

➤ **2022 年 5 月天猫大盘降幅收窄，美容护肤品牌正增长：**2022 年 5 月天猫美妆品类实现 GMV119 亿元/yoy-5%，其中美容护肤 GMV91 亿元/yoy+2%，彩妆 GMV28 亿元/yoy-24%；抖音美妆品类实现 GMV94 亿元/yoy+132%，其中自播占比 17%，总体占天猫美妆 GMV80%。从天猫旗舰店+抖音 1-5 月累计数据和 4-5 月数据来看（其中 5 月天猫旗舰店数据不包含“618”预售数据及现货数据），头部国货品牌及部分新锐品牌仍保持良好的增长，部分上市公司品牌 1-5 月和 4-5 月天猫+抖音的累计销售情况如下：① 贝泰妮：薇诺娜品牌分别实现 GMV9.06 亿元/yoy+74%和 3.26 亿元/yoy+21%；② 珀莱雅：珀莱雅品牌分别实现 GMV12.18 亿元/+62%和 4.48 亿元/yoy+33%，彩棠品牌分别实现 GMV2.30 亿元/yoy+106%和 1.16 亿元/yoy+63%；③ 华熙生物：润百颜品牌分别实现 GMV2.86 亿元/yoy-8%和 1.18 亿元/yoy-20%，夸迪品牌分别实现 GMV4.10 亿元/yoy+35%和 1.64 亿元/yoy+23%，米蓓尔品牌分别实现 GMV2.24 亿元/yoy+137%和 1.15 亿元/yoy+110%，BM 肌活品牌分别实现 GMV3.90 亿元/yoy+267%和 1.43 亿元/yoy+27%；

➤ **“618”美妆品牌销售追踪：天猫美妆大盘同比增长 3.98%，抖音美妆自播占比 15%。**天猫：5 月 26 日-6 月 10 日，美妆品类实现 GMV 154.88 亿元，yoy+3.98%。护肤品类中有 4 个国货品牌进入“618”销售额前 20，分别为珀莱雅（第 5）：实现销售额 4.3 亿元；薇诺娜（第 7）：实现销售额 3.1 亿元；夸迪（第 10）：实现销售额 2.6 亿元；米蓓尔（第 20）：实现销售额 1.3 亿元。彩妆品类中有 8 个国货品牌进入“618”销售额前 20，其中彩棠（第 11）：实现销售额 0.55 亿元。抖音：6 月 1 日-6 月 10 日，美妆品类实现预估销售额 35.51 亿元，其中品牌自播占比 14.93%。有 11 个国货品牌进入“618”销售额前 20，其中 9 个为美妆品牌，润百颜（第 5）：实现预估销售额 5.6 千万元，自播占比 17%；珀莱雅（第 7）：实现预估销售额 5.4 千万元，自播占比 27%；韩束（第 12）：实现预估销售 3.6 千万元，自播占比 26%；夸迪（第 13）：实现预估销售额 3.4 千万元，自播占比 6%；bio-meso 肌活（第 18）：实现预估销售额 2.9 千万元，自播占比 12%；可复美（第 20）：实现预估销售额 2.3 千万元，自播占比 13%。

➤ **投资建议：**看好医美美妆产业链的头部国货公司，推荐爱美客、贝泰妮、华熙生物、珀莱雅及科思股份，建议关注鲁商发展、科思股份、嘉亨家化。培育钻石板块持续高景气，继续推荐力量钻石、中兵红箭，建议关注黄河旋风、四方达、沃尔德与国机精工；看好黄金珠宝板块景气度，建议关注周大生、周大福、潮宏基及曼卡龙。

➤ **风险提示：**新品推广不及预期；培育钻石需求不及预期；宏观经济增速下滑。

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
			2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E	
688363.SH	华熙生物	140.51	1.63	2.04	2.76	86	69	51	推荐
300957.SZ	贝泰妮	197.10	2.04	3.05	3.87	97	65	51	推荐
603605.SH	珀莱雅	159.84	2.87	3.53	4.37	56	45	37	推荐
300856.SZ	科思股份	56.46	1.18	1.77	2.37	48	32	24	推荐
300896.SZ	爱美客	528.50	4.43	6.94	10.06	119	76	53	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	23.32	1.03	1.31	1.77	23	18	13	推荐
600315.SH	上海家化	33.03	0.96	1.30	1.51	34	25	22	推荐
301071.SZ	力量钻石	151.50	3.97	7.96	12.13	38	19	12	推荐
000519.SZ	中兵红箭	26.94	0.35	0.74	1.01	77	36	27	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；

（注：股价为 2022 年 6 月 10 日收盘价）

推荐

维持评级



分析师：刘文正

执业证号：S0100521100009

电话：13122831967

邮箱：liuwenzheng@mszq.com

相关研究

- 1.【民生商社】美妆头部品牌 1-2 月经营数据及 38 节活动表现亮眼，新规解答助监管“软着陆”
- 2.【民生商社】三八女王节销售亮眼，抖音已成部分美妆品牌主场
- 3.【民生商社】美妆抖音销售亮眼，医美标准化“十四五”规划（草案）公布
- 4.【民生商社】零售周观点：一叶子转做功效护肤，贝泰妮全年净利预增 51-64%
- 5.【民生商社】零售周观点：4 月天猫美妆销售承压，雅诗兰黛欧舒丹发布 2022Q1 财报

目录

1 本周观点 (2022.6.6-2022.6.10)	3
1.1 线上美妆数据追踪-2022 年 5 月：天猫大盘降幅收窄，美容护肤品牌正增长	3
1.2 “618”美妆品牌销售追踪：天猫美妆大盘同比增长 3.98%，抖音美妆自播占比 15%	6
2 上周市场回顾 (2022.6.6-2022.6.10)	8
2.1 行业表现	8
2.2 资金动向	10
3 本周行业资讯 (2022.6.6-2022.6.10)	12
3.1 商贸珠宝：菜鸟在“618”显示强劲物流能力，阿迪达斯试水抖音电商 GMV 逼近 2 亿	12
3.2 医美美妆：全球两大原料巨头帝斯曼、芬美意达成业务合并协议，欧莱雅集团发布防晒领域 30 年来首个重大突破性创新	13
4 下周重要提示	15
5 行业重点公司盈利预测及估值	16
6 风险提示	17
插图目录	18
表格目录	18

1 本周观点 (2022.6.6-2022.6.10)

1.1 线上美妆数据追踪-2022 年 5 月：天猫大盘降幅收窄，美容护肤品牌正增长

天猫大盘降幅环比收窄，2022 年 5 月天猫美妆品类实现 GMV119 亿元/yoy-5%，其中美容护肤 GMV91 亿元/yoy+2%，彩妆 GMV28 亿元/yoy-24%；抖音美妆品类实现 GMV94 亿元/yoy+132%，其中自播占比 17%，总体占天猫美妆 GMV80%。

从天猫旗舰店+抖音 1-5 月累计数据和 4-5 月数据来看（其中 5 月天猫旗舰店数据不包含“618”预售数据及现货数据），头部国货品牌及部分新锐品牌仍保持良好的增长，部分上市公司品牌累计销售情况如下：

① 贝泰妮：薇诺娜品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV9.06 亿元/yoy+74%和 3.26 亿元/yoy+21%；

② 珀莱雅：珀莱雅品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV12.18 亿元/+62%和 4.48 亿元/yoy+33%，彩棠品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV2.30 亿元/yoy+106%和 1.16 亿元/yoy+63%；

③ 华熙生物：润百颜品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV2.86 亿元/yoy-8%和 1.18 亿元/yoy-20%，夸迪品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV4.10 亿元/yoy+35%和 1.64 亿元/yoy+23%，米蓓尔品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV2.24 亿元/yoy+137%和 1.15 亿元/yoy+110%，BM 肌活品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV3.90 亿元/yoy+267%和 1.43 亿元/yoy+27%；

④ 上海家化：玉泽品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV2.07 亿元/yoy-39%和 0.68 亿元/yoy-47%，佰草集品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV0.60 亿元/yoy-24%和 0.18 亿元/yoy-60%，高夫品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV0.26 亿元/yoy-34%和 0.07 亿元/yoy-40%；

⑤ 鲁商发展：瑗尔博士“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV3.49 亿元/yoy+63%和 1.39 亿元/yoy+52%，颐莲品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV2.38 亿元/yoy+65%和 1.03 亿元/yoy+17%；

⑥ 水羊股份：御泥坊品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV1.17 亿元/yoy-57%和 0.44 亿元/yoy-63%，小迷糊品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV0.28 亿元/yoy-68%和 0.12 亿元/yoy-79%，KIKO 品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV0.62 亿元/+203%和 0.18 亿元/yoy+21%，阿芙品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV3.10 亿元/yoy+238%和 1.40 亿元/yoy-5%；

⑦ 丸美股份：丸美品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV1.93 亿元/yoy+1%和 0.72 亿元/yoy-36%，恋火品牌“猫+抖”1-5 月和 4-5 月分别实现 GMV1.06 亿元/yoy+8272%和 0.34 亿元/yoy+329%。

图 1：天猫/抖音美妆大盘



资料来源：魔镜数据，飞瓜数据，民生证券研究院

图 2：2022 年 5 月天猫美妆数据：大盘降幅收窄，美容护肤 GMV 同比上升 2%，销量同比下降 11%，彩妆香水 GMV 同比下降 24%，销量同比下降 28%

		2022年1-5月				2022年5月				2022年4月				2022年3月			
天猫旗舰店数据		GMV (亿元)	yoy	销量 (万件)	yoy	GMV (亿元)	yoy	销量 (万件)	yoy	GMV (亿元)	yoy	销量 (万件)	yoy	GMV (亿元)	yoy	销量 (万件)	yoy
天猫行业	美容护肤/美妆/精油	434	-9%	29159	-14%	91	2%	6311	-11%	71	-18%	5205	-20%	116	-6%	6833	-17%
	彩妆/香水/美妆工具	153	-18%	20021	-23%	28	-24%	3530	-28%	20	-40%	2948	-40%	34	-17%	4241	-29%
	资生堂	6.03	41%	92	9%	2.65	371%	33	41%	0.43	-50%	10	-55%	1.91	116%	29	106%
外资	雅诗兰黛	14.50	11%	209	-6%	5.42	175%	63	47%	0.83	-48%	15	-58%	4.32	35%	65	19%
	海蓝之谜	6.18	23%	49	73%	0.78	-6%	7	46%	0.50	-22%	7	54%	2.18	83%	15	143%
	兰蔻	13.85	7%	362	14%	3.04	64%	69	13%	1.56	-4%	60	-19%	4.43	29%	88	23%
	欧莱雅	12.60	-20%	542	-13%	2.41	20%	107	3%	2.31	-11%	104	-10%	4.36	-14%	160	-14%
	修丽可	4.71	-5%	92	70%	1.15	170%	24	419%	0.59	39%	9	64%	1.40	39%	23	104%
	理肤泉	3.72	38%	162	45%	0.45	89%	20	35%	0.52	23%	22	10%	1.32	79%	61	93%
	宝洁	8.96	39%	271	29%	2.69	229%	74	143%	1.31	6%	41	5%	2.61	22%	82	22%
	SK-2	5.20	-21%	52	0%	1.09	5%	17	11%	0.62	-43%	6	-38%	1.40	-17%	11	-18%
	雪花秀	2.56	-13%	71	125%	0.38	-1%	10	119%	0.40	-13%	9	88%	0.83	8%	20	138%
	悦诗风吟	0.58	-68%	45	-73%	0.11	-63%	7	-70%	0.08	-73%	6	-78%	0.18	-72%	17	-69%
上市公司	贝泰妮	6.68	46%	362	42%	1.07	15%	63	11%	1.18	14%	67	7%	2.35	101%	112	84%
	润百颜	1.51	-46%	58	-41%	0.24	-59%	10	-50%	0.29	-51%	10	-47%	0.40	-54%	15	-54%
	夸迪	2.57	-14%	83	46%	0.75	65%	29	264%	0.47	-15%	12	30%	0.71	-11%	18	17%
	米蓓尔	1.57	144%	195	412%	0.60	300%	103	1135%	0.22	58%	30	248%	0.44	330%	34	507%
	BM肌活	1.14	22%	58	2%	0.15	33%	12	107%	0.20	-33%	10	-47%	0.35	127%	16	105%
	佰草集	0.47	-40%	21	-29%	0.11	-62%	2	-81%	0.03	-78%	2	-65%	0.12	-33%	7	6%
	玉泽	1.79	-47%	95	-41%	0.35	-51%	12	-65%	0.24	-54%	12	-66%	0.48	-37%	27	-23%
	高夫	0.23	-41%	15	-40%	0.04	-31%	2	-58%	0.02	-62%	2	-63%	0.06	-36%	4	-45%
	御泥坊	0.77	-64%	59	-67%	0.12	-72%	10	-71%	0.16	-69%	13	-72%	0.21	-58%	16	-62%
	小迷糊	0.18	-78%	19	-77%	0.05	-85%	7	-81%	0.02	-88%	2	-88%	0.04	-76%	3	-79%
	阿芙	0.72	-16%	48	-17%	0.10	-39%	7	-38%	0.13	-24%	8	-32%	0.20	-16%	11	-29%
	KIKO	0.34	97%	20	94%	0.03	-38%	2	-28%	0.05	33%	3	29%	0.09	59%	5	59%
	珀莱雅	7.83	54%	344	-4%	1.03	1%	59	-20%	1.40	63%	64	3%	2.75	107%	106	14%
	彩棠	1.30	30%	73	46%	0.42	345%	23	362%	0.18	-11%	10	-10%	0.25	76%	14	85%
	丸美	0.74	-40%	31	-34%	0.12	-55%	5	-56%	0.08	-50%	3	-47%	0.24	-2%	10	-13%
	恋火	0.57	4445%	32	3645%	0.09	12793%	6	7780%	0.08	3504%	4	3279%	0.20	3500%	11	2794%
	颐莲	1.15	1%	109	13%	0.28	-3%	28	7%	0.26	-6%	27	15%	0.33	5%	29	15%
	瑷尔博士	2.22	14%	156	18%	0.38	18%	29	4%	0.41	33%	30	20%	0.65	22%	42	-5%
	完美日记	3.39	-68%	395	-70%	0.67	-67%	66	-71%	0.38	-77%	53	-78%	0.63	-71%	79	-72%
拟上市/非上市公司	敷尔佳	2.25	15%	174	-7%	0.30	-12%	22	-32%	0.49	61%	35	-12%	0.69	20%	52	-16%
	可复美	2.04	2%	143	11%	0.47	-3%	21	-42%	0.48	46%	41	103%	0.46	18%	34	42%
	可丽金	0.50	210%	30	341%	0.15	73%	10	193%	0.07	235%	5	411%	0.17	660%	9	797%
	创尔生物	0.13	-48%	7	-67%	0.02	-4%	1	-26%	0.02	-37%	1	-59%	0.03	-72%	1	-85%
	韩束	1.43	-29%	79	-33%	0.19	-64%	9	-68%	0.13	-52%	9	-36%	0.46	-7%	22	-23%
	一叶子	0.84	-61%	103	-44%	0.14	-74%	18	-73%	0.11	-55%	14	-14%	0.22	-61%	32	-6%
	毛戈平	1.13	39%	49	33%	0.15	16%	7	3%	0.13	13%	6	-2%	0.31	37%	13	28%
	百重铃	2.74	26%	150	29%	0.47	-20%	24	-26%	0.51	39%	29	40%	0.80	49%	40	36%
	自然堂	3.93	-9%	298	-4%	0.79	6%	55	-9%	0.55	-30%	41	-31%	1.01	-17%	83	-3%
	相宜本草	1.08	29%	127	96%	0.20	22%	20	27%	0.13	-13%	14	37%	0.37	58%	41	153%
其他	逐本	2.02	-2%	185	4%	0.51	117%	54	165%	0.22	-26%	18	-30%	0.61	2%	49	2%
	花西子	6.17	-55%	403	-53%	1.12	-64%	66	-61%	0.89	-56%	62	-56%	1.28	-51%	89	-51%
	colorkey	2.97	-68%	537	-45%	0.71	-39%	96	-40%	0.41	-65%	70	-58%	0.59	-46%	104	-55%
	HFP	1.54	-53%	77	-44%	0.34	-35%	18	-30%	0.27	-61%	15	-49%	0.35	-54%	16	-50%

资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图 3：2022 年 5 月抖音美妆数据：5 月大盘同比上升 132%，自播占比 17%

抖音品牌数据 (品牌抖音/天猫% = 品牌抖音销 售额/品牌天猫旗舰店销售额 *100%)		2022年1-5月				2022年5月				2022年4月				2022年3月			
		GMV (亿元)	yoy	自播 GMV (亿元)	自播占 比%	GMV (亿元)	yoy	自播 GMV (亿元)	自播占 比%	GMV (亿元)	yoy	自播 GMV (亿元)	自播占 比%	GMV (亿元)	yoy	自播 GMV (亿元)	自播占 比%
抖音行业	美妆公司	378	157%	59	15%	94	132%	16	17%	71	125%	10	14%	78	146%	12	15%
外资	资生堂	0.77	486%	/	/	0.17	179%	/	/	0.19	743%	/	/	0.17	261%	/	/
	雅诗兰黛	7.46	2532%	/	/	2.16	1515%	/	/	1.40	6069%	/	/	1.23	1428%	/	/
	海蓝之谜	3.01	3659%	/	/	0.61	991%	/	/	0.76	11501%	/	/	0.47	3815%	/	/
	兰蔻	3.35	1227%	0.10	3%	0.70	635%	0.10	14%	0.59	685%	/	/	0.67	830%	/	/
	欧莱雅	3.89	711%	1.53	39%	1.19	265%	0.52	44%	0.95	2033%	0.31	32%	0.71	1430%	0.29	41%
	修丽可	0.06	/	/	/	0.01	/	/	/	0.01	/	/	/	0.03	/	/	/
	理肤泉	0.94	67%	0.57	68%	0.25	99%	0.20	81%	0.18	60%	0.13	75%	0.19	27%	0.12	62%
	宝洁	2.33	2688%	1.04	45%	0.68	2446%	0.39	57%	0.44	1840%	0.18	40%	0.52	3050%	0.17	32%
	SK-2	3.95	1243%	/	/	0.99	521%	/	/	0.97	3631%	/	/	0.70	627%	/	/
	爱茉莉太平洋	2.85	91%	0.23	8%	0.81	-39%	0.05	6%	0.28	895%	0.01	5%	0.56	390%	0.07	12%
上市公司	悦诗风吟	0.11	-19%	0.05	51%	0.03	13%	0.01	40%	0.02	88%	0.01	57%	0.03	136%	0.01	49%
	贝泰妮	2.38	281%	0.86	36%	0.68	478%	0.24	34%	0.33	227%	0.11	34%	0.58	200%	0.20	35%
	润百颜	1.36	318%	0.42	31%	0.33	101%	0.10	31%	0.32	405%	0.09	28%	0.39	752%	0.08	20%
	夸迪	1.53	3042%	0.13	9%	0.32	1147%	0.05	17%	0.11	831%	0.03	27%	0.35	5831%	0.03	9%
	米蓓尔	0.67	122%	0.05	8%	0.19	245%	0.01	5%	0.15	98%	0.01	8%	0.19	100%	0.01	6%
	BM肌活	2.77	2025%	0.27	10%	0.69	1160%	0.08	12%	0.40	965%	0.03	9%	0.66	4871%	0.05	7%
	佰草集	0.13	3745%	0.09	68%	0.02	1856%	0.01	70%	0.01	648%	0.01	61%	0.03	7541%	0.02	76%
	玉泽	0.28	1690%	0.18	66%	0.05	238%	0.04	77%	0.04	5384%	0.01	20%	0.07	6389%	0.04	57%
	高夫	0.03	1621%	0.02	70%	0.00	203%	0.00	87%	0.00	/	0.00	33%	0.01	/	0.00	51%
	御泥坊	0.40	-35%	0.24	61%	0.09	-48%	0.05	57%	0.07	-58%	0.05	66%	0.06	-61%	0.03	54%
拟上市/非上市公司	小迷糊	0.10	55%	0.04	40%	0.03	-8%	/	0%	0.02	81%	0.01	65%	0.03	166%	0.01	36%
	阿美	2.38	4185%	0.24	4%	0.55	4533%	0.05	3%	0.62	5057%	0.05	3%	0.59	10913%	0.01	2%
	KIKO	0.29	701%	0.10	36%	0.05	115%	0.02	39%	0.04	746%	0.01	32%	0.07	1018%	0.02	28%
	珀莱雅	4.35	80%	1.97	45%	1.07	70%	0.48	45%	0.99	90%	0.42	43%	1.04	132%	0.39	37%
	彩棠	1.00	793%	0.24	24%	0.38	1669%	0.12	31%	0.18	400%	0.05	25%	0.23	603%	0.05	21%
	丸美股份	1.19	76%	0.41	34%	0.33	193%	0.12	36%	0.19	-52%	0.06	31%	0.28	251%	0.09	32%
	恋火	0.48	/	0.02	4%	0.08	/	0.01	9%	0.09	/	0.00	5%	0.10	/	0.00	3%
	颐莲	1.23	302%	0.22	18%	0.23	125%	0.05	21%	0.26	172%	0.05	21%	0.32	407%	0.05	14%
	理尔博士	1.27	549%	0.73	57%	0.25	209%	0.14	55%	0.35	845%	0.19	54%	0.26	646%	0.14	52%
	逸仙电商	1.70	75%	1.02	60%	0.54	53%	0.27	51%	0.23	65%	0.14	58%	0.26	75%	0.16	60%
拟上市/非上市公司	敷尔佳	0.19	539%	0.15	79%	0.06	296%	0.04	70%	0.05	2328%	0.04	87%	0.05	453%	0.04	75%
	可复美	0.65	6456%	0.35	55%	0.21	12508%	0.11	51%	0.20	3070%	0.10	49%	0.09	13035%	0.05	54%
	巨子生物	0.30	4755%	0.06	20%	0.17	19066%	0.02	10%	0.07	5476%	0.02	25%	0.03	8766%	0.01	42%
	创尔美	0.02	/	0.00	20%	0.00	/	0.00	13%	0.00	/	0.00	4%	0.01	/	0.00	7%
	韩束	2.68	112%	0.92	35%	0.46	22%	0.16	34%	0.36	3%	0.07	18%	0.65	44%	0.20	31%
	一叶子	0.06	-49%	0.03	45%	0.01	-77%	0.00	39%	0.01	-57%	0.00	1%	0.02	-52%	0.01	58%
	毛戈平	1.21	535%	0.73	60%	0.19	385%	0.09	46%	0.09	57%	0.06	60%	0.17	167%	0.08	49%
	百雀羚	0.92	276%	0.58	64%	0.06	-62%	0.01	17%	0.10	202%	0.07	71%	0.26	641%	0.14	55%
	自然堂	2.35	101%	1.55	66%	0.59	228%	0.33	56%	0.34	123%	0.22	65%	0.60	-3%	0.43	70%
	相宜本草	0.67	2151%	0.04	6%	0.16	504%	0.02	13%	0.06	1961%	0.01	9%	0.19	6703%	0.01	4%
其他	逐本	1.47	263%	0.88	60%	0.41	179%	0.22	54%	0.28	285%	0.15	54%	0.31	269%	0.21	67%
	花西子	5.96	133%	3.46	58%	1.17	58%	0.67	57%	0.94	121%	0.47	50%	1.23	25%	0.67	54%
	colorkey	0.92	83%	0.31	34%	0.33	197%	0.01	2%	0.14	20%	0.07	50%	0.15	29%	0.07	47%
	HFP	0.27	201%	0.07	25%	0.08	256%	0.02	30%	0.06	29%	0.02	34%	0.05	223%	0.01	16%

资料来源：飞瓜数据，民生证券研究院

图 4：抖音细分行业及不同推广方式销售占比



资料来源：飞瓜数据，民生证券研究院

1.2 “618”美妆品牌销售追踪：天猫美妆大盘同比增长 3.98%， 抖音美妆自播占比 15%

1.2.1 天猫：截至 6 月 10 日，“618”美妆大盘销售额同比增长 3.98%，其中 美容护肤同比增长 7.31%

美妆大盘：5 月 26 日-6 月 10 日，天猫美妆品类实现 GMV 154.88 亿元，同比增长 3.98%，销量 8221 万件，同比下降 4.77%，成交均价 188 元，同比上升 15.8 元；其中美容护肤品类实现 GMV 130.39 亿元，同比增长 7.31%，销量 5596 万件，同比下降 1.44%，均价 233 元，同比上升 19.0 元；彩妆品类实现 GMV 24.50 亿元，同比下降 10.75%，销量 2625 万件，同比下降 11.17%，成交均价 93 元，基本持平。

分品牌看：5 月 26 日-6 月 10 日，护肤品类中有 4 个国货品牌进入“618”销售额前 20，分别为珀莱雅（第 5）：实现销售额 4.3 亿元，销售量 133 万件，均价 324 元；薇诺娜（第 7）：实现销售额 3.1 亿元，销售量 139 万件，均价 226 元；夸迪（第 10）：实现销售额 2.6 亿元，销售量 58 万件，均价 453 元；米蓓尔（第 20）：实现销售额 1.3 亿元，销售量 127 万件，均价 101 元。彩妆品类中有 8 个国货品牌进入“618”销售额前 20，其中 3 个为上市公司品牌，分别为完美日记（第 9）：实现销售额 0.62 亿元，销售量 80 万件，均价 78 元；彩棠（第 11）：实现销售额 0.55 亿元，销售量 31 万件，均价 175 元；PINK BEAR（第 14）：实现销售额 0.45 亿元，销售量 51 万件，均价 88 元。

图 4：天猫美妆品牌“618”销售排名（5.26-6.10）

护肤品牌“618”累计销售榜单 (5.26-6.10)					彩妆品牌“618”累计销售榜单 (5.26-6.10)				
排名	品牌	预售+现货销售额 (亿元)	预售+现货销售量 (万件)	均价 (元)	排名	品牌	预售额+现货销售额 (亿元)	预售+现货销售量 (万件)	均价 (元)
1	欧莱雅	9.6	321	299	1	MAC	0.95	35	269
2	雅诗兰黛	6.0	79	761	2	3CE	0.92	64	144
3	Olay	5.9	174	338	3	花西子	0.87	58	150
4	兰蔻	5.8	64	917	4	YSL	0.86	18	466
5	珀莱雅	4.3	133	324	5	玫珂菲	0.80	23	349
6	海蓝之谜	3.8	18	2118	6	Colorkey	0.79	116	68
7	薇诺娜	3.1	139	226	7	Nars	0.78	21	367
8	资生堂	2.9	44	650	8	雅诗兰黛	0.67	15	437
9	修丽可	2.7	30	885	9	完美日记	0.62	80	78
10	夸迪	2.6	58	453	10	兰蔻	0.56	13	440
11	科颜氏	2.6	62	418	11	TIMAGE/彩棠	0.55	31	175
12	HR	2.6	9	2946	12	阿玛尼	0.52	12	448
13	理肤泉	2.2	114	192	13	CPB/肌肤之钥	0.48	9	524
14	SK-II	2.0	18	1134	14	PINK BEAR	0.45	51	88
15	娇韵诗	1.9	23	808	15	酵色	0.38	47	81
16	黛珂	1.7	38	456	16	blankme	0.37	11	329
17	娇兰	1.6	12	1335	17	纪梵希	0.36	8	466
18	美丽芳丝	1.5	83	180	18	美宝莲	0.36	33	108
19	馥蕾诗	1.4	14	985	19	BOBBI BROWN	0.34	6	544
20	米蓓尔	1.3	127	101	20	INTO YOU	0.33	59	56
24	自然堂	1.2	131	89	21	橘朵	0.33	58	57
33	相宜本草	0.9	27	323	30	毛戈平	0.19	8	235
38	逐本	0.7	68	108	39	KIKO	0.16	11	145
44	润百颜	0.6	18	302	52	Passional Lover/恋火	0.09	6	157
60	瑗尔博士	0.4	17	223	67	珀莱雅	0.05	4	117
67	丸美	0.3	16	211					
69	颐莲	0.3	33	100					
72	HFP	0.3	16	192					
77	Bio-MESO	0.3	21	141					
90	韩束	0.2	12	204					
98	Dr.Yu/玉泽	0.2	10	187					

资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

1.2.2 抖音：截至 6 月 10 日，美妆大盘实现预估销售额 35.51 亿元，自播占比 14.93%

美妆大盘：6 月 1 日-6 月 10 日，抖音美妆品类实现预估销售额 35.51 亿元，其中美容护肤 25.92 亿元，彩妆香水 6.76 亿元，美容/个护一起 2.69 亿元，美容美体医疗器械 0.14 亿元。按推广方式来看，品牌自播号实现销售额 5.30 亿元，占比 14.93%。

分品牌看：6 月 1 日-6 月 11 日，11 个国货品牌进入细分品类销售额前 20，其中 9 个为护肤彩妆品牌，2 个为美容工具品牌。护肤彩妆品牌分别为润百颜（第 5）：实现预估销售额 5.6 千万元，自播占比 17%；花西子（第 6）：实现预估销售额 5.4 千万元，自播占比 51%；珀莱雅（第 7）：实现预估销售额 5.4 千万元，自播占比 27%；韩束（第 12）：实现预估销售 3.6 千万元，自播占比 26%；夸迪（第 13）：实现预估销售额 3.4 千万元，自播占比 6%；肌先知（第 16）：实现预估销售额 3.2 千万元；bio-meso 肌活（第 18）：实现预估销售额 2.9 千万元，自播占比 12%；植美馥予（第 19）：实现预估销售额 1577.6 万元，自播占比 81%；可复美（第 20）：实现预估销售额 2.3 千万元，自播占比 13%。

图 4：抖音美妆品牌“618”累计销售排名（6.1-6.11）

美妆品牌“618”累计销售榜单（6.1-6.11）				
排名	品牌	预估销售额（千万元）	预估预售量（万件）	自播占比
1	WHOO/后	12.0	24	/
2	雅诗兰黛	8.5	19	0.03%
3	雅萌	8.1	2	5%
4	SK-II	5.7	7	/
5	润百颜	5.6	16	17%
6	花西子	5.4	30	51%
7	珀莱雅	5.4	25	27%
8	amiro	5.2	3	23%
9	欧莱雅	5.1	40	31%
10	HR	4.8	1	/
11	兰蔻	4.0	10	10%
12	韩束	3.6	22	26%
13	夸迪	3.4	13	6%
14	Ulike	3.4	2	35%
15	玉兰油	3.3	9	43%
16	肌先知	3.2	18	0.004%
17	奥伦纳素	2.9	2	29%
18	BM肌活	2.9	16	12%
19	植美馥予	2.5	5	81%
20	可复美	2.3	9	13%
21	毛戈平	2.1	9	31%
22	逐本	2.1	25	45%
23	资生堂	2.0	4	/
24	蜜丝婷	2.0	33	14%
25	海蓝之谜	2.0	3	/
26	欧诗漫	2.0	25	26%
27	银泰百货	1.9	3	4%
28	自然堂	1.9	10	64%
29	朱莉欧	1.9	15	56%
30	丸美	1.9	9	24%

资料来源：飞瓜数据，民生证券研究院

2 上周市场回顾 (2022.6.6-2022.6.10)

2.1 行业表现

2.1.1 上周各板块涨跌幅：上证综指上涨 2.80%，商贸零售上涨 2.66%，纺织服装下跌 0.15%，美容护理上涨 1.14%

上周各主要指数：商贸零售上涨 2.66%，纺织服装下跌 0.15%，美容护理上涨 1.14%，上证综指上涨 2.80%，深证成指上涨 3.50%，创业板指上涨 4.00%，沪深 300 上涨 3.65%，恒生指数上涨 3.43%。

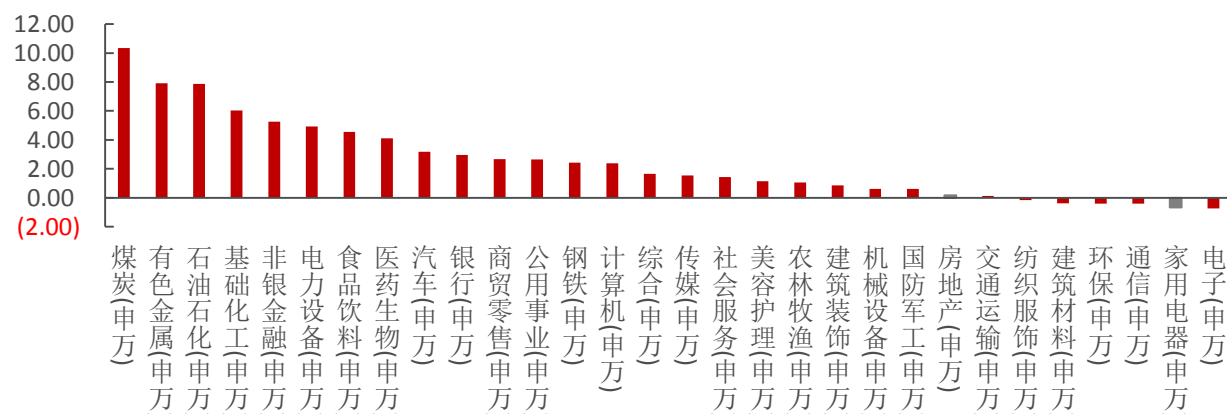
表 1：重点板块本周涨跌幅一览 (2022.6.6-2022.6.10)

	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	2.80	24805.38	0.38	-9.75
深证成指	3.50	27986.40	1.00	-19.00
创业板指	4.00	9067.18	1.84	-23.06
沪深 300	3.65	15385.54	0.41	-14.20
商业贸易(申万)	2.66	887.04	0.00	-11.37
纺织服装(申万)	-0.15	361.81	0.00	-13.13
美容护理(申万)	1.14	177.00	-49.70	-10.95
恒生指数	3.43	8066.74	0.38	-6.80

资料来源：Wind，民生证券研究院

上周 31 个申万一级行业：商贸零售板块 (+2.66%)、纺织服装板块 (-0.15%) 和美容护理板块 (+1.14%) 在 31 个申万一级行业中分别排名第 11 位、第 25 位和第 18 位。上周涨幅最大的板块是煤炭 (+10.35%)，跌幅最大的板块为轻工制造 (-1.00%)。

图 5：商贸零售、纺织服装和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 11 位、第 25 位和第 18 位 (2022.6.6-2022.6.10)

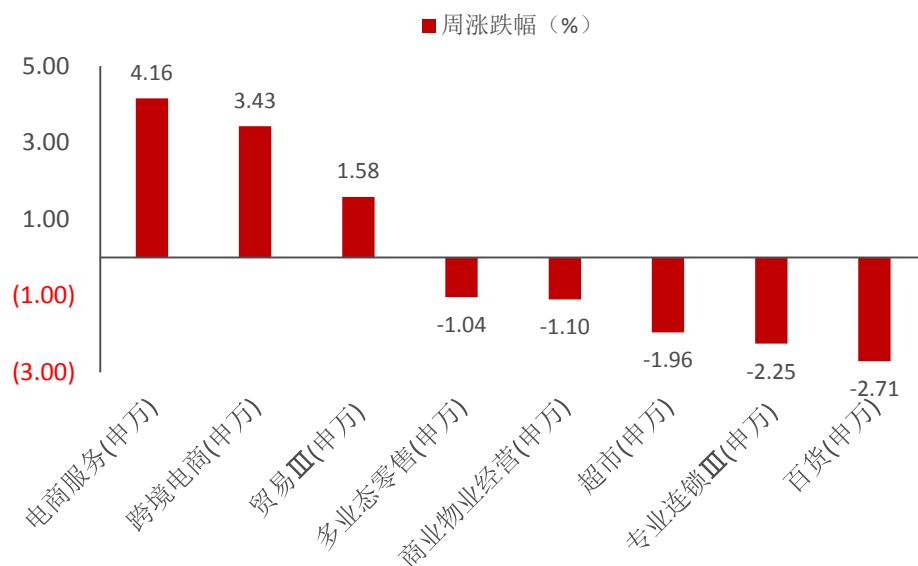


资料来源：wind，民生证券研究院

上周商贸零售各细分板块：电商服务板块上涨 4.16%，跨境电商板块上涨 3.43%，贸易板块上涨 1.58%，多业态零售板块下跌 1.04%，商业物业经营板块下跌 1.10%，超市板块下跌

1.96%，专业连锁板块下跌 2.25%，百货板块下跌 2.71%。

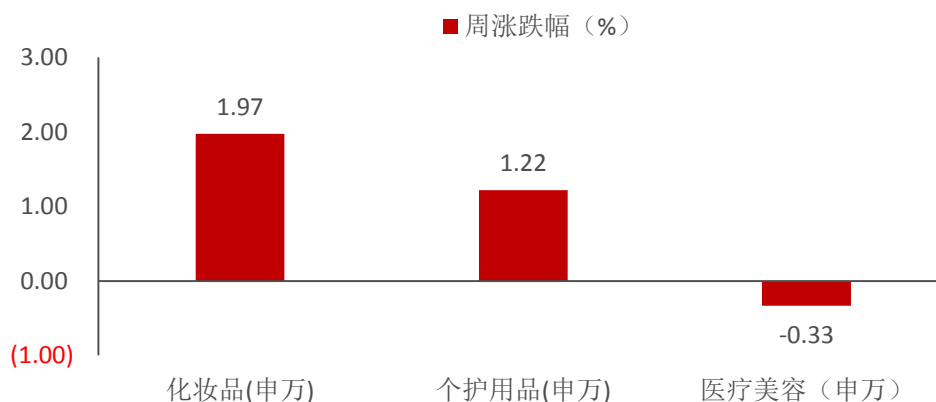
图 6：电商服务板块上涨 4.16%，百货板块下跌 2.71% (2022.6.6-2022.6.10)



资料来源：wind，民生证券研究院

上周美容护理各细分板块：化妆品板块上涨 1.97%，个护用品板块上涨 1.22%，医疗美容板块下跌 0.33%。

图 7：化妆品板块上涨 1.97%，医疗美容板块下跌 0.33% (2022.6.6-2022.6.10)



资料来源：wind，民生证券研究院

2.1.2 上周个股涨幅龙虎榜：*ST 厦华上涨 43.24%，科思股份上涨 34.56%

商业贸易涨幅前五：*ST 厦华 (+43.24%) 五矿发展 (+22.46%) 南极电商 (+8.32%)

丽尚国潮 (+8.12%)、中成股份 (+7.58%)；

商业贸易跌幅前五：徐家汇 (-11.41%)、深粮控股 (-8.32%)、上海九百 (-7.07%)、苏宁百货 (-6.93%)、远大控股 (-6.55%)。

表 2：上周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.6.10）

	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	600870.SH	*ST 厦华	43.24	2.77	0.53
	600058.SH	五矿发展	22.46	148.46	13.85
	002127.SZ	南极电商	8.32	143.86	5.86
	600738.SH	丽尚国潮	8.12	58.71	7.59
	000151.SZ	中成股份	7.58	65.15	19.31
跌幅前五	000626.SZ	远大控股	(6.55)	64.58	12.69
	600712.SH	南宁百货	(6.93)	21.95	4.03
	600838.SH	上海九百	(7.07)	30.03	7.49
	000019.SZ	深粮控股	(8.32)	94.56	8.59
	002561.SZ	徐家汇	(11.41)	51.01	12.27

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 6 月 10 日收盘价。

医美美妆涨幅前五：科思股份 (+8.04%)、珀莱雅 (+4.31%)、锦盛新材 (+4.18%)、贝泰妮 (+2.66%)、嘉亨家化 (+1.83%)；

医美美妆跌幅前五：华业香料 (-5.82%)、华熙生物 (-5.66%)、拉芳家化 (-5.19%)、奥园美谷 (-4.17%)、上海家化 (-3.70%)。

表 3：上周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.6.10）

	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	300856.SZ	科思股份	8.04	63.73	56.46
	603605.SH	珀莱雅	4.31	449.81	159.84
	300849.SZ	锦盛新材	4.18	17.96	11.97
	300957.SZ	贝泰妮	2.66	834.92	197.10
	300955.SZ	嘉亨家化	1.83	23.51	23.32
跌幅前五	600315.SH	上海家化	(3.70)	224.48	33.03
	000615.SZ	奥园美谷	(4.17)	55.62	7.12
	603630.SH	拉芳家化	(5.19)	31.47	13.89
	688363.SH	华熙生物	(5.66)	675.97	140.51
	300886.SZ	华业香料	(5.82)	22.78	30.56

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 6 月 10 日收盘价。

2.2 资金动向

2.2.1 个股资金跟踪：金开新能买入额占商贸榜首，探路者买入额占纺服榜首，

爱美客买入额占美护首位

商业贸易净买入前五：厦门国贸（+1.06 亿元）、红旗连锁（+0.60 亿元）、东百集团（+0.54 亿元）、江苏国泰（+0.44 亿元）、丽尚国潮（+0.35 亿元）；

商业贸易净卖出前五：五矿发展（-5.32 亿元）、东方创业（-2.58 亿元）、徐家汇（-2.13 亿元）、百联股份（-1.98 亿元）、天音控股（-1.96 亿元）。

表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.6.10）

	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	600755.SH	厦门国贸	1.06	19599.01	180.92	8.22
	002697.SZ	红旗连锁	0.60	7492.54	67.32	4.95
	600693.SH	东百集团	0.54	18767.19	41.86	4.66
	002091.SZ	江苏国泰	0.44	13184.12	183.47	11.49
	600738.SH	丽尚国潮	0.35	6768.13	58.71	7.59
净卖出前五	000829.SZ	天音控股	(1.96)	18777.39	103.23	10.07
	600827.SH	百联股份	(1.98)	23605.48	197.51	12.31
	002561.SZ	徐家汇	(2.13)	22982.64	51.01	12.27
	600278.SH	东方创业	(2.58)	17945.97	72.45	8.20
	600058.SH	五矿发展	(5.32)	48141.95	148.46	13.85

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 6 月 10 日收盘价。

医美美妆净买入前五：爱美客（+2.16 亿元）、贝泰妮（+1.10 亿元）、华熙生物（+0.34 亿元）、珀莱雅（+0.33 亿元）、科思股份（+0.12 亿元）；

医美美妆净卖出前五：奥园美谷（-0.91 亿元）、水羊股份（-0.42 亿元）、拉芳家化（-0.31 亿元）、丸美股份（-0.26 亿元）、青松股份（-0.22 亿元）。

表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.6.10）

	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	2.16	929.93	1143.46	528.50
	300957.SZ	贝泰妮	1.10	1101.82	834.92	197.10
	688363.SH	华熙生物	0.34	2728.44	675.97	140.51
	603605.SH	珀莱雅	0.33	1134.86	449.81	159.84
	300856.SZ	科思股份	0.12	706.26	63.73	56.46
净卖出前五	300132.SZ	青松股份	(0.22)	4264.79	31.30	6.06
	603983.SH	丸美股份	(0.26)	930.85	91.53	22.78
	603630.SH	拉芳家化	(0.31)	1366.95	31.47	13.89
	300740.SZ	水羊股份	(0.42)	4752.66	50.13	12.18
	000615.SZ	奥园美谷	(0.91)	8723.50	55.62	7.12

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 6 月 10 日收盘价。

3 本周行业资讯 (2022.6.6-2022.6.10)

3.1 商贸珠宝：菜鸟在“618”显示强劲物流能力，阿迪达斯试水抖音电商 GMV 逼近 2 亿

3.1.1 行业资讯

1、京东物流与飞鹤乳业建立全国中央物流配送中心

日前，飞鹤乳业位于哈尔滨智能化产业园的智能仓储项目正式交付，标志着飞鹤现代化全国中央物流配送中心正式投入使用。据悉，该物流中心由飞鹤乳业与京东物流联合打造，位于黑龙江省哈尔滨市，仓库整体面积约为 24000 平，分为两栋建筑布局。（艺恩网）

2、华为申请注册咖啡商标，咖啡赛道一卷再卷

企查查 APP 显示，近日，华为技术有限公司申请注册了两个咖啡商标。一商标名为“一标咖啡吸收宇宙能量”，国际分类为 43 类餐饮住宿，服务内容有咖啡馆、餐厅、饭店、流动饮食供应等；另一商标名为“一杯咖啡吸收宇宙能量”，国际分类为 30 类方便食品。当前，两个商标状态均为注册申请中。

根据艾媒咨询数据显示，2021 年中国咖啡市场规模约 3817 亿元，预计行业保持 27.2% 的增长率上升，到 2025 年中国咖啡市场规模将达到 10000 亿元。企查查数据显示，我国现存咖啡相关企业近 16 万家。2021 年新增 2.59 万家，同比增长 15.31%。此前，中石化、邮政、李宁等企业纷纷宣布跨界加入咖啡市场。（联商网）

3、菜鸟在“618”显示强劲物流能力，送货速度明显优于行业平均水平

今年 618 第一波发货已经结束，第二波备货正在进行。数据显示，618 第一波菜鸟物流时效明显优于行业平均，其中菜鸟供应链“预售极速达”服务继续提速，当日达次日达比例稳定在 90% 以上。

菜鸟“预售极速达”单量相比去年增加 110%，当日达比例超 70%，次日达比例达 90%，部分商家当日达次日达比例超过了 98%，覆盖城市超 300 个。菜鸟直送相关负责人介绍，今年 618 第一波大促中，菜鸟整体发货率、签收率皆提速，正是源于菜鸟整体物流能力的提升。（新零售网）

4、海南离岛免税消费现较大降幅，政府刺激消费回补

受疫情影响，海南离岛免税消费近三个月出现较大降幅，政府通过发放消费券等方式推动回暖。据介绍，今年 1 至 4 月离岛免税消费呈快速下降态势。4 月份离岛免税店的销售额仅 18.6 亿元，日均销售额由去年的接近 2 亿元下降到不足 1 亿元，环比下降 35.4%，同比下降 64%。

为刺激消费回补，海南省在全省范围内发放免税、购物、餐饮、旅游消费券总额将超过 1.2 亿元，5 月当月海南消费各项指标已呈现恢复态势。离岛免税店销售额 30.9 亿元，环比增长 66.1%；餐饮收入 20.4 亿元，环比增长 17.9%；汽车消费 18 亿元，环比增长 9.6%。下一步，海南省将安排 2000 万元资金发放离岛免税消费券，持续加强离岛免税购物促销，对完成离岛免税销售年度目标任务的经营主体给予一定的销售奖励。（中国新闻网）

5、折扣连锁超市“小象生活”完成数千万元 A 轮融资，资金拟用于门店开拓

近日消息，折扣连锁超市「小象生活」已完成数千万元 A 轮融资，此次融资所得资金将主要用于门店开拓。目前，小象生活在江苏多个县市开出 8 家门店，暂无走出江苏计划，继续以南京为中心，向省内密度扩张。小象生活是一家来自于江苏的新型折扣连锁业态，初期以 80-100 平米“折扣超市”进行密度扩张，提供不到 1000 个 SKU、较全品类的“精选家庭基本商品”。适应近一年市场环境变化，在前期小店基础上，又推出 1000 平米大店新业态“惠买喵超级折扣仓”，惠买喵将落地江苏更多城市。（赢商网）

6、阿迪达斯试水抖音电商 GMV 逼近 2 亿

阿迪达斯 (adidas) 于 5 月 18 日至 5 月 24 日期间上线“抖音电商开新大赏”，成为该活动首个品牌合作商，通过独家发售 YEEZY、邀请冬奥冠军苏翊鸣做客直播间、现场连麦 NBA 球星等活动，GMV 超过 1.7 亿元，超额实现业绩目标，成为抖音电商品牌榜第一名，其中超 40% 的销售额由 adidas 新品和尖货贡献。（赢商网）

3.1.2 公司重要事项

【南极电商】2022 年 6 月 7 日，公司实际控制人张玉祥先生对其所持本公司的部分股份办理解除质押手续，本次解除质押股份数量 8,000,000 股，占其所持股份比例 1.31%，占公司总股本比例 0.33%。

【中兵红箭】2022 年 6 月 6 日，公司非职工代表监事王宏安先生提交书面辞职报告，副董事长、总经理寇军强先生提交书面辞职报告。

3.2 医美美妆：全球两大原料巨头帝斯曼、芬美意达成业务合并协议，欧莱雅集团发布防晒领域 30 年来首个重大突破性创新

3.2.1 行业资讯

1、开云集团计划中期将圣罗兰销售额翻一番

6 月 9 日，媒体报道，开云集团在投资大会上宣布，将把旗下品牌 Yves Saint Laurent 圣罗兰培养成第二个古驰 (Gucci)，中期目标是将 Yves Saint Laurent 圣罗兰的年销售额翻倍至 50 亿欧元，并计划将息税前利润率从去年的 28.3% 提升至 33%。同时，将扩大 Yves Saint Laurent 圣罗兰品牌的地理足迹，更深入地进军美国市场。（北京商报）

2、全球香精第一巨头将易主

5 月 31 日，全球两大原料巨头帝斯曼 DSM、芬美意 Firmenich 宣布达成业务合并协议，并共同成立新公司 DSM-Firmenich (帝斯曼-芬美意)，预计于 2023 年上半年完成。DSM-Firmenich 将在阿姆斯特丹泛欧交易所上市。成立之初，帝斯曼合计持有 65.5% 的股份，芬美意则占据 34.5% 的股份和 35 亿欧元 (约合人民币 251 亿元) 的现金。两家公司合并后，全球第一香精巨头或将易主。

帝斯曼和芬美意的业务相结合后，将成立香水与美容、食品与饮料、健康营养与护理、动物营养与健康四大业务板块。到 2026 年，该组合预计将实现每年约 3.5 亿欧元 (约合人民币 25 亿元) 的 EBITDA (税息折旧及摊销前利润)。（品观网）

3、京东“618”开门红

京东“618”开门红4小时，超1000个美妆品牌成交额同比增长超100%，其中兰蔻、欧莱雅、珀莱雅、赫莲娜、YSL等高端大牌及国货品牌均表现亮眼。HBN、夸迪、瑗尔博士等超800个新锐及产业带品牌成交额同比增长也超100%。此外，丝芙兰、屈臣氏等超3000家美妆全渠道门店成交额同比增长超200%。

京东新百货618开门红前10分钟，美妆全品类整体成交额较去年同比增长90%，多个城市美妆成交额突破新高，上海地区美妆成交额同比增长高达260%，北京地区美妆成交额同比增长超100%。（品观网）

4、特殊化妆品注册数断崖式下跌

截至5月30日，国家药监局特殊化妆品注册平台显示，今年特殊化妆品共注册了675个，较2021年上半年特殊化妆品注册量下降76.5%。另据大麦星球数据，今年1-5月新注册了国产特殊化妆品共计605个，也同比下降了70.66%。据不完全统计，今年特证注册数减少超7成，且近万条特证过期未延续，随着配方成本的增加，特证产品或将涨价。

自2022年1月1日起，特殊化妆品注册至少新增四项要求，即需提交原料报送码、人体功效试验报告、产品安全评估资料以及功效宣称依据的摘要。（品观网）

5、欧莱雅集团发布防晒领域30年来首个重大突破性创新

欧莱雅集团日前发布其在防晒领域近30年来的首个重大突破性创新UVMune 400防晒技术，能够有效保护皮肤抵御超长波UVA辐射，理肤泉是首个应用该技术的品牌。凭借这项重大科学突破，欧莱雅将帮助消费者有效预防由太阳光辐射引起的深层皮肤损伤。在截至3月底的三个月内，欧莱雅销售额同比大涨19%至90.6亿欧元，超过分析师预期。（LADYMAX公众号）

3.2.2 公司重要事项

【贝泰妮】截至2022年6月8日，重楼投资通过大宗交易方式、集中竞价交易方式合计减持公司股份4,236,000股，占公司总股本的1.00%；同时，自公司发布预披露公告以来，重楼投资累计减持股份数已达到公司已发行的有表决权股份比例的1.00%。重楼投资的减持计划已经实施完成。

【昊海生科】公司于2022年6月8日分别召开第四届董事会第三十七次会议和第四届监事会第二十三次会议，完成了董事会、监事会的换届选举。

4 下周重要提示

表 6：下周个股重要提示（2022.6.13-2022.6.17）

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
纺织服装	600398.SH	海澜之家	2022.6.15	股东大会召开

资料来源：Wind，民生证券研究院

5 行业重点公司盈利预测及估值

表 7：重点公司盈利预测及估值（截至 2022.6.10）

证券代码	证券简称	总市值 (亿元)	最新收 盘价 (元)	净利润(亿元)			利润增速			PE		
				21A	22E	23E	21A	22A	23E	21A	22E	23E
688363.SH	华熙生物	675.97	140.51	7.82	9.8	13.24	21.10%	25.20%	35.10%	86	69	51
300957.SZ	贝泰妮	834.92	197.10	8.63	11.24	15.35	58.82%	30.54%	36.60%	97	65	51
603605.SH	珀莱雅	449.81	159.84	5.76	7.1	8.76	23.20%	23.40%	33.70%	56	45	37
300856.SZ	科思股份	63.73	56.46	1.33	2	2.67	-18.70%	50.50%	33.70%	48	32	24
300896.SZ	爱美客	1,143.46	528.50	9.58	15	21.78	117.80%	56.70%	45.20%	119	76	53
300955.SZ	嘉亨家化	23.51	23.32	0.97	1.32	1.79	4.00%	36.00%	35.61%	23	18	13
600315.SH	上海家化	224.48	33.03	6.49	8.81	10.27	50.93%	35.75%	16.57%	34	25	22
301071.SZ	力量钻石	182.93	151.50	2.4	4.77	7.32	228.20%	99.20%	53.46%	38	19	12
000519.SZ	中兵红箭	375.16	26.94	4.85	10.35	14.08	76.80%	113.30%	36.04%	77	36	27

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；

（注：总市值和最新收盘价为 2022 年 6 月 10 日数据）

6 风险提示

- 1) 新品推广不及预期，化妆品生产质量风险，行业整体波动风险；
- 2) 培育钻石需求不及预期，原材料价格大幅上涨，行业竞争格局恶化；
- 3) 宏观经济增速下滑，渠道加速变革，新品牌培育不及预期。

插图目录

图 1：各平台“618”规则对比	4
图 2：2022 年“618”李佳琦直播间 vs 天猫旗舰店（外资大牌）	4
图 3：2022 年“618”李佳琦直播间 vs 天猫旗舰店（国货品牌）	5
图 4：李佳琦直播间 2022 年“618”vs 过往购物节折扣对比	5
图 5：商贸零售、纺织服装和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 11 位、第 25 位和第 18 位（2022.6.6-2022.6.10）	8
图 6：电商服务板块上涨 4.16%，百货板块下跌 2.71%（2022.6.6-2022.6.10）	9
图 7：化妆品板块上涨 1.97%，医疗美容板块下跌 0.33%（2022.6.6-2022.6.10）	9

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（2022.6.6-2022.6.10）	8
表 2：上周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.6.10）	10
表 3：上周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.6.10）	10
表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.6.10）	11
表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.6.10）	11
表 6：下周个股重要提示（2022.6.13-2022.6.17）	15
表 7：重点公司盈利预测及估值（截至 2022.6.10）	16

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。本报告清晰准确地反映了研究人员的研究观点，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。	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
公司评级	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
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：广东省深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 6701-01 单元；518001