



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

## 科思股份业绩高增，国货龙头增速强劲

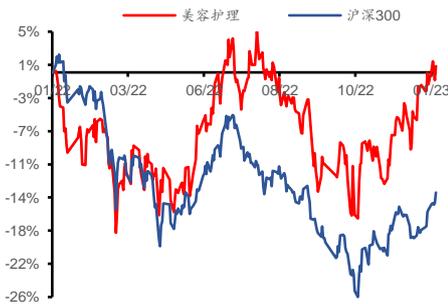
——美容护理行业周报（20230109-0114）

### 增持（维持）

行业：美容护理  
日期：2023年01月15日

分析师：彭毅  
Tel: 021-53686136  
E-mail: pengyi@shzq.com  
SAC 编号: S0870521100001  
联系人：王盼  
Tel: 021-53686243  
E-mail: wangpan@shzq.com  
SAC 编号: S0870121120007

#### 最近一年行业指数与沪深 300 比较



#### 相关报告：

《华东医药医美新进展，国货新品牌力量崛起》

——2023年01月08日

《美容护理板块领跑，线下消费场景复苏》

——2023年01月03日

《分化加剧，品牌向上》

——2022年05月28日

#### ■ 主要观点

**科思股份净利润高增，看好未来成长空间。**1月11日，公司发布业绩预告，归母净利润同增170.95%-201.05%。22年公司量价驱动受益明显，收入持续增长，盈利能力提升明显，公司市场地位稳步提升，募投项目产品逐步放量，叠加22年海外疫后复苏出行需求恢复，竞争对手巴斯夫产能受限。公司自21Q4以来基于原材料和海运费价格大幅上涨采取产品价格调整措施逐步落地，整体产能利用率提升，新产品产能逐步释放，助力公司主营业务毛利率提升。作为全球重要化学防晒剂制造商，公司研发、品控完善，国际客户基础深厚，化妆品防晒行业景气度高，伴随新型防晒剂与化妆品原料工艺取得进展，及品牌矩阵丰富，预计将为公司打开中长期持续成长空间。

**贝泰妮红杉聚业减持，高端品牌线下加速布局。**2023年1月12日，公司披露第二大股东红杉聚业即披露公告之日起3个交易日后的3个月内以大宗交易方式合计减持公司股份不超过1059万股（即不超过公司总股本的2.5%），减持原因为自身资金需求。**AOXMED 首家线下专柜开业，持续布局高端线。**2023年1月9日，贝泰妮旗下高端护肤品牌AOXMED 瑗科缙在北京汉光百货开设全国首家门店，22年7月品牌官网上线后，正式布局线下。品牌高端线加速布局，有望打开公司又一增长曲线。

**国货美妆龙头线上高增，国际大牌分化明显。**2022年线上国货化妆品龙头品牌整体销售呈现高增长趋势，珀莱雅、薇诺娜、瑷尔博士线上销售大幅上升，同比+57.3%、+42.4%、38.1%；润百颜线上累计销售额为10.84亿元，同比增长8.1%；丸美线上累计销售额为8.57亿元，同比增长为5.7%，平稳增长。御泥坊、玉泽部分承压，同比-43.6%、-50.3%。**国际品牌分化明显，日韩品牌销售承压。**欧美大牌依旧表现出色，2022年欧莱雅线上销售额累计80.09亿元，同比上升12.5%；雅诗兰黛线上累计销售额为55.94亿元，同比上升10.0%；玉兰油线上累计销售额为49.76亿元，同比增长84.0%；日韩品牌中国市场承压，资生堂线上累计销售额为24.99亿元，同比增长为-14.4%；雪花秀线上累计销售额为14.20亿元，同比增长为-40.6%；后WHOO线上累计销售额为25.14亿元，同比增长为-30.9%。

#### 本周行情回顾：

本周申万美容护理行业指数较上周上涨2.14%，板块整体跑赢上证指数0.95个百分点；板块整体跑输沪深300指数0.21个百分点。上证指数上涨1.19%，沪深300上涨2.35%，深证成指上涨2.06%，创业板指上涨2.93%。在31个申万一级行业中，美容护理排名第9。本周美容护理各二级行业中，化妆品下跌1.50%，个护用品上涨1.36%。

#### ■ 投资建议

疫后线下消费场景修复，轻医美需求回升。**医美板块**建议关注天使针销售顺利、各产品研发陆续推进的医美针剂龙头爱美客；以及医美板业务增长亮眼，管线布局丰富的华东医药。**化妆品板块**持续关注线下高端新品AOXMED加速布局，功效型护肤赛道龙头贝泰妮；线上增速

强劲，品类矩阵完善，多维度构建品牌壁垒的珀莱雅；以玻尿酸为基本盘，研发加码布局合成生物学及胶原蛋白赛道，有望实现胶原蛋白量产的华熙生物；以及剥离地产，聚焦大健康，消费属性增强，及拓展胶原蛋白业务的鲁商发展。

#### ■ 风险提示

消费市场持续低迷；新品推出不及预期；行业需求复苏低于预期；政策推进不及预期；行业竞争加剧；宏观经济下行压力加大；上市公司治理风险；重要股东减持风险。

## 目 录

<b>1 本周市场回顾</b> .....	<b>4</b>
1.1 板块行情回顾.....	4
1.2 个股行情回顾.....	4
<b>2 标的公司及重点品牌跟踪</b> .....	<b>5</b>
2.1 贝泰妮：股东减持，全渠道加速拓展.....	5
2.2 美妆行业品牌新品跟踪.....	8
2.3 美妆行业龙头品牌线上销售情况.....	8
<b>3 行业要闻及公告</b> .....	<b>10</b>
3.1 行业新闻.....	10
3.2 公司公告.....	12
3.3 上市公司业绩披露日期预告.....	13
<b>4 风险提示：</b> .....	<b>14</b>

### 图

图 1：本周市场表现 (%).....	4
图 2：申万美容护理子行业表现 (%).....	4
图 3：申万一级行业表现 (美妆) (%).....	4
图 4：指数成分股涨幅 Top10 (美妆) (%).....	5
图 5：指数成分股跌幅 Top10 (美妆) (%).....	5
图 6：AOXMED 瓊科纓北京汉光百货专柜.....	8
图 7：AOXMED 瓊科纓产品.....	8

### 表

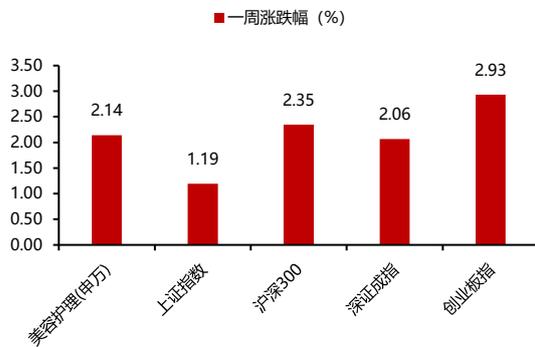
表 1：AOXMED 三大系列产品.....	7
表 2：2022 年国货品牌线上渠道销售情况，亿元，%.....	9
表 3：2022 年国际品牌线上渠道销售情况，亿元，%.....	9
表 8：医美化妆品上市公司业绩披露预告日期.....	13

## 1 本周市场回顾

### 1.1 板块行情回顾

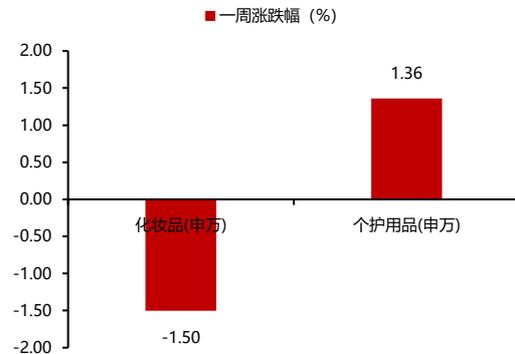
本周申万美容护理行业指数较上周上涨2.14%，板块整体跑赢上证指数0.95个百分点；板块整体跑输沪深300指数0.21个百分点。上证指数上涨1.19%，沪深300上涨2.35%，深证成指上涨2.06%，创业板指上涨2.93%。在31个申万一级行业中，美容护理排名第9。本周美容护理各二级行业中，化妆品下跌1.50%，个护用品上涨1.36%。

图 1：本周市场表现 (%)



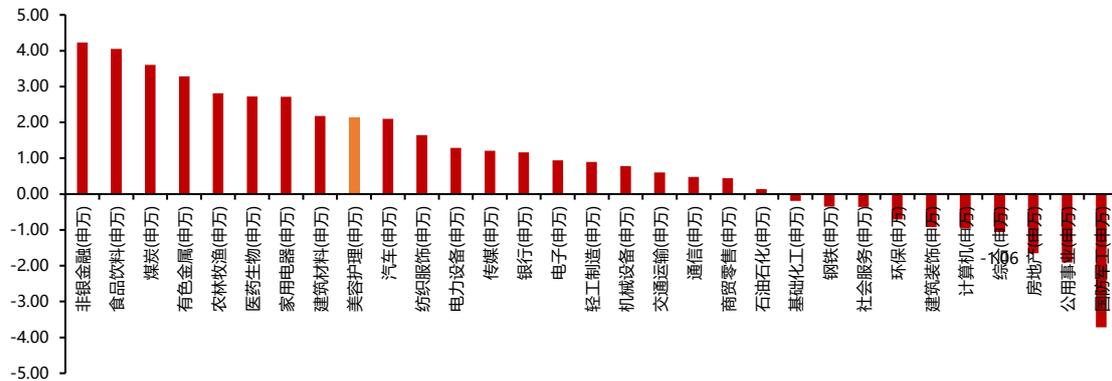
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：申万美容护理子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：申万一级行业表现 (美妆) (%)

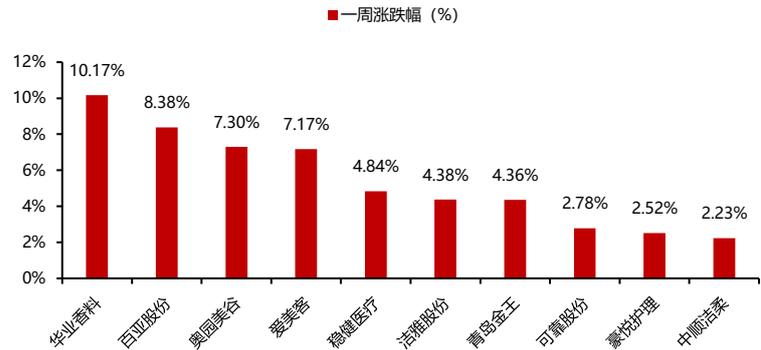


资料来源：Wind，上海证券研究所

### 1.2 个股行情回顾

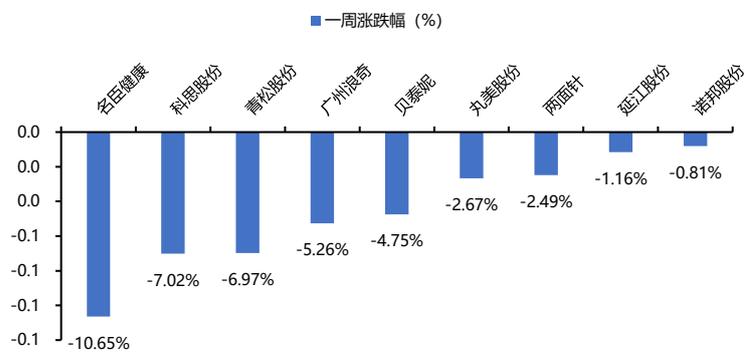
本周美容护理行业涨幅排名前五的个股为华业香料上涨10.17%、百亚股份上涨8.38%、奥园美谷上涨7.30%、爱美客上涨7.17%、稳健医疗上涨4.84%；排名后五的个股为名臣健康下跌10.65%、科思股份下跌7.02%、青松股份下跌6.97%、广州浪奇下跌5.36%、贝泰妮下跌4.75%。

图 4：指数成分股涨幅 Top10（美妆）（%）



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股跌幅 Top10（美妆）（%）



资料来源：Wind，上海证券研究所

## 2 标的公司及重点品牌跟踪

### 2.1 贝泰妮：股东减持，全渠道加速拓展

红杉聚业减持计划披露，贝泰妮股价或受影响。2023 年 1 月 12 日，公司发布公告称收到持股 5% 以上股东红杉聚业出具的《关于贝泰妮减持计划的告知函》。股东红杉聚业计划在公告披露之日起 3 个交易日后的 3 个月内以大宗交易方式合计减持公司股份不超过 1059 万股（即不超过公司总股本的 2.5%），减持原因为自身资金需求。行业基本面尚待拐点，第二大股东红杉聚业减持计划公布背景下，公司股价或将低迷。

#### 2022 年以来贝泰妮大股东减持情况梳理：

1) 2022 年 4 月 25 日公告减持计划，4-6 月期间，第二大股东红杉减持 4%（大宗交易方式），持股比由 21.58% 降至 17.58%；

第四大股东重楼减持 1%（其中大宗交易减持 0.61%、集中竞价减持 0.39%），持股比由 5.91%降至 4.91%。

2) 2022 年 7 月 22 日公告减持计划，7-11 月期间，第三大股东臻丽咨询拟通过大宗或集中竞价减持 3%，实际共减持 0.79%（其中大宗交易减持 0.2%、集中竞价减持 0.59%），持股比例由 8.81%降至 8.03%。

3) 2022 年 8 月 23 日公告减持计划，9-11 月期间，红杉减持 3%（大宗交易方式），持股比例由 17.58%降至 14.58%。

4) 2022 年 12 月 9 日公告减持计划，臻丽咨询拟通过大宗或集中竞价减持 3%，预计减持完毕后持股比例由 8.03%降至 5.03%。

5) 2023 年 1 月 12 日公告减持计划，红杉聚业拟通过大宗交易方式减持 2.5%，预计减持完毕后持股比例由 14.58%降至 12.08%。

**AOXMED 首家线下专柜开业，持续布局高端线。**2023 年 1 月 9 日，贝泰妮旗下高端护肤品牌 AOXMED 瑗科缦在北京汉光百货开设全国首家门店，22 年 7 月线上官网成功开设后，转战线下。**产品方面**，针对不同消费人群，AOXMED 官网有三个产品系列：专妍系列，专为专业美容项目后 0-28 天提供精准护理方案；美妍系列，针对准医美人群提供功效型抗老护肤产品，线下专柜主打美妍系列，解决消费者日常专业护肤需求；以及萃研系列。**线下专柜方面**，门店设计结合了东方传统设计美学，也与当代科技与艺术的精妙融合，门店设计细节代表品牌对科学的严谨态度和对功效的精准把握，突出品牌定位。

**表 1: AOXMED 三大系列产品**

系列	产品名称	图片	功效	价格/规格
美研	瑷科缙紧致凝时臻颜精华水		沁透保湿，修护强韧，提升紧致，缓减细纹，令肌肤柔润紧实	50ml、150ml
	瑷科缙紧致凝时臻颜精华液		帮助促进胶原蛋白生成，有效延缓老化进程，提升紧致，盈润滋养，缓减细纹，强韧屏障，令肌肤弹润紧实	15ml/瓶 30ml/瓶
	瑷科缙紧致凝时臻颜面霜		帮助促进胶原蛋白生成，有效延缓老化进程，提升紧致，凝润滋养，缓减细纹，强韧屏障，令肌肤柔润紧实	60g/罐
	瑷科缙多层修护舒颜精华露		有效提升肌肤防御力，舒润维稳，强韧紧致，修护屏障，令肌肤稳定舒适，盈润饱满	15ml/瓶 30ml/瓶
	瑷科缙多层修护舒颜面霜		有效提升肌肤防御力，舒润滋养，强韧紧致，修护屏障，令肌肤稳定舒适，柔润紧实	60g/罐
	瑷科缙舒润温和洁面膏		温和清洁，舒缓保湿，强韧屏障，令肌肤稳定舒适，净透水润	50g /支 100g/支
	萃妍	AOXMED 茯苓γ-氨基丁酸饮品		γ-氨基丁酸成分有助于改善睡眠等
AOXMED 刺梨石榴饮品			刺梨富含维生素 C，维生素 C 在促进肌肤胶原再生、抗衰老中发挥重要作用	280ml (10mlx28)
专研	AOXMED 密集赋活修护精华组合-赋活精华冻干粉+修护精华溶媒液		深入密集修护，丰盈赋活，紧致淡纹，强韧屏障，令肌肤柔嫩平滑，弹润紧实	0.07g+3ml
	AOXMED 密集赋活多效精华液		帮助肌肤自我修护，有效延缓老化进程，充盈滋养，紧致淡纹，强韧屏障，多效抗老，令肌肤柔滑细腻，弹润紧实	15ml/瓶 60ml/瓶
	AOXMED 密集赋活精华面霜		帮助肌肤自我修护，舒润滋养，紧致淡纹，强韧屏障，多效抗老，令肌肤柔滑细腻，饱满紧致，	15g、60g
	AOXMED 密集赋活晚安面膜		彻夜修护，舒缓滋润，紧致淡纹，强韧屏障，多效抗老	10g×6 枚
	AOXMED 密集舒缓修护精华露		密集修护，紧致淡纹，强韧屏障，令肌肤稳定舒适，柔滑润泽。适用于受刺激不适、脆弱敏感的老化肌肤	15ml、24ml、30ml
	AOXMED 壳聚糖修护喷雾		促进肌肤自我修护，密集保湿，强韧肌肤，令肌肤稳定舒适，沁透柔润。适用于受刺激不适、脆弱敏感的肌肤。	50ml
	AOXMED 舒缓洁面泡沫		弱酸性绵密泡沫，减少摩擦，去除肌肤表面杂质的同时，温和清洁，舒缓保湿，令肌肤稳定舒适，柔软润泽。适用于受刺激不适、脆弱敏感的肌肤。	80ml/瓶 150ml/瓶
	酵母重组胶原蛋白凝胶		适用于抑制和缓解皮炎湿疹、特应性皮炎、激素依赖性皮炎、皮肤干燥症、敏感性肌肤、痤疮、激光治疗后等各种原因引起的皮肤炎症反应	15g/支
	酵母重组胶原蛋白贴敷料		适用于抑制和缓解皮炎、敏感性肌肤、痤疮、激光治疗后等各种原因引起的皮肤炎症反应	25ml/片

资料来源：AOXMED 官网，安馨集团，智昂生物科技，上海证券研究所

图 6: AOXMED 瑗科缦北京汉光百货专柜



资料来源: 化妆品观察, AOXMED 官微, 上海证券研究所

图 7: AOXMED 瑗科缦产品



资料来源: 化妆品观察, AOXMED 官微, 上海证券研究所

## 2.2 美妆行业品牌新品跟踪

**相宜本草:** 全新升级第五代山茶花焕活系列, 功效宣称新添加植物 A 醇、四肽等成分, 天猫旗舰店推出各类套装, 价格区间约 288-679 元。

**高丝:** 与安缦合作开发的生活方式品牌 Aman Es-entials 推出高端护肤系列, 该系列宣称添加紫糙米糠提取物等成分, 售价为 540-1828 元, 已被用于安缦水疗中心的护理项目。

**碧欧泉:** 推出新品“奇迹”紧肤油, 宣称添加碧欧泉专研成分—透明颤菌发酵产物, 天猫旗舰店售价 560 元。

**赫妍:** 爱茉莉太平洋旗下品牌赫妍推出 Sensual Nude 唇妆系列, 新品唇膏宣称添加月见草精油、植物固醇等保湿功效成分, 保湿效果长达 30 小时。

## 2.3 美妆行业龙头品牌线上销售情况

国货线上崛起, 整体呈现高增长趋势。2022 年珀莱雅线上销售额累计 56.03 亿元, 同比上升 57.3%; 薇诺娜线上累计销售额为 42.31 亿元, 同比上升 42.4%; 润百颜线上累计销售额为 10.84 亿元, 同比增长 8.1%; 玉泽线上累计销售额为 5.61 亿元, 同比增长为 -50.3%; 瑗尔博士线上累计销售额为 9.75 亿元, 同比增长为 38.1%; 丸美线上累计销售额为 8.57 亿元, 同比增长为 5.7%; 御泥坊线上累计销售额为 4.84 亿元, 同比增长为 -43.6%。

**表 2：2022 年国货品牌线上渠道销售情况，亿元，%**

公司	品牌名称	天猫累计	yoy	抖音累计	yoy	合计累计	yoy
珀莱雅	珀莱雅	41.79	55.30%	14.26	63.40%	56.05	57.30%
	彩棠	4.85	36.20%	2.3	632.10%	7.15	84.50%
	悦芙媞	0.9	109.40%	2.13	298.90%	3.03	214.50%
贝泰妮	薇诺娜	35.34	36.30%	6.97	84.20%	42.31	42.40%
华熙生物	润百颜	5.4	-34.70%	5.44	208.40%	10.84	8.10%
	夸迪	13.61	29.30%	3.72	146.00%	17.34	44.00%
	米蓓尔	4.3	52.30%	2.97	152.50%	7.28	81.8%
	BM 肌活	3.19	0.20%	6.27	163.50%	9.46	70.10%
上海家化	玉泽	4.75	-56.50%	0.86	128.30%	5.61	-50.30%
鲁商发展	瓊尔博士	6.52	11.10%	3.23	171.70%	9.75	38.10%
	颐莲	3.34	-19.40%	2.66	104.30%	6	10.20%
丸美股份	丸美	4.39	-28.70%	4.18	114.20%	8.57	5.70%
	恋火	2.15	281.00%	1.82	323.60%	3.98	299.40%
水羊股份	御泥坊	2.85	-55.20%	1.99	-10.50%	4.84	-43.60%

资料来源：观研天下，上海证券研究所

国际品牌分化明显，日韩品牌销售承压。欧美大牌依旧表现出色，2022 年欧莱雅线上销售额累计 80.09 亿元，同比上升 12.5%；雅诗兰黛线上累计销售额为 55.94 亿元，同比上升 10.0%；玉兰油线上累计销售额为 49.76 亿元，同比增长 84.0%；韩妆品牌中国市场承压，资生堂线上累计销售额为 24.99 亿元，同比增长为 -14.4%；雪花秀线上累计销售额为 14.20 亿元，同比增长为 -40.6%；后 WHOO 线上累计销售额为 25.14 亿元，同比增长为 -30.9%。

**表 3：2022 年国际品牌线上渠道销售情况，亿元，%**

公司	品牌名称	天猫累计	yoy	抖音累计	yoy	合计累计	yoy
欧莱雅	欧莱雅	65.86	-3.00%	14_24	336.00%	80.09	12.50%
	兰蔻	42.56	-4.70%	9.68	366.60%	52.25	8.20%
	赫莲娜	16.12	-7.60%	5.58	69.30%	21.7	16.40%
	科颜氏	18.15	-14.10%	4.22	148.00%	22.38	-8.90%
	修丽可	17.79	6.50%	0.64	229.70%	18.43	6.20%
	理肤泉	14.41	4.50%	2.53	509.60%	16.94	10.80%
雅诗兰黛	雅诗兰黛	37.44	-13.70%	18.49	135.0%	55.94	0.1
	海蓝之谜	22.56	4.30%	8.69	106.70%	31.25	28.70%
宝洁	玉兰油	41.47	61.50%	828	1178.00%	49.76	84.00%
	sk2	24.99	-10.20%	13.95	-36.70%	38.94	15.40%
资生堂	资生堂	22.86	-18.80%	2.12	-100.00%	24.99	-14.40%
	安热沙	7.38	-18.70%	2.49	29.10%	9.87	6.50%
爱茉莉太平洋	雪花秀	8.75	-42.80%	5.45	336.00%	14.2	-40.60%
	悦诗风吟	2.23	-73.60%	0	366.60%	223	-
LG 生活健康	后	9.27	-61.50%	15.87	69.30%	25.14	-30.90%

资料来源：观研天下，上海证券研究所

### 3 行业要闻及公告

#### 3.1 行业新闻

##### 1、若羽臣独家投资高端宠物品牌 BRIGHT 布兰德

BRIGHT 布兰德隶属于杭州纯真宠物食品集团有限公司，公司于 2021 年 3 月份正式运营，主要针对宠物的肠胃健康、美毛、体态管理等问题，推出宠物高品质主食。本轮融资后，若羽臣将与布兰德在广阔的宠物主粮赛道共同探索合作空间，协同深耕中国宠物市场，并基于自身的全链路服务能力深度赋能品牌，以构建快速发展通道，实现合作共赢。（来源：中国证券报、上海证券报）

##### 2、科思股份预计 2022 年盈利高增

2023 年 1 月 11 日，科思股份公布 2022 年度业绩预告，归属上市公司股东净利润预计为 3.6-4 亿元，同比增长 170.95%-201.05%。随着下游市场受疫情影响后的持续恢复和公司市场地位的稳步提升，以及募投项目产品逐步放量，其 2022 年度营业收入取得了较大幅度增长；同时，2022Q4 产品价格调整措施逐步落地，以及其整体产能利用率的提升和新产品产能的逐步释放等因素，助力主营业务毛利率的提升，进而提高了本期归属于上市公司股东的净利润。

##### 3、出资 1 亿，毛戈平成立投资公司

毛戈平全资子公司杭州星屹股权投资有限公司近日成立，注册资本 1 亿元，法定代表人为毛霓萍，其担任毛戈平公司副董事长、股东。根据国家企业信用信息公示系统显示，该公司由毛戈平化妆品股份有限公司全资持股。经营范围主要包括股权投资。（来源：青眼资讯）

##### 4、监管加强，药监局检测出 8 批次化妆品禁用材料

2023 年 1 月 11 日，国家药监局发布关于 8 批次化妆品检出禁用原料的通告，标签标示为广州名泉生物科技有限公司生产的雅岩朵美祛痘精华液等 8 批次化妆品，检出《化妆品安全技术规范（2015 年版）》中规定的禁用原料。（来源：国家药品监督管理局）

##### 5、线下消费复苏，美容峰会如期开展，

2023InnoCosme 美耀奖与第七届中国国际化妆品技术峰会将于2月9日至11日在上海同期召开。作为大消费赛道的分支之一，化妆品行业近期持续受益于线下消费场景的复苏。此前，受疫情和消费信心偏弱影响，化妆品行业短暂承压，据国家统计局数据显示，2022年1月至11月，化妆品零售总额为3652亿元，同比下滑3.1%，其中，11月，化妆品零售总额为562亿元，同比下滑4.6%。随着防疫政策优化，大消费整体迎来修复，美妆市场也逐步复苏。（来源：财联社）

#### 6、高丝合作安缇推出高端护肤系列，布局水疗中心

高丝和安缇 AMAN CO., LTD.合作开发的生活方式品牌“ Aman Essentials”新护肤系列“ Aman Essential Skin”已经完成研发生产，将于1月11日起在包括日本在内的全球20个国家发售，并在安缇东京以及位于各国的其他安缇水疗中心内用于护理项目。此次由高丝协助研发并承接 OEM 业务的“ Aman Essential Skin”系列产品售价在80—270美元。（来源：青眼资讯）

#### 7、小红书退股美妆品牌 DewyLab

天眼查 App 显示，近日美妆品牌 Dewy Lab 得意关联公司上海大喂科技发展有限公司发生工商变更，原股东小红书退出，新增股东熠然科技（海南）有限公司。DewyLab 成立于2020年3月，法定代表人周慧，注册资本约178万人民币，经营范围含互联网销售；化妆品零售；化妆品批发；消毒剂销售等。据媒体报道，该品牌是小红书投资的第一家化妆品品牌。（来源：金融界）

#### 8、宝洁美妆收购护发品牌 MielleOrganic

P&G Beauty 收购了针对有色人种的质感护发品牌 Mielle Organics，收购金额未公开，该品牌并非宝洁收购的第一个有色人种护发品牌，Mielle Organics 于2014年创立，在2020年实现约4000万美元（约合人民币2.7亿元）的销售额后，于2021年与 Berkshire Partners 签署了一项重大投资协议。该品牌生产的护发和护肤产品在沃尔玛、塔吉特和 CVS 等主要大众零售商处销售。品牌创始人表示，P&G Beauty 的投资意味着其可以将 Mielle 在护发领域的专业知识以及宝洁的美容资源、研发能力和接触黑人科学家的途径相结合，更好地为黑人女性服务。（来源：青眼资讯）

#### 9、TST 关联公司成为被执行人

TST 庭秘密关联企业上海达尔威贸易有限公司新增被执行人信息，执行标的 14135 元，执行法院为上海市青浦区人民法院。该公司成立于 2013 年，注册资本 2.318 亿元。截止目前，该公司经营状况显示正在进行营业执照作废声明。2022 年 11 月，上海悦导电子商务有限公司等 19 主体涉嫌网络传销一案举行案件听证会，案件涉及上海达尔威贸易有限公司、张淑琴、林吉荣、陶虹等 19 个主体。听证会上，行政处罚告知书指出将对 19 个主体作出 113 亿元的行政处罚。（来源：青眼资讯）

### 3.2 公司公告

**【科思股份】**公司 2023 年 1 月 11 日晚间发布业绩预告，预计 2022 年归母净利 3.6 亿元-4 亿元，同比增长 170.95%-201.05%。预计 2022 年归母扣非净利 3.5 亿元-3.9 亿元，同比增长 204.58%-239.93%。

**【贝泰妮】**持有公司股份 6176.33 万股（占公司总股本比例 14.58%）的股东红杉聚业计划在即日起 3 个交易日后的 3 个月内以大宗交易方式合计减持公司股份不超过 1059 万股（即不超过公司总股本的 2.5%）。

**【嘉亨家化】**发布关于全资子公司以自有资产抵押向银行申请综合授信额度的公告。公司全资子公司湖州嘉亨实业与上海浦发银行松江支行签署了《最高额抵押合同》，湖州嘉亨将坐落在湖州市南浔区练市镇练溪大道 988 号自有土地房产作为抵押物。就浦发银行在自 2023 年 1 月 5 日至 2025 年 11 月 14 日止的期间内与湖州嘉亨办理各类融资业务所发生的债权本金余额以最高不超过人民币 9000 万元整为限提供担保。

**【鲁商发展】**公司发布 12 月投资者关系活动公告称，原料业务方面，公司旗下山东焦点福瑞达生物股份有限公司已于 2021 年 1 月取得玻璃酸钠原料药《药品生产许可证》，正在办理玻璃酸钠原料药的国内外注册手续中。化妆品品牌方面，颐莲品牌未来将以喷雾单品拓展加深品类，围绕玻尿酸的保湿功效进一步丰富产品线。

**【若羽臣】**芜湖若羽臣投资管理有限公司近日基于宝捷会基金未来发展需要，拟新增部分有限合伙人，变更部分合伙人认缴

出资额及合伙协议部分条款。宝捷会基金认缴出资总额由 0.23 亿元变更至 0.29 万元，新增有限合伙人 3 名。

**【嘉必优】** 公司与 2023 年 1 月 12 日就上交所提出的相关问题做出回复。(1) 本次投资有 1040.82 万元计入中科健康注册资本，初步确定中科健康的全部权益价值为 2786.27 万元，估值溢价率为 179%，具备交易合理性。(2) 中科健康自成立以来，已经初步完成了核心研发团队组建，搭建了合成生物实验室等五个专业实验室，具备一定的研发条件、研发能力以及产品储备。(3) 公司拟通过投资协议设置回购权、分期支付等一系列条款，并通过改组中科健康董事会，实现对中科健康战略决策层面的控制，保障投资收益及中小股东利益。(4) 公司后续对中科健康无进一步资金投入规划，对相关业务领域其他资产目前尚无收购计划。

**【丽人丽妆】** 公司全资子公司丽人管理参与投资企业宝捷会山启调整合伙企业出资额及增加合伙人：新引入重庆市渝中区盛世启盈股权投资基金作为合伙企业的有限合伙人，认缴出资人民币 3000 万元；新引入上海零启作为合伙企业的有限合伙人，认缴出资人民币 1500 万元；新引入上海金山纸业作为合伙企业的有限合伙人，认缴出资人民币 528 万元；合计增资人民币 5028 万元。

### 3.3 上市公司业绩披露日期预告

表 8：医美化妆品上市公司业绩披露预告日期

周日	周一	周二	周三	周四	周五
2023-03-05	2023-03-06	2023-03-07	2023-03-08	2023-03-09	2023-03-10
			爱美客		
2023-03-12	2023-03-13	2023-03-14	2023-03-15	2023-03-16	2023-03-17
		上海家化			
2023-03-19	2023-03-20	2023-03-21	2023-03-22	2023-03-23	2023-03-24
					昊海生科
2023-03-26	2023-03-27	2023-03-28	2023-03-29	2023-03-30	2023-03-31
			贝泰妮	华熙生物	朗安股份
				鲁商发展	
				丽人丽妆	
2023-04-02	2023-04-03	2023-04-04	2023-04-05	2023-04-06	2023-04-07
2023-04-09	2023-04-10	2023-04-11	2023-04-12	2023-04-13	2023-04-14
				嘉必优	
				华东医药	
2023-04-16	2023-04-17	2023-04-18	2023-04-19	2023-04-20	2023-04-21
		科拓生物	科思股份	珀莱雅	
2023-04-23	2023-04-24	2023-04-25	2023-04-26	2023-04-27	2023-04-28

请务必阅读尾页重要声明

嘉亨家化		水羊股份	青松股份	奥园美谷	丸美股份
			壹网壹创		若羽臣

资料来源: Choice, 上海证券研究所

#### 4 风险提示:

消费市场持续低迷; 新品推出不及预期; 行业需求复苏低于预期; 政策推进不及预期; 行业竞争加剧; 宏观经济下行压力加大; 上市公司治理风险; 重要股东减持风险。

### 分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

### 公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

### 投资评级体系与评级定义

<b>股票投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们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，致使我们无法给出明确的投资评级
<b>行业投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

#### 投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

### 免责声明

。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或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责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。