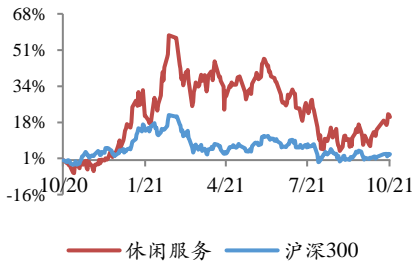


国货彩妆占据 GMV 前三甲，“双十一”预热升温

行业评级：增持

报告日期：2021-10-15

行业指数与沪深 300 走势比较



分析师：王洪岩

执业证书号：S0010521010001

电话：

邮箱：wanghy@hazq.com

相关报告

1. 四环医药(0460.HK):“乐”享发展,“葆”持美丽 2021-10-07
2. 【华安新消费】化妆品 8 月月报:销售同比降幅收窄,板块中报业绩喜人 2021-09-10
3. 【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:

9 月,休闲服务板块走势强于市场。上证综指和创业板指分别+1.26%、+0.95%,申万休闲服务行业+7.33%,分别跑赢上证综指和创业板指 6.07pct 和 6.38pct。

年初至 9 月底,休闲服务板块显现下行趋势。年初至 9 月底,上证综指-6.61%,创业板指+9.39%,申万休闲服务行业-8.53%,分别跑输上证综指和创业板指 1.92pct 和 17.92pct。

医美与化妆品板块: 本月,沪深 300 指数+1.26%,收报于 4866。wind 医美指数+0.75%,wind 化妆品指数+3.09%,分别跑输沪深 300 指数 0.51pct,跑赢沪深 300 指数 1.83pct。

● 化妆品行业回顾:护肤和彩妆 GMV 同比下降,国货彩妆占据 top3

根据淘数据,9 月护肤板块淘系全网销量为 9434 万件,同比-25.3%,环比-7.2%;GMV 为 116 亿元,同比-17.8%,环比-12.5%。根据淘数据,9 月护肤品牌销售额 top10 中国际品牌占据 9 席,艾酸氏成为唯一的国货品牌。销售额前三分别为兰蔻、艾酸氏、鲜肌之谜。**主要国货品牌,润百颜和玉泽两个品牌表现突出,润百颜销售额同比增长 44.19%,玉泽销售额同比增长 37.39%。****从天猫旗舰店单品销售额看,9 月上海家化旗下的品牌玉泽发力,旗下玉泽清痘调护舒缓喷雾和米蓓尔轻龄紧致焕肤精粹水销售额分别增长 2870%、3934%。**

根据淘数据,9 月彩妆销售量以及 GMV 分别为 8876 万件、45.8 亿元,分别同比下降 24.17%、44.43%;环比下降 8.4%、23.35%。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,占比前三分别为美容工具(34.9%)、面部彩妆(18.4%)、眼部彩妆(16.7%)。**9 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,且前三甲都为国货品牌。9 月按销售额排名,国产品牌中的前三分别是完美日记、花西子、珂拉琪/COLORKEY,完美日记淘系平台销售额达到 1.75 亿元,同比下降 41%;花西子 9 月彩妆淘系平台销售额达 1.67 亿元,同比下降 43%;珂拉琪品牌销量和 GMV 分别同比下降 20%、14%。**

● 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。**关注:【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

态势，关注：**【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朗姿股份、奥园美谷、瑞丽医美等。

● **风险提示**

线上销售数据波动、市场竞争加剧、市场监管趋严。

正文目录

1 行情回顾	5
2 化妆品行业数据回顾	9
2.1 护肤市场总体承压，品牌大单品表现靓丽	9
2.2 彩妆消费同比下降，国产品牌占据 TOP3	13
2.3 宏观数据	16
3 行业动态	21
4 公司公告	22
5 风险提示	23

图表目录

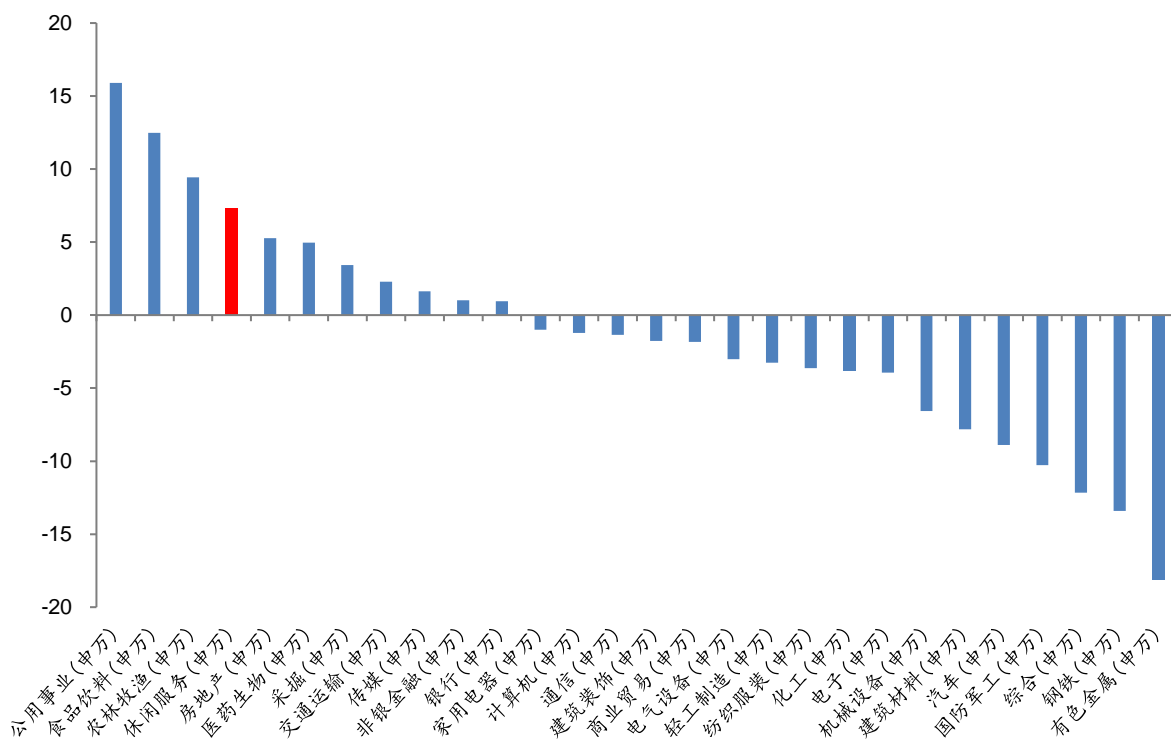
图表 1 2021 年 9 月申万一级行业涨跌幅情况 (%)	5
图表 2 2021 年年初至 9 月 30 日申万一级行业涨跌幅情况 (%)	6
图表 3 医美指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比	7
图表 4 化妆品指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比	7
图表 5 2021 年 9 月 WIND 医美指数成分股涨跌幅情况 (%)	8
图表 6 2021 年 9 月 WIND 化妆品指数成分股涨跌幅情况 (%)	8
图表 7 9 月重点关注的个股涨跌幅	8
图表 8 9 月淘系全网护肤销售额和销售量 (%)	9
图表 9 2021 年 9 月美容护肤下属细分类别销量及增速	10
图表 10 2021 年 9 月美容护肤下属细分类别销售额及增速	10
图表 11 护肤细分品类销售额和销售量分别占比 (%)	10
图表 12 2021 年 9 月淘系护肤品牌销售额 TOP10	11
图表 13 2021 年 9 月主要国货护肤品牌淘系平台销售数据	11
图表 14 2021 年 9 月部分护肤品牌天猫旗舰店销售额 TOP5 产品统计	11
图表 15 9 月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)	13
图表 16 2021 年 9 月彩妆下属细分类别的销量及增速	14
图表 17 2021 年 9 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 9 月淘系彩妆销售额 TOP10	15
图表 20 2021 年 1~9 月 CPI 变动 (%)	16
图表 21 2021 年 9 月 CPI 同比 (%)	16
图表 22 2021 年 9 月 CPI 环比 (%)	16
图表 23 2021 年 9 月 CPI 分类别同比涨跌幅 (%)	17
图表 24 2021 年 9 月 CPI 分类别环比涨跌幅 (%)	17
图表 25 社会消费品零售总额当月值及同比	18
图表 26 社会消费品零售总额累计值及同比	18
图表 27 商品零售额当月值及同比	18
图表 28 商品零售额累计值及同比	18
图表 29 限额以上企业商品零售总额当月值及同比	19
图表 30 限额以上企业商品零售总额累计值及同比	19
图表 31 化妆品零售额当月值及同比	19
图表 32 化妆品零售额累计值及同比	19
图表 33 网上商品和服务零售额	20

1 行情回顾

9月，休闲服务板块走势强于市场。上证综指和创业板指分别+1.26%、+0.95%，申万休闲服务行业+7.33%，分别跑赢上证综指和创业板指 6.07pct 和 6.38pct。

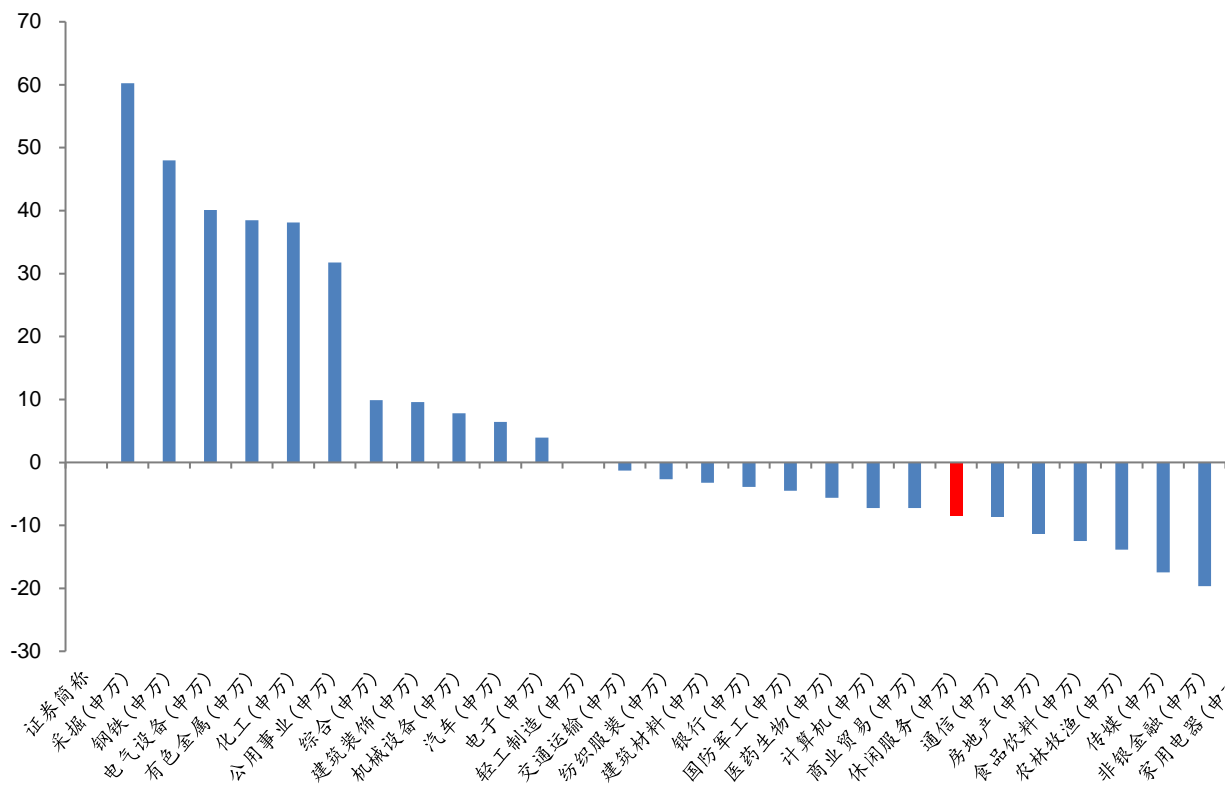
年初至9月底，休闲服务板块显现下行趋势。年初至9月底，上证综指-6.61%，创业板指+9.39%，申万休闲服务行业-8.53%，分别跑输上证综指和创业板指 1.92pct 和 17.92pct。

图表 1 2021 年 9 月申万一级行业涨跌幅情况 (%)



资料来源：wind，华安证券研究所

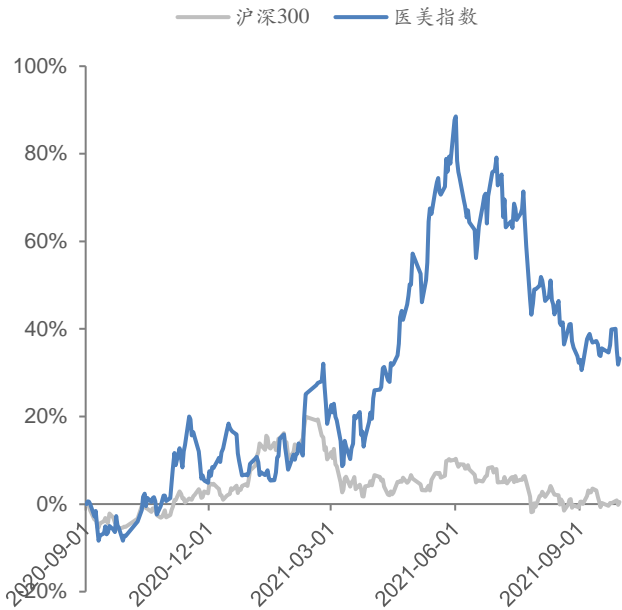
图表 2 2021 年年初至 9 月 30 日申万一级行业涨跌幅情况 (%)



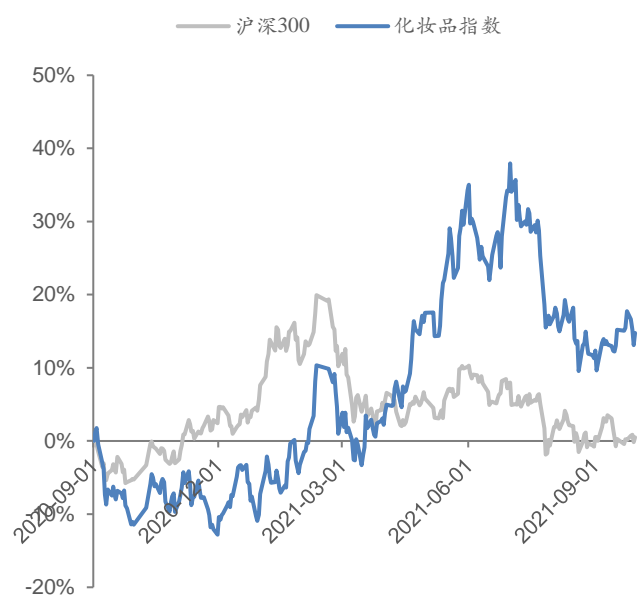
资料来源: wind, 华安证券研究所

9 月, wind 医美、化妆品指数持续震荡趋势。本月, 沪深 300 指数+1.26%, 收报于 4866。wind 医美指数+0.75%, wind 化妆品指数+3.09%, 分别跑输沪深 300 指数 0.51pct, 跑赢沪深 300 指数 1.83pct。截至 9 月底, 沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅 +0.5%, wind 医美指数+33.24%, wind 化妆品指数+14.75%, 分别跑赢沪深 300 指数 32.74pct、14.25pct。

图表 3 医美指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比 图表 4 化妆品指数与沪深 300 指数 12 个月累计涨跌幅度对比



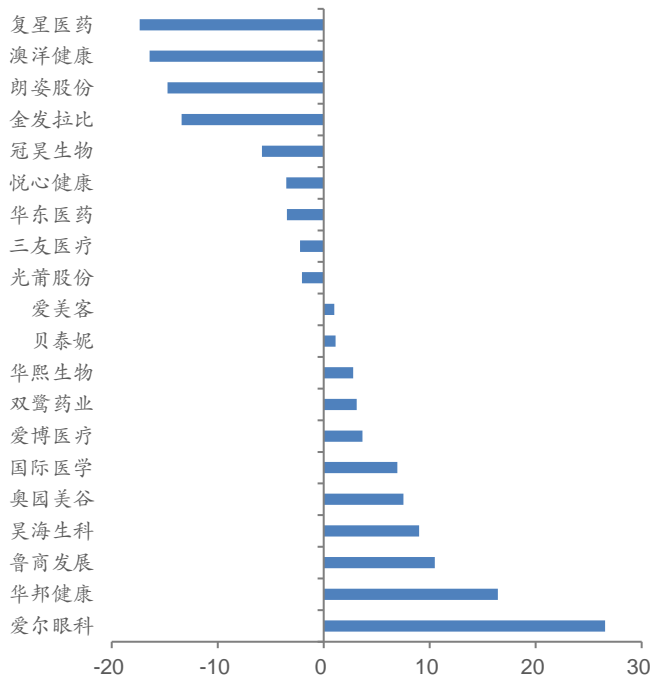
资料来源：wind，华安证券研究所



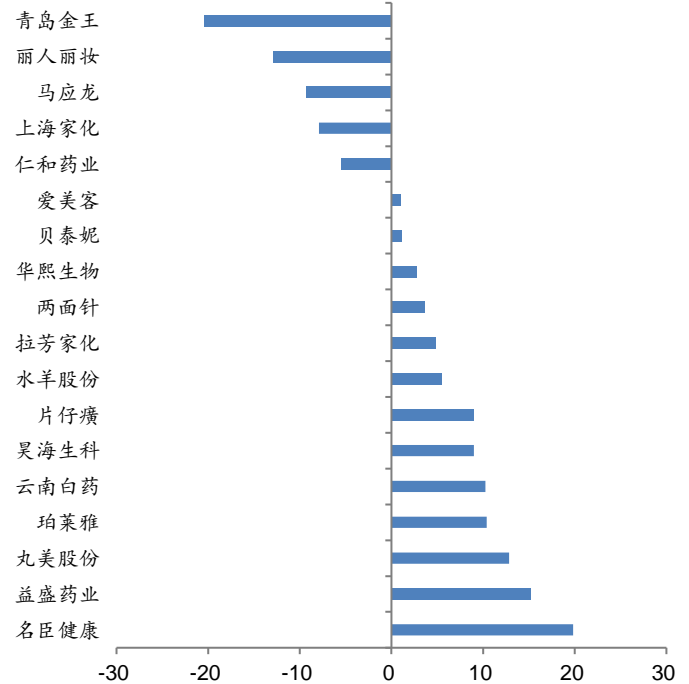
资料来源：wind，华安证券研究所

个股方面，在 wind 医美指数成分股中有 11 家公司上涨，9 家下跌，涨跌幅度前后三名分别为爱尔眼科 (+26.54%)、华邦健康 (+16.44%)、鲁商发展 (+10.50%)；复星医药 (-17.38%)、澳洋健康 (-14.44%)、朗姿股份 (-14.74%)；在 wind 化妆品指数成分股中有 5 家下跌，剩余 15 家皆上涨，涨幅前后三名分别为名臣健康 (+19.81%)、益盛药业 (+15.27%)、丸美股份 (+12.83%)；青岛金王 (-20.50%)、丽人丽妆 (-12.93%)、马应龙 (-9.33%)。

图表 5 2021 年 9 月 wind 医美指数成分股涨跌幅情况 (%) 图表 6 2021 年 9 月 wind 化妆品指数成分股涨跌幅情况 (%)

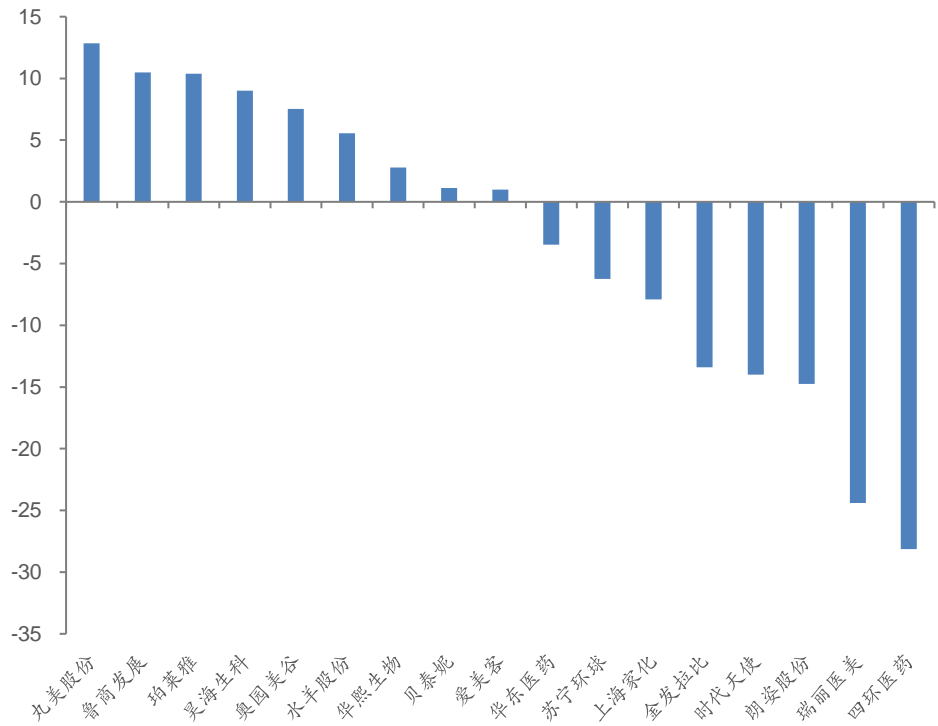


资料来源: wind, 华安证券研究所



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 7 9 月重点关注的个股涨跌幅



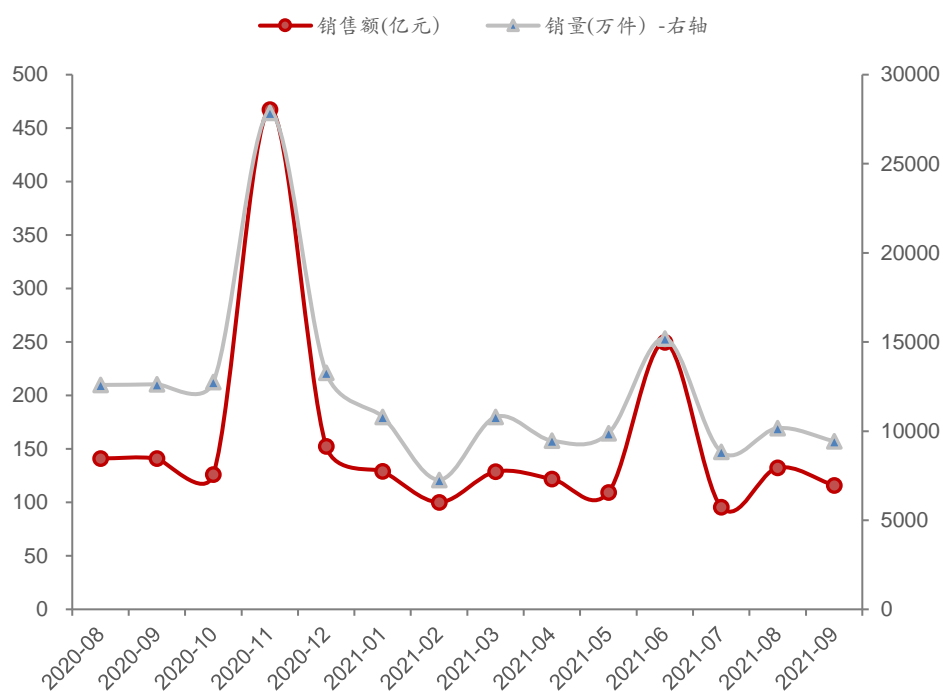
资料来源: wind, 华安证券研究所

2 化妆品行业数据回顾

2.1 护肤市场总体承压，品牌大单品表现靓丽

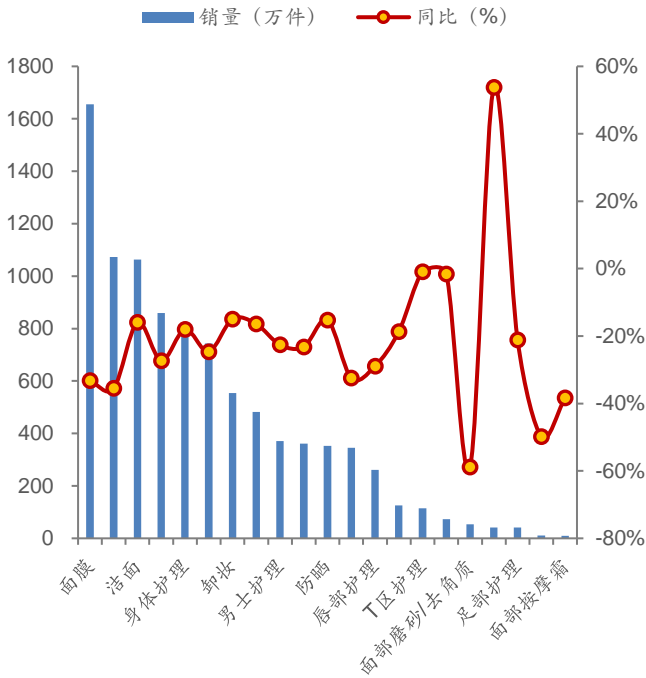
9月淘系全网护肤销售同比大幅下降，面部产品为主：根据淘数据，9月护肤板块淘系全网销量为9434万件，同比-25.3%，环比-7.2%；GMV为116亿元，同比-17.8%，环比-12.5%。从销量来看，9月护肤品品类占比前三位分别为面膜（17.61%）、面部护理套装（11.41%）、洁面（11.30%）；按销售额来看，占比前三位分别为面部护理套装（23.35%）、面膜（17.46%）、面部精华（14.76%）。

图表 8 9月淘系全网护肤销售额和销售量 (%)

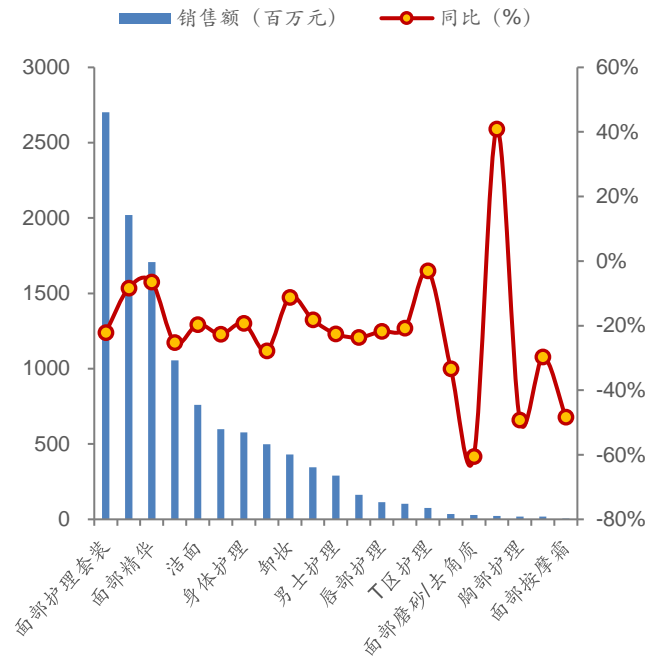


资料来源：淘数据，华安证券研究所

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

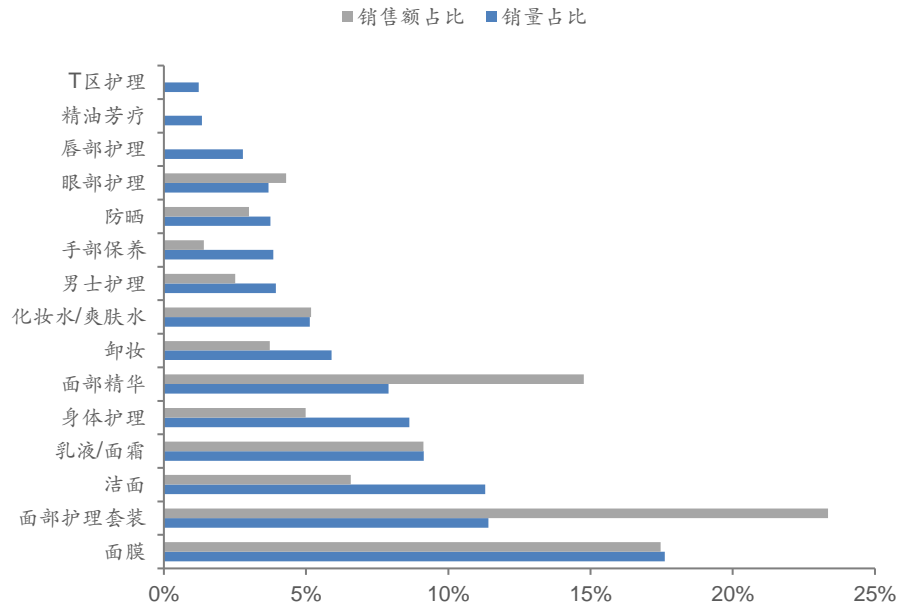


资料来源：淘数据，华安证券研究所



资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 11 护肤细分品类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，9月护肤品牌销售额top10中国际品牌占9席，艾酸氏成为唯一的国货品牌。销售额前三分别为兰蔻、艾酸氏、鲜肌之谜。主要国货品牌，润百颜和玉泽两个品牌表现突出，润百颜销售额同比增长44.19%，销量同比增长18.39%；玉泽销售额同比增长37.39%，销量同比增长66.28%。从天猫旗舰店单品销售额看，9月上海家化

旗下的品牌玉泽发力，旗下玉泽清痘调护舒缓喷雾和米蓓尔轻龄紧致焕肤精粹水销售额分别增长 2870%、3934%。薇诺娜、米蓓尔、夸迪、丸美、创尔美旗下分别有一款产品销售额大幅增长。

图表 12 2021 年 9 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	78	-16.22%	80817	172.69%
2	aisuani/艾酸氏	3	-	52161	-
3	鲜肌之谜	9	-	24014	-
4	estee lauder/雅诗兰黛	67	-6.88%	23905	-8.68%
5	l'oreal/欧莱雅	158	-30.26%	21462	-32.03%
6	proya/珀莱雅	108	-16.84%	17349	24.58%
7	sk-ii	32	-	17142	-
8	kiehl's/科颜氏	72	-6.79%	15043	-6.81%
9	la mer/海蓝之谜	16	-	13517	-
10	shiseido/资生堂	80	18.83%	12901	-2.23%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 13 2021 年 9 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	107.9	-16.84%	17349	24.58%
薇诺娜	86.7	4.19%	11077	-3.29%
润百颜	73.2	18.39%	8381	44.19%
御泥坊	53.8	-44.16%	7054	-24.91%
玉泽	32.7	66.28%	5115	37.39%
丸美	20.1	-11.09%	3655	-35.08%
佰草集	9.4	-12.39%	1211	-6.75%
米蓓尔	24.1	-	2655	-

资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 14 2021 年 9 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	549.62	3.5	33%	1903	26%
珀莱雅双抗精华液 2.0	30ml	248.14	5.1	15%	1271	11%
珀莱雅红宝石精华 2.0	30g	311.98	2.8	25%	858	21%
珀莱雅源力修护精华	30ml	246.9	3.2	0%	797	-4%
珀莱雅红宝石面霜	50g	284.38	2.6	38%	726	33%
薇诺娜舒敏保湿特护霜	50g	268	2.0	20%	523	20%
薇诺娜舒敏保湿特护霜	15g	137.9	3.4	18%	469	2%
薇诺娜清透防晒乳	50g	188	2.4	9%	449	9%
薇诺娜安心舒缓净透洁颜油	150ml	131.47	2.7	1067%	353	1132%

薇诺娜舒敏保湿修护精华液	30ml	309.7	1.0	41%	311	23%
御泥坊美白嫩肤淡斑面膜	20片	107	6.8	0%	723	0%
御泥坊氨基酸泥浆精华面膜	90ml	105	2.7	-48%	282	-46%
御泥坊果莓面膜玻尿酸补水面膜	21片	71	3.9	-6%	277	-6%
御泥坊耀白面膜次抛精华	5片	103	1.4	-55%	149	-58%
御泥坊氨基酸水乳套装	/	129	0.9	-37%	113	-40%
玻尿酸高保湿精华水	300ml	199	0.7	-3%	130	-3%
润百颜次抛积雪草玻尿酸原液	30支	443	1.7	0%	740	-8%
润百颜次抛神经酰胺瓷敏大白管	15支	159	1.2	-43%	187	-63%
润百颜 377 小灯管 VC 精华液	45g	443	2.8	194%	1260	198%
润百颜玻尿酸水润次抛精华液	50g	356	1.4	34%	484	25%
米蓓尔蓝绷带面膜	110g	170	0.8	14%	136	3%
米蓓尔稳复小粉水	100ml	113	0.9	-15%	101	-20%
米蓓尔轻龄紧致焕肤精粹水	150ml	1	1.3	2658%	293	2299%
米蓓尔湿敷大白水玻尿酸精华水	260ml	168	0.6	-10%	98	-18%
米蓓尔修护固态冻干面膜	5片/10片	127	0.3	10%	43	8%
5D 玻尿酸夸迪小金管	/	557	2.8	-	1538	-
夸迪玻尿酸战痘绿次抛精华原液	30g/ml	340	2.1	12%	709	3%
夸迪极光匀净亮肤次抛原液	45g/ml	576.54	0.7	1237%	430	1234%
夸迪 5D 玻尿酸战痘次抛精华原液	15g/30g	235	0.5	10%	121	1%
夸迪蓝次抛蓝铜胜肽精华原液	30g/ml	526	0.1	-26%	69	-30%
玉泽清痘调护舒缓喷雾	150ml	126	5.3	2583%	663	2870%
玉泽屏障水乳霜套装	/	596	0.7	-	444	-
玉泽皮肤屏障修护保湿霜	50g	159	2.7	31%	434	31%
玉泽皮肤屏障修护保湿面霜	50g	166	2.5	80%	415	71%
婴幼儿皮肤屏障修护霜	120g	188	2.0	4034%	371	3934%
丸美小红笔眼霜	30g	320	0.8	1492%	245	1384%
丸美小紫弹视黄醇 A 醇眼霜	20/25/30g/ mL	183	0.6	-60%	118	-61%
丸美黑松露眼膜贴	60片	92	2.6	20%	242	27%
蝴蝶眼膜贴多重胜肽紧致淡纹精华眼膜	7片 84g	269	0.8	120%	210	94%
丸美蝴蝶眼膜贴抗初老紧致淡化细纹黑眼圈	7对	352	0.3	-	117	-
佰草集冻干精华液	5g/ml	139	0.4	-50%	61	-50%
佰草集肌本清源洁面乳	120ml	51	0.4	-7%	19	-7%
佰草集新玉润水乳套装	/	79	0.3	176%	20	169%
佰草集冻干精华液	5g/ml	139	0.2	-48%	30	-48%
佰草集新七白冻干面膜	6片/12片	209	0.2	-93%	43	-93%
创尔美胶原蛋白面膜清爽型	5片	145	0.2	-34%	34	-34%
创尔美多效修护面膜	5盒	488	0.1	63%	31	-9%
创尔美胶原多效修护面膜柔润型	5片	145	1.9	1979%	270	1979%
创尔美胶原蛋白面膜柔润型	5片	145	0.1	-32%	11	-32%
创尔美多效修护面膜	10盒	845	0.0	-	11	-

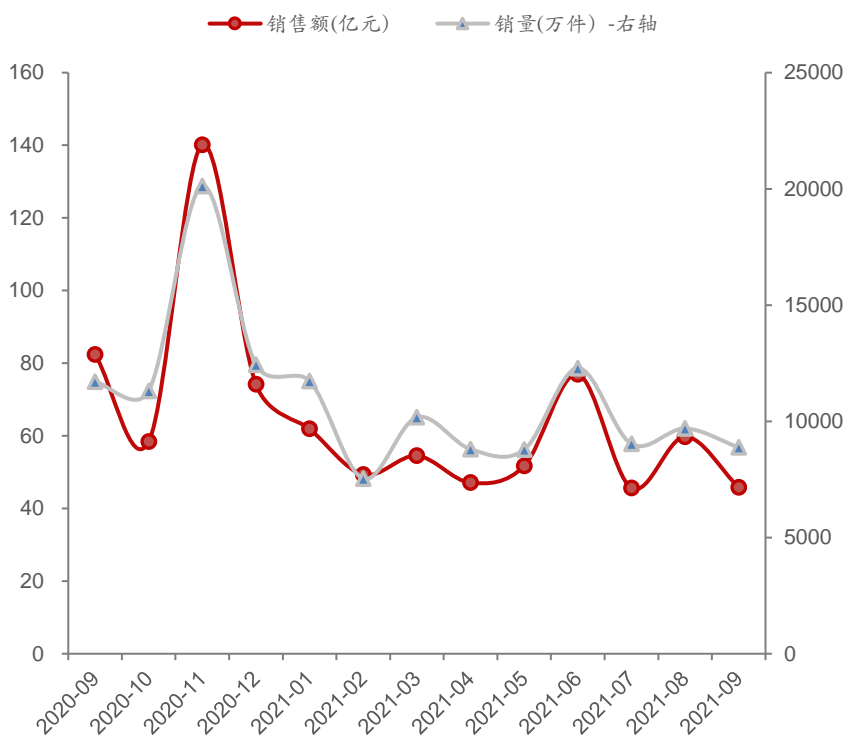
资料来源：淘数据，华安证券研究所

2.2 彩妆消费同比下降，国产品牌占据TOP3

9月全网彩妆销售额同比下降。根据淘数据,9月彩妆销售量以及GMV分别为8876万件、45.8亿元,分别同比下降24.17%、44.43%;环比下降8.4%、23.35%。

从彩妆细分类目看,按GMV,9月彩妆品类占比前三位分别为面部彩妆(34.40%)、唇部彩妆(20.97%)、眼部彩妆(14.52%);按销售量来看,占比前三分别为美容工具(34.84%)、面部彩妆(18.92%)、眼部彩妆(17.70%)。

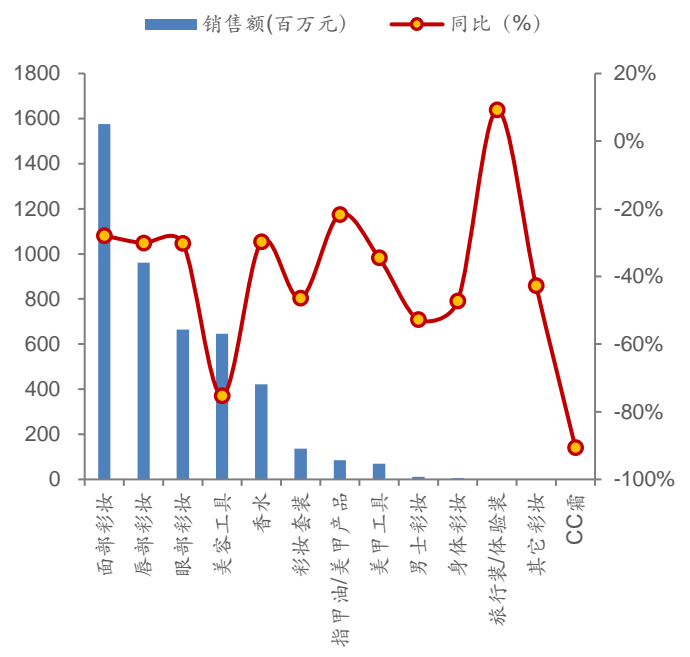
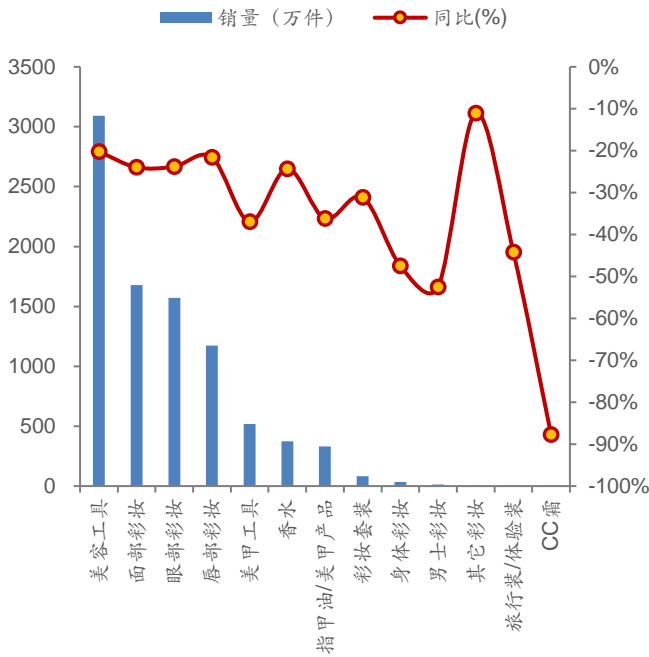
图表 15 9月淘系全网彩妆销售额和销售量 (%)



资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 16 2021 年 9 月彩妆下属细分类别的销量及增速

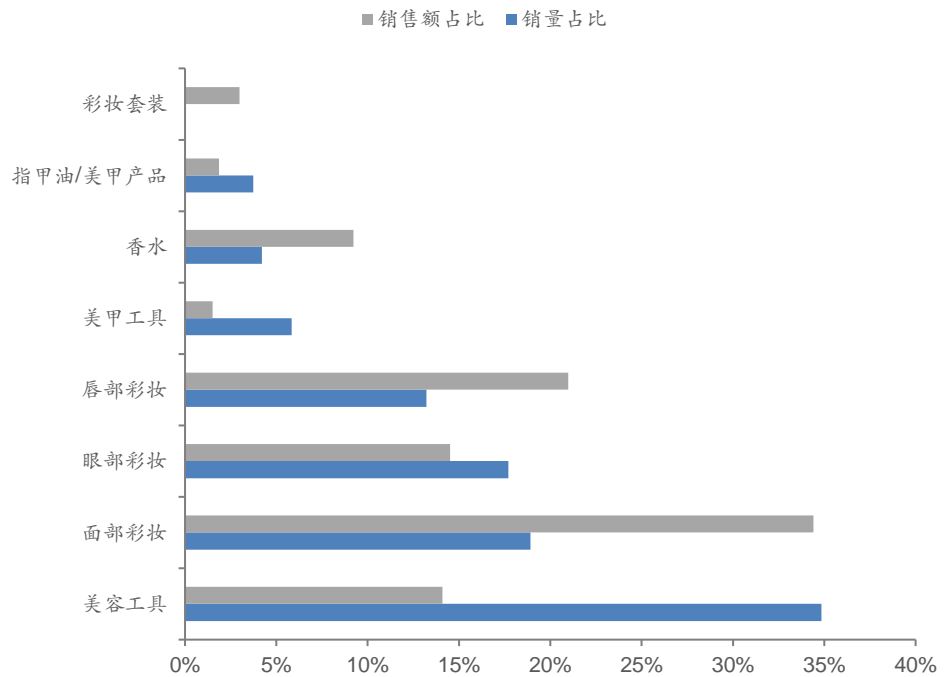
图表 17 2021 年 9 月彩妆下属细分类别的销售额及增速



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

9 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。9 月按销售额排名，国产品牌中的前三分别是完美日记、花西子、珂拉琪/COLORKEY，完美日记淘系平台销售额达到 1.75 亿元，同比下降 41%；销量达到 236 万件，同比下降 43%。花西

子 9 月彩妆淘系平台销售额达 1.67 亿元，同比下降 43%，销量达到 110 万件，同比下降 46%。彩妆珂拉琪品牌营销逐渐发力，稳定在品牌 Top5，销量和 GMV 分别同比下降 20%、14%。

图表 19 2021 年 9 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	perfect diary/完美日记	236	-43%	17533	-41%
2	花西子	110	-46%	16657	-43%
3	color key	214	-20%	14700	-14%
4	ysl/圣罗兰	42	-46%	10263	-50%
5	3ce/三熹玉	88	-17%	9863	-18%
6	mac/魅可	63	-37%	8792	-33%
7	lancome/兰蔻	34	-36%	7902	-25%
8	giorgio armani/阿玛尼	30	-50%	7510	-56%
9	estee lauder/雅诗兰黛	43	-13%	7330	-24%
10	unny club	175	6%	7113	-5%

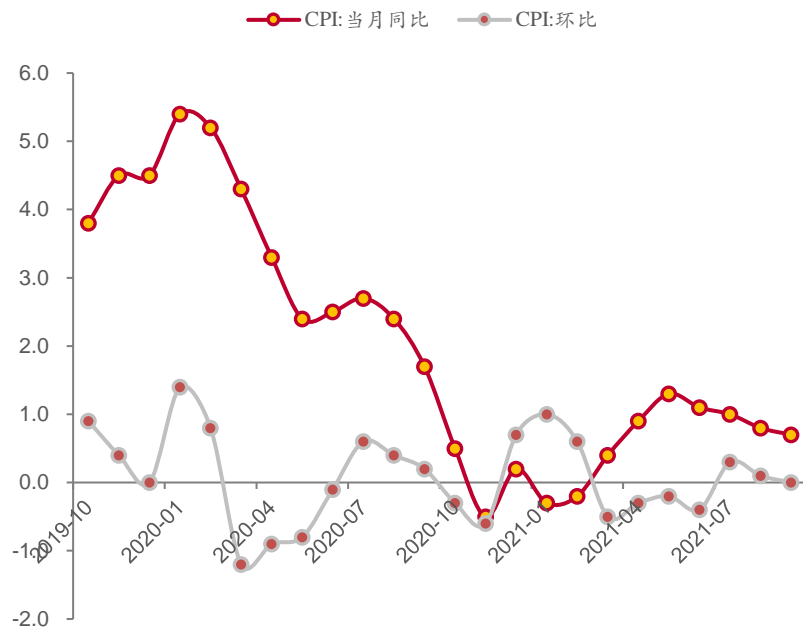
资料来源：淘数据，华安证券研究所

2.3 宏观数据

居民消费价格总体平稳运行，2021年9月份，全国居民消费价格同比上涨0.7%。其中，城市上涨0.8%，农村上涨0.2%；食品价格下降5.2%，非食品价格上涨2.0%；消费品价格上涨0.2%，服务价格上涨1.4%。1~9月平均，全国居民消费价格比去年同期上涨0.6%。

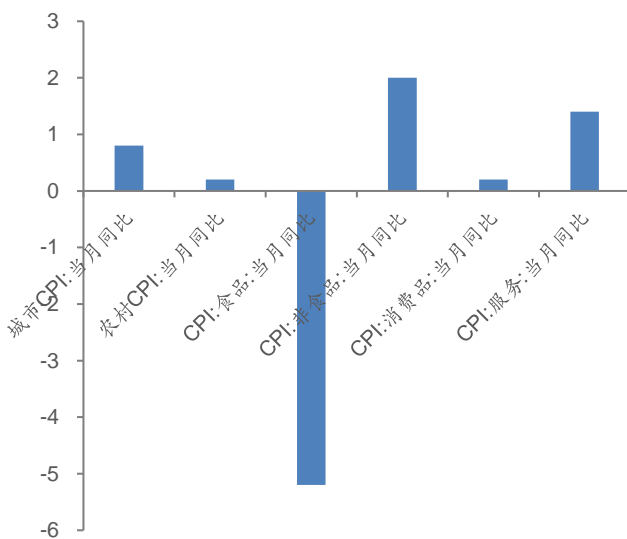
9月份，全国居民消费价格环比持平。其中，城市持平，农村上涨0.1%；食品价格下降0.7%，非食品价格上涨0.2%；消费品价格持平，服务价格上涨0.1%。

图表 20 2021 年 1~9 月 CPI 变动 (%)



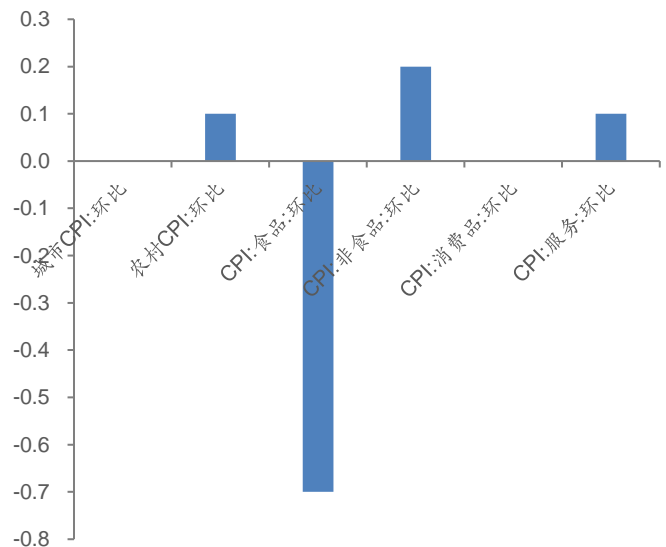
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 21 2021 年 9 月 CPI 同比 (%)



资料来源：淘数据，华安证券研究所

图表 22 2021 年 9 月 CPI 环比 (%)

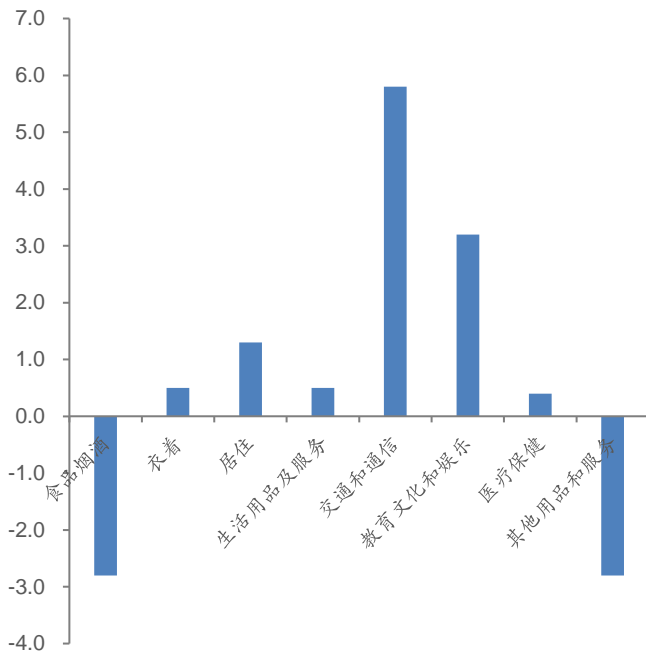


资料来源：淘数据，华安证券研究所

八大类价格同比六涨二降。其中，食品烟酒类价格同比下降 2.8%；交通通信、教育文化娱乐、居住价格分别上涨 5.8%、3.2%和 1.3%；衣着、生活用品及服务、医疗保健价格分别上涨 0.5%、0.5%和 0.4%；其他用品及服务价格下降 2.8%。

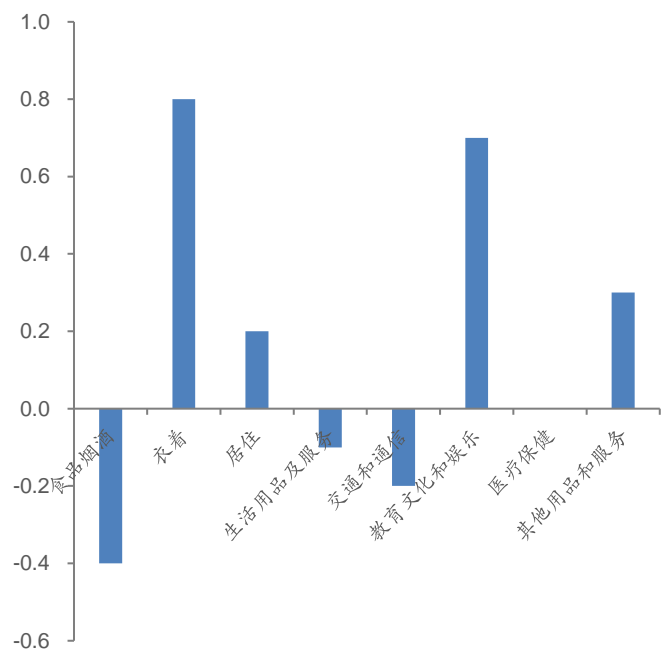
八大类价格环比四涨一平三降。其中，食品烟酒类价格环比下降 0.4%；衣着、教育文化娱乐价格分别上涨 0.8%和 0.7%，其他用品及服务、居住价格分别上涨 0.3%和 0.2%；医疗保健价格持平；交通通信、生活用品及服务价格分别下降 0.2%和 0.1%。

图表 23 2021 年 9 月 CPI 分类别同比涨跌幅 (%)



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 24 2021 年 9 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

消费市场持续回暖。1~8 月，社会消费品零售总额累计值达到 281224 亿元，同比增长 18.1%。8 月社会消费品零售总额 34394 亿元，同比增长 2.5%。

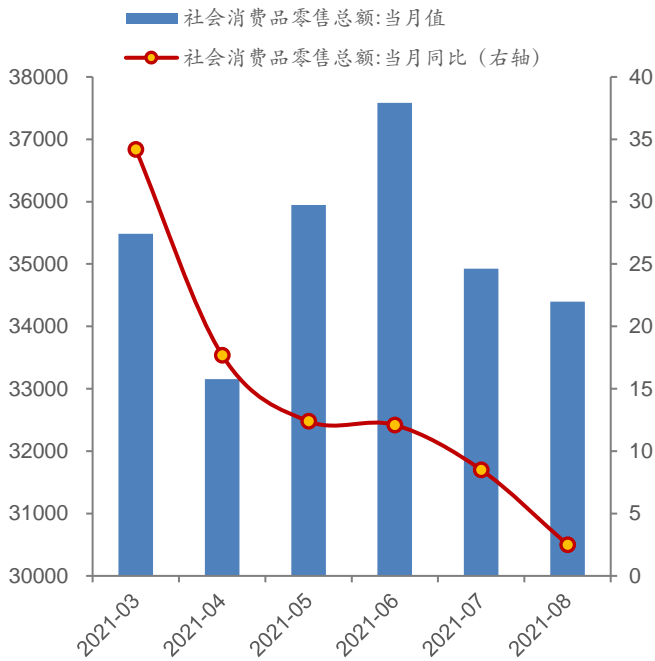
分类别看，1~8 月商品零售总额达到 252305 亿元，同比增长 16.5%。8 月商品零售额为 30939 亿元，同比增长 3.3%。

1~8 月限额以上企业商品零售总额达到 96937 亿元，同比增长 19.2%。8 月限额以上企业商品零售总额为 11557 亿元，同比增长 0.8%。

按消费类型来看，1~8 月，化妆品累计零售总额达到 2461.9 亿元，同比增长 20.0%。8 月化妆品零售额达到 293.9 亿元，同比增长 0.0%。

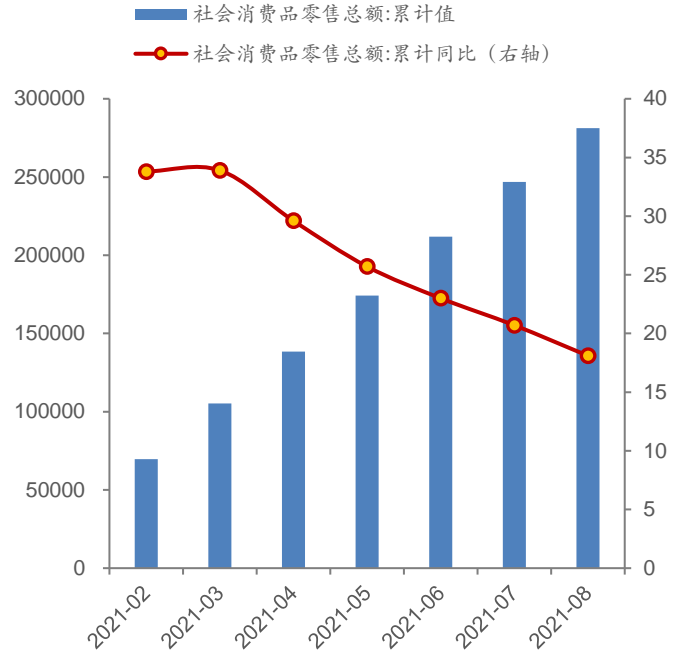
1~8 月网上商品和服务零售额达到 81227 亿元，同比增长 19.7%。实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 23.6%。

图表 25 社会消费品零售总额当月值及同比



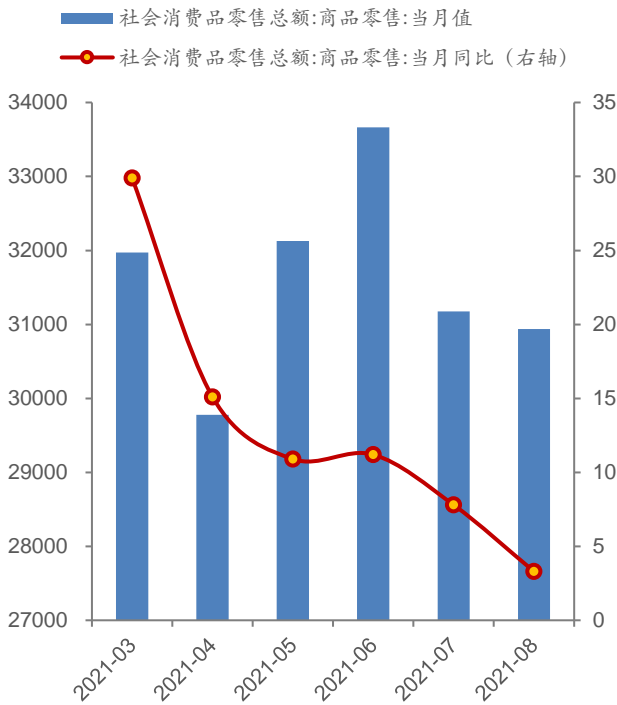
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 26 社会消费品零售总额累计值及同比



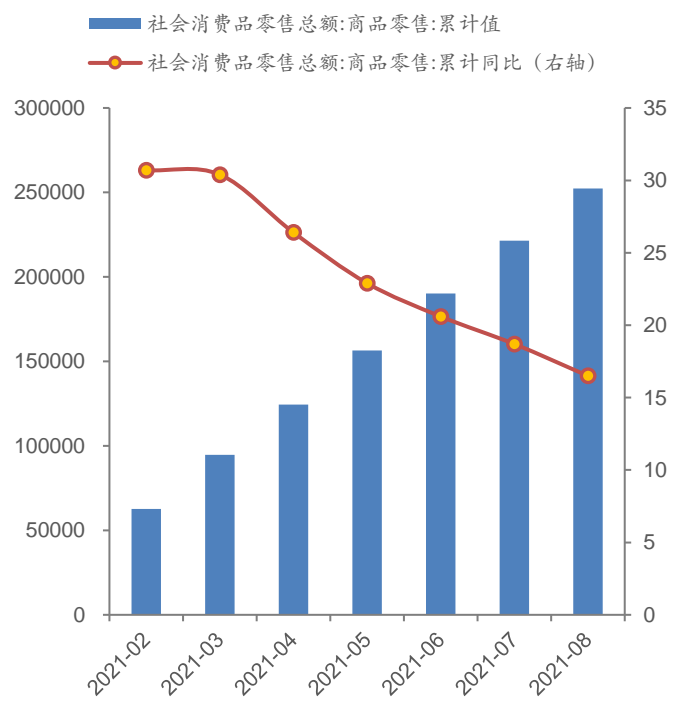
资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 27 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

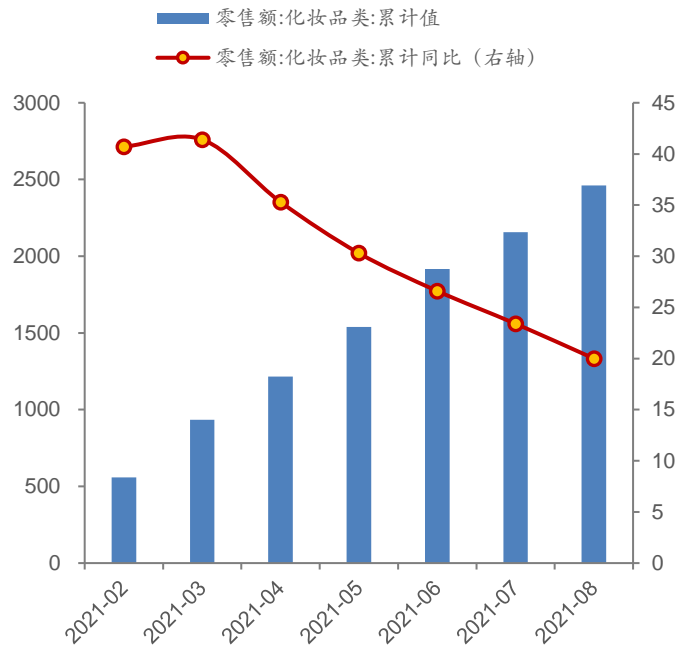
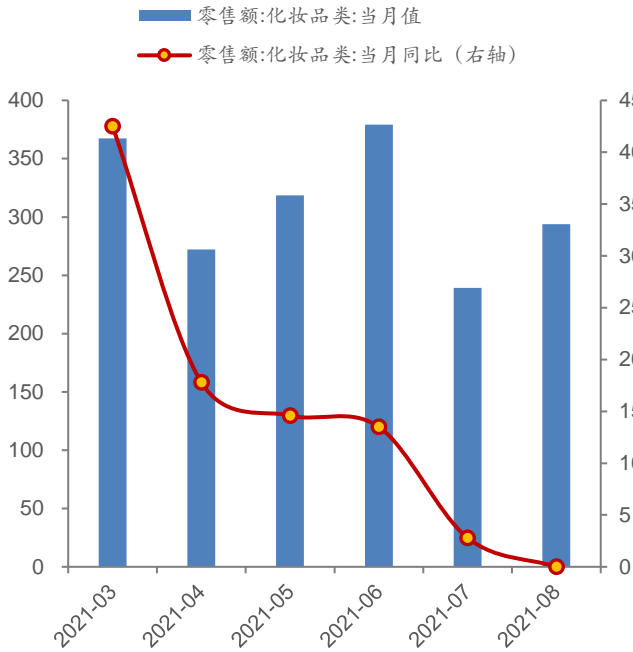
图表 28 商品零售额累计值及同比



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 29 限额以上企业商品零售总额当月值及同比

图表 30 限额以上企业商品零售总额累计值及同比

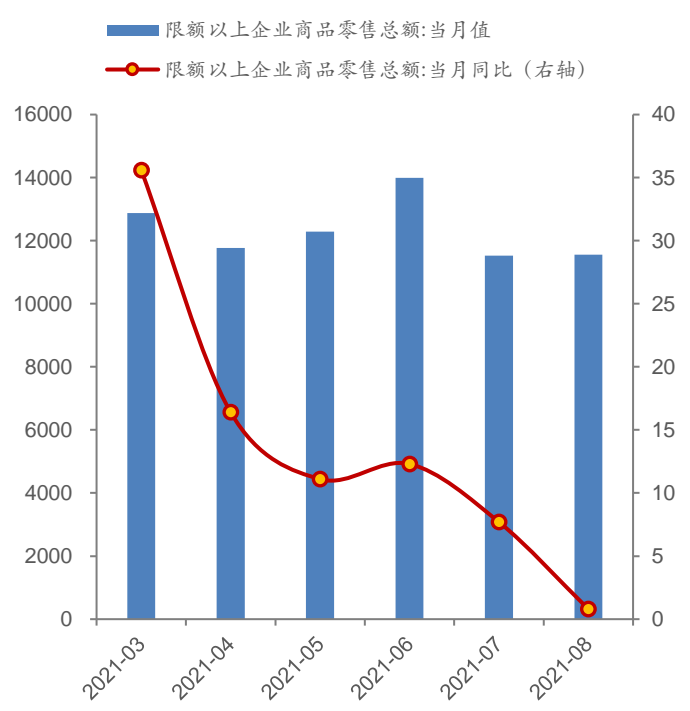
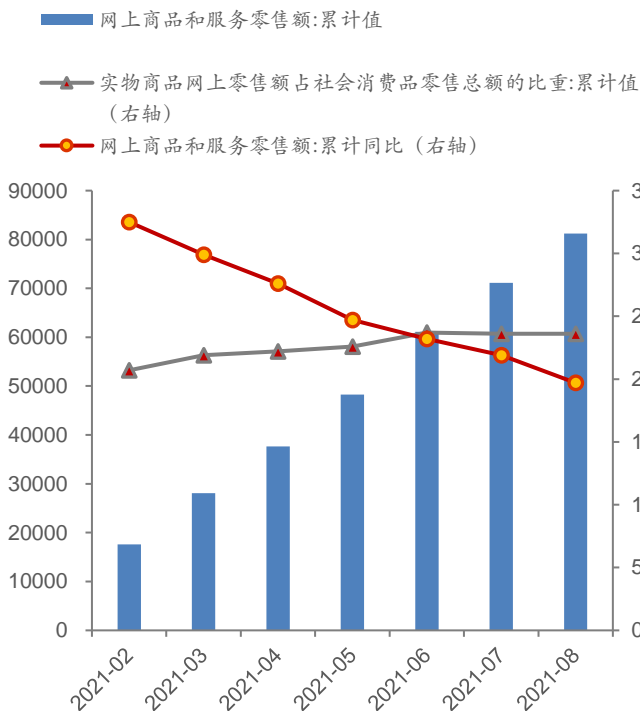


资料来源：国家统计局，华安证券研究所

资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 31 化妆品零售额当月值及同比

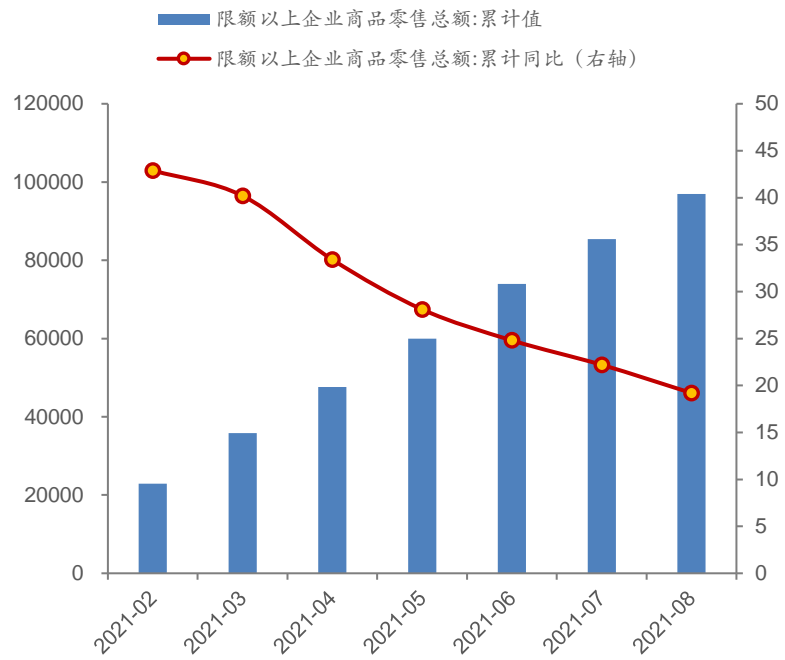
图表 32 化妆品零售额累计值及同比



资料来源：国家统计局，华安证券研究所

资料来源：国家统计局，华安证券研究所

图表 33 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) 广电总局决定，自即日起，各广播电视和网络视听机构、平台一律停止播出“美容贷”及类似广告。(国家广电总局)
- 2) 新华财经联合新氧发布《2021 中国医美抗衰消费趋势报告》显示，2021 年我国医美抗衰市场规模超 755 亿元。(新氧)
- 3) 国家药监局发布，将重点加强整形用注射填充物和光治疗美容设备等产品的管理。(国家药品监督管理局)
- 4) 国家药监局发布《“干细胞化妆品”是个伪概念》一文，明确指出：禁止化妆品宣称含有“干细胞”。(国家药品监督管理局)
- 5) 国家药监局在官网发布文章，提醒公众警惕宣称“促进睫毛生长”的睫毛液。截至目前，国家药监局未批准任何宣称具有促进睫毛生长功效的化妆品。(国家药品监督管理局)
- 6) 山东省将实施“美妆山东”计划，提升化妆品质量、做强化妆品产业，营造公众安全用妆的浓厚氛围。(山东发布)
- 7) 唯品会 905 美妆狂欢日落幕，根据其发布的《唯美榜》，雅诗兰黛、欧莱雅、兰蔻三大品牌荣登此次 905 美妆狂欢日最受欢迎的热销品牌 TOP 3。国货品牌薇诺娜、丸美、自然堂、完美日记、花西子均跻身热销品牌前十。(亿邦动力网)
- 8) 为切实保障儿童化妆品质量安全，整治销售无中文标签化妆品行业乱象，打击儿童化妆品经营中虚假宣传等的突出问题，江门市蓬江区市场监管局在全区范围内集中开展儿童化妆品专项整治，有效维护辖区儿童化妆品市场秩序。(广东药监局)
- 9) 国药监局发布《化妆品生产经营监督管理办法》之电商平台和平台内经营者义务，明确要求平台应对平台内经营者实名登记并管理；平台发现违法经营化妆品的，应当删除、屏蔽、断开链接直至停止提供平台服务，并报告药监部门；入驻经营者应全面、真实、准确披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。(国家药品监督管理局)
- 10) 今年 4 月份以来，福建省药品监管部门开展儿童化妆品“点题整治”专项活动，重点整治儿童化妆品生产环节非法添加可能危害人体健康物质违法违规行为，并作出全国首例化妆品行业终身禁业处罚。(福建省药监局)

4 公司公告

- 1) **【四环医药】** (1) 集团自主研发生产的童颜水凝 (商品名: 嘉乐妍) (2 毫升/支) 于 2021 年 9 月正式获得国家药品监督管理局批准的医疗器械生产许可。(2) 与 Hugel 订立的独家分销协议不会因 Hugel 收购而受到影响。
- 2) **【华东医药】** 回复深圳证券交易所关注函和浙江证监局监管问询函:
 - 1) 公司认为对华东宁波管理未失去控制, 整体仍具有控制权; 2) 华东宁波经营水平逐年下降, 受 2021 年底经营到期影响, 华东宁波下半年业务将会逐步收缩, 预计其 2021 年营业收入及净利润 (按归属上市公司股东净利润计算) 占公司全年营业收入和净利润的比例将均不超过 3%, 占比较低, 对公司贡献度也逐步减小, 不会构成对公司生产经营及财务状况的重大影响; 3) 华东宁波与杭州健生、家和制药等发生的大量关联交易涉嫌损害华东宁波及公司利益; 4) 暂停收购华东宁波自然人股东持有的华东宁波公司股权的原因主要为此后市场环境及华东宁波 2019 年度经营业绩出现较大变化, 而双方在估值、业绩承诺等核心条款的调整上未能达成一致。
- 3) **【朗姿股份】** 公司拟以自有资金 3 亿元人民币, 作为有限合伙人出资设立医美股权并购基金—芜湖博辰十号股权投资合伙企业 (有限合伙)。
- 4) **【爱美客】** 公司限售股份约 5473 万股将于 2021 年 9 月 29 日解禁并上市流通, 占公司总股本比例约为 25.3%。
- 5) **【鲁商发展】** (1) 2018 年股票期权激励计划首次授予部分第二个行权期行权条件成就, 此次可行权的首次授予激励对象为 224 名, 对应可行权的股票期权数量为 726.90 万份, 行权价格为 2.47 元/股; (2) 全资下属公司福瑞达生物拟通过公开挂牌增资扩股引入战略投资者, 本次新增股本占增资后股本不高于 17.58%。本次挂牌底价以评估值为基础, 投前估值为 36 亿元, 对应战略投资者挂牌底价不低于 7.38 亿元; (3) 同意青岛鲁商蓝谷健康产业有限公司向中国农业银行青岛市北第一支行和蓝谷支行申请办理开发贷款, 金额不超过 4.8 亿元, 期限 6 年, 五年期以上 LPR 且按年浮动, 公司为本次借款提供担保。(4) 鲁商发展下属公司鲁商生活服务股份有限公司首次公开发行境外上市外资股获得中国证监会核准。
- 6) **【奥园美谷】** 公司全资控股公司奥悦婷与 WON TECH、北京元泰于 2021 年 9 月 16 日签署《独家代理协议》。

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。