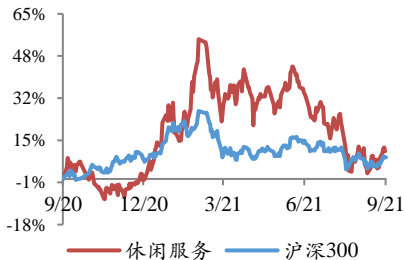


销售同比降幅收窄，板块中报业绩喜人

行业评级：增持

报告日期：2021-09-10

行业指数与沪深300走势比较



分析师：王洪岩

执业证书号：S0010521010001

邮箱：wanghy@hazq.com

相关报告

1. 【华安社服】华熙生物 (688363.SH)：功能性护肤品爆发增长，医美业务战略升级 2021-09-02

主要观点：

● 板块行情回顾：

上证指数8月+4.31%，收报于3543.94点；创业板指本月-6.57%，收报于3214.12点；沪深300指数下跌0.12%，收报于4805.61点。休闲服务板块8月+0.9%，在28个行业内位列中后。

年初至今，休闲服务板块显现下行趋势。年初至今，上证综指+2.04%，创业板指+8.36%，申万休闲服务行业下跌14.78%，跑输上证综指12.74PCT。

医美与化妆品板块：本月wind化妆品、医美指数分别-3.98%、-11.24%，指数分别跑输沪深300大盘3.86PCT和11.12PCT。

● 化妆品行业回顾：护肤和彩妆GMV降幅收窄，国货单品表现突出

根据淘数据，8月护肤板块线上销量为1.02亿件，同比-19.26%，环比+15.06%；GMV为132亿元，同比-6.17%，环比+38.47%。根据淘数据，8月护肤品牌销售额top10全部为国际品牌，前三分别为兰蔻、SK-II、欧莱雅。主要国货品牌，玉泽表现突出，销售额同比增长141.5%。从天猫旗舰店单品销售额看，珀莱雅、华熙生物、丸美股份旗下的珀莱雅双抗精华液2.0 (GMV同比上升284%)、夸迪5D玻尿酸战痘次抛精华原液 (GMV同比上升294%)、丸美黑松露眼膜贴 (GMV同比上升291%)。

根据淘数据，8月彩妆销售量以及GMV分别为9690万件、60亿元，分别同比下降22.09%、12.79%；环比上升7.35%、30.95%。按销售额来看，8月彩妆品类占比前三位分别为面部彩妆 (30.5%)、唇部彩妆 (21.5%)、美容工具 (13.2%)；按销售量来看，占比前三位分别为美容工具 (34.9%)、面部彩妆 (18.4%)、眼部彩妆 (16.7%)。8月彩妆品牌销售额top10包括3个国产彩妆品牌和7个国际品牌。三个国产品牌分别是花西子、完美日记、珂拉琪。

● 中报业绩发布，医美化妆品表现亮眼

8月上市公司发布了公司半年报，医美产品端延续高增态势，爱美客、华熙生物、昊海生科、四环医药营业收入同比分别+162%、+104%、+72%、+81%，归母净利润同比+189%、+35%、+739%、+259%。医美机构端亦表现不俗，奥园美谷营收+291%，归母净利润同比126%，朗姿股份营收+46%，归母净利润同比3344%。化妆品板块业绩快速增长，贝泰妮和水羊股份营收分别+50%、+50%，归母净利润同比分别+65%、164%。

● 投资建议

(1) 化妆品行业：行业内新锐品牌不断涌现，渠道逐渐变迁，唯有多品类发展才能把握行业新机遇。【贝泰妮】细分敏感肌护肤领域龙头；【珀莱雅】多元化的优质品牌商；【上海家化】多品类发展，不断创新

打造新单品；【**丸美股份**】主打中高端，拥有丰富营销、经销渠道；【**水羊股份**】运营能力强，品类结构逐渐改善；（2）**医美行业**：获益于消费者接受程度上升以及年轻化趋势，行业内保持高速增长增长的态势，【**华熙生物**】本土玻尿酸原料龙头；【**爱美客**】童颜针重磅上市，差异化满足更高需求；【**华东医药**】医美业务全线布局；【**昊海生科**】研发、生产及销售一体化；【**四环医药**】肉毒素+双抗并驾齐驱；关注下游医美机构布局的**奥园美谷、朗姿股份、瑞丽医美**等。

● **风险提示**

新客户引流风险；植发行业相关政策风险；行业竞争加剧风险。

正文目录

1 行情回顾	5
2 化妆品行业数据回顾	9
2.1 国货护肤品牌厚积薄发，品牌大单品销售表现靓丽	9
2.2 8月彩妆消费环比回升，国产品牌占据TOP5三席	13
2.3 宏观数据	15
3 行业动态	21
4 公司公告	22
5 风险提示	23

图表目录

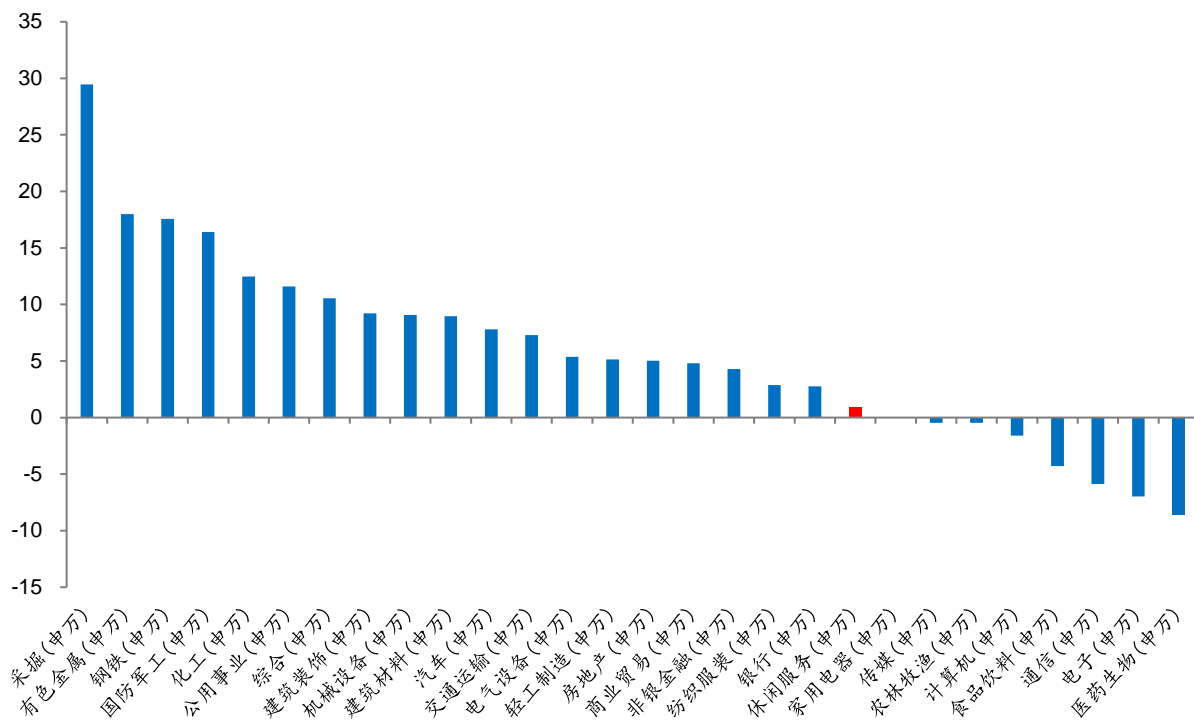
图表 1 2021 年 8 月申万一级行业涨跌幅情况 (%)	5
图表 2 2021 年年初至 8 月 31 日申万一级行业涨跌幅情况 (%)	6
图表 3 2021 年 8 月医美指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比	7
图表 4 2021 年 8 月化妆品指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比	7
图表 5 2021 年 8 月医美板块涨跌幅情况	8
图表 6 2021 年 8 月化妆品板块涨跌幅情况	8
图表 7 8 月重点关注的个股涨跌幅	8
图表 8 8 月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)	9
图表 9 2021 年 8 月美容护肤下属细分类别销量及增速	10
图表 10 2021 年 8 月美容护肤下属细分类别销售额及增速	10
图表 11 护肤销售额和销售量分别占比 (%)	10
图表 12 2021 年 8 月淘系护肤品牌销售额 TOP10	11
图表 13 2021 年 8 月主要国货护肤品牌淘系平台销售数据	11
图表 14 2021 年 8 月部分护肤品牌天猫旗舰店销售额 TOP5 产品统计	11
图表 15 8 月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)	13
图表 16 2021 年 8 月彩妆下属细分类别的销量及增速	14
图表 17 2021 年 8 月彩妆下属细分类别的销售额及增速	14
图表 18 彩妆销售额和销售量分别占比 (%)	14
图表 19 2021 年 8 月淘系彩妆销售额 TOP10	15
图表 20 2021 年 1~8 月 CPI 变动 (%)	16
图表 21 2021 年 8 月 CPI 分类别同比涨跌幅 (%)	17
图表 22 2021 年 8 月 CPI 分类别环比涨跌幅 (%)	17
图表 23 社会消费品零售总额当月值及同比	18
图表 24 社会消费品零售总额累计值及同比	18
图表 25 商品零售额当月值及同比	18
图表 26 商品零售额累计值及同比	18
图表 27 限额以上企业商品零售总额当月值及同比	19
图表 28 限额以上企业商品零售总额累计值及同比	19
图表 29 化妆品零售额当月值及同比	19
图表 30 化妆品零售额累计值及同比	19
图表 31 网上商品和服务零售额	20
图表 32 医美化妆品有关公司半年报业绩汇总	22

1 行情回顾

8月，休闲服务板块走势弱于市场。上证综指和创业板指分别+4.31%、-6.57%，申万休闲服务行业上升0.91%，跑输上证综指3.4PCT。

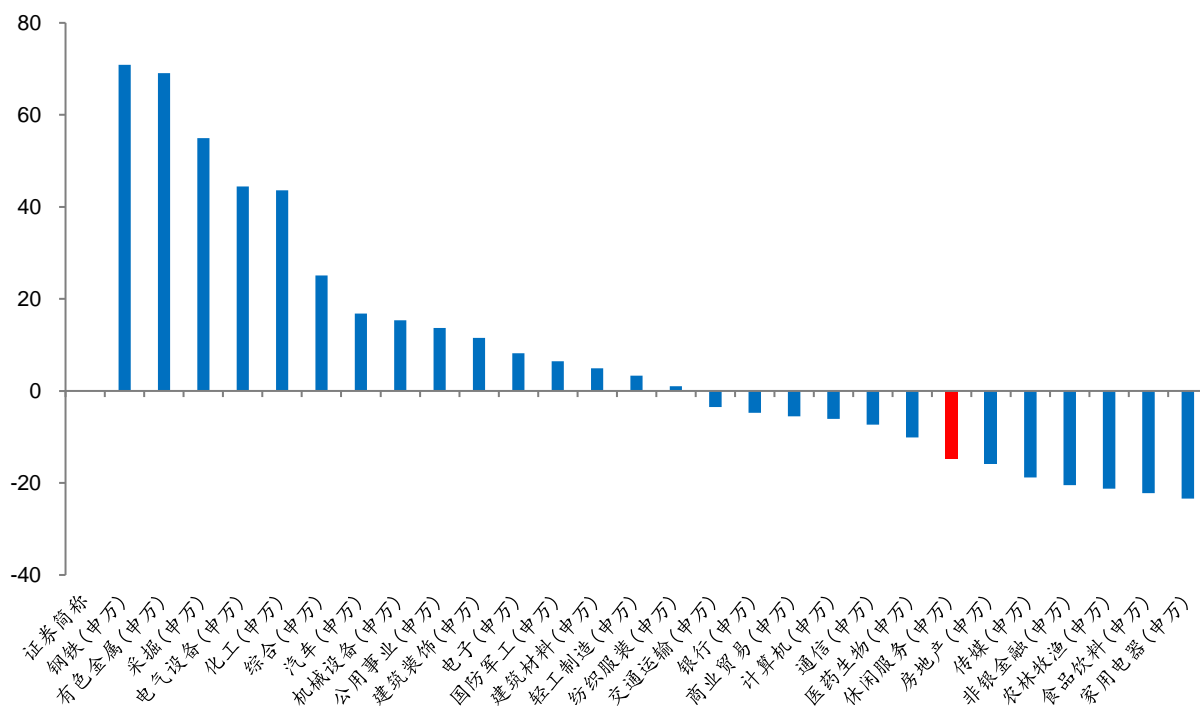
年初至8月底，休闲服务板块显现下行趋势。年初至8月底，上证综指+2.04%，创业板指+8.36%，申万休闲服务行业下跌14.78%，跑输上证综指12.74PCT。

图表 1 2021年8月申万一级行业涨跌幅情况 (%)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 2 2021 年年初至 8 月 31 日申万一级行业涨跌幅情况 (%)

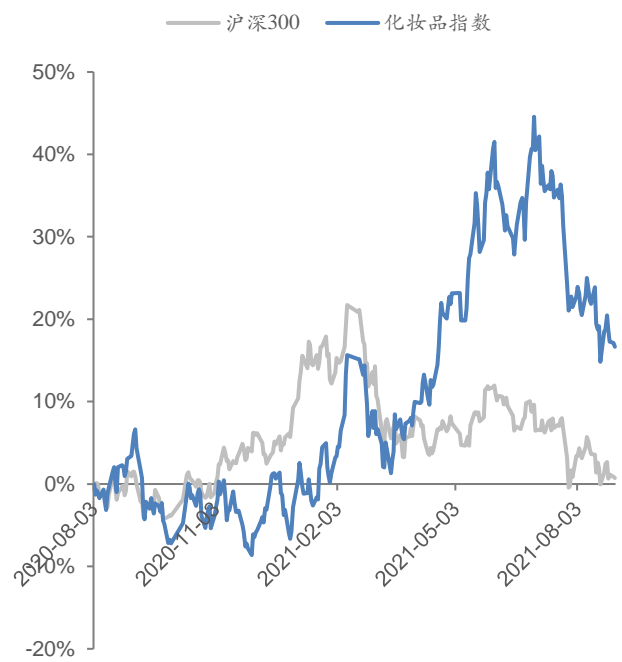
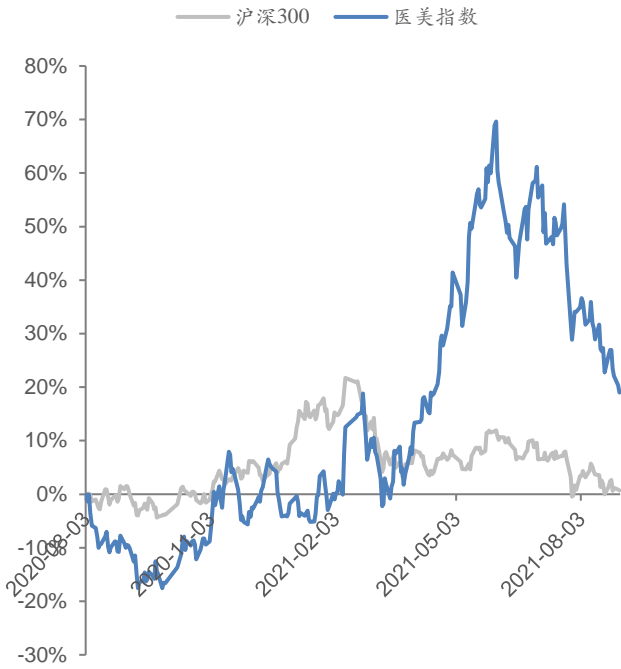


资料来源: wind, 华安证券研究所

8 月, wind 医美、化妆品指数在触及 6 月高点之后总体持续下滑。沪深 300 指数下跌 0.12%, 收报于 4805.61 点。wind 化妆品、医美指数分别下跌 3.98%、11.24%, 指数分别跑输沪深 300 大盘 3.86PCT 和 11.12PCT。年初至 8 月底, 沪深 300 指数 +0.72%, wind 医美指数+18.99%, wind 化妆品指数+16.65%, 分别跑赢沪深 300 指数 18.27PCT、15.93PCT。

图表3 2021年8月医美指数与沪深300指数12个月累计涨跌幅度对比

图表4 2021年8月化妆品指数与沪深300指数12个月累计涨跌幅度对比



资料来源：wind，华安证券研究所

资料来源：wind，华安证券研究所

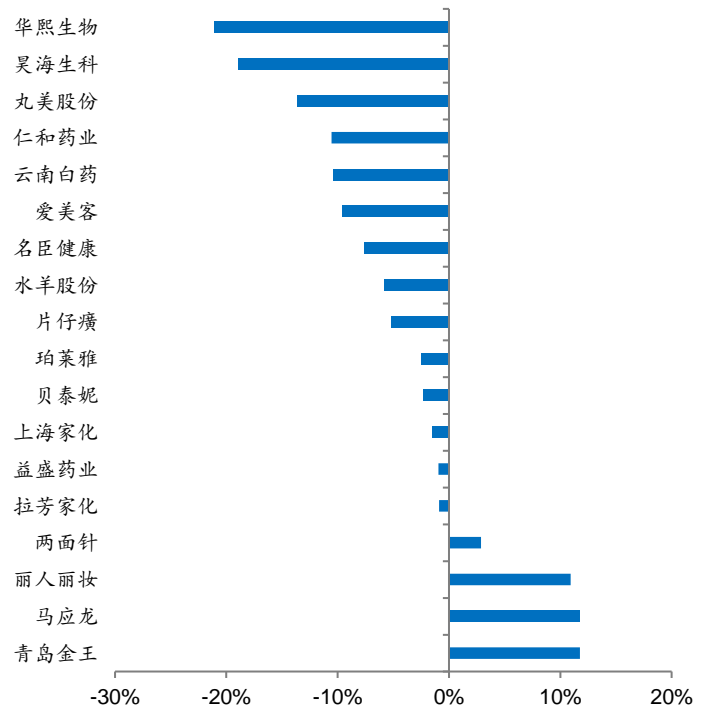
个股方面，8月医美和化妆品板块整体呈下行态势。在wind医美指数成分股中唯有3家公司上涨，剩余17家皆不同程度下跌，涨跌幅度前后三名分别为华邦健康(+10.37%)、鲁商发展(+8.04%)、双鹭药业(+4.32%)；爱尔眼科(-28.11%)、澳洋健康(-27.03%)、复星医药(-22.69%)；在wind化妆品指数成分股中有4家上涨，剩余14家皆下跌，涨幅前后三名分别为青岛金王(+11.78%)、马应龙(+11.69%)、丽人丽妆(+10.92%)；华熙生物(-21.06%)、昊海生科(-18.94%)、丸美股份(-13.61%)。

图表 5 2021 年 8 月医美板块涨跌幅情况



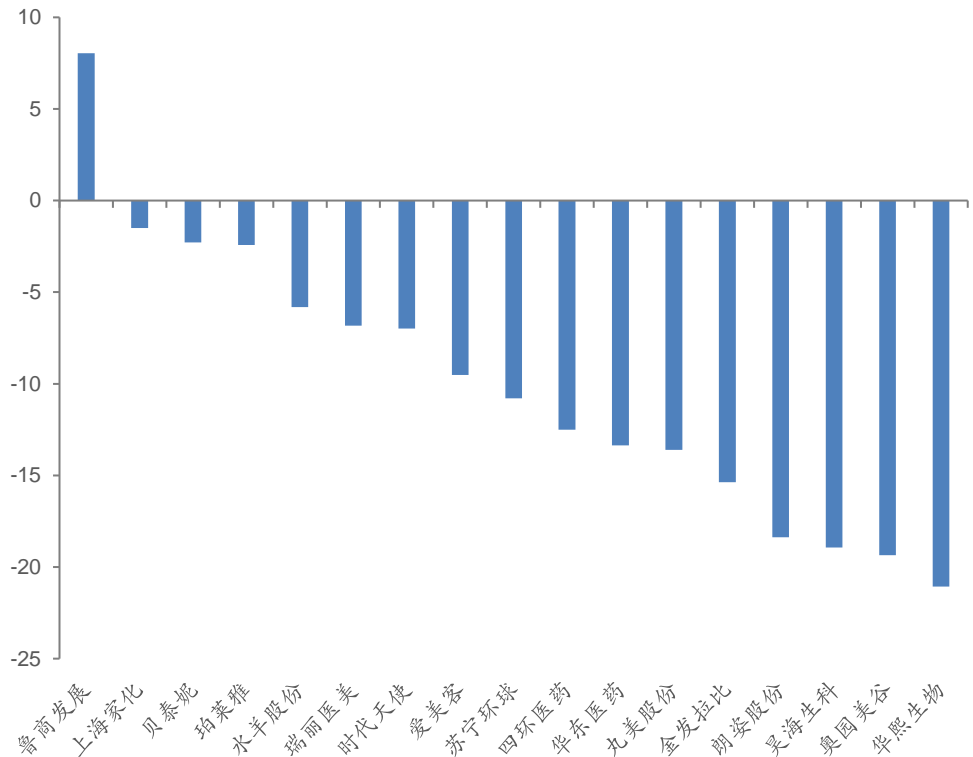
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 6 2021 年 8 月化妆品板块涨跌幅情况



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 7 8 月重点关注的个股涨跌幅



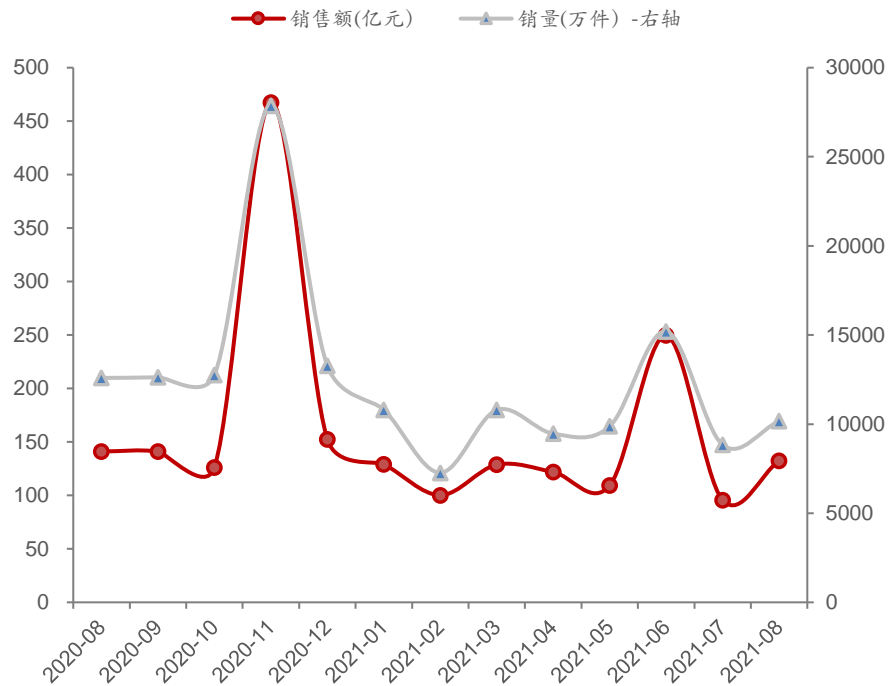
资料来源: wind, 华安证券研究所

2 化妆品行业数据回顾

2.1 国货护肤品牌厚积薄发，品牌大单品销售表现靓丽

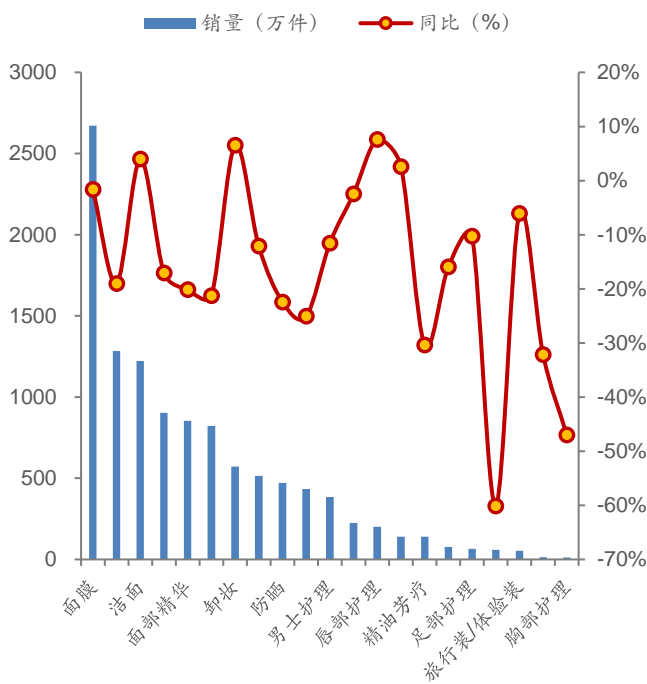
8月全网护肤品销量较7月呈上升态势，面部产品占据8成市场。根据淘数据，8月护肤板块线上销量为1.02亿件，同比-19.26%，环比+15.06%；GMV为132亿元，同比-6.17%，环比+38.47%。按销售额来看，8月护肤品品类占比前三位分别为面部护理套装（26.1%）、面膜（16.5%）、面部精华（13.1%）；按销售量来看，占比前三分别为面膜（23.4%）、洁面（12.4%）、面部护理套装（10.9%）。

图表 8 8月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)

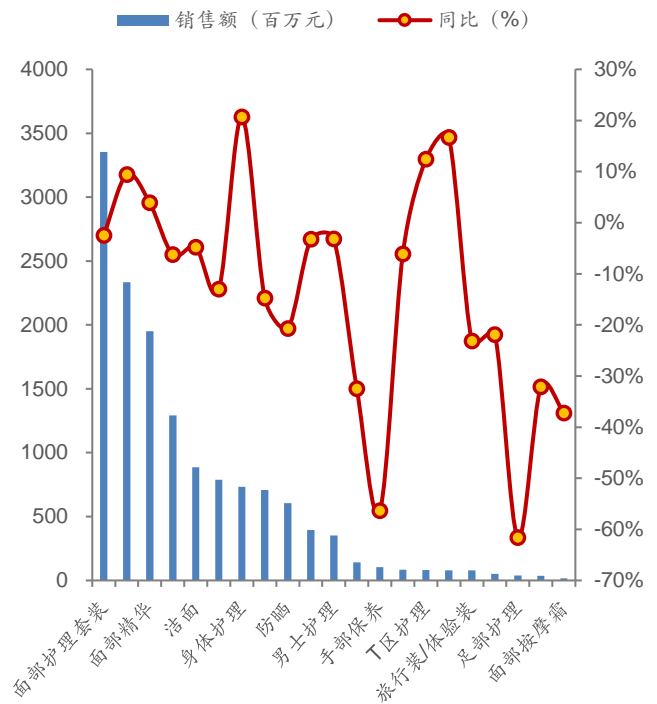


资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表9 2021年8月美容护肤下属细分类别销量及增速 图表10 2021年8月美容护肤下属细分类别销售额及增速

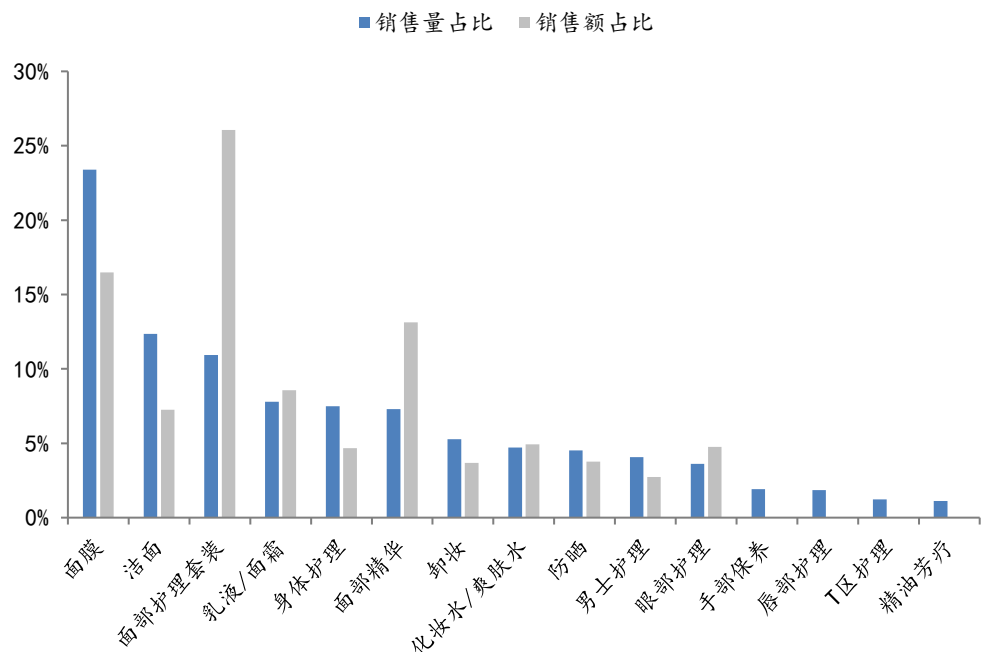


资料来源：淘数据，华安证券研究所



资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表11 护肤销售额和销售量分别占比 (%)



资料来源：淘数据，华安证券研究所

根据淘数据，8月护肤品牌销售额top10全部为国际品牌，前三分别为兰蔻、SK-II、欧莱雅。主要国货品牌，玉泽表现突出，销售额同比增长141.5%。从天猫旗舰店单品销售额看，8月上海家化旗下的两个品牌玉泽和佰草集厚积薄发，其中玉泽的销售量与

GMV 与去年同比增幅 123%和 142%。珀莱雅、华熙生物、丸美股份旗下的珀莱雅双抗精华液 2.0 (GMV 同比上升 284%)、夸迪 5D 玻尿酸战痘次抛精华原液 (GMV 同比上升 294%)、丸美黑松露眼膜贴 (GMV 同比上升 291%)。

图表 12 2021 年 8 月淘系护肤品牌销售额 Top10

序号	品牌	销量(万件)	同比 (%)	销售额 (万元)	同比 (%)
1	lancome/兰蔻	108	-7.46%	83290	134.49%
2	sk-ii	46	-7.74%	32716	-3.23%
3	l'oreal/欧莱雅	183	-12.54%	27673	-2.16%
4	estee lauder/雅诗兰黛	78	-8.76%	26493	-11.11%
5	kiehl's/科颜氏	86	-5.21%	18327	9.12%
6	shiseido/资生堂	78	23.48%	17597	37.11%
7	proya/珀莱雅	109	8.18%	17371	52.23%
8	the history of whoo/后	78	-53.05%	16400	-57.74%
9	olay/玉兰油	69	6.34%	12928	0.02%
10	freeplus/美丽芳丝	97	8.94%	12489	19.14%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 13 2021 年 8 月主要国货护肤品牌淘系平台销售数据

品牌	销量	同比	销售额	同比
珀莱雅	109.7	8.41%	17430	52.75%
薇诺娜	83.2	24.22%	10964	34.17%
润百颜	77.9	25.35%	8352	45.37%
御泥坊	58.3	-47.41%	7713	-43.08%
玉泽	25.5	123.45%	4194	141.50%
丸美	22.7	5.22%	4165	-12.30%
佰草集	15.4	37.39%	2062	41.84%
米蓓尔	7.4	15.43%	1349	13.98%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 14 2021 年 8 月部分护肤品牌天猫旗舰店销售额 top5 产品统计

产品名称	规格	均价 (元)	销售量 (万件)	同比	销售额 (万元)	同比
珀莱雅早 C 晚 A 双抗红宝石精华液	60ml	579	2.6	-	1510	-
珀莱雅双抗精华液 2.0	30ml	255	4.5	284%	1140	312%
珀莱雅源力修护精华液	30ml	258	3.2	-	834	-
珀莱雅紧致肌密水乳套装	-	321	2.3	65%	743	66%
珀莱雅红宝石精华 2.0	30g	322	2.2	49%	707	86%
薇诺娜高保湿修护面霜水泵霜	50g	249	2.4	-	605	-
薇诺娜舒敏保湿特护霜	50g	159	2.9	-35%	460	51%
薇诺娜光透皙白淡斑面膜	6 片	218	2.1	-	457	-
薇诺娜舒敏保湿特护霜 50g	50g	268	1.6	8%	435	8%

薇诺娜清透防晒乳	50g	188	2.2	68%	412	68%
御泥坊亮颜小金瓶黑面膜	10片	199	5.8	-	1148	-
御泥坊时光赋活提拉套组	/	499	2.0	-	990	-
御泥坊氨基酸泥浆精华面膜	90ml	102	5.2	-86%	525	-84%
御泥坊金桂花眼膜贴	60片	70	6.5	-	453	-
御泥坊葡萄籽亮颜护肤套装	/	399	1.0	-	399	-
润百颜屏障调理白纱布面膜	5g	159	5.2	-	829	-
润百颜次抛积雪草玻尿酸原液	30支	483	1.7	-	806	-
润百颜次抛神经酰胺瓷敏大白管	15支	247	2.1	-	507	-
润百颜 377 小灯管 VC 精华液	45g	437	1.0	-76%	423	-78%
润百颜玻尿酸水润次抛精华液	50g	383	1.0	-9%	388	-12%
米蓓尔蓝绷带面膜	110g	258	1.8	-	464	-
米蓓尔涂抹式清洁泥膜	110g	189	0.7	-	132	-
米蓓尔稳复小粉水	100ml	120	1.0	130%	126	142%
米蓓尔湿敷大白水玻尿酸精华水	260ml	185	0.6	192%	119	181%
米蓓尔屏障修护保湿乳霜面霜	50ml	188	0.2	-	44	-
夸迪玻尿酸战痘绿次抛精华原液	30g/ml	368	1.9	-30%	687	-24%
夸迪 5D 玻尿酸高光凝时平衡面膜	5片	239	1.8	-	424	-
夸迪 5D 玻尿酸蕴能紧致轻龄眼霜	18g	618	0.5	-	281	-
夸迪 5D 玻尿酸战痘次抛精华原液	15g/ml 30g/ml	255	0.5	458%	120	294%
夸迪蓝次抛蓝铜胜肽精华原液	30g/ml	558	0.2	-95%	98	-94%
玉泽屏障水乳霜套装	/	598	1.2	-	731	-
玉泽积雪草安心修护干面膜	6片	158	3.7	-	577	-
玉泽皮肤屏障修护保湿霜	50g	159	2.1	-	332	-
玉泽皮肤屏障修护保湿霜	50g	176	1.4	-15%	243	-8%
玉泽皮肤屏障修护调理乳	50ml/100ml	176	0.8	21%	149	40%
丸美小红笔眼霜	30g	379	1.0	225%	374	226%
丸美小紫弹视黄醇 A 醇眼霜	20/25/30g/ mL	190	1.6	-	303	-
丸美黑松露眼膜贴	60片	87	2.2	302%	191	291%
丸美蝴蝶眼膜贴	7片 84g	306	0.4	-	108	-
丸美抗皱紧致抗衰老水乳套装	/	421	0.1	-	63	-
佰草集新七白冻干面膜	6片/12片	209	2.9	-	602	-
佰草集冻干精华液	5g/ml	139	0.9	-	120	-
佰草集灯管精华液烟酰胺美白	30g/ml	358	0.3	-	101	-
佰草集冻干精华液	5g/ml	140	0.4	-	59	-
佰草集白茶玲珑水乳套装	/	346	0.2	334%	53	259%
创尔美胶原蛋白面膜清爽型	5片	145	0.4	-61%	51	-61%
创尔美多效修护面膜	5盒/10盒	870	0.0	366%	34	245%
创尔美胶原蛋白面膜柔润型	5片	145	0.1	-	16	-
创尔美胶原蛋白去痘面膜	3盒	383	0.0	-41%	16	-37%
创尔美胶原多效面膜原液	/	470	0.0	-20%	14	-31%

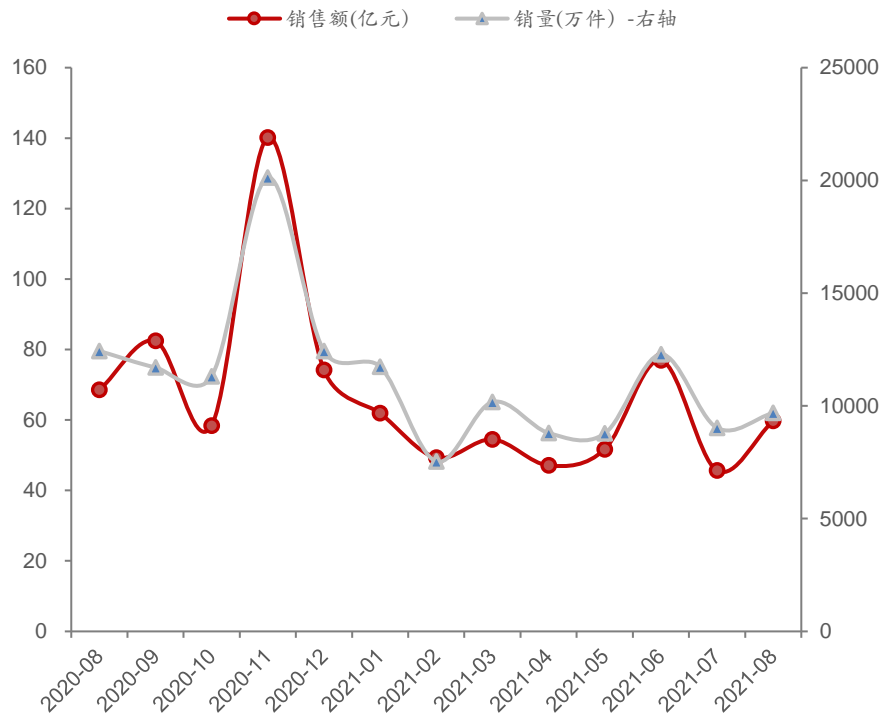
资料来源：淘数据，华安证券研究所

2.2 8月彩妆消费环比回升，国产品牌占据TOP5三席

8月全网彩妆销售相较于7月呈上升态势。根据淘数据，8月彩妆销售量以及GMV分别为9690万件、60亿元，分别同比下降22.09%、12.79%；环比上升7.35%、30.95%。

从彩妆细分类目看，按GMV，8月彩妆品类占比前三位分别为面部彩妆(30.53%)、唇部彩妆(21.49%)、美容工具(13.15%)；按销售量来看，占比前三分别为美容工具(34.9%)、面部彩妆(18.4%)、眼部彩妆(16.7%)。

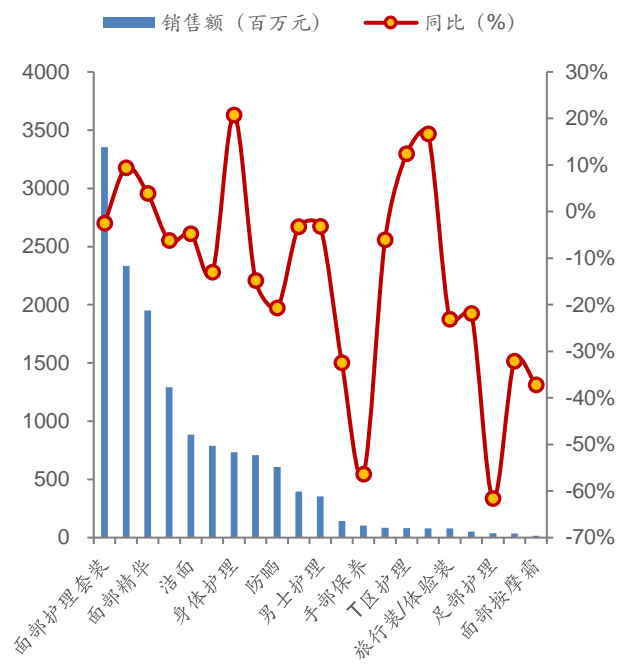
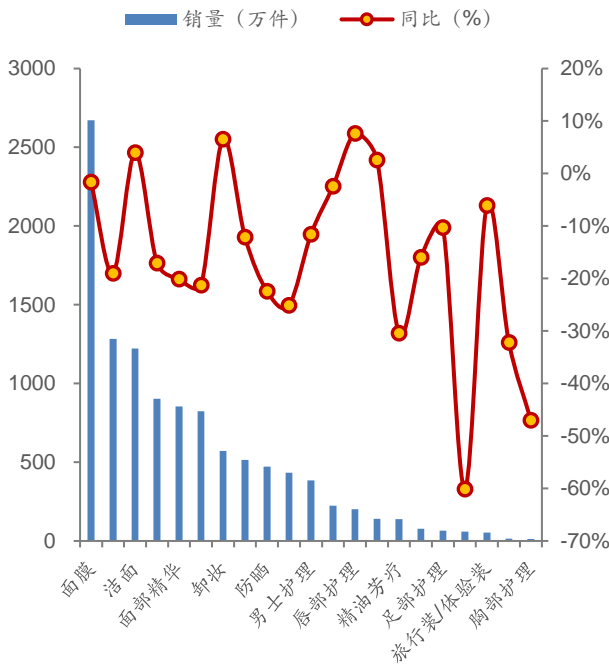
图表 15 8月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)



资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 16 2021 年 8 月彩妆下属细分类别的销量及增速

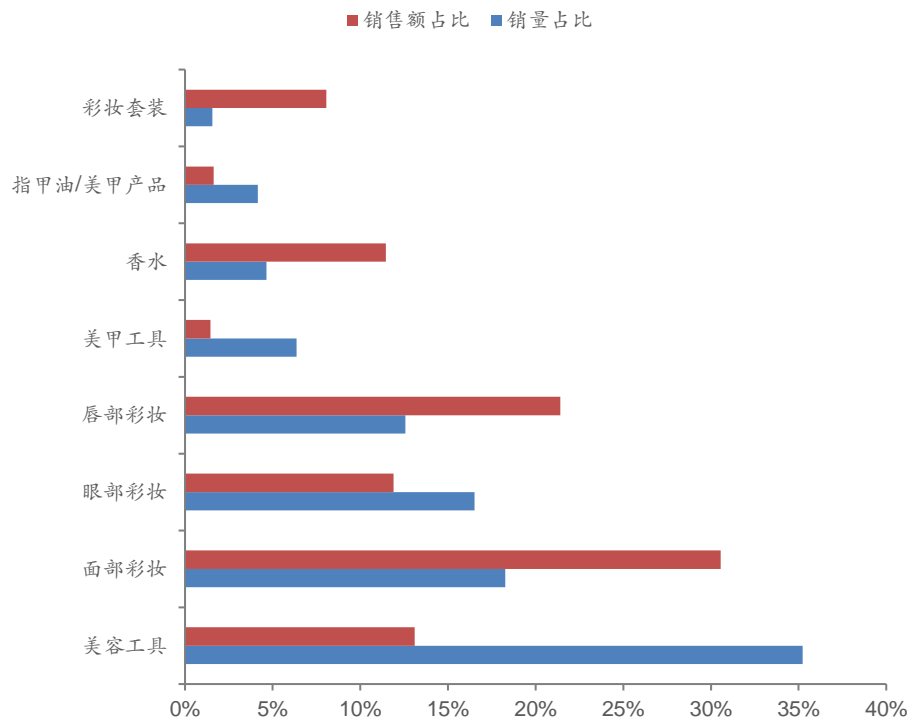
图表 17 2021 年 8 月彩妆下属细分类别的销售额及增速



资料来源：淘数据，华安证券研究所

资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 18 彩妆销售额和销售量分别占比 (%)



资料来源：淘数据，华安证券研究所

8 月彩妆品牌销售额 top10 包括 3 个国产彩妆品牌和 7 个国际品牌。8 月按销售额排名，国产品牌中的前三分别是花西子、完美日记、珂拉琪/COLORKEY，花西子 8 月

彩妆淘系平台销售额达 2.59 亿元，同比下降 18%。完美日记淘系平台销售额达到 1.8 亿元，同比下降 14%；销量达到 197 万件，同比下降 32%。彩妆珂拉琪品牌营销逐渐发力，稳定在品牌 Top5，销量和 GMV 分别同比上升 23%、43%。

图表 19 2021 年 8 月淘系彩妆销售额 top10

序号	品牌	销量(万件)	同比 (%)	销售额 (万元)	同比 (%)
1	ysl/圣罗兰	76	-23%	26368	-11%
2	花西子	122	-41%	26010	-18%
3	giorgio armani/ 阿玛尼	51	-26%	19469	1%
4	perfect diary/ 完美日记	197	-32%	18028	-14%
5	color key	199	23%	14974	43%
6	dior/迪奥	44	-44%	14962	-38%
7	3ce/三熹玉	100	3%	11992	7%
8	香奈儿	27	-34%	11313	-25%
9	lancome/兰蔻	40	-33%	10824	-21%
10	givenchy/ 纪梵希	29	-40%	9584	-41%

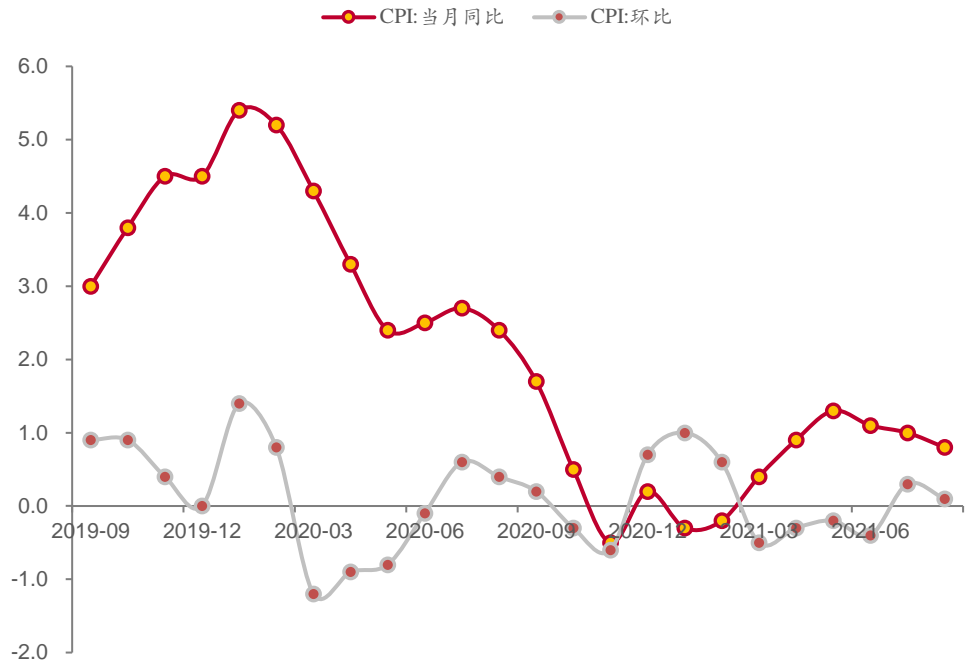
资料来源：淘数据，华安证券研究所

2.3 宏观数据

居民消费价格总体平稳运行，2021 年 8 月份，全国居民消费价格同比上涨 0.8%。其中，城市上涨 1.0%，农村上涨 0.3%；食品价格下降 4.1%，非食品价格上涨 1.9%；消费品价格上涨 0.3%，服务价格上涨 1.5%。1~8 月平均，全国居民消费价格比去年同期上涨 0.6%。

8 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.1%。其中，城市上涨 0.1%，农村上涨 0.2%；食品价格上涨 0.8%，非食品价格下降 0.1%；消费品价格上涨 0.2%，服务价格持平。

图表 20 2021 年 1~8 月 CPI 变动 (%)



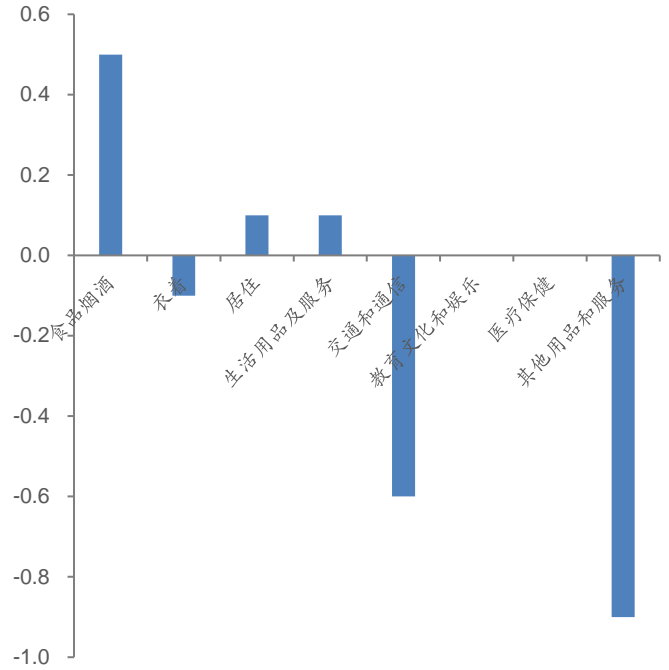
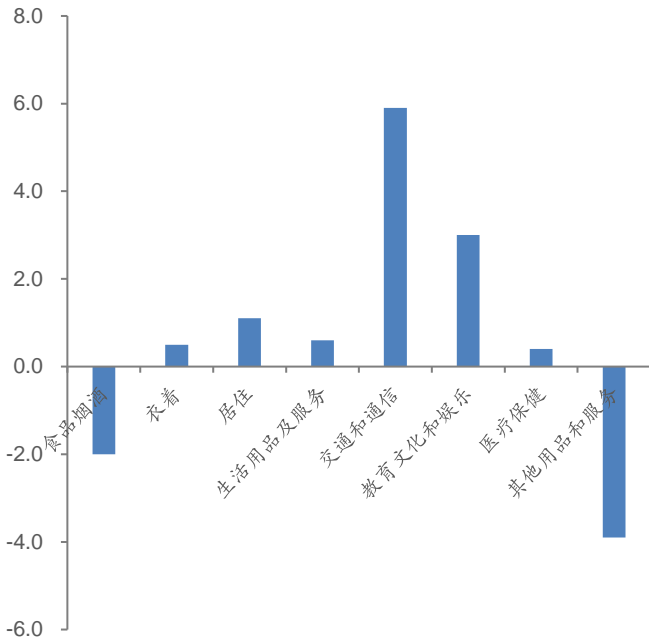
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

八大类价格同比六涨二降。其中，交通通信、教育文化娱乐、居住价格分别上涨 5.9%、3.0%和 1.1%，生活用品及服务、衣着、医疗保健价格分别上涨 0.6%、0.5%和 0.4%；食品烟酒和其他用品及服务价格分别下降 2%和 3.9%。

八大类价格环比三涨两平三降。其中，食品烟酒、居住、生活用品及服务价格均上涨 0.5%、0.1%、0.1%；教育文化娱乐、医疗保健价格均持平；其他用品及服务、交通通信、衣着价格分别下降 0.9%、0.6%和 0.1%。

图表 21 2021 年 8 月 CPI 分类别同比涨跌幅 (%)

图表 22 2021 年 8 月 CPI 分类别环比涨跌幅 (%)



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

资料来源：国家统计局，华安证券研究所

消费市场持续回暖。1~7 月，社会消费品零售总额累计值达到 246829 亿元，同比增长 20.7%。7 月社会消费品零售总额 34925 亿元，同比增长 8.5%；从环比看，7 月份社会消费品零售总额环比下降 7.08%。

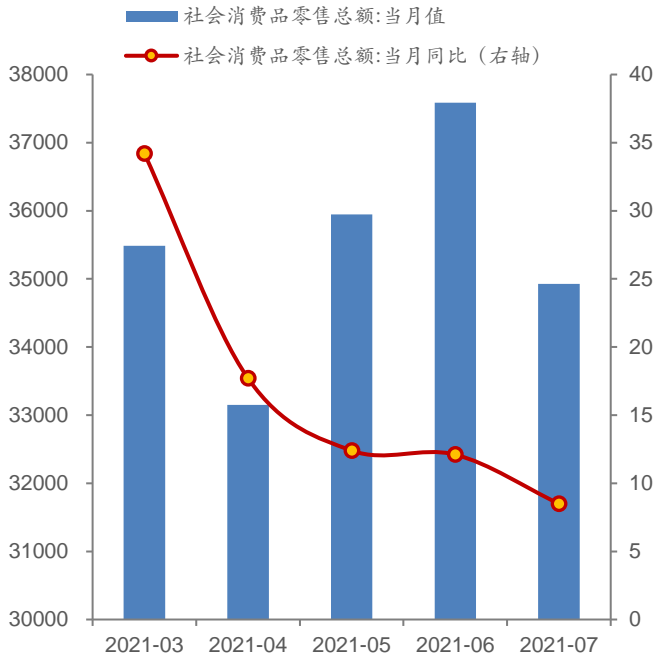
分类别看，1~7 月商品零售总额达到 221366 亿元，同比增长 18.7%。7 月商品零售额为 31173.7 亿元，同比增长 7.8%。

1~7 月限额以上企业商品零售总额达到 85417 亿元，同比增长 22.2%。7 月限额以上企业商品零售总额为 11529 亿元，同比增长 7.7%。

按消费类型来看，1~7 月，化妆品累计零售总额达到 2157.5 亿元，同比增长 23.4%。7 月化妆品零售额达到 239.3 亿元，占社零总额的 0.69%，同比增长 4.22%。

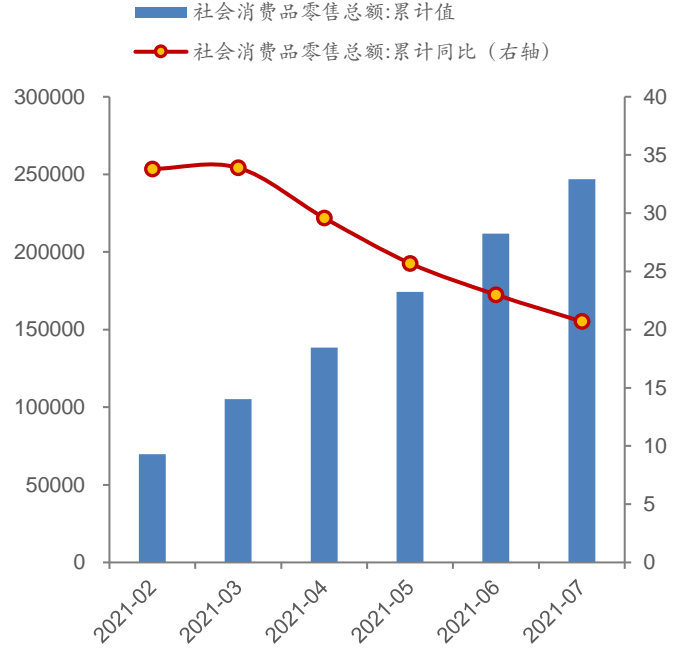
1~7 月网上商品和服务零售额达到 71108.1 亿元，同比增长 21.9%。实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 23.6%。

图表 23 社会消费品零售总额当月值及同比



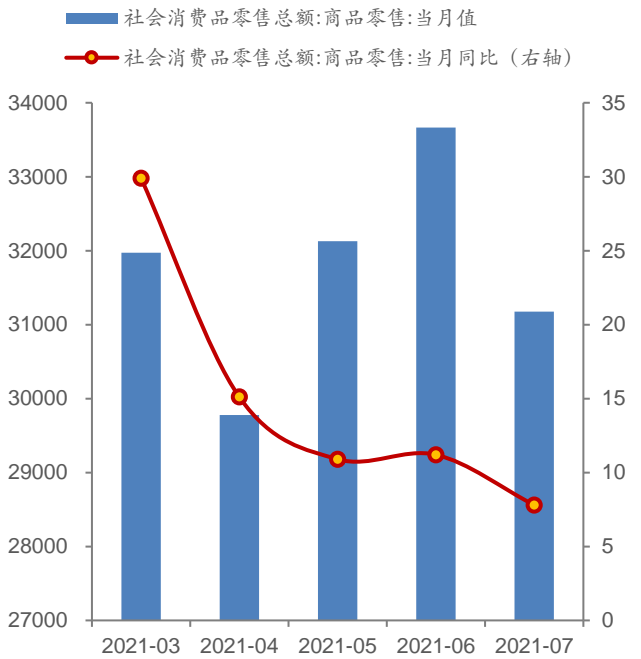
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 24 社会消费品零售总额累计值及同比



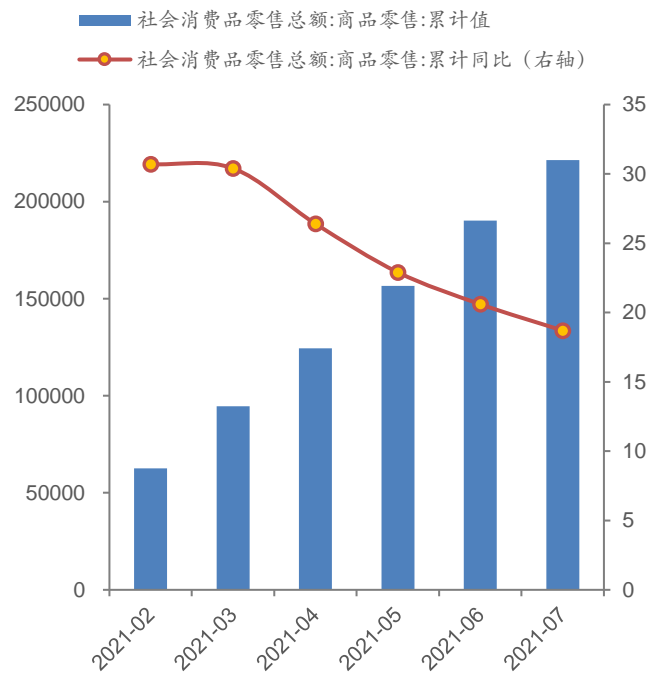
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 25 商品零售额当月值及同比



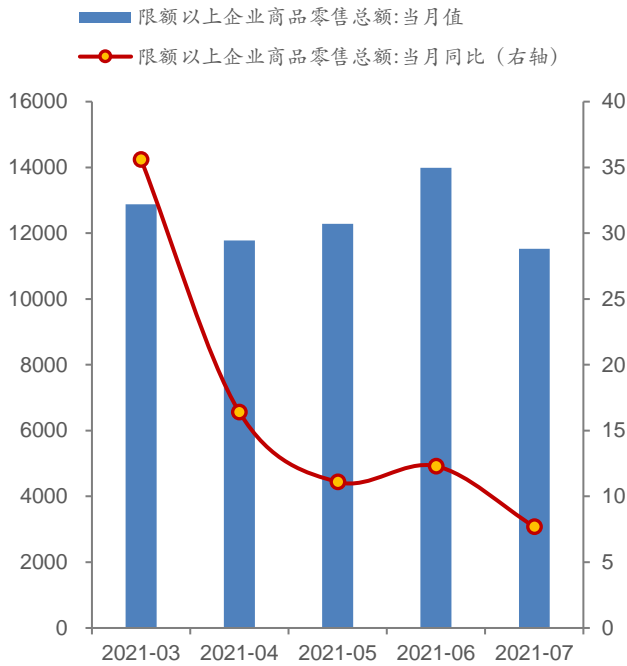
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 26 商品零售额累计值及同比



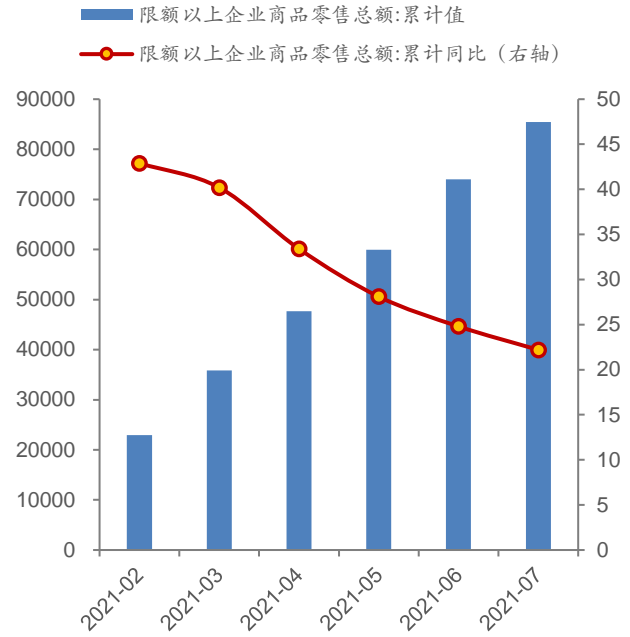
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 27 限额以上企业商品零售总额当月值及同比



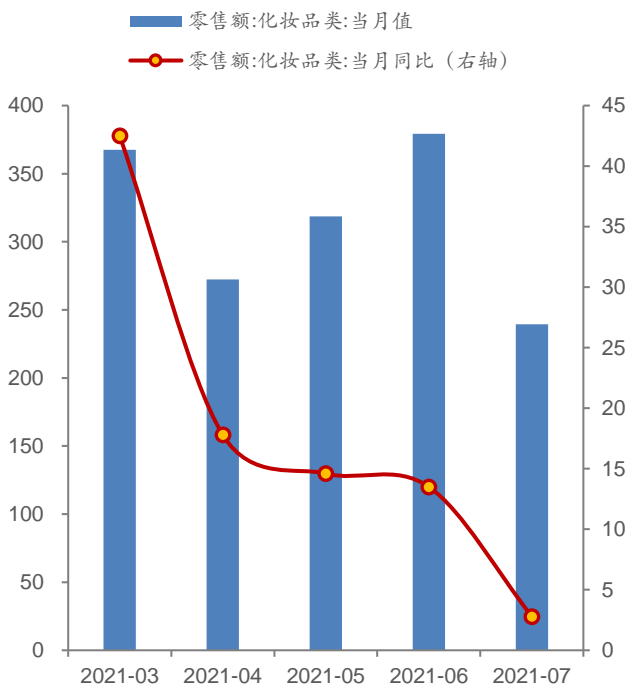
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 28 限额以上企业商品零售总额累计值及同比



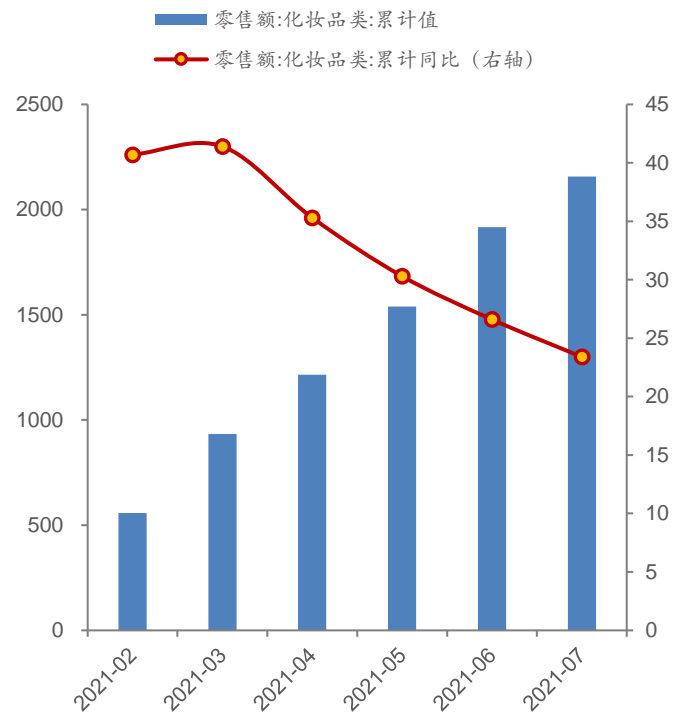
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 29 化妆品零售额当月值及同比



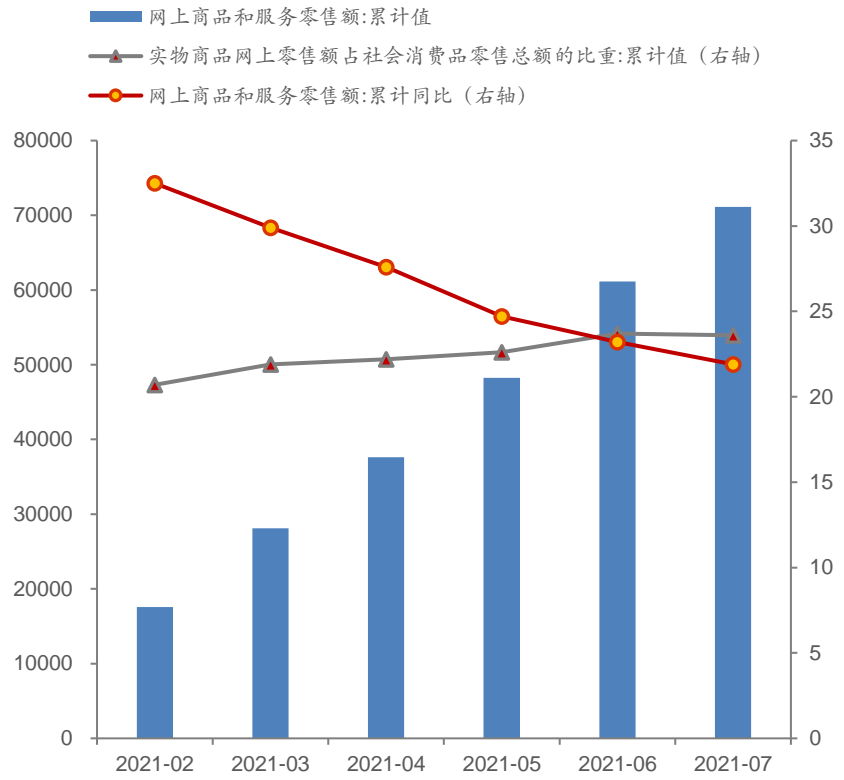
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 30 化妆品零售额累计值及同比



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 31 网上商品和服务零售额



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

3 行业动态

- 1) 市场监管总局发布《医疗美容广告执法指南（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。（**国家市场监督管理总局**）
- 2) 国家药品监督管理局将对儿童化妆品实行重点监督，尤其在标签和非法添加方面。（**国家药品监督管理局**）
- 3) 市场监督管理总局发布的《化妆品生产经营监督管理办法》将于2022年1月1日正式施行，该办法将进一步强化化妆品的监督管理。（**国家药品监督管理局**）
- 4) 上海卫健委印发《上海市打击非法医疗美容服务专项整治工作实施方案》的通知，互联网第三方平台不得为非医疗机构发布医美服务信息。（**上海卫健委**）
- 5) 《化妆品生产经营监督管理办法》将于2022年1月1日起施行，按照规定美容美发机构应履行化妆品经营者义务。（**国家药监局**）
- 6) 由深圳维琪医药研发有限公司、大连普瑞康生物技术有限公司分别自主创新研发的化妆品原料β-丙氨酸羟脯氨酸二氨基丁酸苄胺、雪莲培养物通过国家药监局的原料备案注册，“003号”和“004号”化妆品新原料正式亮相。（**国家药品监督管理局**）
- 7) 山东省药品监督管理局权威发布了《药品医疗器械化妆品质量安全“吹哨人”举报处置工作制度(试行)》，文件对“吹哨人”举报的接收、处理、奖励、保护工作进行了统一而明确的要求。（**山东省药监局**）

4 公司公告

- 1) **华熙生物**: (1) 2021 年上半年实现营业收入 19.4 亿元, 同比增长 104%, 归母净利润 3.6 亿元, 同比增长 35%; (2) 发布《关于获得政府补助》的公告, 累计获得政府补助 46 笔, 共计 9082 万元。
- 2) **鲁商发展**: 上半年实现营业收入 40.67 亿元, 同比增长 14.69%; 实现归母净利润 3.11 亿元, 同比增长 29.76%。
- 3) **四环医药**: 2021 年上半年实现营业收入 19 亿元, 同比增长 80.9%, 归母净利润 6.11 亿元, 同比增长 259%。
- 4) **爱美客**: 2021 年上半年实现营业收入 6.3 亿元, 同比增加 162%, 归母净利润 4.3 亿元, 同比增长 189%。
- 5) **奥园美谷**: (1) 2021 年上半年实现营业收入 11.7 亿元, 同比增长 291%, 归母净利润 5013 万元, 同比增长 126%; (2) 公司对外担保余额为 27.3 亿元, 均为对控股子公司的担保。
- 6) **珀莱雅**: (1) 2021 年上半年实现营业收入 19.2 亿元, 同比增长 39%; 归母净利润实现 2.3 亿元, 同比增长 26%; (2) 提名侯军呈、方玉友、侯亚孟为公司第三届董事会非独立董事候选人; (3) 审议通过《关于调整 2018 年限制性股票激励计划回购价格的议案》。
- 7) **昊海生科**: 公司上半年实现营业收入 8.5 亿元, 同比增长 72%; 实现归母净利润 2.3 亿元, 同比增长 739%。
- 8) **上海家化**: 2021 年上半年实现营业收入 42.1 亿元, 同比增长 14%; 归母净利润 2.9 亿元, 同比增长 56%。
- 9) **丸美股份**: 2021 年上半年实现营收 8.7 亿元, 同比增长 10%; 实现归母净利润 1.9 亿元, 同比下降 29%。

图表 32 医美化妆品有关公司半年报业绩汇总

公司名称	营业收入 (亿元)	yoy(%)	归母净利润 (亿元)	yoy(%)
贝泰妮	14.12	49.94%	2.65	65.28%
华熙生物	19.37	104.44%	3.61	35.01%
爱美客	6.33	161.87%	4.25	188.86%
昊海生科	8.51	71.63%	2.31	739.25%
华东医药	171.79	3.11%	13.00	-24.89%
四环医药	21.62	84.57%	6.11	307.64%
上海家化	42.10	14.26%	2.86	55.84%
珀莱雅	19.18	38.53%	2.26	26.48%
丸美股份	8.74	10.09%	1.89	-29.46%
水羊股份	21.19	49.83%	0.89	164.48%
苏宁环球	16.90	-8.17%	6.23	-4.11%
奥园美谷	11.67	291.06%	0.50	125.97%
金发拉比	1.29	11.54%	0.17	59.14%
瑞丽医美	0.93	58.46%	-0.05	56.36%
朗姿股份	17.89	45.60%	0.93	3343.58%
时代天使	5.72		0.96	
鲁商发展	40.67	14.69%	3.11	29.76%

资料来源: wind, 华安证券研究所

5 风险提示

线上销售数据波动：一年中 6、8、11、12 月因特定促销活动时间而驱动，从而导致销售数据基数过大，前后月份数据往往会受到承压。

市场竞争加剧：行业内国内外玩家进入速度过快，导致价格战竞争加剧，影响行业内公司的营收增速以及利润水平。

市场监管趋严：国家自八部委联合发文后，医美行业迎最强监管，依法严惩整治水货市场。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告由华安证券股份有限公司在中华人民共和国（不包括香港、澳门、台湾）提供。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者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任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准，A 股以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克指数或标普 500 指数为基准。定义如下：

行业评级体系

- 增持—未来 6 个月的投资收益率领先市场基准指数 5% 以上；
- 中性—未来 6 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6 个月的投资收益率落后市场基准指数 5% 以上；

公司评级体系

- 买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15% 以上；
- 增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5% 至 15%；
- 中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5% 至 15%；
- 卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15% 以上；
- 无评级—因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，致使无法给出明确的投资评级。