

化妆品零售额增速加快，培育钻石持续高景气

—商贸零售周报 20211122

商贸零售周报

2021年11月22日

报告摘要：

● 十月零售商业数据：商品零售增速加快，部分商品销售持续向好

10月消费恢复韧性继续显现。社会消费品零售总额同比增长4.9%，环比加快0.5 PCT，连续两个月回升。商品零售额同比增长5.2%，环比加快0.7 PCT，其中化妆品类商品零售额同比增长7.2%，环比加快3.3 PCT。

● 巴黎欧莱雅双十一安瓶面膜直播价格事件：头部主播低价优势受到挑战

巴黎欧莱雅双十一安瓶面膜自播价格低于超头主播预售价格近期在网上引起较大关注和讨论，该事件反映出大促竞争激烈，品牌方除了常规营销之外也在不断通过价格下探吸引消费者购买并加大自播投入，同时大促促销活动也更加考验品牌机制分配与资源协同。此次事件给品牌、主播及平台带来新的挑战——对品牌来说是如何在电商直播时代依赖超头主播推广营销的背景下实现达人直播与体现品牌力的自播运营的机制平衡，合理分配相关促销资源；对于主播来说是未来如何维持自身的议价能力与佣金地位；而对平台来说是如何为消费者带来真实透明优惠的同时在大促活动中推新，事件可能会对电商直播行业产生长久的影响。

● 印度10月培育钻石数据：进出口数据持续高景气，推荐国内产业链公司

据GIEPC数据，2021年10月份印度培育钻石毛坯进口额1.03亿美元，同比+97.6%，环比+0.8%，进口额渗透率7.0%（环比+1.2 PCT）；培育钻石裸钻出口额1.46亿美元，同比+80.6%，环比+52.7%，出口额渗透率5.4%（环比+0.6 PCT）。

印度是全球最大的钻石切磨加工基地，其培育钻石进出口数据能够在一定程度上反映行业景气度。月度高频数据可能会受到我国钻石毛坯厂商出货节奏、印度节假日或印度国内消耗影响造成短期波动，但只要培育钻石渗透率中枢保持稳健向上，行业就仍处于景气区间。基于此，我们持续看好国内培育钻石上游产业链公司。

● 本周观点

零售板块复苏加快，消费指数回升，双十一美妆行业维持高增长的状态，重点推荐头部国货化妆品（华熙生物、贝泰妮、珀莱雅、上海家化）；印度十月培育钻石数据体现行业未来发展空间，持续推荐国内产业链公司（力量钻石）。

● 风险提示

宏观经济波动风险；疫情反复影响风险；行业竞争加剧风险；新项目/新产品落地不及预期风险

盈利预测与财务指标（部分公司）

代码	重点公司	现价 11月19日	EPS			PE			评级
			2020A	2021E	2022E	2020A	2021E	2022E	
688363	华熙生物	164.65	1.4	1.6	2.5	122.0	101.6	66.4	推荐
300957	贝泰妮	209.39	1.5	1.9	2.6	138.7	109.6	80.2	推荐
603605	珀莱雅	198.37	2.4	2.9	3.6	83.7	67.9	54.6	推荐
600315	上海家化	41.95	0.6	0.7	1.2	65.5	57.5	35.3	推荐
301071	力量钻石	306.80	1.6	3.5	6.1	190.6	87.4	50.3	推荐

资料来源：公司公告，民生证券研究院

推荐

维持评级

行业与沪深300走势比较



资料来源：Wind，民生证券研究院

分析师：刘文正

执业证号：S0100521100009

电话：13122831967

邮箱：liuwenzheng@mszq.com

相关研究

- 1.【民生商社】再论“克拉自由”，培育钻石五问五答之需求篇
- 2.【民生商社】商贸零售板块周报：2021年双十一美妆洞察专题

目录

1. 十月零售商业数据：商品零售增速加快，部分商品销售持续向好.....	3
2. 本周观点（2021.11.13-2021.11.19）	4
2.1 巴黎欧莱雅双十一安瓶面膜直播价格事件：头部主播低价优势受到挑战，或对后续行业发展产生影响	4
2.2 印度10月培育钻石数据：行业持续景气，推荐国内产业链公司	5
3. 本周市场回顾（2021.11.15-2021.11.19）	7
3.1 行业表现	7
3.2 资金动向	10
4. 本周行业资讯（2021.11.13-2021.11.19）	12
4.1 商贸珠宝：全球外贸和消费线上化趋势助力跨境电商行业快速增长	12
4.2 纺服：全球疫情缓解和部分地区恢复跨境商务通行推动行业增长	14
4.3 医美美妆：12月功效护肤品或将迎新一轮备案热，逸仙电商净亏损同比收窄	15
5. 下周重要提示	18
6. 行业重点公司盈利预测及估值.....	19
7. 风险提示	20
插图目录	21
表格目录	21

1. 十月零售商业数据：商品零售增速加快，部分商品销售持续向好

10月消费恢复韧性继续显现。社会消费品零售总额同比增长4.9%，增速环比加快0.5PCT，连续两个月回升。商品零售额同比增长5.2%，增速环比加快0.7PCT。部分商品销售增速加快，基本生活类商品销售稳中向好。升级类、居住类和出行类商品零售增速有所加快，10月份通讯器材类、石油及制品类、化妆品类商品零售额同比分别增长34.8%、29.3%和7.2%，环比分别加快12.0PCT、12.0PCT、3.3PCT。

表1: 2021年10月社零数据跟踪

社零数据当月同比增速		21/10	21/09	21/08	21/07	21/06	21/05	21/04	21/03	21/02	21/01	20/12	20/11	20/10
总额	社会消费品零售总额	4.9%	4.4%	2.5%	8.5%	12.1%	12.4%	17.7%	34.2%	33.8%	4.6%	5.0%	4.3%	3.3%
	限额以上企业消费品总额	4.6%	2.8%	0.5%	8.5%	13.2%	12.7%	18.5%	38.6%	43.9%	6.4%	8.3%	7.1%	5.3%
高频必选	粮油、食品类	9.9%	9.2%	9.5%	11.3%	15.6%	10.6%	6.5%	8.3%	10.9%	8.2%	7.7%	8.8%	7.8%
	饮料	8.8%	10.1%	11.8%	20.8%	29.1%	19.0%	22.3%	33.3%	36.9%	17.1%	21.6%	16.9%	22.0%
	烟酒	14.3%	16.0%	14.4%	15.1%	18.2%	15.6%	26.2%	47.4%	43.9%	20.9%	11.4%	15.1%	17.6%
	日用品	3.5%	0.5%	-0.2%	13.1%	14.0%	13.0%	17.2%	30.7%	34.6%	8.0%	8.1%	11.7%	10.7%
高频可选	服装鞋帽针纺织品	-3.3%	-4.8%	-6.0%	7.5%	12.8%	12.3%	31.2%	69.1%	47.6%	3.8%	4.6%	12.2%	8.3%
	化妆品	7.2%	3.9%	0.0%	2.8%	13.5%	14.6%	17.8%	42.5%	40.7%	9.0%	32.3%	18.3%	13.7%
低频可选	金银珠宝	12.6%	20.1%	7.4%	14.3%	26.0%	31.5%	48.3%	83.2%	98.7%	11.6%	24.8%	16.7%	13.1%
	通讯类器材	34.8%	22.8%	-14.9%	0.1%	15.9%	8.8%	14.2%	23.5%	53.1%	21.0%	43.6%	8.1%	-4.6%
	家用电器和音像器材	9.5%	6.6%	-5.0%	8.2%	8.9%	3.1%	6.1%	38.9%	43.2%	11.2%	5.1%	2.7%	-0.5%
	家具类	2.4%	3.4%	6.7%	11.0%	13.4%	12.6%	21.7%	42.8%	58.7%	0.4%	-2.2%	1.3%	-0.6%
其它	汽车	-11.5%	-11.8%	-7.4%	-1.8%	4.5%	6.3%	16.1%	48.7%	77.6%	6.4%	11.8%	12.0%	11.2%
	文化办公用品	11.5%	22.6%	20.4%	14.8%	25.9%	13.1%	6.7%	22.2%	38.3%	9.6%	11.2%	11.7%	12.2%
	石油及制品	29.3%	17.3%	13.1%	22.7%	21.9%	20.3%	18.3%	26.4%	21.9%	-3.8%	-11.0%	-11.0%	-11.8%
总额	建筑及装潢材料	12.0%	13.3%	13.5%	11.6%	19.1%	20.3%	30.8%	43.9%	52.8%	12.9%	7.1%	4.2%	0.5%
	社会消费品零售总额	4.9%	4.4%	2.5%	8.5%	12.1%	12.4%	17.7%	34.2%	33.8%	4.6%	5.0%	4.3%	3.3%

资料来源：国家统计局，民生证券研究院

2. 本周观点（2021.11.13-2021.11.19）

2.1 巴黎欧莱雅双十一安瓶面膜直播价格事件：头部主播低价优势受到挑战，或对后续行业发展产生影响

2.1.1 事件回顾：

10月20日：10月20日也是双十一预售第一天，李佳琦薇娅直播间上架“欧莱雅安瓶面膜”，促销机制为买20片赠30片共计50片，预售价格总计429元，支付定金后部分消费者11月1日-3日支付尾款时使用跨店满减券后低至368.94元，欧莱雅品牌官方也曾在微博上宣称这一活动将是“全年最大力度”。

11月1日-3日：11月1日-3日期间，欧莱雅官方旗舰店直播间持续放出999-200的大额优惠券，这使得50片同款安瓶面膜用券后最低价只需257元，而后续欧莱雅品牌侧也将此前发布的关于李佳琦直播间的微博内容进行修改，删去“全年最大力度”。

11月17日：关于欧莱雅等多个词条均登上了微博热搜榜且相关阅读过亿，包括“近万消费者上黑猫投诉欧莱雅”、“欧莱雅客服称李佳琦说低价不算”、“李佳琦薇娅暂停与欧莱雅合作”……李佳琦薇娅17日晚间双双回应称已与巴黎欧莱雅进行了多轮协商，但巴黎欧莱雅尚未给到明确的解决方案，若24小时后巴黎欧莱雅仍未能给出合理的解决方案，直播间将给到2021年10月20日在直播间购买巴黎欧莱雅安瓶面膜的消费者相应的补偿方案。

11月18日：凌晨巴黎欧莱雅发表声明称，对于此次安瓶面膜双十一促销机制过于繁琐复杂向消费者致歉，并将提出妥善的解决方案；晚上八点，巴黎欧莱雅给出解决方案，方案为补偿优惠券，即对预售期间购买产品满999元而未领到大额券的消费者补偿200元无门槛券，对同期购买安瓶面膜但订单金额没满999元的消费者另补两张满减券。

2.1.2 事件分析：

1) 大促竞争激烈，品牌放大额券加大促销力度：据此次巴黎欧莱雅官方解释，此次发放的999-200大额优惠券于九月就已经开始发放。双十一预售阶段起，雅诗兰黛和巴黎欧莱雅两个品牌位居护肤榜单第一第二名且实力相近，而事件涉及的999-200元大额消费券预计也是基于品牌竞争激烈的背景并为加大自播销售设置的。安瓶面膜是巴黎欧莱雅今年双十一当之无愧的主力单品，也是天猫美妆全品类唯一成交额破5亿元的超级单品，帮助巴黎欧莱雅成功跻身20亿元品牌俱乐部。此次安瓶面膜价格事件说明双十一竞争越来越激烈，品牌方除了常规营销之外也在不断通过价格下探吸引消费者购买并加大自播投入。

2) 自播直播间消费者需叠加后购买，单件购买仍以超头直播间最优惠，大促活动对品牌机制分配与资源协同发起考验：据巴黎欧莱雅及主播官方解释，此次出现部分消费者以低于超头直播间到手价拍下商品是因为叠加使用了多种平台和店铺的优惠，享受这些优惠是需要凑单达到一定总价格门槛，同时平台系统会自动将符合条件的优惠分摊到活动商品上才能达到的。优惠券门槛高达999，如果达不到门槛，超头直播间仍然是最优价格。今年双11超长的预售中，两位主播多次强调了自己的议价能力，李佳琦在双11期间推出的微综艺《所有女生的offer》强化了其“只要低价”的标签，对消费者来说超头直播间价格是全网最低价的预期可能

已经形成。这次事件折射出的是品牌在电商直播时代面临的营销资源平衡问题--要依赖明星主播的引流能力，同时适应大平台的促销规则，还必须维持并加强自播占比以强化自己的品牌力和运营能力，品牌面临多方平衡与资源整合的挑战。

2.1.3 趋势判断：

由于品牌大促竞争激烈，部分品牌大促期间临时调整机制使得现货价格低于预售价格，大促预售的价格优势受到了挑战，双十一期间的优惠券满减机制也广受消费者讨论。另一方面，今年双十一期间两位超头主播预售当晚带货同比增长 3 倍，众多品牌通过超头直播间进行预售带货引爆热点，安瓶面膜价格事件发生后，微博主要围绕品牌方和主播的诚信度及超头直播间是否应该享受最大优惠展开讨论，此外今年双十一期间其他品牌如雅诗兰黛旗下的蒂佳婷也出现超头预售价格高于现货价格的情况，玉泽、润百颜等品牌在未上李佳琦/薇娅直播间的情况下均在自播及京东唯品等其他渠道发力取得不错的成绩。随着店铺自播的发展及新渠道的拓展，为了降低营销费用并加强品牌自身运营及影响力，品牌也在逐渐减少以头部主播为主导的销售模式依赖，未来大促期间超头主播在价格方面的优势或许将受到影响。事件也给品牌、主播及平台带来新的挑战：

- 1) **品牌：**此次事件反应出品牌需对营销机制安排需更加合理，更多需要考虑如何多渠道推广促销之下切实维护消费者的利益，如何在电商直播时代依赖超头主播推广营销的背景下实现达人直播与体现品牌力的自播运营的机制平衡，合理分配相关促销资源。
- 2) **主播：**双十一是收割属性的大促活动，今年从“蓄水”阶段开始“低价”已明确成为超头主播主要的营销手段，此次巴黎欧莱雅的安瓶面膜事件对于主播的议价地位是一次挑战，也一定程度上质疑了主播宣称“最低价”的真实度。如何维持自身的议价能力与佣金地位，并通过营销的推新提升消费者的忠诚度，让消费者持续与直播间互动连接，也是主播未来面临的挑战。
- 3) **平台：**无论是 2020 年双十一的养猫活动引起的舆论，还是今年的巴黎欧莱雅直播价格事件，平台大促的优惠机制及优惠获得方法引起的讨论均体现出消费者期望平台优惠更加简单。如何为消费者带来真实透明的优惠同时在大促活动中推新，维持并继续提高消费者的热情与参与度，将是未来平台需要思考的问题。

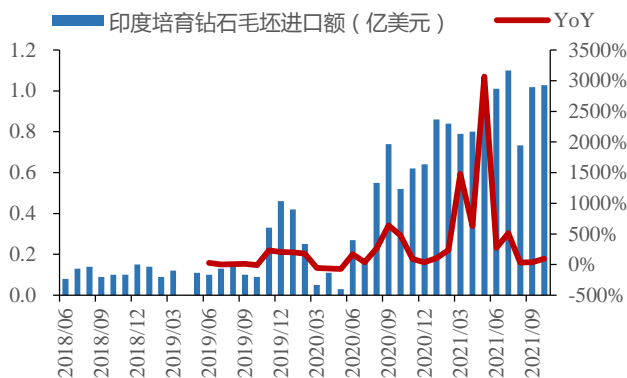
2.2 印度 10 月培育钻石数据：行业持续景气，推荐国内产业链公司

印度 10 月份培育钻石进出口数据持续高景气，持续推荐国内培育钻石产业链公司。据 GIEPC 数据，2021 年 10 月份印度培育钻石毛坯进口额 1.03 亿美元，同比+97.6%，环比+0.8%，进口额渗透率 7.0%（环比+1.2 PCT）；培育钻石裸钻出口额 1.46 亿美元，同比+80.6%，环比+52.7%，出口额渗透率 5.4%（环比+0.6 PCT）。值得注意的是，GJEPC 宝石和珠宝产品进出口数据以摘要形式由主要港口发出，为临时性数据，近期将去年 10 月份数据调整为准确数据。因此，去年 10 月裸钻出口金额应以调整后 0.81 亿美元为准，并基于此计算同比增速。

印度是全球最大的钻石切磨加工基地，其培育钻石进出口数据能够在一定程度上反映行

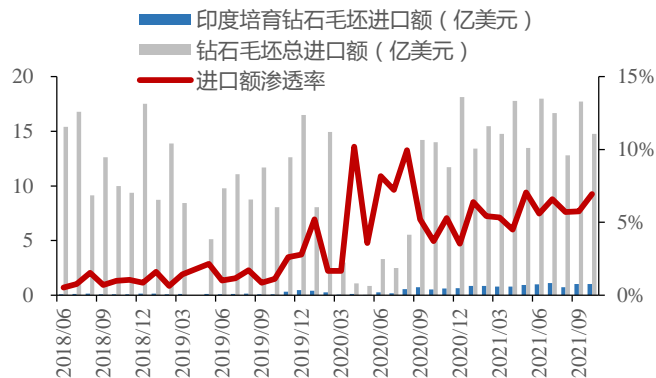
业景气度。但是，月度高频数据可能会受到我国钻石毛坯厂商出货节奏、印度节假日或印度国内消耗影响造成短期波动，只要培育钻石渗透率中枢保持稳健向上，行业就仍处于景气区间。基于此，我们持续看好国内培育钻石上游产业链公司。

图1: 印度培育钻石毛坯进口额 (亿美元)



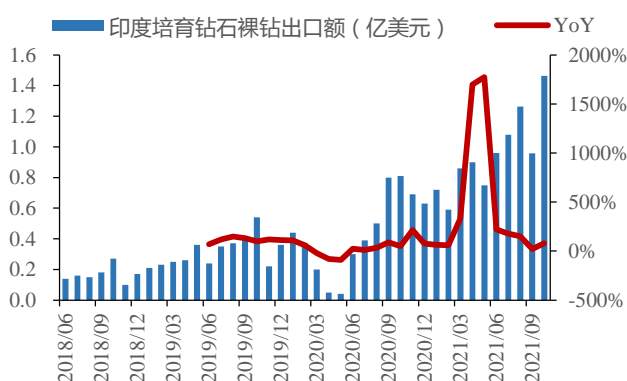
资料来源: GJEPC, 民生证券研究院

图2: 印度培育钻石进口额渗透率



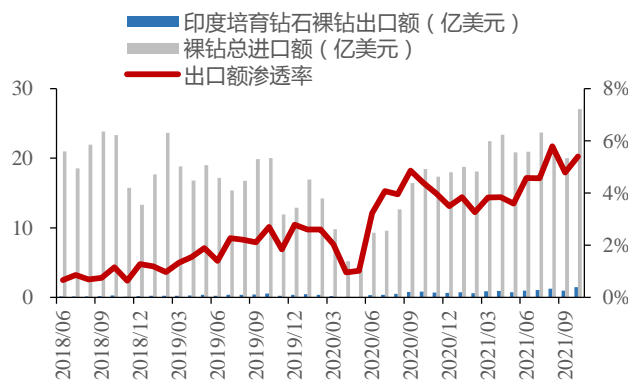
资料来源: GJEPC, 民生证券研究院

图3: 印度培育钻石裸钻出口额 (亿美元)



资料来源: GJEPC, 民生证券研究院

图4: 印度培育钻石裸钻出口额渗透率



资料来源: GJEPC, 民生证券研究院

3. 本周市场回顾 (2021.11.15-2021.11.19)

3.1 行业表现

3.1.1 本周各板块涨跌幅: 上证综指上涨 0.60%, 休闲服务上涨 0.85%, 纺织服装上涨 3.24%

本周各主要指数: 商贸零售上涨 0.85%, 纺织服装上涨 3.24%, 上证综指上涨 0.60%, 深证成指上涨 0.32%, 创业板指下跌 0.33%, 沪深 300 上涨 0.03%, 恒生指数下跌 1.10%。

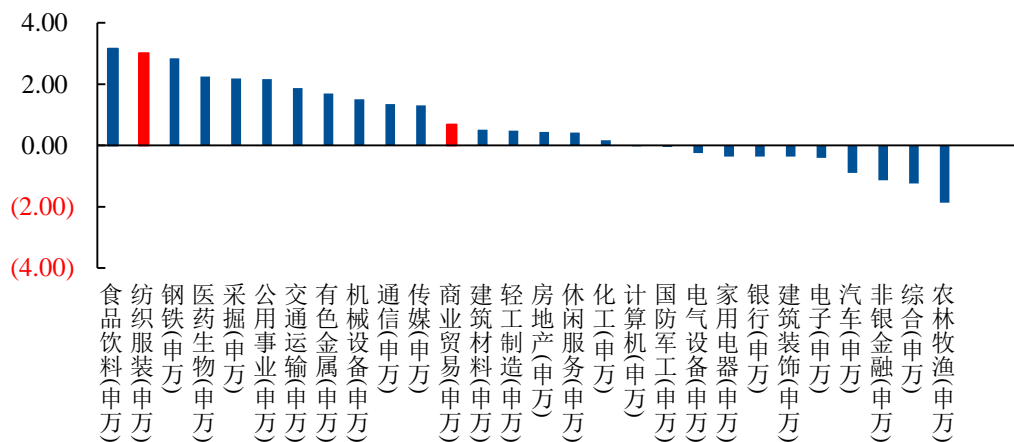
表2: 创业板指上涨 2.31%, 上证综指上涨 1.36%, 休闲服务上涨 0.64% (2021/11/08-11/12)

	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周 PE 变动	年初至今涨跌幅 (%)
上证指数	0.60	21838.10	0.08	2.51
深证成指	0.32	33625.59	0.17	1.95
创业板指	(0.33)	14320.37	0.17	15.26
沪深 300	0.03	13140.36	0.03	(6.16)
商业贸易(申万)	0.69	377.11	0.36	-6.34
纺织服装(申万)	3.01	383.33	0.37	1.13
恒生指数	(1.10)	6124.62	(0.20)	(8.01)

资料来源: Wind, 民生证券研究院

本周 28 个申万一级行业: 纺织服装板块 (+3.01%) 和商贸零售板块 (+0.60%) 在 30 个中信一级行业中分别排名第 2 位和第 12, 比较靠前。本周跌幅最大的板块为农林牧渔 (-1.87%)。

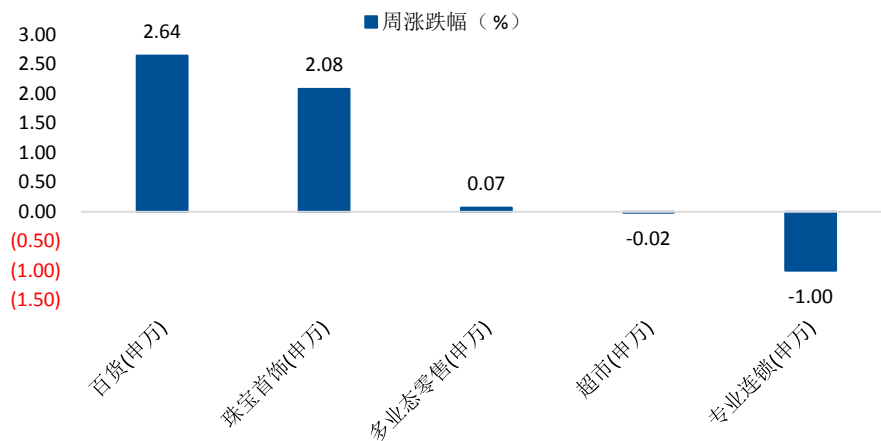
图5: 纺织服装板块和商业贸易板块周涨跌幅分别排名第 2 位和第 12 位 (2021/11/15-11/19)



资料来源: Wind, 民生证券研究院

本周商贸零售各细分板块：百货板块上涨 2.64%，珠宝首饰上涨 2.08%，多业态零售部板块上涨 0.07%，超市板块下跌 0.02%，专业连锁板块下跌 1.00%。

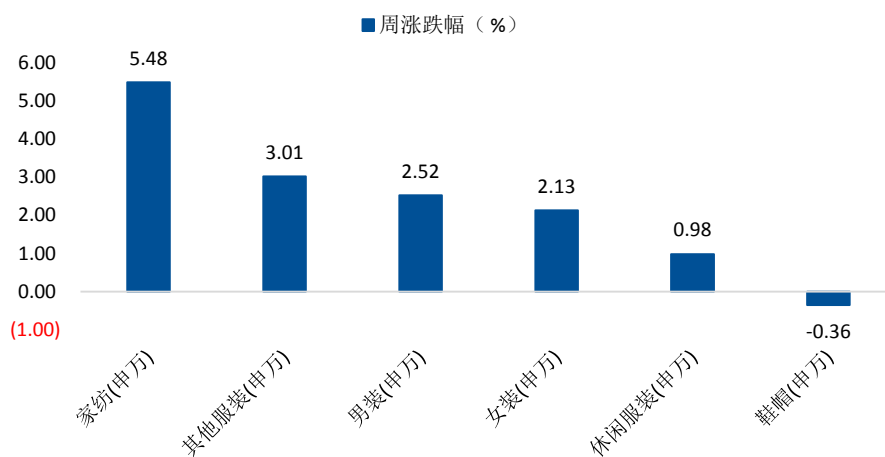
图6：百货板块上涨 2.64%，专业连锁板块下跌 1.00%（2021/11/15-11/19）



资料来源：Wind，民生证券研究院

本周纺织服装各细分板块：家纺板块上涨 5.48%，其他服装板块上涨 3.01%，男装板块上涨 2.52%，女装板块上涨 2.13%，休闲服装板块上涨 0.98%，鞋帽板块下跌 0.36%。

图7：家纺板块上涨 5.48%，鞋帽板块下跌 0.36%（2021/11/15-11/19）



资料来源：Wind，民生证券研究院

3.1.2 本周个股涨幅龙虎榜：海印股份上涨 15.38%，中银绒业上涨 29.03%，倍加洁上涨 11.61%

商业贸易涨幅前五：海印股份 (+15.38%)、华联综超 (9.53%)、海宁皮城 (+9.17%)、丽尚国潮 (+8.22%)、爱施德 (+6.67%)。

商业贸易跌幅前五：苏宁易购 (-6.87%)、孩子王 (-6.76%)、*ST厦华 (-4.45%)、南极电商 (-4.09%)、汉商集团 (-4.01%)。

表3: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2021/11/19)

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)
涨幅前五	000861.SZ	海印股份	55.81	2.18	15.38
	600361.SH	华联综超	35.95	5.39	9.53
	002344.SZ	海宁皮城	61.06	4.89	9.17
	600738.SH	丽尚国潮	48.88	6.31	8.22
	002416.SZ	爱施德	152.56	11.32	6.67
跌幅前五	600774.SH	汉商集团	50.89	17.51	-4.01
	002127.SZ	南极电商	166.93	6.76	-4.09
	600870.SH	*ST厦华	24.70	4.77	-4.45
	301078.SZ	孩子王	179.96	16.45	-6.76
	002024.SZ	苏宁易购	378.92	4.06	-6.87

资料来源: Wind, 民生证券研究院

纺织服装涨幅前五：中银绒业 (+29.03%)、红豆股份 (+13.50%)、健盛集团 (+12.74%)、探路者 (+10.15%)、富安娜 (+9.12%)；

纺织服装跌幅前五：巨星农牧 (-7.06%)、盛泰集团 (-6.48%)、戎美股份 (-5.54%)、*ST天首 (-5.41%)、星期六 (-5.12%)。

表4: 本周纺织服装 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2021/11/19)

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)
涨幅前五	000982.SZ	中银绒业	153.43	3.43	29.03
	600400.SH	红豆股份	84.78	3.47	13.50
	603558.SH	健盛集团	46.96	11.18	12.74
	300005.SZ	探路者	83.42	9.42	10.15
	002327.SZ	富安娜	75.40	9.12	9.12
跌幅前五	002291.SZ	星期六	181.97	20.00	-5.12
	000611.SZ	*ST天首	11.22	3.30	-5.41
	301088.SZ	戎美股份	61.04	26.45	-5.54
	605138.SH	盛泰集团	64.95	11.59	-6.48
	603477.SH	巨星农牧	65.99	13.26	-7.06

资料来源: Wind, 民生证券研究院

美妆涨幅前五：倍加洁 (+11.61%)、青岛金王 (+10.94%)、名臣健康 (+5.80%)、珀莱雅 (+4.30%)、锦盛新材 (+2.77%)；

美护跌幅前五：拉芳家化（-5.60%）、*ST浪奇（-5.48%）、力合科创（-4.59%）、白亚股份（-3.09%）、稳健医疗（-1.07%）。

表5：本周商业贸易板块A股个股涨幅龙虎榜（截至2021/11/19）

	股票代码	股票简称	流通市值(亿元)	股价(元)	周涨跌幅(%)
涨幅前五	603059.SH	倍加洁	23.16	21.05	11.61
	002094.SZ	青岛金王	30.12	4.46	10.94
	002919.SZ	名臣健康	56.60	44.89	5.80
	603605.SH	珀莱雅	398.74	195.05	4.30
	300849.SZ	锦盛新材	18.93	12.50	2.77
跌幅前五	300888.SZ	稳健医疗	342.17	80.11	-1.07
	003006.SZ	百亚股份	72.08	17.14	-3.99
	002243.SZ	力合科创	123.24	10.12	-4.59
	000523.SZ	*ST浪奇	21.65	3.41	-5.48
	603630.SH	拉芳家化	49.26	21.30	-5.60

资料来源：Wind，民生证券研究院

3.2 资金动向

3.2.1 个股资金跟踪：天音控股买入额占商贸榜首，中银绒业占纺服榜首，爱美客净买入额占美护首位

商业贸易净买入前五：天音控股（+3.10亿元）、王府井（+1.31亿元）、鹏都农牧（+1.03亿元）、爱施德（+1.02亿元）、金开新能（+0.60亿元）；

商业贸易净卖出前五：江苏国泰（-3.07亿元）、南极电商（-2.27亿元）、百联股份（-1.24亿元）、苏宁易购（-1.17亿元）、永辉超市（-1.03亿元）。

表6：休闲服务板块A股个股资金净流入龙虎榜（截至2021/11/19）

	股票代码	股票简称	流通市值(亿元)	股价(元)	净买入额(亿元)	成交量(百万股)
净买入前五	000829.SZ	天音控股	224.60	22.07	3.10	255.32
	600859.SH	王府井	301.39	30.40	1.31	45.14
	002505.SZ	鹏都农牧	216.09	3.08	1.03	673.47
	002416.SZ	爱施德	152.56	11.32	1.02	123.78
	600821.SH	金开新能	153.79	10.57	0.60	361.80
净卖出前五	601933.SH	永辉超市	368.45	4.03	-1.03	176.38
	002024.SZ	苏宁易购	378.92	4.06	-1.17	235.01
	600827.SH	百联股份	216.12	13.31	-1.24	57.15
	002127.SZ	南极电商	166.93	6.76	-2.27	196.00
	002091.SZ	江苏国泰	181.84	11.50	-3.07	143.09

资料来源：Wind，民生证券研究院

纺服板块净买入前五：中银绒业（+7.93亿元）、真爱美家（+1.02亿元）、探路者（+0.70亿元）、红豆股份（+0.58亿元）、富安娜（+0.48亿元）；

纺织服装净卖出前五：戎美股份（-1.59 亿元）、巨星农牧（-1.30 亿元）、台华新材（-1.01 亿元）、星期六（-0.87 亿元）、ST 起步（-0.71 亿元）。

表7：教育板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2021/11/19）

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	净买入额 (亿元)	成交量 (百万股)
净买入前五	000982.SZ	中银绒业	153.43	3.43	7.93	1894.47
	003041.SZ	真爱美家	28.21	28.01	1.02	24.91
	300005.SZ	探路者	83.42	9.42	0.70	91.25
	600400.SH	红豆股份	84.78	3.47	0.58	171.21
	002327.SZ	富安娜	75.40	9.12	0.48	34.36
净卖出前五	603557.SH	ST 起步	28.12	5.67	-0.71	97.73
	002291.SZ	星期六	181.97	20.00	-0.87	43.79
	603055.SH	台华新材	171.34	20.63	-1.01	68.90
	603477.SH	巨星农牧	65.99	13.26	-1.30	52.14
	301088.SZ	戎美股份	61.04	26.45	-1.59	33.49

资料来源：Wind，民生证券研究院

美容护理净买入前五：爱美客（+2.59 亿元）、青岛金王（+0.65 亿元）、名臣健康（+0.33 亿元）、珀莱雅（+0.24 亿元）、力合科创（+0.09 亿元）；

美容护理净卖出前五：中顺洁柔（-1.06 亿元）、华熙生物（-0.67 亿元）、奥园美谷（-0.58 亿元）、稳健医疗（-0.58 亿元）、上海家化（-0.56 亿元）。

表8：休闲服务板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2021/11/19）

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	净买入额 (亿元)	成交量 (百万股)
净买入前五	300896.SZ	爱美客	1224.40	561.00	2.59	9.27
	002094.SZ	青岛金王	30.12	4.46	0.65	119.94
	002919.SZ	名臣健康	56.60	44.89	0.33	4.30
	603605.SH	珀莱雅	398.74	195.05	0.24	4.08
	002243.SZ	力合科创	123.24	10.12	0.09	39.45
净卖出前五	600315.SH	上海家化	285.11	42.16	-0.56	16.72
	300888.SZ	稳健医疗	342.17	80.11	-0.58	6.76
	000615.SZ	奥园美谷	92.57	11.77	-0.58	153.95
	688363.SH	华熙生物	790.32	165.90	-0.67	12.76
	002511.SZ	中顺洁柔	229.11	17.80	-1.06	96.25

资料来源：Wind，民生证券研究院

4. 本周行业资讯 (2021.11.13-2021.11.19)

4.1. 商贸珠宝：全球外贸和消费线上化趋势助力跨境电商行业快速增长

4.1.1. 行业资讯

1. 亚马逊已连续第五年成为美国“最便宜”的电商平台

近日全球电商分析公司 Profitero 的第五次年度“美国价格战”研究报告称，亚马逊已连续第五年成为美国“最便宜”的电商平台。该报告分析了从 2021 年 7 月 12 日到 10 月 3 日 12 周的时间内，美国 12 家电商平台中的 15 个类别的 15530 种产品的价格。其中，在线宠物零售商 Chewy 是唯一一家在任何类别中都能与亚马逊的低价匹敌的公司。(一点资讯)

2. 叮咚买菜发布 Q3 业绩报告，Q3 营收同比增长 111%

叮咚买菜 (NYSE: DDL) 发布了 Q3 业绩报告，报告显示，公司 Q3 营收为 61.9 亿元，同比增长 111%；GMV 为 70.2 亿元，同比增速为 107.7%。不过，叮咚买菜亏损进一步扩大，Q3 净亏损达 20.1 亿元，上年同期的净亏损为 8.29 亿元。对于亏损，叮咚买菜创始人兼 CEO 梁昌霖表示，根据目前的效率优化情况，叮咚买菜的盈利情况将比 IPO 时预期的更加乐观。(联商网)

3. 阿里旗下社区团购品牌淘菜菜今日起暂时退出贵州区域

阿里旗下社区团购品牌淘菜菜今日起暂时退出贵州区域，这是阿里自今年 9 月份将“盒马集市”“淘宝买菜”“买买菜”统一升级为新品牌“淘菜菜”之后，首次对社区电商进行区域性调整。(36 氪)

4. 21 年前三季度我国跨境电商进出口增长 20.1%

根据海关总署的数据，今年前三季度我国跨境电商进出口增长 20.1%，疫情加速全球外贸和消费线上化趋势，推动跨境电商行业快速增长。2021 年前三季度我国共注册跨境电商相关企业 7943 家，两年平均增长率高达 90.6%。(亿恩网)

5. 沃尔玛发布 Q3 财报，公司 Q3 营收 1405.25 亿美元，同比增长 4.3%

沃尔玛 Q3 财报显示，公司 Q3 营收 1405.25 亿美元，同比增长 4.3%；归母净利润达 31.05 亿美元，去年同期为 51.35 亿美元，同比降低 39.5%。此外，沃尔玛旗下山姆会员店的销售额增长了 13.9%，两年累计增长了 25%；会员收入增长了 11.3%，这是连续第五个季度两位数的增长。(新零售网)

6. 印尼 B2B 电商公司 Ula 获 2300 万美元融资

印尼 B2B 电商公司 Ula 获 2300 万美元融资，Flipkart 联合创始人、老虎全球领投。该公司在

今年 10 月曾获得来自腾讯、Prosus Ventures 和 BCapital 的 8700 万美元注资。截至目前,该公司 B 轮融资共计 1.1 亿美元。公司称,新资金将用于升级产品和团队扩张。该公司自 2020 年 1 月产品上线以来,销售额增长了 230 倍。(亿恩网)

7. 美国 10 月零售销售额环比增长 1.7%，为今年 3 月以来的最大增幅

美国 10 月零售销售额环比增长 1.7%，为今年 3 月以来的最大增幅。受新冠疫情影响，美国消费者在商品上的支出持续高于在服务上的支出，增加了供应链的压力，导致商品价格的上涨。而随着年末假期的到来，11 月和 12 月消费者在商品上的支出仍可能出现增长。(央视新闻)

8. 阿里巴巴第二财季营收同比大涨 39%至 2006.9 亿元人民币，不及市场预期

阿里巴巴第二财季营收同比大涨 39%至 2006.9 亿元人民币，不及市场预期的 2061.7 亿元，调整后的净利润大跌 39%至 285.2 亿元。截至报告期末，阿里巴巴年度活跃消费者达 12.4 亿，其中 9.53 亿来自中国市场，2.85 亿来自海外。对于 2022 财年，阿里巴巴预计总收入增幅将在 20%至 25%之间。(时尚商业 Daily 公众号)

9. B 站获得支付牌照

11 月 20 日，b 站以约 1.18 亿元持牌支付机构浙江甬易有限公司（甬易支付）65.5%的股权，成为控股方，正式获得支付牌照。甬易支付持有支付牌照，业务覆盖范围为全国，支付牌照有效期至 2022 年 6 月份，距离其支付牌照续展还有不到一年时间。(百科微信公众号)

4.1.2. 公司重要事项

【汇嘉时代】

股东雷彪通过集中竞价减持所持有的公司无限售条件流通股 1,888,800 股，占公司总股本的 0.40153%。本次权益变动后，雷彪所持有的公司股份比例降至 5%以下。

【杭州解百】

公司以人民币 3.16 元/股的授予价格向 92 名激励对象授予 2,145 万股限制性股票。

【嘉城国际】

控股股东暨实际控制人段容文女士于增持计划期间通过上交所交易系统增持了公司 A 股股份 15.97 万股，增持价格介于 31.050 至 31.546 元/股，增持金额约 501.86 万元(含手续费等)。

【小商品城】

拟投资建设义乌综合保税区二期项目，拟投资总额约 13.63 亿元，主要建设保税物流、保税加工业态。对全资子公司商城信息进行减资，本次减资不改变商城信息股权结构，商城信息仍为公司的全资子公司，公司的合并范围未发生变化，不会对公司经营产生重大影响，不会对公司当期损益产生重大影响。

【豫园股份】

1. 公司将对 8 名激励对象共计 52.41 万股已获授但尚未解除限售条件的限制性股票予以回购注销，其中，21.08 万股的回购价格为 3.61 元/股，31.33 万股的回购价格为 4.31 元/股。

2. 公司 2019 年员工期权激励计划中共 67.28 万份股票期权注销事宜已办理完毕。

【潮宏基】

控股股东潮宏基投资对其所持有的公司部分股份办理了解除质押和股权质押手续，潮宏基投资目前持股比例为 28.01%，累计质押股份占其所持股份比例为 35.36%，占公司总股本比例为 9.91%。

4.2. 纺织：全球疫情缓解和部分地区恢复跨境商务通行推动行业增长

4.2.1. 行业资讯

1. Louis Vuitton 日前否认了路透社关于其将在海南三亚海棠湾开设首家免税商店的报道

据 The Moodie Davitt Report 消息，Louis Vuitton 日前否认了路透社关于其将在海南三亚海棠湾开设首家免税商店的报道，强调品牌会在海南寻找新的市场机遇，但不会与免税特许经营相关。The Moodie Davitt Report 续指，Louis Vuitton 正密切关注中国国内航站楼，以抓住其在中国内地快速增长的市场需求，同时计划于 2025 年之前在中国每个省份的省会中心地段开设门店，进一步扩大中国业务规模。（时尚商业 Daily 公众号）

2. 棉质童装企业“衣拉拉”拟登陆沪市主板，募集资金 5.9 亿元。

衣拉拉旗下拥有四大主要棉质童装品牌，对应不同的细分产品市场定位及设计风格，公司在 2018 年至 2020 年的销售收入分别为 7.57 亿、7.49 亿和 6.73 亿元，呈现持续下滑的趋势，归母净利润则分别为 1.42 亿元、1.62 亿元和 1.57 亿元。（赢商网）

3. 新秀丽前三季度销售同比大涨 20.2%至 13.57 亿美元

奢侈箱包集团新秀丽前三季度销售同比大涨 20.2%至 13.57 亿美元，净亏损较上年同期收窄 86.4%至 1.48 亿美元，其中 Q3 销售额增幅高达 70.6%，主要得益于全球疫情缓解和部分地区恢复跨境商务通行。(时尚商业 Daily 公众号)

4. 维密(Victoria's Secret)第三季度销售额同比上涨 7%至 14.41 亿美元

独立上市后的维密(Victoria's Secret)第三季度业绩依旧保持增长势头，季度销售额同比上涨 7%至 14.41 亿美元，营业利润也较上年同期的 9750 万美元进一步增长至 1.079 亿美元，同比增长 11%，净利润为 7520 万美元，超出此前预期。(赢商网)

4.2.2. 公司重要事项

【*ST 拉夏】

公司全资子公司拉夏贝尔服饰太仓有限公司 100%股权，及上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司 100%股权将被司法拍卖，以支付红树林和极成光电的贷款、诉讼费及保全费。除此之外，拉夏贝尔及旗下 8 家子公司也因类似问题被起诉。

4.3. 医美美妆：12 月功效护肤品或将迎新一轮备案热，逸仙电商净亏损同比收窄

4.3.1. 行业资讯

1. 继 4 月备案潮后，12 月功效护肤品或将迎新一轮备案热

根据国家药监局发布的《化妆品注册备案资料管理规定》、《化妆品功效宣称评价规范》，2022 年 1 月 1 日起，化妆品注册人和备案人申请特殊化妆品注册或者进行普通化妆品备案的，应当按新规需求（提供具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白功能原料的安全相关信息；申请祛斑美白功能原料的安全相关信息；申请祛斑美白、防脱发化妆品注册时，注册申请人应当按照规定，提交符合要求的人体功效试验报告等）对化妆品的功效宣称进行评价，并在国家药监局指定的专门网站上传产品功效宣称依据的摘要。新的节点将至，预计接下来的一个多月时间，行业有望迎来新一轮备案潮。(淘美妆商友会)

2. 高端口腔美护品牌「清之科研」近期宣布完成数千万元 Pre-A 轮融资

高端口腔美护品牌「清之科研」近期宣布完成数千万元 Pre-A 轮融资。本轮融资将主要用于产品研发、品牌升级和渠道拓展。(36 氪百家号)

3. 2021 年 11 月 16 日，港股欧舒丹涨超 12%，盘中股价创历史新高

2021年11月16日，港股欧舒丹涨超12%，盘中股价创历史新高，报31.55港元。公司拟收购美国护理品牌Solde Janeiro约83%的间接股权，预计将即时增加集团的收入和盈利能力，获多家投行看好。（赢商网）

4. 逸仙电商发布2021年Q3财报，公司第三季度总营收13.4亿元，同比增长6%

11月18日，逸仙电商发布2021年Q3财报。数据显示，公司在今年第三季度总营收13.4亿元（单位人民币，下同），营收同比增长6%。报告期内，逸仙电商毛利达9.118亿元，同比增长9.6%；毛利率67.9%，较去年同期的65.7%维持较低增幅。公司总体仍处于亏损状态，第三季度净亏损同比收窄43.8%，约为3.62亿元。今年前三季度，逸仙电商累计亏损超过10亿。发布财报的同时，逸仙电商宣布将在未来24个月内回购价值高达1亿美元的普通股。（联商网）

5. 宝洁推出无障碍包装

宝洁为旗下品牌OLAY玉兰油的产品推出了专为残障人士开发的无障碍包装，这一包装将先应用于品牌的几款明星产品。在设计前，品牌的团队对于肢体协调障碍、关节疼痛和视力障碍等群体的需求进行了调研，在征求外部专家意见的情况下，这一新包装设计了易于打开的带翼瓶盖、高对比度的产品标签和盲文文字等细节。（聚美丽公众号）

6. 欧舒丹收购美国护理品牌Sol de Janeiro

11月15日，国际护理产品及家居产品生产零售企业欧舒丹集团发布公告，宣布收购美国高端个护品牌Sol de Janeiro(下称“SDJ”)83%的间接股权。公告显示，以SDJ普通股100%股权价值4.5亿美元来估算，预计本次收购金额约为3.7亿美元(约合人民币23.62亿元)。（聚美丽公众号）

4.3.2. 公司重要事项

【珀莱雅】

公司将对14名激励对象共计10.69万股已获授但尚未解除限售条件的限制性股票予以回购注销，首次授予和预留部分授予的回购价格均由16.93元/股调整为16.21元/股。

【壹网壹创】

公司将回购注销1名激励对象已获授但尚未解锁的2.8万股限制性股票。

【医思健康】

11月9日，医思健康发布正面盈利预告，预计集团截至2021年9月30日止的六个月之未经审计收入及税后溢利较2020年同期预期大幅上升分别60%以上及200%以上。较2020年同期相比，期内客户对本集团所提供之医疗服务的需求上升，本港零售业的全面复苏令本地消费情绪改善；较2020年同期，期内集团营商多年业务之运营效率的提升；及期内新收购兽医业务的贡献，及上个财政年度下半年新收购的医疗资产之整合达成的协同效应，集团录得业绩增长。

【四环医药】

公司发布2021H1业绩公告，报告期内公司实现营收35.20亿元/YoY+37.77%，较2019H1下降39.85%，归母净利润为0.34亿元/YoY+121.43%，较2019H1下降91.20%。

【新氧】

2021年第三季度，新氧科技总收入4.3亿元，同比增长20%，符合公司业绩指引。毛利润3.42亿元，毛利率达79.2%。归属于上市公司净利润680万元，同比增长649.5%，非美国通用会计准则归属于上市公司净利润2890万元，同比增长9.6%。付费医疗机构数4841家，同比增长18.2%。业务方面，公司与医疗机构通力合作，加强对机构的品牌支持。在非手术业务领域，公司致力于非手术服务的标准化，帮助机构提升用户履约体验，确保高品质正品服务。1-9月，新氧实现总收入12.4亿元，同比增长42.8%，业绩的稳健增长与盈利能力的提升，得益于新氧持续提升的机构及用户服务能力，以及产业生态圈的构建。

【医美国际】

11月16日，医美国际发布了2021年Q2季度财报，2021年第二季度，医美国际实现营收2.24亿元，同比增长34.3%当期毛利达到1.34亿元，同比增长68.6%，毛利2.56亿元，同比增长96.6%。

【朗姿股份】

公司发布公告，为专注行业发展的良好机遇，加快医美业务的战略布局，进一步构建泛时尚产业互联生态圈的战略部署，2021年11月19日，公司与参股公司北京朗姿韩亚资产管理有限公司签订附生效条件的《芜湖博恒一号股权投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》，公司拟以2.5亿元人民币作为有限合伙人出资设立医美股权投资基金—芜湖博恒一号股权投资合伙企业（有限合伙），本基金采用合伙企业方式运营，普通合伙人为朗姿韩亚资管，主要通过股权投资的形式投资于医疗美容领域及其相关产业的未上市公司股权，基金规模为5.01亿元。

5. 下周重要提示

表9: 下周个股重要提示 (2021/11/22-2021/11/26)

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
商业贸易	000626.SZ	远大控股	2021/11/22	增发股份上市 (网下)
商业贸易	600859.SH	王府井	2021/11/22	股东大会召开
商业贸易	002419.SZ	怡亚通	2021/11/24	股东大会召开
商业贸易	600113.SH	浙江东日	2021/11/25	股东大会召开
美容护理	600315.SH	上海家化	2021/11/26	股东大会召开

资料来源: Wind, 民生证券研究院

6. 行业重点公司盈利预测及估值

表10: 重点公司盈利预测及估值 (截至 2021/11/19)

代码	股票简称	总市值 (亿元)	最新收 盘价	净利润(亿元)			利润增速			PE		
				20A	21E	22E	20A	21E	22E	20A	21E	22E
688363.SH	华熙生物	790.32	164.65	6.46	7.79	11.91	10.3%	20.7%	52.8%	122.0	101.6	66.4
300957.SZ	贝泰妮	886.98	209.39	5.44	8.10	11.07	31.9%	49.0%	36.7%	138.7	109.6	80.2
603605.SH	珀莱雅	398.74	198.37	4.76	5.88	7.30	21.2%	23.4%	24.2%	83.7	67.9	54.6
600315.SH	上海家化	285.11	41.95	4.30	4.94	8.09	-22.8%	14.9%	63.8%	65.5	57.5	35.3
301071.SZ	力量钻石	185.22	306.80	0.73	2.12	3.68	15.6%	190.3%	73.8%	190.6	87.4	50.3

资料来源: Wind, 民生证券研究院

7. 风险提示

宏观经济波动风险；疫情反复影响风险；行业竞争加剧风险；新项目/新产品落地不及预期风险

插图目录

图 1: 印度培育钻石毛坯进口额 (亿美元)	6
图 2: 印度培育钻石进口额渗透率	6
图 3: 印度培育钻石裸钻出口额 (亿美元)	6
图 4: 印度培育钻石裸钻出口额渗透率	6
图 5: 纺织服装板块和商业贸易板块周涨跌幅分别排名第 2 位和第 12 位 (2021/11/15-11/19)	7
图 6: 百货板块上涨 2.64%, 专业连锁板块下跌 1.00% (2021/11/15-11/19)	8
图 7: 家纺板块上涨 5.48%, 鞋帽板块下跌 0.36% (2021/11/15-11/19)	8

表格目录

表 1: 2021 年 10 月社零数据跟踪	3
表 2: 创业板指上涨 2.31%, 上证综指上涨 1.36%, 休闲服务上涨 0.64% (2021/11/08-11/12)	7
表 3: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2021/11/19)	9
表 4: 本周纺织服装 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2021/11/19)	9
表 5: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2021/11/19)	10
表 6: 休闲服务板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2021/11/19)	10
表 7: 教育板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2021/11/19)	11
表 8: 休闲服务板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2021/11/19)	11
表 9: 下周个股重要提示 (2021/11/22-2021/11/26)	18
表 10: 重点公司盈利预测及估值 (截至 2021/11/19)	19

分析师简介

刘文正，2016年加入国泰君安证券研究所，2016-2017年连续两年新财富第二名团队成员；2017加入安信证券担任社会服务及零售行业首席分析师，2020年新财富最具潜力分析师奖，2020年新财富批零社服行业第六名，2019-2020年新浪金麒麟社会服务及零售行业新锐分析师第一名及金牛奖等；有较为丰富产业资源及较高业内口碑，担任中国整形业协会创投分会常务理事委员，善于产业链前瞻性研究及优质标的深度挖掘。2021年加入民生证券担任研究院院长助理，新消费组组长，社服零售及纺织服装行业首席分析师。

分析师承诺

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，保证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理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

评级说明

公司评级标准	投资评级	说明
以报告发布日后的12个月内公司股价的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测未来股价涨幅15%以上
	谨慎推荐	分析师预测未来股价涨幅5%~15%之间
	中性	分析师预测未来股价涨幅-5%~5%之间
	回避	分析师预测未来股价跌幅5%以上
行业评级标准		
以报告发布日后的12个月内行业指数的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测未来行业指数涨幅5%以上
	中性	分析师预测未来行业指数涨幅-5%~5%之间
	回避	分析师预测未来行业指数跌幅5%以上

民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路8号财富金融广场1幢5F； 200120

北京：北京市东城区建国门内大街28号民生金融中心A座18层； 100005

深圳：广东省深圳市深南东路5016号京基一百大厦A座6701-01单元； 518001

免责声明

本报告仅供民生证券股份有限公司（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。

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。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。客户不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。本公司也不对因客户使用本报告而导致的任何可能的损失负任何责任。

本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。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。

本公司在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或参与本报告所提及的公司的金融交易，亦可向有关公司提供或获取服务。本公司的一位或多位董事、高级职员或/和员工可能担任本报告所提及的公司的董事。

本公司及公司员工在当地法律允许的条件下可以向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务以及顾问、咨询业务在内的服务或业务支持。本公司可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。

未经本公司事先书面授权许可，任何机构或个人不得更改或以其他方式发送、传播本报告。本公司版权所有并保留一切权利。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。