

➤ **7 月社零数据点评：社零总额增速环比放缓，可选品中金银珠宝增速亮眼：**2022 年 7 月社会消费品零售总额同比+2.7%，增幅环比-0.4pct，限额以上企业消费品总额同比+6.8%，增幅环比-1.3pct，自 6 月以来疫情影响边际减弱，7 月消费复苏态势仍在持续，但增速环比放缓。低频可选消费品中金银珠宝零售额同比+22.1%，增速环比提升 14.0pct，为可选消费中增速最高的品类。

➤ **7 月培育钻石进出口额环比均有所下降，出口额渗透率同比+2.5pct。** 1) **进口数据：**毛坯进口额 1.38 亿美元，同比+25.4%/环比-6.9%，进口额渗透率 6.6%；2) **出口数据：**裸钻出口额 1.47 亿美元，同比+37.8%/环比-1.3%，出口额渗透率 7.1%；3) **数据解读：**供给端，受国内疫情干扰，毛坯进口恢复存在一定延后；需求端，美国市场较高通胀水平致使消费需求下行，但婚恋市场对钻石的需求相对刚性，高性价比的培育钻石在此背景下优势凸显，渗透率较同期进一步上行。

➤ **受疫情影响雅诗兰黛集团亚太地区 FY4Q22 收入减少，归母净利润大幅下滑 95%。** FY4Q22 集团实现收入 35.61 亿美元/yoy-9.5%，归母净利润 5200 万美元/yoy-94.9%。1) **收入分业务看，护肤品业务受中国市场疫情拖累，香氛业务为主要增长引擎：**护肤/彩妆/香氛业务 FY4Q22 分别实现收入 18.83/9.93/5.21 亿美元/，同比分别变化-20.58%/+3.44%/+16.29%。2) **收入分地区看，亚太地区收入有所下滑，随着实体零售流量的恢复美国市场增长强势：**美国/欧洲、中东和非洲/亚洲市场 FY4Q22 分别实现收入 10.76/14.80/10.06 亿美元，同比分别变化+12.8%/-11.38%/-23.20%。3) **归母净利大幅下滑** 主要因为一方面，全球运输延误、港口拥堵、劳动力和集装箱短缺，以及海运、空运成本上涨导致毛利率下滑 3.9pct，另一方面，集团 2020 年 8 月发布的重构计划费用同比增加 185%，拖累净利。

➤ **多个标的披露中报：1) 明月镜片：**1H22 公司实现归母净利润 0.5 亿元，同比+53.1%，扣非归母净利润 0.4 亿元，同比+15.4%。其中 2Q22 实现扣非归母净利润 0.22 亿元，环比+25.3%。2) **科思股份：**1H22 公司实现归母净利润 1.5 亿元/yoy+69.8%；其中 2Q22 实现归母净利润 0.89 亿元/yoy+130.6%，超出市场一致预期。3) **中兵红箭：**1H22 实现归母净利润 7.02 亿元，同比+114.61%，符合此前公司业绩预告区间。其中 2Q22 实现归母净利润 4.20 亿元，同比+82.49%。

➤ **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**；看好近视防控市场发展前景，推荐**明月镜片**。

➤ **风险提示：**消费需求整体疲软，行业竞争加剧，新冠疫情反复。

**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	140.01	1.63	2.15	2.89	86	65	48	推荐
300957.SZ	贝泰妮	177.51	2.04	3.05	3.87	87	67	49	推荐
603605.SH	珀莱雅	163.70	2.87	3.53	4.37	80	65	52	推荐
300856.SZ	科思股份	55.69	0.78	1.67	2.08	71	33	27	推荐
300896.SZ	爱美客	544.50	4.43	6.94	10.06	123	79	54	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	23.59	1.03	1.31	1.77	24	18	13	推荐
600315.SH	上海家化	33.10	0.96	1.30	1.51	35	26	22	推荐
301071.SZ	力量钻石	213.00	1.98	4.40	7.85	107	48	27	推荐
000519.SZ	中兵红箭	33.81	0.35	0.93	1.26	97	36	27	推荐
301101.SZ	明月镜片	64.96	0.61	0.99	1.14	80	66	57	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；  
(注：股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价)

**推荐**

维持评级



**分析师 刘文正**

执业证书：S0100521100009  
电话：13122831967  
邮箱：liuwenzheng@mszq.com

**分析师 郑紫舟**

执业证书：S0100522080003  
电话：17621823792  
邮箱：zhengzizhou@mszq.com

**研究助理 解慧新**

执业证书：S0100122080012  
电话：15051878378  
邮箱：xiehuixin@mszq.com

**研究助理 刘彦菁**

执业证书：S0100122070036  
电话：19521499976  
邮箱：liuyanqing@mszq.com

**相关研究**

1. 胶原蛋白行业深度报告：“胶”月当空前路亮，未来增长犹可期-2022/08/16
2. 零售周观点：力量钻石 2022H1 业绩表现超预期上限，黄河旋风定增预案获证监会受理-2022/08/14
3. 社服周观点：上海多因素驱动下看好周边旅游目的地复苏，中免顺利通过港交所上市聆讯-2022/08/14
4. 零售周观点：化妆品线上数据跟踪：抖音美妆大盘持续高增，天猫国货排名稳定-2022/08/07
5. 零售周观点：欧莱雅&爱马仕发布 2022H1 财报：亚太市场稳步增长，成为主要收入来源-2022/07/30

# 目录

<b>1 本周观点 (2022.8.15-2022.8.19)</b>	<b>3</b>
1.1 7月社零数据点评：社零总额增速环比放缓，可选品中金银珠宝增速亮眼	3
1.2 7月培育钻石进出口额环比均有所下降，出口额渗透率同比+2.5pct	4
1.3 雅诗兰黛集团 FY2022 及 FY4Q2022 业绩点评：受疫情影响亚太地区收入减少，Q4 归母净利润大幅下滑。	6
1.4 明月镜片半年报点评：Q2 业绩逆势上涨，看好下半年离焦镜持续放量	8
1.5 科思股份半年报点评：Q2 业绩超预期，量价齐升驱动化妆品活性原料业务高成长	9
1.6 中兵红箭半年报点评：受益于培育钻石高景气，产品结构优化驱动盈利能力提升	10
<b>2 本周市场回顾 (2022.8.15-2022.8.19)</b>	<b>12</b>
2.1 行业表现	12
2.2 资金动向	14
<b>3 本周行业资讯 (2022.8.15-2022.8.19)</b>	<b>16</b>
3.1 商贸珠宝：7月化妆品零售增幅5年最低，饿了么和抖音合作探索“即看即点即达”新服务模式	16
3.2 医美美妆：开云集团回收 Gucci 美妆业务，Prada 开设美妆业务社交媒体账号和官方网站	18
<b>4 下周重要提示</b>	<b>21</b>
<b>5 行业重点公司盈利预测及估值</b>	<b>22</b>
<b>6 风险提示</b>	<b>23</b>
<b>插图目录</b>	<b>24</b>
<b>表格目录</b>	<b>24</b>

# 1 本周观点 (2022.8.15-2022.8.19)

## 1.1 7月社零数据点评：社零总额增速环比放缓，可选品中金银珠宝增速亮眼

1、2022年7月社会消费品零售总额同比+2.7%，增幅环比-0.4pct，限额以上企业消费品总额同比+6.8%，增幅环比-1.3pct，自6月以来疫情影响边际减弱，7月消费复苏态势仍在持续，但增速环比放缓。

2、高频必选消费品中粮油、食品类和烟酒类零售额分别同比+6.2%与+7.7%，仍超过社零总额增速；饮料类零售额同比+3.0%，增速环比提升1.1pct；日用品类零售额同比+0.7%。

3、高频可选消费品仍保持增长，其中服装鞋帽针织纺织品零售额同比+0.8%，化妆品零售额同比+0.7%，受“618”虹吸作用影响，同比增速环比有所放缓。

4、低频可选消费品中金银珠宝零售额同比+22.1%，增速环比提升14.0pct，为可选消费中增速最高的品类，超过限额以上企业消费品总额增速15.3pct，汽车、家电、通讯类器材分别同比+9.7%、+7.1%与+4.9%，家具类同比-6.3%，降幅环比收窄0.3pct。

图1：社零总额及分品类增速

		2022-07	2022-06	2022-05	2022-04	2022-03	2022-02	2021-12	2021-11	2021-10	2021-09	2021-08	2021-07	2021-06
总额	社会消费品零售总额	2.7%	3.1%	-6.7%	-11.1%	-3.5%	6.7%	1.7%	3.9%	4.9%	4.4%	2.5%	8.5%	12.1%
	限额以上企业消费品总额	6.8%	8.1%	-6.5%	-14.0%	-1.4%	9.1%	1.6%	4.2%	4.6%	2.8%	0.5%	8.5%	13.2%
高频必选	粮油、食品类	6.2%	9.0%	12.3%	10.0%	12.5%	7.9%	11.3%	14.8%	9.9%	9.2%	9.5%	11.3%	15.6%
	饮料	3.0%	1.9%	7.7%	6.0%	12.6%	11.4%	12.6%	15.5%	8.8%	10.1%	11.8%	20.8%	29.1%
	烟酒	7.7%	5.1%	3.8%	-7.0%	7.2%	13.6%	7.0%	13.3%	14.3%	16.0%	14.4%	15.1%	18.2%
	日用品	0.7%	4.3%	-6.7%	-10.2%	-0.8%	10.7%	18.8%	8.6%	3.5%	0.5%	-0.2%	13.1%	14.0%
高频可选	服装鞋帽针织纺织品	0.8%	1.2%	-16.2%	-22.8%	-12.7%	4.8%	-2.3%	-0.5%	-3.3%	-4.8%	-6.0%	7.5%	12.8%
	化妆品	0.7%	8.1%	-11.0%	-22.3%	-6.3%	7.0%	2.5%	8.2%	7.2%	3.9%	0.0%	2.8%	13.5%
低频可选	金银珠宝	22.1%	8.1%	-15.5%	-26.7%	-17.9%	19.5%	-0.2%	5.7%	12.6%	20.1%	7.4%	14.3%	26.0%
	通讯类器材	4.9%	6.6%	-7.7%	-21.8%	3.1%	4.8%	0.3%	0.3%	34.8%	22.8%	-14.9%	0.1%	15.9%
	家用电器和音像器材	7.1%	3.2%	-10.6%	-8.1%	-4.3%	12.7%	-6.0%	6.6%	9.5%	6.6%	-5.0%	8.2%	8.9%
	家具类	-6.3%	-6.6%	-12.2%	-14.0%	-8.8%	-6.0%	-3.1%	6.1%	2.4%	3.4%	6.7%	11.0%	13.4%
其它	汽车	9.7%	13.9%	-16.0%	-31.6%	-7.5%	3.9%	-7.4%	-9.0%	-11.5%	-11.8%	-7.4%	-1.8%	4.5%
	文化办公用品	11.5%	8.9%	-3.3%	-4.8%	9.8%	11.1%	7.4%	18.1%	11.5%	22.6%	20.4%	14.8%	25.9%
	石油及制品	14.2%	14.7%	8.3%	4.7%	10.5%	25.6%	16.6%	25.9%	29.3%	17.3%	13.1%	22.7%	21.9%
	建筑及装潢材料	-7.8%	-4.9%	-7.8%	-11.7%	0.4%	6.2%	7.5%	14.1%	12.0%	13.3%	13.5%	11.6%	19.1%

资料来源：国家统计局，民生证券研究院

图2：宏观基础数据及社零总额数据



资料来源：wind，民生证券研究院

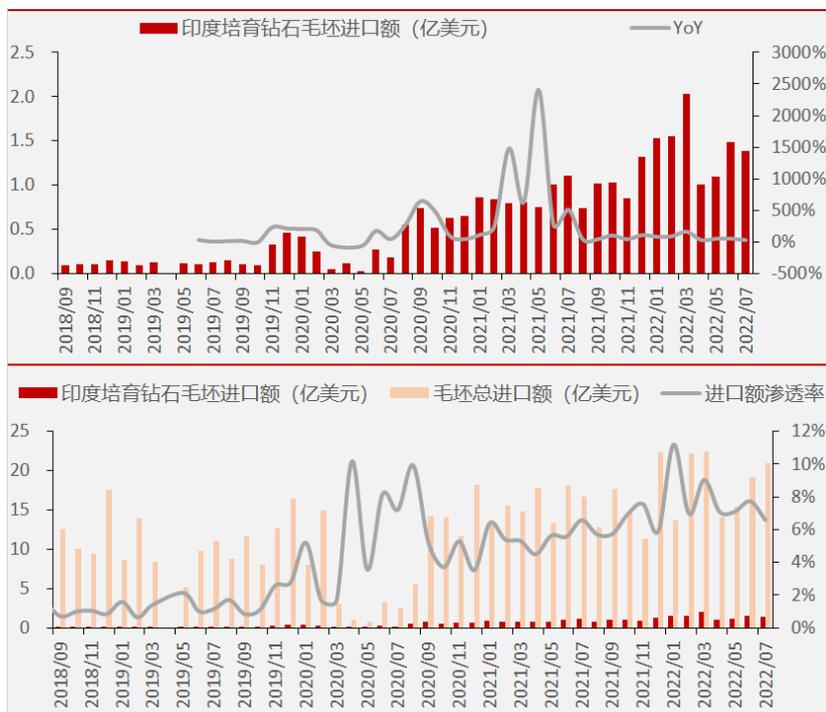
## 1.2 7月培育钻石进出口额环比均有所下降，出口额渗透率同比+2.5pct

**进口数据：**毛坯进口额 1.38 亿美元，同比+25.4%/环比-6.9%，进口额渗透率 6.6%；1-7 月印度培育钻石毛坯累计进口额 10.08 亿美元，同比增长 63.8%，进口额渗透率 7.9%。

**出口数据：**裸钻出口额 1.47 亿美元，同比+37.8%/环比-1.3%，出口额渗透率 7.1%；1-7 月印度培育钻石裸钻出口额 10.07 亿美元，同比+72.7%，出口额渗透率 6.5%。

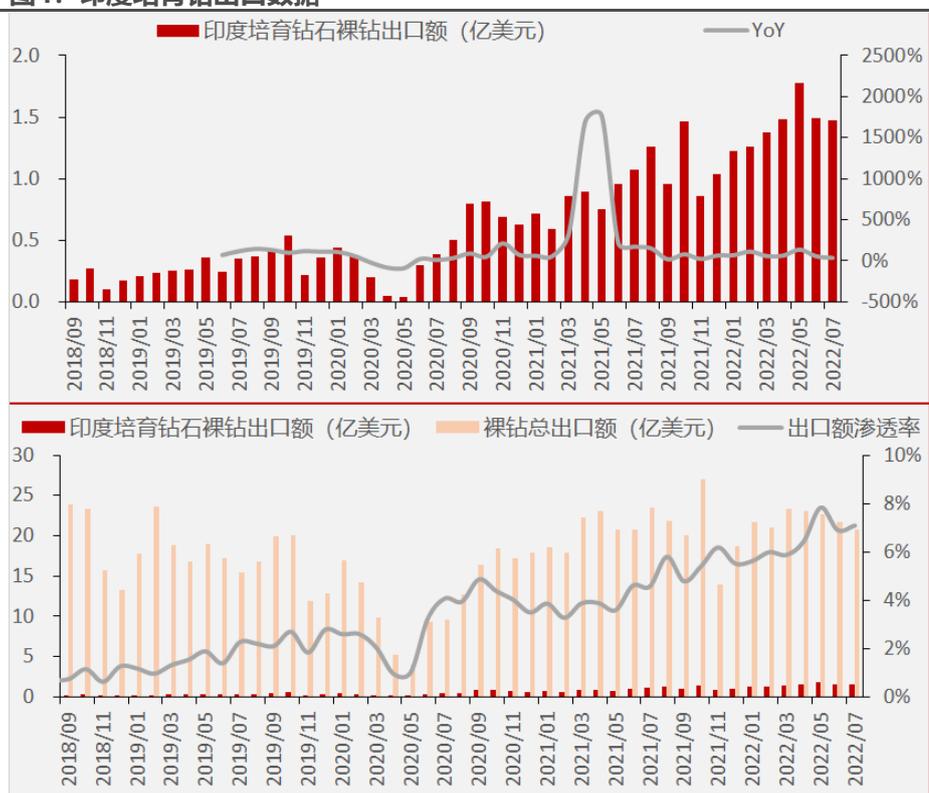
**数据解读：**供给端，受国内疫情干扰，毛坯进口恢复存在一定延后；需求端，美国市场较高通胀水平致使消费需求下行，但婚恋市场对钻石的需求相对刚性，具备高性价比的培育钻石在此背景下优势凸显，渗透率较同期进一步上行。

图3：印度培育钻进口数据



资料来源：wind，民生证券研究院

图4：印度培育钻出口数据

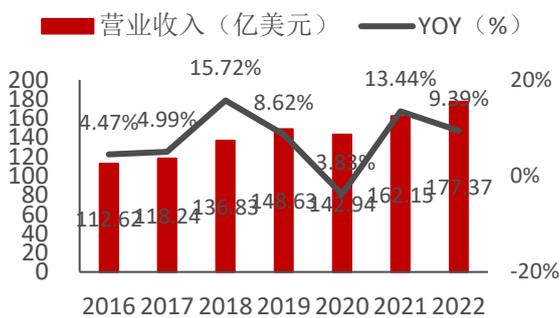


资料来源：GJEPC，民生证券研究院

### 1.3 雅诗兰黛集团 FY2022 及 FY4Q2022 业绩点评：受疫情影响影响亚太地区收入减少，Q4 归母净利润大幅下滑。

**业绩报告：** FY2022（截至 2022 年 6 月 30 日的前 12 个月）集团实现收入 177.37 亿美元/yoy+9.3%，实现归母净利润 23.90 亿美元/yoy-16.7%。其中 FY4Q22（截至 2022 年 6 月 30 日的前 3 个月）实现收入 35.61 亿美元/yoy-9.5%，实现归母净利润 5200 万美元/yoy-94.9%。

图5：2016-2022 雅诗兰黛集团营收及增速



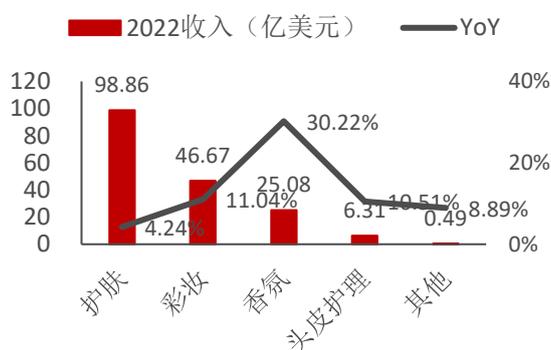
资料来源：公司财报，民生证券研究院

图6：2016-2022 雅诗兰黛集团归母净利润及增速

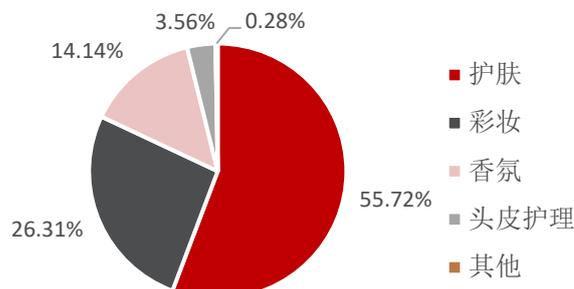


资料来源：公司财报，民生证券研究院

**护肤品业务受中国市场疫情拖累，香氛业务为主要增长引擎。**收入分业务看，①护肤业务仍为主要收入来源，受中国地区疫情影响 FY4Q22 收入有所下滑。护肤业务 FY2022 收入 98.86 亿美元/yoy+4.24%，占总营收的 55.72%，其中 FY4Q22 收入 18.83 亿美元/yoy-20.58%；②得益于 MAC 和雅诗兰黛彩妆的两位数增长，FY2022 及 FY4Q22 彩妆业务收入均有所增长。彩妆业务 FY2022 收入 46.67 亿美元/yoy+11.04%，占总营收的 26.31%，其中 FY4Q22 收入 9.93 亿美元/yoy+3.44%；③FY2022 及 FY4Q22 香氛业务均强势增长，成为主要增长引擎。香氛业务 FY2022 收入 25.08 亿美元/yoy+30.22%，占总营收的 14.14%，其中 Q4 收入 5.21 亿美元/yoy+16.29%；其中 Tom Ford Beauty、Jo Malone 和 Le Labo 收入增长最为明显。④头皮护理业务收入亦有所增长。头皮护理业务 2022 年收入 6.31 亿美元/yoy+10.51%，占总营收的 3.56%，其中 Q4 收入 1.56 亿美元/yoy+1.96%；⑤其他业务 FY2022 收入 0.49 亿美元/yoy+8.89%，占总营收的 0.28%，其中 Q4 收入 900 万美元/yoy+12.5%。

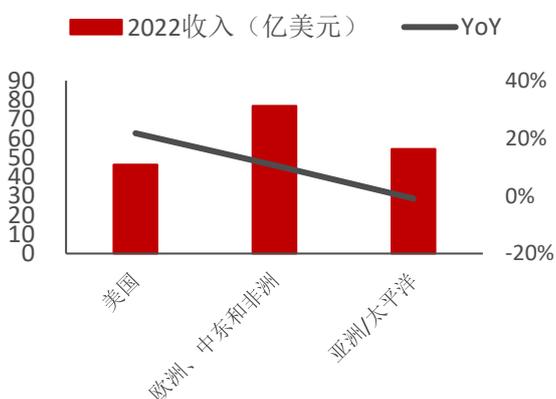
**图7：2022 财年按产品划分营业收入及增速**


资料来源：公司财报，民生证券研究院

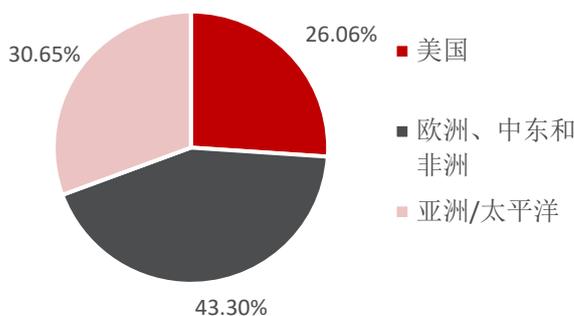
**图8：2022 财年各产品收入占比**


资料来源：公司财报，民生证券研究院

**亚太地区收入有所下滑，随着实体零售流量的恢复美国市场增长强势。**①美国市场 FY2022 收入 46.23 亿美元/yoy+21.75%，占总收入的 26.06%，其中 FY4Q22 收入 10.76 亿美元/yoy+12.8%；②欧洲、中东和非洲市场 FY2022 收入 76.81 亿美元/yoy+10.58%，占总收入的 43.30%，其中 FY4Q22 收入 14.80 亿美元/yoy-11.38%；③受中国部分地区的门店因疫情暂停营业以及上海的配送中心短暂停运影响，亚太市场 FY2022 收入 54.37 亿美元/yoy-0.89%，其中 FY4Q22 收入 10.06 亿美元/yoy-23.20%。

**图9：2022 财年按地区划分营业收入及增速**


资料来源：公司财报，民生证券研究院

**图10：2022 财年各地区收入占比**


资料来源：公司财报，民生证券研究院

**加速全面布局，预计 2023 财年营收同比增长 3%-5%。**去年以 22 亿美元收购的 Deciem 报告期内也为整体业绩的增长做出了贡献，合并后产生了 6.96 亿美元的有利影响。另外，雅诗兰黛旗下香水品牌 Le Labo 将进军中国市场，已完成药监局备案，以一般贸易（非跨境电商）的形式在中国进行全渠道布局。除此之外，2021 年 7 月至 2022 年 6 月雅诗兰黛还加速元宇宙布局，于 2022 年 3 月底宣布成为首届 Metaverse 时装周的独家合作伙伴，推出首款 NFT 产品。2023 财年预计报告的净销售额将比上年同期增长 3%至 5%。

**FY4Q22 净利润下滑 95%至 5200 万美元。**盈利能力方面, FY4Q2022 毛利率同比下降 3.9pct 至 71.0%,净利率下降 24.3pct 至 1.5%,FY4Q22 净利润 5200 万美元/yoy-95%。公司净利润的大幅下降一方面因为毛利率的下滑,另一方面因为重构及其他费用的增加。①全球运输延误、港口拥堵、劳动力和集装箱短缺,以及海运、空运成本上涨导致 FY4Q22 毛利率下滑 3.9pct; ②FY4Q22 重构计划费用增长 187.5%至 9200 万美元,该项费率增长 1.8pct 至 2.6%。2020 年 8 月,公司宣布了一项为期两年的重构计划,即 COVID 后业务加速计划(“PCBA 计划”),旨在重新调整其业务,以应对新冠疫情全球蔓延后其分销格局和消费者行为的巨大转变。该计划包括加强线上分销网络建设以消除线下门店关闭的影响,以及品牌营销组织的重新涉及,预计此项计划将持续到 FY2023,将产生 5-5.15 亿美元的税前费用。

**风险提示:** 供应链中断风险, 新冠疫情反复, 汇率波动风险。

## 1.4 明月镜片半年报点评: Q2 业绩逆势上涨, 看好下半年 离焦镜持续放量

**事件:** 公司发布 2022 年中报, 1H22 公司实现营收 2.9 亿元, 同比+5.3%; ; 归母净利润 0.5 亿元, 同比+53.1%, 扣非归母净利润 0.4 亿元, 同比+15.4%。其中 2Q22 实现营收 1.50 亿元, 环比+10.3%, 实现扣非归母净利润 0.22 亿元, 环比+25.3%。

**1H22 营收在疫情压力下同比+5.3%, 业绩韧性较强。**1H22 公司实现收入 2.9 亿元, 同比+5.3%, 其中镜片业务在疫情压力下韧性凸显, 实现收入 2.1 亿元, 同比-1.53%; 原料业务收入 0.5 亿元, 同比+75.9%。分渠道来看, 1H22 直销、经销收入分别为 1.9 亿元、0.8 亿元, 同比增速分别为-2.2%、-4.9%, 占总收入的比例分别为 65.0%、26.3%。

**原材料价格上涨致使毛利率承压, 整体毛利率同比下滑 2.9 个点。**1H22 公司整体毛利率为 53.5%, 同比-2.9 个点, 主要系丙烯醇、DMT 等化工原材料受石油价格上涨带来较大的成本压力以及运费调整至营业成本所致。分业务来看, 1H22 镜片业务毛利率为 59.4%, 同比+1.2 个点, 主要系原材料价格上涨拉低镜片业务毛利率, 但离焦镜收入提升带来的结构性改善一定程度上抵销了部分影响; 1H22 原料业务毛利率为 21.6%, 同比-12.2%, 主要系原材料价格上涨。

**销售费用减少与非经常项目收益带动归母净利润率提升。**1H22 公司销售费用率为 16.6%, 同比-5.2 个点, 主要系疫情一定程度影响营销活动投放; 管理费用率为 13.9%, 同比+0.9 个点; 公司以研发为本, 持续进行产品与技术的研发投入, 1H22 研发费用率为 3.1%, 同比-0.1 个点; 叠加上半年非经常项目收益 0.1 亿元

(主要系理财产品收益), 同比+15.4%, 公司 1H22 实现归母净利润 0.5 亿元, 同比+53.1%, 对应归母净利润率同比+5.7 个点至 18.2%。

**离焦镜渠道持续开拓, 线下合作门店已破万家, 同时积极布局医疗渠道。**公司离焦镜已经直接和间接合作线下终端门店超万家, 其中 70% 客户已开始销售“轻松控”系列产品, 与此同时, 公司持续积极扩大渠道布局的广度与深度, 成立了针对大中型、连锁型的医疗渠道的开拓部门。目前公司离焦镜产品 SKU 已达 8 款, 2022 年 7 月 22 日发布的“轻松控 Pro”三个月临床研究随访情况显示产品对延缓眼轴过快增长效果显著, 丰富的产品线及较强的产品力为公司中长期的渠道拓展提供了坚实的基础。

**投资建议:**考虑到公司是国产镜片龙头, 积极布局近视防控赛道构筑第二增长曲线, 具备较强稀缺性, 看好离焦镜的暑假旺季放量, 同时看好疫情趋缓下, 公司渠道开拓与品牌建设工作对中长期业绩的推动作用, 此外, 公司盈利能力亦有望随着产品结构的优化得到持续提升。我们预计 2022-2024 年公司归母净利润为 1.3 亿、1.5 亿和 2.0 亿元, 当前股价对应 22-24 年 P/E 为 66x、57x 和 43x, 维持“推荐”评级。

**风险提示:** 原材料价格波动、疫情反复的风险、产品市场竞争加剧。

## 1.5 科思股份半年报点评: Q2 业绩超预期, 量价齐升驱动 化妆品活性原料业务高成长

**事件:** 公司发布中报业绩, 1H22 公司实现营业收入 8.2 亿元/yoy+61.3%, 归母净利润 1.5 亿元/yoy+69.8%; 其中 2Q22 实现营收 4.1 亿元/yoy+63.0%, 归母净利润 8883.0 万元/yoy+130.6%, 超出市场一致预期。

**下游需求恢复+募投项目投产放量, 化妆品活性原料以及境外收入高增。**随着下游市场需求持续恢复以及公司募投项目产品逐步放量, 1H22 公司营收取得了大幅增长。**1) 分业务看, 化妆品活性成分及原料收入高增。**1H22 化妆品活性成分及其原料实现收入 6.5 亿元/yoy+101.6%, 占总收入同比提升 15.9pct 至 79.4%; 合成香料实现收入 1.5 亿元/yoy-11.9%, 占总收入同比下降 14.9pct 至 17.9%; 其他产品实现收入 2192.6 万元/yoy+16.4%, 占总收入同比下降 1.0pct 至 2.7%。**2) 分地区看, 境外出行修复带动防晒需求提升, 境外收入拉动增长。**公司在境内实现收入 1.1 亿元/yoy+31.9%, 境外实现收入 7.1 亿元/yoy+67.4%, 境内、境外收入占总收入的比例分别变化-3.1/+3.1pct 至 14.0%/86.0%。

**Q2 毛利率环比提升 7.8pct, 汇率变动提升公司盈利水平。**1H22 公司毛利率同比下降 2.5pct 至 30.1%, Q2 毛利率 34.0%, 同比提升 2.1pct, 环比提升 7.8pct, 主要得益于 21Q4 以来为应对原材料和海运费价格大幅上涨而采取的产品价格调

整措施逐步落地，以及公司整体产能利用率的提升和新产品产能的逐步释放等因素。分业务看，化妆品活性成分及其原料、合成香料、其他产品毛利率分别为32.2%/25.2%/0.8%，同比变化-3.9/-6.3/+18.7pct。费用率方面，公司销售费用率同比下降0.3pct至0.9%；管理费用率同比下降2.3pct至6.0%；财务费用率同比下降2.1pct至-1.3%，系汇兑损益变动所致；研发费用率同比下降0.2pct至4.2%。费用率的下降带动净利率提升，上半年净利率同比提升0.9pct至17.9%。

**拓展产业布局，产能持续扩张。**上半年公司马鞍山科思二乙氨基羟苯甲酰基苯甲酸己酯（PA）生产线投料试运行。随着25000t/a 高端日用香原料及防晒剂项目一、二期工程及14200t/a 防晒系列产品项目实施完毕，以及马鞍山（年产2500吨）日用化学品原料项目、安徽（年产500吨）防晒系列产品扩建项目分别投产48.39%、23.44%，公司产能进一步扩张。以及预计将在年底完成投产的安庆科思个人护理品研发项目，公司的产能提升空间广阔，进而带动未来业绩增长确定性提升。

**投资建议：**资质齐全+矩阵丰富，聚焦海外巨头客户仍能主动提价全球优势凸显，客户广度拓展可期，看好于今年下半年投产新型防晒剂(DHHB)核心竞争力，预计2022/23/24年净利润为2.8/3.5/4.1亿元，同比增长112.7%/24.8%/17.4%，对应PE为33/27/23X，维持“推荐”评级。

**风险提示：**原材料价格波动风险；汇率波动风险；下游需求下降风险。

## 1.6 中兵红箭半年报点评：受益于培育钻石高景气，产品结构优化驱动盈利能力提升

**事件：**公司于8月18日发布2022年半年报，1H22公司实现营业收入32.03亿元，同比+11.19%，实现归母净利润7.02亿元，同比+114.61%，符合此前公司业绩预告区间。分季度看，2Q22公司实现营业收入18.22亿元，同比+20.25%，实现归母净利润4.20亿元，同比+82.49%。

**营业收入增速稳定，归母净利润实现同比高增长。**在收入端，1H22公司实现营业收入32.03亿元，同比+11.19%，相较于2021H1的收入同比增速24.28%有所放缓。分产品来看，超硬材料及其制品/专用汽车/汽车零部件/特种装备的收入分别同比+18.30%/-42.24%/-17.47%/+16.84%，占营业收入的比例分别为50.06%/3.80%/4.35%/41.79%，其中，超硬材料及其制品、特种装备贡献主要的营业收入，其收入的增长带动公司收入稳步上行；在利润端，或因培育钻石及工业金刚石产销两旺，1H22公司归母净利润同比+114.61%。

**期间费用率控制良好，产品结构优化带动盈利能力提升。**在费用率方面，1H22公司的销售期间费用率同比-1.19PCT至10.43%，销售费用率/管理费用率/研发

费用率/财务费用率分别同比-0.17PCT/-0.55PCT/+0.11PCT/-0.58PCT 至 0.83%/6.03%/4.91%/-1.34%;盈利能力方面,受益于超硬材料行业的高景气度,2022H1,公司的销售毛利率与销售净利率分别同比+11.08PCT、+10.55PCT 至 36.23%与 21.90%。分产品来看,公司的超硬材料及其制品、特种装备制造业的毛利率分别同比+18.34%/+2.67%至 54.73%与 20.64%。

**特种装备实现生产经营平稳可控,2022H1 盈利能力提升。**1H22,公司的特种装备业务收入同比+16.84%至 13.39 亿元,其占主营业务收入的比重提升至 41.79%,或因公司坚决落实“紧前生产、紧前交付”要求,实现装备生产经营平稳可控,特种装备毛利率稳步上行,带动公司盈利能力一定程度提升。

**超硬材料行业景气度持续高企,产销两旺带动公司业绩高增。**一方面,根据 GJEPC 数据,2022 年 1-7 月,印度培育钻石毛坯进口额同比+63.7%至 10.08 亿美元,裸钻出口额同比+72.7%至 10.07 亿美元,印度中游培育钻石的进出口数据进一步验证培育钻石行业的高景气度。另一方面,超硬材料行业新增产能大部分投向培育钻石生产,造成工业金刚石供给下降,而下游传统需求相对刚性,需求较为稳定,下游的光伏行业高速发展带动对金刚石微粉的需求增长,公司作为超硬材料龙头,营收与业绩有望持续受益。

**投资建议:**预计公司 2022-2024 年分别实现营业收入 91.86、109.58 与 129.88 亿元,同比分别+22.3%、+19.3%与+18.5%;分别实现归母净利润 12.98、17.52 与 21.87 亿元,同比分别+167.4%、+35.0%与+24.8%;实现 EPS 0.93、1.26 与 1.57 元,8 月 18 日收盘价对应 PE 分别为 36、27 与 22 倍,维持“推荐”评级。

**风险提示:**行业需求不及预期,竞争格局恶化,原材料价格波动等。

## 2 本周市场回顾 (2022.8.15-2022.8.19)

### 2.1 行业表现

#### 2.1.1 本周各板块涨跌幅：上证综指下跌 0.57%，商贸零售下跌 0.95%，纺织服装下跌 0.42%，美容护理下跌 4.36%

本周各主要指数：商业贸易板块下跌 0.95%，纺织服装板块下跌 0.42%，美容护理板块下跌 4.36%，上证指数板块下跌 0.57%，深证成指板块下跌 0.49%，创业板指板块上涨 1.61%，沪深 300 板块下跌 0.96%，恒生指数板块下跌 2.00%。

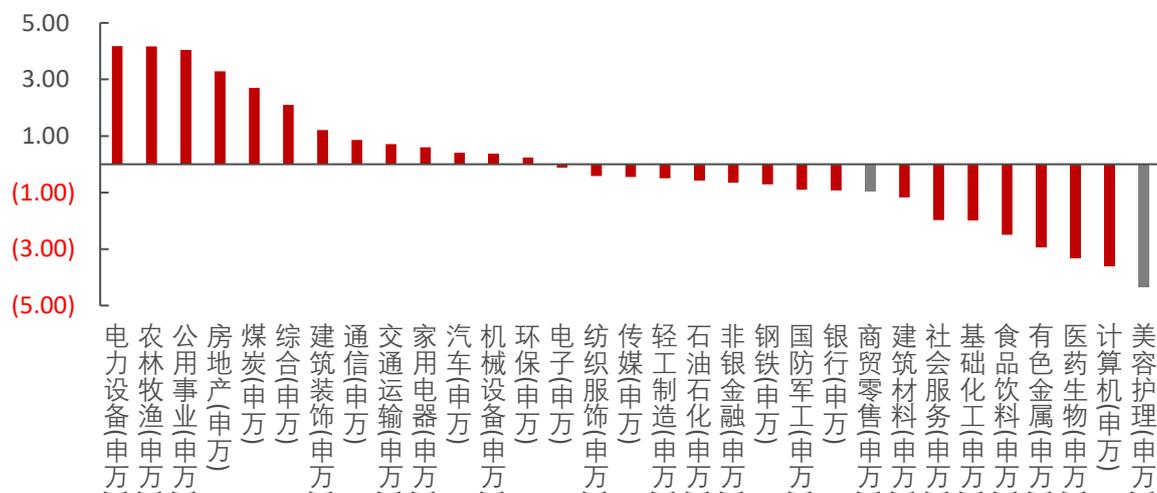
表 1：重点板块本周涨跌幅一览 (2022.8.15-2022.8.19)

	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	-0.57	20962.65	-0.08	-10.49
深证成指	-0.49	31489.64	-0.11	-16.82
创业板指	1.61	10996.09	0.50	-17.71
沪深 300	-0.96	12270.12	-0.10	-15.98
恒生指数	-2.00	4281.87	-0.14	-15.49
商业贸易(申万)	-0.95	477.27	0.00	-13.08
纺织服装(申万)	-0.42	376.99	-0.29	-11.59
美容护理(申万)	-4.36	149.63	-2.39	-8.92

资料来源：Wind，民生证券研究院

本周 31 个申万一级行业：商贸零售板块 (-0.95%) 和美容护理板块 (-4.36%) 在 31 个申万一级行业中分别排名第 23 位和第 31 位。上周涨幅最大的板块是电力设备 (+4.18%)，跌幅最大的板块为美容护理 (-4.36%)。

图 11：商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 23 位和第 31 位 (2022.8.15-2022.8.19)

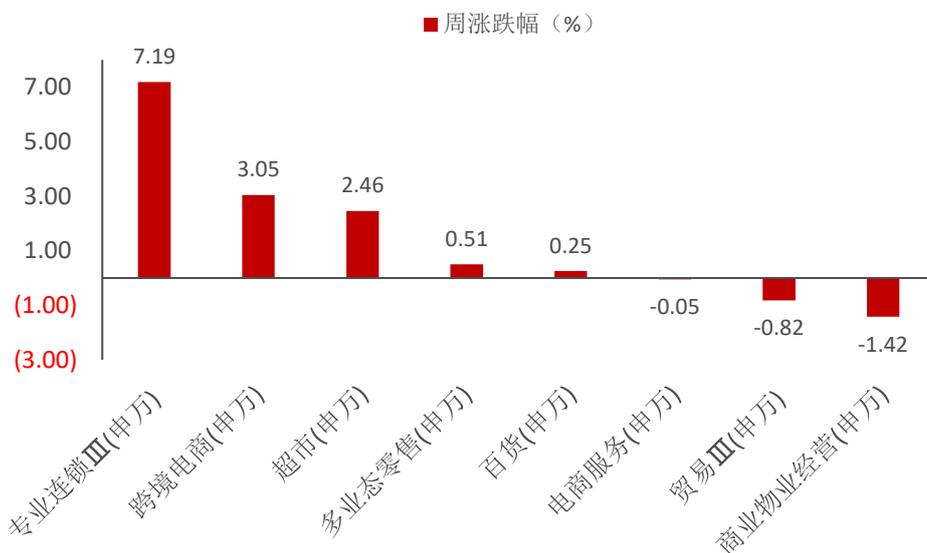


资料来源：wind，民生证券研究院

本周商贸零售各细分板块：多业专业连锁板块上涨 7.19%，跨境电商板块上

涨 3.05%，超市板块上涨 2.46%，多业态零售板块上涨 0.51%，百货板块上涨 0.25%，电商服务板块下跌 0.05%，贸易板块下跌 0.82%，商业物业经营板块下跌 1.42%。

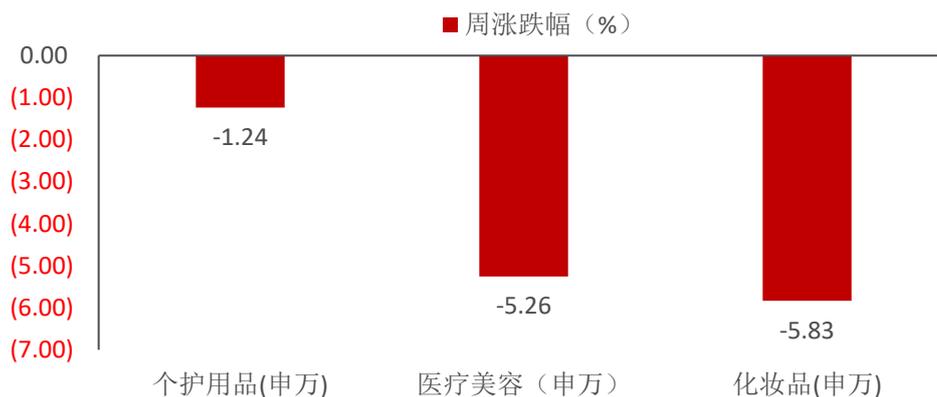
图12：专业连锁板块上涨 7.19%，商业物业经营板块下跌 1.42% (2022.8.15-2022.8.19)



资料来源：wind，民生证券研究院

本周美容护理各细分板块：个护用品板块下跌 1.24%，医疗美容板块下跌 5.26%，化妆品板块下跌 5.83%。

图13：个护用品板块下跌 1.24%，化妆品板块下跌 5.83% (2022.8.15-2022.8.19)



资料来源：wind，民生证券研究院

## 2.1.2 本周个股涨幅龙虎榜：苏美达上涨 12.69%，科思股份上涨 15.85%

商业贸易涨幅前五：苏美达 (+12.69%)、友好集团 (+12.06%)、富森美

(11.70%)、爱婴室 (+11.69%)、孩子王 (11.39%)

**商业贸易跌幅前五：**鹏都农牧 (-6.23%)、深粮控股 (-2.68%)、北京城乡 (-1.88%)、国美通讯 (-0.90%)、东百集团 (-0.76%)。

**表 2：本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2022.8.19)**

	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	002264.SZ	新华都	24.42	46.26	6.42
	000829.SZ	天音控股	18.35	136.85	13.35
	603031.SH	安德利	16.20	66.75	59.60
	600821.SH	金开新能	13.77	121.83	7.93
	002416.SZ	爱施德	12.74	129.38	10.44
跌幅前五	600415.SH	小商品城	(5.58)	269.62	4.91
	600306.SH	*ST 商城	(5.66)	30.89	13.34
	600301.SH	*ST 南化	(5.78)	27.98	11.90
	603900.SH	莱绅通灵	(6.33)	24.68	7.25
	300755.SZ	华致酒行	(7.55)	148.01	35.51

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价。

**医美美妆涨幅前五：**科思股份 (+15.85%)、锦盛新材 (+1.6%)、丸美股份 (+1.31%)、青岛金王 (-1.55%)、华业香料 (-2.38%)；

**医美美妆跌幅前五：**水羊股份 (-19.21%)、贝泰妮 (-9.06%)、上海家化 (-6.92%)、华熙生物 (-5.23%)、珀莱雅 (-5.06%)；

**表 3：本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2022.8.19)**

	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	300856.SZ	科思股份	15.85	94.29	55.69
	300849.SZ	锦盛新材	1.60	18.06	12.04
	603983.SH	丸美股份	1.31	102.37	25.50
	002094.SZ	青岛金王	(1.55)	26.39	3.82
	300886.SZ	华业香料	(2.38)	18.97	25.45
跌幅前五	603605.SH	珀莱雅	(5.06)	460.68	163.70
	688363.SH	华熙生物	(5.23)	673.57	140.01
	600315.SH	上海家化	(6.92)	224.96	33.10
	300957.SZ	贝泰妮	(9.06)	751.93	177.51
	300740.SZ	水羊股份	(19.21)	59.35	15.31

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价。

## 2.2 资金动向

### 2.2.1 个股资金跟踪：金开新能买入额占商贸榜首，科思股份买入额占美妆首位

**商业贸易净买入前五：**金开新能 (+3.84 亿元)、天音控股 (+2.3 亿元)、安

德利 (+1.58 亿元)、爱施德 (+1.02 亿元)、\*ST 全新 (+0.86 亿元);

**商业贸易净卖出前五:** 汉商集团 (-1.41 亿元)、富森美 (-1.4 亿元)、小商品城 (-1.18 亿元)、华致酒行 (-1.02 亿元)、友阿股份 (-1.01 亿元)。

**表 4: 商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2022.8.19)**

	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	600821.SH	金开新能	3.84	41422.79	121.83	7.93
	000829.SZ	天音控股	2.30	37054.43	136.85	13.35
	603031.SH	安德利	1.58	2304.01	66.75	59.60
	002416.SZ	爱施德	1.02	11206.60	129.38	10.44
	000007.SZ	*ST 全新	0.86	9848.76	28.27	8.16
净卖出前五	002277.SZ	友阿股份	(1.01)	18471.59	61.62	4.42
	300755.SZ	华致酒行	(1.02)	1513.93	148.01	35.51
	600415.SH	小商品城	(1.18)	16831.33	269.62	4.91
	002818.SZ	富森美	(1.40)	7880.44	100.22	13.39
	002505.SZ	鹏都农牧	(1.89)	36144.53	201.43	3.16

资料来源: Wind, 民生证券研究院, 股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价。

**医美美妆净买入前五:** 科思股份 (+0.86 亿元)、锦盛新材 (+0.03 亿元)、华业香料 (-0.03 亿元)、青岛金王 (-0.06 亿元)、丸美股份 (-0.07 亿元);

**医美美妆净卖出前五:** 奥园美谷 (-1.32 亿元)、华熙生物 (-0.58 亿元)、爱美客 (-0.45 亿元)、青松股份 (-0.34 亿元)、珀莱雅 (-0.17 亿元)。

**表 5: 医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2022.8.19)**

	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	300856.SZ	科思股份	0.86	2292.26	94.29	55.69
	300849.SZ	锦盛新材	0.03	585.38	18.06	12.04
	300886.SZ	华业香料	(0.03)	293.75	18.97	25.45
	002094.SZ	青岛金王	(0.06)	5516.32	26.39	3.82
	603983.SH	丸美股份	(0.07)	1204.80	102.37	25.50
净卖出前五	603605.SH	珀莱雅	(1.25)	694.60	460.68	163.70
	300957.SZ	贝泰妮	(1.45)	945.21	751.93	177.51
	600315.SH	上海家化	(1.48)	1666.16	224.96	33.10
	300740.SZ	水羊股份	(1.65)	9777.84	59.35	15.31
	300896.SZ	爱美客	(2.26)	608.78	1178.08	544.50

资料来源: Wind, 民生证券研究院, 股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价。

## 3 本周行业资讯 (2022.8.15-2022.8.19)

### 3.1 商贸珠宝：7月化妆品零售增幅5年最低，饿了么和抖音合作探索“即看即点即达”新服务模式

#### 3.1.1 行业资讯

##### 1. 唯品会第二季度净营收 245 亿元，净利润同比增长 8.4%

8月19日，唯品会发布2022年第二季度财报，公司当季实现净营收245亿元，归属于公司股东的Non-GAAP净利润16亿元，同比增长8.4%；利润水平和整体利润率均实现同比增长。

财报显示，根据此前公布的10亿美元股票回购计划，截至2022年6月30日，唯品会已回购1.771亿美元的美国存托股票(ADS)，显示出管理层对公司未来发展的信心。

唯品会董事长兼CEO沈亚表示：“在疫情得到有效控制、宏观环境改善的推动下，公司二季度业绩好于预期。虽然宏观不确定性可能持续存在，但我们坚定地聚焦折扣零售领域的更多机会，不断适应需求迭代业务，更好地服务我们的品牌合作伙伴和客户。”(联商网)

##### 2. 饿了么和抖音合作探索“即看即点即达”新服务模式

8月19日，饿了么和抖音共同宣布达成合作。双方表示，将携手探索本地生活服务的新场景升级，通过优质的内容、丰富的商品和高效的物流配送，深度连接商家与消费者，在视频化时代带来“即看、即点、即达”的本地生活新体验。依据合作，饿了么将基于抖音开放平台，以小程序为载体，与抖音一起通过丰富的产品场景和技术能力，助力数百万商家为6亿抖音日活用户提供从内容种草、在线点单到即时配送的本地生活服务。双方将共同投入更多创新资源，支持本地生活商家发展，更好地满足消费者城市生活即时需求。(联商网)

##### 3. 沃尔玛第二季度营收 1528.6 亿美元，高于市场预期

财报显示，沃尔玛第二季度营收1528.6亿美元，同比增长8.4%；净利润51.47亿美元，同比增长17.9%；归属于上市公司股东的净利润为51.49亿美元，同比增长20.4%。此前市场预期沃尔玛第二季度营收为1509.9亿美元，预期同比增长7.1%。沃尔玛的表现好于市场预期。不过，在7月下旬，沃尔玛下调了全年预期，沃尔玛表示，较低收入消费者在食品上的支出增加，导致他们在利润率较低的一般商品上的支出减少。因此，该公司不得不实施更多的降价以消除过剩库存，尤其是服装库存，这将损害该公司的利润率。(联商网)

##### 4. 7月社零同比增长2.7%，化妆品零售增幅5年最低

据国家统计局 2022 年 7 月社会消费品零售数据显示, 7 月份社会消费品零售总额 35870 亿元, 同比增加 2.7%; 1-7 月份, 社会消费品零售总额 246302 亿元, 同比下降 0.2%。具体来看, 受疫情影响, 消费品零售额增速在 1 月至 4 月呈下降趋势, 4 月同比增速最低。5 月、6 月开始恢复, 但 7 月又出现了下滑的迹象。按经营渠道分, 7 月份全国网上零售额 10217 亿元, 同比上升 2.4%; 线下零售额 25653 亿元, 同比上升 2.8%。整体来看, 线上零售额一直好于线下。但进入 7 月以来, 在疫情影响下, 部分物流受到影响, 线上零售增速减缓, 甚至低于线下增速 0.4 个点。按行业分, 上半年餐饮、服装鞋帽、化妆品类受到的疫情影响最为严重。4 月份同比均减少 20% 以上, 5 月、6 月开始恢复, 但 7 月增速开始放缓。7 月份餐饮收入 3694 亿元, 同比下降 1.5%; 服装鞋帽针纺织品类 964 亿元, 同比增加 2.0%; 化妆品类 253 亿元, 同比增加 5.9%。服装鞋帽和化妆品类增速已经回正, 但餐饮收入增速仍未转正, 消费市场恢复基础仍需巩固。粮油食品、饮料行业的整体波动较小, 同比一直处于增长阶段。7 月粮油、食品收入 1366 亿元, 同比增加 9.6%; 饮料 244 亿元, 同比增加 4.7%。烟酒行业在 4 月之后一直保持着较高的增速, 7 月销售 366 亿元, 同比增加 12.6%。但总体来看, 在常态化疫情防控的背景下, 目前市场销售总体上延续恢复态势。(联商网)

## 5. Pandora 第二季度中国收入大跌 58%

在截至 6 月 30 日的三个月内, 丹麦珠宝品牌潘多拉 Pandora 销售额同比增长 3% 至 56.6 亿丹麦克朗, 与 2019 年同期相比大涨 17%, 基本符合市场预期, 连续第三个季度创下新纪录, 净利润则下滑 5.8% 至 9.34 亿丹麦克朗。2022 年上半年, Pandora 销售额大涨 17.4% 至 113.4 亿丹麦克朗, 净利润大涨 19.2% 至 19.2 亿丹麦克朗。不过受上海等城市暂时停滞影响, Pandora 第二季度中国市场收入大跌 58%。(LADYMAX 公众号)

## 6. 拼多多将上线跨境电商平台, 疑似对标 SHEIN

据《晚点 LatePost》消息, 拼多多正在筹备跨境电商平台, 应用预计在 9 月中旬上线, 第一站是美国, 模式将效仿中国最大跨境电商独立站 SHEIN, 目前正在进行全品类招商。拼多多此前最重要的战略项目社区团购业务“多多买菜”的多位一级主管已经转岗负责该出海项目的具体事宜。(LADYMAX 公众号)

### 3.1.2 公司重要事项

【黄河旋风】8 月 19 日发布公告, 将以直接融资租赁的方式与中电投融资租赁开展融资租赁业务, 融资金额 1.02 亿元, 期限 3 年, 利率 5.7%。

【中兵红箭】1) 8 月 18 日发布 2022 年半年报, 报告期内实现营业收入 32.03 亿元, 同比增长 11.2%; 实现净利润 7.01 亿元, 同比增长 114.6%。2) 全资子公司河南北方红阳机电有限公司拟使用总额不超过人民币 1.40 亿元的闲置募集资金暂时补充流动资金。3) 全资子公司山东北方滨海机器有限公司拟使用不超过人

人民币 1.50 亿元的闲置募集资金进行现金管理。4) 全资子公司山东北方滨海机器有限公司拟使用总额不超过人民币 5000 万元的闲置募集资金暂时补充流动资金。5) 公司全资子公司郑州红宇专用汽车有限责任公司拟使用不超过人民币 3000 万元的闲置募集资金进行现金管理、使用不超过人民币 4900 万元的闲置募集资金暂时补充流动资金。

【周大生】7 月新增新增自营门店 6 家。

【力量钻石】拟与潮宏基等设合资公司，创建并运营培育钻石饰品品牌；拟通过全资子公司力量钻石香港有限公司投资设立美国销售服务公司。

【南极电商】拟以 4500 万元收购贝拉维拉服饰公司 100% 股权。

【爱婴室】8 月 17 日发布 2022 年半年报，报告期内实现营业收入 18.69 亿元，同比增长 63.7%，净利润 4128.01 万元，同比下降 11.8%，基本每股收益为 0.29 元。

【中国黄金】发布 2022 年半年度报告，期间实现营收 25.3 亿元，同比减少 4.8%；归母净利润 4.4 亿元，同比减少 4.6%；基本每股收益 0.26 元。

【永辉超市】将以集中竞价的交易方式回购不超过 1.5 亿 A 股股份，占公司总股本不超过 1.65%。以公司自有资金，回购价格不超过 5 元/股，回购资金总额为 4 亿元至 7 亿元。

【ST 商城】发布 2022 年半年度报告，期间实现主营业务收入 6262.21 万元，同比下降 12.2%；归母净利润-4061.03 万元，同比下降 2.6%；扣非净利润-4080.61 万元，同比下降 27.4%。

【小商品城】发布 2022 年半年度报告，期间实现营业收入 42.07 亿元，同比增长 103.0%；净利润 12.22 亿元，同比增长 43.7%；基本每股收益 0.22 元。

## 3.2 医美美妆：开云集团回收 Gucci 美妆业务，Prada 开设美妆业务社交媒体账号和官方网站

### 3.2.1 行业资讯

#### 1. LVMH 旗下香氛品牌梵诗柯香 MFK 中国首店落地南京德基

8 月 18 日，LVMH 旗下高端香氛品牌“梵诗柯香 Maison Francis Kurkdjian”正式进入中国市场，全国首店在南京德基广场正式开业。在线下落地同时，梵诗柯香还入驻了电商渠道，目前已开设官方天猫旗舰店。梵诗柯香由弗朗西斯·库尔吉安(Francis Kurkdjian)和马克·查雅(Marc Chaya)于 2009 年在巴黎共同创立，是当代高端香水品牌之一，目前在全球 50 多个国家及地区开设超过 700 家门店，并

在 2017 年被路威酩轩集团(LVMH)收购。(联商网)

## 2. 帝斯曼与上海整形医学产业创新研究院达成战略合作

近日,帝斯曼与上海整形医学产业创新研究院正式签署了战略合作协议,未来双方将在多领域展开深度合作,包括创新型高功效护肤原料开发和针对皮肤美容科学的新功效研究等,共同推动皮肤健康产业的可持续发展。帝斯曼人类营养与关爱事业部个人护理及香原料大中华区业务总监富燕红,上海医学美容和皮肤健康研究所所长、上海交通大学医学院附属第九人民医院整复外科激光组学科带头人、主任医师姚敏,分别代表帝斯曼和上海整形医学产业创新研究院签署了战略合作协议。此次合作不仅将进一步深化帝斯曼在高功效型护肤领域的战略布局,更体现了帝斯曼不断加强与中国本土合作伙伴携手创新的长期承诺。(中妆网)

## 3. 开云集团对 Coty 集团不满,有意回收 Gucci 美妆业务

开云集团总经理在近日与金融分析师对电话会议上表示,继 2015 年推出眼镜部门,陆续把旗下品牌的眼镜业务收归己有后,该业务正朝着 20 亿欧元年收入的目标靠近。在此基础上,美妆业务成为开云集团未来发展的一个自然延伸,所有选项都是开放的。

值得关注的是,目前 YSL 美妆由欧莱雅集团所有, Gucci 美妆则由 Coty 集团负责,分息预计两个品牌的美妆业务规模分别为 5 亿欧元和 10 亿欧元,而此前开云集团曾对 Coty 集团未能在香水和美容领域充分发挥 Gucci 的优势表示不满。(中妆网)

## 4. Prada 开设美妆业务社交媒体账号和官方网站

在与欧莱雅集团签署合作协议后,意大利奢侈品牌 Prada 日前在社交媒体平台 Instagram 上设立一个独立账号 @pradabeauty,并开通 Prada 美妆官网。根据现已发布的 6 篇贴文, Prada 将推出一款名为“Paradoxe”的香水,由女演员 Emma Watson 担任代言人。有业内人士预计,这意味着 Prada 将正式发力美妆市场,以寻求更大突破。(LADYMAX 公众号)

## 5. 创 5 年新高!科丝美诗上半年卖了 42 亿元

8 月 16 日,韩国化妆品 ODM 制造商科丝美诗(COSMAX)发布了 2022 年上半年报。财报显示,科丝美诗上半年实现营收 8028.7 亿韩元(约合人民币 41.58 亿元),同比增长 3.56%,实现营业利润 3096.9 亿韩元(约合人民币 1.6 亿元),实现净利润 155.1 亿韩元(约合人民币 8034.29 万元)。

根据财报,本土市场韩国依然是科丝美诗的第一大市场。2022 年上半年,其在韩国的营收为 4743.86 亿韩元(约合人民币 24.55 亿元),占其总营收的 59.08%,比去年的 4351 亿韩元(约合人民币 22.51 亿元)同比增长了 9.03%。

作为科丝美诗在全球布局中,发展迅猛且规模最大的市场,科丝美诗中国市场

今年上半年营收为 3016.56 亿韩元 (约合人民币 15.61 亿元), 占科丝美诗总营收的 37.57%, 同比去年上半年的 3230 亿韩元 (约合 16.71 亿元) 略有所下降, 降幅达 6.6%。财报指出, 今年上半年中国的营收有所下降, 主要是受到年初上海疫情所影响。(品观网)

### 3.2.2 公司重要事项

【上海家化】1) 8 月 19 日发布 2022 年半年报, 报告期内实现营收 37.15 亿元, 同比下降 11.8%; 归母净利润 1.58 亿元, 同比下降 44.8%; 扣非归母净利润 2.01 亿元, 同比下降 39.6%。2) 8 月 19 日披露 2022 年限制性股票激励计划(草案), 拟授予限制性股票数量 60 万股, 约占该激励计划草案公告时公司股本总额的 0.09%, 授予价为 20.83 元/股。3) 8 月 19 日发布关于调整公司 2020 年限制性股票激励计划部分业绩考核指标的公告, 将下调 2022 年和 2023 年激励计划部分业绩考核目标。4) 公司将实施 2021 年年度权益分派, 向全体股东每 10 股派发现金红利 2.9 元(含税), 股权登记日为 8 月 24 日。

【江苏吴中】1) 8 月 19 日, 全资子公司响水恒利达收到江苏响水生态化工园区管理委员会的部分退出补偿款 3000 万元人民币。2) 公司及控股子公司至 2022 年 8 月 15 日累计收到政府补助人民币 241.2 万元。

【苏宁环球】8 月 19 日, 控股子公司无锡苏亚医疗美容医院有限公司涉嫌偷税被行政处罚, 罚款 488.35 万元。

【科思股份】8 月 16 日发布 2022 年半年报, 报告期内实现营收 8.2 亿元, 同比增长 61.3%; 归母净利润 1.47 亿元, 同比增长 69.8%; 扣非净利润 1.4 亿元, 同比增长 81.1%。

【青松股份】全资子公司诺斯贝尔化妆品股份有限公司取得足套袋外观设计专利。

【水羊股份】完成 2.4 万股回购股份的注销事项, 占回购注销前公司总股本的 5.8%, 注销完成后, 公司的股份总数将由 4.1 亿股减少为 3.9 亿股。

【华东医药】全资子公司与德国 Heidelberg Pharma 公司的股权投资方案所需的中德两国有关部门的批准或核准已全部达成。

【朗姿股份】8 月 15 日发布 2022 年半年报, 报告期内实现营收 18.09 亿元, 同比增长 1.1%; 净利润 1392.34 万元, 同比下降 81.2%; 实现归属于上市公司股东的净利润 924.88 万元, 同比下降 90.1%。

【丽人丽妆】1) 持有公司 7.73% 股份的大股东上海丽仁创业投资合伙企业拟减持公司股份不超过 671.83 万股, 即不超过总股本的 1.7%。2) 主要股东丽仁创投及一致行动人累计减持 2.07% 股份, 占公司总股本的 2.1%。

## 4 下周重要提示

表 6: 下周个股重要提示 (2022. 8.22-2022.8.26)

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
商贸零售	002127.SZ	南极电商	2022.8.26	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 2022.8.19)

证券代码	证券简称	总市值 (亿元)	最新收 盘价 (元)	净利润(亿元)			归母净利润增速			PE		
				21A	22E	23E	21A	22E	23E	21A	22E	23E
688363.SH	华熙生物	673.57	140.01	7.82	10.32	13.91	21.10%	31.91%	34.79%	86	65	48
300957.SZ	贝泰妮	751.93	177.51	8.63	11.24	15.35	58.82%	30.54%	36.60%	87	67	49
603605.SH	珀莱雅	460.68	163.70	5.76	7.09	8.78	23.20%	23.40%	33.70%	80	65	52
300856.SZ	科思股份	94.29	55.69	1.33	2.83	3.52	-18.72%	112.70%	24.80%	71	33	27
300896.SZ	爱美客	1178.08	544.50	9.58	15.00	21.78	117.80%	56.70%	45.20%	123	79	54
300955.SZ	嘉亨家化	23.78	23.59	0.97	1.32	1.79	4.00%	36.00%	35.61%	24	18	13
600315.SH	上海家化	224.96	33.10	6.49	8.81	10.27	50.93%	35.75%	16.57%	35	26	22
301071.SZ	力量钻石	257.18	213.00	2.40	5.31	9.48	228.20%	121.60%	78.67%	107	48	27
000519.SZ	中兵红箭	470.82	33.81	4.85	12.98	17.52	76.77%	167.40%	35.00%	97	36	27
301101.SZ	明月镜片	87.27	64.96	0.82	1.32	1.53	17.27%	61.30%	15.50%	80	66	57

资料来源: Wind, 民生证券研究院预测; (注: 股价为 2022 年 8 月 19 日收盘价)

## 6 风险提示

- 1) **消费需求整体疲软**: 消费需求不足会导致居民收入降低, 以及提高居民储蓄率, 市场中的资金量随之减少, 企业投资减少, 从而影响企业的发展;
- 2) **行业竞争加剧**: 化妆品、黄金珠宝、超市、百货行业有较多的参与者, 竞争加剧将产生更多挤出效应, 降低企业的收入、提升费用, 削弱盈利能力;
- 3) **新冠疫情反复**: 新冠疫情主要对快递物流和工厂开工造成影响, 若不能及时发货, 可能使得产品销售的退货率较高, 之后的确认收入可能低于当前的 GMV。

## 插图目录

图 1: 社零总额及分品类增速.....	3
图 2: 宏观基础数据及社零总额数据.....	4
图 3: 印度培育钻进口数据.....	5
图 4: 印度培育钻出口数据.....	5
图 5: 2016-2022 雅诗兰黛集团营收及增速.....	6
图 6: 2016-2022 雅诗兰黛集团归母净利润及增速.....	6
图 7: 2022 财年按产品划分营业收入及增速.....	7
图 8: 2022 财年各产品收入占比.....	7
图 9: 2022 财年按地区划分营业收入及增速.....	7
图 10: 2022 财年各地区收入占比.....	7
图 11: 商贸零售和美容护理板块周涨跌幅分别排名第 23 位和第 31 位 (2022.8.15-2022.8.19) .....	12
图 12: 专业连锁板块上涨 7.19%, 商业物业经营板块下跌 1.42% (2022.8.15-2022.8.19) .....	13
图 13: 个护用品板块下跌 1.24%, 化妆品板块下跌 5.83% (2022.8.15-2022.8.19) .....	13

## 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 (2022.8.15-2022.8.19) .....	12
表 2: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2022.8.19) .....	14
表 3: 本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2022.8.19) .....	14
表 4: 商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2022.8.19) .....	15
表 5: 医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2022.8.19) .....	15
表 6: 下周个股重要提示 (2022. 8.22-2022.8.26) .....	21
表 7: 重点公司盈利预测及估值 (截至 2022.8.19) .....	22

## 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
	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：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元； 518026