



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

“618”销售符合预期，国货品牌趋势向上

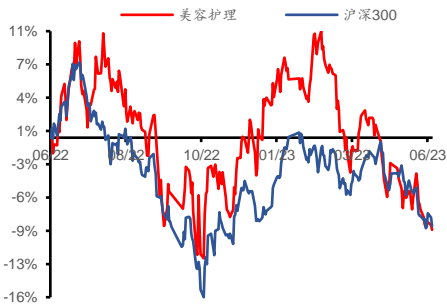
——美容护理行业 5 月月报&6 月投资策略

增持（维持）

行业：美容护理
日期：2023年06月10日

分析师：王盼
Tel: 021-53686243
E-mail: wangpan@shzq.com
SAC 编号: S0870523030001

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《珀莱雅“618”表现亮眼，国货大众品趋势向上》

——2023 年 06 月 04 日

《超头直播“618”预售首日 GMV 近 50 亿，国货龙头产品力持续验证》

——2023 年 05 月 27 日

《“618”大促临近，美护板块或迎催化》

——2023 年 05 月 21 日

主要观点

化妆品板块：

23M5 淘系+抖音同增 15%，抖音占比下滑

根据生意参谋、魔镜数据、飞瓜数据，及久谦中台等数据显示，23M5 化妆品线上主要销售渠道（淘系+抖音）销售额 377.71 亿元，同增 14.6%。其中，护肤品类 284.13 亿元，同增 14.2%，占比 75%；彩妆销售额 93.58 亿元，同增 15.8%，占比 25%。**1) 淘系平台：**23M5 护肤+彩妆线上销售额 247.64 亿元，同降 3%，环增 71.8%，占比大盘 66%。分品类看，护肤、彩妆分别实现 184.13 亿元、63.51 亿元，分别同降 3.9%、同降 0.7%。**2) 抖音平台：**23M5 护肤+彩妆线上销售额 130.07 亿元，同增 76%，环增 12%，占比大盘 34%（占比下降约 11pcts）。分品类看，护肤、彩妆销售额 100 亿元、30.07 亿元，同增 75%、同增 78%。**分品牌总结：**珀莱雅持续高增，薇诺娜 Baby 抖音增势迅猛。巨子生物可复美线上增长发力，水羊股份大水滴抖音延续增长，伊菲丹淘系放量，维持稳定高增。丸美股份加速抖音布局，恋火实现双平台高增。国际品牌分化明显，欧莱雅增长稳健、韩系品牌线上承压。

23 年 618 预售 4 小时：珀莱雅位列 TOP1，国货龙头彰显自信

据天猫大美妆公开数据，23 年天猫 618 美妆行业在 5 月 26 日 20:00-23:59 的 4 小时内，珀莱雅预售总额位列榜首，其次分别为巴黎欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛等国际品牌。对比 22 年天猫双 11 珀莱雅销售排名第五，我们可以看到 23 年 618 珀莱雅拾级而上，“大单品策略”成效显著，品牌方法论不断迭代，成为国货之光。22 年在整体环境较差背景下，珀莱雅依然实现逆势增长，营收突破 60 亿元大关，同增 37.82%，主品牌珀莱雅首次突破 50 亿元，珀莱雅成为 A 股首个拥有 50 亿收入的单品牌美妆集团。美护行业过去国际品牌占据主导地位，珀莱雅的强势增长为国货品牌树立标杆自信。在细分榜单中，进入天猫美容护肤榜单前十的国货品牌有珀莱雅、可复美、薇诺娜，排名分别为第 1、第 6、第 8。据魔镜市场情报数据统计，22 年 618 预售数据（截至 5 月 27 日 24 时）进入该榜单前十的国货品牌为珀莱雅、夸迪、薇诺娜，分别排名第 5、第 6、第 10。国产品牌 23 年细分赛道排名更进一步，巨子生物旗下可复美表现亮眼，超过薇诺娜，排名第 6。在彩妆榜单中，据魔镜市场情报统计数据，22 年仅有花西子以第 7 名成绩进入前十。而 23 年 618 入围前十的国货品牌有 TIMAGE 彩棠、TOM MARK 唐魅可、花西子，分别排名第 7、第 9、第 10。而 TOM MARK 唐魅可作为新秀彩妆品牌，首次于“S 级”大促期间进入李佳琦直播间。根据李佳琦的表述，与珀莱雅的“国货开场”对应，唐魅可压轴出场首尾呼应着国货美妆节结尾。

23 年 618 预售首日情况：国际品牌依旧占据主导，国货品牌强势突围

从行业大盘来看，第一阶段的 TOP3 依然由国际大牌欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛所占领。TOP20 仅 4 个国货品牌入榜，分别为珀莱雅、薇诺娜、可复美、觅光，对应的榜单名次分别为第 4、第 9、第 13、第

19。而在预售阶段共有 6 个国货品牌进入前 20，至天猫 618 第一波结束，夸迪、优时颜掉出整体大盘榜单。在美容护肤细分榜单中，珀莱雅首次将雅诗兰黛挤出前 3，位列第 2。其次，22 年并未上榜的美妆 618 美容护肤 TOP20 榜单的可复美和夸迪，此次相继进入前 20。从彩妆细分榜单看，NARS 首度入榜并登上 TOP1，在 TOP20 中，共有 5 个国货品牌入榜，包括花西子、彩棠、毛戈平、珂拉琪和 INTOYOU，彩棠进入 TOP10。从香水细分榜单看，国货品牌仅占 1 席，无论是预售阶段，还是 618 首日销售榜单，均只有冰希黎进入 TOP20。冰希黎在首日销售榜单中位列第 15，与预售阶段相比排名提升 4 位。从男士护理榜单来看，当前进入前 10 的品牌里，有高夫和溪木源两个国货品牌。男性护肤市场潜力巨大，未来男性肤护品崛起将成为新趋势，男性护肤仍由传统海外品牌占主导，但国货新兴品牌存在发力机会。从天猫快消新品牌榜单来看，头部国货明显发力，逸仙电商收购的 Galenic 品牌位列榜单 TOP2，表现强势；而珀莱雅旗下 Off&Relax 位列榜单 TOP5，超越一众国内外品牌。

我们认为，国货品牌在此次 618 预售首日表现优异，极大提振了国产品品牌的信心，为未来占据更多市场份额不断蓄势。在过去，国际品牌以实力品质、品牌信誉、以及渗透市场多年的品牌力构建消费者心中的品牌价值，占据消费者的心智。但随着消费者民族认同感的提升、理性消费意识增强、以及国产品牌的产品力、研发实力等不断提升，国货美护品牌正彰显着国潮自信。

医美板块：

1) 艾尔建美学：首款脸颊皮内微滴注射玻尿酸获批，医美产品管线进一步扩充

作为全球医美生物制药领域的企业艾伯维在华的重要子公司，艾尔建美学在国内已上市的医美产品包括保妥适 BOTOX 肉毒素、乔雅登 Juv é der 玻尿酸（填充类 6 款+水光类 2 款）、娜琦丽乳房假体、麦格乳房假体、酷塑冷冻减脂仪、RESONIC 脉冲设备。

Skinvive 获批推动产品管线持续扩充，维持效果及定价具备优势。5 月 15 日，美国食品药品监督管理局(FDA)批准了艾伯维(AbbVie)子公司艾尔建美学(Allergan Aesthetics)玻尿酸的新给药方法，该方法成为第一个也是唯一一个被批准用于改善脸颊皮肤平滑度的玻尿酸皮内微滴注射，从此开辟出一种处方美容产品给药新途径。Skinvive 此注射剂含有少量利多卡因麻醉剂，可以作为面部不同部位的真皮填充剂，如下巴、嘴唇或下颌部位。据相关研究数据显示，官方给出的疗程为 6 个月给药一次，其预期价格将与其它皮肤管理物理疗法的价格大致相当，因此在维持效果下，此定价具备一定的竞争力。该产品也预期未来六个月内大量上市，上市后有望实现放量，助推艾尔建美学业绩可持续增长。

2) 壹芯控股：与韩国公司合作少女针，抢占再生材料蓝海。韩国 Samyang 公司与杭州壹芯控股集团正式签署合作协议。壹芯控股集团将与 samyang 23 年 5 月 25 日，韩国三养控股 (Samyang Holdings) 表示已与中国医美器械公司杭州壹芯控股签署合作协议，在中国合作报批聚己内酯填充剂 Lafullen 拉富伦的临床和许可，并在获得 NMPA 正式许可后由壹芯控股集团在中国独家销售 Lafullen 拉富伦少女针。Lafullen 拉富伦少女针是韩国三养控股开发的面部整形填充剂，主要成份为 30%的聚己内酯 PCL，以及 70%的生物降解材料凝胶载体 CMC

羟甲基纤维素，其具有低异物感和自然丰满度，效果持续超过 2 年。在产品取证方面，该产品已于 21 年获得韩国 KFDA 的许可，23 年 4 月获得了印度尼西亚的上市许可。在学术研究方面，Lafullen 拉富伦在科学技术论文人索引（SCI）级国际学术期刊上发表了证明长期效果和安全性研究结果，产品优秀性得到了认可。

壹芯控股成立于 2017 年，主营业务包括医疗美容、家庭健康、医疗器械、医疗净化等领域，拥有从专利申请、产品注册、市场策划、产品销售、新材料研发、新产品研发、委托加工和自主生产的完整产业体系和行业经验。在医疗美容领域，其与国际知名公司及国内高校、研究所开展深度合作，具有较强的技术研发实力。壹芯控股已经与韩国 PharmaResearch 公司合作的 4 款 Rejuran 产品。此次与三氧 samyang 合作少女针，依托壹芯控股大量专家和销售网络，加速抢占再生蓝海的市场份额。

3) 江苏吴中：持续加码医美赛道，AestheFill 获批在即

21 年 12 月，江苏吴中全资子公司吴中美学收购达透医疗 51% 的股权，取得韩国公司 Regen Biotech, Inc 一款聚双旋乳酸童颜针产品 AestheFill 在中国境内的独家销售代理权，21 年 12 月 27 日童颜针 AestheFill 在海南完成首例注射。据公司公告称，AestheFill 童颜针已于 22 年 12 月份收到国家药监局医疗器械技术审评中心发补通知，预计或将于 2023 年下半年取证上市销售。

AestheFill 主要成分为聚双旋乳酸 PDLLA+羧甲基纤维素 CMC，又称韩国 4D 速溶童颜针，调配无菌注射用水(SWFI)后就可以注射，采用全球独家的空心微球的专利技术，加速胶原再生，注射后见效比较快，且维持时间成果时间长。AestheFill 后期取证上市后，公司计划采取自营为主的销售模式，据公司近期公告称，销售团队正在搭建，并预计采取自营模式，主要利于管控产品的流通价格并维持相对高端的品牌定位，同时为了医美后续其他产品管线的上市打通渠道，协同作战，扩大规模效应。在营销环节上，公司会采取医学先行的策略，重点投入医学培训体系的搭建。AestheFill 加速取证及成功上市放量预计对于公司医美业务有强势推动作用，拉动公司整体业绩增长，助推“医药+医美”两大核心产业格局的完善。

随着用户审美的变化、营销宣传推动、再生医美技术革新升级和材料的快速发展给推动近年来再生医美赛道的火热。越来越多的进入者涌入再生材料蓝海市场，行业竞争持续加大，我们认为具备真正产品力、研发力、渠道力、以及结合市场和用户需求做更精细化的运营的公司才能在该细分赛道上获取一定市场份额。

新消费板块：

宠物天猫 618 第一阶段战报：30 个品牌成交破千万，国货品牌占据榜首

据宠物行业观察整理的天猫宠物 618 期间第一阶段销售战报数据显示，23 年 5 月 31 日-6 月 3 日，天猫宠物类目 27 个店铺成交破千万，161 个店铺成交破百万，660 个店铺成交超 100%，30 个品牌破千万，182 个品牌破百万，242 个品牌同比超 500%。在单品销售方面，3 个单品破千万，123 个单品破百万；在店铺直播方面，店铺直播成交同比超 30%，百万成交商家 14 个。在会员成交方面，整体会员成交金额同比超 40%，8 个商家会员成交破千万，83 个商家会员成交破百万，

136 个商家会员成交同比超 100%，新增会员数同比超 30%，85 个商家新增会员数超 200%。从**天猫宠物品牌成交榜**来看，网易严选成为 23 年天猫宠物 618 期间第一阶段品牌成交榜单 TOP1。从**店铺成交榜**维度来看，网易严选旗舰店在宠物类目店铺成交榜上也位列第一。从**猫狗食品品牌榜单**以及**猫狗食品店铺榜单**来看，国货宠物品牌网易严选强势登顶，诚实一口、麦富迪等国货品牌也纷纷跻身排行榜，国际品牌 ZIWI、爱肯拿等排名靠后，国际大牌已不再是宠物主的唯一选项，从食品、用品到医疗、娱乐，由宠物牵起的这条消费主线上，国产品牌已经占据一定地位。网易严选在各个细分类目榜单中均位列第一，作为国产优质宠物品牌，其以数字化作为产品开发的支撑，通过把电商外渠的底层信息打通，并对数据做完整、深入的分析，从而抢先洞察市场变化，从而在策略层及时响应等，成功在大促中超过其他一众国际大牌拿下第一。

宠物京东 618 开门红战报：宠物食品行业改善，头部品牌 618 表现突出

京东 618 开门红战报显示，京东宠物开门红 28 小时零售成交同比增长超 56%，京东宠物新用户同比增长超 120%，京东宠物破百万精品数量同比增长超 3 倍。分类目看，**宠物食品**前 5 小时成交额超过同期 28 小时记录。其中烘焙主粮开门红成交额同比增长超 18 倍，冻干主粮开门红成交额同比增长 153%，老年犬粮开门红成交额同比增长 236%，主食罐开门红成交额同比增长 170%。佩蒂主品牌爵宴公布 618 开门红战报，截至 5.31 晚 23:59，全网销售额达 800 万元。明星单品鸭肉干摘得天猫狗零食热销单品冠军，京东狗零食热销单品 top2；新品狗罐头成为天猫狗零食罐热销店铺 top4。宠物用品前 4 小时成交额突破同期 28 小时记录，其中混合猫砂开门红成交额同比增长 200%，智能用品开门红成交额同比增长 128%，高纤维兔粮开门红成交额同比增长超 5 倍。

宠主消费意愿回暖明显，国产品牌增势迅猛。疫情后经济回暖，宠主消费能力回升，作为疫后的首个大型购物狂欢节，叠加平台活动力度加大，宠主们的消费意愿明显回暖，众多品牌的成交额整体翻倍。据京东战报数据显示，皇家成交额同比增长超 130%；麦富迪 1 小时成交额超 22 年同期 28 小时；网易严选前 100 分钟成交额超 22 年同期 28 小时；Pidan 成交额同比增长超 3 倍；伯纳天纯 1 小时成交额超 22 年同期 28 小时；卫仕 3 小时成交额超 22 年同期 28 小时；顽皮成交额同比增长 2.5 倍等。从品牌方看，在热卖大牌 TOP10 中，皇家再次凭借产品及品牌的优势取得第一名的成绩，麦富迪、网易严选、伯纳天纯、卫仕等 7 个国产宠物均进入前十榜单。

近年来，国产品牌借助电商渠道，以高性价比优势布局国内市场，快速抢占国内市场份额。随着电商渠道兴起，传统渠道份额逐渐被电商渠道挤占，国外宠物食品企业在商超等传统渠道的优势已明显减弱。随着品牌产品力、产品声量的打造，国产品牌逐步占据宠物主消费心智，借助消费升级和电商化趋势，国产品牌的市场份额有望持续上升。

■ **6 月关注：科思股份、水羊股份、爱美客、华东医药、巨子生物**

出行及服务高频数据显示消费复苏深化，考虑到医美及化妆品行业节日季节性特征、类刚需消费属性、企业自身边际变化、行业趋势及当下估值，我们建议关注：疫后线下消费场景修复，刚需属性较强，伴随行业景气度变化，估值有望抬升的美护龙头企业。

医美板块看好基本面强韧、天使针进入放量期、拿证壁垒强、产品布局丰富前瞻、估值较低的医美针剂龙头**爱美客**；建议关注公司治理优异，医美板块业务增长亮眼，管线布局丰富的**华东医药**。

看好美妆赛道长期韧性，**化妆品板块**建议关注卡位高增长高景气赛道，纳入港股通，天花板尚远的胶原蛋白龙头企业**巨子生物**，其具有核心专利技术壁垒，线下渠道及新品增长曲线均有向上优化空间，线上增速强劲；建议关注品类品牌矩阵完善，推新速度快且方法论完备，多维度构建品牌壁垒的**珀莱雅**；关注伊菲丹高端品放量，发力自有品牌，焕新升级构建美妆全生态，估值相对较低的**水羊股份**；关注股价回调幅度较大，股权激励落地，人事组织变革，新品AOXMED线下渠道铺设有序推进的敏感肌护肤龙头**贝泰妮**；及22Q2同期基数较低，重启超头直播，销售数据边际改善，聚焦专业化、高端化、体验化，持续优化运营模式，降本增效下盈利能力有望改善的**上海家化**；建议关注商业模式稀缺，连锁化率有望提升的国内领先的一站式美丽与健康服务龙头**美丽田园医疗健康**；建议关注以玻尿酸为基本盘，医美业务产品管线清晰，研发加码布局合成生物学及胶原蛋白赛道的**华熙生物**；以及剥离地产，聚焦大健康拓展胶原蛋白业务，估值相对较低的**福瑞达**。

新消费板块关注宠物赛道龙头公司**中宠股份**，及高效整合供应链构筑核心壁垒，拥有优质果品+稀缺性优质果园，数字化赋能提升效率，“端到端”的国内水果供应链第一股**洪九果品**。

■ 风险提示

消费市场持续低迷；新品推出不及预期；行业需求复苏低于预期；政策推进不及预期；行业竞争加剧；宏观经济下行压力加大；上市公司治理风险；第三方数据统计口径差异风险；重要股东减持风险。

目 录

1 本月市场回顾	7
1.1 板块行情回顾.....	7
1.2 个股行情及估值.....	7
2 23M5 化妆品行业情况	12
2.1 化妆品 23M5 淘系+抖音同增 15%，抖音占比下滑.....	12
2.2 23 年 618 大促：销售符合预期，国货品牌趋势向上.....	16
2.3 23M5 新品上市情况.....	22
3 23M5 医美行业情况	23
4 23M5 新消费行业情况	25
5 行业要闻及公告	27
5.1 行业新闻.....	27
5.2 公司公告.....	37
6 风险提示：	43

图

图 1：本月市场表现 (%)	7
图 2：申万美容护理子行业表现 (%)	7
图 3：申万一级行业表现 (美妆) (%)	7
图 4：指数成分股涨幅 (美妆)	8
图 5：指数成分股跌幅 Top10 (美妆)	8
图 6：医美板块重点关注个股区间涨幅 (时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日)	9
图 7：化妆品板块重点关注个股区间涨幅 (时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日)	9
图 8：电商代运营板块重点关注个股区间涨幅 (时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日)	9
图 9：新消费板块重点关注个股区间涨幅 (时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日)	10

表

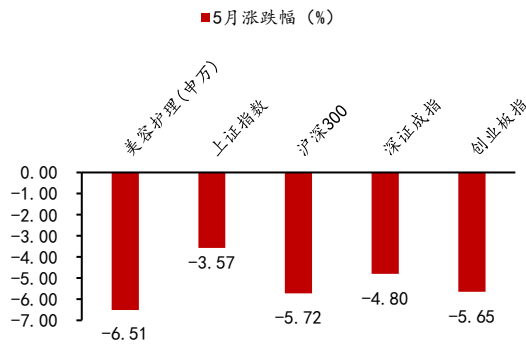
表 1：医美、化妆品板块重点关注个股及估值跟踪.....	11
表 2：电商代运营、新消费板块重点关注个股及估值跟踪.....	12
表 3：23 年 1-5 月各品牌淘系销售额及增速，百万元，%.....	15
表 4：23 年 1-5 月各品牌抖音销售额及增速，百万元，%.....	16
表 5：23 年天猫美妆预售 4 小时销售排行情况.....	18
表 6：23 年天猫 618 预售首日品牌排行榜	20
表 7：23 年天猫 618 预售首日细分赛道排行榜	21
表 8：23M5 新品上市情况	22
表 9：韩国 Samyang 公司旗下 Rejuran 丽珠兰产品系列	24
表 10：部分获批产品及在研再生产品情况	25
表 11：天猫宠物 618 第一阶段战报情况.....	27

1 本月市场回顾

1.1 板块行情回顾

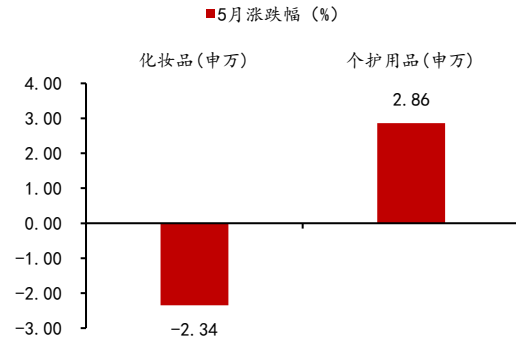
本月（2023年5月01日至5月31日）申万美容护理行业指数较上月下跌6.51%，板块整体跑输上证指数2.94个百分点；板块整体跑输沪深300指数0.79个百分点。上证指数下跌3.57%，沪深300下跌5.72%，深证成指下跌4.80%，创业板指下跌5.65%。在31个申万一级行业中，美容护理排名第20。本月美容护理二级行业中，化妆品下跌2.34%，个护用品上涨2.86%。

图 1：本月市场表现 (%)



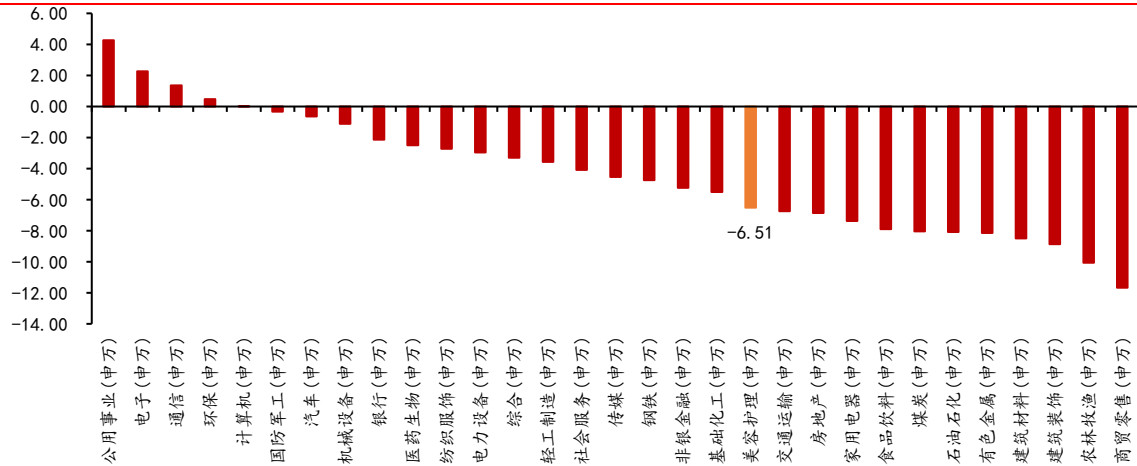
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：申万美容护理子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：申万一级行业表现 (美妆) (%)



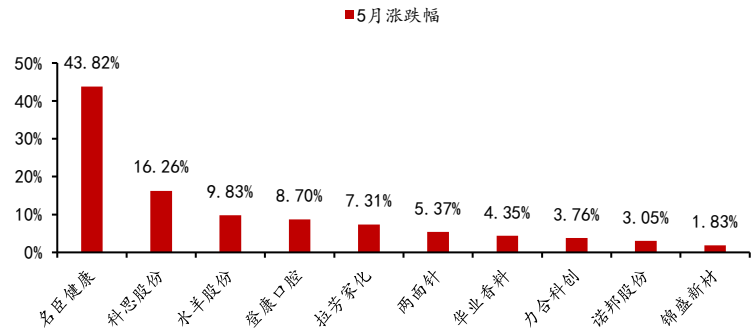
资料来源：Wind，上海证券研究所

1.2 个股行情及估值

本月美容护理行业区间涨跌幅中，排名前五分别是名臣健康上涨43.82%、科思股份上16.26%、水羊股份上涨9.83%、登康口腔份上涨8.70%、拉芳家化上涨7.31%；排名后五的个股为*ST

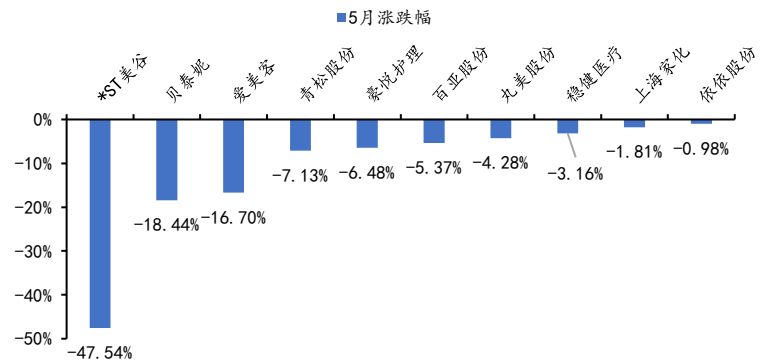
美谷下跌 47.54%、贝泰妮下跌 18.44%、爱美客下跌 16.70%、青松股份下跌 7.13%、豪悦护理下跌 6.48%。

图 4：指数成分股涨幅（美妆）



资料来源：Wind，上海证券研究所

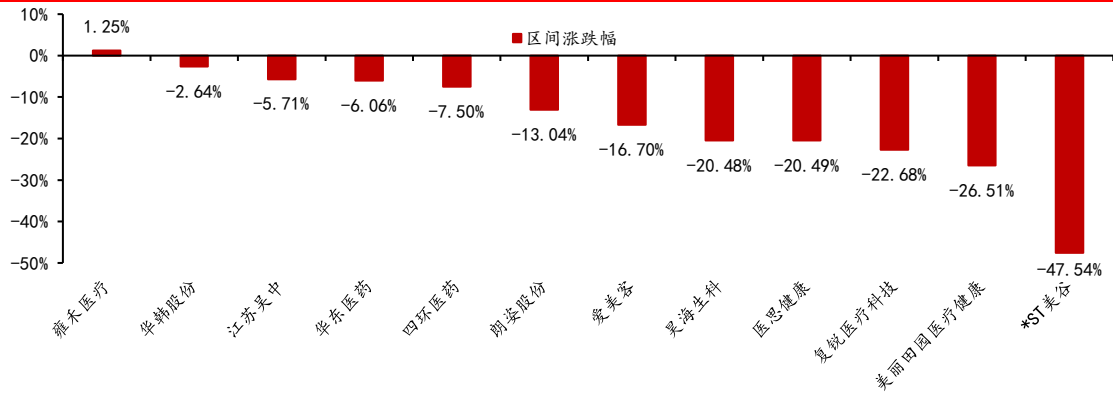
图 5：指数成分股跌幅 Top10（美妆）



资料来源：Wind，上海证券研究所

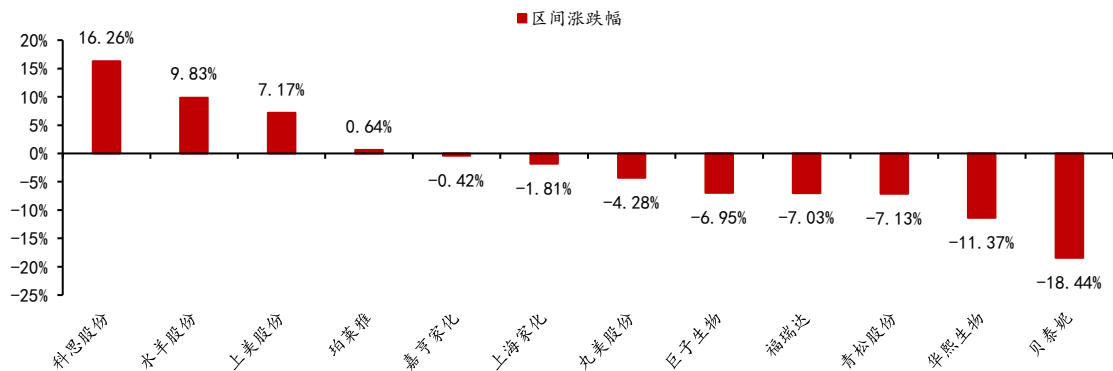
医美板块重点个股中，雍禾医疗逆势微增。我们关注的 12 家医美重点上市公司中，5 月仅雍禾医疗 1 家上涨 (+1.25%)，其余 11 家呈现不同程度下跌。化妆品板块关注的重点个股中，我们选取了 12 家重点公司，5 月共计 4 家上涨，8 家下跌。其中，科思股份、水羊股份、上美股份、珀莱雅排名前四，区间涨跌幅分别为 +16.26%、+9.83%、+7.17%、+0.64%，贝泰妮排名最后 (-18.44%)。电商代运营板块关注的 6 个重点公司以及新消费板块关注的 13 个重点公司中，若羽臣、洪九果品涨势为细分板块中第一，分别上涨 35.54%、21.16%。除若羽臣外，电商代运营板块 6 个重点公司中还有 3 家上涨，分别为青木股份 (+11.54%)、吉宏股份 (+2.65%)、壹网壹创 (+1.57%)，随着大促临近，电商代运营板块中的公司表现较好。新消费板块中，涨幅前三分别为洪九果品 (+21.16%)、登康口腔 (+8.70%)、百龙创园 (+7.31%)。

图 6：医美板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日）



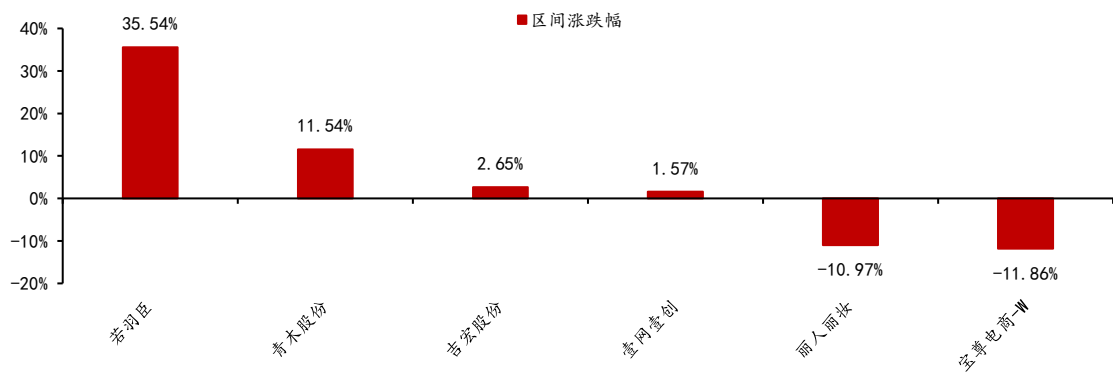
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：化妆品板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日）



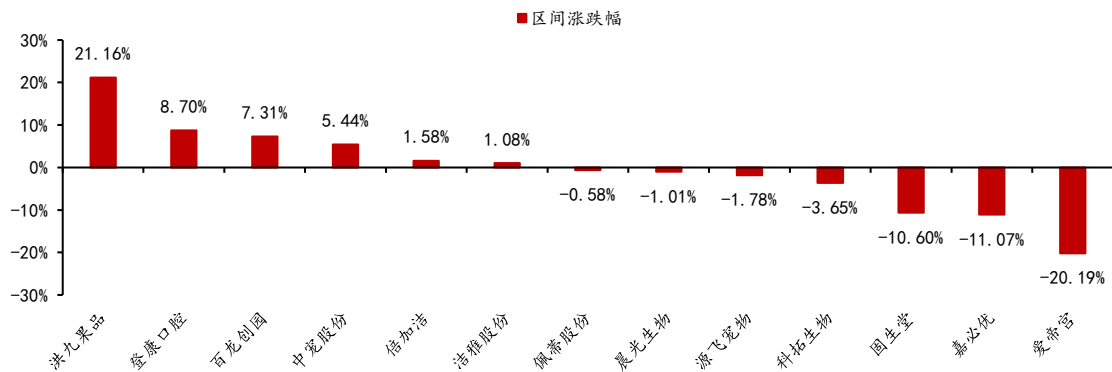
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 8：电商代运营板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日）



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：新消费板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 5 月 1 日至 5 月 31 日）



资料来源：Wind，上海证券研究所

受行业需求较弱影响，23M5 美护板块估值略微回升，关注标的的盈利修复弹性及 618 大促表现优秀化妆品龙头。根据 Wind 一致预测，23、24、25 年美容护理板块平均预测 PE 分别为 41X、25X、20X。从重点个股层面来看，化妆品板块龙头公司珀莱雅、丸美股份 23 年预测 PE 为 46X、45X，龙头估值溢价明显。贝泰妮、华熙生物 23 年预测 PE 分别为 29X、33X，处于相对合理位置。巨子生物、福瑞达、上海家化 23 年预测 PE 分别为 23X、26X、25X，估值相对较低，具备一定弹性。医美龙头爱美客 23 年预测 PE 为 51X，估值回调幅度较大，华东医药、美丽田园医疗健康 23 年预测 PE 为 23X、19X，处于相对合理位置。

年初至 5 月末（2023 年 1 月 1 日至 5 月 31 日），医美重点个股中整体表现承压，年初至今仅三家上涨，其中韩股份表现相对较优（+4.96%），爱美客、华东医药、美丽田园医疗健康等不同程度显著下跌。化妆品重点个股中，年初至今仅 4 家上涨，科思股份表现最优，年初至今涨跌幅达到+49.28%，贝泰妮、华熙生物等龙头承压显著，年初至今涨跌幅分别-37.68%、-34.88%。电商代运营板块 6 个重点个股中，4 家上涨，其中青木股份表现最优，年初至今涨跌幅为 44.07%，排名前三的为青木股份、吉宏股份、若羽臣。新消费板块重点个股中，年初至今涨跌幅指标百龙创园表现最佳（+36.87%），洪九果品跌幅最大（-39.88%）。

表 1：医美、化妆品板块重点关注个股及估值跟踪

股票代码	上市公司	总市值 (亿元)	5月区间涨跌幅	年初至今涨跌幅	PE (TTM)	23PE	24PE	25PE
医美								
300896.SZ	爱美客	974.92	-16.70%	-20.00%	70	51	36	27
0460.HK	四环医药	69.04	-7.50%	-22.11%	-3	-	-	-
2373.HK	美丽田园医疗健康	51.83	-26.51%	-26.14%	45	19	14	11
688366.SH	昊海生科	132.25	-20.48%	-9.78%	75	34	27	23
600200.SH	江苏吴中	55.28	-5.71%	1.44%	-99	195	40	25
002612.SZ	朗姿股份	105.08	-13.04%	-14.45%	131	56	39	31
430335.NQ	华韩股份	19.59	-2.64%	4.96%	47	-	-	-
000615.SZ	*ST美谷	17.93	-47.54%	-71.55%	-1	-	-	-
1696.HK	复锐医疗科技	42.06	-22.68%	0.90%	13	10	8	6
2279.HK	雍禾医疗	42.69	1.25%	-32.39%	-45	38	21	15
2138.HK	医思健康	49.66	-20.49%	-47.82%	42	13	9	-
000963.SZ	华东医药	683.01	-6.06%	-16.79%	27	23	19	15
化妆品								
603605.SH	珀莱雅	476.63	0.64%	0.89%	55	46	36	29
300957.SZ	贝泰妮	390.60	-18.44%	-37.68%	37	29	23	18
600223.SH	福瑞达	103.59	-7.03%	-3.78%	95	26	20	17
2367.HK	巨子生物	326.36	-6.95%	-2.38%	42	23	17	14
600315.SH	上海家化	195.04	-1.81%	-9.80%	39	25	21	19
603983.SH	丸美股份	139.26	-4.28%	2.82%	74	45	36	30
300740.SZ	水羊股份	62.19	9.83%	5.62%	46	25	19	15
300955.SZ	嘉亨家化	21.61	-0.42%	-11.62%	37	18	12	11
300856.SZ	科思股份	131.82	16.26%	49.28%	27	26	20	16
688363.SH	华熙生物	424.17	-11.37%	-34.88%	44	33	26	21
300132.SZ	青松股份	28.26	-7.13%	-21.52%	-4	27	16	14
2145.HK	上美股份	104.07	7.17%	-23.09%	63	25	18	15

资料来源：Wind，上海证券研究所（备注：数据来源 Wind 一致预测，获取时间 2023 年 5 月 31 日）

表 2: 电商代运营、新消费板块重点关注个股及估值跟踪

股票代码	上市公司	总市值 (亿元)	5 月区间涨跌幅	年初至今涨跌幅	PE (TTM)	23PE	24PE	25PE
电商代运营								
300792.SZ	壹网壹创	72.76	1.57%	9.32%	43	28	23	20
605136.SH	丽人丽妆	52.66	-10.97%	-5.94%	-30	21	18	14
9991.HK	宝尊电商-W	18.26	-11.86%	-21.92%	-3	-18	11	5
003010.SZ	若羽臣	29.10	35.54%	26.84%	78	80	51	38
301110.SZ	青木股份	36.01	11.54%	44.07%	61	-	-	-
002803.SZ	吉宏股份	82.11	2.65%	39.12%	39	19	15	12
新消费								
688089.SH	嘉必优	34.38	-11.07%	-36.89%	62	24	18	13
300858.SZ	科拓生物	45.43	-3.65%	-16.36%	43	29	20	16
001328.SZ	登康口腔	60.69	8.70%	-37.76%	44	38	32	27
605016.SH	百龙创园	52.65	7.31%	36.87%	34	25	17	13
002891.SZ	中宠股份	67.06	5.44%	2.42%	68	43	31	24
300673.SZ	佩蒂股份	34.72	-0.58%	-22.38%	57	26	19	16
6689.HK	洪九果品	272.64	21.16%	-39.88%	17	11	8	6
001222.SZ	源飞宠物	29.32	-1.78%	-13.27%	24	19	16	17
301108.SZ	洁雅股份	27.77	1.08%	2.73%	21	18	15	13
300138.SZ	晨光生物	96.43	-1.01%	3.01%	21	18	14	11
2273.HK	固生堂	112.69	-10.60%	-7.33%	55	40	30	23
0286.HK	爱帝宫	18.03	-20.19%	-4.60%	-11	33	17	12
603059.SH	倍加洁	21.88	1.58%	14.63%	21	17	13	11

资料来源: Wind, 上海证券研究所 (备注: 数据来源 Wind 一致预测, 获取时间 2023 年 5 月 31 日)

2 23M5 化妆品行业情况

2.1 化妆品 23M5 淘系+抖音同增 15%，抖音占比下滑

根据生意参谋、魔镜数据、飞瓜数据, 及久谦中台等数据显示, 23M5 化妆品线上主要销售渠道 (淘系+抖音) 销售额 377.71 亿元, 同增 14.6%。其中, 护肤品类 284.13 亿元, 同增 14.2%, 占比 75%; 彩妆销售额 93.58 亿元, 同增 15.8%, 占比 25%。1) 淘系平台: 23M5 护肤+彩妆线上销售额 247.64 亿元, 同降 3%, 环增 71.8%, 占比大盘 66%。分品类看, 护肤、彩妆分别实现 184.13 亿元、63.51 亿元, 分别同降 3.9%、同降 0.7%。2) 抖音平台: 23M5 护肤+彩妆线上销售额 130.07 亿元, 同增 76%, 环增 12%, 占比大盘 34% (占比下降约 11pcts)。分品类看, 护肤、彩妆销售额 100 亿元、30.07 亿元, 同增 75%、同增 78%。

分品牌看:

珀莱雅：两大品牌淘抖增速亮眼。从淘系平台看，旗下主品牌珀莱雅、彩棠 5 月淘系销售额分别为 6.86、0.91 亿元，分别同增 91%、同增 71%，主品牌增长提速。从抖音平台看，两大品牌 5 月销售额分别 1.71、0.57 亿元，同增 57%、同增 49%，增速保持稳定。主品牌珀莱雅 1 月淘系同比下滑背景下，2 月同比回升，3-4 月延续增长，5 月增长提速。彩棠迎合国风彩妆趋势，过去 5 个月淘系、抖音均实现持续稳定增长。

贝泰妮：薇诺娜增长延续，薇诺娜 Baby 抖音同增 740%。主品牌薇诺娜 5 月淘系销售额 3.47 亿元，同增 17%，环增 196%；抖音平台同期销售额 0.93 亿元，同增 36%，环增 107%。薇诺娜 3 月大促表现欠佳背景下，23 年 4 月淘抖平台均增长回升，5 月增长延续。子品牌薇诺娜 Baby 5 月抖音销售额 100 万元，同增 740%，增速创 23 年历史新高。

丸美股份：加速抖音渠道布局，恋火淘抖平台均高位数增长。主品牌丸美 23 年 5 月淘系、抖音平台销售额分别 0.35、0.91 亿元，同增 52%、同增 175%，主品牌淘抖实现同增 124%，增长保持稳定。彩妆品牌恋火 5 月淘系、抖音销售额为 0.29、0.45 亿元，同增 131%、同增 497%，恋火品牌淘抖实现同增 270%，增长提速。

华熙生物：润百颜逆势增长，米蓓尔抖音回升，肌活持续承压。从淘系平台看，旗下润百颜、夸迪、米蓓尔以及 BM 肌活 5 月销售额分别为 0.79、1.3、0.47、0.37 亿元，润百颜扭转 4 月逆势增长，同增 42%，米蓓尔淘系持续承压，同降 33%，夸迪、肌活基本与 22 年持平，分别同降 0.4%、同增 0.9%。从抖音平台看，肌活 1-5 月同比持续下滑，润百颜、米蓓尔继 3 月、4 月连续下降后 5 月分别同增 10.4%、同增 56.0%，夸迪继 4 月增长提速后 5 月继续保持上升趋势，同增 56%。

福瑞达：抖音平台增长迅速。旗下瑷尔博士、颐莲为公司化妆品业务营收双子星，拉动化妆品业务营收增长。瑷尔博士 5 月淘系、抖音平台销售额分别为 0.91、0.49 亿元，分别同增 30%，同增 94%，抖音平台增长回升并保持高位增长。颐莲淘抖销售额分别为 0.36、0.33 亿元，同增 7%、同增 39%，颐莲在抖音平台经过前几个月的下滑后，5 月实现正向增长，带动品牌整体淘抖渠道增长回升。

巨子生物：可复美淘抖三位数高增，可丽金抖音持续承压。从淘平台看，可复美 5 月销售额 3.56 亿元，同增 311.3%，在 4 月份两位数增长背景下，5 月增长提速，实现高三位数增长。可丽金淘系销售额 0.24 亿元，同增 47.4%，增速相比 4 月有所放缓。从

抖音平台看，5月可复美同增277.2%，相比4月成倍提速增长。可丽金5月销售额同降74.1%，持续承压。

上海家化：佰草集淘抖延续增长，玉泽淘系增速下降。旗下佰草集、玉泽品牌5月淘系销售额分别为0.28、0.4亿元，同增116.9%、同降3.2%；从抖音平台看，佰草集、玉泽延续增长，销售额分别为0.05、0.11亿元，同增128%、同增121.8%，双品牌抖音稳健增长。

水羊股份：大水滴延续增长，伊菲丹淘系增长稳定。旗下御泥坊、大水滴、小迷糊、伊菲丹品牌5月淘系销售额分别为755、1021、231、1726万元，同降55.5%、同降12.3%、同降38.5%、同增105.3%，淘系平台仅伊菲丹实现正增长，伊菲丹在4月淘系800%+的高增速背景下，5月保持三位数稳健增长。从抖音平台看，御泥坊前4个月增长稳定，5月首次出现下滑，同降21.1%，大水滴增长提速，同增154.9%。

上美股份：三大品牌抖音持续发力，韩束抖音提速明显。从淘系平台看，韩束、一叶子分化明显，分别实现0.5、0.08亿元的销售，同增38.5%、同降52.6%。从抖音平台看，韩束、一叶子、红色小象三大品牌均表现亮眼，销售额分别为2.8、0.02、0.04亿元，三大品牌均实现三位数高增长，分别同增508.3%、同增145.4%、同增255.4%，韩束品牌强势提速增长。

国际品牌：表现分化，欧莱雅稳健增长、韩系品牌线上承压。从淘系平台看，除欧莱雅集团、资生堂增速回升外，雅诗兰黛、爱茉莉、LG生活健康增速延续下滑趋势，其中爱茉莉太平洋、LG健康下滑较为显著，分别同降59%、37.7%。从抖音平台看，欧莱雅、兰蔻、资生堂等品牌发力明显，分别同增225%、同增119.4%、同增204.4%，LG健康抖音销售回暖，5月实现同增38.6%。

总结：珀莱雅持续高增，薇诺娜Baby抖音增势迅猛。巨子生物可复美线上增长发力，水羊股份大水滴抖音延续增长，伊菲丹淘系放量，维持稳定高增。丸美股份加速抖音布局，恋火实现双平台高增。国际品牌分化明显，欧莱雅增长稳健、韩系品牌线上承压。

表 3：23 年 1-5 月各品牌淘系销售额及增速，百万元，%

公司	品牌	23M1	23M2	23M3	23M4	23M5	23M1 YOY	23M2 YOY	23M3 YOY	23M4 YOY	23M5 YOY
贝泰妮	薇诺娜	55.95	82.27	171.26	117.29	347.11	-45.27%	10.27%	-21.84%	4.08%	16.64%
	薇诺娜 Baby	6.2	9.29	13.31	11.51	-	93.95%	196.93%	-42.37%	-21.73%	-
华熙生物	润百颜	18.08	23.5	46.48	23.12	78.65	-46.10%	14.71%	2.01%	-17.61%	41.95%
	夸迪	20.84	15.51	65.34	20.33	129.76	-36.17%	-41.89%	-11.49%	-45.66%	-0.36%
	米蓓尔	6.1	7.68	24.1	13.87	46.83	-24.51%	-45.26%	-25.74%	-32.16%	-32.90%
	肌活	8.29	16.04	25.35	10.83	36.81	-47.53%	-6.00%	-16.76%	-46.37%	0.91%
珀莱雅	珀莱雅	132.34	194.82	511.19	228.42	685.81	-7.10%	62.15%	56.76%	56.98%	90.71%
	彩棠	43.79	71.41	54.81	44.61	91.29	32.94%	270.74%	71.55%	94.78%	70.78%
上海家化	佰草集	3.87	14.55	9.5	18.97	27.67	-55.41%	97.69%	-25.81%	327.88%	116.88%
	玉泽	13.11	18.39	22.22	30.48	40.2	-57.21%	-35.47%	-46.25%	4.74%	-3.21%
水羊股份	御泥坊	4.37	6.02	8.12	6.03	7.55	-62.71%	-51.23%	-54.27%	-57.23%	-55.52%
	大水滴	6.1	6.72	9.82	6.92	10.21	111.04%	83.68%	30.12%	32.72%	-12.27%
	小迷糊	1.25	1.58	1.75	1.28	2.31	-40.20%	-44.44%	-44.74%	-39.59%	-38.47%
	伊菲丹	5.23	4.2	6.79	20.07	17.26	11.62%	22.86%	23.74%	823.09%	105.28%
丸美股份	丸美	8.22	14.32	31.28	14.6	35.04	-0.29%	0.89%	55.95%	95.04%	52.18%
	恋火	13.86	20	22.18	13.04	28.51	-4.03%	417.62%	33.90%	67.62%	131.31%
福瑞达	瓊尔博士	23.41	41.14	56.33	42.38	91	-29.62%	8.91%	-23.33%	3.58%	29.79%
	颐莲	11.32	16.11	25.49	18.46	35.88	-10.67%	12.95%	-16.39%	-12.97%	6.83%
巨子生物	可复美	24	51.49	105.5	45.66	355.5	-7.32%	173.14%	193.88%	20.04%	311.30%
	可丽金	8.62	4.5	17.27	13.95	24.29	166.22%	0.81%	27.10%	153.70%	47.38%

资料来源：生意参谋，魔镜市场情报，飞瓜数据，久谦中台，上海证券研究所

表 4：23 年 1-5 月各品牌抖音销售额及增速，百万元，%

公司	品牌	23M1	23M2	23M3	23M4	23M5	23M1 YOY	23M2 YOY	23M3 YOY	23M4 YOY	23M5 YOY
贝泰妮	薇诺娜	25	28.8	50	44.82	92.87	-43.48%	-22.58%	-14.64%	36.57%	35.97%
	薇诺娜 Baby	0.25	0.25	1.48	1.06	1	26.90%	38.89%	253.38%	424.8%	740.34%
华熙生物	润百颜	16.17	25	25.79	17	36.05	20.66%	26.70%	-34.89%	-47.66%	10.36%
	夸迪	34.46	19.78	50	20.86	50	-1.44%	-51.71%	40.94%	98.21%	55.96%
	米蓓尔	7.22	9.02	13.42	9.9	29.69	0.96%	27.72%	-30.09%	-32.51%	56.27%
	肌活	25	32.25	30.36	27.42	36.71	-52.76%	-40.87%	-53.98%	-31.08%	-47.11%
珀莱雅	珀莱雅	100	119.11	113.12	150.97	171.28	89.55%	50.01%	0.21%	49.16%	56.69%
	彩棠	26.11	28.72	25	28.34	56.7	128.69%	131.52%	6.84%	54.94%	49.03%
上海家化	佰草集	2.5	2.5	2.5	4.35	4.76	-13.64%	-31.71%	-16.36%	210.17%	128.02%
	玉泽	3.1	10	6.2	17.42	10.99	-56.23%	59.24%	-23.32%	299.65%	121.85%
水羊股份	御泥坊	25	10	19.57	9.37	7.02	147.52%	19.57%	205.53%	25.74%	-21.07%
	大水滴	5	7.5	17.72	11.96	10.11	-20.03%	-14.23%	145.47%	99.04%	154.86%
	小迷糊	2.5	2.28	2.5	0.9	1.21	126.45%	50.28%	-9.58%	-46.62%	-60.76%
	伊菲丹	6.98	29.78	53.09	10.98	37.31	-	-	-	-	-
丸美股份	丸美	40.81	53.05	57.97	50	90.71	103.53%	175.26%	100.82%	161.90%	174.51%
	恋火	30.55	26.9	33.98	34.07	45.24	285.14%	85.74%	240.60%	275.86%	496.49%
福瑞达	瓊尔博士	11.91	50	35.05	32.66	49.15	-7.85%	73.45%	28.83%	-7.83%	94.40%
	颐莲	7.5	25.73	27.25	23.41	32.51	-54.44%	-1.65%	-15.66%	-11.92%	39.21%
巨子生物	可复美	43.42	34.65	75	44.88	78.61	537.06%	351.50%	693.01%	118.46%	277.25%
	可丽金	2.03	4.2	5	3.29	4.48	51.91%	105.36%	70.06%	-52.12%	-74.12%

资料来源：生意参谋，魔镜市场情报，飞瓜数据，久谦中台，上海证券研究所

2.2 23 年 618 大促：销售符合预期，国货品牌趋势向上

● 618 预售 4 小时：珀莱雅位列 TOP1，国货龙头彰显自信

据天猫大美妆公开数据，23 年天猫 618 美妆行业在 5 月 26 日 20:00-23:59 的 4 小时内，珀莱雅预售总额位列榜首，其次分别为巴黎欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛等国际品牌。对比 22 年天猫双 11 珀莱雅销售排名第五，我们可以看到 23 年 618 珀莱雅拾级而上，“大单品策略”成效显著，品牌方法论不断迭代，成为国货之光。22 年在整体环境较差背景下，珀莱雅依然实现逆势增长，营收突破 60 亿元大关，同增 37.82%，主品牌珀莱雅首次突破 50 亿元，珀莱雅成为 A 股首个拥有 50 亿收入的单品牌美妆集团。美妆行业过去国际品牌占据主导地位，珀莱雅的强势增长为国货品牌树立标杆自信。在细分榜单中，进入天猫美容护肤榜单前十的国货品牌有珀莱雅、可复美、薇诺娜，排名分别为第 1、第 6、第 8。据在魔镜市场情报数据统计，22 年 618 预售数据（截至 5 月 27 日 24

时)中,进入该榜单前十的国货品牌为珀莱雅、夸迪、薇诺娜,分别排名第5、第6、第10。国产品牌23年细分赛道排名更进一步,巨子生物旗下可复美表现亮眼,超过薇诺娜,排名第6。据巨子生物22年年报显示,22年公司实现营收23.64亿元,同增52.3%;归母净利润为10.02亿元,同增21%。其中可复美品牌实现总收入16.13亿元,占比68.2%,同增79.7%。在彩妆榜单中,据魔镜市场情报统计数据,22年仅有花西子以第7名成绩进入前十。而23年618入围前十的国货品牌有TIMAGE彩棠、TOM MARK唐魅可、花西子,分别排名第7、第9、第10。而TOM MARK唐魅可作为新秀彩妆品牌,首次于“S级”大促期间进入李佳琦直播间。

在美容美体仪器榜单中,共有AMIRO觅光、SEAYEO昔又、Jmoon极萌、NOWMI那魅4款国货品牌上榜,分别排名第2、第3、第5、第7名。在香水细分榜单中,国际品牌占据主导地位,排名前20的品牌除冰希黎为国产品牌外,其他品牌均为国外品牌。国际香水品牌在国内的市场占有率依旧很高,据英敏特2021年中国香水市场调研报告显示,LVMH、香奈儿、科蒂、欧莱雅和雅诗兰黛占据中国香水市场的份额高达59.9%。加之产品认知度高、品牌定价高,利润空间明显。新锐国货香水在供应链端劣势明显,缺乏标准化的原料产地、完备的生产线、长效的供货体系、完善的销售渠道,大多数产品存在明显同质化缺乏核心竞争力,存在无法形成品牌调性等问题。但随着近几年国产品牌从产品到外观的迭代升级,注入情感的人货场催化“气味经济”,国货香水开始主动冲刺高端市场,契合年轻一代的诉求和受众定位,通过不断推出小而美的细分产品、充分运用社交化的消费场+故事化的营销场,借助社交平台进行口碑营销,通过个性化门店、自由化服务的线下体验进行品牌感念强化,国货香水的社交消费场景的打造,有望成为其规模化扩张的助推器。

表 5：23 年天猫美妆预售 4 小时销售排行情况

排行	天猫美妆行业 预售 4 小时品牌成绩单	天猫美容护肤 预售 4 小时品牌成绩单	天猫彩妆 预售 4 小时品牌成绩单	天猫美容美体仪器 预售 4 小时品牌成绩单	天猫香水 预售 4 小时品牌成绩单
1	PROYA 珀莱雅	PROYA 珀莱雅	MAC 魅可	YA-MAN 雅萌	祖玛珑
2	L'Oréal 巴黎欧莱雅	L'Oréal 巴黎欧莱雅	NARS	AMIRO 觅光	RALPH LAUREN
3	Lancôme 兰蔻	Lancôme 兰蔻	MAKE UP FOR EVER 玫珂菲	SEAYEO 昔又	纳西索罗德里格斯
4	Estee Lauder 雅诗兰黛	Estee Lauder 雅诗兰黛	YSL 圣罗兰美妆	Tripollar 初普	YSL 圣罗兰
5	SKINCEUTICALS 修丽可	SKINCEUTICALS 修丽可	CPB 肌肤之钥	Jmoon 极萌	Maison Margiela
6	可复美	可复美	GIVENCHY 纪梵希	GEMO 金茉	GIORGIO ARMANI 阿玛尼
7	OLAY 玉兰油	OLAY 玉兰油	彩棠 TIMAGE	NOWMI 那魅	Valentino 华伦天奴
8	YA-MAN 雅萌	Winona 薇诺娜	3CE 三熹玉	JOVS	Diptyque 蒂普提克
9	Winona 薇诺娜	SHISEIDO 资生堂	TOM MARK 唐魅可	dr. arrivo	Penhaligon's 潘海利根
10	SHISEIDO 资生堂	Laroche Posay 理肤泉	花西子	科施佳	L'Artisan Parfumeur 阿蒂仙之香
11	CPB 肌肤之钥	Clarins 娇韵诗	Estee Lauder 雅诗兰黛	CURRENTBODY	Tom Ford 汤姆福特
12	Laroche Posay 理肤泉	SK-II	blank me 半分一	Exideal	Bvlgari 宝格丽
13	Clarins 娇韵诗	HR 赫莲娜	Lancôme 兰蔻	FLOSSOM 花至	BYREDO 柏芮朵
14	SK-II	DECORTE 黛珂	毛戈平	OGP 时光肌	Gucci 古驰
15	Guerlain 娇兰	QuadHA 夸迪	Maybelline 美宝莲	silk'n	帕尔玛之水
16	HR 赫莲娜	Guerlain 娇兰	DERMAFIRM+ 德妃	Seemagic	Lancôme 兰蔻
17	AMIRO 觅光	UNISKIN 优时颜	Ettusais 艾杜纱	CHOUOHC 闪蝶	CREED (美妆)
18	DECORTE 黛珂	MISTINE	Shu-uemura 植村秀	belulu	GIVENCHY 纪梵希
19	QuadHA 夸迪	CPB 肌肤之钥	Colorkey 珂拉琪	iluminage	Boitown 冰希黎
20	UNISKIN 优时颜	Curel 珂润	Guerlain 娇兰	the vzusa 美杜莎	Maison Francis Kurkdjian 梵诗柯香

资料来源：CBO Focus，上海证券研究所（数据统计口径：根据 5 月 26 日 20:00-23:59 预售定金情况预测预售成交金额）

● 618 预售首日情况：国际品牌依旧占据主导，国货品牌强势突围

从行业大盘来看，第一阶段的 TOP3 依然由国际大牌欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛所占领。TOP20 仅 4 个国货品牌入榜，分别为珀莱雅、薇诺娜、可复美、觅光，对应的榜单名次分别为第 4、第 9、第 13、第 19。而在预售阶段共有 6 个国货品牌进入前 20，至天猫 618 第一波结束，夸迪、优时颜掉出整体大盘榜单。与天猫美妆 22 年 618 榜单对比，珀莱雅名次前进两位。据珀莱雅官方战报，珀莱雅品牌在 23 年天猫 618 第一阶段同增超 70%。据欧特欧咨询数据，珀莱雅于预售全阶段（5 月 26 日 20:00 至 5 月 31 日 18:00）的零售额突破 5.5 亿元。在美容护肤细分榜单中，珀莱雅首次将雅诗兰黛挤出前 3，位列第 2。其次，22 年并未上榜的美妆 618 美容护肤 TOP20 榜单的可复美和夸迪，此次相继进入前 20。从彩妆细分榜单看，NARS 首度入榜并登上 TOP1，在 TOP20 中，共有 5 个国货品牌入榜，包括花西子、彩棠、毛戈平、珂拉琪和

请务必阅读尾页重要声明

INTOYOU，彩棠进入 TOP10。预售 4 小时彩妆榜单中，INTOYOU 并未上榜，但后劲较强在预售首日榜单位列 TOP20。从**香水细分榜单**看，国货品牌仅占 1 席，无论是预售阶段，还是 618 首日销售榜单，均只有冰希黎进入 TOP20。冰希黎在首日销售榜单中位列第 15，与预售阶段相比排名提升了 4 位。而 22 年天猫香氛香薰的 618 首日榜单中，野兽派曾登顶榜首，气味图书馆、尹谜等国货香氛品牌也相继入榜，23 年 618 香水榜单中这些品牌并未出现，国际品牌强势占据大部分位置。

从男士护理榜单来看，当前进入前 10 的品牌里，有高夫和溪木源两个国货品牌。男性护肤市场潜力巨大，未来男性肤护品崛起将成为新趋势，男性护肤仍由传统海外品牌占主导，但国货新兴品牌存在发力机会。**从天猫快消新品牌榜单**来看，头部国货明显发力，逸仙电商收购的 Galenic 品牌位列榜单 TOP2，表现强势；而珀莱雅旗下 Off&Relax 位列榜单 TOP5，超越一众国内外品牌。

我们认为，国货品牌在此次 618 预售首日表现优异，极大提振了国产品牌的信心，为未来占据更多市场份额不断蓄势。在过去，国际品牌以实力品质、品牌信誉、以及渗透市场多年的品牌力构建消费者心中的品牌价值，占据消费者的心智。但随着消费者民族认同感的提升、理性消费意识增强、以及国产品牌的产品力、研发实力等不断提升，国货美护品牌正彰显着国潮自信。

表 6：23 年天猫 618 预售首日品牌排行榜

排行	天猫美妆行业 预售首日品牌成绩单	天猫美容护肤 预售首日品牌成绩单	天猫彩妆 预售首日品牌成绩单
1	L'Oréal 巴黎欧莱雅	L'Oréal 巴黎欧莱雅	NARS
2	Lancôme 兰蔻	PROYA 珀莱雅	MAC 魅可
3	Estee Lauder 雅诗兰黛	Lancôme 兰蔻	YSL 圣罗兰美妆
4	PROYA 珀莱雅	Estee Lauder 雅诗兰黛	MAKE UP FOR EVER 玫珂菲
5	OLAY 玉兰油	OLAY 玉兰油	花西子
6	SKINCEUTICALS 修丽可	SKINCEUTICALS 修丽可	3CE 三熹玉
7	HR 赫莲娜	HR 赫莲娜	CPB 肌肤之钥
8	LA MER 海蓝之谜	LA MER 海蓝之谜	Estee Lauder 雅诗兰黛
9	Winona 薇诺娜	Winona 薇诺娜	彩棠 TIMAGE
10	SHISEIDO 资生堂	SHISEIDO 资生堂	GIVENCHY 纪梵希
11	SK-II	SK-II	Lancôme 兰蔻
12	YA-MAN 雅萌	可复美	毛戈平
13	可复美	Clarins 娇韵诗	L'Oréal 巴黎欧莱雅
14	Clarins 娇韵诗	Laroche Posay 理肤泉	Maybelline 美宝莲
15	CPB 肌肤之钥	Guerlain 娇兰	Shu-ueimura 植村秀
16	Laroche Posay 理肤泉	DECORTE 黛珂	GIORGIO ARMANI 阿玛尼
17	Guerlain 娇兰	Kiehls 科颜氏	BOBBI BROWN 芭比布朗
18	DECORTE 黛珂	SISLEY 希思黎	Tom Ford 汤姆福特
19	AMIRO 觅光	CPB 肌肤之钥	Colorkey 珂拉琪
20	Kiehls 科颜氏	QuadHA 夸迪	intoyou

资料来源：化妆品观察，上海证券研究所（统计口径：店铺维度 5 月 31 日 20:00-6 月 1 日 23:59 成交金额排序）















表 7：23 年天猫 618 预售首日细分赛道排行榜

排行	天猫香水 预售首日品牌成绩单	天猫男士护理 预售首日品牌成绩单	天猫美容仪器 预售首日品牌成绩单	天猫快消新品牌 预售首日品牌成绩单	天猫个护行业 预售首日品牌成绩单
1	祖玛珑	欧莱雅男士	YA-MAN 雅萌	Jmoon 极萌	Kérastase 卡诗
2	Tom Ford 汤姆福特	吉列	AMIRO 觅光	Galénic 科兰黎	宝洁
3	Ralph Lauren 拉夫劳伦	碧欧泉	SEAYEO 昔又	萃乐活	欧莱雅
4	Valentino 华伦天奴	Estee Lauder 雅诗兰黛	Jmoon 极萌	FLOSSOM 花至	潘婷
5	GIVENCHY 纪梵希	SCHICK 舒适	GEMO 金莱	OFFRELAX	USMILE
6	YSL 圣罗兰	Kiehls 科颜氏	Tripollar 初普	稀物集	飞利浦
7	GIORGIO ARMANI 阿玛尼	高夫	JOVS	WICKLE	联合利华
8	Sephora 丝芙兰	溪木源	FLOSSOM 花至	OAKFAMILY	LOCCITANE
9	Diptyque 蒂普提克	L'Oréal 巴黎欧莱雅	Exideal	DLUS	苏菲
10	Maison Margiela	NIVEA 妮维雅	CURRENTBODY	OLIVIOCO	施华蔻
11	纳西索罗德里格斯		科施佳	HEYBETTER	舒肤佳
12	BYREDO 柏芮朵		silk'n	CHOUOHC 闪蝶	LOREALPRO
13	Penhaligon's 潘海利根		OGP 时光肌	NOWMI 那魅	馥绿德雅
14	Bulgari 宝格丽		DLUS	光言	HAIRRECIPE
15	Boitown 冰希黎		CHOUOHC 闪蝶	BOE 画屏	高洁丝
16	L'Artisan Parfumeur 阿蒂仙之香		NOWMI 那魅	NODOOR	云南白药牙膏
17	Lancôme 兰蔻		ILUMINAGE	SEEMAGIC	沙宣
18	帕尔玛之水		听研	PURID	SPES
19	Gucci 古驰		NODOOR	CORRECTORS 科瑞肤	ORALB 欧乐 b
20	CREED		DR. ARRIVO	密思丝密	KIMTRUE

资料来源：化妆品观察，上海证券研究所（统计口径：店铺维度 5 月 31 日 20:00-6 月 1 日 23:59 成交金额排序）

2.3 23M5 新品上市情况

表 8：23M5 新品上市情况

公司	品牌	产品名称	产品图片	功效特点	售价规格	上市时间
LVMH 集团	玫珂菲	保湿持妆喷雾干皮定妆水光喷		持妆持久，含透明质酸和越橘果提取物，保湿力强，微米级喷雾触肤即定	280 元 /100ml	2023/5 /1
清轩生物	林清轩	林清轩山茶花多肽抗皱修护面霜		采用核心“双面胶：抗皱专利技术原料：四大多肽、清轩萃、山茶类胜肽，抗老淡纹效果好	547 元 /50ml	2023/5 /1
珀莱雅	珀莱雅	循环乳		维稳嫩肤透亮，紧密锁水修护，强韧表皮屏障	199 元 /120ml	2023/5 /8
		循环水		维稳嫩肤透亮，紧密锁水修护，强韧表皮屏障	179 元 /160ml	2023/5 /8
		循环霜		维稳嫩肤透亮，紧密锁水修护，强韧表皮屏障	209 元 /50g	2023/5 /8
巨子生物	可复美	可复美 ok 乳		舒缓不适，长时控油，改善毛孔，平衡舒缓，敏感肌可用	319 元 /80ml	2023/5 /9
皮尔法伯	法国科兰黎	铂金雪藻面霜		饱满紧致，透亮年轻，滋润保湿	2280 元 /50ml	2023/5 /10
资生堂	安肌心语	SKIN REPAIR CREAM		即刻舒缓修复，改善干燥敏感，修塑根源屏障	280 元 /45g	2023/5 /11
华熙生物	夸迪	夸迪抗垮眼霜		深滋润抚粗糙，促胶原填纹路，改善眼周塌方	648 元 /20g	2023/4 /30
希川皮肤医疗	希川科颜	希川科颜舒缓特护霜		改善敏感状态，有效提升抗刺激性，清爽质地不闷痘	-	2023/5 /15
懿奈	优时颜	优时颜第二代微笑面霜		千日菊+新六胜肽-Pro+类蛇毒肽，达到减少表情纹产生、缓解皮肤纹路等问题	360 元 /18g	2023/5 /18
CNP	CNP 希恩派	蜂胶净透洁面啫喱		氨基酸表活带来清澈洁净力、宣称富含蜂胶提取物成分、6%椰油酰甘氨酸钾、月桂基羟基磺基甜菜碱等成分	235 元 /200ml	2023/5 /20
德妃	德妃	德妃舒缓修护提亮精华液		美白提亮，紧致抗衰，抗氧化，强化受损屏障	179 元 /50ml	2023/5 /20
皮尔法伯	馥绿德雅	密发小绿瓶		宣称含有人参精粹、獐牙菜精华、毛竹提取物等成分，达到强韧发丝，舒缓头皮，防脱固根	328 元 /100ml	2023/5 /24

资料来源：各品牌官方微信公众号，各品牌官方旗舰店，上海证券研究所

3 23M5 医美行业情况

医美针剂获批情况：

1) 艾尔建美学：首款脸颊皮内微滴注射玻尿酸获批，医美产品管线进一步扩充

作为全球医美生物制药领域的企业艾伯维在华的重要子公司，艾尔建美学致力于研发、生产和销售一系列先进的美学品牌和产品，其医美业务板块主要涵盖肉毒素、透明质酸填充剂、美胸产品、身体塑性和功能性护肤产品等领域。其前身为艾尔建，2009年艾尔建正式进入中国市场，2020年5月8日，美国艾伯维AbbVie以640.84亿美元已经完成对艾尔建Allergan的收购，正式更名为艾尔建美学。艾尔建美学在国内已上市的医美产品包括保妥适BOTOX肉毒素、乔雅登Juvéder玻尿酸（填充类6款+水光类2款）、娜琦丽乳房假体、麦格乳房假体、酷塑冷冻减脂仪、RESONIC脉冲设备。

Skinvive 获批推动产品管线持续扩充，维持效果及定价具备优势。5月15日，美国食品药品监督管理局(FDA)批准了艾伯维(AbbVie)子公司艾尔建美学(Allergan Aesthetics)玻尿酸的新给药方法，该方法成为第一个也是唯一一个被批准用于改善脸颊皮肤平滑度的玻尿酸皮内微滴注射，从此开辟出一种处方美容产品给药新途径。艾尔建美学将这种皮内微滴注射剂命名为Juvéderm系列的Skinvive，此注射剂含有少量利多卡因麻醉剂。据公司官网显示，Juvéderm系列产品中已有其他几种可注射的玻尿酸配方，可以作为面部不同部位的真皮填充剂，如下巴、嘴唇或下颌部位。据相关研究数据显示，使用该产品的患者中超56%的人在6个月后脸颊平滑度评分至少提高了1分，该产品的主打功效为光滑脸颊皮肤，适用于21岁及以上的成年人，官方给出的疗程为6个月给药一次，其预期价格将与其它皮肤管理物理疗法的价格大致相当，因此在维持效果下，此定价具备一定的竞争力。该产品也预期未来六个月内大量上市，上市后有望实现放量，助推艾尔建美业绩绩可持续增长。

2) 壹芯控股：与韩国公司合作少女针，抢占再生材料蓝海。韩国Samyang公司与杭州壹芯控股集团正式签署合作协议。壹芯控股集团将与samyang 23年5月25日，韩国三养控股(Samyang Holdings)表示已与中国医美器械公司杭州壹芯控股签署合作协议，在中国合作报批聚己内酯填充剂Lafullen拉富伦的

临床和许可，并在获得 NMPA 正式许可后由壹芯控股集团在中国独家销售 Lafullen 拉富伦少女针。Lafullen 拉富伦少女针是韩国三养控股开发的面部整形填充剂，主要成份为 30%的聚己内酯 PCL，以及 70%的生物降解材料凝胶载体 CMC 羧甲基纤维素，其具有低异物感和自然丰满度，效果持续超过 2 年。在产品取证方面，该产品已于 21 年获得韩国 KFDA 的许可，23 年 4 月获得了印度尼西亚的上市许可。在学术研究方面，Lafullen 拉富伦在科学技术论文人索引 (SCI) 级国际学术期刊上发表了证明长期效果和安全性研究结果，产品优秀性得到了认可。

杭州壹芯控股集团有限公司成立于 2017 年 01 月，主营业务包括医疗美容、家庭健康、医疗器械、医疗净化等领域，拥有从专利申请、产品注册、市场策划、产品销售、新材料研发、新产品研发、委托加工和自主生产的完整产业体系和行业经验。在医疗美容领域，其与中科院化学研究所、浙江大学医学院、南京医科大学、中国海洋大学、泰格医药、韩国 PharmaResearch 公司等国际知名公司及国内高校、研究所开展深度合作，具有较强的技术研发实力。壹芯控股已经与韩国 PharmaResearch 公司合作的 4 款产品 Rejuran、Rejuran i、Rejuran s 和 Rejuran HB。此次与三氧 samyang 合作少女针，依托壹芯控股大量专家和销售网络，加速抢占再生蓝海的市场份额。

表 9：韩国 Samyang 公司旗下 Rejuran 丽珠兰产品系列

产品名称	Rejuran	Rejuran i	Rejuran s	Rejuran HB
				
主成分	PN (Polynucleotide) / 多(聚)核苷酸			PN, 透明质酸, 利多卡因 (0.3%)
使用目的	改善面部皱纹			改善多种部位皱纹
推荐部位	整体面部、眼角	眼角, 眼下等较薄皮肤	凹陷部位, 疤痕	面部、颈部、手背
相对黏度	中	小	大	中
针规	33G X4mm	34GX4mm	30GX8mm	33G X4mm

资料来源：医美部落，上海证券研究所

3) 江苏吴中：持续加码医美赛道，AestheFill 获批在即

21 年 12 月，江苏吴中全资子公司吴中美学收购达透医疗 51% 的股权，取得韩国公司 Regen Biotech, Inc 一款聚双旋乳酸童颜针产品 AestheFill 在中国境内的独家销售代理权，21 年 12 月 27 日童颜针 AestheFill 在海南完成首例注射。据公司公告称，AestheFill 童颜针已于 22 年 12 月份收到国家药监局医疗器械技术审评中心发补通知，预计或将于 2023 年下半年取证上市销售。

AestheFill 主要成分为聚双旋乳酸 PDLLA+羧甲基纤维素 CMC，又称韩国 4D 速溶童颜针，调配无菌注射用水(SWFI)后就可以注射，采用全球独家的空心微球的专利技术，加速胶原再生，注射后见效比较快，且维持时间成果时间长。AestheFill 后期取证上市后，公司计划采取自营为主的销售模式。据公司近期公告称，销售团队正在搭建，并预计采取自营模式，主要利于管控产品的流通价格并维持相对高端的品牌定位，同时为了医美后续其他产品管线的上市打通渠道，协同作战，扩大规模效应。在营销环节上，公司会采取医学先行的策略，重点投入医学培训体系的搭建。AestheFill 加速取证及成功上市放量预计对于公司医美业务有强势推动作用，拉动公司整体业绩增长，助推“医药+医美”两大核心产业格局的完善。

随着用户审美的变化、营销宣传推动、再生医美技术革新升级和材料的快速发展给推动近年来再生医美赛道的火热。越来越多的进入者涌入再生材料蓝海市场，行业竞争持续加大，我们认为具备真正产品力、研发力、渠道力、以及结合市场和用户需求做更精细化的运营的公司才能在该细分赛道上获取一定市场份额。

表 10：部分获批产品及在研再生产品情况

类别	公司	产品	进展	获证时间	预计/上市时间
获批产品	长春圣博玛	艾维岚童颜针	NMPA 获批	2021 年 4 月	2021 年 8 月
	华东医药	伊妍仕少女针	NMPA 获批	2021 年 10 月	2021 年 8 月
	爱美客	濡白天使	NMPA 获批	2021 年 6 月	21 年下半年
	四环医药	嘉乐妍	NMPA 获批	2021 年 8 月	-
部分在研产品	江苏吴中	AestheFill 爱塑美	CMDE 技术评审	-	2023
	法国高德美	Sculptra 塑然雅	临床研究	-	2024
	四环医药	PHA 微球	临床研究	-	-

资料来源：国家药监局，各品牌官网，各公司年报，医美部落，上海证券研究所

4 23M5 新消费行业情况

宠物天猫 618 第一阶段战报：30 个品牌成交破千万，国货品牌占据榜首

据宠物行业观察整理的天猫宠物 618 期间第一阶段销售战报数据显示，23 年 5 月 31 日-6 月 3 日，天猫宠物类目 27 个店铺成交破千万，161 个店铺成交破百万，660 个店铺成交超 100%，30 个品牌破千万，182 个品牌破百万，242 个品牌同比超 500%。在单品销售方面，3 个单品破千万，123 个单品破百万；在店铺直播方面，店铺直播成交同比超 30%，百万成交商家 14 个。在会员成交方面，整体会员成交金额同比超 40%，8 个商家会员成交破千万，

83 个商家会员成交破百万，136 个商家会员成交同比超 100%，新增会员数同比超 30%，85 个商家新增会员数超 200%。从**天猫宠物品牌成交榜**来看，网易严选成为 23 年天猫宠物 618 期间第一阶段品牌成交榜单 TOP1，前十分别为网易严选、诚实一口、渴望、皇家、麦富迪、生鲜本能、蓝氏、鲜朗、爱肯拿、pidan。从**店铺成交榜**维度来看，网易严选旗舰店在宠物类目店铺成交榜上也位列第一，其次是诚实一口旗舰店、蓝氏旗舰店、鲜朗旗舰店、pidan 旗舰店、麦富迪旗舰店等。从**猫狗食品品牌榜单以及猫狗食品店铺榜单**来看，国货宠物品牌网易严选强势登顶，诚实一口、麦富迪等国货品牌也纷纷跻身排行榜，国际品牌 ZIWI、爱肯拿等排名靠后，国际大牌已不再是中国宠物主的唯一选项，从食品、用品到医疗、娱乐，由宠物牵起的这条消费主线上，国产品牌已经占据一定地位。网易严选在各个细分类目榜单中均位列第一，作为国产优质宠物品牌，其以数字化作为产品开发的支撑，通过把电商外渠的底层信息打通，并对数据做完整、深入的分析，从而抢先洞察市场变化，从而在策略层及时响应等，成功在大促中超过其他一众国际大牌拿下第 1。

宠物京东 618 开门红战报：宠物食品行业改善，头部品牌 618 表现突出

京东 618 开门红战报显示，京东宠物开门红 28 小时零售成交同比增长超 56%，京东宠物新用户同比增长超 120%，京东宠物破百万精品数量同比增长超 3 倍。分类目看，**宠物食品**前 5 小时成交额超过同期 28 小时记录。其中烘焙主粮开门红成交额同比增长超 18 倍，冻干主粮开门红成交额同比增长 153%，老年犬粮开门红成交额同比增长 236%，主食罐开门红成交额同比增长 170%。**佩蒂主品牌爵宴公布 618 开门红战报**，截至 5.31 晚 23:59，全网销售额达 800 万元。明星单品鸭肉干摘得天猫狗零食热销单品冠军，京东狗零食热销单品 top2；新品狗罐头成为天猫狗零食罐热销店铺 top4。**宠物用品**前 4 小时成交额突破同期 28 小时记录，其中混合猫砂开门红成交额同比增长 200%，智能用品开门红成交额同比增长 128%，高纤维兔粮开门红成交额同比增长超 5 倍。

宠主消费意愿回暖明显，国产品牌增势迅猛。疫情后经济回暖，宠主消费能力回升，作为疫后的首个大型购物狂欢节，叠加平台活动力度加大，宠主们的消费意愿明显回暖，众多品牌的成交额整体翻倍。据京东战报数据显示，皇家成交额同比增长超 130%；麦富迪 1 小时成交额超 22 年同期 28 小时；网易严选前 100 分钟成交额超 22 年同期 28 小时；Pidan 成交额同比增长超 3 倍；伯纳天纯 1 小时成交额超 22 年同期 28 小时；卫仕 3 小时成交

额超 22 年同期 28 小时；顽皮成交额同比增长 2.5 倍等。从品牌方看，在热卖大牌 TOP10 中，皇家再次凭借产品及品牌的优势取得第一名的成绩，麦富迪、网易严选、伯纳天纯、卫仕等 7 个国产宠物均进入前十榜单。近年来，国产品牌借助电商渠道，以高性价比优势布局国内市场，快速抢占国内市场份额。随着电商渠道兴起，传统渠道份额逐渐被电商渠道挤占，国外宠物食品企业在商超等传统渠道的优势已明显减弱。随着品牌产品力、产品声量的打造，国产品牌逐步占据宠物主消费心智，借助消费升级和电商化趋势，国产品牌的市场份额有望持续上升。

表 11：天猫宠物 618 第一阶段战报情况

排行	宠物行业 天猫品牌成交榜	宠物行业 天猫店铺成交榜	宠物行业 猫狗食品品牌榜	宠物行业 猫狗用品品牌榜
1	网易严选	网易严选	网易严选	pidan
2	诚实一口	诚实一口	诚实一口	小佩
3	Orijen/原始猎食渴望	legendsandy 旗舰店	Orijen/原始猎食渴望	petsy
4	ROYAL CANIN/皇家	鲜朗旗舰店	ROYAL CANIN/皇家	homerun 霍曼旗舰店
5	MYFOODIE/麦富迪	pidan 旗舰店	MYFOODIE/麦富迪	lorde
6	Instinct	麦富迪旗舰店	Instinct	CATLINK
7	LEGEND SANDY	阿飞和巴弟旗舰店	LEGEND SANDY	EVERCLEAN/铂钻
8	鲜朗	皇家宠物食品旗舰店	鲜朗	鸟语花香
9	ACANA/爱肯拿	江小傲旗舰店	ACANA/爱肯拿	福丸
10	PIDAN	ziwi 旗舰店	ZIWI	Hoopet/华元宠具
11	ZIWI	小佩宠物用品旗舰店	Alfie&Buddy/阿飞和巴弟	hipidog/嬉皮狗
12	Alfie&Buddy/阿飞和巴弟	福来思宠物用品旗舰店	江小傲	CatMagic 喵洁客
13	江小傲	大宠爱旗舰店	Nutram Number/纽顿	Gator/喵彩
14	Nutram Number/纽顿	金多乐旗舰店	Pure&Natural/伯纳天纯	瓜洲牧
15	Pure & Natural/伯纳天纯	纽顿旗舰店	Solid Gold/素力高	肉垫
16	大宠爱	nourse 卫仕旗舰店	比乐	NAVARCH/耐威克
17	Nourse/卫仕	petsy 旗舰店	PRO PLAN/冠能	honeycare/好命天生
18	福来思	比乐宠物用品旗舰店	高爷家	ZEZE
19	小佩	凯锐思旗舰店	pet-ever/生生不息	网易严选
20	Solid Gold/素力高	伯纳天纯旗舰店	纯福	凯锐思

资料来源：宠物行业观察，上海证券研究所

5 行业要闻及公告

5.1 行业新闻

- 化妆品行业新闻：

1. 丝芙兰宣布停止台湾官网和 APP 运营

5月3日，丝芙兰台湾官网发布通告称，将于2023年5月11日零点停止台湾官方网站和 app 的运营。丝芙兰官网指出，2023年5月10日 23:59 前仍可以通过 Sephora APP 或官网下单，运营停止前的订单仍正常出货。（来源：中国化妆品）

2. 强生旗下 Kenvue 今日正式在纽约证券交易所挂牌上市

5月4日，强生旗下消费者健康业务 Kenvue 将于晚间正式以“KVUE”为股票代码在纽约证券交易所挂牌上市。Kenvue 通过本次 IPO 募集超 38 亿美元，IPO 市值则超过 410 亿美元。Kenvue 成为 2023 年至今最大美股 IPO。（来源：中国化妆品）

3. 中检院发布化妆品新规

5月4日，中检院发布了《化妆品原料安全信息填报技术指导原则（征求意见稿）》，意见稿正文共 11 个部分，分别围绕原料基本信息、生产工艺简述、质量控制要求、风险物质限量要求等方面，对原料安全信息填报过程中需要考虑的技术要点和技术原则进行了总结。（来源：化妆品观察、品观网）

4. 化妆品 23 年第一季度投诉量同比上涨 24%

5月8日，中国消费者协会发布《2023 年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析》显示，2023 年第一季度全国消协组织共受理消费者投诉 304159 件，同比增长 6.59%，其中化妆品类投诉 7237 件，居所有商品投诉第六名，同比上涨 24.22%。与 2022 年一季度相比，日用杂品、化妆品、计算机类产品同比增长最高，其他类别增长相对平稳。（来源：中国化妆品）

5. 科蒂中国换帅

5月8日，据国家企业信用信息公示系统显示，科蒂集团全球旅游零售高级副总裁兼科蒂中国总经理苏格安（Guilhem Julien SOUCHE）已不再担任科蒂（中国）投资有限公司法定代表人，并已退出“董事长兼总经理”一职，其继任者为陈旻。陈旻 1998 年毕业于上海复旦大学，之后投身于消费品行业。2012 年，陈旻加入欧莱雅中国，担任欧莱雅高档化妆品部零售总经理，肩负所有高档品牌的零售管理、客户关系和运营战略的制定和实施。仅两年时间，其所负责的电子商务、丝芙兰和国内旅游零售渠道业务规模翻番。（来源：青眼资讯）

6. 23Q1IFF 营收近 210 亿

5月8日，全球香料巨头国际香精香料公司（下称 IFF）公布了 2023 财年第一季度业绩。2023 年前三月 IFF 净销售额为 30.3 亿美元（约合人民币 209.89 亿元），与 22 年同期基本持平；调整后的 EBITDA 为 5.03 亿美元（约合人民币 34.84 亿元）。2022 全年 IFF 四大业务部门日化香精香料（scent）、营养（Nourish）、健康与生物科学（Health & Biosciences）、制药（Pharma Solutions）经营性 EBITDA 均为下降趋势。（来源：青眼资讯）

7. Natura & Co23Q1 净利下滑 2.8%

5月8日，雅芳母公司、巴西美容巨头 Natura & Co 发布 2023 年第一季度财报。财报显示，Natura & Co 合并净收入为 80 亿雷亚尔（约合人民币 110.57 亿元），同比下滑 2.8%；若排除伊索，23Q1 净收入为 73 亿雷亚尔（约合人民币 100.92 亿元），同比下滑 3.8%。23Q1 财报中，Natura & Co 统计了旗下四个部门的业绩：Natura & CoLatam、Avon International（雅芳国际）、The Body Shop（美体小铺）、Aesop（伊索）。其中，Natura & CoLatam 和伊索录得正向增长。（来源：青眼资讯）

8. POLA23Q1 利润同增 138%

日本 POLA 宝丽集团公布了 2023 年一季度财务报告，在 23Q1，该集团净销售额为 421.36 亿日元（约合人民币 21.61 亿），同比上涨 11.9%；营业利润为 45.49 亿日元（约合人民币 2.33 亿），同比上涨 137.9%；归属于母公司净利润为 27.43 亿（约合人民币 1.41 亿）。分部门来看，23Q1 美容护理部门净销售额为 409.5 亿日元（约合人民币 21 亿），同比上涨 12.1%；营业利润为 4.36 亿日元（约合人民币 2236 万），同比上涨 115.1%。其中，美容护理部包括旗舰品牌 POLA 和 ORBIS，海外品牌 Jurique，以及 THREE、DECENCIA.FIVEISMXTREE 和 FUJIMI。（来源：青眼资讯）

9. 23Q1 销售额下滑 11%，赢创 23Q1 业绩承压

5月9日，德国化工巨头赢创发布 2023 年第一季度财报。其第一季度销售额同比下降 11%至 40 亿欧元（约合人民币 304 亿元），销量下降 14%；调整后息税折旧及摊销前利润（EBITDA）下降 44%至 4.09 亿欧元（约合人民币 31.08 亿元）。通过提高销售价格，赢创抵消了部分销量下滑和通货膨胀带来的影响。赢创是全球领先的特种化学品公司，业务遍及 100 多个国家和地区。公

司业务部门主要包含特种添加剂业务、营养与消费化学品业务、智能材料业务和功能材料业务。(来源: 青眼资讯)

10. 日化原料最大合并案完成

5月9日, 帝斯曼-芬美意宣布已顺利完成合并事宜, 成为营养、健康和美丽领域全球最大的创新公司之一。帝斯曼-芬美意全球联合首席执行官傅瑞德(Dimitride Vreeze)特地来到中国, 与帝斯曼-芬美意中国总裁周涛一同为新公司揭幕, 并宣布了一项为中国女性营养健康赋能的长期承诺。帝斯曼在2022财年销售额为83.9亿欧元(约合638.8亿元人民币); 同时, 芬美意收入达49.22亿瑞士法郎(约合383.24亿元人民币)。也就是说, 这2家公司的年销售额合计为1022亿元, 新公司将成为全球香精香料的第一企业, 也将是23年来化妆品原料领域最大合并案。(来源: 青眼资讯)

11. 全球PMU环保化妆品包材首发会在上海举办

5月15日, 全球PMU环保化妆品包材首发会在上海举办。中国香化协会颜江瑛理事长、东方美谷袁飞总经理、广州新生命医学研究院院长徐伟民教授等参加了首发会, 共同探讨化妆品产业绿色转型。在首发会上, 太和生技-汉家阙推出了全球PMU环保化妆品包材。这是中国自主研发的专利材料, 在化妆品包装材料的运用上领先全球。这一材料已取得中国及南非的专利证书, 并陆续取得申请中的各国专利。(来源: 中国化妆品)

12. 敷尔佳创业板IPO正式提交注册

5月15日, 敷尔佳创业板IPO正式提交注册。这也是其成功过会后, 时隔9个月的新动作, 离敲钟上市再进一步。根据敷尔佳最新披露的招股书, 其2022年化妆品类功能性护肤品销售占比首次超过50%, 因此所处行业由“C35专用设备制造”中的“C3589其他医疗设备及器械制造”变更为“C268日用化学产品制造”中的“C2682化妆品制造行业”。(来源: 化妆品观察品观)

13. 2023年4月份化妆品类零售总额同增24.3%

5月16日, 国家统计局公布2023年4月份社会消费品零售数据。4月社会消费品零售总额34910亿元, 同比增长18.4%, 1-4月份, 社会消费品零售总额149833亿元, 同比增长8.5%。2023年4月化妆品类零售总额为276亿元, 同比增长24.3%。1-4月份, 化妆品类零售总额为1299亿元, 同比增长9.3%。海关数据方面, 我国美容化妆品及洗护用品类4月进口32167.8吨, 进口金额为

109.7 亿元，1-4 月累计进口 121779.7 吨，和 22 年同期相比下滑 8.1%；1-4 月累计进口金额 460.2 亿元，同比下滑 3.7%。（来源：中国化妆品）

14. 爱茉莉太平洋推出定制彩妆“TONEWORK”

5 月 16 日，爱茉莉太平洋官网宣布推出定制彩妆品牌“TONEWORK”。据介绍，TONEWORK 利用人工智能技术能够准确测量面部肤色，并根据测定结果和订单要求由机器人制造产品，除了为世界各地人民研制出的 150 种颜色外，还可根据个人喜好添加水光和半哑光配方，以及可选择粉底或气垫两种不同产品类型，一共 600 种方案来满足消费者需求。公告称，这也是首款获得韩国纯净认证机构认证的纯净定制化妆品，并采用 FSC（森林管理委员会）认证的纸张和再生塑料(PCR)用以可持续包装。（来源：中国化妆品）

15. 欧诗漫牵手华科大研究中心，建立联合实验室

5 月 16 日，欧诗漫生物股份有限公司（下称“欧诗漫”）与华中科技大学国家纳米药物工程技术研究中心（下称“工程中心”）合作签约仪式在武汉举行，双方就建立联合实验室，共同开展化妆品功效成分活性载体及作用机制研究等达成合作。此次，欧诗漫与国家纳米药物工程技术研究中心共同挂牌的“化妆品纳米载体技术联合实验室”，不仅搭建了国内首个珍珠化妆品功效成分输送技术联合研究平台，而且二者的强强联合，有望为功效护肤、精准护肤提供新的解题方向。（来源：医美行业观察）

16. 逸仙电商护肤业务 23Q1 营收同比增长 34%

5 月 16 日晚，逸仙电商（NYSE: YSG）发布 2023 年第一季度业绩报告。财报显示，公司第一季度实现营收 7.65 亿元，超出之前公司营收指引上限；净利润 5070 万，净利率为 6.6%。同时，本季度实现毛利率 74.3%，同比显著提升 5.3 个百分点。Non-GAAP 净亏损持续收窄，较 22 年同期大幅收窄 83.2%。（来源：CBOfocus）

17. 德昭（重庆）商贸有限公司被罚款 10.94 万元

5 月 17 日，国家企业信用信息公示系统显示，德昭（重庆）商贸有限公司因违反《化妆品监督管理条例》第十七条，被重庆市南岸区市场监督管理局罚款 10.94 万元，没收金额 18.516 万元，共计 29.456 万元。并给出警告、责令限期改正、没收违法经营的化妆品。（来源：中国化妆品）

18. 广州市场监管局对化妆品净含量标注作出规定

5月18日，广州市市场监督管理局发布《普通化妆品备案问答（三十八）》，对定量包装商品净含量的标注作出了相关规定。

《问答》表明，《定量包装商品计量监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第70号）从2023年6月1日正式开始施行，2005年5月30日原国家质量监督检验检疫总局令第75号公布的《定量包装商品计量监督管理办法》同时废止。《问答》对化妆品标签标注净含量的方法、套装产品应如何标注净含量给出了明确的规定，并根据国家市场监督管理总局令第70号，对不同量限的定量包装商品的标注法定计量单位、定量包装商品净含量标注字符的最小高度的要求进行了图表说明。（来源：中国化妆品）

19. 20亿本土美妆集团鲁商福瑞达正式上线

5月18日，以“重塑、创变、逐梦”为主题的鲁商福瑞达战略发布会在山东济南举办。在社会各界的关注下，鲁商福瑞达新发展战略重磅发布，与此同时，会上还启动了“福瑞达”正式更名为“福瑞达”的更名仪式。现场进行了首届学术委员会聘任仪式以及战略合作伙伴签约环节，预示着鲁商福瑞达将以全新面貌拥抱医药健康产业，开启高质量创新发展新篇章。（来源：未来迹）

20. 资生堂日本将接管资生堂制药相关业务

5月22日，资生堂发布一则合并子公司之间的公司业务拆分（吸收型拆分）的公告，据公告显示，将把资生堂药品株式会社的制药业务分拆给负责日本国内市场及销售的日本地区总公司资生堂日本株式会社，生效日为2024年1月1日。公告称，在公司中期经营战略“SHIFT 2025 and Beyond”背景下，公司根据当地消费者的变化，将不断增长的“清洁与护肤（不含可能刺激皮肤的清洁化妆品和皮肤病学化妆品）”和“内在美容”领域确定为新的增长机会。为满足新的需求和体验，决定让经营日本地区化妆品和保健品业务的资生堂日本子公司，以吸收拆分的形式接管资生堂制药相关领域的业务。（来源：中国化妆品）

21. 珀莱雅发布4月主要品牌经营数据公告

5月22日，珀莱雅化妆品股份有限公司公布2023年4月主要品牌经营数据公告。据公告显示，2023年4月，主品牌珀莱雅天猫旗舰店成交金额（GMV）为2.28亿元左右，同比增长57%左右；抖音平台GMV为1.35亿元左右，同比增长40%左右。彩棠品牌

天猫旗舰店 GMV 为 0.45 亿元左右，同比增长 95%左右；抖音平台 GMV 为 0.29 亿元左右，同比增长 69%左右。（来源：中国化妆品）

22. 2023 年全国化妆品安全科普宣传周在京启动

5 月 22 日，2023 年全国（暨京津冀）化妆品安全科普宣传周在北京启动。本次活动主题为“安全用妆，共治共享”，进一步宣传贯彻企业落实化妆品质量安全主体责任相关法规，加强行业自律，提升公众对化妆品安全和合理使用的认知水平，推动化妆品安全社会共治。（来源：中国化妆品）

23. 上海 4 月美容与化妆品出口额同增 295%

5 月 22 日，据上海海关统计，23 年前 4 个月上海市进出口总值 1.39 万亿元人民币，同比增长 13.5%，比全国高 7.6 个百分点。其中，出口 5586.5 亿元，增长 16.3%；进口 8345.7 亿元，增长 11.6%。其中美容与化妆品 4 月进口 12.85 吨，同比增长 1.82%；进口金额 41.89 亿，同比增长 2.26%。1-4 月进口 48.66 吨，同比下滑 8.26%；进口金额 171.42 亿元，同比上涨 7.70%。上海市 4 月出口美容与化妆品 5.94 吨，同比上涨 205.90%；出口金额为 4.79 亿，同比上涨 294.88%；1-4 月出口 21.10 吨，同比下滑 12.23%；出口金额 15.21 亿元，同比上涨 23.38%。（来源：中国化妆品）

24. 巴西反垄断机构批准将伊索出售给欧莱雅

5 月 22 日，据 fashion network 消息，巴西反垄断机构经济防御行政委员会（CADE）已批准美妆集团 Natura&Co 将伊索（Aesop）出售给欧莱雅集团的交易，该决定于 5 月 17 日公布，将在 15 天内生效。该机构负责人认为，欧莱雅集团是法国跨国公司，收购 Aesop 不会对巴西的自由竞争产生任何影响，因为 Aesop 主要通过在线商店向巴西消费者直接销售产品，在巴西美妆市场占比有限。（来源：中国化妆品）

25. 韩束以其全新独家专研技术——环肽重磅亮相

5 月 22 日，连续两年实现护肤造风、掀起中国成分狂潮的抖音国民 IP 栏目“了不起的中国成分 3”正式官宣。CBO 注意到，国货头部护肤品牌韩束，以其全新独家专研技术——环肽重磅亮相，引发消费者热议。（来源：CBO focus）

26. “丙烯酸 TEA 盐/ 丙烯酰二甲基牛磺酸 TEA 盐共聚物”成功通过新原料备案

5 月 22 日，据国家药监局的化妆品新原料备案信息显示，广州百孚润化工有限公司的“丙烯酸 TEA 盐/ 丙烯酰二甲基牛磺酸 TEA 盐共聚物”(备案号：国妆原备字 20230020)成功通过新原料备案，正处于监测期。该原料是 23 年正式通过备案的第 20 个新成员。与此同时，包括“020”号原料在内，截止 5 月 25 日发稿前，本月国家药监局官网共新增了 8 款新原料，原料备案速度稳步上升。(来源：聚美丽)

27. 兰芝与 Obsess 合作推出沉浸式虚拟商店

5 月 23 日，据 WWD 报道，爱茉莉太平洋旗下品牌兰芝 (Laneige) 将与 AR/VR 电商平台 Obsess 合作推出其第一家沉浸式虚拟商店。该商店将于近日正式上线。据兰芝介绍，该虚拟商店有五个房间，里面有动画、360 度视频、游戏和集成结账等元素。访客可在房间中漫步并查看内容，参加护肤测验并获取定制产品推荐，或参加寻宝游戏以在购物时抽取免费产品。前不久，伊丽莎白雅顿也与 Obsess 平台合作推出了虚拟店铺。(来源：中国化妆品)

28. 嘉莉比奥“乘风破浪赴 10 年”品牌战略会议在珠海召开

5 月 23 日，嘉莉比奥“乘风破浪赴 10 年”品牌战略会议在珠海召开。会议现场，站在新的品牌发展历史节点上的嘉莉比奥，和 CS 渠道的合作伙伴一起，共商新的品牌运营重心和发展战略。此次会议，嘉莉比奥携一众新品惊喜亮相，除了嘉莉比奥牛油果弹润系列，还包括嘉莉比奥与 SPA LUXETIQUE 联名推出的慕斯沐浴露、焕采舒缓唇部精华蜜等重磅新品。(来源：化妆品报)

29. 赛立复联合绵俪，新功效与安全评价实验室揭牌

5 月 23 日，由赛立复 (中国) 运营与研究中心 (以下简称赛立复) 和惠州绵俪生物科技有限公司 (以下简称绵俪) 联合成立的赛立复-绵俪功效与安全评价联合实验室 (以下简称联合实验室) 正式揭牌。赛立复副总经理李峰、首席代表段志刚博士、总工程师张彤、高级研究员张波博士和研究院副院长吕婧博士，绵俪总经理张艳芳、副总经理熊俊伟和生产总监蔡毅等相关领导出席了揭牌仪式。(来源：化妆品观察 品观)

30. Puig 任命护肤部门新总裁

5月24日，据外媒消息，Puig已任命 Marc Toulemonde 为护肤部门总裁，相关任命将于6月1日生效。Marc Toulemonde 在欧莱雅工作多年，他于2014年12月至2020年11月担任欧莱雅北美活性化妆品部总裁，并于2020年11月至2022年5月担任欧莱雅美国公司的首席数字和营销官。（来源：青眼资讯）

31. 广东省化妆品工业总产值约2100亿元，位居全国第一

5月30日，广东省药品监督管理局在新闻发布会上表示，截至2023年4月底，广东省化妆品生产企业3100家，占全国总量约56%；全省国产特殊化妆品注册品种11000多个，占全国总量约66%；国产普通化妆品备案数量为88万多个，占全国总量约76%；全省注册人/备案人数量8000多家，占全国65%。广东省化妆品工业总产值约2100亿元，约占全国总量的60%，位居全国第一，是全国化妆品重要生产地区。（来源：青眼整合）

32. 茱莉蔻换帅

POLA 母公司 Pola Orbis 更新了一则人事调动，旗下品牌 Jurlique（茱莉蔻）的原董事将担任该品牌的董事兼首席执行官，而 Joe Princi 将从原来首席执行官的职务卸任，仅担任该品牌的首席财务官。本轮人事调动将于2023年6月1日正式生效。（来源：青眼整合）

● 医美行业新闻：

1. 2023 美沃斯医学美容大会顺利举行

5月7日，为期三天的杭州美沃斯国际医学美容大会圆满落幕，医美专家领袖、知名厂商、美业精英、行业翘楚等众多参会者齐聚杭州国际博览中心，共同探讨国际尖端技术与学术前沿进展，推动产业协作、机构创新以及行业整体可持续发展，共建医美智慧未来。作为全球重组胶原蛋白供应商，聚源生物历经沉淀而厚积薄发，此次携科媞氏、蒂美生两大自主品牌强势登场，凭借重组胶原在医美领域的革新性应用，受到行业从业者极大关注，引领重组胶原新浪潮。（来源：医美行业观察）

2. 广东 25 家机构承诺“热玛吉”假一赔十

5月16日，由广东省整形美容协会、中国抗衰老促进会医学美容专业委员会、中国整形美容协会新闻中心、南方都市报、楚天都市报·极目新闻等媒体以及广东省 Thermage 正品机构联合发

起的“2023 提振消费信心·广东站-Thermage 四维验真·假一赔十暨新一代 FLXUP”发布会上，当地的 25 家医美机构承诺市民消费的热玛吉项目均为正品，若发现有售假行为愿假一赔十，以此提振市场信心，助力美丽经济发展。（来源：医美行业观察）

3. 医美国际 2023 财年第一财季净利 48.10 万元

5 月 17 日，医美国际（股票代码：AIH）公布财报，公告显示公司 2023 财年第一财季归属于普通股股东净利润为 48.10 万元，同比增长 114.91%；营业收入为 1.49 亿元，同比下降 7.35%。（来源：医美行业观察）

4. 苏宁环球 23 年将在南京打造医美研究中心

5 月 22 日，苏宁环球股份有限公司在线上举办了 2023 年业绩说明会，并回答投资者提问。苏宁环球在会上表示，公司 2022 年度现金分红将在股东大会审议通过后的 2 个月内实施。公司截止目前没有回购股份计划。苏宁环球透露，公司现有 4 家苏亚医美机构，23 年公司将在南京打造自建高端大型抗衰再生医学研究中心，充分与公司主业房地产、酒店、商业多年积累的客户联动，进一步拓展公司医美板块旗下机构布局，不断提升医美板块的盈利能力。（来源：医美行业观察）

5. 国家药监局器审中心发布重组胶原蛋白 2 项指导原则

5 月 23 日，国家药监局医疗器械技术审评中心公布了《重组胶原蛋白创面敷料注册审查指导原则》、《重组人源化胶原蛋白原材料评价指导原则》（以下简称《评价原则》）2 项医疗器械产品注册审查指导原则，以进一步规范重组胶原蛋白创面敷料等医疗器械的管理。《评价原则》评价要点包括重组人源化胶原蛋白原材料性能研究、材料免疫学安全性研究、材料生物学风险评价。（来源：青眼）

6. 奥园美谷：已收到系列信达资产案件中 9 个诉状 涉及金额约 18.9 亿

5 月 23 日，奥园美谷科技股份有限公司公告称，收到法院寄达及关联方传递的起诉状，原告为中国信达资产管理股份有限公司广东省分公司。截至本公告日，奥园美谷已收到系列信达资产案件中 9 个诉状，该公司作为被告涉及金额合计约 18.92 亿元。奥园美谷已收到的信达资产起诉的案件以及尚未收到信达资产起诉公司的其他案件(信达资产整个资产包共 11 个标的，已收到其中 9

个标的的诉讼)构成了重大诉讼事项,该诉讼事项对该公司业绩造成较大影响,针对公司可能承担连带责任等事项的预计损失,已计提预计负债 14.77 亿元。(来源:医美行业观察)

7. 全球首款"重组 A 型"肉毒素成功完成国内"二期"临床

5 月 24 日,因明生物宣布,其控股企业誉颜制药通过自主创新研发的注射用重组 A 型肉毒毒素 YY001 已成功完成以改善中度至重度眉间纹为适应症的 I/II 期药物临床试验,正在积极准备 III 期临床试验。因明生物的 YY001 是由一种通过新型的重组蛋白生产途径生产的肉毒毒素,旨在解决从宿主肉毒杆菌提取天然肉毒毒素的生物安全问题。该产品具有高纯度、良好的安全性及生产可扩展性等多种优点。肉毒毒素是厌氧梭状芽孢杆菌产生的神经毒素,根据抗原性不同可分为 A、B、C、D、E、F、G 等 7 型,其中 A 型毒性最强。A 型肉毒毒素产生高活性的作用原理已得到深入的研究并获得普遍的共识,也是临床应用最广泛的肉毒毒素。(来源:医美部落)

8. 济南建全球最大透明质酸原料生产基地

5 月 29 日,济南市委、市政府召开新闻发布会,会上表示,济南已建成了全球最大的透明质酸原料生产基地,年销透明质酸 300 余吨,占世界透明质酸市场份额的 40%以上,全国份额 70%以上。济南市已形成以透明质酸研发生产为核心竞争力的产业优势,并集聚和培育了以华熙生物、福瑞达等为代表的龙头企业,2022 年全市透明质酸产业营业收入突破 80 亿元。(来源:中国化妆品)

9. 《医疗器械经营质量管理规范》公开征求意见

5 月 30 日,国家药品监督管理局发布公告,公开征求《医疗器械经营质量管理规范(修订草案征求意见稿)》意见。公开征求意见的时间是 2023 年 5 月 30 日—6 月 29 日。征求意见稿显示,该规范是医疗器械经营质量管理的基本要求,从事医疗器械经营活动,应当在医疗器械采购、验收、贮存、销售、运输、售后服务等全过程采取有效的质量管理措施,确保医疗器械产品在经营过程中的质量安全与可追溯。(来源:中国化妆品)

5.2 公司公告

【壹网壹创】5月7日，公司发布区为全资子公司提供担保的公告。公司全资子公司杭州网阔与丘奇怀特（上海）贸易有限公司及C&D公司进行业务合作，并签署相关业务合同及协议。为提高杭州网阔的资金使用效率，公司与C&D签署《最高额保证合同》，约定公司为全资子公司杭州网阔与C&D就主合同履行期间所形成的债务提供不超过人民币5000万元或等值外币（含本数）的最高额连带责任保证担保，担保期限为主合同约定的债务履行期限届满之日起一年，前述额度在担保期限内可滚动使用。

【科思股份】5月9日，公司发布公告称向不特定对象发行可转换公司债券发行724.92万张可转换公司债券，每张面值100元，发行总额7.25亿元。本次发行的可转换公司债券向公司在股权登记日（2023年4月12日，T-1日）收市后中国证券登记结算有限公司深圳分公司登记在册的原股东优先配售，原股东优先配售后余额部分（含原股东放弃优先配售部分）采用通过深圳证券交易所交易系统网上定价发行的方式进行。认购不足7.25亿元的部分由主承销商余额包销。

【百龙创园】5月10日，关于持股5%以上股东及其一致行动人减持股份超过1%的提示性公告。公司持股5%以上股东青岛开金及一致行动人嘉兴开金、郭恩元以集中竞价方式减持股份，不触及要约收购，不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。本次权益变动后，青岛开金及一致行动人嘉兴开金、郭恩元合计持有公司股份比例从13.69%减少至12.62%，其中青岛开金从9.87%减少至8.97%，嘉兴开金从1.67%减少至1.49%，郭恩元未减持公司股份，减持股份总数占公司股份总数的1.07%。

【嘉必优】5月10日，上海证券交易所对于嘉必优及时履行信息披露义务，对嘉必优生物技术（武汉）股份有限公司及时任董事长兼总经理暨实际控制人易德伟、时任董事兼财务负责人王华标、时任副总经理兼董事会秘书易华荣予以监管警示。

【福瑞达】5月10日，公司发布公告，公司中文名称由“鲁商健康产业发展股份有限公司”变更为“鲁商福瑞达医药股份有限公司”，英文名称由“Lushang Health Industry Development Co.,Ltd.”变更为“Lushang Freda Pharmaceutical Co.,Ltd.”，并对经营范围进行调整。公司全称变更后，本公司法律主体未发生变化，公司名称变更前开展的合作继续有效，签署的合同不受名称变更的影响。

响，仍将按约定的内容履行。公司所有规章制度涉及公司名称以及经营范围的，均一并做相应修改。

【佩蒂股份】5月11日，发布关于首次回购公司股份的进展公告。公司通过集中竞价交易方式首次回购股份数量 69.9 万股，占公司实施首次回购股份前一交易日总股本（2.53 亿股）的比例约 0.28%。回购价格中，最高成交价 13.60 元/股，最低成交价 13.46 元/股，回购均价 13.515 元/股。成交总金额（不含交易费用）为 944.71 万元人民币。

【依依股份】5月14日，发布关于持股 5%以上股东减持计划时间过半的进展公告。持有公司股份 360.87 万股的股东乔贝昭益和持有本公司股份 349.65 万股的股东乔贝盛泰构成一致行动人，合计持有本公司股份 710.52 万股（占当时公司总股份比例 5.38%）。乔贝昭益和乔贝盛泰计划拟减持股票数量将进行调整，调整后，合计减持数量不超过 501.86 万股。乔贝昭益和乔贝盛泰通过集中竞价交易或大宗交易减持公司 66.03 万股，减持比例 0.36%；合计减持公司 132.06 万股，减持比例 0.71%。

【福瑞达】5月15日，公司发布关于提供担保的进展公告。公司股东大会同意为下属公司提供新增担保额度不超过 35 亿元（不包含公司及下属公司为购房客户提供的阶段性担保以及单独已履行相关程序的担保），为各级控股公司提供新增担保额度不超过人民币 30 亿元，截止 5 月 15 日，担保余额为 3.121 亿元，占上市公司 22 年未经审计的归属于母公司所有者权益的 8.40%。对控股公司担保进展中全资子公司山东福瑞达医药集团新增担保金额 500 万人民币，控股公司明仁福瑞达制药新增担保金额 1950 亿人民币。

【珀莱雅】5月15日，公司发布公开发行 A 股可转换公司债券受托管理事务报告。发行主体为珀莱雅化妆品股份有限公司珀莱转债；发行规模为人民币 7.52 亿元。债券票面金额：本期可转债每张面值 100 元人民币，按面值发行。债券期限：本次发行的可转债的存续期限为自发行之日起 6 年，即 2021 年 12 月 8 日至 2027 年 12 月 7 日。

【华东医药】5月17日，发布关于全资子公司获得药物临床试验批准通知书的公告。旗下子公司中美华东收到国家药品监督

管理局（NMPA）核准签发的《药物临床试验批准通知书》，由中美华东申报的 HDM1002 片临床试验申请获得批准，HDM1002 片是由杭州中美华东自主研发并拥有全球知识产权的 1 类化药新药，是具有口服活性、强效、高选择性的 GLP-1 受体小分子完全激动剂。临床前研究显示，HDM1002 可强效激活 GLP-1 受体，诱导环磷酸腺苷（cAMP）产生，具有强效的改善糖耐受、降糖和减重作用并且显示出良好的安全性。23 年 2 月中美华东完成向 CDE 递交 HDM1002 片的临床试验申请，并于近日获得 NMPA 批准，同意本品开展临床试验。该产品在美国的 IND 申请已于 2023 年 5 月 12 日获批。

【中宠股份】5 月 17 日，发布公告称 22 年股东大会审议通过了《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》。公司 22 年权益分派实施方案如下：以公司《2022 年年度权益分派实施公告》确定的股权登记日的总股本 2.94 亿股，扣除回购专用证券账户上的公司股份 231.34 万股，即以 2.92 亿股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.50 元（含税），合计派发现金红利 0.15 亿元（含税）。上述利润分配方案股权登记日为：23 年 5 月 23 日，除权除息日为：2023 年 5 月 24 日。根据公司《回购报告书》，公司对本次回购股份的价格上限进行调整，回购价格上限由不超过 36 元/股（含）调整为不超过 35.95 元/股（含）。

【华东医药】5 月 19 日，公司发布关于控股股东部分股份质押及解除质押的公告。公告称，股东中国远大集团本次质押数量 2052 万股，占其所持股份比例 2.81%，占公司总股本比例 1.17%，质押起始日为 23 年 5 月 17 日。该股东累计质押 1.32 亿元，占其所持股份比例 18.01%，占公司总股本比例 7.50%。

【禾丰股份】5 月 22 日，公司发布关于因 22 年度利润分配调整可转债转股价格的公告。禾丰食品股份有限公司于 2022 年 4 月 22 日公开发行可转换公司债券 1,500 万张，发行总额 150 亿元，本次发行的可转换公司债券已于 22 年 5 月 18 日在上海证券交易所上市，初始转股价格为 10.22 元/股，本次调整前的转股价格为 10.26 元/股，调整后转股价格为 10.14 元/股，本次转股价格调整实施日期为 2023 年 5 月 26 日。

【珀莱雅】5 月 22 日，珀莱雅发布 2023 年 4 月主要品牌经营数据公告。经初步核算，2023 年 4 月，主品牌珀莱雅天猫旗舰店

成交金额（以下简称“GMV”）为 2.28 亿元左右，同比增长 57% 左右；抖音平台 GMV 为 1.35 亿元左右，同比增长 40% 左右。彩票品牌天猫旗舰店 GMV 为 0.45 亿元左右，同比增长 95% 左右；抖音平台 GMV 为 0.29 亿元左右，同比增长 69% 左右。

【壹网壹创】5 月 22 日，壹网壹创发布关于控股股东股份解除质押的公告。壹网壹创近日接到公司控股股东丽水网创品牌管理有限公司通知，获悉网创品牌将其持有的公司部分股份办理了解除质押业务。

【江苏吴中】5 月 23 日，公司发布关于控股股东部分股份质押的公告。截至本公告披露日，公司控股股东苏州吴中持有公司 1.3 亿股股份（均为无限售流通股），占公司总股本的 17.24%。本次部分股份质押后，控股股东累计质押股份数量 0.72 亿股，占其持有公司股份总数的 58.52%，占公司总股本的 10.09%。

【四环医药】5 月 23 日，四环医药发布有关 2022 年报补充资料。公司就减值亏损的详情提供补充资料，截至 2022 年 12 月 31 日，集团把物业、厂房及设备、无形资产、商誉、使用权资产、投资物业及使用权益法计算的投资进行减值，共计减值亏损人民币 17.27 亿，涉及减值亏损的主要业务包括仿制药、原料药及大健康。

【珀莱雅】5 月 23 日，珀莱雅发布 2022 年年度权益分派实施公告。本次利润分配及转增股本以方案实施前的公司总股本 2.84 亿股为基数，每股派发现金红利 0.87 元（含税），以资本公积金向全体股东每股转增 0.40 股，共计派发现金红利 2.47 亿元，转增 1.13 亿股，本次分配后总股本为 3.97 亿股。

【珀莱雅】5 月 23 日，珀莱雅发布关于 2022 年度权益分派调整可转债转股价格的公告。调整前转股价格 138.92 元/股，调整后转股价格 98.61 元/股，珀莱转债转股价格调整起始日为 23 年 5 月 29 日，珀莱转债自 23 年 5 月 22 日停止转股，5 月 29 日起恢复转股。珀莱转债的存续时间为 21 年 12 月 8 日-27 年 12 月 7 日。转股期限为 22 年 6 月 14 日-27 年 12 月 7 日，初始转股价格为 195.98 元/股。

【贝泰妮】5月24日，公司发布2022年年度权益分派实施公告。公司2022年年度利润分配预案为：以截至2022年12月31日的总股本4.24亿股为基数，以现金方式向全体股东每10股派发8.00元（含税）现金股利，不送红股，不以资本公积金转增股本，合计派发现金股利3.39亿元，现金分红金额占公司22年度可供股东分配的利润的20.28%，公司剩余未分配利润结转至下一年度。

【嘉必优】5月24日，嘉必优发布关于22年限制性股票激励计划首次授予部分第一个归属期归属结果暨股份上市的公告。嘉必优于23年5月23日收到中国证券登记结算有限责任公司上海分公司出具的《证券变更登记证明》，公司已完成22年限制性股票激励计划首次授予部分第一个归属期的部分股份登记工作。本次归属股票数量22.08万股，本次归属股票上市流通时间2023年5月29日。

【四环医药】5月25日，四环医药发布根据股份奖励计划购买股份的公告。于2023年5月22日-5月25日期间，受托人已就股份奖励计划于市场上购买合共170.00万股本公司股份，所购买股份占本公告日期已发行股份约0.02%，每股购买股份之平均代价约0.79港元。

【水羊股份】5月25日，发布关于回购注销部分限制性股票等事项减少注册资本暨通知债权人的公告。以前年度回购注销部分限制性股票事项已经公司于2023年5月25日召开的2022年年度股东大会审议通过，公司注册资本将减少125.07万元，公司的总股本将减少125.07万股。

【朗姿股份】5月25日，朗姿股份发布关于拟减持参股公司部分股份的公告。公司拟通过深圳证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式或两者相结合的方式，根据二级市场股价走势，择机出售公司参股公司广州若羽臣科技股份有限公司股份数量不超过730.20万股（约占若羽臣总股本的6%）。

【科思股份】5月25日，发布关于使用闲置募集资金和闲置自有资金进行现金管理的进展公告。截至23年5月25日，公司使用闲置募集资金购买的尚未到期理财产品金额共计为43000万元；使用闲置自有资金购买的尚未到期理财产品金额共计为33000万元，均未超过董事会的授权额度。

【宝尊电商】5月25日，宝尊电商发布23Q1业绩公告。总净营收为人民币1,887.8百万元（274.9百万美元），按年减少4.9%。经营损失为人民币40.6百万元（5.9百万美元），22年同期为人民币41.2百万元。经营损失率为2.2%，2022年同期为2.1%。

【若羽臣】5月25日，若羽臣发布关于持股5%以上股东减持股份预披露公告。公司于2023年5月24日收到朗姿股份出具的《关于拟减持广州若羽臣科技股份有限公司部分股份的告知函》，朗姿股份于2023年5月24日召开了第五届董事会第五次会议，审议通过了“关于拟减持广州若羽臣科技股份有限公司股票计划的议案”。朗姿股份计划合计减持公司股份数量不超过730.20万股（约占若羽臣总股本的6%）。

【水羊股份】5月30日，水羊股份发布关于公司控股股东部分股份质押的公告。水羊集团股份有限公司于近日接到公司控股股东湖南御家投资管理有限公司的通知，御家投资对其持有的公司部分股份办理了质押手续，本次质押数量合计1450万股。

6 风险提示：

消费市场持续低迷；新品推出不及预期；行业需求复苏低于预期；政策推进不及预期；行业竞争加剧；宏观经济下行压力加大；上市公司治理风险；第三方数据统计口径差异风险；重要股东减持风险。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息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。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也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责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

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唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。