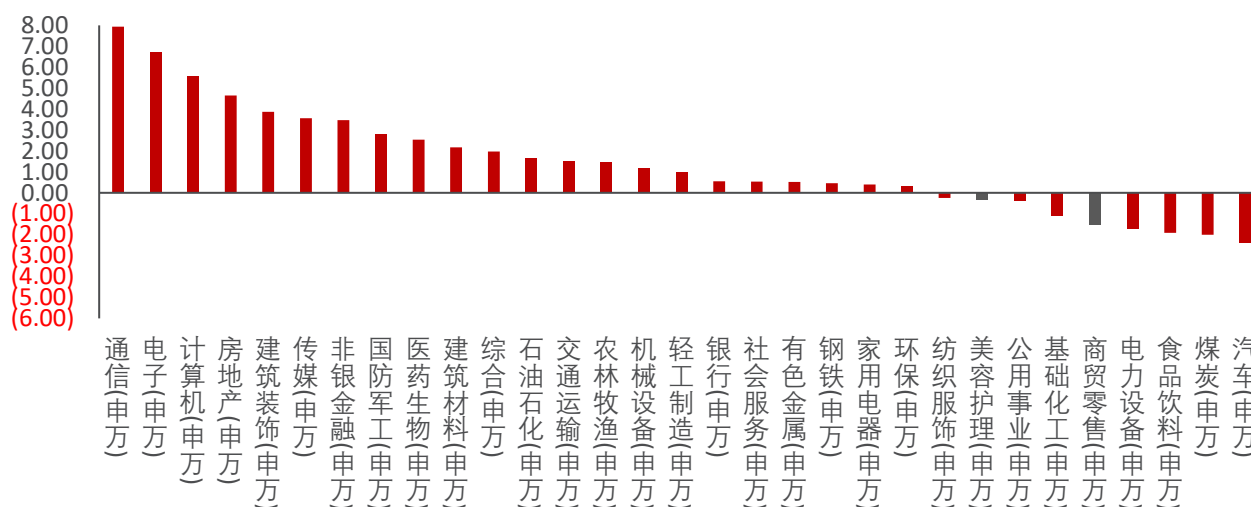
表 1：重点板块本周涨跌幅一览 (2023.4.3-2023.4.7)

	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周 PE 变动	年初至今涨跌幅 (%)
上证指数	1.67	20120.75	0.33	7.72
深证成指	2.06	28127.58	0.89	8.64
创业板指	1.98	12930.42	0.19	4.27
沪深 300	1.79	13928.88	0.34	6.50
商业贸易(申万)	-1.50	610.36	0.00	-6.53
纺织服装(申万)	-0.24	246.31	-0.61	3.48
美容护理(申万)	-0.32	130.22	-0.25	-1.95
恒生指数	-0.34	3415.01	-0.01	2.78

资料来源：wind，民生证券研究院

本周 31 个申万一级行业：商贸零售板块 (-1.50%) 和美容护理板块 (-0.32%) 在 31 个申万一级行业中分别排名第 27 位和第 24 位。本周涨幅最大的板块是通信 (7.93%)，跌幅最大的板块为汽车 (-2.40%)。

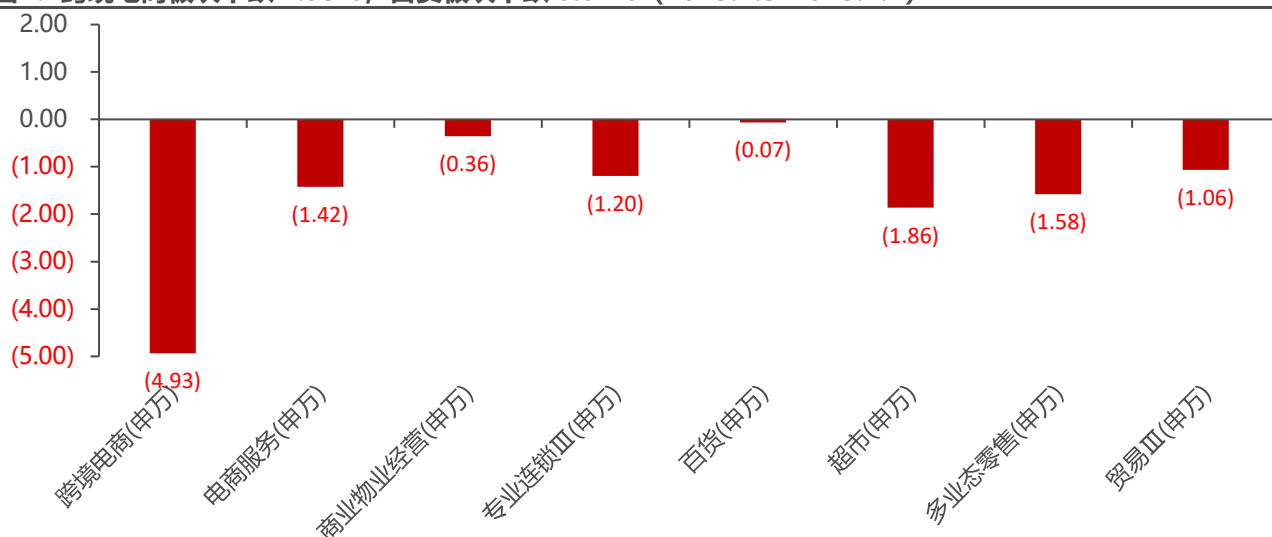
图1：商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 27 位和第 24 位 (2023.4.3-2023.4.7)



资料来源：wind，民生证券研究院

本周商贸零售各细分板块：跨境电商板块下跌 4.93%，电商服务板块下跌 1.42%，商业物业经营板块下跌 0.36%，专业连锁板块下跌 1.20%，百货板块下跌 0.07%，超市板块下跌 1.86%，多业态零售板块下跌 1.58%，贸易板块下跌 1.06%。

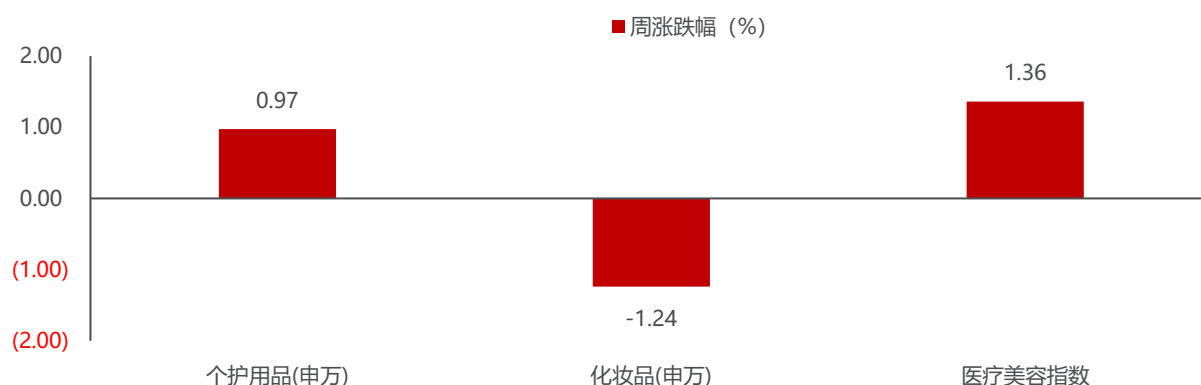
图2：跨境电商板块下跌 4.93%，百货板块下跌 0.07% (2023.4.3-2023.4.7)



资料来源：wind，民生证券研究院

本周美容护理各细分板块：个护用品板块上涨 0.97%，化妆品板块下跌 1.24%，医疗美容板块上涨 1.36%。

图3：医疗美容板块上涨 1.36%，化妆品板块下跌 1.24% (2023.4.3-2023.4.7)



资料来源：wind，民生证券研究院

2.1.2 本周个股涨幅龙虎榜：汇通能源上涨 10.96%，力合科创上涨 6.50%

商业贸易涨幅前五：汇通能源（10.96%）、中央商场（10.09%）、农产品（7.13%）、德必集团（5.53%）、王府井（3.72%）；

商业贸易跌幅前五：国芳集团（-7.78%）、欧亚集团（-7.17%）、华致酒行（-6.19%）、三江购物（-5.95%）、吉峰科技（-5.4%）。

表 2：本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.4.7）

	股票代码	股票简称	周涨跌幅（%）	流通市值（亿元）	股价（元）
涨幅前五	600605.SH	汇通能源	10.96	30.08	14.58
	600280.SH	中央商场	10.09	54.16	4.80
	000061.SZ	农产品	7.13	104.53	6.16
	300947.SZ	德必集团	5.53	23.44	15.26
	600859.SH	王府井	3.72	294.20	25.92
跌幅前五	300022.SZ	吉峰科技	-5.40	17.99	4.73
	601116.SH	三江购物	-5.95	77.93	14.23
	300755.SZ	华致酒行	-6.19	120.04	28.80
	600697.SH	欧亚集团	-7.17	19.36	12.17
	601086.SH	国芳集团	-7.78	27.64	4.15

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价。

医美美妆涨幅前五：力合科创（6.50%）、水羊股份（1.27%）、华熙生物（0.87%）、锦盛新材（0.26%）、嘉亨家化（0.24%）；

医美美妆跌幅前五：青岛金王（-3.82%）、丸美股份（-3.01%）、珀莱雅（-2.85%）、青松股份（-2.85%）、奥园美谷（-2.52%）。

表 3：本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.4.7）

	股票代码	股票简称	周涨跌幅（%）	流通市值（亿元）	股价（元）
涨幅前五	002243.SZ	力合科创	6.50	116.94	9.66
	300740.SZ	水羊股份	1.27	55.99	14.38
	688363.SH	华熙生物	0.87	550.31	114.39
	300849.SZ	锦盛新材	0.26	17.61	11.74
	300955.SZ	嘉亨家化	0.24	25.10	24.90
跌幅前五	000615.SZ	奥园美谷	-2.52	50.20	6.58
	300132.SZ	青松股份	-2.85	33.42	6.47
	603605.SH	珀莱雅	-2.85	500.87	176.66
	603983.SH	丸美股份	-3.01	148.53	37.00
	002094.SZ	青岛金王	-3.82	26.12	3.78

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价。

2.2 资金动向

2.2.1 个股资金跟踪：王府井买入额占商贸榜首，爱美客买入额占美妆首位

商业贸易净买入前五：王府井（1.09 亿元）、小商品城（0.69 亿元）、安孚科技（0.26 亿元）、北京城乡（0.23 亿元）、农产品（0.13 亿元）；

商业贸易净卖出前五：三江购物（-2.39 亿元）、跨境通（-2.20 亿元）、ST 大集（-2.01 亿元）、步步高（-1.79 亿元）、永辉超市（-1.24 亿元）。

表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.4.7）

	股票代码	股票简称	净买入额 (亿元)	成交量 (百万股)	流通市值 (亿元)	股价 (元)
净买入前五	600859.SH	王府井	1.09	6287.62	294.20	25.92
	600415.SH	小商品城	0.69	44125.88	324.78	5.92
	603031.SH	安孚科技	0.26	273.13	55.16	49.25
	600861.SH	北京城乡	0.23	1365.58	76.22	24.06
	000061.SZ	农产品	0.13	6079.82	104.53	6.16
净卖出前五	601933.SH	永辉超市	-1.24	19113.29	307.64	3.39
	002251.SZ	步步高	-1.79	12467.30	51.14	5.92
	000564.SZ	ST 大集	-2.01	44448.94	298.95	1.56
	002640.SZ	跨境通	-2.20	20097.28	69.18	4.44
	601116.SH	三江购物	-2.39	21984.85	77.93	14.23

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价。

医美美妆净买入前五：爱美客（0.84 亿元）、力合科创（0.43 亿元）、锦盛新材（-0.04 亿元）、华业香料（-0.07 亿元）、嘉亨家化（-0.08 亿元）；

医美美妆净卖出前五：贝泰妮（-1.46 亿元）、上海家化（-1.08 亿元）、奥园美谷（-0.93 亿元）、华熙生物（-0.64 亿元）、珀莱雅（-0.61 亿元）。

表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.4.7）

	股票代码	股票简称	净买入额 (亿元)	成交量 (百万股)	流通市值 (亿元)	股价 (元)
净买入前五	300896.SZ	爱美客	0.84	473.41	1211.12	559.77
	002243.SZ	力合科创	0.43	6332.45	116.94	9.66
	300849.SZ	锦盛新材	-0.04	374.20	17.61	11.74
	300886.SZ	华业香料	-0.07	166.96	17.75	23.81
	300955.SZ	嘉亨家化	-0.08	246.87	25.10	24.90
净卖出前五	603605.SH	珀莱雅	-0.61	464.73	500.87	176.66
	688363.SH	华熙生物	-0.64	1513.10	550.31	114.39
	000615.SZ	奥园美谷	-0.93	7929.99	50.20	6.58
	600315.SH	上海家化	-1.08	3199.03	203.73	30.01
	300957.SZ	贝泰妮	-1.46	1219.63	537.12	126.80

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价。

3 本周行业资讯 (2023.4.3-2023.4.7)

3.1 商贸珠宝：抖音集团与腾讯视频宣布达成合作，AlipayHK 与内地支付宝推出互相跨境汇款功能

3.1.1 行业资讯

1. 抖音集团与腾讯视频宣布达成合作

4月7日上午10点，抖音集团与腾讯视频宣布达成合作，双方将围绕长短视频联动推广、短视频衍生创作开展合作。腾讯视频将向抖音授权其享有信息网络传播权及转授权权利的长视频，双方明确了二创方式、发布规则等。未来，抖音集团旗下抖音、西瓜视频、今日头条等平台用户都可以对这些作品进行二次创作。
(2023.4.7 36kr)

2. TikTok Shop 跨境电商春夏焕新大促活动收官

大促期间英国市场总 GMV 增长 120%，直播观看人次增长 123%，订单增长 114%；东南亚市场方面，大促活动期间总 GMV 增长 130%；直播观看人次增长 110%；订单增长 115%。
(2023.4.7 亿恩网)

3. 证监会同意四家企业创业板 IPO 注册

证监会同意同星科技、普莱得、经纬股份、新莱福创业板 IPO 注册。
(2023.4.6 36kr)

4. AlipayHK 与内地支付宝推出互相跨境汇款功能

AlipayHK 与内地支付宝达成新合作，推出 AlipayHK 及内地支付宝互相跨境汇款功能，香港市民无需连接内地银行账户，即可在内地支付宝中收款并消费，如果首次汇款或汇款金额超过 3500 元人民币，还能免除 25 港元手续费。据了解，该服务推出的原因是，在港人前往内地消费时，部分店铺仍然只接受内地专用的电子钱包，如需要应用内地专用的电子钱包就需要有内地银行账户进行绑定。
(2023.4.4 亿恩网)

5. 赵佳臻将出任拼多多联席 CEO

4月4日，拼多多集团发布公告，经董事会批准，联合创始人赵佳臻将出任执行董事和联席 CEO，与陈磊搭档，共同管理公司业务。
(2023.4.4 联商网)

6. 香港 2 月零售额上升 31.3%，4 月拟发消费券促消费

4月3日，香港零售管理协会执行总监罗振邦表示，香港 2 月零售额同比上升 31.3%，达 331 亿港元，但不及 1 月份零售金额 361 亿港元，反映市场疲弱，4 月拟发消费券促消费。
(2023.4.3 赢商网)

3.1.2 公司重要事项

【红旗连锁】公司发布 22 年年报，公司实现营收 100.2 亿元，同比+7.15%；实现归母净利润 4.85 亿元，同比+0.90%；实现扣非归母净利润 4.48 亿元，同比+2.34%；基本每股收益为 0.36 元/股，同比+2.86%。

【重庆百货】公司发布 22 年年报，公司实现营收 183 亿元，同比-13.4%%；实现归母净利润 8.83 亿元，同比-7.16%；实现扣非归母净利润 7.96 亿元，同比-13.35%；基本每股收益为 2.23 元/股，同比-8.98%。

【爱婴室】公司发布 22 年年报，公司实现营收 36.19 亿元，同比+36.46%；实现归母净利润 0.85 亿元，同比+16.98%；实现扣非归母净利润 0.53 亿元，同比+85.58%；基本每股收益为 0.61 元/股，同比+17.63%。

【孩子王】发布向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书，本次发行的可转债信用等级为 AA，发行总额不超过人民币 10.39 亿元，。本次发行的可转债每张面值为人民币 100 元，按面值发行。募集资金拟全部用于零售终端建设项目和智能化物流中心建设项目。

【国联股份】截至 2023 年 3 月 31 日，公司通过集中竞价交易已累计回购股份 137.9 万股，占公司总股本的比例为 0.28%，成交的最高价为 99.55 元/股，最低价为 83.78 元/股，支付的资金总额为 1.19 亿元（不含交易费用）。

【家家悦】可转债转股结果：截至 2023 年 3 月 31 日，累计共有人民币 9.5 万元“家悦转债”转为公司普通股，因转股形成的股数为 2505 股，占可转债转股前公司发行股份总额的 0.00041%。

【迪阿股份】韦庆兴先生辞去其所担任的董事、薪酬与考核委员会委员、副总经理（副总裁）职务，辞职后韦庆兴先生不再担任公司任何职务。

【若羽臣】截至 2023 年 3 月 31 日，公司累计通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份为 375,600 股，占公司总股本的 0.31%，最高成交价为 18.95 元/股，最低成交价为 13.34 元/股，成交总金额为 621 万元（不含交易费用）。

3.2 医美美妆：欧莱雅集团收购 Aesop 伊索，奇华顿完成对 Amyris 主要化妆品成分产品的收购

3.2.1 行业资讯

1. 欧莱雅集团收购 Aesop 伊索

4 月 4 日，美妆巨头欧莱雅集团宣布，已和巴西美妆巨头 Natura&Co 达成

协议，将以 25.25 亿美元的企业价值收购高端美妆品牌 Aesop 伊索。该交易预计将在 2023 年第三季度完成。（2023.4.4 联商网）

2. 奇华顿完成对 Amyris 主要化妆品成分产品的收购

奇华顿 4 月 4 日宣布，已完成对 Amyris, Inc 的主要化妆品成分组合的收购。此前，奇华顿曾宣布已于 2023 年 2 月就此项交易达成协议。Amyris 是一家领先的生物技术公司，通过其在美容、健康和保健以及香精香料市场的 Lab-to-Market™ 技术平台，加速世界向可持续消费的转变。（2023.4.4 中妆网）

3.2.2 公司重要事项

【丸美股份】对投资设立的产业投资基金，即青岛茂达股权投资合伙企业（有限合伙）进行增资，总规模由原来 4,000 万元增至 10,000 万元，其中公司作为有限合伙人认缴出资总额由原来 3,990 万元增至 9,990 万元，所占份额由原来 99.75%增至 99.90%。

【四环医药】根据股份奖励计划购买股份，于 4 月 3 日及 4 月 4 日购买 450 万股，占总股数约 0.05%，每股平均价格约 0.796 港元。

【贝泰妮】云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司持股 5%以上的股东臻丽咨询股份减持计划时间已届满。截至 2023 年 4 月 3 日，臻丽咨询分别通过大宗交易和集中竞价方式共减持 180.4 万股，减持比例为 0.42%。

【青松股份】发布关于转让两家全资子公司 100%股权的进展公告。2023 年 3 月 31 日，公司收到青松化工偿还的拆借款本金 4,000 万元以及期间利息 89 万元，合计 4089 万元。

【科思股份】公司向不特定对象发行可转换公司债券申请获得中国证监会同意注册批复。

4 行业重点公司盈利预测及估值

表 6：重点公司盈利预测及估值（截至 2023.4.7）

代码	股票简称	总市值 (亿元)	最新收盘价	归母净利润(亿元)			归母净利润增速			PE		
				22E	23E	24E	22E	23E	24E	22E	23E	24E
300896.SZ	爱美客	1211.12	559.77	12.64	18.59	26.30	31.90%	47.09%	41.53%	97	65	46
300957.SZ	贝泰妮	537.12	126.80	10.51	13.58	17.21	21.82%	29.18%	26.71%	51	40	31
603605.SH	珀莱雅	500.87	176.66	7.68	9.91	11.70	33.30%	29.00%	18.00%	65	51	43
688363.SH	华熙生物	550.31	114.39	9.71	12.56	15.90	24.11%	29.33%	26.59%	57	44	35
600315.SH	上海家化	203.73	30.01	5.82	8.45	9.93	-10.40%	45.20%	17.60%	35	24	21
300856.SZ	科思股份	90.40	53.39	3.85	4.69	5.54	190.10%	21.70%	18.10%	23	19	16
300955.SZ	嘉亨家化	25.10	24.90	1.03	1.56	2.00	6.00%	51.40%	28.60%	24	16	13
300132.SZ	青松股份	33.42	6.47	-6.32	1.17	2.12	30.60%	118.60%	80.50%	-	28	16
300592.SZ	华凯易佰	67.61	23.38	2.08	3.34	4.44	338.40%	60.30%	33.00%	32	20	15
600729.SH	重庆百货	109.27	26.88	8.83	11.11	12.68	-9.85%	18.32%	14.13%	12	10	9
301101.SZ	明月镜片	76.95	57.28	0.32	4.28	5.90	31.90%	19.40%	8.13%	64	51	37

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2023 年 4 月 7 日收盘价，其中：爱美客、贝泰妮、华熙生物、重庆百货 22 年数据为实际值）

5 下周重要提示

表 7：下周个股重要提示 (2023.4.10-2023.4.14)

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
培育钻石	002046.SZ	国机精工	2023.4.12	年报发布
医美美妆	000963.SZ	华东医药	2023.4.13	年报发布
商超百货	600859.SH	王府井	2023.4.14	年报发布

资料来源：Wind，民生证券研究院

6 风险提示

1) 宏观经济低迷：若宏观经济增速放缓，居民的消费信心下滑，将会影响到可选消费属性较强的医美、珠宝等企业的经营，影响公司整体的盈利能力。

2) 新品推广不及预期：若消费者的市场需求不及预期，公司的品牌推广受到一定限制，将会影响到公司新品牌的培育，进而阻碍公司盈利能力的提升。

3) 行业竞争格局恶化：化妆品、黄金珠宝、培育钻石行业的参与者不断增多，若竞争加剧或将影响行业竞争格局与市场供需情况，对企业的盈利能力造成一定影响。

插图目录

图 1：商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 27 位和第 24 位（2023.4.3-2023.4.7）	6
图 2：跨境电商板块下跌 4.93%，百货板块下跌 0.07%（2023.4.3-2023.4.7）	7
图 3：医疗美容板块上涨 1.36%，化妆品板块下跌 1.24%（2023.4.3-2023.4.7）	7

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1：重点板块本周涨跌幅一览（2023.4.3-2023.4.7）	6
表 2：本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.4.7）	8
表 3：本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.4.7）	8
表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.4.7）	9
表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.4.7）	9
表 6：重点公司盈利预测及估值（截至 2023.4.7）	13
表 7：下周个股重要提示（2023.4.10-2023.4.14）	14

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰地反映了研究人员的观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

评级说明

投资建议评级标准		评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	公司评级	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
		谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
		中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上
	行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
		中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路 8 号财富金融广场 1 幢 5F；200120

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层；100005

深圳：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元；518026