

全球观察之资生堂集团

中国内地市场、高端品牌延续增长，收购美国护肤品牌醉象

分析师： 洪涛



SAC 执证号: S0260514050005

SFC CE.no: BNV287



021-60750633



hongtao@gf.com.cn

核心观点：

● 3Q19 中国内地市场、高端品牌、旅游零售渠道延续高增长

日本化妆品巨头资生堂集团拥有高端、大众、香水、个护等共 40 个子品牌。据公司三季报，前三季度公司销售额为 8466 亿日元，剔除业务变动和汇率影响后，可比增速为 7.7%；其中单三季度销售额为 2820 亿日元，可比增速为 8.6%，实现连续 11 个季度正增长。业绩增长主要受高端品牌、中国内地市场和旅游零售渠道驱动。

分品类看，3Q19 高端品牌收入增速为 11%，核心品牌均实现双位数增长：资生堂品牌受益 ULTIMUNE 眼部精华和新品超进化持久粉底液，目标成为首个销售额破 2000 亿日元的品牌；肌肤之钥增速超过 20%，新护肤产品线 and 全球渠道拓展是主要增长点；IPSA 受益日本市场强劲增长和亚洲旅游零售渠道渗透率的提升；香水系列受 Dolce&Gabbana、narciso rodriguez 新产品推动，在 EMEA、美洲市场表现突出。

分地区看，日本作为资生堂最大市场，3Q19 销售额可比上升 10.1%，主要受新品推出、入境游客增加和本地消费者在消费税上调前囤货驱动。中国市场可比增速为 13.8%，其中中国内地增速达 22%，高端品牌资生堂、肌肤之钥、NARS 等增速高达 40% 以上；大众品牌中 ELIXIR、ANESSA 增速稳定，但 AUPRES、SENKA 表现不佳。美洲地区收入可比增速为 -2.9%，主要由于彩妆市场疲软拖累。亚太（除中国、日本）和 EMEA 地区可比增速分别为 -1.8% 和 7.3%，亚太区受韩国拖累，EMEA 则受益于意大利、西班牙市场。

渠道方面，旅游渠道零售额增速达 20% 以上，亚洲市场增速达 30% 以上，其中中国、韩国增速最高，均超 40%，高端产品和化妆品是主要驱动力，但香水类增速缓慢。电商渠道，中国内地增速暂时放缓至 20%，蓄力“双 11”是主因；中国香港地区客流、收入均出现下降，但跨境电商收入增速超过 80%。

● 收购美国护肤品牌 Drunk Elephant，加大数字化营销投入

公司将全年预测销售额从 11640 亿日元下调至 11340-11390 亿日元，主要原因包括汇率波动、中美贸易不确定性、中国香港地区和韩国收入下滑、美国彩妆市场疲软等。为提升销售额和整体盈利水平，公司主要战略包括：1) 收购美国护肤品牌 Drunk Elephant（醉象）实现全球扩张，加强品牌和公司运营、物流、财务、IT 一体化，加强公司与丝芙兰等渠道的关系；2) 加强旅游零售渠道优势，在北京大兴机场布局 10 个高端、大众品牌专柜；3) 门店方面，肌肤之钥在伦敦 Harrods 百货开设新专柜，NARS 翻新升级现有柜台，美洲地区 bareMineral 正按计划关闭精品店和无盈利门店。4) 品牌营销方面，旗下 5 大化妆品牌与日本迪斯尼进行合作推广；在美洲市场向数字化渠道转型，亚洲电商持续强势的背景下，公司在数字媒体上的投入已经占营销总投入的 50%，比去年提升 10pp。公司针对中国市场：1) 增加对社交媒体的营销投资，并在计划天猫渠道推出资生堂和肌肤之钥等品牌专有产品；2) 在东京涩谷和新宿发布中文户外广告，积极展开跨境营销助力“双 11”。

● 风险提示

宏观经济低迷，对可选消费产生重大不利影响；电商增速放缓，线下渠道增速下滑；新品牌、新品类拓展不达预期。

相关研究：

商业贸易行业:海外巡礼之麦德龙——聚焦 B 端客户的德国批发巨头

2019-11-11

全球观察之雅诗兰黛:中国内地增长加速，美国彩妆市场疲软

2019-11-08

全球观察之欧莱雅:3Q19 增长加速，收购娇韵诗旗下香水品牌

2019-11-05

识别风险，发现价值

请务必阅读末页的免责声明

本报告联系人： 贾雨朦 021-60750604 jiayumeng@gf.com.cn

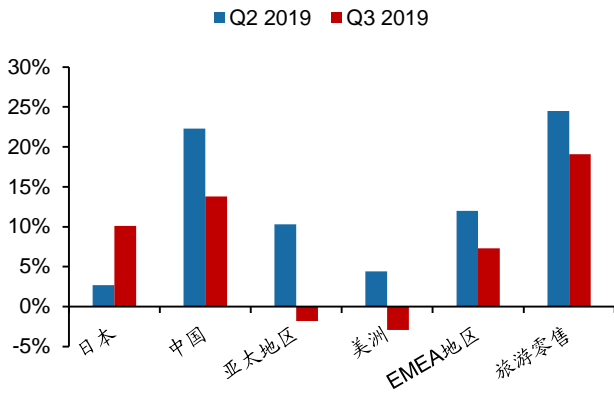
重点公司估值和财务分析表

股票简称	股票代码	货币	最新 收盘价	最近 报告日期	评级	合理价值 (元/股)	EPS(元)		PE(x)		EV/EBITDA(x)		ROE(%)	
							2019E	2020E	2019E	2020E	2019E	2020E	2019E	2020E
南极电商	002127.SZ	CNY	10.61	2019/10/17	买入	14.30	0.51	0.67	20.80	15.84	19.12	14.65	25.1	24.9
苏宁易购	002024.SZ	CNY	10.42	2019/10/31	买入	14.06	2.13	0.39	4.89	26.72	19.22	12.19	19.8	3.8
永辉超市	601933.SH	CNY	7.82	2019/10/30	增持	10.58	0.24	0.31	32.58	25.23	25.74	17.53	10.9	12.1
家家悦	603708.SH	CNY	25.06	2019/10/30	增持	28.78	0.82	0.98	30.56	25.57	16.41	13.85	14.9	15.1
天虹股份	002419.SZ	CNY	10.11	2019/10/24	买入	12.75	0.75	0.80	13.48	12.64	6.04	5.77	14.2	13.9
王府井	600859.SH	CNY	12.77	2019/10/31	买入	18.46	1.42	1.48	8.99	8.63	1.96	1.81	10.9	10.7
重庆百货	600729.SH	CNY	27.79	2019/10/20	买入	39.80	2.38	2.74	11.68	10.14	5.79	5.24	14.5	15.6
周大生	002867.SZ	CNY	17.42	2019/10/30	买入	26.82	1.34	1.62	13.00	10.75	9.75	7.77	20.1	19.6
老凤祥	600612.SH	CNY	48.79	2019/10/27	买入	63.00	2.72	3.15	17.94	15.49	9.05	7.76	18.6	17.8
上海家化	600315.SH	CNY	31.00	2019/10/24	增持	39.43	0.94	1.10	32.98	28.18	27.98	21.98	11.1	11.5
珀莱雅	603605.SH	CNY	88.80	2019/10/30	买入	101.20	1.92	2.53	46.25	35.10	34.29	26.06	18.8	19.5
丸美股份	603983.SH	CNY	70.60	2019/10/30	增持	72.22	1.30	1.51	54.31	46.75	49.77	42.03	19	18.1
爱婴室	603214.SH	CNY	44.65	2019/10/22	买入	55.80	1.52	1.86	29.38	24.01	16.78	14.28	15.4	16.3
红旗连锁	002697.SZ	CNY	7.52	2019/10/17	增持	8.84	0.34	0.41	22.12	18.34	17.64	16.04	13.3	13.7
阿里巴巴	BABA.N	USD	187.16	2019/11/4	买入	225.00	6.53	8.15	28.66	22.96	24.15	18.61	20.4	14.1
京东	JD.O	USD	33.23	2019/10/23	买入	37.70	0.84	1.18	39.56	28.16	33.40	21.82	9.3	7.4

数据来源: Wind、广发证券发展研究中心

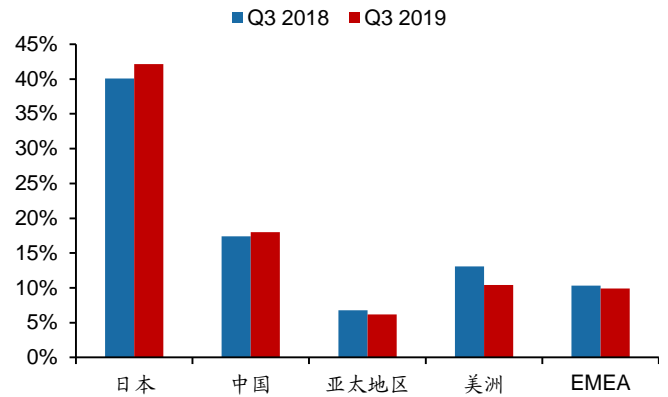
备注: 1) 表中估值指标按照最新收盘价计算; 2) 阿里巴巴 2019E 指 FY2020E (2019/3/31 至 2020/3/31), 采用 non-GAAP 口径 EV/EBITDA 和 EPS; 3) 京东采用 non-GAAP 口径 EPS

图 1: 资生堂集团整体和中国地区同比收入增速



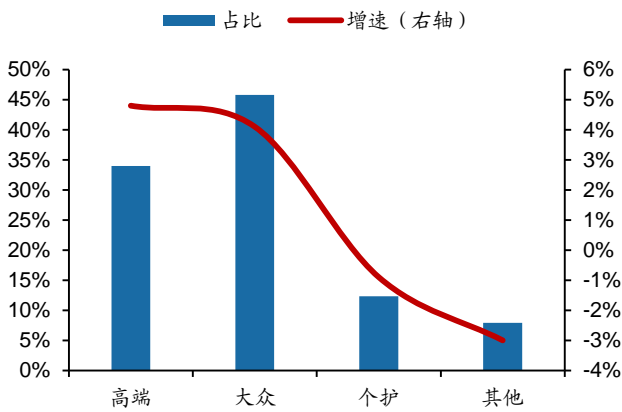
数据来源: Bloomberg, 广发证券发展研究中心

图 2: 资生堂集团分地区收入占比



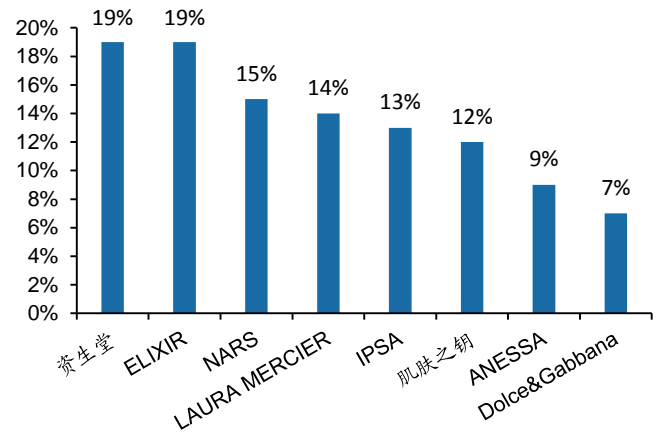
数据来源: 公司财报, 广发证券发展研究中心

图 3: 资生堂集团日本地区3Q19各品类占比和增速



数据来源: 公司财报, 广发证券发展研究中心

图 4: 资生堂集团各品牌前三季度同比收入增速



数据来源: 公司财报, 广发证券发展研究中心

广发商贸零售行业研究小组

洪涛：首席分析师，浙江大学金融学硕士，2010年开始从事商贸零售行业研究，2014年加入广发证券发展研究中心，曾就职于华泰联合证券、平安证券。2015-2017年新财富批零行业第四名，2017年水晶球分析师第一名，2017年金牛分析师第三名。

高峰：资深分析师，上海交通大学管理科学与工程硕士，2018年加入广发证券发展研究中心，曾就职于招商证券。

贾雨朦：联系人，伦敦政治经济学院风险与金融硕士，2018年加入广发证券发展研究中心。

广发证券—行业投资评级说明

- 买入：预期未来12个月内，股价表现强于大盘10%以上。
持有：预期未来12个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-10%~+10%。
卖出：预期未来12个月内，股价表现弱于大盘10%以上。

广发证券—公司投资评级说明

- 买入：预期未来12个月内，股价表现强于大盘15%以上。
增持：预期未来12个月内，股价表现强于大盘5%-15%。
持有：预期未来12个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-5%~+5%。
卖出：预期未来12个月内，股价表现弱于大盘5%以上。

联系我们

	广州市	深圳市	北京市	上海市	香港
地址	广州市天河区马场路 26号广发证券大厦 35楼	深圳市福田区益田路 6001号太平金融大厦 厦31层	北京市西城区月坛北 街2号月坛大厦18 层	上海市浦东新区世纪 大道8号国金中心一 期16楼	香港中环干诺道中 111号永安中心14楼 1401-1410室
邮政编码	510627	518026	100045	200120	
客服邮箱	gfyf@gf.com.cn				

法律主体声明

本报告由广发证券股份有限公司或其关联机构制作，广发证券股份有限公司及其关联机构以下统称为“广发证券”。本报告的分销依据不同国家、地区的法律、法规和监管要求由广发证券于该国家或地区的具有相关合法合规经营资质的子公司/经营机构完成。

广发证券股份有限公司具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，接受中国证监会监管，负责本报告于中国（港澳台地区除外）的分销。

广发证券（香港）经纪有限公司具备香港证监会批复的就证券提供意见（4号牌照）的牌照，接受香港证监会监管，负责本报告于中国香港地区的分销。

本报告署名研究人员所持中国证券业协会注册分析师资质信息和香港证监会批复的牌照信息已于署名研究人员姓名处披露。

重要声明

广发证券股份有限公司及其关联机构可能与本报告中提及的公司寻求或正在建立业务关系，因此，投资者应当考虑广发证券股份有限公司及其关联机构因可能存在的潜在利益冲突而对本报告的独立性产生影响。投资者不应仅依据本报告内容作出任何投资决策。

本报告署名研究人员、联系人（以下均简称“研究人员”）针对本报告中相关公司或证券的研究分析内容，在此声明：（1）本报告的全部分析结论、研究观点均精确反映研究人员于本报告发出当日的关于相关公司或证券的所有个人观点，并不代表广发证券的立场；（2）研究人员的部分或全部的报酬无论在过去、现在还是将来均不会与本报告所述特定分析结论、研究观点具有直接或间接的联系。

研究人员制作本报告的报酬标准依据研究质量、客户评价、工作量等多种因素确定，其影响因素亦包括广发证券的整体经营收入，该等经营收入部分来源于广发证券的投资银行类业务。

本报告仅面向经广发证券授权使用的客户/特定合作机构发送，不对外公开发布，只有接收人才可以使用，且对于接收人而言具有保密义务。广发证券并不因相关人员通过其他途径收到或阅读本报告而视其为广发证券的客户。在特定国家或地区传播或者发布本报告可能违反当地法律，广发证券并未采取任何行动以允许于该等国家或地区传播或者分销本报告。

本报告所提及证券可能不被允许在某些国家或地区内出售。请注意，投资涉及风险，证券价格可能会波动，因此投资回报可能会有所变化，过去的业绩并不保证未来的表现。本报告的内容、观点或建议并未考虑任何个别客户的具体投资目标、财务状况和特殊需求，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的投资建议。本报告发送给某客户是基于该客户被认为有能力独立评估投资风险、独立行使投资决策并独立承担相应风险。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被广发证券认为可靠，但广发证券不对其准确性、完整性做出任何保证。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价。广发证券不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策，如有需要，应先咨询专业意见。

广发证券可发出其它与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告。本报告反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表广发证券的立场。广发证券的销售人员、交易员或其他专业人士可能以书面或口头形式，向其客户或自营交易部门提供与本报告观点相反的市场评论或交易策略，广发证券的自营交易部门亦可能会有与本报告观点不一致，甚至相反的投资策略。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且无需另行通告。广发证券或其证券研究报告业务的相关董事、高级职员、分析师和员工可能拥有本报告所提及证券的权益。在阅读本报告时，收件人应了解相关的权益披露（若有）。

本研究报告可能包括和/或描述/呈列期货合约价格的事实历史信息（“信息”）。请注意此信息仅供用作组成我们的研究方法/分析中的部分论点/依据/证据，以支持我们对所述相关行业/公司的观点的结论。在任何情况下，它并不（明示或暗示）与香港证监会第5类受规管活动（就期货合约提供意见）有关联或构成此活动。

权益披露

(1) 广发证券（香港）跟本研究报告所述公司在过去 12 个月内并没有任何投资银行业务的关系。

版权声明

未经广发证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、刊登、转载和引用者承担。