



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

关注 Q2 业绩预期与美护原料公司进展

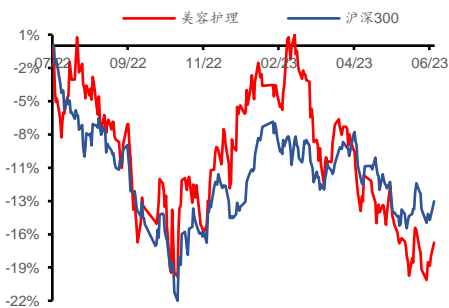
——美容护理行业 6 月月报&7 月投资策略

增持（维持）

行业：美容护理
日期：2023年07月07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：

《关注化妆品产业链原料赛道进展》
——2023 年 07 月 01 日

《关注 Q2 业绩超预期标的》
——2023 年 06 月 24 日

《化妆品 5 月社零创 5 年新高，保持信心待催化》
——2023 年 06 月 17 日

■ 主要观点

化妆品板块：

1) 化妆品 23H1 淘+抖销售额同增 12.8%，抖音维持高增

根据生意参谋、魔镜数据、飞瓜数据及久谦中台等数据显示，23H1 化妆品淘+抖销售额 1785.13 亿元，同增 12.8%，其中护肤、彩妆分别实现 1302、483 亿元，同增 13.7%、10.6%。

23M6 化妆品淘+抖 363.5 亿元，同增 13.5%。其中，护肤品类 275.90 亿，同增 14.1%，占比 76%；彩妆销售额 87.61 亿元，同增 11.4%，占比 24%。**1) 淘系平台：**23M6 护肤+彩妆线上销售额 236.24 亿元，同降 3.7%，环降 4.6%，占比 65%。分品类看，护肤、彩妆分别实现 175.90、60.34 亿元，同降 4.0%、2.8%。**2) 抖音平台：**23M6 护肤+彩妆线上销售额 127.27 亿元，同增 69.7%，环降 2.2%，占比 35%。分品类看，护肤、彩妆销售额 100、27.27 亿元，同增 71.2%、64.6%。

总结：23H1，珀莱雅延续增长，彩棠增速放缓；薇诺娜 Baby 抖音持续发力，延续三位数高增；恋火增长韧性显著；华熙生物四大品牌增长承压；瓊尔博士淘系增长拉动整体增速提升；可复美双平台延续增长，可丽金抖音增长承压；水羊股份高端品牌伊菲丹抖音持续高增；国际品牌中日系化妆品资生堂增速稳健，韩系 LG 生活健康持续承压。

2) “618” 数据：销售符合预期，珀莱雅领衔国货之光

23 年 618 期间，四大平台（天猫、抖音、快手、京东）总 GMV 达 610 亿。根据星图数据、青眼情报显示，23 年 618 期间，天猫和京东美容护肤类目总 GMV 为 300 亿元。据飞瓜数据显示，抖音美妆总 GMV 突破 156 亿元，同增 69%，美妆处于高速增长期。据青眼情报数据显示，23 年 5 月 22 日至 6 月 18 日期间，快手平台美妆 GMV 为 48.16 亿元，同增 14.8%。

护肤类目中，分品牌看，天猫国际大牌仍为主导，珀莱雅是唯一上榜前 5 的国货品牌。京东国际大牌占据前列，并未有国货品牌上榜前 5。抖音美容护肤呈现“高端化”趋势，排名前 3 的品牌中，赫莲娜、海蓝之谜均价均在千元之上。多个国货品牌进入 TOP20 榜单，国货美容护肤品牌在抖音中表现优异。快手 20 个品牌中有 14 个国产品牌上榜，国货品牌占主导地位，占比达 70%。排名前 10 的品牌中仅欧莱雅一个外资品牌。

在香彩妆类目中，分品牌看，据星图数据显示，天猫 TOP1 更换较为频繁，国货品牌排名掉出前 3，花西子上榜排名第 4。京东国际品牌挤占国货，而在抖音彩妆类目中，国货花西子连续两年蝉联第 1，国货品牌占比较高，在 TOP20 榜单中占据 16 位。在抖音香水类目中，国际品牌发力，排名迭代速度较快。国际大牌纷纷上榜，抢占抖音香水市场，TOP10 品牌经历洗牌。快手彩妆类目中，TOP20 榜中国货品牌有 11 个，花西子位列第 2，国际品牌上榜的有雅诗兰黛、圣罗兰、兰蔻、肌肤之钥等。

美妆龙头表现突出，珀莱雅旗下品牌“618”多平台成交金额第一，多产品销售破亿。贝泰妮旗下薇诺娜连续6年霸榜前10，全渠道表现优秀；薇诺娜宝贝斩获天猫婴童护肤类目TOP4，品牌以婴童皮肤问题需求为导向，从婴童皮肤学机制和作用靶点入手的品牌，已成功在婴童护肤品类突围，贝泰妮第二增长曲线已然清晰。上海家化“618”全线布局，协同突破。上海家化全渠道全品牌618期间实现同增34%，美妆类目同增51%，个护家清同增29%。全品牌线上平台均实现增长。从23年618美妆销售数据来看，线上美妆大盘稳健复苏，国货美妆品牌强势崛起，美妆头部品牌“强者恒强”持续得到验证，我们未来也持续看好具备优秀产品、品牌及运营力的国货美妆龙头。

3) 环亚科技：综合性化妆品企业重启上市，营销加码拉动业绩增长

环亚科技是一家集研发、生产、销售、服务为一体的综合性化妆品企业。旗下拥有“美肤宝 MEIFUBAO”、“法兰琳卡 FRANIC”、“滋源 SEEYOUNG”、“肌肤未来 SKYNFUTURE”四大品牌，以及多个等细分品牌，产品种类涵盖护肤、洁肤、洗护发、身体护理等日化用品。2020-2022年公司实现营收19.88、21.57、20.95亿元，期间归母净利润为2.50、1.88、2.28亿元，22年收入增速同比略有下滑，而利润实现21.58%的稳健增长。

三大品牌贡献主要业绩，肌肤未来后来居上。公司主要营收来自于滋源、美肤宝、法兰琳卡三大品牌。其中滋源是环亚旗下销售贡献第一的品牌，2022年滋源收入实现8.10亿元，占比总营收39.19%。滋源品牌通过“无硅油头皮护理”的概念切入市场，并成功占领洗护发市场，成为当时国货品牌孵化“新品牌”的少数成功案例。三大品牌对公司营收贡献总和达到80.42%。公司旗下功效性护肤品牌肌肤未来创立于2018年，该品牌营收增速较快，22年占比总营收达9.55%，成为公司第四大主力品牌。

毛利率高于平均水平，营销推广投入加码。利润端，公司毛利率高于可比公司平均水平，净利率相对差异较小。受销售渠道、产品结构及定位等影响，公司毛利率与丸美股份、珀莱雅较为接近，高于上海家化、水羊股份、拉芳家化及名臣健康。**费用端**，2020-2022年三年内合计销售额费用近30亿元，期间销售费用率均在40%以上。**品牌宣传方面**，自2020年起，环亚旗下多个品牌开始陆续入驻各大线上平台，并通过KOL在社交媒体平台、短视频平台或电商平台进行推广引流，实现全链路营销。**品牌宣传费用中**，22年电商平台推广、新媒体营销推广费用共占比九成以上。公司加大新媒体投流，旗下滋源联合评测自媒体“老爸评测”，强化受众层面对品牌研发实力的认知，进一步提升品牌声量。

医美板块：

1) 锦波生物 IPO 正式获同意注册

6月29日，锦波生物IPO正式获同意注册。公司成立于2008年，立足两大核心领域推进创新研发，完成多项原始创新成果0-1突破。3年研发投入过亿，研发人员储备丰富。公司研发投入行业领先，管理层具备丰富科研经验，为公司持续科研创新提供动力。**重组胶原蛋白业务收入同增104.98%，盈利能力显著提升。**公司22年营收3.90亿，同增67.15%；毛利率85.44%，毛利率同增3.15pcts；归母净利润1.09亿，同增91.24%。22年公司医疗器械、功能性护肤品、原料业

务均实现稳定增长，重组胶原蛋白产品同增 104.98%，收入占比进一步提升至 85.60%。23Q1 业绩延续高增，营收 1.28 亿元，同增 98.28%，归母净利润 0.43 亿元，同增 180.94%。国内胶原蛋白市场景气度较高，公司重组胶原蛋白三类医疗器械产品具有证照稀缺性壁垒，功能性护肤品、重组胶原蛋白原料等收入增长共同拉动营收整体增长。

2) 奇致激光：中国最大医疗激光服务供应商，北交所上市申报获受理国内光电类医美器械领军企业，开创国内光子嫩肤先河。奇致激光成立于 2001 年，是中国最大的以生产和经营激光、强光类医疗设备为主营业务的高科技企业。公司主要产品包括面向美容和泌尿外科等领域的激光和其他光电类医疗及美容设备。1999 年，世界首台医用强脉冲光设备问世，奇致激光最先将这一理论引进中国，并正式定名为“光子嫩肤”，开创国内光子嫩肤先河。公司在美容仪器方面的产品有 14 款，其中 13 款获得 II 或 III 类医疗器械证书，产品种类丰富，涵盖皮肤治疗、疤痕修复以及除毛脱毛等不同领域。2015 年 7 月 24 日，武汉奇致激光成功登陆“新三板”，成为中国首家成功上市的医疗激光企业。23 年 6 月 14 日，奇致激光发布申请公开发行股票并在北交所上市辅导备案及其进展公告，拟冲刺北交所上市。

业绩增长稳健，利润率保持稳定，费用管控良好。2022 年公司营收 2.44 亿元，同增 0.71%；归母净利润 0.38 元，同增 6.02%，22 年营收及利润增速相比 21 年有所下降，但整体仍保持稳定。利润率保持稳定，销售费用管控良好。毛利率从 18 年 50.81% 提升至 55.26%，而销售费用率从 18 年的 24.09% 下降至 22 年 23.90%，研发费用率从 18 年的 4.56% 提升 22 年的 6.30%。

新消费板块：

蒂螺医疗：美瞳 ODM 代工厂商 IPO，冲刺美瞳第一股

蒂螺医疗成立于 2017 年，主要从事三类医疗器械产品（彩色隐形眼镜）的研发、生产和销售工作，在上海、吉林、苏州、西安、韩国均设有研发、生产和销售中心。公司核心定位为美瞳 ODM 厂商，拥有 10 项产品注册证，其中 4 项为日抛彩瞳注册证，5 项为长期抛彩瞳注册证，1 张为长期抛淡蓝片注册证，是国内拥有最多日抛彩瞳注册证的厂商。23 年 6 月 15 日，蒂螺医疗进行上市辅导备案，正式启动 A 股上市进程。公司美瞳 ODM 代工厂的客户名单中，包含多个头部美瞳品牌，并推出自主品牌 Realkoko（瑞可可）。

微商起家，供应链布局日趋完善，转型代工。随着“颜值经济”兴起、美瞳细分赛道具备发展前景、以及美瞳的生产对代工厂的依赖程度等背景，创始人投资自建工厂，并组建设计团队，通过定制独家花色、提供全套主题企划案等方式，进一步加深与品牌方合作。**产能方面**，蒂螺医疗拥有 4 座生产基地，年产量为 2.5 亿片，旗下吉林瑞尔康是国内最早的彩瞳代工厂。除此之外，公司还计划在上海另建设 2 座生产厂房，投产后两座厂房的年产能将为 10 亿片。

美瞳赛道具备潜力，获得多家资本青睐。蒂螺医疗已获得蜂巧资本、CPE 源峰、君联资本等多家知名机构投资。消费升级和美业发展大趋势背景下，美瞳行业踏上高速发展赛道。美瞳供应链具备医疗和消费双重属性，作为一种三类医疗器械，行业准入门槛较高，蒂螺医疗通过多年行业积淀，具备多项专利和证书并形成精湛的加工生产工艺，

拥有引领潮流产品设计能力，和不断创新的研发体系及团队，多年积累了众多优质客户，凭借其竞争优势，未来增长前景可期。

■ 7月关注：爱美客、华东医药、珀莱雅、科思股份

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企业**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**。

■ 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 23M6 化妆品行业情况 | 12 |
| 2.1 化妆品 23H1 淘+抖销售额同增 12.8%，抖音维持高增.. | 12 |
| 2.2 23 年“618”数据：销售符合预期，珀莱雅领衔国货之光 | 16 |
| 2.3 环亚科技：综合性化妆品企业重启上市，营销加码拉动业绩增长..... | 18 |
| 2.4 23M6 重点品牌新品上市情况 | 21 |
| 2.5 医美板块..... | 23 |
| 2.6 新消费板块 | 31 |
| 3 行业要闻及公告 | 32 |
| 3.1 行业新闻..... | 32 |
| 3.2 行业新闻..... | 40 |
| 4 风险提示： | 44 |

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 6 月 1 日至 6 月 30 日） | 9 |
| 图 7：化妆品板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 6 月 1 日至 6 月 30 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 6 月 1 日至 6 月 30 日） | 9 |
| 图 9：新消费板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 6 月 1 日至 6 月 30 日） | 10 |
| 图 10：环亚科技营业收入及增速..... | 19 |
| 图 11：环亚科技归母净利润及增速 | 19 |
| 图 12：环亚科技主要品牌及品类..... | 19 |
| 图 13：环亚科技分品牌营收占比， %..... | 20 |
| 图 14：环亚科技费用率变化情况， %..... | 21 |
| 图 15：中国重组胶原蛋白市场规模（按零售额计） | 23 |
| 图 16：锦波生物 IPO 历程 | 24 |
| 图 17：锦波生物发展历程..... | 24 |
| 图 18：多项原始创新成果 0-1 的突破..... | 25 |
| 图 19：人源化胶原蛋白氨基酸序列与人胶原蛋白核心功能区序列完全一致 | 25 |
| 图 20：锦波生物营业收入及增速..... | 26 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 图 21: 锦波生物归母净利润及增速 | 26 |
| 图 22: 锦波生物分业务营收情况 | 26 |
| 图 23: 锦波生物分业务营收占比 | 26 |
| 图 24: 锦波生物与可比公司研发费用率情况, % | 27 |
| 图 25: 奇致激光营收及增速 | 29 |
| 图 26: 奇致激光归母净利润及增速 | 29 |
| 图 27: 奇致激光利润率, % | 29 |
| 图 28: 奇致激光费用率, % | 29 |
| 图 29: 吉林瑞尔康工厂 | 32 |
| 图 30: 蒂螺医疗自有品牌 Realkoko 产品宣传图 | 32 |

表

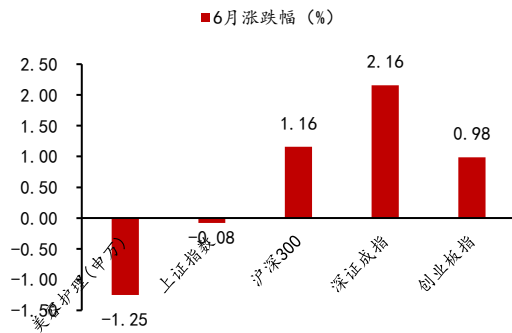
| | |
|--|----|
| 表 1: 医美、化妆品板块重点关注个股及估值跟踪 | 11 |
| 表 2: 电商代运营、新消费板块重点关注个股及估值跟踪 | 12 |
| 表 3: 23H1 及 6 月各品牌淘系销售额及增速, 百万元, % | 15 |
| 表 4: 23H1 及 6 月各品牌抖音销售额及增速, 百万元, % | 16 |
| 表 5: 天猫 23 年 618 全周期各细分类目 TOP20 | 17 |
| 表 6: 抖音 23 年 618 期间分品类榜单排名 | 18 |
| 表 7: 环亚科技四大主力品牌 | 20 |
| 表 8: 环亚科技与可比公司利润率情况 | 21 |
| 表 9: 23M6 新品上市情况 | 22 |
| 表 10: 锦波生物重组胶原蛋白主要产品 | 28 |
| 表 11: 锦波生物抗 HPV 生物蛋白主要产品 | 28 |
| 表 12: 奇致激光旗下美容仪器一览表 | 30 |

1 本月市场回顾

1.1 板块行情回顾

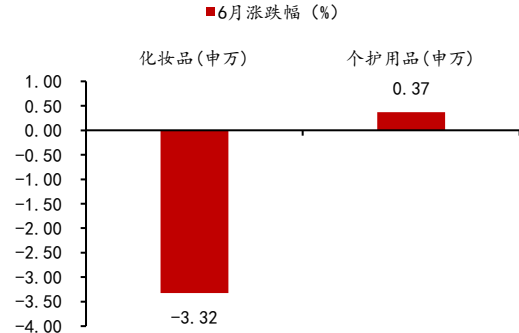
本月（2023年6月01日至6月30日）申万美容护理行业指数较上月下跌1.25%，板块整体跑输上证指数1.17个百分点；板块整体跑输沪深300指数2.41个百分点。上证指数下跌0.08%，沪深300上涨1.16%，深证成指上涨2.16%，创业板指上涨0.98%。在31个申万一级行业中，美容护理排名第23。本月美容护理二级行业中，化妆品下跌3.32%，个护用品上涨0.37%。

图1：本月市场表现（%）



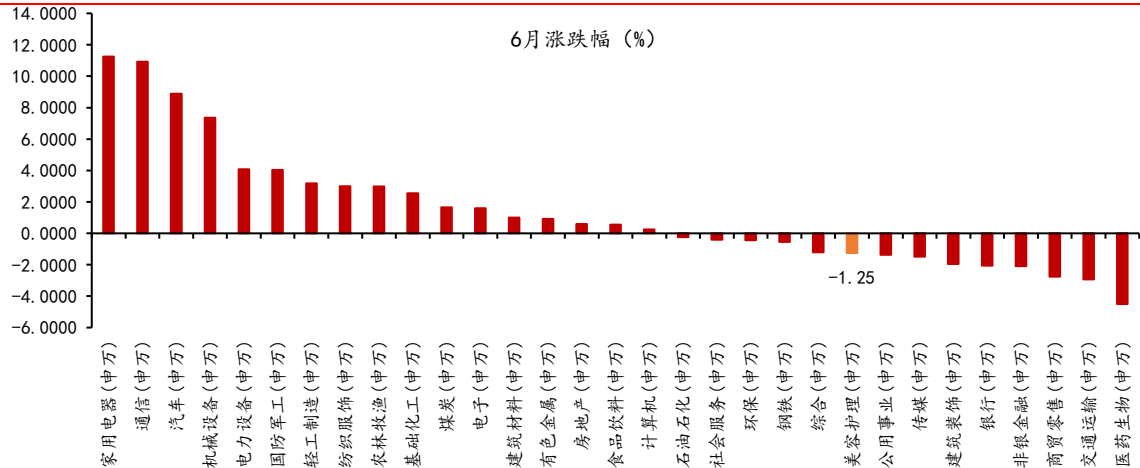
资料来源：Wind，上海证券研究所

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）（%）



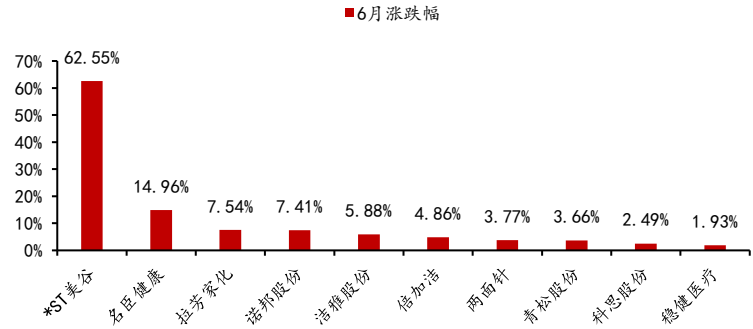
资料来源：Wind，上海证券研究所

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*ST美谷上涨62.55%、名臣健康上涨14.96%、拉芳家化上涨7.54%、诺邦股份上涨7.41%、洁雅股份上涨5.88%；排名后五的个股为丸美股

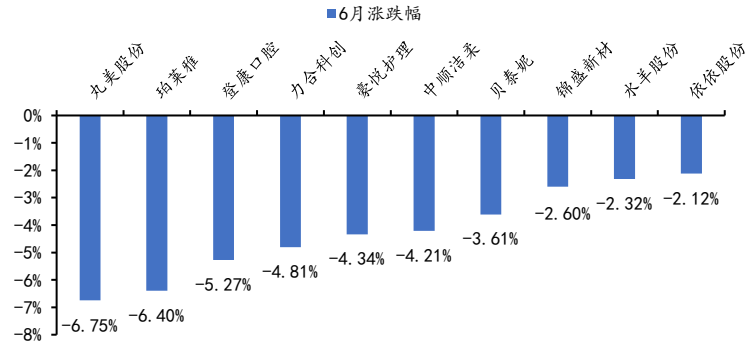
份下跌 6.75%、珀莱雅下跌 6.40%、登康口腔下跌 5.27%、力合科创下跌 4.81%、豪悦护理下跌 4.34%。

图 4：指数成分股涨幅（美妆）



资料来源：Wind，上海证券研究所

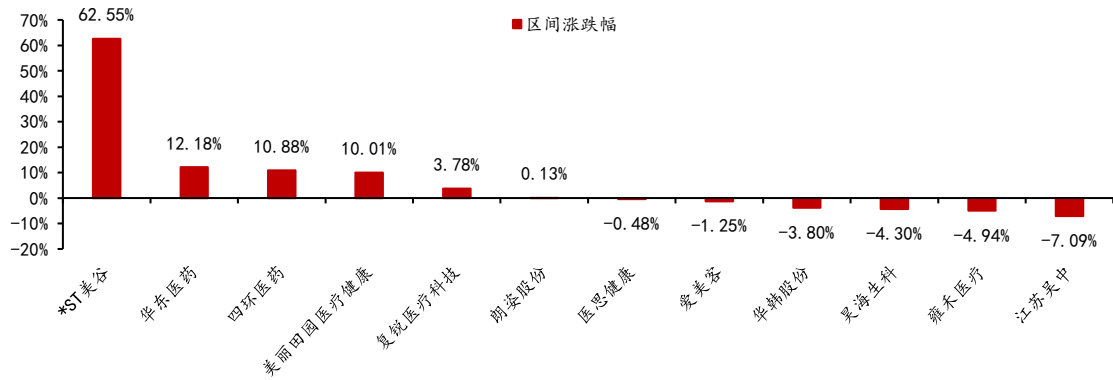
图 5：指数成分股跌幅 Top10（美妆）



资料来源：Wind，上海证券研究所

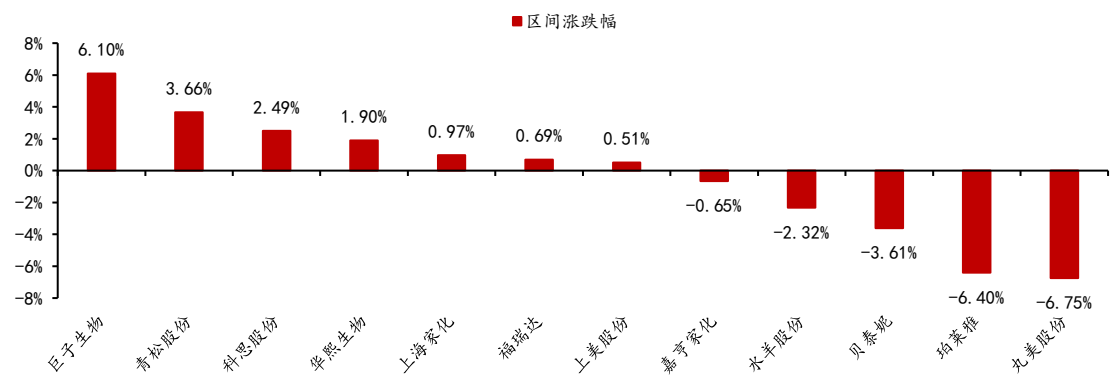
医美板块重点个股中，*ST美谷6月涨幅第一。我们关注的12家医美重点上市公司中，6月有6家公司上涨，分别是*ST美谷(+62.55%)、华东医药(+12.18%)、四环医药(+10.88%)、美丽田园医疗健康(+10.01%)、复锐医疗科技(+3.78%)。化妆品板块关注的重点个股中，我们选取了12家重点公司，6月共计7家上涨，5家下跌。其中，巨子生物、青松股份、科思股份涨幅前三，区间涨跌幅分别为+6.10%、+3.66%、+2.49%，丸美股份排名最后(-6.75%)。电商代运营板块关注的6个重点公司以及新消费板块关注的13个重点公司中，宝尊电商-W、百龙创园涨势为细分板块中第一，分别上涨1.56%、17.57%。除宝尊电商-W外，电商代运营板块6个重点公司均为下跌，其中丽人丽妆下跌最为明显(-12.32%)。新消费板块中，涨幅前三分别为百龙创园(+17.57%)、固生堂(+6.20%)、洁雅股份(+5.88%)。

图 6：医美板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 6 月 1 日至 6 月 30 日）



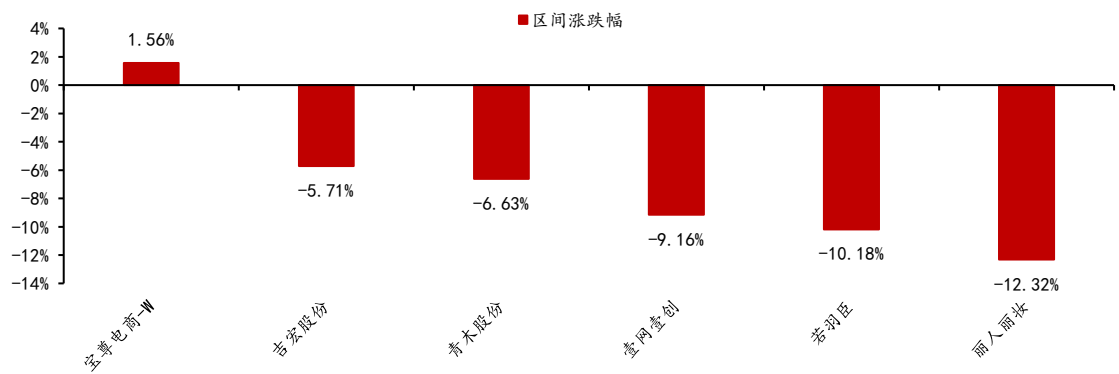
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：化妆品板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 6 月 1 日至 6 月 30 日）



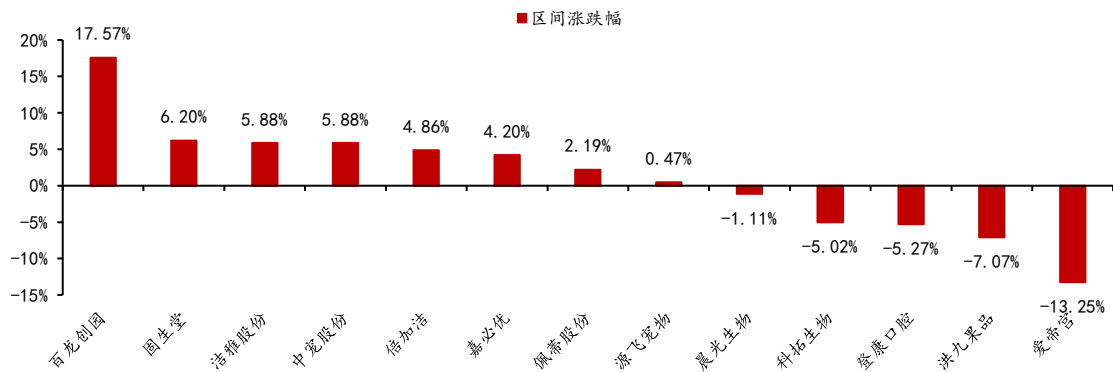
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 8：电商代运营板块重点关注个股区间涨幅（时间：2023 年 6 月 1 日至 6 月 30 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 6 月 1 日至 6 月 30 日）



资料来源：Wind，上海证券研究所

23M6 美护板块估值略微回升。申万美容护理板块年初至今下跌 13.61%，表现相对较弱。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 40X、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 43X、42X，龙头估值溢价明显。贝泰妮、华熙生物 23 年预测 PE 分别为 28X、34X，估值相对较低。巨子生物、福瑞达、上海家化、水羊股份 23 年预测 PE 分别为 24X、26X、26X、24X，估值较低，具备一定弹性。医美龙头爱美客 23 年预测 PE 为 50X，估值回调幅度较大。

23H1，医美重点个股涨幅表现一般，仅 2 家上涨，其中复锐医疗科技表现相对较优（+4.71%），华韩股份微涨（+0.97%）。年初至今跌幅最大个股为*ST 美谷，但 6 月*ST 美谷涨幅最高，波动较大，爱美客、华东医药、雍禾医疗、美丽田园医疗健康等不同程度下跌。化妆品重点个股中，23H1 仅 3 家上涨，科思股份表现最优，涨幅达 53%，贝泰妮、华熙生物等龙头跌幅分别 39.93%、33.65%，珀莱雅略微下跌 5.56%。电商代运营板块 6 个重点个股中，3 家上涨，分别为青木股份、吉宏股份、若羽臣，其中青木股份表现最优，23H1 涨幅为 34.52%。新消费板块重点个股中 23H1 百龙创园表现最佳（+60.92%），洪九果品跌幅最大（-44.13%）。

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 | 962.69 | -1.25% | -21.00% | 69 | 50 | 36 | 26 |
| 0460.HK | 四环医药 | 72.77 | 10.88% | -13.63% | -3 | - | - | - |
| 2373.HK | 美丽田园医疗健康 | 56.09 | 10.01% | -18.74% | 49 | 21 | 15 | 12 |
| 688366.SH | 昊海生科 | 126.26 | -4.30% | -13.66% | 72 | 33 | 26 | 22 |
| 600200.SH | 江苏吴中 | 51.36 | -7.09% | -5.75% | -92 | 181 | 37 | 23 |
| 002612.SZ | 朗姿股份 | 105.21 | 0.13% | -14.34% | 131 | 56 | 39 | 31 |
| 430335.NQ | 华韩股份 | 18.84 | -3.80% | 0.97% | 45 | - | - | - |
| 000615.SZ | *ST 美谷 | 29.15 | 62.55% | -53.75% | -2 | - | - | - |
| 1696.HK | 复锐医疗科技 | 43.65 | 3.78% | 4.71% | 14 | 11 | 8 | 6 |
| 2279.HK | 雍禾医疗 | 40.59 | -4.94% | -35.73% | -43 | 36 | 20 | 14 |
| 2138.HK | 医思健康 | 49.42 | -0.48% | -48.07% | 71 | 15 | 10 | - |
| 000963.SZ | 华东医药 | 760.71 | 12.18% | -6.66% | 30 | 25 | 21 | 17 |
| 化妆品 | | | | | | | | |
| 603605.SH | 珀莱雅 | 446.15 | -6.40% | -5.56% | 51 | 43 | 34 | 27 |
| 300957.SZ | 贝泰妮 | 376.50 | -3.61% | -39.93% | 35 | 28 | 22 | 18 |
| 600223.SH | 福瑞达 | 104.30 | 0.69% | -3.12% | 96 | 26 | 20 | 17 |
| 2367.HK | 巨子生物 | 346.26 | 6.10% | 3.57% | 44 | 24 | 19 | 15 |
| 600315.SH | 上海家化 | 196.94 | 0.97% | -8.92% | 39 | 26 | 22 | 19 |
| 603983.SH | 丸美股份 | 129.87 | -6.75% | -4.12% | 69 | 42 | 33 | 28 |
| 300740.SZ | 水羊股份 | 60.37 | -2.32% | 3.17% | 45 | 24 | 18 | 15 |
| 300955.SZ | 嘉亨家化 | 21.47 | -0.65% | -12.20% | 37 | 18 | 12 | 10 |
| 300856.SZ | 科思股份 | 133.37 | 2.49% | 53.00% | 27 | 26 | 20 | 16 |
| 688363.SH | 华熙生物 | 429.46 | 1.90% | -33.65% | 44 | 34 | 26 | 21 |
| 300132.SZ | 青松股份 | 29.29 | 3.66% | -18.65% | -4 | 28 | 16 | 15 |
| 2145.HK | 上美股份 | 103.47 | 0.51% | -22.69% | 63 | 26 | 19 | 16 |

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 6 月 30 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 | 65.77 | -9.16% | -0.69% | 39 | 25 | 21 | 19 |
| 605136.SH | 丽人丽妆 | 46.17 | -12.32% | -17.53% | -26 | 19 | 16 | 12 |
| 9991.HK | 宝尊电商-W | 18.54 | 1.56% | -20.70% | -3 | -17 | 11 | 5 |
| 003010.SZ | 若羽臣 | 25.87 | -10.18% | 13.93% | 70 | 71 | 45 | 34 |
| 301110.SZ | 青木股份 | 33.62 | -6.63% | 34.52% | 57 | - | - | - |
| 002803.SZ | 吉宏股份 | 77.42 | -5.71% | 31.17% | 37 | 18 | 14 | 12 |
| 新消费 | | | | | | | | |
| 688089.SH | 嘉必优 | 35.83 | 4.20% | -34.25% | 65 | 25 | 18 | 14 |
| 300858.SZ | 科拓生物 | 42.61 | -5.02% | -20.57% | 40 | 27 | 19 | 15 |
| 001328.SZ | 登康口腔 | 56.46 | -5.27% | -41.04% | 41 | 35 | 30 | 25 |
| 605016.SH | 百龙创园 | 61.54 | 17.57% | 60.92% | 40 | 29 | 20 | 15 |
| 002891.SZ | 中宠股份 | 71.00 | 5.88% | 8.44% | 72 | 46 | 34 | 26 |
| 300673.SZ | 佩蒂股份 | 35.48 | 2.19% | -20.68% | 59 | 27 | 20 | 16 |
| 6689.HK | 洪九果品 | 253.37 | -7.07% | -44.13% | 16 | 10 | 7 | 5 |
| 001222.SZ | 源飞宠物 | 28.88 | 0.47% | -12.87% | 24 | 19 | 16 | 16 |
| 301108.SZ | 洁雅股份 | 29.40 | 5.88% | 8.77% | 22 | 19 | 16 | 13 |
| 300138.SZ | 晨光生物 | 95.37 | -1.11% | 1.87% | 21 | 18 | 14 | 11 |
| 2273.HK | 固生堂 | 119.68 | 6.20% | -1.58% | 58 | 43 | 32 | 24 |
| 0286.HK | 爱帝宫 | 15.64 | -13.25% | -17.24% | -9 | 29 | 15 | 11 |
| 603059.SH | 倍加洁 | 22.77 | 4.86% | 20.20% | 22 | 17 | 14 | 12 |

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 6 月 30 日）

2 23M6 化妆品行业情况

2.1 化妆品 23H1 淘+抖销售额同增 12.8%，抖音维持高增

23H1 化妆品淘+抖销售额 1785.13 亿元，同增 12.8%，其中护肤、彩妆分别实现 1302、483 亿元，同增 13.7%、10.6%。其中，23M6 化妆品淘+抖 363.5 亿元，同增 13.5%。其中，护肤品类 275.90 亿，同增 14.1%，占比 76%；彩妆销售额 87.61 亿元，同增 11.4%，占比 24%。

1) 淘系平台：23M6 护肤+彩妆线上销售额 236.24 亿元，同降 3.7%，环降 4.6%，占比 65%。分品类看，护肤、彩妆分别实现 175.90、60.34 亿元，同降 4.0%、2.8%。

2) 抖音平台：23M6 护肤+彩妆线上销售额 127.27 亿元，同增 69.7%，环降 2.2%，占比 35%。分品类看，护肤、彩妆销售额 100、27.27 亿元，同增 71.2%、64.6%。

请务必阅读尾页重要声明

分品牌看：

珀莱雅：珀莱雅增长延续，6月彩棠增速放缓。23H1主要线上平台中，珀莱雅、彩棠双高增，实现销售额31.35、6.12亿元，分别同增57.0%、63.5%。从淘系平台看，旗下主品牌珀莱雅、彩棠6月淘系销售额为5.44、1.03亿元，分别同增63.4%、29.9%，珀莱雅增速稳定。从抖音平台看，两大品牌6月销售额分别为1.84、0.38亿元，分别同增61%、23.5%，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，6月增速稳定。彩棠过去5个月淘抖持续稳定增长，6月增速略有放缓。

贝泰妮：薇诺娜增速放缓，薇诺娜Baby抖音保持增长。23H1薇诺娜抖音微增，薇诺娜Baby延续高增，分别同增9.5%、277.6%。主品牌薇诺娜6月淘系销售额2.94亿元，同增3%，环降15.3%；抖音平台同期销售额0.76亿元，同增55.9%，环降18.2%。薇诺娜3月大促表现欠佳背景下，4月淘抖平台均增长回升，5月增长延续，6月增速加快。子品牌薇诺娜Baby6月抖音销售额100万元，同增358.7%，在5月增速历史新高的背景下，增速放缓。

丸美股份：6月丸美淘系增速下滑，恋火延续高增。23H1丸美、恋火主要线上平台均实现不同程度增长，淘+抖分别同增86.8%、169.7%。单6月数据看，主品牌丸美23年6月淘系、抖音平台销售额分别0.33、0.78亿元，同降21.1%、同增116.3%，主品牌淘抖实现同增42.2%，增速明显下降。彩妆品牌恋火6月淘系、抖音销售额为0.34、0.45亿元，同增170.3%、269.4%，恋火品牌淘抖实现同增218.7%，增长延续。

华熙生物：夸迪、米蓓尔淘系逆势增长，四大品牌抖音显著承压。从线上主要平台（淘抖）看，23H1四大品牌均出现不同程度同比下滑，其中肌活同降39%，下滑最为明显。单6月数据看，旗下润百颜、夸迪、米蓓尔以及BM肌活6月销售额分别为0.96、0.69、0.47、0.33亿元，夸迪扭转5月逆势增长，同增24.3%，米蓓尔淘系今年6月首次实现增长，同增9.6%，润百颜同增4%，增速有所减缓，肌活同降37.6%，承压加剧。从抖音平台看，肌活、润百颜、夸迪、米蓓尔6月均同比下滑，分别同降42.9%、42.6%、22.9%、21.6%，销售压力剧增。

福瑞达：瓊尔博士延续增长，6月颐莲淘抖表现分化。23H1瓊尔博士抖音实现高增（+57.2%），主要线上平台同增16.9%，颐莲淘抖承压，整体同降8.4%，单6月看，瓊尔博士6月淘系、抖音平台销售额分别为0.92、0.51亿元，分别同增0.8%、208.0%，淘系增速放缓，但抖音平台增长加速，在5月份两位数增长背景下实现三位数增长。颐莲淘抖销售额分别为0.40、0.25亿元，同增18.4%、同降22.9%，6月抖音平台再次回归承压状态。

巨子生物：可复美淘抖延续增长，可丽金抖音持续承压。23H1可复美淘抖双增，可丽金抖音承压，同降32.3%。单6月数据看，淘系中可复美6月销售额1.13亿元，同增55.8%，增速相比5月下降显著。可丽金淘系销售额0.21亿元，同增57.7%，增速有所提高。抖音6月可复美销售额为1.11亿元，同增181.1%，增速有所减缓，但保持稳健增长；可丽金同降14.2%，持续承压。

上海家化：佰草集淘抖表现分化，玉泽抖音强势增长。23H1佰草集、玉泽主要平台（淘抖）整体实现增长，分别同增49.5%、1.7%；分平台看，玉泽抖音高增淘系承压，淘系同降21.3%。单6月数据看，旗下佰草集、玉泽品牌6月淘系销售额分别为0.27、0.52亿元，同增67.2%、1.6%；从抖音平台看，佰草集、玉泽延续增长，销售额分别为0.02、0.41亿元，同降58.6%、同增603.3%，玉泽抖音增长势头强势，增速创23年历史新高。

水羊股份：大水滴持续发力，伊菲丹抖音持续增长。23H1大水滴、伊菲丹表现出色，实现高位数增长；御泥坊、小迷糊淘系承压拖累整体业绩，淘抖双平台整体同降15.1%、28.1%。单6月数据看，旗下御泥坊、大水滴、小迷糊、伊菲丹品牌6月淘系销售额分别为928、890、238、1738万元，仅伊菲丹实现正增长，同增57.6%，但相比4、5月份增速明显放缓。从抖音平台来看，大水滴和伊菲丹均实现三位数高增长，分别同增112.6%、125.5%。

上美股份：韩束稳健高增，一叶子6月抖淘承压。23H1韩束淘系略微下滑，抖音强势增长，主要线上平台实现三位数同增（+112.4%），一叶子淘系渠道为主，淘系承压拖累整体增速，淘抖平台分别-61.1%、+182.2%，主要线上平台整体同降44.7%。单6月数据看，淘系平台中，韩束、一叶子依旧呈现明显分化态势，6月销售额分别为2979、783万元，同增31.7%、同减74.7%。

从抖音平台看，韩束继续保持高增长态势，同增 201.5%，红色小象同增 81.1%，相比 5 月增速有所放缓。

国际品牌：资生堂表现亮眼，LG 生活健康持续承压。从淘系平台看，6 月数据看，除雪花秀、LG 生活健康外，欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛、资生堂等品牌均实现正增长，分别同增 10.5%、15.4%、2.2%、24.2%，LG 生活健康延续下滑，同减 43.6%。从抖音平台看，欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛、资生堂等品牌持续发力，同增 108.3%、172.0%、133.6%、182.6%。资生堂在两大平台均实现较高速增长。

总结：23H1，珀莱雅延续增长，彩棠增速放缓；薇诺娜 Baby 抖音持续发力，延续三位数高增；恋火增长韧性显著；华熙生物四大品牌增长承压；瑗尔博士淘系增长拉动整体增速提升；可复美双平台延续增长，可丽金抖音增长承压；水羊股份高端品牌伊菲丹抖音持续高增；国际品牌日系化妆品资生堂增速稳健，韩系 LG 生活健康持续承压。

表 3：23H1 及 6 月各品牌淘系销售额及增速，百万元，%

| 公司 | 品牌 | 23H1 | 23M4 | 23M5 | 23M6 | 23H1YOY | 23M4YOY | 23M5YOY | 23M6YOY |
|------|----------|---------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 贝泰妮 | 薇诺娜 | 1068.29 | 117.29 | 347.11 | 294.40 | -2.19% | 4.08% | 16.64% | 2.96% |
| | 薇诺娜 Baby | — | 11.51 | 6.37 | — | — | 21.73% | 61.64% | — |
| 华熙生物 | 润百颜 | 285.95 | 23.12 | 78.65 | 96.12 | 3.79% | -17.61% | 41.95% | 3.97% |
| | 夸迪 | 321.16 | 20.33 | 129.76 | 69.38 | -9.94% | -45.66% | -0.36% | 24.33% |
| | 米蓓尔 | 145.66 | 13.87 | 46.83 | 47.08 | -22.42% | -32.16% | -32.90% | 9.61% |
| | 肌活 | 129.95 | 10.83 | 36.81 | 32.63 | -24.58% | -46.37% | 0.91% | -37.64% |
| 珀莱雅 | 珀莱雅 | 2296.46 | 228.42 | 685.81 | 543.88 | 60.97% | 56.98% | 90.71% | 63.40% |
| | 彩棠 | 409.16 | 44.61 | 91.29 | 103.25 | 70.48% | 94.78% | 70.78% | 29.87% |
| 上海家化 | 佰草集 | 101.20 | 18.97 | 27.67 | 26.64 | 63.32% | 327.88% | 116.88% | 67.16% |
| | 玉泽 | 175.92 | 30.48 | 40.20 | 51.52 | -21.28% | 4.74% | -3.21% | -1.62% |
| 水羊股份 | 御泥坊 | 41.37 | 6.03 | 7.55 | 9.28 | -53.82% | -57.23% | -55.52% | -44.38% |
| | 大水滴 | 48.67 | 6.92 | 10.21 | 8.90 | 15.00% | 32.72% | -12.27% | -21.77% |
| | 小迷糊 | 10.54 | 1.28 | 2.31 | 2.38 | -43.95% | -39.59% | -38.47% | -50.91% |
| | 伊菲丹 | 70.93 | 20.07 | 17.26 | 17.38 | 101.48% | 823.09% | 105.28% | 57.61% |
| 丸美股份 | 丸美 | 136.82 | 14.60 | 35.04 | 33.36 | 18.67% | 95.04% | 52.18% | -21.11% |
| | 恋火 | 132.02 | 13.04 | 28.51 | 34.43 | 94.98% | 67.62% | 131.31% | 170.33% |
| 福瑞达 | 瑗尔博士 | 345.88 | 42.38 | 91.00 | 91.62 | -0.15% | 3.58% | 29.79% | 0.83% |
| | 颐莲 | 147.55 | 18.46 | 35.88 | 40.30 | -6.73% | -12.97% | 6.83% | 18.41% |
| 巨子生物 | 可复美 | 694.93 | 45.66 | 355.50 | 112.77 | 150.44% | 20.04% | 311.30% | 55.84% |
| | 可丽金 | 89.25 | 13.95 | 24.29 | 20.62 | 58.39% | 153.70% | 47.38% | 57.67% |

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 4：23H1 及 6 月各品牌抖音销售额及增速，百万元，%

| 公司 | 品牌 | 23H1 | 23M4 | 23M5 | 23M6 | 23H1YOY | 23M4YOY | 23M5YOY | 23M6YOY |
|------|----------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 贝泰妮 | 薇诺娜 | 317.6 | 44.82 | 92.87 | 76.12 | 9.50% | 36.57% | 35.97% | 55.95% |
| | 薇诺娜 Baby | 5.04 | 1.06 | 1 | 1 | 277.60% | 424.75% | 740.34% | 358.72% |
| 华熙生物 | 润百颜 | 170 | 17 | 36.05 | 50 | -24.40% | -47.66% | 10.36% | -42.61% |
| | 夸迪 | 206.12 | 20.86 | 50 | 31.02 | 6.10% | 98.21% | 55.96% | -22.89% |
| | 米蓓尔 | 94.25 | 9.9 | 29.69 | 25 | -4.80% | -32.51% | 56.27% | -21.62% |
| | 肌活 | 191.57 | 27.42 | 36.71 | 39.83 | -45.60% | -31.08% | -47.11% | -42.91% |
| 珀莱雅 | 珀莱雅 | 838.63 | 150.97 | 171.28 | 184.16 | 47.10% | 49.16% | 56.69% | 60.98% |
| | 彩棠 | 202.74 | 28.34 | 56.7 | 37.87 | 51.10% | 54.94% | 49.03% | 23.55% |
| 上海家化 | 佰草集 | 18.8 | 4.35 | 4.76 | 2.18 | 2.70% | 210.17% | 128.02% | -58.60% |
| | 玉泽 | 88.66 | 17.42 | 10.99 | 40.95 | 142.40% | 299.65% | 121.85% | 603.29% |
| 水羊股份 | 御泥坊 | 76.7 | 9.37 | 7.02 | 5.74 | 54.80% | 25.74% | -21.07% | -31.11% |
| | 大水滴 | 59.79 | 11.96 | 10.11 | 7.50 | 67.40% | 99.04% | 154.86% | 112.65% |
| | 小迷糊 | 11.17 | 0.9 | 1.79 | 1.21 | -2.00% | -46.62% | -41.84% | -4.60% |
| | 伊菲丹 | 188.14 | 10.98 | 37.31 | 50 | - | - | - | 125.45% |
| 丸美股份 | 丸美 | 370.64 | 50 | 90.71 | 78.11 | 136.90% | 161.90% | 174.51% | 116.35% |
| | 恋火 | 215.59 | 34.07 | 45.24 | 44.85 | 252.40% | 275.86% | 496.49% | 269.44% |
| 福瑞达 | 瓊尔博士 | 230.07 | 32.66 | 49.15 | 51.30 | 57.20% | -7.83% | 94.40% | 207.98% |
| | 颐莲 | 141.4 | 23.41 | 32.51 | 25 | -10.10% | -11.92% | 39.21% | -22.94% |
| 巨子生物 | 可复美 | 387.38 | 44.88 | 78.61 | 110.82 | 269.80% | 118.46% | 277.25% | 181.08% |
| | 可丽金 | 26.86 | 3.29 | 4.48 | 7.86 | -32.30% | -52.12% | -74.12% | -14.17% |

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”数据：销售符合预期，珀莱雅领衔国货之光

23 年 618 期间，四大平台（天猫、抖音、快手、京东）总 GMV 达 610 亿。根据星图数据、青眼情报显示，23 年 618 期间，天猫和京东美容护肤类目总 GMV 为 300 亿元。据飞瓜数据显示，抖音美妆总 GMV 突破 156 亿元，同增 69%，美妆处于高速增长期。据青眼情报数据显示，23 年 5 月 22 日至 6 月 18 日期间，快手平台美妆 GMV 为 48.16 亿元，同增 14.8%。

护肤类目中，分品牌看，天猫平台仍以国际大牌仍为主导，珀莱雅是唯一上榜前 5 的国货品牌。京东平台国际大牌占据前列，未有国货品牌上榜前 5。抖音美容护肤呈现“高端化”趋势，排名前 3 的品牌中，赫莲娜、海蓝之谜均价均在千元之上。多个国货品牌进入 TOP20 榜单，国货美容护肤品牌在抖音中表现优异。快手排名前 10 的品牌中仅欧莱雅一个外资品牌，前 20 品牌中有 14 个国产品牌上榜，国货品牌占主导地位，占比达 70%。

香水彩妆类目中，分品牌看，据星图数据显示，天猫TOP1更换较为频繁，国货品牌排名掉出前3。23年618期间排名第1的为三熹玉，其次是雅诗兰黛、圣罗兰，国货品牌仅有花西子上榜，排名第4。而在22年同期排名第1的为圣罗兰，花西子排名仅次其后；21年同期花西子登顶首位，而第2名也被国产品牌完美日记占据。京东国际品牌挤占国货，而在抖音彩妆类目中，国货花西子连续两年蝉联第1，国货品牌占比较高，在TOP20榜单中占据16位。在抖音香水类目中，国际品牌发力，排名迭代速度较快。相较于22年同期榜单，23年祖玛珑、爱马仕、范思哲等国际大牌纷纷上榜，抢占抖音香水市场，TOP10品牌也经历洗牌。快手彩妆类目中，TOP20榜中国货品牌有11个，花西子位列第2，国际品牌上榜的有雅诗兰黛、圣罗兰、兰蔻、肌肤之钥等。

表5：天猫23年618全周期各细分品类TOP20

| 排行 | 香水 | 彩妆 | 美容护肤 | 美容仪器 |
|----|-------|----------|-------|-----------------|
| 1 | 祖玛珑 | 花西子 | 欧莱雅 | 雅萌 |
| 2 | 汤姆福特 | 魅可 | 兰蔻 | 觅光 |
| 3 | 圣罗兰 | 三熹玉 | 珀莱雅 | 昔又 |
| 4 | 阿玛尼 | 圣罗兰 | 雅诗兰黛 | 极萌 |
| 5 | 梅森马吉拉 | NARS | 玉兰油 | 金茉 |
| 6 | 宝格丽 | 肌肤之钥 | 海蓝之谜 | 初普 |
| 7 | 古驰 | 彩棠 | 赫莲娜 | JOVS |
| 8 | 范思哲 | 雅诗兰黛 | SK-II | 慕苏 |
| 9 | 拉夫劳伦 | 兰蔻 | 修丽可 | 花至 |
| 10 | 蒂普提克 | 玫珂菲 | 薇诺娜 | Exideal |
| 11 | 华伦天奴 | 卡姿兰 | 资生堂 | CURRENTBODY |
| 12 | 柏芮朵 | 纪梵希 | 娇韵诗 | 科施佳 |
| 13 | 潘海利根 | 毛戈平 | 理肤泉 | 丝可 |
| 14 | 纪梵希 | 阿玛尼 | 娇兰 | Dr. Arrivo (宙斯) |
| 15 | 冰希黎 | 欧莱雅彩妆 | 科颜氏 | 那魅 |
| 16 | 博柏利 | 美宝莲 | 黛珂 | 闪蝶 |
| 17 | 阿蒂仙之香 | 植村秀 | 可复美 | DLUS |
| 18 | 蔻依 | 橘朵 | 希思黎 | 时光肌 |
| 19 | 罗意威 | INTO YOU | 自然堂 | 易美玑 |
| 20 | CREED | 珂拉琪 | 珂润 | 不落岛 |

资料来源：天猫大美妆，上海证券研究所

表 6：抖音 23 年 618 期间分品类榜单排名

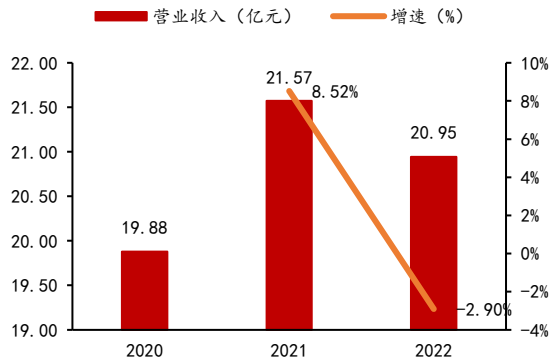
| 排行 | 护肤品牌 | 彩妆品牌 | 美容仪器 | 香水 |
|----|--------|----------|---------|------|
| 1 | 赫莲娜 | 花西子 | 雅萌 | 草木海洋 |
| 2 | 雅诗兰黛 | VC 美妆 | 极萌 | 大内密探 |
| 3 | 海蓝之谜 | AKF | 觅光 | 祖玛珑 |
| 4 | 兰蔻 | 柏瑞美 | JOVS | 留香久 |
| 5 | 珀莱雅 | 毛戈平 | NOWMI | 递欧 |
| 6 | 后/WHOO | 卡姿兰 | Ulike | FPF |
| 7 | 韩束 | 圣罗兰 | OGP 时光肌 | 爱马仕 |
| 8 | SK-II | 彩棠 | GEMO | 古蔻 |
| 9 | 巴黎欧莱雅 | 朱莉欧 | 听研 | 范思哲 |
| 10 | 玉兰油 | INTO YOU | DJM | 春风十里 |

资料来源：化妆品观察，果集-飞瓜数据抖音版，上海证券研究所

2.3 环亚科技：综合性化妆品企业重启上市，营销加码拉动业绩增长

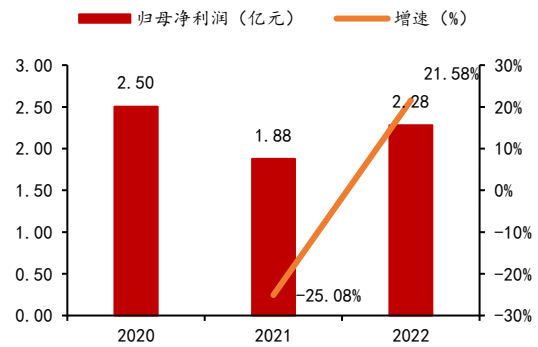
传统综合性化妆品企业重启上市。环亚科技是一家集研发、生产、销售、服务为一体的综合性化妆品企业。公司坚持“多品牌、多品类、全渠道、全球经营”的发展战略，积累了广泛的市场认知度与品牌影响力。旗下拥有“美肤宝 MEIFUBAO”、“法兰琳卡 FRANIC”、“滋源 SEEYOUNG”、“肌肤未来 SKYNFUTURE”四大品牌，以及“澳魅 MOR”、“康柏雅 KEEP·Y”、“幽雅 YOUYA”、“即肽 GITTAMY”、“御芝丹青 VITALIXIR”、“妙芙谜 MIOFURMI”等细分品牌，产品种类涵盖护肤、洁肤、洗护发、身体护理等日化用品。通过多品牌、多品类的全面覆盖，满足不同年龄、消费偏好、消费层次的消费者需求。23 年 6 月 21 日，环亚科技创业板 IPO 审核恢复正常，处于问询阶段，而 3 月 27 日，公司曾主动申请中止 IPO，希望根据上市公司规范标准做进一步合规改进，此次重新恢复 IPO 也体现了公司对于重启上市进程的决心和信心。2020-2022 年公司实现营收 19.88、21.57、20.95 亿元，期间归母净利润为 2.50、1.88、2.28 亿元，22 年收入增速同比略有下滑，而利润实现 21.58%的稳健增长。

图 10: 环亚科技营业收入及增速



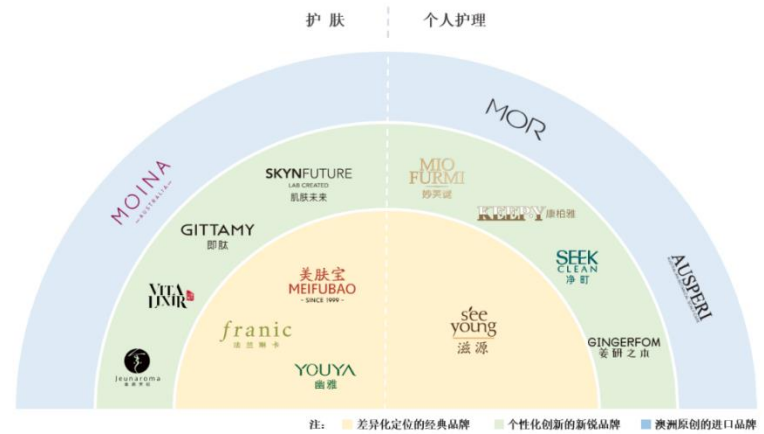
资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

图 11: 环亚科技归母净利润及增速



资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

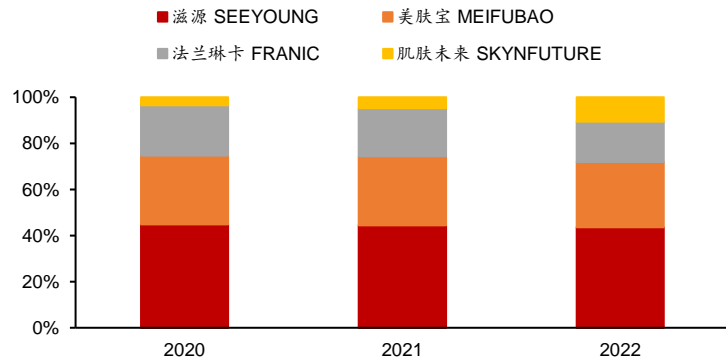
图 12: 环亚科技主要品牌及品类



资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

三大品牌贡献主要业绩，肌肤未来后来居上。公司旗下虽然拥有众多品牌，但主要营收来自于滋源、美肤宝、法兰琳卡三大品牌。其中滋源是环亚旗下销售贡献第一的品牌，2022 年滋源收入实现 8.10 亿元，占比总营收 39.19%。滋源品牌通过“无硅油头皮护理”的概念切入市场，并成功占领洗护发市场，成为当时国货品牌孵化“新品牌”少数的成功案例。美肤宝和法兰琳卡分别实现营收 5.26 亿元、3.26 亿元，三大品牌对公司营收的贡献总和达到了 80.42%。公司旗下功效性护肤品牌肌肤未来创立于 2018 年，该品牌营收增速较快，22 年占比总营收已达到 9.55%，成为公司第四大主力品牌。

图 13: 环亚科技分品牌营收占比, %



资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

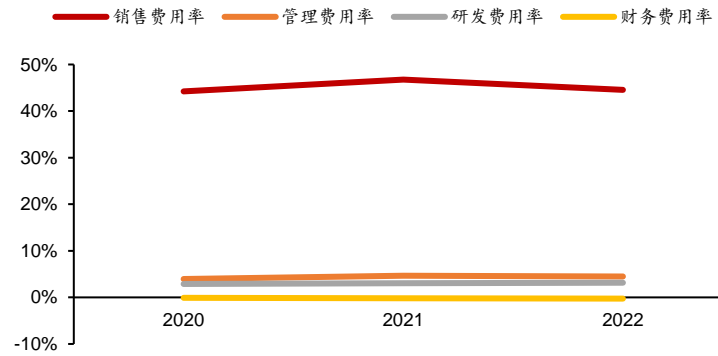
表 7: 环亚科技四大主力品牌

| 旗下品牌 | 产品类别 | 产品图片 | 产品定位 | 细分品类 |
|------|------|------|---------|-----------------------|
| 美肤宝 | 护肤类 | | 中药科技护肤 | 洁面、精华、面膜、面霜、乳液、眼霜 |
| | 防晒类 | | | 防晒霜、防晒喷雾、隔离防晒乳 |
| 法兰琳卡 | 护肤类 | | 自然护肤 | 防晒、面膜、乳液、面霜、乳液、化妆水、精华 |
| 滋源 | 护发类 | | 无硅油头皮护理 | 洗发水、护发素、发膜、护发精油 |
| 肌肤未来 | 护肤类 | | 科学美白专研 | 防晒、面膜、乳液、面霜、化妆水、精华 |

资料来源: 环亚科技招股书, 中国科技投资财经号, 上海证券研究所

毛利率高于平均水平, 营销推广投入加码。利润端, 公司毛利率高于可比公司平均水平, 净利率相对差异较小。受销售渠道、产品结构及定位等影响, 公司毛利率与丸美股份、珀莱雅较为接近, 高于上海家化、水羊股份、拉芳家化及名臣健康。费用端, 2020-2022 年, 公司销售费用分别为 8.79、10.09、9.33 亿元, 三年内合计销售额费用近 30 亿元, 期间销售费用率均在 40% 以上。品牌宣传方面, 自 2020 年起, 环亚旗下多个品牌开始陆续入驻各大线上平台, 并通过 KOL 在社交媒体平台、短视频平台或电商平台进行推广引流, 实现全链路营销。在品牌宣传费用中, 22 年电商平台推广、新媒体营销推广费用共占比九成以上。公司加大新媒体投流, 旗下滋源联合评测自媒体“老爸评测”, 获得“老爸抽检”标志授权, 强化受众层面对品牌研发实力的认知, 进一步提升品牌声量。

图 14: 环亚科技费用率变化情况, %



资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

表 8: 环亚科技与可比公司利润率情况





| 公司 | 毛利率 | | | 净利率 | | |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 上海家化 | 59.95% | 58.73% | 57.12% | 6.12% | 8.49% | 6.64% |
| 丸美股份 | 66.20% | 64.02% | 68.40% | 26.56% | 13.50% | 9.67% |
| 水羊股份 | 49.20% | 52.07% | 53.12% | 3.72% | 4.70% | 2.60% |
| 珀莱雅 | 63.55% | 66.46% | 69.70% | 12.04% | 12.02% | 13.02% |
| 贝泰妮 | 76.25% | 76.01% | 75.21% | 20.62% | 21.48% | 20.95% |
| 拉芳家化 | 48.37% | 54.05% | 47.18% | 11.47% | 5.16% | 6.52% |
| 名臣健康 | 42.45% | 50.38% | 52.50% | 15.02% | 17.94% | 2.68% |
| 平均数 | 58.00% | 60.24% | 60.46% | 13.65% | 11.90% | 8.87% |
| 中位数 | 59.95% | 58.73% | 57.12% | 12.04% | 12.02% | 6.64% |
| 环亚科技 | 65.29% | 64.84% | 63.97% | 12.12% | 8.68% | 10.91% |

资料来源: 环亚科技招股书, 上海证券研究所

2.4 23M6 重点品牌新品上市情况

表 9：23M6 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 |
|--------------|------------|-------------|---|---|-----------------|-----------|
| 贝纳通 | 希思黎 | 1分钟酵素抛光面膜 |  | 创新配方，粉末质地，浓蕴木瓜酵素，添加天然植物清洁粉末，协同烟酰胺，抛光焕采，瞬效去角质 | 950 元/40g | 2023/6/1 |
| | 希思黎 | 净澈焕活洗发露 |  | 天然萃取配方，多重植萃，深层清洁，净化奢养，易出油中性头皮/油性头皮挚爱，半透明啫喱质地，遇水后转化为细腻泡沫 | 580 元/200ml | 2023/6/1 |
| 德妃 | 德妃 | 德妃舒缓修护美白防晒霜 |  | 添加烟酰胺、美白专利成分-补骨脂酚，全链路配方体系协同发力，强效防晒，提亮焕白，镇静舒缓 | 99 元/40g | 2023/6/1 |
| 福瑞达 | 瑷尔博士 | 精研清肌平衡精华水 |  | 配方精简，无酸焕肤，平衡油敏肌微生态 | 138 元/100ml | 2023/6/1 |
| | SHREDA 詮润 | 詮润胶原抗老精华 |  | 重组 III 型胶原平滑肌肤，水解胶原舒展粗/细纹 | 188 元/30ML | 2023/6/7 |
| 拜尔斯道夫 | 优色林 | 元气双弹精华 |  | 元气早安瓶：强抗氧，稳肌底；元气晚安瓶：促进夜间修护。前沿科技加持，抗氧焕亮，根源对抗氧化、糖化、脂化 3 大暗沉源头 | 420 元/(15g+15g) | 2023/6/2 |
| 斐思妮 | 斐思妮 | 多肤舒缓修护冻干粉 |  | 海藻糖防御外界辐射，修护受损屏障。血清蛋白滋养皮肤，改善细纹 | 39 元/1 盒 | 2023/6/8 |
| 贝泰妮 | AOXMED 瑗科缙 | 超活精萃冻干粉项目 |  | 美雅安提 MLAAT-1002 超活性组合物体系，分层精准抗老 | 1320 元/3ML | 2023/6/9 |
| 杭州舒彩网络科技有限公司 | 逐本 | 墨红玫瑰御颜洁颜油 |  | 浓妆顽妆 轻松溶卸，水乳乳化 遇水即净，微湿状态 随时速卸 | 198 元/150ML | 2023/6/15 |
| 雅诗兰黛 | 芭比波朗 | 芭比波朗毛呢盘 |  | 蜜桃嫩粉分层次晕染，暖褐色修饰轮廓，香槟色爆闪提亮 | 590 元/1 盘 | 2023/6/15 |

| | | | | | | |
|---------|---------|------------|---|--|--------------|------------|
| | 芭比波朗 | 第3代羽柔蜜粉饼 |  | 「微米级」研磨科技，超细雪花片粉体，0粉感，12H 控油不花妆 | 410 元/1 盘 | 2023/6 /21 |
| 资生堂 | NARS | Nars 小粉金唇膏 |  | 保湿滋润 | 320 元/支 | 2023/6 /21 |
| LVMH 集团 | Fresh | 玫瑰平衡乳 |  | 大马士革玫瑰精萃强韧肌肤屏障，欧蓍草平滑细腻肤质 | 460 元 /100ML | 2023/6 /21 |
| 永熙 | blankme | 水凝妆前平衡霜 |  | 霜转水科技仿生系统，无油感配方，快速渗透，8 小时长效控油保湿，调节肌肤水油平衡，底妆服帖不搓泥 | 380 元 /50ml | 2023/6 /29 |

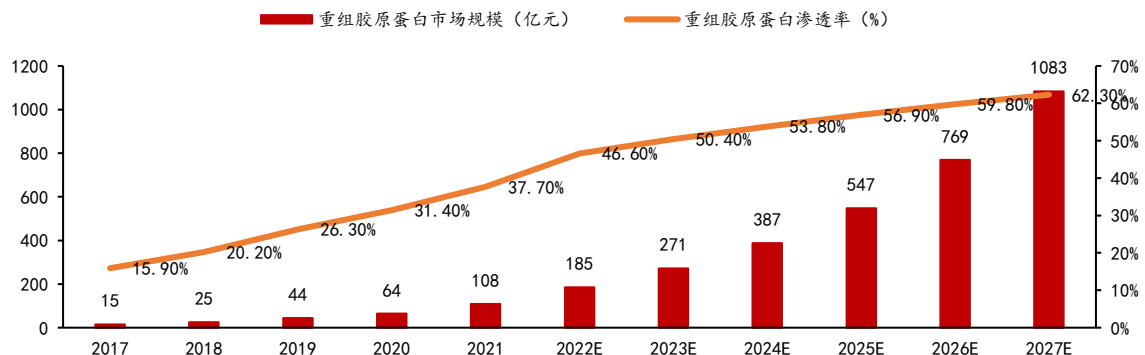
资料来源：各品牌官方微信公众号，各品牌天猫官方旗舰店，上海证券研究所

2.5 医美板块

锦波生物：IPO 正式获同意注册

重组胶原蛋白蓝海市场，增长前景广阔。据弗若斯特沙利文预计，中国重组胶原蛋白市场规模将会从 2021 年的 108 亿元增长至 2027 年的 1083 亿元，2022-2027 年 CAGR 可达 42.4%。重组胶原蛋白产品在整个胶原蛋白产品市场中的渗透率从 2017 年的 15.9% 增至 2021 年的 37.7%，并预计将进一步从 2022 年的 46.6% 增至 2027 年的 62.3%，重组胶原蛋白市场前景广阔，需求呈现增长态势。锦波生物作为重组胶原蛋白头部企业，以功能蛋白的研究开发作为核心驱动力，不断研发各种创新功能蛋白并对已开发出的功能蛋白技术升级完善。公司将已成熟的基础研究成果进行产业化应用，开发成各种功能蛋白产品，形成五大核心技术平台，并不断拓展延伸产业布局。

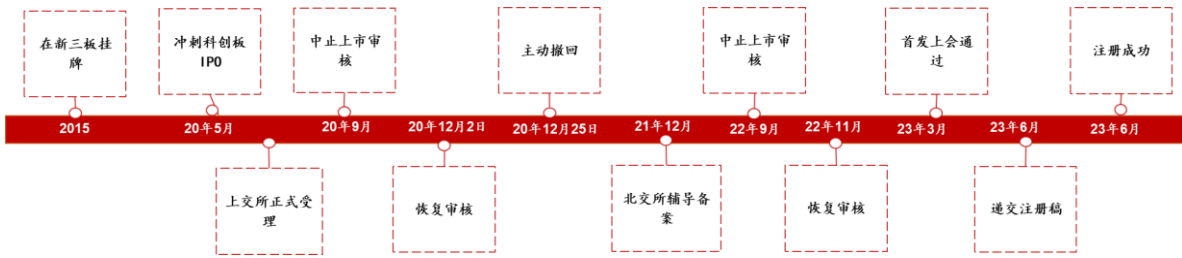
图 15：中国重组胶原蛋白市场规模（按零售额计）



资料来源：巨子生物招股书，上海证券研究所

6月29日，北交所公布了《关于同意山西锦波生物医药股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票注册的批复》，标志着锦波生物IPO正式获同意注册。锦波生物成立于2008年，15年在新三板挂牌，20年6月锦波生物曾计划科创板上市，同年12月因战略调整主动撤回上市申请。22年9月，转战北交所，由于财务报告过期被终止审核，直到23年4月，恢复锦波生物公开发行股票并上市审核。

图 16: 锦波生物 IPO 历程



资料来源：青眼号外，上海证券研究所

重组人源化胶原蛋白领军企业，立足两大核心领域推进创新研发。锦波生物成立于2008年，是一家国内领先的、具有代表性的、已实现重组人源化胶原蛋白产业化的企业。公司主营业务为以重组胶原蛋白产品和抗HPV生物蛋白产品为核心的各类医疗器械、功能性护肤品的研发、生产及销售。终端产品为自主研发的功能蛋白原材料为主要原料开发的相关产品，包括医疗器械、功能性护肤品、卫生用品、原料产品等。公司运用结构生物学和合成生物学国际前沿技术，首次实现了具有高级结构的大分子功能蛋白生物新材料的绿色制造，是国家级“专精特新”小巨人企业。

图 17: 锦波生物发展历程



资料来源：锦波生物官网，山西日报，上海证券研究所

完成多项原始创新成果0-1的突破。国际首次利用合成生物技术，实现了具有三螺旋结构的“全人源化胶原蛋白新材料”规模化生产，是我国首个有自主知识产权的原创型新型生物材料。在人类重大传染病领域，运用病毒进入抑制新理论，首次实现了广

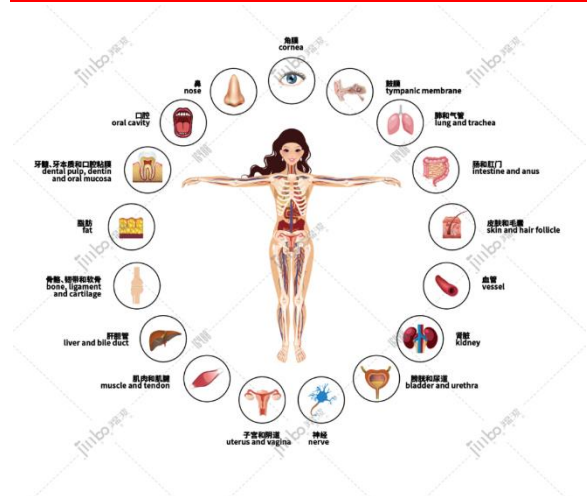
谱抗 HPV 生物蛋白、广谱抗新冠病毒多肽药物的产业化及终端产品开发。

图 18: 多项原始创新成果 0-1 的突破



资料来源: 锦波生物微信公众号, 上海证券研究所

图 19: 人源化胶原蛋白氨基酸序列与人胶原蛋白核心功能区序列完全一致

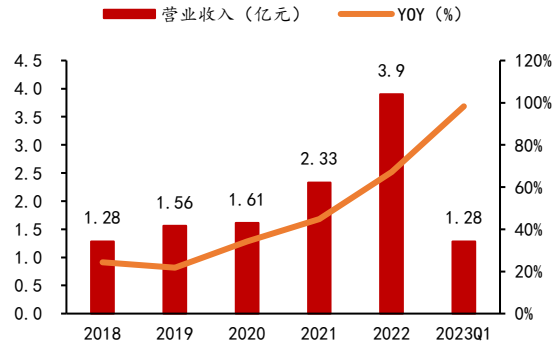


资料来源: 锦波生物微信公众号, 上海证券研究所

重组胶原蛋白业务收入同增 104.98%，盈利能力显著提升。

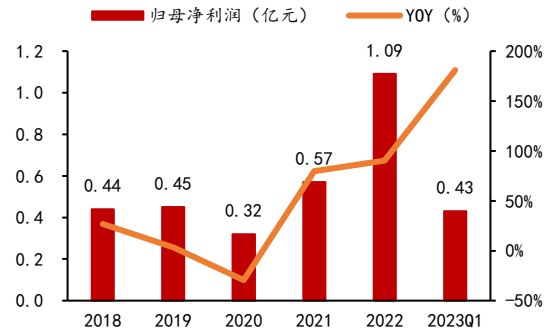
公司 22 年实现营收 3.90 亿，同增 67.15%；毛利率为 85.44%，毛利率同增 3.15pcts；归母净利润为 1.09 亿，同增 90.24%。22 年公司医疗器械、功能性护肤品、原料业务均实现稳定增长。公司业务板块包括重组胶原蛋白产品（功能敷料、功能性护肤品、植入剂等）、抗 HPV 生物蛋白产品（抗 HPV 敷料）、以及其他产品。22 年重组胶原蛋白产品、抗 HPV 生物蛋白产品分别实现营收 3.34、0.47 亿元，重组胶原蛋白产品实现同增 104.98%，实现三位数高增，收入占比进一步提升至 85.60%。2023Q1 业绩延续高增，营收实现 1.28 亿元，同增 98.28%，归母净利润 0.43 亿元，同增 180.94%。国内胶原蛋白市场规模呈现逐渐增长趋势，公司产品被市场认可，重组胶原类医疗器械产品、功能性护肤品、重组胶原蛋白原料收入增长拉动重组胶原蛋白产品板块增长。

图 20: 锦波生物营业收入及增速



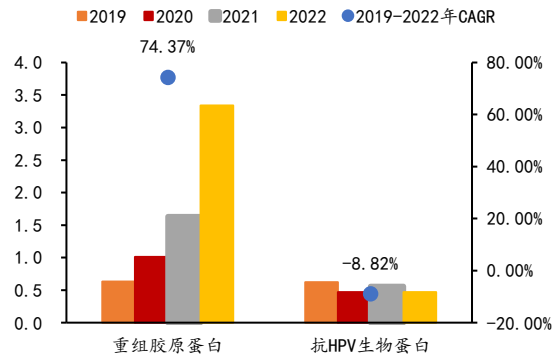
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 21: 锦波生物归母净利润及增速



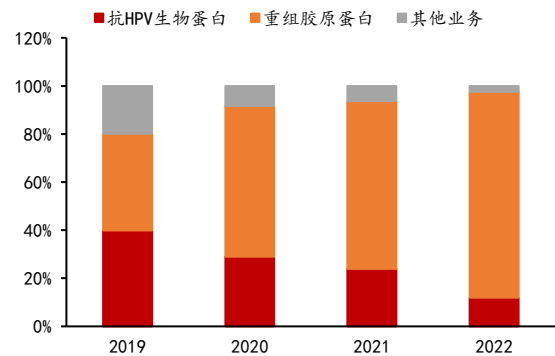
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 22: 锦波生物分业务营收情况



资料来源: Wind, 上海证券研究所

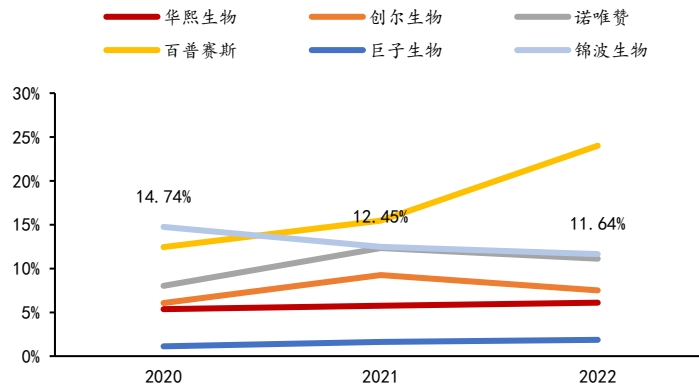
图 23: 锦波生物分业务营收占比



资料来源: Wind, 上海证券研究所

加码研发投入，3年研发投入过亿，研发人员储备丰富。公司研发费用逐年增长，2020-2022年，锦波生物研发费用分别为2377、2907、4541万元，占营收14.74%、12.45%、11.64%。公司研发投入领先可比公司平均值，据招股书数据显示，5家可比公司中，锦波生物近3年的研发费用率均高于华熙生物、创尔生物、巨子生物等可比公司，高于平均水平。研发人员储备丰富，管理层具备丰富科研经验。截至2022年报，公司共有研发人员147人，占总员工人数的23.82%，其中57人具有硕士研究生及以上学历；公司中高层具备相关专业背景和丰富的研发经验，为公司持续的科研创新提供动力。

图 24：锦波生物与可比公司研发费用率情况，%



资料来源：锦波生物招股书，上海证券研究所

薇旖美至真新品上市，未来销售放量有望驱动业绩增长。

2021年6月29日，锦波生物自主研发的三类医疗器械“重组III型人源化胶原蛋白冻干纤维”（商品名：薇旖美极纯III型）获国家药品监督管理局批准上市。该产品是我国自主研制的首个采用新型生物材料——重组人源化胶原蛋白制备的医疗器械，为相关材料临床应用及产业转化奠定了良好基础。作为可注射级别的重组III型人源化胶原蛋白生物医用材料，标志着我国打通了人源化胶原蛋白全链条技术攻关,完成了该领域0到1的原创性成果突破。

2023年6月6日，中国整形美容协会形塑与综合技术转化分会A型人源化胶原蛋白创新发展论坛暨薇旖美至真上市发布会上，公司薇旖美人源化家族产品再添一款新品——至真。至真新品在164.88°三螺旋结构基础上，通过2年技术创新实现NSA超螺旋结构，可以为消费者带来创新的年轻化治疗方案，更符合当下消费者对于自然的追求，并打造全新的抗衰赛道。新品成功上市，进一步丰富公司重组胶原蛋白产品矩阵，期待后续销售放量推动公司业绩增长。

表 10：锦波生物重组胶原蛋白主要产品

| 代表细分产品 | 注册/备案类型 | 注册证 | 产品展示 | 产品用途 | 规格 |
|--------------------------|---------|--------------------------|------|---|---|
| 重组Ⅲ型人源化胶原蛋白冻干纤维 | 三类医疗器械 | 重组Ⅲ型人源化胶原蛋白冻干纤维 | | 用于面部真皮组织填充以纠正额部动力性皱纹（包括眉间纹、额头纹和鱼尾纹）。 | 冻干纤维 2mg/瓶、4mg/瓶、6mg/瓶、8mg/瓶、10mg/瓶 |
| 医用重组人源胶原蛋白功能敷料（凝胶型）（无菌型） | 二类医疗器械 | 医用重组人源胶原蛋白功能敷料（凝胶型）（无菌型） | | 适用于①预防整形切口的疤痕形成及色素沉着；②对皮肤浅表损伤可止血、止痛，促进创面愈合。 | 凝胶 2、3、5、10、15、20、25、30、40、50、80g/支 |
| 重组Ⅲ型胶原蛋白溶液 | 二类医疗器械 | 重组Ⅲ型胶原蛋白溶液 | | 适用于①促进术后创面愈合、止血，预防疤痕形成及色素沉着；②用于浅表损伤的修复。 | 液体 0.5g、1g、2g、3g、5g、10g、15g、20g、25g、30g、40g、50g、80g/支 |
| 重组人源胶原蛋白阴道敷料 | 二类医疗器械 | 重组人源胶原蛋白阴道敷料 | | 1、改善阴道萎缩，增加阴道弹性，减轻性交疼痛；2、提高阴道湿润度，改善阴道干燥状态，减轻外阴干涩刺痛症状，缓解阴道干燥引起的瘙痒、灼热。用于阴道粘膜皲裂的修复及弥漫性浅表出血的止血。 | 凝胶 2g、3g、5g、10g、20g、30g、40g、50g、80g、100g/支（瓶） |

资料来源：锦波生物招股书，上海证券研究所

表 11：锦波生物抗 HPV 生物蛋白主要产品

| 代表细分产品 | 注册/备案类型 | 注册证 | 产品展示 | 产品用途 | 规格 |
|---------------|---------|---------------|------|--|--|
| 抗 HPV 生物蛋白敷料 | 二类医疗器械 | 抗 HPV 生物蛋白敷料 | | 阻断生殖道高危型 HPV 感染，用于降低 HPV 病毒载量，预防宫颈病变发生。阻断 HPV 感染引起的皮肤病，降低物理治疗后尖锐湿疣复发率。 | 凝胶 1.5g、1.8g、2g、2.5g、3g、3.3g、5g、10g、20g、50g、100g/支 |
| 抗 HPV 生物蛋白隐形膜 | | 抗 HPV 生物蛋白隐形膜 | | 阻断生殖道高危型 HPV 感染，用于降低 HPV 病毒载量，预防宫颈病变发生。 | 液体 10ml/瓶；20ml/瓶；25ml/瓶；30ml/瓶；40ml/瓶；50ml/瓶；60ml/瓶；80ml/瓶；100ml/瓶；150ml/瓶；200ml/瓶 |

资料来源：锦波生物招股书，上海证券研究所

奇致激光：中国最大医疗激光服务供应商，北交所上市申报获受理

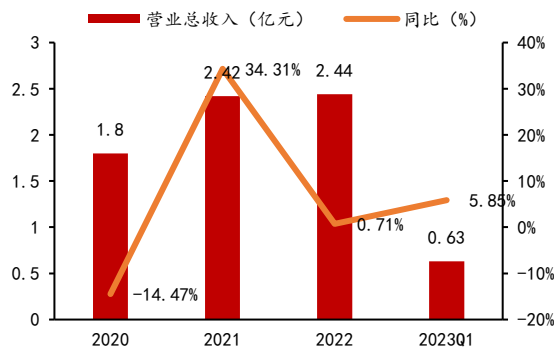
新氧旗下子公司，国内光电类医美器械领军企业。奇致激光总部位于湖北省武汉市，成立于 2001 年，是中国最大的以生产和经营激光、强光类医疗设备为主营业务的高科技企业。公司主要从事激光和其他光电类医疗及美容设备研发、生产、销售和代理，向用户提供多种激光和其他光电类医疗及美容解决方案，主要产品包括面向美容和泌尿外科等领域的激光和其他光电类医疗及美

请务必阅读尾页重要声明

容设备。2015年7月24日，武汉奇致激光成功登陆“新三板”，成为中国首家成功上市的医疗激光企业。2021年6月新氧宣布以7.91亿元的总价收购武汉奇致激光84.49%的股份，成为公司第一大股东。2023年6月14日，奇致激光发布了申请公开发行股票并在北交所上市辅导备案及其进展公告，拟冲刺北交所上市。

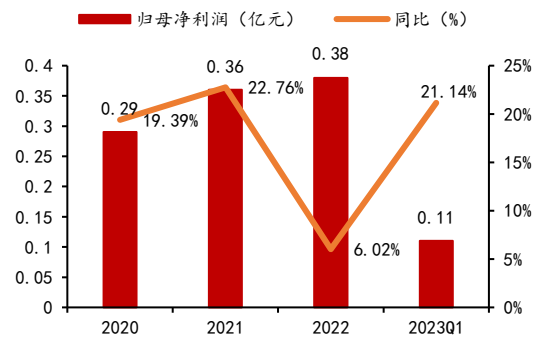
业绩增长稳健，利润率保持稳定，费用管控良好。2022年公司营业收入为2.44亿元，同增0.71%；归母净利润为0.38元，同增6.02%，22年营收及利润增速相比21年有所下降，但整体仍保持稳定。利润率保持稳定，销售费用管控良好。毛利率从18年50.81%提升至55.26%，而销售费用率从18年的24.09%下降至22年23.90%，研发费用率从18年的4.56%提升至22年的6.30%。

图 25：奇致激光营收及增速



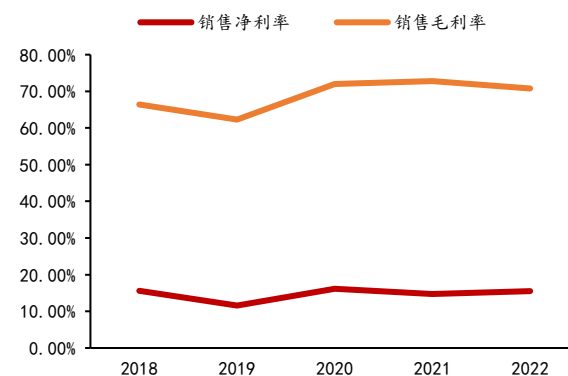
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 26：奇致激光归母净利润及增速



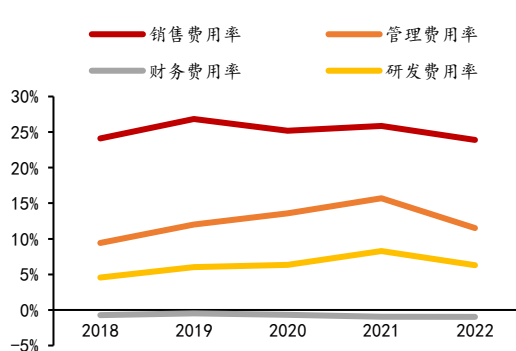
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 27：奇致激光利润率，%



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 28：奇致激光费用率，%



资料来源：Wind，上海证券研究所

公司激光仪器丰富多样，开创国内光子嫩肤先河。1995年，Patrick Bitter博士首创 photo rejuvenation 理论，并开始进行强光治疗的临床研究。1999年，世界首台医用强脉冲光设备问世，起初用于治疗血管疾病，而奇致激光最先将这一理论引进中国，并正式定名为“光子嫩肤”，开创国内光子嫩肤先河。2001年，公司研发出中国首台强脉冲光设备“皇后光子嫩肤仪”，将应用延展至嫩肤、美白、血管和色斑问题。2001年底，哈佛医学院教授提出

“局灶性光热作用（Fractional Photothermolysis）”，成为点阵激光（fractional laser）理论基础，奇致将其命名为“点阵激光”，并进一步将其核心的“微透镜阵列”技术推向市场。在点阵激光在国内市场火热的 2005-2006 年，公司陆续研发了点阵激光设备。据招股书显示，公司在美容仪器方面的产品有 14 款，其中 13 款获得 II 或 III 类医疗器械证书，产品种类丰富，涵盖皮肤治疗、疤痕修复以及除毛脱毛等不同领域。

表 12：奇致激光旗下美容仪器一览表

| 类别 | 产品名称 | 图片 | 产品用途 | 医疗器械归类 |
|------|--------------|---|--|---------------------|
| 美容设备 | 光子治疗仪 |  | 适用于皮肤色素性、血管性、因年龄增长产生的非正常病变等多种病变的治疗及去除人体多余的毛发 | II 类：6826 物理治疗及康复设备 |
| | 半导体激光脱毛仪 |  | 用于皮肤科去除多余的毛发 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| | Nd:YAG 激光治疗机 |  | 1064nm 激光用于蓝黑色文身、太田痣、褐青色痣、继发性色素沉着的治疗；532nm 激光用于雀斑、老年斑和咖啡斑的治疗 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| | 二氧化碳激光治疗机 |  | 该产品用于治疗面积 <1cm ² 的色素痣、汗管瘤、扁平疣和寻常疣 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| | LED 光波治疗仪 |  | 该产品适用于人体软组织的照射以达到消炎、镇痛、抗感染、修复作用 | II 类：6826 物理治疗及康复设备 |
| | 气压喷液仪 |  | 该产品适用于面部真皮层喷注透明质酸钠 | II 类：6821 医用电子仪器设备 |
| | 紫外光准分子治疗仪 |  | 主要适用于白癜风、银屑病的辅助性照射治疗 | II 类：6826 物理治疗及康复设备 |

| | | | |
|-------------------|---|--|---------------------|
| 准分子激光治疗系统 |  | 用于牛皮癣、白癜风、遗传过敏性皮炎和白癜风的 UVB 光线疗法 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| 半导体激光脱毛机 |  | 用于移除皮肤多余毛发 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| 铊 (Er: YAG) 激光治疗机 |  | 用于痤疮性疤痕和皱纹的治疗 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| 红宝石激光治疗机 |  | 用于良性皮肤色素性病变的治疗和去除黑色、深蓝、绿色文身 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| 激光/强脉冲光治疗系统 |  | 该产品 1064 nm 波长用于脱毛、改善皱纹、治疗良性血管性病变；1320 nm 波长用于改善皱纹；2940nm 波长用于皮肤剥脱、改善皱纹；强脉冲光用于良性皮肤色素性病变、良性血管性病治疗及脱毛。 | III 类：6824 医用激光仪器设备 |
| 水动力辅助吸脂系统 |  | 适用于整形外科手术中用于水动力辅助吸脂治疗 | III 类：6821 医用电子仪器设备 |
| Jetpeel-Mini 美容仪 |  | 该产品用于皮肤深层清洁，皮肤护理产品的无针导入 | 非医疗器械产品 |

资料来源：奇致激光招股书，上海证券研究所

2.6 新消费板块

蒂螺医疗：美瞳 ODM 代工厂商 IPO，冲刺美瞳第一股

蒂螺医疗成立于 2017 年，主要从事三类医疗器械产品（彩色隐形眼镜）的研发、生产和销售工作，在上海、吉林、苏州、西安、韩国均设有研发、生产和销售中心。公司核心定位为美瞳 ODM 厂商，拥有 10 项产品注册证，其中 4 项为日抛彩瞳注册证，5 项为长期抛彩瞳注册证，1 张为长期抛淡蓝片注册证，是国内拥有最多日抛彩瞳注册证的厂商。23 年 6 月 15 日，蒂螺医疗进行上

请务必阅读尾页重要声明

市辅导备案，正式启动 A 股上市进程。公司美瞳 ODM 代工厂的客户名单中，包含多个头部美瞳品牌，并推出自主品牌 Realkoko（瑞可可）。

微商起家，供应链布局日趋完善，转型代工。创始人从韩国厂商处进货彩瞳片，转卖给 C 端客户，但存在厂商发货慢、拖欠货款等问题。而市面上 90% 的美瞳产品均采用代工生产，仅有强生、视康等少数几家厂商开设了自有工厂。模压、调色等生产工艺，以及医用级别的品控体系和注册许可，形成了美瞳制作的主要壁垒。随着“颜值经济”兴起、美瞳细分赛道具备发展前景、以及美瞳的生产对代工厂的依赖程度等背景，创始人投资自建工厂，并组建起了一支 20 多人的设计团队，通过定制独家花色、提供全套主题企划案等方式，进一步加深与品牌方的合作。**在产能方面**，蒂螺医疗拥有 4 座生产基地，年产量为 2.5 亿片，旗下吉林瑞尔康是国内最早的彩瞳代工厂。除此之外，公司还计划在上海另建设 2 座生产厂房，投产后两座厂房的年产能将为 10 亿片。

图 29：吉林瑞尔康工厂



资料来源：天下商网，上海证券研究所

图 30：蒂螺医疗自有品牌 Realkoko 产品宣传图



资料来源：天下商网，上海证券研究所

美瞳赛道具备潜力，获得多家资本青睐。蒂螺医疗已获得蜂巧资本、CPE 源峰、君联资本等多家知名机构投资。消费升级和美业发展大趋势背景下，美瞳行业踏上高速发展赛道。美瞳供应链具备医疗和消费双重属性，作为一种三类医疗器械，行业准入门槛较高，蒂螺医疗通过多年行业积淀，具备多项专利和证书并形成精湛的加工生产工艺，拥有引领潮流产品设计能力，和不断创新的研发体系及团队，多年积累了众多优质客户，凭借其竞争优势，未来增长前景可期。

3 行业要闻及公告

3.1 行业新闻

- 化妆品行业新闻：

1. 雅诗兰黛旗下香水品牌 **Le Labo** 中国内地首店于上海新天地开业

雅诗兰黛旗下香水 **Le Labo** 发文表示，其中国内地首店将于6月1日正式对外营业。**Le Labo** 于2006年在纽约开设首家香氛实验室，2014年被雅诗兰黛集团收购。此前，**Le Labo** 曾在香港开设两家门店，位于上海新天地即将开业的**Le Labo** 门店是其在内地开设的首家店铺。（来源：青眼）

2. 格林生物递交招股书，拟在深交所创业板上市

6月2日，格林生物科技股份有限公司（下称：格林生物）递交招股书，拟在深交所创业板上市，长江证券为保荐机构。根据招股书，格林生物客户包括宝洁、奇华顿、芬美意、德之馨等国际知名香料香精公司及日化巨头。2022年，格林生物总营收6.31亿元，同比增长了6.23%。（来源：青眼）

3. 中国食品药品检定研究院发布《化妆品和新原料注册审批办事指南》

6月5日，中国食品药品检定研究院发布《化妆品和新原料注册审批办事指南》，《指南》中公布了风险程度较高的化妆品新原料注册审批、国产特殊化妆品变更、首次、延续、注销注册审批、进口特殊化妆品变更、首次、延续、注销注册审批等九项指南。（来源：青眼）

4. 丝芙兰中国首家未来概念店正式开业

6月6日，上海南京路步行街迎来了“高端美妆零售潮流风向标”丝芙兰中国首家未来概念店正式开业，毗邻同为LVMH集团旗下DIOR迪奥美妆全国首家精品旗舰店。（来源：青眼）

5. 中检院拟将比马前列素等5种物质纳入化妆品禁用原料目录

6月12日，中国食品药品检定研究院（中检院）发布关于公开征求《28天重复剂量吸入毒性试验》等意见的通知。通知称，为进一步完善化妆品技术标准，中检院组织制定了《28天重复剂量吸入毒性试验》（征求意见稿）等7个试验方法，并对化妆品中比马前列素等5种物质进行了风险评估，拟将其纳入禁用原料目录。以上试验方法及禁用原料目录更新现向社会公开征求意见。反馈意见收集截止到2023年7月15日。（来源：中国化妆品）

6. 花王将在护肤品中应用新成分

6月13日，据外媒报道，花王生物科学研究部透露，桉树和越橘提取物可以增强皮肤屏障，它们或将成为下一个流行的补水成分。花王发现，皮肤中自噬活性(细胞循环过程)的下降会对表皮稳态产生不利影响，并扰乱角质层的形成(角质化)，而角质层是皮肤保持水分的屏障。而桉树和越橘提取物具有增强自噬性和角质化的潜力。花王公司研发部生物科学研究经理 Keigo Kawabata 表示：“这两种成分未来会被用于花王的全新高端护肤系列”。(来源：中国化妆品)

7. 宝洁回应 SK-II 产地涉嫌核污染

6月14日，针对 SK-II “神仙水”产地受核辐射污染一事，SK-II 母公司宝洁回应称，所有 SK-II 产品和成分在上市之前都经过严格的产品安全性评估，遵守所在市场的监管和安全要求。SK-II 确保产品是安全的，消费者可放心使用。宝洁方面称：“我们可以确认，在日本生产或运往国外的 SK-II 产品是可以安全使用的。为了保障 SK-II 产品的安全性，进口到中国的 SK-II 产品都主动地进行了辐射相关的针对性检测，这些产品已顺利通过了辐射相关检测。”(来源：中国化妆品)

8. 雅漾母公司皮尔法伯集团首个中国创新研发中心在上海揭幕

6月14日，法国驻中国上海总领事馆 19 时发布消息，雅漾 (Avène)、馥绿德雅 (René Furterer) 和康如 (Klorane) 三大品牌的母公司、法国知名制药和医学护肤品集团皮尔法伯已于6月7日正式在上海为其创新研发中心揭幕，这也是皮尔法伯集团在中国建立的首家创新研发中心。(来源：化妆品报)

9. 本土原料商莱茵生物与帝斯曼-芬美意续签

6月19日，莱茵生物发布公告称，已与帝斯曼-芬美意续签日常经营重大合同。据公告，新协议累计目标收入(CTR)金额为 8.4 亿美元(约合人民币 60.1 亿元)，最低累计目标收入 (MCTR) 金额为 6.8 亿美元(约合人民币 48.65 亿元)，协议期限为 5 年。本次协议签署后，双方将在产品、开拓市场、建立联合技术团队三方面纵深合作。(来源：中国化妆品)

10. 蒂螺医疗启动 IPO，或成“美瞳第一股”

6月19日，蒂螺医疗在上海证监局进行辅导备案登记，启动IPO，辅导机构为东方证券。蒂螺医疗成立于2017年，主要从事三类医疗器械彩色隐形眼镜（美瞳）的研发、生产和销售工作。蒂螺医疗最核心的定位是一家美瞳ODM代工厂商。蒂螺医疗拥有10项产品注册证，其中4项为日抛彩瞳注册证，5项为长期抛彩瞳注册证，1张为长期抛淡蓝片注册证，是国内拥有最多日抛彩瞳注册证的厂商。（来源：中国化妆品）

11. 国内最大欧诗漫/科丝美诗服务商冲IPO

6月19日，聚水潭正式向港交所递交招股书，拟主板挂牌上市，中金公司、摩根大通担任联席保荐人。招股书显示，截至2022年12月31日，聚水潭已将其合作商家与超过350个全球电商平台以及超700个全球物流仓储服务提供商对接，服务客户覆盖服饰、家居百货、食品和美妆等全品类，其中美妆客户包括欧诗漫、科丝美诗、雪玲妃等。（来源：化妆品观察 品观）

12. 润本生物IPO过会

6月20日，据证监会消息，润本生物首次公开发行人获上交所上市委会议通过，公司拟通过上交所主板IPO募集资金约9.03亿元。润本生物成立于2013年，2020年至2022年，润本生物营收分别为4.43亿元、5.82亿元、8.56亿元，净利润分别为0.95亿元、1.21亿元、1.60亿元。23年1-3月，润本生物实现营业收入1.5亿元，较上年度同期增长49.81%，归属于母公司所有者的净利润0.21亿元，较上年度同期增长62.59%。（来源：中国化妆品）

13. 科思股份投资3.5亿扩建个护产业基地

6月20日，科思股份发布了一则投资建设协议公告，其计划投资建设“高端个人护理品产业基地二期项目”。主要建设个人护理品生产中心、研发中心、产品应用中心、分析中心及配套功能区。项目投资总额不低于3.5亿元，用地面积约30亩。（来源：中国化妆品）

14. 化妆品“一号多用”违法行为专项检查动员部署会召开

6月21日，国家药监局化妆品监管司召开化妆品“一号多用”违法行为专项检查动员部署会。会议动员部署各省（区、市）药品监督管理部门开展化妆品“一号多用”违法行为专项检查工作，明确药品安全巩固提升行动化妆品领域近期工作重点。会议明确，本次专项行动重点聚焦化妆品“一号多用”违法行为，集中排查

治理通过在产品标签上违法标注化妆品注册备案资料以外的文字、商标、标识或者以其他方式套用特殊化妆品注册证编号或者普通化妆品备案编号的行为。(来源:中国化妆品)

15. 环亚科技披露招股书 22 年营收 21 亿元

6 月 26 日,环亚科技更新了最新招股数据。招股书显示,2022 年环亚营收为 20.9 亿元(-2.9%);归母净利润为 2.28 亿元(+21.5%)。环亚科技旗下主要品牌共有 15 个,包括美肤宝、法兰琳卡、滋源、肌肤未来四大品牌,以及澳魅、康柏雅、幽雅、即肽、御芝丹青、妙芙谜等细分品牌,但营收仍然主要依赖于滋源、美肤宝、法兰琳卡三大品牌。其中滋源是环亚旗下销售贡献第一的品牌,2022 年销售额占比 39.19%,金额为 8.1 亿;美肤宝和法兰琳卡营业收入分别为 5.26 亿元和 3.36 亿元,分别占比 25.46% 和 15.77%。(来源:中国化妆品)

16. 欧盟 SCCS 发布《化妆品中纳米材料安全评估指南(第二版)》

6 月 26 日,欧盟消费者安全科学委员会 SCCS 发布《化妆品中纳米材料安全评估指南(第二版)》(SCCS/1655/23)。第二版指南修订的主要内容如下:引入新的章节(溶解度和溶出速率、在非水介质中的溶解度、不存在纳米颗粒的证据、分散性、长宽比、血细胞吸收、生殖毒性、内分泌干扰);介绍了欧盟委员会于 2022 年发布的关于纳米材料定义的新建议;基于 SCCS/1618/2020,介绍了引发纳米材料安全问题的关键点;其他章节和附件 1 已根据上次更新后发表的文献进行了更新;修订了有关交叉参照和分组的部分;加入使用历史/现有数据的时间的说明;本指南可能会依据纳米材料安全评估科学领域未来的发展而变。(来源:中国化妆品)

17. 开云集团收购最大独立香水品牌 Creed

6 月 26 日,Gucci、YSL、BV 和巴黎世家的母公司开云集团宣布,开云美妆已签署协议,将从 BlackRock Long Term Private Capital Europe 和现任董事长 Javier Ferrán 控制的基金收购 Creed 品牌 100% 的股份。具体交易金额未披露,该全现金交易预计将于 2023 年下半年完成,并需获得相关竞争主管机构的批准。据路透社报道,这笔交易的价值可能高达 20 亿欧元(约合人民币 157.64 亿元)。(来源:CBO focus)

18. 欧舒丹发布 2023 财年全年业绩

6 月 26 日，在港交所上市的法国护肤品集团欧舒丹(HK:973)发布了截至 3 月 31 日的 2023 财年全年业绩：由于 SoldeJaneiro 的出色表现及 ELEMIS 的稳健增长推动。集团销售额 20 亿欧元的里程碑，达到 21.3 亿欧元，按报告汇率计算增长 19.8%。（来源：中国化妆品）

19. 丝塔芙母公司将募资 10 亿美元

6 月 26 日，丝塔芙母公司 Galderma 宣布，将推进私募发行新股的计划，募资约 10 亿美元，计划通过此次筹集的资金来改善其资产负债，从而为其综合性皮肤科战略提供有机增长动力。Galderma 是一家瑞士制药公司，由雀巢和欧莱雅共同创建，专门生产各种皮肤护理和治疗相关产品，旗下有丝塔芙、吉适等品牌。该公司在 2022 财年净销售额达到 37.6 亿美元，公司的盈利达到 7.91 亿美元。（来源：中国化妆品）

20. 拜尔斯道夫投资瑞士初创公司 DePoly

6 月 27 日，拜尔斯道夫宣布投资瑞士初创公司 DePoly。公告显示，DePoly 公司成立于 2020 年，开发了一种化学回收技术，能够利用不可回收的塑料和聚酯废物流。拜尔斯道夫表示，将借用这种创新技术来支持化妆品行业包装的回收利用。据介绍，DePoly 的种子轮融资金额为 1230 万瑞士法郎，由拜尔斯道夫风险投资公司和 WingmarVentures 共同领投，拜尔斯道夫、Infinity Recycling、CIECH Ventures 等公司参与。（来源：中国化妆品）

21. 巴斯夫上海创新园第三次扩建完成总投资超 22 亿元

6 月 28 日，德国化工巨头巴斯夫上海创新园三期项目正式落成，该项包括两座全新的研发大楼，其中的设施和实验室将用于推进化学研究项目，开发全新的可持续解决方案。自 2012 年以来，巴斯夫在上海创新园的总投资额达到约 2.8 亿欧元（约合人民币 22 亿元），进一步强化了其创新能力，以更好地支持中国乃至亚太地区客户的需求。（来源：中国化妆品）

22. 国内最大化妆品多肽原料供应商湃肽生物冲 IPO

6 月 28 日，湃肽生物在深交所递交招股书，拟创业板挂牌上市。招股书显示，湃肽生物是国内最大的化妆品多肽原料供应商，合作了珀莱雅、华熙生物、丸美等知名化妆品企业。2022 年，其

营收 2.13 亿元，净利润 0.70 亿元。以湃肤生物的体量，其将成为“A 股美容肽第一股”。（来源：青眼）

23. 海关总署发布 5 月全国未准入境化妆品信息

6 月 28 日，海关总署进出口食品安全局发布 5 月全国未准入境化妆品信息：海南省免税品有限公司进口的商品“馥蕾诗古源白松露珍萃修护睡眠面膜”，上海统罗商贸有限公司进口的商品“施巴倍护洗手液”，未按要求提供证书或合格证明材料；东莞市亿灿国际供应链有限公司进口的“膏医生专业修护蛀牙牙膏”和“膏医生丁朋乳膏牙膏”，标签不合格。以上未准入境的化妆品在进口检验时不符合化妆品安全国家标准或相关法律法规要求，均已依法做退货或销毁处理。（来源：中国化妆品）

24. 定制护发品牌 Prose 推出首个 AI 驱动型护肤品

6 月 29 日，据外媒报道，美国定制护发品牌 Prose 推出首个人工智能驱动的护肤品系列，包括可定制的洁面乳、精华液和保湿霜。该品牌的个性化定制服务不仅可以定制配方，还能够定制产品质地和香味，敏感肌人群可选择定制无香型。该品牌针对各种肌肤问题，可提供超过 1500 万种人工智能配方组合。此外，其还提供在线皮肤咨询，可评估 80 多种因素，包括用户的皮肤类型、饮食、压力和环境，以确定合适的产品搭配。（来源：中国化妆品）

● 医美行业新闻：

1. 瑞蓝新品 Restylane Eyelight 获美国 FDA 批准上市，用于改善黑眼圈

6 月 5 日，高德美宣告，瑞蓝系列新品 Restylane Eyelight 获得美国 FDA 批准上市。其采用 NASHA 交联透明质酸技术，配有利多卡因。FDA 批准的适应症是 21 岁以上成人眶下凹陷（≈黑眼圈），2021 年末已经在欧洲上市，2023 年 6 月在美国上市。（来源：医美行业观察）

2. 爱美客启动新一款“PLLA-PEG”产品 NMPA 临床研究

爱美客正式启动关于“含左旋乳酸-乙二醇共聚物微球的交联透明质酸钠凝胶”的多中心、随机、盲法评价、平行对照、优效设计临床试验，用于评估产品矫正中面部容量缺失和/或中面部轮廓缺陷的有效性和安全性。（来源：医美行业观察）

3. 奇致激光发布公告说明公司公开发行股票并在北交所上市辅导情况

奇致激光与长江证券承销保荐有限公司签订了《首次公开发行股票并上市辅导协议书》。提交辅导备案材料：公司于2023年6月12日向中国证券监督管理委员会湖北监管局报送了辅导备案登记申请材料。完成辅导备案：中国证券监督管理委员会湖北监管局于2023年6月14日对公司提交的辅导备案申请予以受理，公司自2023年6月14日开始进入辅导期，辅导机构为长江承销保荐。（来源：医美行业观察）

4. Gelesis 公司减重胶囊 PLENITY®终止注册审查

6月19日，NMPA对Gelesis Inc申请的“纤维素水凝胶胶囊”（受理号：JQZ2200339，代理人：深圳市康哲药业有限公司，商品名：Plenity）终止注册审查。（来源：医美行业观察）

5. 华东医药旗下琿信生物与尧唐生物达成战略合作

6月20日，据华东医药消息，公司旗下控股子公司杭州琿信生物科技有限公司与尧唐（上海）生物科技有限公司在杭州签署战略合作协议，联合开发基因编辑产品、mRNA药物及服务的国内外业务。（来源：医美行业观察）

6. Haircare 等头皮注射针剂按照医疗器械监管

6月26日，国家药品监督管理局医疗器械标准管理中心对外发布《2022-2023年度药械组合产品属性界定结果汇总》。本次《结果汇总》系2022年6月1日至2023年5月31日期间的药械组合产品属性界定结果。其中，杭州科腾生物制品有限公司的“头发填充剂”、华熙生物科技股份有限公司的“注射用透明质酸钠复合溶液（HAIRCARE）”与北京溪颜空间科技有限公司的“注射用透明质酸钠复合溶液（CellBooster®HAIR）”均被界定为以医疗器械为主的药械组合产品。（来源：医美行业观察）

7. 朗姿股份定增募资 16.68 亿元加码医美

6月27日，朗姿股份拟向不超过35名特定投资者募资16.68亿元，用于米兰柏羽（成都锦江、重庆、郑州金水、青岛米兰、昆明）医院建设项目、朗姿医疗美容研究院建设项目以及补充流动资金，总投资额分别为13.24/0.43/4.2亿元，拟投入募集资金12.11/0.37/4.2亿元。（来源：医美行业观察）

3.2 行业新闻

【江苏吴中】6月1日，公司发布关于控股股东部分股份质押的公告，公告控股股东苏州吴中投资控股有限公司持有公司1.2亿股股份（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8258万股，占其持有公司股份总数的67.25%，占公司总股本的11.59%。

【上海家化】6月7日，公司发布关于回购注销部分限制性股票的公告，鉴于2020年限制性股票激励计划部分激励对象已离职，以及第二个解除限售期公司层面业绩考核未达标；2022年限制性股票激励计划第一个解除限售期公司层面业绩考核未达标，公司拟回购注销相应部分限制性股票，本次共计回购注销264.93万股限制性股票。

【爱美客】6月12日，公司发布关于回购公司股份方案的公告。爱美客技术发展股份有限公司计划使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司部分社会公众股份，用于实施股权激励或员工持股计划。回购的资金总额不低于人民币2亿元（含），不超过人民币4亿元（含），具体回购金额以回购实施完成时实际回购的金额为准。回购价格不超过人民币450.00元/股（含）。回购数量按回购价格上限450.00元/股测算，回购期限自公司董事会审议通过本次回购股份方案之日起不超过12个月。

【贝泰妮】6月12日，公司发布关于持股5%以上股东股份减持计划时间过半的进展公告。贝泰妮于2023年4月21日披露了公司持股5%以上股东天津红杉聚业股权投资合伙企业（有限合伙）的相关股份减持计划。截至2023年6月10日，本次减持计划时间已过半，红杉聚业未减持公司股份，所持公司股份数量未发生变化，且本次减持计划尚未实施完毕。

【四环医药】6月13日，公司发布公告称集团旗下非全资附属公司惠升生物制药股份有限公司（惠升生物）研发的司美格鲁肽注射液用于治疗2型糖尿病的临床试验申请（IND申请）已获中华人民共和国国家药品监督管理局受理这是惠升生物提交临床实验申请的首个胰高血糖素样肽-1（GLP-1）类似物。

【珀莱雅】6月13日，公司发布关于持股5%以上股东部分股份被司法冻结的公告。公告显示方玉友先生持有珀莱雅化妆品股份有限公司股份5962.53万股，占公司总股本的15.02%；本次司法冻结股数1704.13万股，占方玉友先生所持有公司股份数的28.58%，占公司总股本的4.29%。本次司法冻结不会导致公司控制权发生变更，亦不会对公司持续经营产生不利影响。

【水羊股份】6月13日，公司发布关于开展外汇套期保值业务的进展公告。同意公司及子公司使用自有资金开展外汇套期保值业务，预计动用交易保证金和权利金上限不超过1.2亿元人民币或等值外币，任一交易日持有的最高合约价值不超过20亿元人民币或等值外币金额，授权期限自2022年年度股东大会审议通过之日起十二个月内可循环滚动使用，并授权董事长或其授权人士在额度范围内行使相关决策权、签署相关合同文件，具体事项由公司财务部负责组织实施。

【嘉必优】6月14日，公司发布首次公开发行部分限售股上市流通公告。本次上市流通的限售股为公司首次公开发行部分限售股，涉及公司控股股东武汉烯王及实际控制人易德伟先生2名股东，合计持有公司股份5476.53万股，上述股份原锁定期为自公司股票上市之日起36个月；2022年12月，武汉烯王及易德伟先生自愿将其持有的公司首次公开发行前限售股锁定期自期满之日起延长6个月至2023年6月17日。现锁定期即将届满，将于2023年6月19日起上市流通。

【若羽臣】6月16日，公司发布关于原持股5%以上股东及其一致行动人减持计划数量过半的进展公告。2023年6月15日，公司收到晨晖盛景、晨晖朗姿、晏小平共同出具的《关于股份减持计划实施进展的告知函》，上述股东于2023年1月4日-2023年6月15日通过集中竞价交易和大宗交易方式减持公司股份244.68万股，占公司总股本的2.01%，本次减持计划减持数量已过半。

【医思健康】6月19日，公司发布内幕消息盈利警告。公司董事会谨此通知本公司股东及潜在投资者，董事会基于可得之初步未经审计的本集团截至2023年3月31日止的年度的综合管理账目所作出最新评估，预计集团录得财务记录如下：(i) 报告期内除税后溢利（「纯利」）较截至2022年3月31日同期的约2.71亿港元纯利减少不多于61%；(ii) 报告期内扣除利息、税项、自有物

业折旧、厂房及设备摊销前之盈利较截至 2022 年 3 月 31 日的期间相应的约 5.36 亿港元息税折旧及摊销前之盈利，减少不多于 20%。

【美丽田园医疗健康】6 月 20 日，公司发布 2023 年上半年收购进度。2023 年 5 月 7 日，本集团子公司上海美丽田园医疗健康产业有限公司与成都幽兰品牌实际控制人及其关联公司签署收购协议，以对价约人民币 400 万元投资幽兰品牌美容业务，上述投资重组完成后，上海美丽田园医疗健康产业有限公司将持有相关业务项目公司 20% 的股权。

【爱美客】6 月 20 日，公司发布回购报告书。爱美客计划使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司部分社会公众股份，用于实施股权激励或员工持股计划。本次回购的资金总额不低于人民币 2 亿元（含），不超过人民币 4 亿元（含），回购价格不超过人民币 450.00 元/股（含），具体回购金额以回购实施完成时实际回购的金额为准。本次回购实施期限自公司董事会审议通过本次回购股份方案之日起不超过 12 个月。

【科思股份】6 月 20 日，公司发布关于与南京江宁经济技术开发区管理委员会签订投资建设协议的公告。公司与南京江宁经济技术开发区管理委员会于 2023 年 6 月 19 日签订了《投资建设协议》，计划投资建设“高端个人护理品产业基地二期项目”，主要建设个人护理品生产中心、研发中心、产品应用中心、分析中心及配套功能区。项目投资总额不低于 3.5 亿元，用地面积约 30 亩。

【珀莱雅】6 月 21 日，公司发布关于回购注销部分股权激励限制性股票的公告。公司第三届董事会第十二次会议、第三届监事会第十一次会议于 2023 年 6 月 20 日审议通过了《关于回购注销部分股权激励限制性股票的议案》。鉴于公司 2022 年限制性股票激励计划授予的 6 名激励对象已离职而不再符合激励条件，同意将其已获授但尚未解除限售的 7.80 万股限制性股票进行回购注销；同时，因授予的 3 名激励对象 2022 年绩效考核未达标，不满足当期限制性股票全部解除限售的条件，同意对其已获授但尚未解除限售的 2.73 万股限制性股票予以回购注销，本次回购注销的限制性股票合计 10.54 万股。

【贝泰妮】6月26日，公司发布关于持股5%以上股东减持股份计划时间过半的进展公告。公司于近日收到了持股5%以上股东臻丽咨询出具的《关于贝泰妮减持计划的告知函》。截至2023年6月25日，臻丽咨询在本次减持计划期间累计减持182.91万股，占公司总股本的0.43%。本次减持计划的时间已过半，减持计划尚未实施完毕。

【四环医药】6月26日，公司发布公告称轩竹生物自主研发创新药品安奈拉唑钠肠溶片获国家药监局批准上市。轩竹生物自主研发的质子泵抑制剂(PPI)安奈拉唑钠肠溶片获国家药监局颁发的药品注册批件，用于治疗十二指肠溃疡。是轩竹生物首个获批上市的药物，标志著轩竹生物从研发步入商业化发展的新里程，是首个且唯一一个中国自主研发的质子泵抑制剂(PPI)，其I-III期临床研究均以中国人群为对象，是适合中国患者的PPI。

【上海家化】6月28日，公司发布关于回购注销部分限制性股票通知债权人的公告。本次拟回购注销已授予但尚未解除限售的限制性股票合计264.93万股。回购完毕后，将向中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请该部分股票的注销。注销完成后，公司总股本将由6.79亿股变为6.76亿股，公司注册资本也将由6.79亿元减少至6.76亿元。

【中宠股份】6月28日，公司发布2022年度公开发行可转换公司债券受托管理事务报告。本次发行证券的种类为可转换为公司A股股票的可转换公司债券，该可转债及未来转换的A股股票将在深交所上市。本次拟发行可转债募集资金总额为人民币7.69亿元，发行数量为769.05万张，发行的可转债按面值发行，每张面值为人民币100元。

【华东医药】6月29日，公司发布控股子公司获得药物临床试验批准通知书公告。肿瘤领域是公司创新研发的核心战略领域之一。截至公告期，全球尚无同时靶向PD-L1、VEGF和TGF- β 的抗体融合蛋白药物上市，此次注射用DR30206在中国的临床试验获批，是该款新药研发进程中的一大重要进展。将进一步丰富公司在肿瘤领域的产品管线，加速公司融入全球创新医药产业的步伐，进一步提升公司综合竞争力。

【丸美股份】6月29日，公司发布关于限制性股票回购注销实施公告。2020年限制性股票激励计划首次授予的4名激励对象因离职已不再符合本次激励计划相关的激励条件，其已获授但尚未解除限售的限制性股票共计3.65万股，由公司按照授予价格回购注销。除离职激励对象，46名激励对象所对应首次授予第二个解除限售期未能解除限售的限制性股票共计17.49万股，应由公司按授予价格回购注销；公司终止实施本激励计划，公司需回购注销剩余46名激励对象已获授但尚未解除限售23.32万股限制性股票，回购价格为授予价格。

4 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。