

商贸零售行业跟踪周报

近视防控任重道远，消费升级下离焦镜渗透率快速提升，市场空间广阔

增持（维持）

本周行业观点（本周指 2022 年 6 月 6 日至 6 月 10 日，下同）

- **我国近视防控任重道远，防控类产品需求旺盛。**本周一（每年的 6 月 6 日）是全国爱眼日，各地展开爱眼日宣传活动，目前我国青少年近视率较高，且低龄化近视明显，青少年近视防控人群在 1 亿人左右，近视防控任重道远，近视防控类产品应运而生。
- **离焦镜采用“近视性离焦”技术，有效控制延缓近视度数加深，佩戴方便，价格亲民，产品综合优势突出。**离焦镜作为近视防控类产品中的一种，优点突出：1）近视防控效果佳，临床数据显示豪雅的新乐学，依视路的星趣控等产品的近视控制有效率在 60% 及 60% 以上。2）佩戴方便，离焦镜外观和普通框架眼镜一样，但在镜片方面采用周边“近视性离焦”设计，使得周边区域的成像落在视网膜前，进而控制眼轴向后生长，延缓近视度数的加深。3）价格更加亲民：目前离焦镜终端到手价大多在 1500-3000 元，较低折射率框架眼镜更贵，但与高折射率普通框架眼镜价格相符，且低于 OK 镜其他近视防控类产品。
- **离焦镜瞄向传统框架眼镜市场，渗透率快速提升，市场空间广阔。**离焦镜目前仍处于渗透率快速提升的阶段，可直接在眼镜门店销售，对于普通消费者而言更多是“消费升级”的逻辑，是对于传统框架眼镜市场的替代。我们估计 2021 年近视防控眼镜的销售量约为 500 万副，对应镜片厂商出厂规模约为 35 亿元，终端零售市场规模约为 100 亿元。渗透率仅约 4.5%，瞄向传统框架眼镜市场，近视防控眼镜未来还有广阔的增长空间。
- **投资建议：**近视防控眼镜镜片厂商大多为 B2B2C 模式，考验品牌力，产品力和渠道优势，行业实际壁垒较高，目前进口三大品牌市场份额较高，共同推动行业的发展，国产品牌中明月镜片已经建立起了独一档的优势，品牌认知较高，渠道布局广，技术研发实力较强，推荐明月镜片。
- **风险提示：**疫情反复；终端消费景气度下降；市场竞争加剧等。

2022 年 06 月 12 日

证券分析师 吴劲草

执业证书：S0600520090006

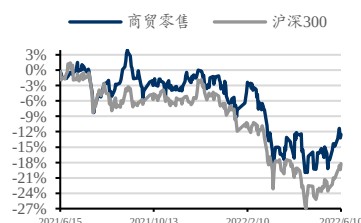
wujc@dwzq.com.cn

研究助理 谭志千

执业证书：S0600120120018

tanzhq@dwzq.com.cn

行业走势



相关研究

《离焦镜（近视防控镜）：消费升级下渗透率持续提升，市场广阔发展迅速》

2022-06-10

《免税行业专题（二）：以第一大消费市场美国为例，出行消费产业链如何疫后复苏？》

2022-06-09

《智能投影仪和扫地机器人 618 预售额高增，极米，科沃斯等品牌领先优势进一步扩大》

2022-06-05

内容目录

1. 本周行业点评: 4

2. 本周发布报告 4

3. 本周行情回顾 5

4. 本周行业重点公告 6

5. 本周行业重点新闻 7

6. 行业公司估值表 8

7. 风险提示 9

图表目录

图 1: 本周各指数涨跌幅 6

图 2: 年初至今各指数涨跌幅 6

表 1: 行业公司估值表（更新至 6 月 10 日） 8

1. 本周行业点评:

我国近视防控任重道远，防控类产品需求旺盛。本周一（每年的6月6日）是全国爱眼日，各地展开爱眼日宣传活动，目前我国青少年近视率较高，且低龄化近视明显，青少年近视防控人群在1亿人左右，近视防控任重道远，近视防控类产品应运而生。

离焦镜采用“近视性离焦”技术，有效控制延缓近视度数加深，佩戴方便，价格亲民，产品综合优势突出。离焦镜作为近视防控类产品中的一种，优点突出：1）近视防控效果佳，临床数据显示豪雅的新乐学，依视路的星趣控等产品的近视控制有效率在60%及60%以上。2）佩戴方便，离焦镜外观和普通框架眼镜一样，但在镜片方面采用周边“近视性离焦”设计，使得周边区域的成像落在视网膜前，进而控制眼轴向后生长，延缓近视度数的加深。3）价格更加亲民：目前离焦镜终端到手价大多在1500-3000元，较低折射率框架眼镜更贵，但与高折射率普通框架眼镜价格相符，且低于OK镜其他近视防控类产品。

离焦镜瞄向传统框架眼镜市场，渗透率快速提升，市场空间广阔。离焦镜目前仍处于渗透率快速提升的阶段，可直接在眼镜门店销售，对于普通消费者而言更多是“消费升级”的逻辑，是对于传统框架眼镜市场的替代。我们估计2021年近视防控眼镜的销售量约为500万副，对应镜片厂商出厂规模约为35亿元，终端零售市场规模约为100亿元。渗透率仅约4.5%，瞄向传统框架眼镜市场，近视防控眼镜未来还有广阔的增长空间。

投资建议：近视防控眼镜镜片厂商大多为B2B2C模式，考验品牌力，产品力和渠道优势，行业实际壁垒较高，目前进口三大品牌市场份额较高，共同推动行业的发展，国产品牌中明月镜片已经建立起了独一档的优势，品牌认知较高，渠道布局广，技术研发实力较强，推荐明月镜片。

2. 本周发布报告

《中兵红箭点评：公司管理层人事变动，国企改革有望持续推进，内部活力进一步激发》

中兵红箭是我国人造金刚石的龙头企业，隶属于中国兵器工业集团，规模技术行业领先，有较高的生产工艺壁垒，公司国企改革有望持续推进，我们预计公司经营活力进一步激发。在培育钻石全球渗透率迅速提升、上游生产供不应求的背景下，公司有望充分享受行业高景气，我们维持公司2022-24年归母净利润11.1亿元/15.3亿元/19.9亿元不变，最新股价对应2022年PE为31倍，维持“买入”评级。

风险提示：培育钻石扩产能不及预期，军工和汽车板块业务仍有亏损风险，疫情反复等。

《中教控股点评：2022/23 学年专升本学额同比+70%至 2.46 万人，高质量办学推动内生强劲增长》

中教控股是我国民办高校的龙头企业，高校扩招背景下，普通本科招生学额或将同样高增，公司规模优势明显，同时高质量办学也将为公司的内生学额和学费增长提供强大的动力。职业教育是我国政策鼓励的方向，行业龙头或持续受益，我们维持 2022-2024 财年归母净利润为 18 亿元/21.8 亿元/25.5 亿元，最新收盘价对应 2022 年 PE 分别为 7 倍，维持“买入”评级

风险提示：疫情反复，招生不及预期，政策风险等。

《以美国为例，出行消费产业链如何疫后复苏？—免税行业专题（二）》

基于数据汇总与分析，我们总结出美国出行产业链疫后复苏的节奏与特征：（1）美国的出行相关消费的整体恢复与出行限制放开相关性更强。新的变异病毒在短期内对出行意愿有冲击，但由于自 2020 年 6 月以来美国出行限制持续放开，出行产业链的业务数据修复基本是连续的。（2）受疫情冲击程度上看，必选消费及部分可选刚需消费受益，大部分非刚需出行相关消费受损，其中受损程度最高的为国际往来相关的出行消费；（3）从恢复节奏上来看：部分体验型品类出现疫后报复性消费的状况，修复较快，其他本土可选消费在 1-1.5 年逐步恢复到疫情前水平，与国际通航和国际经济往来有关的出行消费需求恢复最慢，目前仍仅恢复到七成水平。

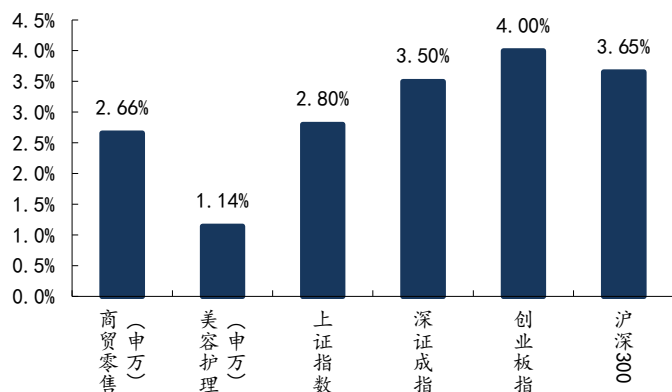
风险提示：宏观经济恢复不及预期的风险，居民消费意愿降低的风险，疫情反复造成出行人数不及预期的风险。

3. 本周行情回顾

本周（6 月 30 日至 6 月 10 日），申万商贸零售指数涨跌幅+2.66%，申万美容护理+1.14%，上证综指+2.80%，深证成指+3.50%，创业板指+4.00%，沪深 300 指数+3.65%。

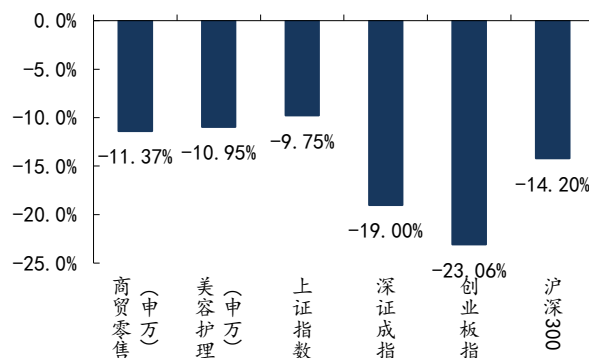
年初至今（1 月 4 日至 6 月 10 日，下同），申万商业贸易指数涨跌幅-11.37%，申万美容护理-10.95%，上证综指-9.75%，深证成指-19.00%，创业板指-23.06%，沪深 300 指数-14.20%。

图1: 本周各指数涨跌幅



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图2: 年初至今各指数涨跌幅



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

4. 本周行业重点公告

力量钻石: 第二届董事会第十七次会议决议公告

第二届董事会第十七次次会议于 2022 年 6 月 10 日在公司会议室以通讯方式召开, 会议通知已于 2022 年 6 月 6 日以书面方式发出。本次会议应出席的董事 7 人, 实际出席的董事 7 人。本次会议由董事长邵增明先生召集和主持, 公司监事及高级管理人员列席了会议。

贝泰妮: 原持股 5%以上股东减持达到 1%暨减持计划实施完成的公告

2022 年 6 月 9 日公告, 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%。

科思股份: 关于开设募集资金专项账户并签订募集资金三方监管协议的公告

2022 年 6 月 10 日公告, 经中国证券监督管理委员会《关于核准南京科思化学股份有限公司首次公开发行股票批复》(证监许可[2020]803 号)核准, 公司首次公开发行人民币普通股(A股)股票 2,822 万股, 每股面值 1 元, 每股发行价格为 30.56 元, 募集资金总额为 862,403,200.00 元。

中兵红箭: 关于聘任公司总经理、副总经理的公告

2022 年 6 月 9 日公告, 公司于 2022 年 6 月 8 日以通讯表决的方式召开第十一届董事会第五次会议, 审议并通过了《关于聘任公司总经理的议案》和《关于聘任公司副总经理的议案》, 现将有关情况公告如下: 同意聘任王宏安先生担任公司总经理职务; 聘任王新星

先生担任公司副总经理职务。王宏安先生与王新星先生简历附后，任期自董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满。

珀莱雅化妆品股份有限公司关于珀莱转债开始转股的公告

2022年6月8日公告，经中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）《关于核准珀莱雅化妆品股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》（证监许可[2021]3408号）核准，公司于2021年12月8日公开发行了7,517,130张可转换公司债券，每张面值100元，发行总额75,171.30万元，期限6年。

5. 本周行业重点新闻

民营中小企业已成为驱动跨境电商高质量增长的内生动力

经济参考网6月10日讯，根据海关总署发布的最新数据，2022年前5个月，我国货物贸易出口8.94万亿元，增长11.4%。其中，民营企业表现亮眼，出口5.28万亿元，增长16.7%，占出口总值的59%，已成为重要支柱。作为外贸新业态、新模式的跨境电商平台，在带动民营中小企业增长方面显示出日益强劲的新动能。海关总署统计数据显示，近5年来，民营中小企业跨境电商进出口量涨幅近10倍，在中国对外贸易的占比接近40%，且以每年超过两位数的比率快速增长。

快递年支撑实物商品网上零售超过10万亿元

中国电子报6月10日讯，我国邮政快递业发展基础不断夯实，基本构建了覆盖全国、深入乡村、通达世界的邮政快递网络，无人仓、无人车、无人机等智能设施、装备加快应用，快件最高日处理能力近7亿件。国家邮政局副局长戴应军表示，在与制造业融合发展方面，邮政快递业形成了入厂物流、仓配一体化等模式，供应链服务能力逐步增强；在与电商融合发展方面，邮政快递业已经成为了商品流通的加速器、服务电商用户的主渠道，年支撑实物商品网上零售额已经超过10万亿元。

5月化妆品进口额同比下滑4.3%

青眼6月10日讯，海关总署公布5月全国进出口海关数据，今年前5个月，我国进出口总值为16.04万亿元人民币，比去年同期上涨8.3%；出口总值为8.94万亿元人民币，比去年同期上涨11.4%；进口总值为7.09万亿元人民币，比去年同期上涨4.7%。5月，全国进出口总值为3.45万亿元人民币，比去年同期上涨9.6%；出口总值为1.98万亿元人民币，比去年同期上涨15.3%；进口总值为1.47万亿元人民币，比去年同期上涨2.8%。其中，美容化妆品及洗护用品类5月进口38091.7吨，同比下滑7.9%；进口金额128.2亿元，同比下滑4.3%。

6. 行业公司估值表

表1: 行业公司估值表 (更新至 6 月 10 日)

代码	简称	总市值 (亿元)	收盘价 (元)	归母净利润（亿元）			P/E			投资 评级
				2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E	
电商&供应链品牌化										
603613.SH	国联股份	435	87.14	5.78	9.66	15.61	75	45	28	买入
300866.SZ	安克创新	255	62.84	9.82	12.60	16.58	26	20	15	买入
MNSO.N	名创优品	123	5.99	4.95	6.09	10.21	25	20	12	增持
603713.SH	密尔克卫	207	126.00	4.32	5.84	8.21	48	35	25	买入
超市										
601933.SH	永辉超市	382	4.21	-39.44	7.14	13.37	-10	54	29	增持
603708.SH	家家悦	81	13.26	-2.93	3.05	4.08	-27	26	20	未评级
002697.SZ	红旗连锁	67	4.95	4.81	5.20	5.67	14	13	12	未评级
002251.SZ	步步高	59	6.79	-1.84	1.58	1.89	-32	37	31	未评级
化妆品&医美										
603605.SH	珀莱雅	450	159.84	5.76	7.20	8.98	78	62	50	增持
300957.SZ	贝泰妮	835	197.10	8.63	11.87	16.33	97	70	51	买入
603983.SH	丸美股份	92	22.78	2.48	2.95	3.43	37	31	27	增持
600315.SH	上海家化	224	33.03	6.49	8.02	11.01	35	28	20	买入
688363.SH	华熙生物	676	140.51	7.82	9.81	12.32	86	69	55	买入
300896.SZ	爱美客	1,143	528.50	9.58	13.82	20.64	119	83	55	买入
300740.SZ	水羊股份	50	12.18	2.36	3.54	5.29	21	14	9	未评级
300132.SZ	青松股份	31	6.06	-9.12	1.98	2.43	-3	16	13	买入
300792.SZ	壹网壹创	80	33.71	3.27	3.79	4.76	25	21	17	买入
605136.SH	丽人丽妆	62	15.37	4.11	4.44	5.03	15	14	12	未评级
300856.SZ	科思股份	64	56.46	1.33	2.13	2.76	48	30	23	未评级
000615.SZ	奥园美谷	56	7.12	-2.53	3.09	4.05	-22	18	14	买入
2279.HK	雍禾医疗	49	10.86	1.20	2.21	3.11	40	22	16	买入
0460.HK	四环医药	94	1.19	4.17	7.66	10.40	23	12	9	买入
珠宝首饰&其他专业连锁										
3998.HK	波司登	393	4.25	17.10	20.73	25.40	23	19	15	未覆盖
301101.SZ	明月镜片	66	49.26	0.82	1.11	1.46	81	60	45	买入
301177.SZ	迪阿股份	290	72.52	13.02	15.84	20.64	22	18	14	买入
002867.SZ	周大生	150	13.67	12.25	13.93	16.48	12	11	9	买入
301071.SZ	力量钻石	183	151.50	2.40	4.80	6.98	76	38	26	买入
000519.SZ	中兵红箭	375	26.94	4.85	11.13	15.30	77	34	25	买入
600612.SH	老凤祥	209	39.92	18.76	18.63	21.10	11	11	10	未评级
603214.SH	爱婴室	23	16.56	0.73	1.58	1.86	32	15	13	未评级

数据来源: Wind, 东吴证券研究所

注 1: 表中加粗部分 EPS 预测为东吴证券研究所预测; 未加粗部分 EPS 预测采用 Wind 一致预期;

注 2: 除收盘价为原始货币外, 其余货币单位均为人民币。PE 按港币: 人民币=0.85:1, 美元: 人民币=6.71:1 换算 (对应 2022.06.10 汇率);

注 3: 名创优品财年为 0630, 表中 2021A 对应 FY2021A, 归母净利润项为经调整归母净利润; 波司登财年为 0331, 表中 2021A 对应 FY2021A

7. 风险提示

疫情反复; 终端消费景气度下降; 市场竞争加剧等。

免责声明

东吴证券股份有限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。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴证券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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，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。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15%以上；

增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5%与 15%之间；

中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-5%与 5%之间；

减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5%以上；

中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘-5%与 5%；

减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5%以上。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>