

## 618 美妆行业继续维持高增长，新锐国牌表现突出

### ——化妆品行业数据跟踪报告

#### 报告要点：

- **消费升级及用户下沉两大趋势助力，整体大盘增长 11.8%**

618 全网交易总额 3180.75 亿元（6.1-6.18），同比增长 11.8%，超去年双十一日交易额（单日）3143.2 亿元。分平台看，京东、天猫、拼多多、苏宁易购以及网易电商位列平台交易额前五。

- **美妆板块保持高景气和爆发力，天猫美妆 618 增速超 70%。**

6 月 16 日活动进入冲刺阶段的首日，天猫个护 3 分钟成交额即超去年全天，天猫美妆 59 秒即成交破亿，13 分钟成交额超去年全天，品类爆发力领跑。618 期间天猫美妆成交同比增长超 70%，品类上眼霜和精华，成交增速分别为 192%、134%。

- **国货崛起势头明显，彩妆品牌表现更优。**

在天猫 618 的 110 个破亿品牌中，6 成为国货品牌，新进国货“破亿”，其中美妆品牌完美日记以 1193% 的增速领跑。TOP10 品牌中，国产品牌特别是新锐品牌占据半壁江山，完美日记、花西子、WIS、膜法世家以及蝶芙兰上榜。增速上，589 个国货美妆品牌成交同比增长超 100%，183 个国货美妆成交同比增长超 1000%。老牌国货通过新颖的营销方式重新进入消费者视野，如红地球、美加净、佰草集等经典美妆品牌分别用时 10 秒、17 分钟、50 分钟销售额便超去年全天。新锐国货品牌中，赫丽尔斯、花西子、冰希黎、dreamtimes、完美日记等成交额增速均达到 10 倍以上。

- **重点上市公司数据跟踪**

我们跟踪了上海家化及珀莱雅子品牌天猫旗舰店 618 数据（6.1-6.18）。珀莱雅品牌在去年高销量基数上同比增速 8.4%。上海家化旗下主佰草集同比增长 17.6%，六神、高夫、美加净、玉泽、启初均增长 25% 以上，其中药妆品牌玉泽表现最为亮眼，增速高达 76.6%。

- **投资建议**

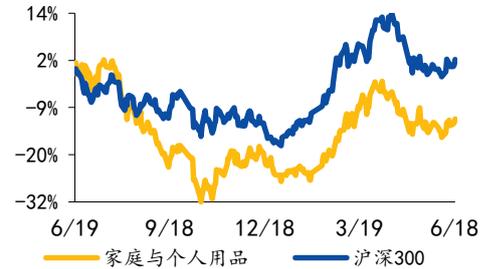
消费人口叠加消费额两端驱动下，化妆品行业整体景气度较高，5 月限额以上化妆品类商品零售同比增长 16.7%，领跑其他品类。618 整体数据上，美妆线上增速大幅领先大盘，其中国产新锐品牌崛起速度更加迅猛。维持行业“推荐”评级。继续关注多品牌多渠道+重点品牌重新焕活的上海家化，以及对行业趋势把握精准的大众化妆品龙头珀莱雅。

- **风险提示**

行业景气度下滑、品牌竞争加剧

## 推荐|维持

#### 过去一年市场行情



资料来源：Wind

#### 相关研究报告

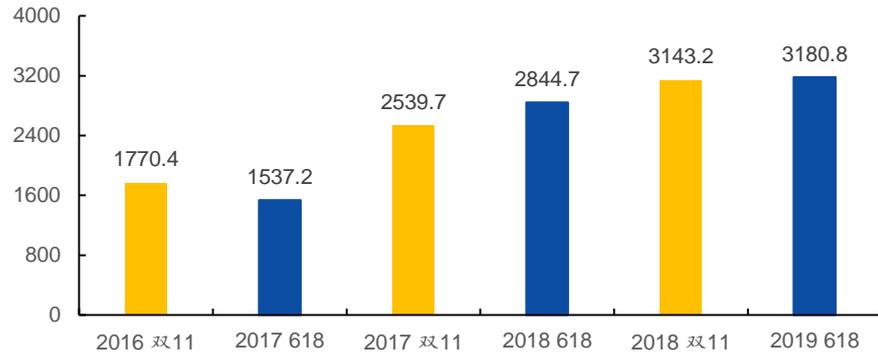
#### 报告作者

分析师 李典  
执业证书编号 S0020516080001  
电话 021-51097188-1866  
邮箱 lidian@gyzq.com.cn

\*感谢实习生杨柳对本报告贡献

1、根据星图数据，618 全网交易总额 3180.75 亿元（6.1-6.18），同比增长 11.8%，超去年双十一交易额（单日）3143.2 亿元。分平台看，京东、天猫、拼多多、苏宁易购以及网易电商位列平台交易额前五。其中，京东平台累计下单金额 2015 亿元，同比增长 26.6%，。天猫平台过百个品牌成交额超 2018 年双十一，超 110 个品牌成交过亿；拼多多订单数突破 11 亿，GMV 同比增长超过 300%；苏宁全渠道订单量同比增长 133%。

图 1：618（6.1-6.18）全网成交额以及双 11（单日）成交额对比（亿元）



资料来源：星图数据，国元证券研究中心

图 2：主要电商平台 618 成绩汇总

<p><b>天猫</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6月1日至6月18日期间，过百品牌成交超去年双11，超过110个品牌成交过亿，其中6成为国货品牌。</li> <li>618期间，聚划算18天为品牌拉动3亿新客，在三至五线城市购买用户和购买金额同比增长双双超过100%。</li> </ul>	<p><b>京东</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6月1日0点到6月18日24点，京东平台累计下单金额达到2015亿元，同比增长26.6%，覆盖全球消费者达7.5亿。</li> <li>618期间，3000元以上扫地机器人、擦窗机等产品成交额同比超200%以上；2000元以上高端美发护发类产品成交额同比增幅高达220%</li> </ul>
<p><b>拼多多</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>截至6月18日24点前订单数超11亿笔，GMV同比增长超过300%。</li> <li>618期间新款iPhone系列销售额近20亿；3C产品在下沉市场订单量同比增速首次超过一二线城市；水果生鲜、食品等农（副）产品订单中，约七成来自一二线城市。</li> </ul>	<p><b>苏宁</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>从6月1日到18日晚6点，苏宁全渠道订单量同比增长133%，其中，家电订单量同比增长83%，大快消订单量同比增长245%。</li> <li>618期间，在县镇市场，苏宁零售云销售额同比增长222%、销售量同比增长566%，共计3156家门店参加618。</li> </ul>
<p><b>网易考拉</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6月18日当天，网易考拉仅用101分钟，销售额便突破去年618全天销售额。</li> <li>开跑一小时数据显示，美妆、母婴类目依旧强势领跑，婴幼儿奶粉、纸尿裤、乳液面霜、面部精华和爽肤水成最受跨境海淘用户欢迎的五大类型商品，同比去年保持了超三位数的增速。</li> </ul>	<p><b>小红书</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6月18日凌晨一点，小红书商城交易量超去年同期的2倍。</li> </ul>

资料来源：亿邦动力网，天猫，京东，拼多多，苏宁，网易考拉，小红书，国元证券研究中心

2、美妆品类继续保持了高的景气度，增速领跑，天猫美妆增速超 70%。6 月 16 日活动进入冲刺阶段的首日，天猫个护 3 分钟成交额即超去年全天，天猫美妆 59 秒即成交破亿，13 分钟成交额超去年全天，品类爆发力领跑。618 期间天猫美妆成交同比增长超 70%，品类上眼霜和精华，成交增速分别为 192%、134%。

图 3：天猫平台美妆个护行业爆发领跑（2019 年 6 月 16 日数据）

天猫个护	天猫美妆
3分钟成交超去年全天	13分钟成交超去年全天
天猫服饰	天猫消费电子
1小时45分钟成交超去年全天	7小时15分钟成交超去年全天

资料来源：天猫，国元证券研究中心

3、品牌方面，国货强劲崛起，破亿品牌中彩妆国牌增速领跑。在天猫 618 的 110 个破亿品牌中，6 成为国货品牌，新进国货“破亿”品牌包括完美日记、回力、五芳斋、华为、伊利、南极人等，其中美妆品牌完美日记以 1193% 的增速领跑。正如我们此前报告中所分析的，在化妆品整体消费需求日趋细分化多元化趋势下，本土品牌凭借更强的消费者洞察，整体消费需求变化的把握以及响应上要远远快于国际品牌，从而带动国货品牌的迅速崛起。TOP10 品牌中，国产品牌特别是新锐品牌占据半壁江山，完美日记、花西子、WIS、膜法世家以及蝶芙兰上榜。

增速上，589 个国货美妆品牌成交同比增长超 100%，183 个国货美妆成交同比增长超 1000%。老牌国货通过新颖的营销方式重新进入消费者视野，如红地球、美加净、佰草集等经典美妆品牌分别用时 10 秒、17 分钟、50 分钟销售额便超去年全天。新锐国货品牌中，赫丽尔斯、花西子、冰希黎、dreamtimes、完美日记等成交额增速均达到 10 倍以上。

图 4：部分新锐国货品牌成交额增长率



资料来源：天猫，国元证券研究中心

4、营销端上看，直播成行业增长新动力，引流显著。618 淘宝直播引导成交超 130 亿。美妆个护产品其购买力受广告营销、KOL 推荐影响极大，同时直播又具有娱乐

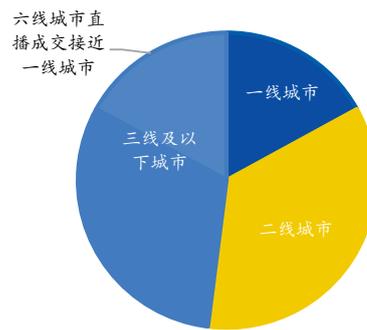
属性，因此“边看边买”淘宝直播成为推动美妆品类销售的重要营销方式，逐渐成为线上店铺运营“标配”。6月1日当天，淘宝直播整体成交同比增长近600%。著名主播薇娅viva的直播间开场仅一个半小时成交额就突破6200万，包括护肤品套装、面膜、按摩椅等各种品类；李佳琦在3分钟内即售出5000支单资生堂红腰子，对应单品销售额超过600万。而从消费者触达来看，淘宝直播也对于消费下沉起到积极作用，近半数直播成交额发生在三线及以下城市。其中六线城市直播成交占比接近一线城市。

图 5：知名淘宝主播在进行直播销售



资料来源：淘宝 APP，聚美丽，国元证券研究中心

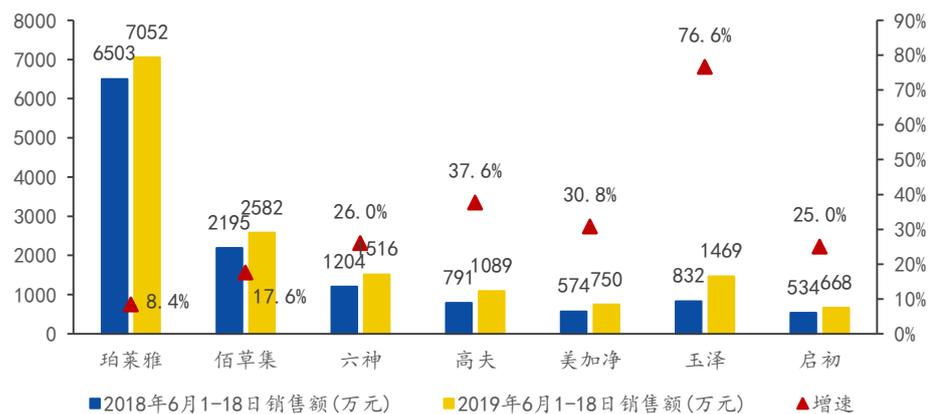
图 6：各线城市淘宝直播销售占比



资料来源：天猫，国元证券研究中心

**5、重点上市公司品牌数据跟踪。**我们跟踪了上海家化及珀莱雅子品牌天猫旗舰店618数据。珀莱雅品牌在去年高销量基数上同比增速8.4%。上海家化旗下主百草集同比增长17.6%，六神、高夫、美加净、玉泽、启初均增长25%以上，其中美妆品牌玉泽表现最为亮眼，增速高达76.6%。

图 7：珀莱雅与上海家化旗下品牌天猫旗舰店 6 月 1-18 日销售额及同比增速



资料来源：淘数据，国元证券研究中心

## 6、投资建议

消费人口叠加消费额两端驱动下，化妆品行业整体景气度较高，5月限额以上化妆品类商品零售同比增长16.7%，领跑其他品类。618整体数据上，美妆线上增速大幅领先大盘，其中国产新锐品牌崛起速度更加迅猛。维持行业“推荐”评级。继续关注多

品牌多渠道+重点品牌重新焕活的上海家化，以及对行业趋势把握精准的大众化妆品龙头珀莱雅。

## 7、风险提示

行业景气度下滑，品牌竞争加剧

## 投资评级说明

(1) 公司评级定义		(2) 行业评级定义	
买入	预计未来 6 个月内，股价涨跌幅优于上证指数 20% 以上	推荐	预计未来 6 个月内，行业指数表现优于市场指数 10% 以上
增持	预计未来 6 个月内，股价涨跌幅优于上证指数 5-20% 之间	中性	预计未来 6 个月内，行业指数表现介于市场指数±10% 之间
持有	预计未来 6 个月内，股价涨跌幅介于上证指数±5% 之间	回避	预计未来 6 个月内，行业指数表现劣于市场指数 10% 以上
卖出	预计未来 6 个月内，股价涨跌幅劣于上证指数 5% 以上		

## 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执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本人承诺报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业操守和专业能力，本报告清晰准确地反映了本人的研究观点并通过合理判断得出结论，结论不受任何第三方的授意、影响。

## 证券投资咨询业务的说明

根据中国证监会颁发的《经营证券业务许可证》(Z23834000),国元证券股份有限公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询业务是指取得监管部门颁发的相关资格的机构及其咨询人员为证券投资者或客户提供证券投资的相关信息、分析、预测或建议，并直接或间接收取服务费用的活动。证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。

## 一般性声明

本报告仅供国元证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。若国元证券以外的金融机构或任何第三方机构发送本报告，则由该金融机构或第三方机构独自为此发送行为负责。本报告不构成国元证券向发送本报告的金融机构或第三方机构之客户提供的投资建议，国元证券及其员工亦不为上述金融机构或第三方机构之客户因使用本报告或报告载述的内容引起的直接或间接损失承担任何责任。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的信息、资料、分析工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的投资建议或要约邀请。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取投资银行业务服务或其他服务。

## 免责声明

本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠，但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有，未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅，如需引用或转载本报告，务必与本公司研究中心联系。网址：

[www.gyzq.com.cn](http://www.gyzq.com.cn)

## 国元证券研究中心

合肥	上海
地址：安徽省合肥市梅山路 18 号安徽国际金融中心 A 座国元证券	地址：上海市浦东新区民生路 1199 号证大五道口广场 16 楼国元证券
邮编：230000	邮编：200135
传真：(0551) 62207952	传真：(021) 68869125
	电话：(021) 51097188