

➤ **2023 中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展览会 (PCHi) 闭幕，多个国货品牌发布化妆品新原料，原料国产化成为趋势。**2022 年以来化妆品行业研发方向主要包括：合成生物、重组胶原蛋白、防晒赛道以及精准护肤，这一变化在 2023 中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展览会 (PCHi) 上得到充分体现。国货品牌以华熙生物、科思股份、百阜福瑞达等为首，分别发布玻尿酸、防晒及麦角硫因类等新原料；海外品牌以亚什兰、爱茉莉太平洋、陶氏等为首，分别发布主打植物天然成分、小分子美白成分和有机硅类相关新原料。此外，由于国内外市场、物流现状、法律法规等因素，国货品牌加大美妆科技研发力度，化妆品新原料加速获批，从创新原料出发提高产品力。

➤ **美国订婚戒指市场：订婚戒指支出下滑，培育钻石受欢迎程度大幅提升。**Knot 调查了近 12000 对 2022 年结婚的夫妇，根据其发布的调查数据，2022 年，参与调查的消费者购买订婚戒指的平均价格约为 5800 美元，而 2021 年同期为 6000 美元。主要原因是 2022 年在消费者购买的主石中，36% 为培育钻石，在过去两年间，培育钻石的受欢迎程度大大提升。据调研数据，约 1/3 的受访者在订婚戒指上花费 1000-4000 美元。在订婚戒指的选择上，钻石是最受欢迎的品类，约 85% 的受访者会选择去购买钻石用于订婚戒指，比 2017 年的比例高 1 个百分点。此外，大约 23% 的钻石为 2 克拉及以上的重量，比 2019 年增加了 11%。37% 的情侣在购买订婚戒指时选择了圆形，但是椭圆形的钻石有越来越受欢迎的趋势，大约 17% 的受访者选择该形状，但在 2017 年该比例为 7%。与此同时，用于婚礼的平均支出同比增长 5% 至 35800 美元。

➤ **投资建议：**看好国货医美美妆品牌，推荐经营提效、管理改革的全产业链布局龙头**华熙生物**；不断推新、产品升级的**珀莱雅**；主品牌矩阵不断丰富、高端抗衰品牌 Aoxmed 持续布局线下医美机构的**贝泰妮**；深耕重组胶原研发的龙头**巨子生物**。建议关注业务聚焦、盈利能力提升的**鲁商发展**；业绩高弹性的制造端标的**青松股份**、**嘉亨家化**。其他相关公司包括电商渠道改革、主品牌&第二品牌发力的**丸美股份**。培育钻石板块持续高景气，继续推荐**力量钻石**、**中兵红箭**、**惠丰钻石**，建议关注**沃尔德**、**国机精工**、**四方达**与**黄河旋风**；看好近视防控市场发展前景，推荐**明月镜片**。

➤ **风险提示：**新冠疫情反复，新品推广不及预期，行业竞争格局恶化。

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
			2022E	2023E	2024E	2022E	2023E	2024E	
300896.SZ	爱美客	607.88	6.58	9.52	13.23	92	64	46	推荐
300957.SZ	贝泰妮	144.25	2.71	3.52	4.52	53	41	32	推荐
603605.SH	珀莱雅	191.09	2.71	3.49	4.13	71	55	46	推荐
688363.SH	华熙生物	127.76	2.01	2.77	3.62	64	46	35	推荐
600315.SH	上海家化	32.51	0.86	1.25	1.46	38	26	22	推荐
300856.SZ	科思股份	60.47	2.28	2.77	3.27	27	22	18	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	29.70	1.02	1.55	1.99	29	19	15	推荐
300132.SZ	青松股份	7.65	-1.22	0.23	0.41	-	33	19	推荐
301071.SZ	力量钻石	126.15	3.43	5.83	8.59	37	22	15	推荐
000519.SZ	中兵红箭	21.90	0.74	1.15	1.52	30	19	14	推荐
301101.SZ	明月镜片	64.72	0.90	1.12	1.54	72	58	42	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2023 年 2 月 17 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
 邮箱：zhengzizhou@mszq.com

分析师 解慧新

执业证书：S0100522100001
 邮箱：xiehuixin@mszq.com

研究助理 刘彦菁

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

相关研究

- 零售周观点：欧莱雅集团 22 年收入增长强劲，中国黄金成立培育钻石（新材料）事业部-2023/02/12
- 零售周观点：1 月淘系+抖音美妆大盘 GMV 同比-25%~-6%：珀莱雅、巨子生物、丸美股份表现亮眼-2023/02/05
- 零售周观点：春节假期各省市消费回暖明显，看好线下消费复苏趋势-2023/01/29
- “庖丁解牛”拆解招股书（十二）环亚科技：“多品牌、多品类、全渠道、全球经营”的综合性化妆品企业-2023/01/20
- 零售周观点：周大福公告 FY2023Q3 经营数据，化妆品发布 2023 年首个监管法规-2023/01/15

目录

1 本周观点 (2023.2.13-2023.2.17)	3
1.1 2023 中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展览会 (PCHi) 闭幕, 多个国货品牌发布化妆品新原料, 原料国产化成为趋势	3
1.2 美国订婚戒指市场: 订婚戒指支出下滑, 培育钻石受欢迎程度大幅提升	5
2 本周市场回顾 (2023.2.13-2023.2.17)	6
2.1 行业表现	6
2.2 资金动向	9
3 本周行业资讯 (2023.2.13-2023.2.17)	10
3.1 商贸珠宝: 原美团联合创始人进军人工智能, 唯品会珠宝金饰站上送礼风口	10
3.2 医美美妆: 国家药监局公布 51 批次不合规化妆品, 陶氏公司、爱茉莉太平洋携成果亮相 PCHi 2023	11
4 行业重点公司盈利预测及估值	13
5 下周重要提示	14
6 风险提示	15
插图目录	16
表格目录	16

1 本周观点 (2023.2.13-2023.2.17)

1.1 2023 中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展览会 (PCHi) 闭幕, 多个国货品牌发布化妆品新原料, 原料国产化成为趋势

共 700+家全球化妆品领军企业, 国货品牌表现强劲, 华熙生物获高度认可。华熙生物继 2020、2022 年凭借麦角硫因类原料产品获“美白提亮抗衰” 芳典奖后, 今年凭借 Hybloom™透明质酸锌等产品入围芳典奖“头发头皮护理”、“抗衰老”及“舒敏祛痘”三个类别并获得奖项; 科思股份进行个护原料防晒和去屑洗护方案技术分享, 发布 Sunobel® PA(DHBB)、Sunobel® OS (水杨酸异辛酯)、Sunobel® HMS (胡莫柳酯)、Sunobel® OMC (对甲氧基肉桂酸异辛酯) 及 Sunobel® AVB(阿伏苯宗)等紫外线过滤物类原料产品, 为行业提供有效配方思路。

新原料发布集中于胶原蛋白、新兴多肽、玻尿酸、麦角硫因及天然植物类(藻类、中药类), 功效性产品成为研发趋势。

①**胶原蛋白类**: 山西锦波生物发布薇核 Col.III, 具有良好透皮吸收效果, 透皮率达 86%; 江苏创健发布重组 III 型小分子胶原蛋白, 分子量为 5000Da, 利于透皮吸收及局部胶原直补;

②**新兴多肽类**: 深圳萱嘉发布 SHINE+蓝铜肽 Pro, 有效提高蓝铜肽经皮吸收度及生物利用度; 维琪科技发布烟酰胺四肽-30, 通过调节炎症因子表达促进胶原蛋白再生;

③**玻尿酸类**: 华熙生物合成生物促进原料创新, 其中 Hybloom™微真以天然透明质酸钠为底物, 由特异性透明质酸酶水解得到的具有还原性末端的透明质酸钠寡糖分子量低于 1000Da, 能够增强皮肤屏障功能, 发挥强补水和改善敏感等作用;

④**麦角硫因类**: 百阜福瑞达发布独创性麦角硫因复合原料-百粒因, 增强麦角硫因的线粒体氧化保护功能; 华熙生物发布 Bioyouth™-EGT Pure 超纯麦角硫因, 纯度达 99%以上, 发挥抗氧化、抗光抗老、保护细胞和线粒体 DNA 的作用;

⑤**天然植物类**: 淼森股份发布中草药植物类原料-舒逸丹和林兰汲润, 分别基于皮肤泛红远离和皮肤保湿系统, 解决皮肤泛红及皮肤干燥问题; 深圳萱嘉发布 SHINE+臻修素, 采用植物愈伤组织培养技术, 促进细胞生长及神经酰胺生成; 德之馨发布天然植物类原料-德敏舒 PLUS, 精准覆盖瘙痒通路, 有效调控肌肤慢性瘙痒症状; 深圳萱嘉发布 SHINE+复活草发酵液, 采用超分子生物催化技术制

备高活性酶，广泛适用于多种品类和配方体系，如护肤品和洗护产品等。

新原料备案制实施促进国产原料崛起，国内原料行业迈入全新阶段，构建企业原创原料核心竞争力。①自 2021 年《化妆品监督管理条例》正式施行，按风险程度对化妆品及化妆品原料实行分类管理，并由原料审批制改为备案制，大幅降低国内原料行业的新原料研究准入门槛，推进国产化妆品企业原料端的科研投入及产出。新原料获批加速，备案数量持续增加，自 2021 年 6 月 28 日首个新原料备案成功至今，国家药监局官网已公布 40 款新原料备案信息；②由于疫情、俄乌冲突等原因，化妆品原料自 2021 年至今保持涨价态势，其中国际原油价格持续提高导致化妆品原料中与石油相关的衍生物及合成物价格随之提高，促进国内原料企业研发积极性。

表1：获奖企业原料产品一览

序号	公司名称	原料产品类别	原料名称
1	华熙生物科技股份有限公司	抗炎、抗刺激、舒缓剂,保湿剂,屏障修复	Hybloom™ 透明质酸锌 (HA-Zn)
		调节剂 (皮肤、头发),天然活性物质,保湿剂	Hyanutra™ -RH 润之米语
2	上海克琴科技有限公司	抗衰老、抗皱,其他	EffeMIX® - Cynthia
3	上海奥利实业有限公司	抗炎、抗刺激、舒缓剂,抗氧化、自由基清除剂,光亮剂、增白剂	OLI-2181AP 光甘草定水溶液
4	深圳中科欣扬生物科技有限公司	抗衰老、抗皱,天然活性物质,抗氧化、自由基清除剂,生物及海洋提取物、生物发酵	SIYOMICRO-ERGO® 麦角硫因
5	上海珈凯生物股份有限公司	抗氧化、自由基清除剂	优维舒
6	上海博烁实业有限公司	保湿剂	绿色神经酰胺
7	赢创特种化学 (上海) 有限公司	抗衰老、抗皱	SPHINOX® Lift
8	上海植纳生物科技有限公司	天然活性物质,植物性药材、香精油、植物提取物,保湿剂,屏障修复	小分子燕麦β葡聚糖
9	浙江星月生物科技股份有限公司	抗衰老、抗皱,天然活性物质,抗炎、抗刺激、舒缓剂,保湿剂,屏障修复	丝安颜® 丝肽
10	中山市博深化学有限公司	乳化剂	聚甘油-2 月硅酸酯
11	路博润管理 (上海) 有限公司	抗外界污染	Xpozuki 生物技术成分
12	森馨香色素科技 (中国) 有限公司	着色剂、色彩增强剂、染料、色素、闪光剂	Unipure BA 表面处理
13	深圳市维琪医药研发有限公司	抗衰老、抗皱	新一代抗衰老成分: Erasin0003 (专利/功效报告)
14	科莱恩化工 (中国) 有限公司	抗衰老、抗皱,天然活性物质	Rootness® Awake DCQE
15	德之馨 (中国) 投资有限公司	调节剂 (皮肤、头发)	天然绿色去屑因子
16	禾大化学品 (上海) 有限公司	抗炎、抗刺激、舒缓剂,屏障修复	BB-Biont™
17	Silab	天然活性物质,保湿剂	APIOSKIN®
18	嘉法狮中国	绿色可持续发展	Elevastin 爱丽缇

资料来源: PCHI 官网, 民生证券研究院;

1.2 美国订婚戒指市场：订婚戒指支出下滑，培育钻石受欢迎程度大幅提升

Knot 调查了近 12000 对 2022 年结婚的夫妇，根据其发布的调查数据，2022 年，参与调查的消费者购买订婚戒指的平均价格约为 5800 美元，而 2021 年同期为 6000 美元。主要原因是 2022 年在消费者购买的主石中，36%为培育钻石，在过去两年间，培育钻石的受欢迎程度大大提升。据调研数据，约 1/3 的受访者在订婚戒指上花费 1000-4000 美元。在订婚戒指的选择上，钻石是最受欢迎的品类，约 85%的受访者会选择去购买钻石用于订婚戒指，比 2017 年的比例高 1 个百分点。此外，大约 23%的钻石为 2 克拉及以上的重量，比 2019 年增加了 11pct。37%的情侣在购买订婚戒指时选择了圆形，但是椭圆形的钻石有越来越受欢迎的趋势，大约 17%的受访者选择该形状，但在 2017 年该比例为 7%。与此同时，用于婚礼的平均支出同比增长 5%至 35800 美元。

2 本周市场回顾 (2023.2.13-2023.2.17)

2.1 行业表现

2.1.1 本周各板块涨跌幅：上证综指数下跌 1.12%，商贸零售下跌 2.57%，纺织服装上涨 0.21%，美容护理上涨 3.53%

本周各主要指数：商业贸易板块下跌 2.57%，纺织服装上涨 0.21%，美容护理上涨 3.53%，上证指数板块下跌 1.12%，深证成指板块下跌 2.18%，创业板指板块下跌 3.76%，深 300 板块下跌 1.75%，恒生指数板块下跌 2.22%。

表 2：重点板块本周涨跌幅一览 (2023.2.13-2023.2.17)

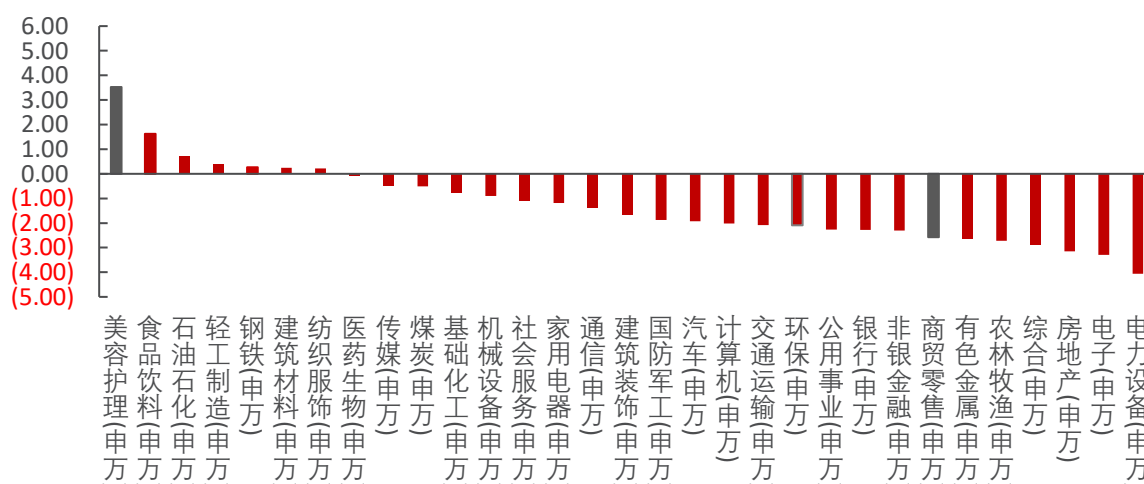
	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周 PE 变动	年初至今涨跌幅 (%)
上证指数	-1.12	19342.00	-0.14	4.36
深证成指	-2.18	30033.62	-0.53	6.35
创业板指	-3.76	11577.08	-1.67	4.37
沪深 300	-1.75	11838.15	-0.16	4.21
商业贸易(申万)	-2.57	686.95	0.00	-4.00
纺织服装(申万)	0.21	413.45	0.02	5.52
美容护理(申万)	3.53	222.34	1.73	5.33
恒生指数	-2.22	5347.01	-0.18	4.74

资料来源：wind，民生证券研究院

31 个申万一级行业：美容护理板块 (3.53%) 和商贸零售板块 (-2.57%)

在 31 个申万一级行业中分别排名第 1 位和第 25 位。周度涨幅最大的板块是美容护理 (3.53%)，跌幅最大的板块为电力设备 (-4.06%)。

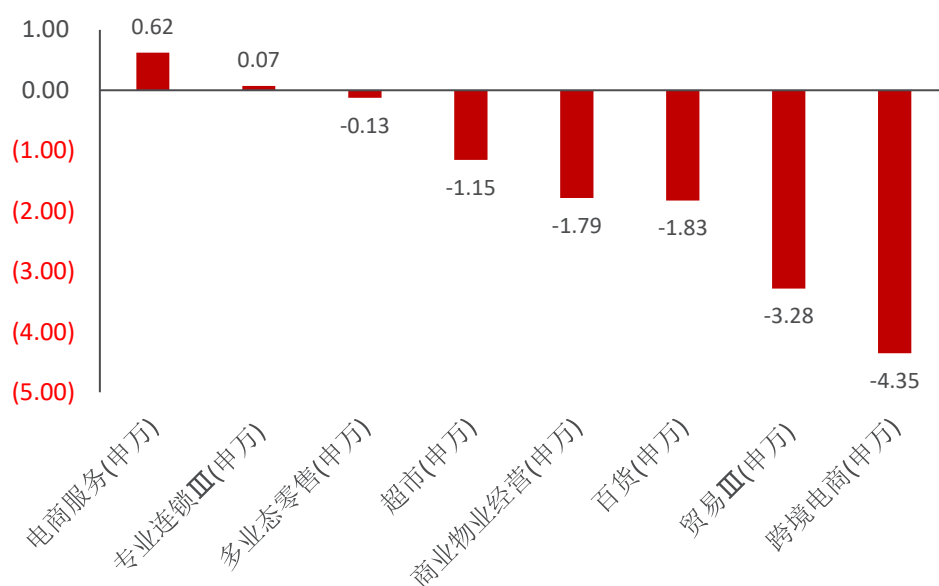
图 1：美容护理和商贸零售板块周涨跌幅分别排名第 1 位和第 25 位 (2023.2.13-2023.2.17)



资料来源：wind，民生证券研究院

商贸零售各细分板块：电商服务板块上涨 0.62%，专业连锁板块上涨 0.07%，多业态零售板块下跌 0.13%，超市板块下跌 1.15%，商业物业经营板块下跌 1.79%，百货板块下跌 1.83%，贸易板块下跌 3.28%，跨境电商下跌 4.35%。

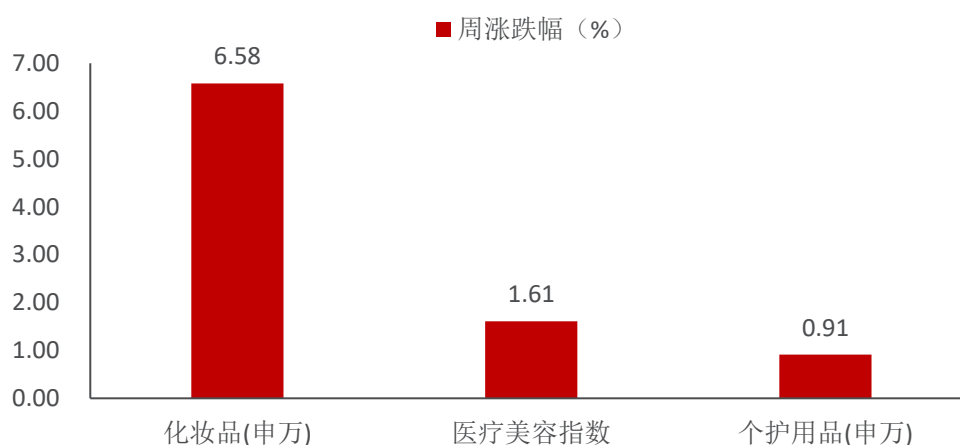
图 2：电商服务板块上涨 0.62%，跨境电商下跌 4.35% (2023.2.13-2023.2.17)



资料来源：wind，民生证券研究院

美容护理各细分板块：化妆品板块上涨 6.58%，医疗美容板块上涨 1.61%，个护用品板块上涨 0.91%。

图 3：化妆品板块上涨 6.58%，个护用品板块下跌 0.91% (2023.2.13-2023.2.17)



资料来源：wind，民生证券研究院

2.1.2 本周个股涨幅龙虎榜：华联综超上涨 5.63%，珀莱雅上涨 13.16%

商业贸易涨幅前五：华联综超（5.63%）、家家悦（4.41%）、北京城乡（4.18%）、人人乐（3.51%）、天音控股（3.23%）；

商业贸易跌幅前五：新华都（-9.13%）、中成股份（-7.11%）、翠微股份（-6.49%）、国美通讯（-6.44%）、汇通能源（-6.32%）。

表 3：本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.2.17）

	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	5.63	255.43	6.38
	603708.SH	家家悦	4.41	74.83	12.30
	600861.SH	北京城乡	4.18	72.61	22.92
	002336.SZ	人人乐	3.51	61.03	13.87
	000829.SZ	天音控股	3.23	117.89	11.50
跌幅前五	600605.SH	汇通能源	(6.32)	22.61	10.96
	600898.SH	国美通讯	(6.44)	16.58	5.81
	603123.SH	翠微股份	(6.49)	97.85	12.25
	000151.SZ	中成股份	(7.11)	44.94	13.32
	002264.SZ	新华都	(9.13)	42.26	5.87

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 17 日收盘价。

医美美妆涨幅前五：珀莱雅（13.16%）、嘉亨家化（12.37%）、科思股份（9.01%）、贝泰妮（5.95%）、水羊股份（4.09%）；

医美美妆跌幅前四：上海家化（-1.26%）、爱美客（-1.23%）、青松股份（-1.12%）、奥园美谷（-0.30%）。

表 4：本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.2.17）

	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	603605.SH	珀莱雅	13.16	541.78	191.09
	300955.SZ	嘉亨家化	12.37	29.94	29.70
	300856.SZ	科思股份	9.01	102.39	60.47
	300957.SZ	贝泰妮	5.95	611.04	144.25
	300740.SZ	水羊股份	4.09	56.40	14.50
跌幅前四	300849.SZ	奥园美谷	(0.30)	19.73	13.15
	002094.SZ	青松股份	(1.12)	30.54	4.42
	300886.SZ	爱美客	(1.23)	19.21	25.76
	002243.SZ	上海家化	(1.26)	103.99	8.59

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 17 日收盘价。

2.2 资金动向

2.2.1 个股资金跟踪：王府井买入额占商贸榜首，爱美客买入额占美妆首位

商业贸易净买入前五：王府井 (0.51 亿元)、东方创业 (0.44 亿元)、博士眼镜 (0.22 亿元)、红旗连锁 (0.20 亿元)、*ST 厦华 (0.14 亿元)；

商业贸易净卖出前五：海宁皮城 (-4.51 亿元)、汉商集团 (-3.77 亿元)、宁波中百 (-2.14 亿元)、东方银星 (-2.09 亿元)、广百股份 (-1.56 亿元)。

表 5：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.2.17）

	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	600301.SH	王府井	0.51	4337.96	42.23	17.96
	603708.SH	东方创业	0.44	3520.69	74.83	12.30
	300755.SZ	博士眼镜	0.22	2522.54	141.29	33.90
	600361.SH	红旗连锁	0.20	5785.08	255.43	6.38
	002697.SZ	*ST 厦华	0.14	6795.95	77.11	5.67
净卖出前五	000564.SZ	广百股份	(1.56)	95840.62	302.79	1.58
	002091.SZ	东方银星	(2.09)	10879.41	141.28	8.68
	600821.SH	宁波中百	(2.14)	14151.88	146.80	7.35
	000829.SZ	汉商集团	(3.77)	40295.50	117.89	11.50
	002640.SZ	海宁皮城	(4.51)	31942.99	75.10	4.82

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 17 日收盘价。

医美美妆净买入前五：爱美客 (2.94 亿元)、华熙生物 (1.93 亿元)、珀莱雅 (1.93 亿元)、贝泰妮 (1.41 亿元)、丸美股份 (0.44 亿元)；

医美美妆净卖出前五：水羊股份 (-0.46 亿元)、嘉亨家化 (-0.41 亿元)、锦盛新材 (-0.39 亿元)、奥园美谷 (-0.07 亿元)。

表 6：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.2.17）

	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	300896.SZ	爱美客	2.94	516.91	1315.21	607.88
	688363.SH	华熙生物	1.93	2087.39	614.63	127.76
	603605.SH	珀莱雅	1.93	1157.28	541.78	191.09
	300957.SZ	贝泰妮	1.41	2997.06	611.04	144.25
	603983.SH	丸美股份	0.44	1406.68	158.97	39.60
净卖出前四	300886.SZ	奥园美谷	(0.07)	358.47	19.21	25.76
	002243.SZ	锦盛新材	(0.39)	6160.92	103.99	8.59
	300856.SZ	嘉亨家化	(0.41)	1466.51	102.39	60.47
	002094.SZ	水羊股份	(0.46)	18710.04	30.54	4.42

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 17 日收盘价。

3 本周行业资讯 (2023.2.13-2023.2.17)

3.1 商贸珠宝：原美团联合创始人进军人工智能，唯品会珠宝首饰站上送礼风口

3.1.1 行业资讯

1. 原美团联合创始人王慧文进军人工智能

原美团联合创始人王慧文在社交平台发文宣布进军人工智能领域，称将打造中国的“OpenAI”。王慧文设立北京光年之外科技有限公司，“要打造中国 OpenAI，其个人出资 5000 万美元，估值 2 亿美元。个人不占股份，自有资金占股 25%，剩余 75% 的股份用于邀请顶级研发人才。”据透露，下轮融资已有顶级 VC 认购 2.3 亿美元。(2023.2.13 联商网)

2. 情人节“浪漫经济”升温，唯品会珠宝首饰站上送礼风口

近年来，黄金珠宝成为年轻人情人节送礼的重要选择。唯品会数据显示，珍珠吊坠、黄金手链关注度在情人节前走高，兔年的定制黄金饰品受到年轻人喜爱，珠宝配饰活动中，头部珠宝品牌六福、谢瑞麟等的销量同比均取得数倍增长。(2023.2.14 联商网)

3. 叮咚买菜单季 GAAP 净利润首次转正

叮咚买菜发布 2022 年全年及第四季度财报。2022 年，叮咚买菜全年营收为 242.2 亿，同比增长 20.4%；Non-GAAP 净利率同比优化 28.0 个百分点至-2.4%，叮咚买菜还实现了全年正向经营性现金流。第四季度，叮咚买菜营收 62.0 亿人民币，同比增长 13.1%；Non-GAAP 净利润为 1.16 亿元，同时首次实现了单季 GAAP 净利润转正，实现全面盈利。(2023.2.14 联商网)

4. 苏宁易购“春季家装节”期间将新开 34 家门店

苏宁易购宣布在全国启动“春季家装节”活动，联合家电家装品牌厂商、各地政府、银行等合作伙伴加码消费补贴，并将重装新开 34 家门店，升级家电家装融合的零售体验，其中包括沈阳太原街苏宁易家等旗舰大店。苏宁易购相关负责人介绍，春节返工后，到店用户的家庭装修需求逐步增多，以苏宁易家重庆观音桥门店为例，2 月以来门店整体客流环比增长 101%，其中周末客流环比增长 135%。(2023.2.15 联商网)

5. 饿了么开放数十万骑手、调度等即时配送岗位

随着餐饮零售行业加快复苏，饿了么蜂鸟即配宣布启动春季招募，开放数十万骑手、调度、带教师等即时配送岗位，为新入职骑手准备单人最高 1000 元春

季红包，另有推荐奖、跑单奖等多种激励，新入职骑手累计最高可额外多拿数千元奖金。(2023.2.17 联商网)

3.1.2 公司重要事项

【永辉超市】股东张轩松计划减持公司股份，减持数量不超过 9075 万股，减持比例不超过总股本 1%。

【天虹股份】持股 5%以上股东减持期已满，累计减持 5125.3 万股（占总股本 4.38%）&董事会决议调整公司内部管理机构，将数字资产经营中心拆分为数字化发展部和营销中心，体验设计部更名为体验发展部。

【国联股份】通过集中竞价交易方式回购股份 82 万股（占总股本 0.16%），支付总金额为 6985.3 万元（不含交易费用）&公司通过集中竞价交易方式回购股份 35 万股（占总股本 0.07%），支付总金额为 2995 万元（不含交易费用）。

【红旗连锁】公司董事会同意聘任熊健先生、万春先生为公司副总经理。

【周大生】公司 2023 年 1 月份新增 8 家自营门店，共 5 家专卖店，3 家联营。

【王府井】三胞投资将质押给福景国盛的 674 万股股份办理证券质押登记解除手续（占总股本 0.59%），本次质押解除股份为无限售流通股。

3.2 医美美妆：国家药监局公布 51 批次不合规化妆品，

陶氏公司、爱茉莉太平洋携成果亮相 PCHi 2023

3.2.1 行业资讯

1. 国家药监局公布 51 批次不符合规定化妆品

国家药监局网站发布通告，公布 51 批次不符合规定化妆品名单。在 2022 年国家化妆品监督抽检工作中，经江苏省食品药品监督检验研究院等单位检验，产品标签标示为广州市申强实业有限公司生产的 NNBIS 染发膏（黑色 12 号）等 51 批次化妆品不符合规定。(中妆网) (2023.2.13 中妆网)

2. 陶氏公司全新个护美妆方案亮相 PCHi 2023

中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展会（简称 PCHi）于广州琶洲展馆拉开帷幕。陶氏公司携全新个护方案“自在由我”亮相展会，焕亮美肌、放肆追光、美丽诞生和散发魅力 4 大产品线重磅发布；包括 8 大新品在内的 15 个科学配方，广泛覆盖护肤、防晒、美妆、护发全场景，以期打造全方位高效、安全、可持续的个护体验，帮助消费者重拾健康生活信心，绽放“自在由我”的个人魅力。(2023.2.15 中妆网)

3. 爱茉莉太平洋携本土研发成果亮相 PCHi 2023

爱茉莉太平洋在中国国际化妆品个人及家庭护理用品原料展览会（PCHi）上发表两项研究成果：新规下美白化妆品开发（Melasolv）和天然防脱发产品开发，均是爱茉莉太平洋基于深入洞察顾客需求和市场趋势，以专研技术开发的创新产品，旨在为顾客提供具备强功效性和安全性的双重创新体验。爱茉莉太平洋中国始终致力于提高本土研发能力，并针对中国消费者开展系统研究，开发让中国消费者满意的优质产品。（2023.2.17 中妆网）

3.2.2 公司重要事项

【珀莱雅】董事方玉友提前终止减持计划，累计减持 829.7 万股（占总股本 2.93%）。

【昊海生科】公司回购注销部分 H 股股份，导致股东蒋伟、股东游捷及其一致行动人上海湛泽合计持股比例由 44.83%变为 46.55%，累计增加 1.72%。

【江苏吴中】股东苏州吴中投资控股有限公司部分股份解除质押及再质押，累计质押股份数量 8140 万股（占总股本 11.43%）。

【青松股份】股东吉安广佳以大宗交易方式减持股份 1000 万股（占总股本 1.94%），减持比例超过 1%。

【朗姿股份】境外控股子公司阿卡邦发布 2022 年度业绩预告，2022 年营业收入同比增长，成本费用率进一步降低，营业利润有较大幅度增长。

【贝泰妮】股东臻丽咨询在本次减持计划期间累计减持 65 万股（占总股本 0.15%），时间已过半，减持计划尚未实施完毕。

【昊海生科】股东楼国梁计划通过集中竞价和大宗交易方式合计减持不超过 100 万股股份，（占总股本不超过 0.58%）。

【拉芳家化】股东吴滨华及其一致行动人吴桂谦以及澳洲万达累计质押股份数 2897 万股，（占总股本 12.86%）。

4 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 2023.2.17）

证券代码	证券简称	总市值 (亿元)	最新收盘 价 (元)	归母净利润(亿元)			归母净利润增速			PE		
				22E	23E	24E	22E	23E	24E	22E	23E	24E
300896.SZ	爱美客	1315.21	607.88	14.24	20.61	28.62	48.60%	44.80%	38.90%	92	64	46
300957.SZ	贝泰妮	611.04	144.25	11.48	14.91	19.15	33.00%	31.80%	30.20%	53	41	32
603605.SH	珀莱雅	541.78	191.09	7.68	9.91	11.70	33.30%	29.00%	18.00%	71	55	46
688363.SH	华熙生物	614.63	127.76	9.66	13.35	17.41	23.50%	38.20%	30.50%	64	46	35
600315.SH	上海家化	220.70	32.51	5.82	8.45	9.93	-10.40%	45.20%	17.60%	38	26	22
300856.SZ	科思股份	102.39	60.47	3.85	4.69	5.54	190.10%	21.70%	18.10%	27	22	18
300955.SZ	嘉亨家化	29.94	29.70	1.03	1.56	2.00	6.00%	51.40%	28.60%	29	19	15
300132.SZ	青松股份	39.52	7.65	-6.32	1.17	2.12	30.60%	118.60%	80.50%	-	33	19
301071.SZ	力量钻石	182.78	126.15	4.97	8.45	12.44	107.40%	70.10%	47.20%	37	22	15
000519.SZ	中兵红箭	304.97	21.90	10.34	16.05	21.10	113.00%	55.30%	31.50%	30	19	14
301101.SZ	明月镜片	86.95	64.72	1.21	1.50	2.07	47.90%	23.70%	37.80%	72	58	42

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2023 年 2 月 17 日收盘价）

5 下周重要提示

表 8：下周个股重要提示 (2023.02.20-2023.02.27)

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
医美美妆	600223.SH	鲁商发展	2023.02.24	股东大会现场会议登记起始

资料来源：Wind，民生证券研究院

6 风险提示

1) 新冠疫情反复：新冠疫情影响开工与复工率，对交通物流也有很大不利影响，若疫情反复，将会对宏观经济增速造成不利影响，进而影响到公司的市场开拓；

2) 新品推广不及预期：若消费者的市场需求不及预期，公司的品牌推广受到一定限制，将会影响到公司新品牌的培育，进而阻碍公司盈利能力的提升；

3) 行业竞争格局恶化：化妆品、黄金珠宝、培育钻石行业的参与者不断增多，若竞争加剧或将影响行业竞争格局与市场供需情况，对企业的盈利能力造成一定影响。

插图目录

图 1: 美容护理和商贸零售板块周涨跌幅分别排名第 1 位和第 25 位 (2023.2.13-2023.2.17)	6
图 2: 电商服务板块上涨 0.62%, 跨境电商下跌 4.35% (2023.2.13-2023.2.17)	7
图 3: 化妆品板块上涨 6.58%, 个护用品板块下跌 0.91% (2023.2.13-2023.2.17)	7

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1: 获奖企业原料产品一览	4
表 2: 重点板块本周涨跌幅一览 (2023.2.13-2023.2.17)	6
表 3: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2023.2.17)	8
表 4: 本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2023.2.17)	8
表 5: 商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2023.2.17)	9
表 6: 医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2023.2.17)	9
表 7: 重点公司盈利预测及估值 (截至 2023.2.17)	13
表 8: 下周个股重要提示 (2023.02.20-2023.02.27)	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。	公司评级	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：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元；518026