

➤ **超硬材料景气度高企+特种装备生产经营平稳可控，中兵红箭 2022H1 业绩超市场预期。**公司于 2022 年 6 月 30 日发布 2022H1 业绩预告，报告期内公司预计实现归母净利润 6.65~7.15 亿元，同比+103.41%~118.71%；2022Q2 公司预计实现归母净利润 3.84~4.34 亿元，同比+66.60%~88.32%。**1) 培育钻石行业高景气度，公司业绩有望持续受益。**根据 GJEPC 数据，2022 年 1-5 月印度培育钻石毛坯进口额为 7.21 亿美元，同比+78.2%；培育钻石裸钻出口额为 7.11 亿美元，同比+86.5%，培育钻石行业有望持续高景气度。**2) 工业金刚石供给受限，需求稳中有增，存在持续涨价空间。**工业金刚石扩产受到生产设备六面顶压机数量的限制，而下游需求稳中有增，工业金刚石供不应求，存在涨价空间。**3) 超硬材料景气度高企+特种装备生产经营平稳可控，业绩弹性值得期待。**超硬材料行业景气度持续高企，工业用金刚石及培育钻石整体仍处于产销两旺阶段。公司坚决落实“紧前生产、紧前交付”要求，科学合理安排生产与交付，实现装备生产经营平稳可控。**4) 国企改革三年行动方案接近尾声，静待内部治理改善。**2022 年是国企改革三年行动方案的最后一年，三年计划提出要在提高国有企业活力效率上取得明显成效。截止目前，兵器集团所属的上市公司凌云股份、内蒙一机、北方导航、安捷利实业等实施了股权激励，中兵红箭尚未实施股权激励。

➤ **6 月抖音美妆大盘 GMV 同比增长 132%，自播占比 17%。**从 1-6 月抖音美妆累计数据来看，部分上市/即将上市公司品牌累计销售情况如下：① **贝泰妮**：薇诺娜品牌抖音实现 GMV2.86 亿元/yoy+256%；② **珀莱雅**：珀莱雅品牌抖音实现 GMV5.47 亿元/yoy+70%，彩棠品牌抖音实现 GMV1.30 亿元/yoy+796%；③ **华熙生物**：润百颜品牌抖音实现 GMV2.23 亿元/yoy+360%，夸迪品牌抖音实现 GMV1.94 亿元/yoy+1846%，米蓓尔品牌抖音实现 GMV0.98 亿元/yoy+185%，BM 肌活品牌抖音实现 GMV3.47 亿元/yoy+1537%；④ **上海家化**：玉泽品牌抖音实现 GMV0.34 亿元/yoy+1126%，佰草集品牌抖音实现 GMV0.18 亿元/yoy+3685%，高夫品牌抖音实现 GMV0.04 亿元/yoy+771%。

➤ **投资建议**：看好国货医美美妆品牌，推荐**爱美客、贝泰妮、华熙生物、珀莱雅及上海家化**，建议关注**鲁商发展、科思股份、嘉亨家化**。培育钻石板块持续高景气，继续推荐**力量钻石、中兵红箭**，建议关注**黄河旋风、四方达、沃尔德与国机精工**；看好黄金珠宝板块景气度，建议关注**周大生、周大福、潮宏基及曼卡龙**。

➤ **风险提示**：新品推广不及预期；培育钻石需求不及预期；宏观经济增速下滑。

重点公司盈利预测、估值与评级

代码	简称	股价 (元)	EPS (元)			PE (倍)			评级
			2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E	
688363.SH	华熙生物	139.43	1.63	2.04	2.76	86	68	51	推荐
300957.SZ	贝泰妮	210.00	2.04	3.05	3.87	103	69	54	推荐
603605.SH	珀莱雅	158.61	2.87	3.53	4.37	55	45	36	推荐
300856.SZ	科思股份	41.50	1.18	1.77	2.37	35	23	18	推荐
300896.SZ	爱美客	590.96	4.43	6.94	10.06	133	85	59	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	24.07	1.03	1.31	1.77	23	18	14	推荐
600315.SH	上海家化	41.43	0.96	1.30	1.51	43	32	27	推荐
301071.SZ	力量钻石	165.31	3.97	7.96	12.13	42	21	14	推荐
000519.SZ	中兵红箭	32.07	0.35	0.74	1.01	92	43	32	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价）

推荐

维持评级



分析师：刘文正

执业证号：S0100521100009

电话：13122831967

邮箱：liuwenzheng@mszq.com

相关研究

- 【民生商社】零售周观点：抖音美妆 5 月大盘稳定高增，美团 2022Q1 商品零售增长强劲
- 【民生商社】零售周观点：美妆品牌 5 月&“618”数据追踪：“618”天猫大盘正增长，国货表现亮眼
- 【民生商社】商贸零售 22Q2 业绩前瞻：医美美妆及培育钻石龙头维持较高增速
- 【民生商社】“618”总结专题：直播电商驱动“618”，头部美妆国货份额提升
- 【民生商社】“618”的赢家与新趋势：直播电商驱动“618”，头部美妆国货份额提升

目录

1 本周观点 (2022.6.27-2022.7.1)	3
1.1 中兵红箭：超硬材料高景气度+特种装备经营平稳，2022H1 业绩超市场预期	3
1.2 抖音美妆大盘：6 月 GMV 同比增长 131%，自播占比 17%.....	4
2 上周市场回顾 (2022.6.27-2022.7.1)	6
2.1 行业表现	6
2.2 资金动向	9
3 本周行业资讯 (2022.6.27-2022.7.1)	10
3.1 商贸珠宝：京东与腾讯续签三年战略合作协议，杭州滨江首家银泰百货试营业	10
3.2 医美美妆：强生中国与丁香园达成战略合作，美妆大众评测平台「集小美」完成天使轮融资	11
4 下周重要提示	13
5 行业重点公司盈利预测及估值	14
6 风险提示	15
插图目录	16
表格目录	16

1 本周观点 (2022.6.27-2022.7.1)

1.1 中兵红箭：超硬材料高景气度+特种装备经营平稳，2022H1 业绩超市场预期

事件：公司于 2022 年 6 月 30 日发布 2022H1 业绩预告，报告期内公司预计实现归母净利润 6.65~7.15 亿元，同比+103.41%~118.71%；2022Q2 公司预计实现归母净利润 3.84~4.34 亿元，同比+66.60%~88.32%。

培育钻石行业维持高景气度，公司业绩有望持续受益。根据 GJEPC 数据，2022 年 1-5 月印度培育钻石毛坯进口额为 7.21 亿美元，同比+78.2%；培育钻石裸钻出口额为 7.11 亿美元，同比+86.5%。展望后续，我们认为培育钻石的高景气度有望进一步持续，一方面天然钻石供应受限背景下，印度等中游加工环节加码培育钻石保证正常开工，培育钻石短期需求上扬；另一方面，美国的高通胀水平影响消费者的实际购买力，培育钻石凭借高性价比优势持续提升市场份额，随着曼卡龙、周生生、潮宏基等珠宝品牌不断布局培育钻石业务，推进消费者教育，终端需求有望进一步提升。

工业金刚石供给受限，需求稳中有增，存在持续涨价空间。培育钻石高景气下，主要的生产厂商将部分工业金刚石生产设备转向培育钻石，加之新增六面顶压机中大部分投向培育钻石的生产领域，造成工业金刚石的供给下降，而下游需求稳中有增，一方面，传统的建筑建材、油气开采领域的应用较为刚性，需求较为稳定；另一方面，下游光伏行业高速发展，对金刚石微粉的需求增长，带动工业金刚石需求增加。

超硬材料景气度高企+特种装备生产经营平稳可控，业绩弹性值得期待。本报告期内，超硬材料行业景气度持续高企，工业用金刚石及培育钻石整体仍处于产销两旺阶段。公司坚持以满足市场需求为目标，保障总体供应，确保市场总体稳定的基础上，实现公司效益的持续增长。在特种装备方面，公司坚决落实“紧前生产、紧前交付”要求，科学合理安排生产与交付，实现了装备生产经营平稳可控。

国企改革三年行动方案接近尾声，静待内部治理改善。2022 年是国企改革三年行动方案的最后一年，三年计划提出要在提高国有企业活力效率上取得明显成效，国有企业要成为具备核心竞争力的市场主体，健全市场化经营体制，在创新、产业链供应水平上发挥引领作用等。截止目前，兵器集团所属的 A 股上市公司凌云股份、内蒙一机和北方导航等实施了股权激励，在香港上市的安捷利实业也实施了股权激励，中兵红箭作为兵器集团旗下市值最大的上市公司，尚未实施股权激励。

投资建议：公司是超硬材料行业领军企业，受益于培育钻石和工业金刚石行业的高景气度，业绩有望进一步提升，同时汽车与特种装备板块有望实现扭亏为盈。预计公司 2022 与 2023 年分别实现归母净利润 10.35 亿元、14.08 亿元；7 月 1 日收盘价对应 PE 分别为 43 倍与 32 倍，维持“推荐”评级。

1.2 抖音美妆大盘：6月GMV同比增长131%，自播占比17%

6月抖音美妆大盘GMV同比增长132%，自播占比17%；1-5月GMV累计同比增长157%，自播占比15%。

从1-6月抖音美妆累计数据来看，部分上市/即将上市公司品牌累计销售情况如下：

- ① **贝泰妮**：薇诺娜品牌抖音实现GMV2.86亿元/yoy+256%；
- ② **珀莱雅**：珀莱雅品牌抖音实现GMV5.47亿元/yoy+70%，彩棠品牌抖音实现GMV1.30亿元/yoy+796%；
- ③ **华熙生物**：润百颜品牌抖音实现GMV2.23亿元/yoy+360%，夸迪品牌抖音实现GMV1.94亿元/yoy+1846%，米蓓尔品牌抖音实现GMV0.98亿元/yoy+185%，BM肌活品牌抖音实现GMV3.47亿元/yoy+1537%；
- ④ **上海家化**：玉泽品牌抖音实现GMV0.34亿元/yoy+1126%，佰草集品牌抖音实现GMV0.18亿元/yoy+3685%，高夫品牌抖音实现GMV0.04亿元/yoy+771%；
- ⑤ **鲁商发展**：瑗尔博士抖音实现GMV1.44亿元/yoy+402%，颐莲品牌抖音实现GMV1.54亿元/yoy+290%；
- ⑥ **水羊股份**：御泥坊品牌抖音实现GMV0.48亿元/yoy-35%，小迷糊品牌抖音实现GMV0.11亿元/yoy+18%，KIKO品牌抖音实现GMV0.37亿元/yoy+461%；
- ⑦ **丸美股份**：丸美品牌抖音实现GMV1.55亿元/yoy+78%，恋火品牌抖音实现GMV0.59亿元/yoy+4869%。

图 1：6 月抖音美妆大盘 GMV 同比+132%，直播占比 17%；1-5 月 GMV 累计同比+157%，直播占比 15%

抖音品牌数据 (品牌抖音/天猫=品牌抖音销 售额/品牌天猫旗舰店销售额 *100%)		2022H1				2022年6月				2022年5月				2022年4月			
		GMV (亿元)	yoy	直播GMV (亿元)	直播占比%	GMV (亿元)	yoy	直播GMV (亿元)	直播占比%	GMV (亿元)	yoy	直播GMV (亿元)	直播占比%	GMV (亿元)	yoy	直播GMV (亿元)	直播占比%
抖音行业	美妆公司	481	150%	74	15%	103	124%	16	15%	94	132%	16	17%	71	125%	10	14%
外资	资生堂	1.12	407%	/	0%	0.34	290%	/	/	0.17	179%	/	/	0.19	743%	/	/
	雅诗兰黛	9.59	2126%	/	0%	2.13	1346%	/	/	2.16	1515%	/	/	1.40	6069%	/	/
	海蓝之谜	3.48	2479%	/	0%	0.47	757%	/	/	0.61	991%	/	/	0.76	11501%	/	/
	兰蔻	4.27	1045%	0.21	5%	0.92	663%	0.11	12%	0.70	635%	0.10	14%	0.59	685%	/	/
	欧莱雅	4.94	574%	1.90	38%	1.06	316%	0.37	35%	1.19	265%	0.52	44%	0.95	2033%	0.31	32%
	修丽可	0.10	/	/	/	0.05	/	/	0%	0.01	/	/	0%	0.01	/	/	/
	理肤泉	1.24	74%	0.79	64%	0.30	100%	0.15	50%	0.25	99%	0.20	81%	0.18	60%	0.13	75%
	宝洁	3.08	755%	1.35	44%	0.75	172%	0.31	41%	0.68	2446%	0.39	57%	0.44	1840%	0.18	40%
	玉兰油	5.36	994%	0.00	0%	1.41	620%	0.00	0%	0.99	521%	/	0%	0.97	3631%	/	/
	雪花秀	3.24	73%	0.25	8%	0.39	2%	0.02	5%	0.81	-29%	0.05	6%	0.28	895%	0.01	5%
上市公司	悦诗风吟	0.13	-25%	0.07	53%	0.02	-46%	0.01	59%	0.03	13%	0.01	40%	0.02	88%	0.01	57%
	贝泰妮	2.86	256%	1.08	38%	0.49	168%	0.22	46%	0.68	478%	0.24	34%	0.33	227%	0.11	34%
	润百颜	2.23	360%	0.67	30%	0.87	445%	0.24	28%	0.33	101%	0.10	31%	0.32	405%	0.09	28%
	夸迪	1.94	1846%	0.19	10%	0.40	694%	0.06	14%	0.32	1147%	0.05	17%	0.11	831%	0.03	27%
	米蓓尔	0.98	185%	0.08	8%	0.32	586%	0.03	9%	0.19	245%	0.01	5%	0.15	98%	0.01	8%
	BM肌活	3.47	1537%	0.36	11%	0.70	757%	0.09	13%	0.69	1160%	0.08	12%	0.40	965%	0.03	9%
	佰草集	0.18	3685%	0.11	60%	0.05	3547%	0.02	40%	0.02	1856%	0.01	70%	0.01	648%	0.01	61%
	玉泽	0.34	1126%	0.22	64%	0.06	390%	0.03	56%	0.05	238%	0.04	77%	0.04	5384%	0.01	20%
	高夫	0.04	771%	0.03	72%	0.01	310%	0.01	77%	0.00	203%	0.00	87%	0.00	/	0.00	33%
	御泥坊	0.48	-35%	0.28	59%	0.08	-37%	0.04	49%	0.09	-48%	0.05	57%	0.07	-58%	0.05	66%
拟上市/ 非上市公司	小迷糊	0.11	18%	0.05	42%	0.01	-58%	0.01	61%	0.03	-8%	/	0%	0.02	81%	0.01	65%
	阿芙	2.70	3810%	0.09	3%	0.32	2262%	0.01	2%	0.55	4533%	0.05	3%	0.62	5057%	0.05	3%
	KIKO	0.37	461%	0.12	33%	0.08	170%	0.02	26%	0.05	115%	0.02	39%	0.04	746%	0.01	32%
	珀莱雅	5.47	70%	2.43	44%	1.12	41%	0.46	41%	1.07	70%	0.48	45%	0.99	90%	0.42	43%
	彩棠	1.30	796%	0.24	18%	0.30	806%	0.00	0%	0.38	1669%	0.12	31%	0.18	400%	0.05	25%
	丸美股份	1.55	78%	0.53	34%	0.36	84%	0.12	33%	0.33	193%	0.12	36%	0.19	-52%	0.06	31%
	恋火	0.59	4870%	0.04	8%	0.11	821%	0.03	24%	0.08	/	0.01	9%	0.09	/	0.00	5%
	颐莲	1.54	290%	0.27	17%	0.32	247%	0.05	16%	0.23	125%	0.05	21%	0.26	172%	0.05	21%
	环尔博士	1.44	402%	0.79	55%	0.16	81%	0.06	39%	0.25	209%	0.14	55%	0.35	845%	0.19	54%
	逸仙电商	1.96	59%	1.18	60%	0.26	1%	0.16	60%	0.54	53%	0.27	51%	0.23	65%	0.14	58%
其他	敷尔佳	0.29	597%	0.21	73%	0.09	762%	0.06	61%	0.06	296%	0.04	70%	0.05	2328%	0.04	87%
	可复美	1.04	8988%	0.44	43%	0.39	25076%	0.09	23%	0.21	12508%	0.11	51%	0.20	3070%	0.10	49%
	可丽金	0.40	5526%	0.08	19%	0.09	11842%	0.01	14%	0.17	19066%	0.02	10%	0.07	5476%	0.02	25%
	创尔生物	0.02	/	0.00	21%	0.00	/	0.00	/	0.00	/	0.00	13%	0.00	/	0.00	4%
	韩束	3.37	53%	1.13	33%	0.69	-26%	0.20	29%	0.46	22%	0.16	34%	0.36	3%	0.07	18%
	一叶子	0.08	-52%	0.03	44%	0.01	-63%	0.00	35%	0.01	-77%	0.00	39%	0.01	-57%	0.00	1%
	毛戈平	1.57	210%	0.86	55%	0.36	14%	0.13	36%	0.19	385%	0.09	46%	0.09	57%	0.06	60%
	百雀羚	0.96	241%	0.60	63%	0.04	16%	0.02	42%	0.06	-62%	0.01	17%	0.10	202%	0.07	71%
	自然堂	2.91	120%	1.91	66%	0.57	261%	0.36	64%	0.59	228%	0.33	56%	0.34	123%	0.22	65%
	相宜本草	0.96	1624%	0.05	6%	0.29	1013%	0.01	4%	0.16	504%	0.02	13%	0.06	1961%	0.01	9%
其他	逐本	1.88	262%	1.09	58%	0.41	257%	0.21	51%	0.41	179%	0.22	54%	0.28	285%	0.15	54%
	花西子	7.38	134%	3.55	48%	1.42	134%	0.08	6%	1.17	58%	0.67	57%	0.94	121%	0.47	50%
	colorkey	1.27	107%	0.44	34%	0.35	219%	0.12	35%	0.33	197%	0.01	2%	0.14	20%	0.07	50%
	HFP	0.39	218%	0.13	34%	0.12	267%	0.06	52%	0.08	256%	0.02	30%	0.06	29%	0.02	34%

资料来源：飞瓜数据，民生证券研究院

2 上周市场回顾 (2022.6.27-2022.7.1)

2.1 行业表现

2.1.1 上周各板块涨跌幅：上证综指上涨 1.13%，商贸零售上涨 4.75%，纺织服装上涨 1.28%，美容护理上涨 2.43%

上周各主要指数：商业贸易板块上涨 4.75%，纺织服装板块上涨 1.28%，美容护理板块上涨 2.43%，上证指数板块上涨 1.13%，深证成指板块上涨 1.37%，创业板指板块下跌 1.50%，沪深 300 板块上涨 1.64%，恒生指数板块上涨 0.65%。

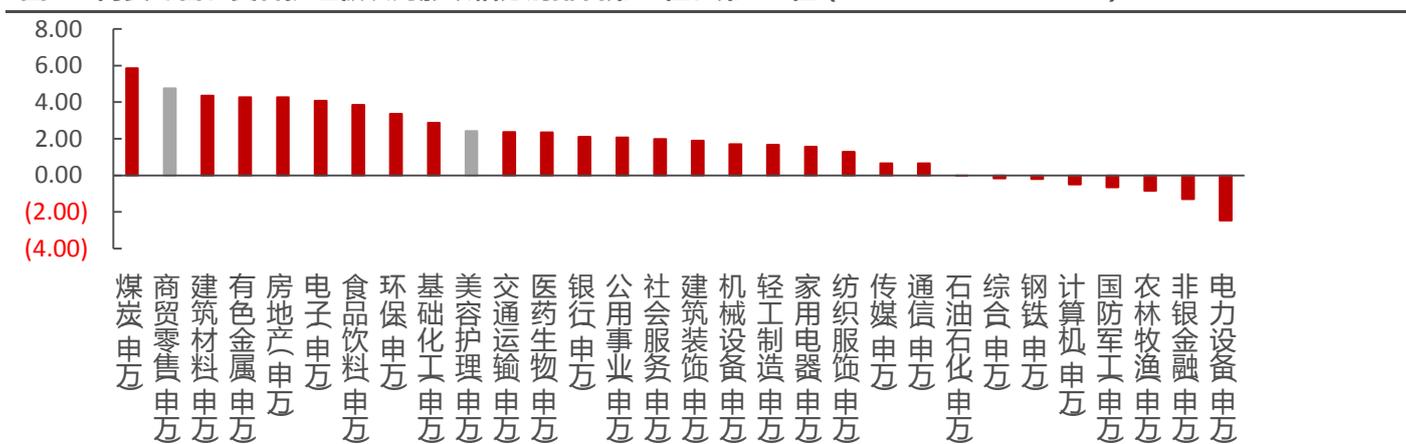
表 1：重点板块本周涨跌幅一览 (2022.6.27-2022.7.1)

	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	1.13	25971.36	0.16	-6.93
深证成指	1.37	33799.88	0.33	-13.44
创业板指	-1.50	11438.45	-0.57	-16.27
沪深 300	1.64	18118.81	0.16	-9.59
商业贸易(申万)	4.75	874.55	0.00	-5.45
纺织服装(申万)	1.28	412.53	0.10	-10.86
美容护理(申万)	2.43	208.33	1.09	-3.74
恒生指数	0.65	6882.33	0.03	-6.57

资料来源：Wind，民生证券研究院

上周 31 个申万一级行业：商贸零售板块 (+4.75%) 和美容护理板块 (+2.43%) 在 31 个申万一级行业中分别排名第 2 位和第 10 位。上周涨幅最大的板块是煤炭 (+5.85%)，跌幅最大的板块为汽车 (-3.70%)。

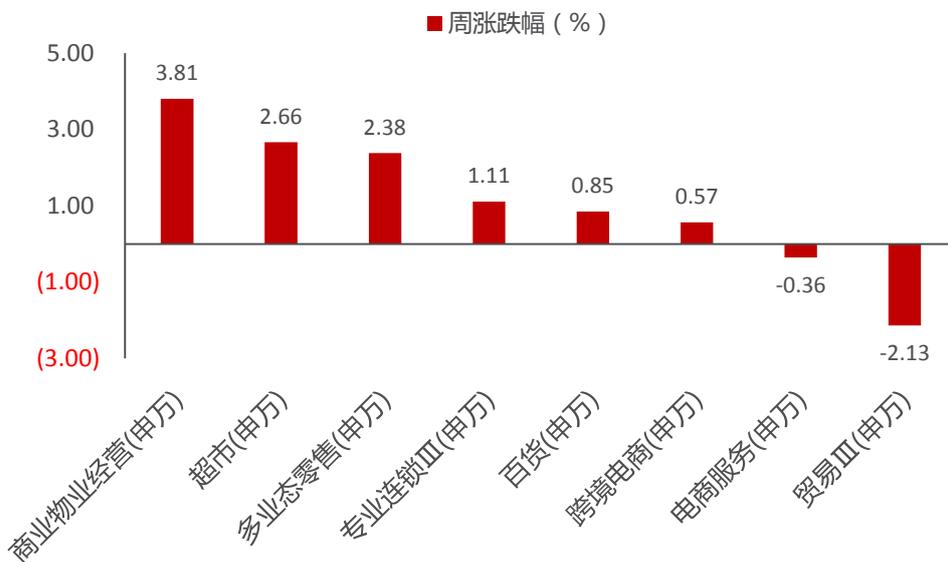
图 2：商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 2 位和第 10 位 (2022.6.27-2022.7.1)



资料来源：wind，民生证券研究院

上周商贸零售各细分板块：商业物业经营板块上涨 3.81%，超市板块上涨 2.66%，多业态零售板块上涨 2.38%，专业连锁板块上涨 1.11%，百货板块上涨 0.85%，跨境电商板块上涨 0.57%，电商服务板块下跌 0.36%，贸易板块下跌 2.13%。

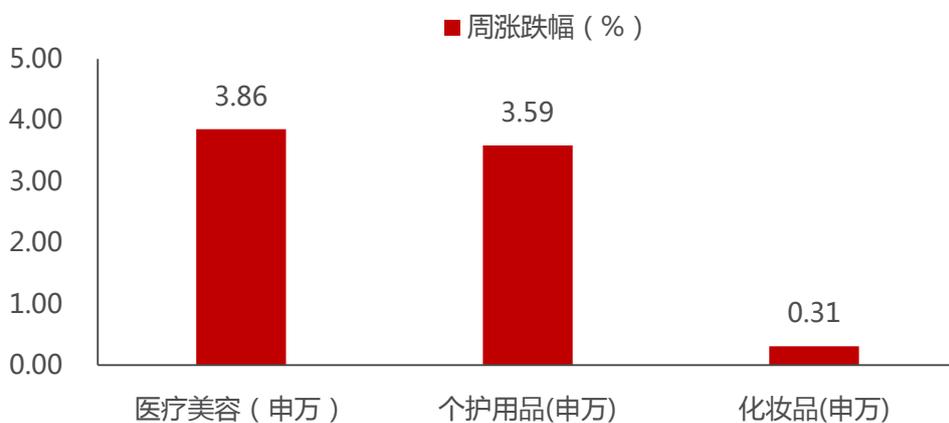
图 3：商业物业经营板块上涨 3.81%，贸易板块下跌 2.13%（2022.6.27-2022.7.1）



资料来源：wind，民生证券研究院

上周美容护理各细分板块：医疗美容板块上涨 3.86%，个护用品板块上涨 3.59%，化妆品板块上涨 0.31%。

图 4：医疗美容板块上涨 3.86%，化妆品板块上涨 0.31%（2022.6.27-2022.7.1）



资料来源：wind，民生证券研究院

2.1.2 上周个股涨幅龙虎榜：华联综超上涨 13.60%，上海家化上涨 10.60%

商业贸易涨幅前五：华联综超（+13.6%）、小商品城（+10.92%）、通程控股（+10.57%）、三江购物（+10.41%）、华致酒行（+8.91%）；

商业贸易跌幅前五：深赛格（-10.12%）、中成股份（-9.59%）、ST 华鼎（-8.04%）、安德利（-6.74%）、德必集团（-5.22%）。

表 2：上周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.7.1）

	股票代码	股票简称	周涨跌幅（%）	流通市值（亿元）	股价（元）
涨幅前五	600361.SH	华联综超	13.60	42.28	6.35
	600415.SH	小商品城	10.92	317.94	5.79
	000419.SZ	通程控股	10.57	29.57	5.44
	601116.SH	三江购物	10.41	56.36	10.29
	300755.SZ	华致酒行	8.91	182.89	43.88
跌幅前五	300947.SZ	德必集团	(5.22)	24.75	16.11
	603031.SH	安德利	(6.74)	46.16	41.21
	601113.SH	ST 华鼎	(8.04)	48.28	4.23
	000151.SZ	中成股份	(9.59)	43.55	12.91
	000058.SZ	深赛格	(10.12)	58.60	5.95

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价。

医美美妆涨幅前五：上海家化（+10.60%）、水羊股份（+6.99%）、华业香料（+5.23%）、爱美客（+4.78%）、科思股份（+4.27%）；

医美美妆跌幅前三：力合科创（-13.9%）、贝泰妮（-3.27%）、青岛金王（-0.81%）。

表 3：上周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.7.1）

	股票代码	股票简称	周涨跌幅（%）	流通市值（亿元）	股价（元）
涨幅前五	600315.SH	上海家化	10.60	281.57	41.43
	300740.SZ	水羊股份	6.99	55.44	13.47
	300886.SZ	华业香料	5.23	23.10	30.99
	300896.SZ	爱美客	4.78	1278.60	590.96
	300856.SZ	科思股份	4.27	70.27	41.50
跌幅前五	300955.SZ	嘉亨家化	0.29	24.26	24.07
	603630.SH	拉芳家化	0.28	32.08	14.16
	002094.SZ	青岛金王	(0.81)	25.49	3.69
	300957.SZ	贝泰妮	(3.27)	889.56	210.00
	002243.SZ	力合科创	(13.90)	114.77	9.48

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价。

2.2 资金动向

2.2.1 个股资金跟踪：厦门国贸买入额占商贸榜首，珀莱雅买入额占美护首位

商业贸易净买入前五：厦门国贸（+1.13 亿元）、*ST 全新（+0.97 亿元）、鄂武商 A（+0.97 亿元）、远大控股（+0.94 亿元）、重庆百货（+0.68 亿元）；

商业贸易净卖出前五：深赛格（-5.64 亿元）、小商品城（-4.1 亿元）、*ST 大集（-2.31 亿元）、翠微股份（-2.18 亿元）、江苏国泰（-1.83 亿元）。

表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.7.1）

	股票代码	股票简称	净买入额（亿元）	成交量（百万股）	流通市值（亿元）	股价（元）
净买入前五	600755.SH	厦门国贸	1.13	17636.07	164.19	7.46
	000007.SZ	*ST 全新	0.97	5320.94	26.02	7.51
	000501.SZ	鄂武商 A	0.97	7945.33	85.51	11.12
	000626.SZ	远大控股	0.94	4905.21	64.48	12.67
	600729.SH	重庆百货	0.68	2021.40	88.42	21.75
净卖出前五	002091.SZ	江苏国泰	(1.83)	17181.09	180.98	11.12
	603123.SH	翠微股份	(2.18)	11623.54	105.91	13.26
	000564.SZ	*ST 大集	(2.31)	73912.16	193.55	1.01
	600415.SH	小商品城	(4.10)	76028.36	317.94	5.79
	000058.SZ	深赛格	(5.64)	28052.36	58.60	5.95

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价。

医美美妆净买入前五：珀莱雅（+1.95 亿元）、爱美客（+1.19 亿元）、上海家化（+0.42 亿元）、科思股份（+0.2 亿元）、奥园美谷（+0.18 亿元）；

医美美妆净卖出前五：力合科创（-1.29 亿元）、青松股份（-0.83 亿元）、华熙生物（-0.71 亿元）、贝泰妮（-0.69 亿元）、拉芳家化（-0.45 亿元）。

表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.7.1）

	股票代码	股票简称	净买入额（亿元）	成交量（百万股）	流通市值（亿元）	股价（元）
净买入前五	603605.SH	珀莱雅	1.95	917.79	446.35	158.61
	300896.SZ	爱美客	1.19	844.99	1278.60	590.96
	600315.SH	上海家化	0.42	5266.21	281.57	41.43
	300856.SZ	科思股份	0.20	1614.91	70.27	41.50
	000615.SZ	奥园美谷	0.18	17638.21	57.10	7.31
净卖出前五	603630.SH	拉芳家化	(0.45)	1846.55	32.08	14.16
	300957.SZ	贝泰妮	(0.69)	862.84	889.56	210.00
	688363.SH	华熙生物	(0.71)	2340.41	670.78	139.43
	300132.SZ	青松股份	(0.83)	11081.67	36.11	6.99
	002243.SZ	力合科创	(1.29)	12925.74	114.77	9.48

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价。

3 本周行业资讯 (2022.6.27-2022.7.1)

3.1 商贸珠宝：京东与腾讯续签三年战略合作协议，杭州滨江首家银泰百货试营业

3.1.1 行业资讯

1. 京东超市发布《玩具乐器消费趋势报告》

7月1日，京东超市发布《玩具乐器消费趋势报告》，报告主要依据自5月31日晚8点至6月18日24点的618全周期数据。报告显示，618期间，京东超市重点品类潮玩、盲盒热度持续高涨，成交额同比增长均超过280%。优质IP、益智启蒙等成为玩具选购关键词，钢琴消费渐趋高端。(联商网)

2. 菜鸟联手杭州机场，开辟国际货运新航线

6月28日，杭州机场与菜鸟签署战略合作协议。双方将共同打造新一代国际航空智慧物流枢纽，引入更多数智物流设备及技术，如轻量化手持终端LEMO PDA，精准射频识别技术(RFID)、数字通关系统等。据悉，菜鸟已在杭州空港新区内建设包括集运仓、优选仓等跨境物流基础设施。华东集运仓是菜鸟全国最大的集运仓，距离机场约3公里，兼顾包裹存储及处理能力，仓内拥有包括数字化流水线、交叉带分拣机等智能物流设备。(联商网)

3. 京东与腾讯续签三年战略合作协议

6月29日，京东集团宣布与腾讯续签了为期三年的战略合作协议。根据协议，双方将围绕实物电商入口、云技术与云服务、会员体系、线上会议、企业服务、智慧零售以及广告等领域展开业务合作，以持续提升现有及潜在的京东及腾讯用户享有方便、快捷、优质的消费体验。腾讯将继续在微信平台为京东提供一级和二级入口，此外在社交媒体服务、广告采买和会员服务等领域也会继续展开合作，不过关于QQ入口的未来归属并未涉及。(联商网)

4. 杭州滨江首家银泰百货试营业

6月30日起，杭州滨江银泰开启试营业。项目位于滨江物联网小镇核心位置、紧邻地铁1号线滨和路站，13万方的商业空间里，吸引了350多个品牌入驻。除了多个高端美妆品牌，还引入包括小猪佩奇欢乐餐厅、卿庭等全国首店；盒马鲜生PLUS店等多个浙江首店；楼兰等十余个杭州首店及蔡嘉法式甜点、皮爷咖啡等滨江首进品牌。值得一提的是，滨江银泰将通过引入高端、首店级品牌，定制商场氛围等，打造成为银泰百货杭州门店中首个有“轻奢感”的商场。(联商网)

5. 上海6月29日起有序恢复堂食，影院7月8日起有序恢复开放

6月26日，上海市发布通知，本市自6月29日起，辖区内无中风险地区且近一周内无社会面疫情的街镇，有序放开餐饮堂食。恢复餐饮堂食的具体区域，由各级政府综合评估疫情防控形势后确定。6月29日消息，上海市电影放映场所将于7月8日起有序恢复开放。同日，上海市电影局出台《关于促进本市影院行业平稳健康发展的实施意见》指出，将面向全市影院发放疫情停业补贴和复工复产补贴，解决影院现金流不足等最迫切的现实问题，缓解影院经营实际困难。(新零售网)

6. 肯德基独立茶饮品牌“爷爷自在茶”全国首店在苏州开业

6月30日，肯德基独立茶饮品牌“爷爷自在茶”全国首店在苏州绿宝广场正式开业。售卖的茶饮品类包括米乳茶、爆柠茶、果茶等，售价在16元-23元之间，门店还售卖点心类和三款冰淇淋产品。其中，包括蛋香原味厚蛋挞、小鲜肉酥饼和生椰瑞士卷三款产品，价格区间在6-14元。（新零售网）

3.1.2 公司重要事项

【远大控股】截至2022年6月30日，公司通过回购专用证券账户，以集中竞价方式回购公司股份231.34万股，占公司总股本的0.45%，最高成交价为13.57元/股，最低成交价为11.97元/股，支付的总金额为2999.89万元。

【老凤祥】公司董事会近日收到石力华先生的辞任函，因年龄原因，石力华先生请求辞去公司董事长、董事及董事会战略委员会主任委员职务。按照《公司章程》的规定，由公司副董事长杨奕先生代为履行公司董事长职务，公司将按照《公司法》和《公司章程》的有关规定尽快增补董事、选举董事长。

【文峰股份】截止2022年6月30日，公司以集中竞价交易方式累计回购股份2464.29万股，占公司总股本的1.3335%，最高成交价为3.27元/股，最低成交价为3.12元/股，累计支付的总金额为人民币7924.85万元（不含交易费用）。上述回购进展符合既定的回购股份方案。

3.2 医美美妆：强生中国与丁香园达成战略合作，美妆大众评测平台「集小美」完成天使轮融资

3.2.1 行业资讯

1. 强生中国与丁香园达成战略合作

6月27日，强生中国个人健康护理与丁香园共同宣布达成战略合作伙伴关系。这也是丁香园首次和消费医药品牌达成覆盖消费者端和产业端的全面战略合作。强生中国个人健康护理总裁戴康澜（Declan Rooney）、丁香园创始人兼董事长李天天以及两家公司领导共同出席了线上签约仪式。（中妆网）

2. 名创优品通过港交所上市聆讯

6月27日，名创优品通过港交所上市聆讯。截至2021年12月31日，名创优品共有5045家门店，其中，名创优品的中国门店数量为3168家，海外门店数量为1877家。招股书显示，截至2021年6月30日止的2019年至2021年财政年度，名创优品实现的收入分别为93.95亿元、89.79亿元、90.72亿元，实现的净亏损分别为-2.94亿元、-2.6亿元、-14.29亿元，累计亏损19.83亿元。对于净亏损逐年扩大，名创优品称是受到疫情影响。（中妆网）

3. 美妆大众评测平台「集小美」完成天使轮融资

美妆大众评测平台「集小美」已完成1000万元天使轮融资，本轮由虹溪创投独家投资。集小美成立于2021年，是一家走“大众路线”的评测内容平台，由用户领用平台美妆产品并生成独立的测评内容，为其他美妆用户提供产品购买决策参考。产品上线仅8个月，在零成本推广的基础上，集小美便积累了22万名美妆用户，生成超1万份测评报告。（36氪）

4. 关于停止经营标示名称为“哨哆哩祛痘膏”化妆品的通告

7月1日，国家药监局公开《关于停止经营标示名称为“哨哆哩祛痘膏”化妆品的通告（2022年第29号）》。为保障公众用妆安全，净化化妆品市场环境，依据《化妆品监督管理条例》，国家药监局要求各省（区、市）药品监督管理部门责令相关化妆品经营者立即停止经营上述违法化妆品，深查深究其进货渠道，发现违法行为的，依法严肃查处；涉嫌犯罪的，及时移送公安机关。（国家药监局网站）

5. 科莱恩推出 Prunizen™，为改善压力性脱发提供新的应对方案

科莱恩天然成分业务链宣布推出新产品 Prunizen，这是一种令人感觉舒爽的全新天然活性物，改善因压力引发的脱发问题，增加头发活力和密度，恢复头发和头皮健康状态。夏枯草（*Prunella vulgaris*）俗称“自愈草”，是一种可食用的传统药用植物，其提取物即是 Prunizen 的重要成分。（中妆网）

3.2.2 公司重要事项

【上海家化】截至2022年6月30日，公司通过集中竞价交易方式累计回购股份数量为96.84万股，已回购股份占公司总股本的比例为0.1425%，成交的最高价格为45.96元/股，成交的最低价格为41.13元/股，已支付的总金额为人民币4277.13万元（不含交易费用）。

【青松股份】2022年6月27日，公司股东吉安广佳通过深圳证券交易所大宗交易方式减持公司无限售流通股股份520万股，占公司总股本的1.0066%，减持比例超过1%。

4 下周重要提示

表 6：下周个股重要提示（2022.7.4-2022.7.8）

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
医美美妆	002243.SZ	力合科创	2022.7.4	股东大会召开
商贸零售	600755.SH	厦门国贸	2022.7.6	股东大会召开
商贸零售	002102.SZ	ST 冠福	2022.7.8	股东大会召开

资料来源：Wind，民生证券研究院

5 行业重点公司盈利预测及估值

表 7：重点公司盈利预测及估值（截至 2022.7.1）

证券代码	证券简称	总市值 (亿元)	最新收 盘价 (元)	净利润(亿元)			利润增速			PE		
				21A	22E	23E	21A	22A	23E	21A	22E	23E
688363.SH	华熙生物	670.78	139.43	7.82	9.80	13.24	21.10%	25.20%	35.10%	86	68	51
300957.SZ	贝泰妮	889.56	210.00	8.63	11.24	15.35	58.82%	30.54%	36.60%	103	69	54
603605.SH	珀莱雅	446.35	158.61	5.76	7.10	8.76	23.20%	23.40%	33.70%	55	45	36
300856.SZ	科思股份	70.27	41.50	1.33	2.00	2.67	-18.70%	50.50%	33.70%	35	23	18
300896.SZ	爱美客	1,278.60	590.96	9.58	15.00	21.78	117.80%	56.70%	45.20%	133	85	59
300955.SZ	嘉亨家化	24.26	24.07	0.97	1.32	1.79	4.00%	36.00%	35.61%	23	18	14
600315.SH	上海家化	281.57	41.43	6.49	8.81	10.27	50.93%	35.75%	16.57%	43	32	27
301071.SZ	力量钻石	199.60	165.31	2.40	4.77	7.32	228.20%	99.20%	53.46%	42	21	14
000519.SZ	中兵红箭	446.59	32.07	4.85	10.35	14.08	76.80%	113.30%	36.04%	92	43	32

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；

（注：股价为 2022 年 7 月 1 日收盘价）

6 风险提示

- 1) 新品推广不及预期，化妆品生产质量风险，行业整体波动风险；
- 2) 培育钻石需求不及预期，原材料价格大幅上涨，行业竞争格局恶化；
- 3) 宏观经济增速下滑，渠道加速变革，新品牌培育不及预期。

插图目录

图 1：6 月抖音美妆大盘 GMV 同比+132%，自播占比 17%；1-5 月 GMV 累计同比+157%，自播占比 15%.....	5
图 2：商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 2 位和第 10 位（2022.6.27-2022.7.1）.....	6
图 3：商业物业经营板块上涨 3.81%，贸易板块下跌 2.13%（2022.6.27-2022.7.1）.....	7
图 4：医疗美容板块上涨 3.86%，化妆品板块下跌 0.31%（2022.6.27-2022.7.1）.....	7

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1：重点板块本周涨跌幅一览（2022.6.27-2022.7.1）.....	6
表 2：上周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.7.1）.....	8
表 3：上周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2022.7.1）.....	8
表 4：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.7.1）.....	9
表 5：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2022.7.1）.....	9
表 6：下周个股重要提示（2022.7.4-2022.7.8）.....	13
表 7：重点公司盈利预测及估值（截至 2022.7.1）.....	14

分析师承诺

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并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰准确地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、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收到任何形式的补偿。

评级说明

投资建议评级标准	评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
	谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5%~15%之间
	中性	相对基准指数涨幅-5%~5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上
行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
	中性	相对基准指数涨幅-5%~5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，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。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

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。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。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。本公司版权所有并保留一切权利。

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