

行业月度点评

美容护理

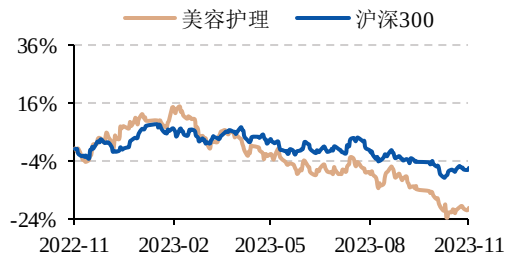
10月化妆品社零增速再度放缓，国产品牌势能持续向上

2023年11月15日

评级 同步大市

评级变动：维持

行业涨跌幅比较



%	1M	3M	12M
美容护理	-5.11	-13.64	-19.32
沪深300	-1.53	-6.45	-4.92

张曦月

分析师

执业证书编号:S0530522020001
zhangxiyue@hncasing.com

相关报告

- 1 美容护理行业点评：双十一大促平稳落幕，国货美妆逆势突围 2023-11-14
- 2 9月化妆品社零增速趋缓，关注双十一大促催化 2023-10-20
- 3 美容护理行业 2023 年中报总结：复苏延续，静待行业估值修复 2023-10-09

重点股票	2022A		2023E		2024E		评级
	EPS (元)	PE (倍)	EPS (元)	PE (倍)	EPS (元)	PE (倍)	
爱美客	5.84	55.51	8.56	37.87	12.29	26.38	买入
华熙生物	2.02	37.87	1.80	42.49	2.29	33.40	买入
贝泰妮	2.48	30.37	3.01	25.02	3.60	20.92	买入
珀莱雅	2.06	51.40	2.97	35.65	3.69	28.70	买入

资料来源：iFinD，财信证券

投资要点：

- **核心观点：消费需求持续释放，10月社零复苏延续向好。**据国家统计局11月15日公布的数据显示，我国1-10月社会消费品零售总额385440亿元，同比增长6.9%。其中，除汽车以外的消费品零售总额346472亿元，增长7.0%。10月社会消费零售总额为43333亿元，同比增长7.6%（较前值+2.1pcts），高于wind一致预期7.3%，主要是系餐饮收入，烟酒类，以及体育、娱乐用品类等商品零售持续回暖支撑。
- **1)化妆品部分，10月化妆品社零增速再度趋缓，国产美妆品牌逆势突围。**10月化妆品社零总额为317亿元，同比增长1.1%（较前值-0.5pcts），环比增长-2.67%（较前值-4.07pcts），为所有增长月份中增速最低月份。从10月销售数据来看：1)渠道端，大促集中效应显著，各渠道均有所发力。2)品类端，各品类表现有所好转，美容护肤品类环比表现优于香水彩妆。3)品牌端，品牌分化加剧，国产品牌逆势突围。建议持续关注：①业绩增长确定性强，品牌品类矩阵完善、且品牌势能持续向上的珀莱雅；②细分龙头稳固，且具备强产品推新能力的敏感肌护肤龙头贝泰妮。
- **2)医美部分，第四季度迎来医美消费旺季，叠加2022年低基数背景，医美复苏有望延续。**单Q3季度，锦波生物、爱美客营收同比分别增长106.43%和17.58%，反映出在整体消费偏弱的背景下，医美板块依旧具有一定韧性。短期来看，在一个消费旺季和低基数前提的加持下，Q4季度上游出货和下游消费都将有所提速。长期来看，“渗透率提升+轻医美化率提升+国产替代程度提升”逻辑还在演绎，市场需求或不断放量，持续看好医美板块。建议关注：拿证壁垒强、业绩增长确定性强（濡白天使、如生天使有望持续放量）的上游龙头爱美客；以及医美管线丰富清晰，布局合成生物学和胶原蛋白赛道的华熙生物。
- **市场行情回顾：**本月（2023年10月16日-11月15日，下同），申万美容护理指数下跌5.11%，在申万一级31个子行业中排名第31位，较上证、沪深300和创业板指分别下滑4.62pct，3.58pct和6.05pct。其中，美容护理二级子板块中的个护用品、化妆品和医疗美容的月度涨跌幅分别为-0.79%、-5%和-0.1%。
- **行业数据追踪：**1)10月化妆品社零总额为317亿元，同比增长1.1%。2)据青眼情报、萝卜投研的10月美护行业销售数据统计：①从品类

来看,淘系渠道,美容护肤/美体/精油和彩妆/香水/美妆工具品类月度 GMV 为 107.79 亿元和 39.85 亿元;抖音渠道,美容护肤和彩妆香水品类月度 GMV 为 128.34 亿元和 50.69 亿元;快手渠道,护肤和彩妆/香水品类月度 GMV 为 27.9 亿元和 5.16 亿元;京东渠道,面部护肤和香彩妆品类月度 GMV 为 17.2 亿元和 4.6 亿元。②从品牌来看,护肤/个护品类中,天猫渠道 10 月 GMV 排名前五的为:珀莱雅、欧莱雅、娇韵诗、薇诺娜和 SK-II;抖音渠道 10 月 GMV 排名前五的为:韩束、娇润泉、珀莱雅、雅诗兰黛和欧莱雅。在彩妆/香水品类中,天猫渠道 10 月 GMV 排名前五的为卡姿兰、香奈儿、肌肤之钥、圣罗兰和迪奥;抖音渠道的为 VC、彩棠、AKF、卡姿兰和玛丽黛佳。

- **行业要闻资讯:**1)10 月美容化妆品及洗护用品进口额为 116.1 亿元; 2) 天猫“双十一”全周期战报发布; 3) 化妆品新原料鼓励创新和规范管理公告发布;4)上海市征求化妆品行业广告宣传合规指引的意见; 5) 珀莱雅化妆品新原料备案完成; 6) 华熙生物又一款化妆品新原料完成备案。
- **风险提示:**经济下行风险;疫情反复风险;消费复苏不及预期风险;行业竞争加剧风险等;电商平台流量增速放缓以及流量成本上升等。

内容目录

1 核心观点.....	4
2 市场表现回顾.....	5
2.1 行情回顾.....	5
2.2 行业估值.....	6
3 个股情况.....	6
4 行业数据.....	7
5 美护行业基金持仓分析.....	10
6 行业要闻资讯.....	11
6.1 10 月美容化妆品及洗护用品进口额为 116.1 亿元.....	11
6.2 天猫“双十一”全周期战报发布.....	12
6.3 化妆品新原料鼓励创新和规范管理公告发布.....	12
6.4 上海市征求化妆品行业广告宣传合规指引的意见.....	12
6.5 珀莱雅化妆品新原料备案完成.....	12
6.6 华熙生物又一款化妆品新原料完成备案.....	13
7 其他公司动态.....	13
8 风险提示.....	14

图表目录

图 1: 本月市场表现 (%)	5
图 2: 申万美容护理行业板块月度涨跌情况 (%)	5
图 3: 2023 年月度申万一级行业涨跌幅情况 (%)	5
图 4: 申万一级子行业年涨跌幅情况 (%)	6
图 5: 美容护理、沪深 300 和全部 A 股历史估值情况.....	6
图 6: 美容护理板块相对市盈率 (中位数, 剔除负值)	6
图 7: 美容护理行业月度涨跌幅前五 (%)	7
图 8: 美容护理行业年度涨跌幅前五 (%)	7
图 9: 2023 年 10 月份社会消费品零售总额主要数据.....	7
图 10: 社会零售情况 (亿元, %)	8
图 11: 10 月化妆品类零售额同比增加 1.1%.....	8
图 12: 淘系美妆类目月度 GMV 数据 (亿元, %)	8
图 13: 各行业在基金持仓中占比情况 (截至 2023 年中报)	10
图 14: 美护行业基金重仓股持仓占流通股比例 (%)	11
图 15: 美护行业基金重仓股持有基金数 (个)	11
图 16: 美护行业基金重仓股市值及占基金净值比 (亿元)	11
图 17: 美护行业基金重仓股季度持仓变动比例 (%)	11
表 1: 2023 年 10 月抖音渠道品类 GMV 变化.....	9
表 2: 2023 年 10 月快手渠道品类 GMV 变化.....	9
表 3: 天猫、抖音渠道 10 月美容护肤类品牌 TOP10.....	9
表 4: 天猫、抖音渠道 10 月彩妆/香水类品牌 TOP10.....	10

1 核心观点

消费需求持续释放,10月社零复苏延续向好。据国家统计局11月15日公布的数据显示,我国1-10月社会消费品零售总额385440亿元,同比增长6.9%。其中,除汽车以外的消费品零售总额346472亿元,增长7.0%。10月社会消费零售总额为43333亿元,同比增长7.6%(较前值+2.1pcts),高于wind一致预期7.3%,主要是系餐饮收入,烟酒类,以及体育、娱乐用品类等商品零售持续回暖支撑。

化妆品部分,10月化妆品类社零增速再度趋缓,国产美妆品牌逆势突围。10月化妆品社零总额为317亿元,同比增长1.1%(较前值-0.5pcts),环比增长-2.67%(较前值-4.07pcts),为所有增长月份中增速最低月份。从10月销售数据来看:**1)渠道端,大促集中效应显著,各渠道均有所发力。**据青眼情报统计,抖音渠道美妆品类月度GMV为195.57亿元,环比增长52.87%;据萝卜投研显示,天猫美容护肤月度GMV计约为177.49亿元,环比下滑4.8%(猜测主系双十一预售数据未包含在内),但下滑幅度较上月也有所收敛。**2)品类端,各品类表现均有所转好,美容护肤品类环比表现优于香水彩妆。**据青眼情报统计,10月天猫渠道,美容护肤和彩妆/香水/美妆工具品类月环比增速分别为4.15%(前值为-4.82%)和-4.8%(前值为-11.56%);10月抖音渠道,美容护肤和彩妆品类环比增速分别56.02%(前值为-12.32%)和27.91%(前值为-7.84%)。**3)品牌端,品牌分化加剧,国产品牌持续向上。**10月天猫、抖音渠道中美容护肤平列TOP10榜单中,国产品牌分别占据3席和6席;10月天猫、抖音渠道中香水彩妆品类TOP10榜单中,国产品牌分别占据5席和9席。此外,受“双十一”大促集中效应影响,以珀莱雅、韩束、薇诺娜等为代表的国产品牌10月销售额环比均出现大幅增长。例如,珀莱雅10月份抖音渠道环比增长260%+,天猫渠道同比增长约56.2%。整体而言,消费修复还在持续,大促集中效应有助于提振市场信心,叠加本次大促国货品牌逆势突围,品牌势能进一步向上,国产品牌发展未来可期。具备扎实研发功能、强营销能力且多品牌矩阵的国货品牌有望持续迎来业绩增量。建议持续关注:①业绩增长确定性强,品牌品类矩阵完善、且品牌势能持续向上的珀莱雅;②细分龙头稳固,且具备强产品推新能力的敏感肌护肤龙头贝泰妮。

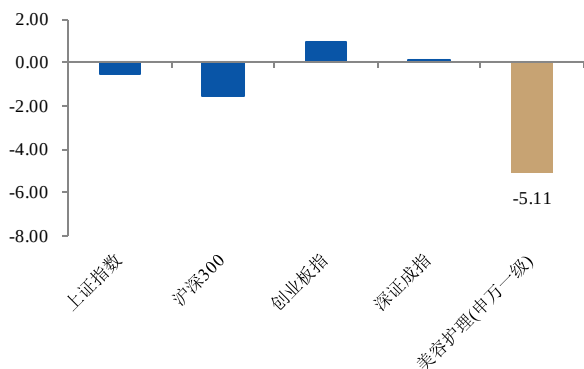
医美部分,第四季度迎来医美消费旺季,叠加2022年低基数背景,医美复苏有望延续。单Q3季度,锦波生物、爱美客营收同比分别增长106.43%和17.58%,反映出在整体消费偏弱的背景下,医美板块依旧具有一定韧性。另外,爱美客2024年护肤品新品发布会拟于11.19召开,并基于皮肤科学和循证医学打造“医美+护肤”的全面治疗方案,延续医美品牌优势,推出爱美源、嗨体护肤和嗨体熊猫护肤三大品牌,进而加码布局护肤品,有望提升ToC端的运营能力。短期来看,在一个消费旺季和低基数前提的加持下,Q4季度上头出货和下游消费都将有所提速。长期来看,“渗透率提升+轻医美化率提升+国产替代程度提升”逻辑还在演绎,市场需求或不断放量,持续看好医美板块。建议关注:拿证壁垒强、业绩增长确定性强(濡白天使、如生天使有望持续放量)的上游龙头爱美客;以及医美管线丰富清晰,布局合成生物学和胶原蛋白赛道的华熙生物。

2 市场表现回顾

2.1 行情回顾

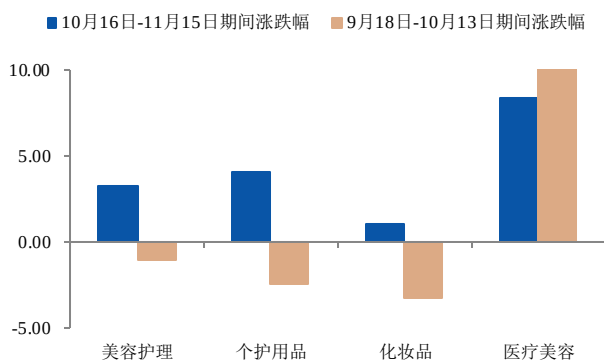
本月（2023 年 10 月 16 日-11 月 15 日，下同），申万美容护理指数下跌 5.11%，在申万一级 31 个子行业中排名第 31 位，较上证、沪深 300 和创业板指分别下滑 4.62pct，3.58pct 和 6.05pct。其中，美容护理二级子板块中的个护用品、化妆品和医疗美容的月度涨跌幅分别为-0.79%、-5%和-0.1%。

图 1：本月市场表现（%）



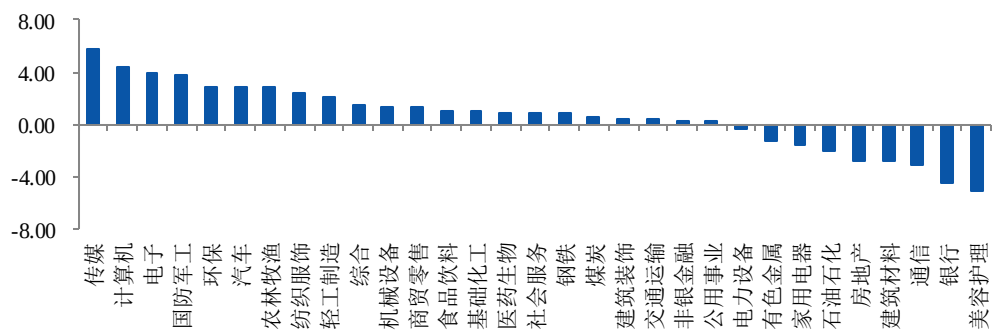
资料来源：iFind，财信证券

图 2：申万美容护理行业板块月度涨跌情况（%）



资料来源：iFind，财信证券

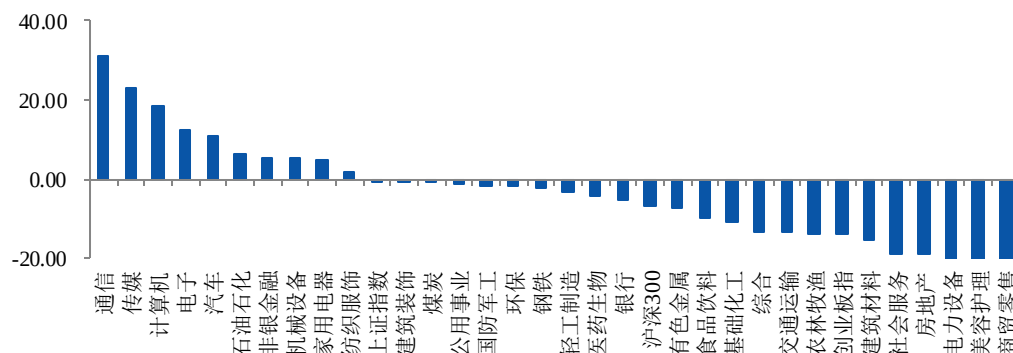
图 3：2023 年月度申万一级行业涨跌幅情况（%）



资料来源：iFind，财信证券

截至 2023 年 11 月 16 日，申万美容护理指数年涨跌幅为-26.43%，居申万 31 个一级子行业中的第 30 位。

图 4：申万一级子行业年涨跌幅情况（%）

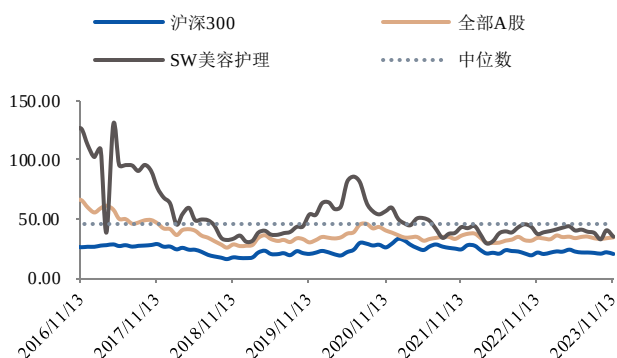


资料来源：iFind，财信证券

2.2 行业估值

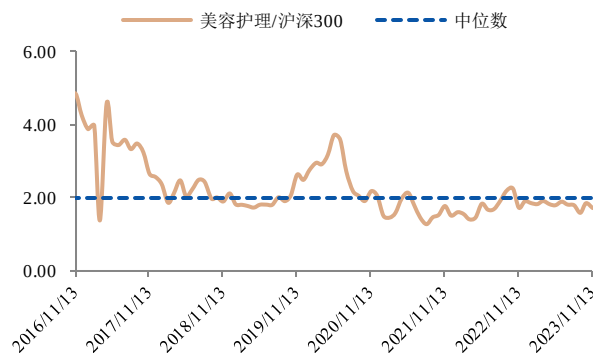
截至 2023 年 11 月 15 日，申万美容护理板块市盈率（TTM，整体法，剔除负值，下同）为 34.89 倍，位于 2016 年以来的历史 9.89%分位。沪深 300 市盈率为 20.29 倍，其中，申万美容护理相较沪深 300 分别溢价 1.72 倍。

图 5：美容护理、沪深 300 和全部 A 股历史估值情况



资料来源：iFind，财信证券

图 6：美容护理板块相对市盈率（中位数，剔除负值）

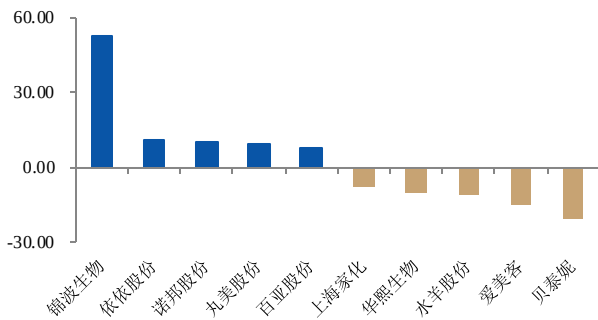


资料来源：iFind，财信证券

3 个股情况

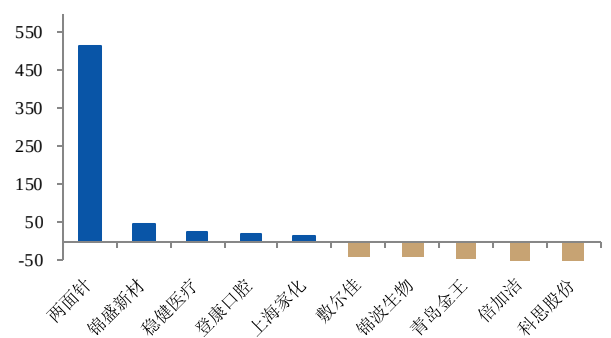
本月，申万美容护理行业 32 只个股中 19 只上涨、13 只下跌。涨幅前五位的分别是锦波生物(52.3%)、依依股份(11.33%)、诺邦股份(9.87%)、丸美股份(9.13%)，和百亚股份(7.76%)；跌幅前五位的分别是贝泰妮(-20.47%)、爱美客(-14.95%)、水羊股份(-10.65%)、华熙生物(-10.17%)，和上海家化(-8.12%)。

图 7：美容护理行业月度涨跌幅前五（%）



资料来源：iFind，财信证券

图 8：美容护理行业年度涨跌幅前五（%）



资料来源：iFind，财信证券

4 行业数据

据国家统计局11月15日公布的数据显示,我国1-10月社会消费品零售总额为385440亿元,同比增长6.9%。其中,除汽车以外的消费品零售额346472亿元,增长7.0%。

10月份社会消费零售总额为43333亿元,同比增长7.6%(较前值+2.1pcts)。主要是系餐饮收入,以及商品零售中的烟酒类,体育/娱乐用品类,通讯器材类等支撑回暖。

图 9：2023 年 10 月份社会消费品零售总额主要数据

2023年10月份社会消费品零售总额主要数据

指 标	10月		1—10月	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
社会消费品零售总额	43333	7.6	385440	6.9
其中：除汽车以外的消费品零售额	39198	7.2	346472	7.0
其中：限额以上单位消费品零售额	15363	8.7	144742	6.1
其中：实物商品网上零售额	-	-	103010	8.4
按经营地分				
城镇	37479	7.4	333889	6.8
乡村	5854	8.9	51551	7.6
按消费类型分				
餐饮收入	4800	17.1	41905	18.5
其中：限额以上单位餐饮收入	1205	18.0	10941	18.8
商品零售	38533	6.5	343535	5.6
其中：限额以上单位商品零售	14158	7.9	133801	5.2
粮油、食品类	1624	4.4	15496	5.2
饮料类	246	6.2	2476	2.4
烟酒类	458	15.4	4489	10.3
服装、鞋帽、针纺织品类	1207	7.5	11126	10.2
化妆品类	317	1.1	3291	6.2
金银珠宝类	264	10.4	2749	12.0
日用品类	615	4.4	6168	3.6
体育、娱乐用品类	103	25.7	945	9.9
家用电器和音像器材类	684	9.6	7026	0.3
中西药品类	564	8.2	5468	8.7
文化办公用品类	353	7.7	3284	-5.5
家具类	137	1.7	1222	2.9
通讯器材类	699	14.6	5358	5.2
石油及制品类	2070	5.4	19470	6.4
汽车类	4135	11.4	38968	5.3
建筑及装潢材料类	147	-4.8	1268	-7.5

注：1、此表数据均为未扣除价格因素的名义增速。2、此表中部分数据因四舍五入，存在总计与分项合计不等的情况。

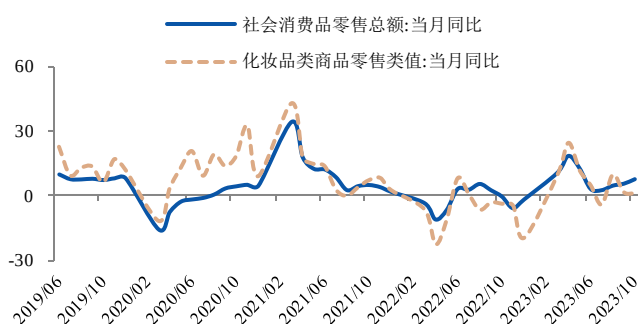
资料来源：国家统计局，财信证券

从经营单位所在地来看,10月乡村社零增速连续6个月快于城镇。10月城镇消费品零售额为 3.75 万亿元,同比增长 7.4% (较前值+2pcts);乡村消费品零售额 5854 亿元,同比增长 8.9% (较前值+2.6pcts)。

从消费类型来看,受线下消费场景持续复苏影响,餐饮收入、商贸零售明显再加速。10 月餐饮消费收入 4800 亿元,同比增长 17.1% (较前值+3.2pcts);商品零售收入为 3.85 万亿元,同比增长 6.5% (较前值+1.9pcts)。

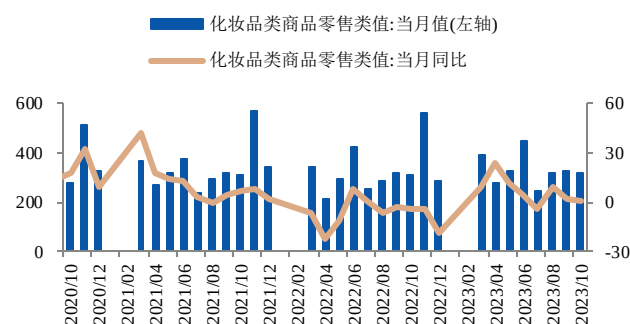
从品类来看,烟酒,体育/娱乐用品类,通讯器材类等品类支撑社零加速回暖。其中,烟酒类同比增速为 15.4%,猜测主要是受国庆出行旺季加速释放线下消费需求等影响。

图 10: 社会零售情况 (亿元, %)



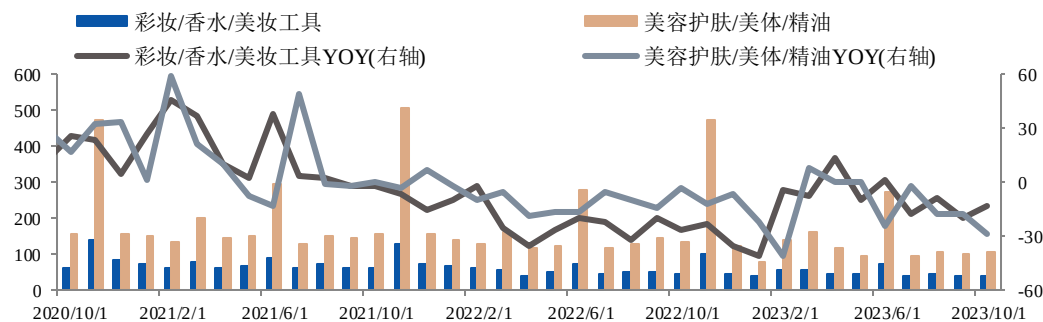
资料来源: 萝卜投研, 财信证券

图 11: 10 月化妆品类零售额同比增加 1.1%



资料来源: 萝卜投研, 财信证券

图 12: 淘系美妆类目月度 GMV 数据 (亿元, %)



资料来源: 萝卜投研, 财信证券

从品类来看,据萝卜投研显示,2023 年 10 月,1) 淘系渠道,彩妆/香水/美妆工具、美容美体仪器、美发护发/假发以及美容护肤/美体/精油四大类销售额总计为 177.49 亿元,同比下滑了 3.4%,降幅较上月收敛。其中,彩妆/香水/美妆工具品类销售额为 39.85 亿元,同比下滑 13.39%,降幅缩小;美容护肤/美体/精油品类销售额为 107.79 亿元,同比下滑 21.47%,降幅缩小。2) 抖音渠道,美容护肤、彩妆香水、美容仪器和美容美体器械品类月度 GMV 为 128.34 亿元、50.69 亿元、16.52 亿元和 0.02 亿元,环比变动分别为 56.02%、27.91%、174.88%和-33.33%。3) 京东渠道,面部护肤品类月度 GMV 为 17.2 亿元,同比

下降 21.3%；香彩妆品类月度 GMV 为 4.6 亿元，同比下降 19.78%，降幅均有所扩大。

4) 快手渠道，护肤、彩妆/香水和美容仪器品类月度 GMV 为 27.9 亿元、5.16 亿元和 2.97 亿元，环比分别变动 64.8%、54.03%和 430.36%。

表 1：2023 年 10 月抖音渠道品类 GMV 变化

品 类	GMV	环 比	商品均价	客单价
美容护肤	128.34 亿元	56%	118.98 元	154.67 元
彩妆香水	50.69 亿元	19.7%	49.83 元	59.69 元
美容仪器	16.52 亿元	174.9%	1234.14 元	1320.53 元
美容美体器械	0.02 亿元	-44.2%	27.59 元	82.78 元

资料来源：青眼资讯，财信证券

表 2：2023 年 10 月快手渠道品类 GMV 变化

品 类	GMV	环 比	商品均价
护肤	27.9 亿元	64.81%	40.8 元
彩妆/香水	5.16 亿元	54.09%	37 元
美容仪	2.97 亿元	430.8%	1308 元
个护家清	9.55 亿元	34.13%	23.01 元

资料来源：青眼资讯，财信证券

从品牌来看，2023 年 10 月，在护肤/个护品类中，天猫渠道 GMV 排名前五的分别为：珀莱雅、欧莱雅、娇韵诗、薇诺娜和 SK-II；抖音渠道 GMV 排名前五的分别为珀莱雅、韩束、欧莱雅、娇润泉和雅诗兰黛；在彩妆/香水品类中，天猫渠道排名前五的分别为卡姿兰、花西子、三熹玉、香奈儿和圣罗兰；抖音渠道排名前五的分别为 AKF、VC、卡姿兰、花西子和柏瑞美。

表 3：天猫、抖音渠道 10 月美容护肤类品牌 TOP10

排 名	天 猫 渠 道		抖 音 渠 道	
	品牌名称	GMV(亿元)	品牌名称	GMV(亿元)
1	珀莱雅	1.3	珀莱雅	5.22
2	欧莱雅	1.09	韩束	5.06
3	娇韵诗	0.95	欧莱雅	3.71
4	薇诺娜	0.83	娇润泉	2.41
5	SK-II	0.75	雅诗兰黛	2.62
6	资生堂	0.65	海蓝之谜	1.58
7	肌肤之钥	0.64	薇诺娜	1.56
8	后	0.6	谷雨	1.51
9	玉兰油	0.59	HBN	1.43
10	自然堂	0.54	SK-II	1.38

资料来源：青眼资讯，财信证券

表 4：天猫、抖音渠道 10 月彩妆/香水类品牌 TOP10

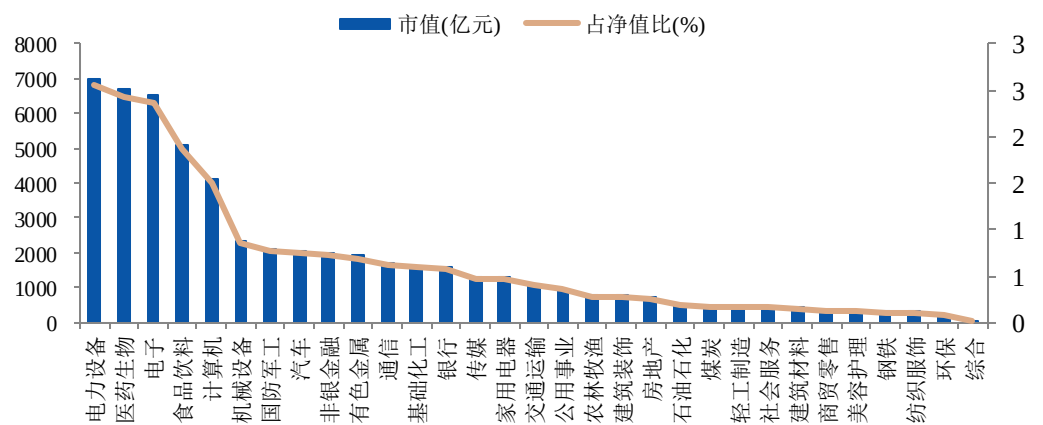
排名	天猫渠道		抖音渠道	
	品牌名称	GMV(亿元)	品牌名称	GMV(亿元)
1	卡姿兰	0.62	VC	1.42
2	香奈儿	0.43	彩棠	1.13
3	肌肤之钥	0.37	AKF	1.12
4	圣罗兰	0.34	卡姿兰	0.91
5	迪奥	0.32	玛丽黛佳	0.89
6	娜斯	0.29	花西子	0.76
7	珂拉琪	0.26	方里	0.76
8	三熹玉	0.24	三熹玉	0.73
9	健美创研	0.23	柏瑞美	0.69
10	花西子	0.23	恋火	0.59

资料来源：青眼资讯，财信证券

5 美护行业基金持仓分析

截至 2023 年 11 月 15 日，全市场共有 11314 只公募基金，资产净值合计为 27.27 万亿元。其中，截至 2023 年中报，美护行业市值为 311.52 亿元，占净值额比为 0.11%

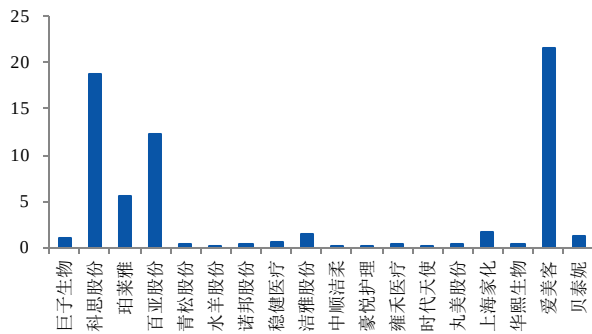
图 13：各行业在基金持仓中占比情况（截至 2023 年中报）



资料来源：iFind，财信证券

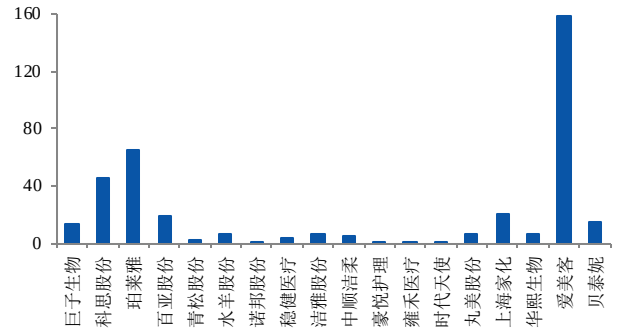
从重仓股票来看，持股基金数量由多到少排名前五的分别为爱美客(159 家)、珀莱雅(65 家)、科思股份(45 家)、上海家化(20 家)和百亚股份(19 家)；持股市值由高到低排名前五的分别为爱美客(87.79 亿元)、珀莱雅(24.58 亿元)、科思股份(8.73 亿元)、百亚股份(4.6 亿元)和上海家化(3.35 亿元)。

图 14：美护行业基金重仓股持仓占流通股比例（%）



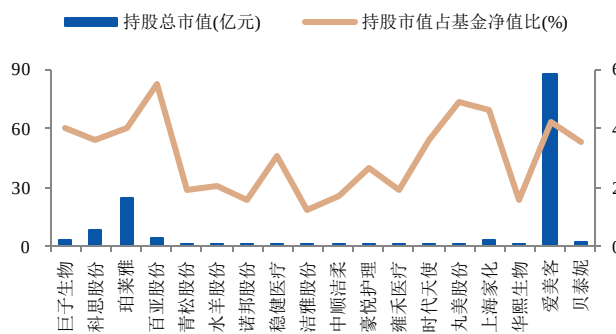
资料来源：iFind，财信证券

图 15：美护行业基金重仓股持有基金数（个）



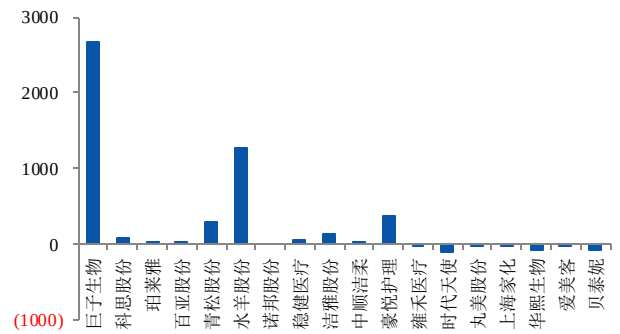
资料来源：iFind，财信证券

图 16：美护行业基金重仓股市值及占基金净值比（亿元）



资料来源：iFind，财信证券

图 17：美护行业基金重仓股季度持仓变动比例（%）



资料来源：iFind，财信证券

截至 2023 年中报，季度持仓增加前三的是巨子生物(900.08 万股)、科思股份(479.26 万股)和珀莱雅(407.26 万股)；季度持仓减少前三的是贝泰妮(-992.88 万股)、爱美客(-361.51 万股)和华熙生物(-236.54 万股)。

6 行业要闻资讯

6.1 10 月美容化妆品及洗护用品进口额为 116.1 亿元

11 月 7 日，海关总署发布 10 月份全国进出口的主要数据：2023 年 1-10 月，我国进出口总值为 34.32 万亿元，同比增长 0.03%。其中，美容化妆品及洗护用品 10 月进口数量为 3.19 万吨，金额为 116.1 亿元人民币；1-10 月累计进口数量为 30.54 万吨，金额为 1079.3 亿元人民币，较 2022 年 1-10 月的 35.42 万吨，1253.5 亿元人民币，进口金额同比下滑 13.9%。

数据来源：海关总署

6.2 天猫“双十一”全周期战报发布

天猫官方公布“双十一”战报，截至11月11日零点，有402个品牌成交额破亿，超过38600个品牌同比增速超过100%。243个国货品牌进入“亿元俱乐部”。据天猫美妆行业“双十一”全周品牌成绩单排名显示：珀莱雅第一，欧莱雅第二，兰蔻第三，雅诗兰黛第四，排名前十的品牌依次还包括Olay、薇诺娜、LA MER（海蓝之谜）、修丽可、赫莲娜和娇兰。彩妆全周期品牌成绩排名显示：YSL圣罗兰第一，彩棠第二，NARS第三，排名前十的品牌依次还包括：CPB肌肤之钥、3CE、雅诗兰黛、MAC、兰蔻、花西子、MAKE UP FOR EVER。

数据来源：天猫官方数据

6.3 化妆品新原料鼓励创新和规范管理公告发布

11月10日，国家药监局发布关于化妆品新原料鼓励创新和规范管理有关事宜的公告，旨在鼓励和支持化妆品新原料研究创新，规范新原料研发使用和注册备案管理，确保原料和产品质量安全，保障消费者健康，促进化妆品产业健康发展。公告主要涉及三个方面的措施：一、加强技术指导服务，鼓励和支持新原料研究创新；二、落实企业主体责任，确保原料和产品质量安全；三、强化监督管理，促进化妆品产业健康发展。国家药监局将进一步加强新原料鼓励创新和监督管理工作，通过建立化妆品新原料沟通交流机制、发布技术指导原则等方式，对化妆品新原料的研发、使用和管理及时予以指导。

数据来源：国家药品监督管理局官网

6.4 上海市征求化妆品行业广告宣传合规指引的意见

9月25日，上海市市场监督管理局发布关于《上海市化妆品行业广告宣传合规指引（征求意见稿）》（简称“《合规指引》”）公开征求意见的公告，意见反馈截止日期为2023年10月13日。《合规指引》适用于化妆品生产经营者（包括化妆品注册人、备案人、生产企业、经营者、使用单位等）通过一定的媒介和形式推销自己生产或者经营的化妆品的商业广告活动。未取得合法资质的化妆品不得进行广告宣传。《合规指引》包括总则、健全管理制度、规范功效宣传、规范广告内容和形式、规范直播营销和代言活动、规范特殊人群产品广告宣传和附则。

数据来源：上海市市场监督管理局官网

6.5 珀莱雅化妆品新原料备案完成

11月3日，国家药监局化妆品原料备案信息平台显示，珀莱雅化妆品股份有限公司的“3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺”完成备案，进入监测期。据悉，“3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺”是化学原料，原料使用目的为皮肤保护剂、抗氧化

剂，可用于除气雾剂、散粉类化妆品外的各类肤用化妆品。该原料需避免接触眼睛。

数据来源：国家药监局官网

6.6 华熙生物又一款化妆品新原料完成备案

11月7日，据国家药监局化妆品原料备案信息平台显示，华熙生物科技股份有限公司的“氨基乙酰丙酸 HCl”、完成备案，苹果化学的“山梨醇聚醚-230 四油酸酯”完成备案，进入检测期。“氨基乙酰丙酸 HCl”使用目的为发用调理剂、保湿剂、抗氧化剂、角质剥落剂，可用于洗发护发、洁面、沐浴等淋洗化妆品；全身皮肤保养护理等各类肤用化妆品；不用于气雾剂、散粉、口唇类化妆品。化妆品使用时的最大允许浓度为：驻留类身体用化妆品 $\leq 0.008\%$ ，驻留类面部用化妆品 $\leq 0.039\%$ ，淋洗类身体用化妆品 $\leq 0.321\%$ ，淋洗类发用化妆品 $\leq 0.574\%$ 。“山梨醇聚醚-230 四油酸酯”的使用目的为增稠剂、乳化剂，用于各类化妆品，喷雾产品除外。化妆品使用时的最大允许浓度为 10%。

数据来源：国家药监局官网

7 其他公司动态

1) 珀莱雅 (603605.SH): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露，前三季度，公司实现营业总收入 52.49 亿元，同比增长 32.47%；实现归母净利润 7.46 亿元，同比增长 50.60%。其中，单 Q3 季度，公司实现营业总收入 16.22 亿元，同比增长 21.36%；实现归母净利润 2.46 亿元，同比增长 24.24%。

2) 华熙生物 (688363.SH): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露，前三季度，公司实现营收 42.21 亿元，同比减少 2.29%；实现归母净利润 5.14 亿元，同比减少 24.07%。其中，单 Q3 季度，公司实现营收 11.46 亿元，同比下降约 17.26%；实现归母净利润 8979.2 万元，同比下降 56.03%。

3) 贝泰妮 (300957.SZ): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露，前三季度，公司实现营业收入 34.31 亿元，同比增长 18.51%；实现归母净利润 5.79 亿元，同比增长 11.96%。其中，单 Q3 季度，公司实现营收 10.64 亿元，同比增长 25.77%；实现归母净利润 1.29 亿元，同比增长 5.66%。

4) 爱美客 (300896.SZ): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露，前三季度，公司实现营业收入 21.70 亿元，同比增长 45.71%；实现归母净利润 14.18 亿元，同比增长 43.74%。其中，单 Q3 季度，公司实现营收 7.11 亿元，同比增长 17.58%；实现归母净利润 4.55 亿元，同比增长 13.27%。

5) 丸美股份 (603983.SH): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露，前三季度，公司实现营业收入 15.36 亿元，同比增长 34.34%；实现归母净利润 1.74 亿元，同比增长 44.84%。其中，单 Q3 季度，公司实现营收 4.77 亿元，同比增长 46.10%；实现归母净利润 4314.38 万元，同比增长 1366.81%。

6) 水羊股份 (300740.SZ): 公司发布 2023 年第三季度报告。据报告披露, 前三季度, 公司实现营业收入 33.77 亿元, 同比增加 1.04%; 实现归母净利润 1.8 亿元, 同比增加 51.36%。其中, 单 Q3 季度, 公司实现营收 10.88 亿元, 同比减少 4.68%; 实现归母净利润 3761.43 万元, 同比增长 4.03%。

8 风险提示

经济下行风险; 疫情反复风险; 消费复苏不及预期风险; 行业竞争加剧风险等; 电商平台流量增速放缓以及流量成本上升风险等。

评级系统说明

以报告发布日后的 6—12 个月内，所评股票/行业涨跌幅相对于同期市场指数的涨跌幅度为基准。

类别	投资评级	评级说明
股票投资评级	买入	投资收益率超越沪深 300 指数 15%以上
	增持	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为 5%—15%
	持有	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为-10%—5%
	卖出	投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上
行业投资评级	领先大市	行业指数涨跌幅超越沪深 300 指数 5%以上
	同步大市	行业指数涨跌幅相对沪深 300 指数变动幅度为-5%—5%
	落后大市	行业指数涨跌幅落后沪深 300 指数 5%以上

免责声明

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格，作者具有中国证券业协会注册分析师执业资格或相当的专业胜任能力。

本报告仅供财信证券股份有限公司客户及员工使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发送，概不构成任何广告。

本报告信息来源于公开资料，本公司对该信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本公司对已发报告无更新义务，若报告中所含信息发生变化，本公司可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中所指投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司及本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此作出的任何投资决策与本公司及本公司员工或者关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人（包括本公司客户及员工）不得以任何形式复制、发表、引用或传播。

本报告由财信证券研究发展中心对许可范围内人员统一发送，任何人不得在公众媒体或其它渠道对外公开发布。任何机构和个人（包括本公司内部客户及员工）对外散发本报告的，则该机构和个人独自为此发送行为负责，本公司保留对该机构和个人追究相应法律责任的权利。

财信证券研究发展中心

网址：stock.hnchasing.com

地址：湖南省长沙市芙蓉中路二段 80 号顺天国际财富中心 28 层

邮编：410005

电话：0731-84403360

传真：0731-84403438