

➤ **李佳琦“38节”美妆品类点评：国货和外资品牌 SKU 同比增加，国货产品优惠力度略有提高。**2023年“38节”李佳琦美妆类直播预告中，国货和外资品牌 SKU 均同比增加，其中，国货品牌的珀莱雅、外资品牌的雅诗兰黛、欧莱雅、海蓝之谜新增品类较多，参与大促的外资品牌欧美系占比较日韩系大。优惠力度方面，国货品牌折扣力度略有加大，而外资品牌优惠程度有所减少。国货品牌折扣力度多集中在三成，相较2022年同期优惠力度略有提高，参与大促的品类增加。①**折扣力度**：珀莱雅旗下双抗和红宝石系列产品、薇诺娜旗下特护精华和冻干面膜、可复美旗下修护次抛精华、EVE LOM 旗下洁颜霜、优时颜旗下氨基酸洁面、希川科颜旗下祛痘精华露、欧诗漫旗下双源透白礼盒的折扣力度均集中在30%~40%；②**SKU 数量**：珀莱雅新增双抗面膜、小夜灯眼霜、红宝石面霜等6款SKU，薇诺娜新增舒缓保湿面膜和精华液2款SKU，夸迪新增熬夜弹嫩面膜和水油双锁面膜2款SKU，欧珀莱新增时光锁精华水乳和紧致眼霜2组产品，可丽金新增紧致驻颜面膜1款SKU，可复美新增肌御修护次抛1款SKU，橘朵新增绵绵绒雾粉饼1款SKU，EVE LOM 新增洁颜霜1款，优时颜新增安瓶面膜1款SKU。**外资品牌折扣力度指标集中分布于35%-50%之间，相较2022年同期折扣力度有所下降，各品牌SKU较22年有所增加。**

➤ **戴比尔斯：2022年销售额与利润上涨，上调小颗粒毛坯钻价格。**①**销售额与利润情况**：戴比尔斯在2022年的销售额与利润有所增长，原因是2022H1消费者与贸易商的钻石需求有所加强，超过下半年的市场放缓速度。集团收入同比+18%至66.2亿美元，毛坯钻销售额同比+22%至60亿美元，其他收入来源包括消费品牌和元素六的培育钻石部门。基本收益同比+60%至5.52亿美元。

②**产量指引情况**：2022年的戴比尔斯的实际产量为3460万克拉，同比+7%，反映经营情况的改善及22H1的市场强劲需求，今年戴比尔斯的生产指导产量仍为3000-3300万克拉。③**毛坯钻价格调整**：戴比尔斯将天然钻石碎钻毛坯的均价上调10%左右，尤其是针对0.03克拉区段。自22H2以来，奢侈品牌对小颗粒钻石需求增加，印度切磨工厂需要小颗粒去填补产能空缺，对0.75克拉以下的毛坯钻有较高的需求，出现供不应求情况。西方国家存在继续对俄罗斯毛坯钻石制裁的可能，或将会加剧小颗粒毛坯钻石的短缺现状；中国市场的复苏提升了对于小颗粒钻石的需求量，带动小颗粒毛坯及裸钻的价格上涨。

➤ **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**，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	586.00	6.58	9.52	13.23	89	62	44	推荐
300957.SZ	贝泰妮	137.00	2.71	3.52	4.52	51	39	30	推荐
603605.SH	珀莱雅	182.00	2.71	3.49	4.13	67	52	44	推荐
688363.SH	华熙生物	124.55	2.01	2.77	3.62	62	45	34	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	57.61	2.28	2.77	3.27	25	21	18	推荐
300955.SZ	嘉亨家化	28.91	1.02	1.55	1.99	28	19	15	推荐
300132.SZ	青松股份	7.47	-1.22	0.23	0.41	-	32	18	推荐
301071.SZ	力量钻石	127.80	3.43	5.83	8.59	37	22	15	推荐
000519.SZ	中兵红箭	22.49	0.74	1.15	1.52	30	20	15	推荐
301101.SZ	明月镜片	63.82	0.90	1.12	1.54	71	57	41	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为2023年2月24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：liuyanjing@mszq.com

## 相关研究

- 零售周观点：PCHi 大会多个国货品牌发布化妆品新原料，美国订婚戒指支出下滑-2023/02/19
- 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”拆析招股书（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

# 目录

<b>1 本周观点 (2023.2.20-2023.2.24)</b>	<b>3</b>
1.1 戴比尔斯：2022 年销售额与利润上涨，上调小颗粒毛坯钻价格	3
1.2 李佳琦“38 节”美妆品类点评：国货和外资品牌 SKU 同比增加，国货产品优惠力度略有提高	3
<b>2 本周市场回顾 (2023.2.20-2023.2.24)</b>	<b>5</b>
2.1 行业表现	5
2.2 资金动向	8
<b>3 本周行业资讯 (2023.2.20-2023.2.24)</b>	<b>9</b>
3.1 商贸珠宝：京东计划上线百亿补贴频道，IDO 澄清破产等不实谣言	9
3.2 医美美妆：美国平价彩妆品牌 e.l.f.将暂别中国市场，LG 电子将扩大其美容业务	11
<b>3 行业重点公司盈利预测及估值</b>	<b>13</b>
<b>4 下周重要提示</b>	<b>14</b>
<b>5 风险提示</b>	<b>15</b>
<b>插图目录</b>	<b>16</b>
<b>表格目录</b>	<b>16</b>

## 1 本周观点 (2023.2.20-2023.2.24)

### 1.1 戴比尔斯：2022 年销售额与利润上涨，上调小颗粒毛坯钻价格

**事件概述：**戴比尔斯在 2022 年的销售额与利润有所增长，原因是 2022H1 消费者与贸易商的钻石需求有所加强，超过下半年的市场放缓速度。集团收入同比+18%至 66.2 亿美元，毛坯钻销售额同比+22%至 60 亿美元，其他收入来源包括消费品牌和元素六的培育钻石部门。基本收益同比增长 60%至 5.52 亿美元。

**高价值产品占比提升带动毛坯钻平均售价增长。**2022 年，毛坯钻平均售价同比+35%至 197 美元/克拉，反映高价值商品在产品组合中的占比提升，及公司毛坯钻价格指数同比+23%。2022H1 钻石市场销售情况较为积极乐观，主要因为零售商在 2021 年假期旺季后的强劲补货需求，消费者的需求稳定带动下，裸钻价格有所上涨。但随着 22 年 6 月以来各国央行提高利率应对高通胀，经济形势有所恶化，美国钻石首饰的市场需求在 22H2 表现疲软，但仍高于疫情前的水平，导致零售商的补货减少，加之中游环节的裸钻库存量较高，给裸钻终端销售价格带来了一定压力，并削弱了对于毛坯钻的需求量。2022 年的戴比尔斯的实际产量为 3460 万克拉，同比增长 7%，反映了经营情况的改善以及 22 年上半年的市场强劲需求，今年，戴比尔斯的生产指导产量仍为 3000-3300 万克拉。

**受到供需影响，戴比尔斯将天然钻石碎钻毛坯的均价上调 10%左右，尤其是针对 0.03 克拉区段。**从 2022 年下半年以来，奢侈品牌对于小颗粒钻石的需求增加，以及中游印度的切磨工厂需要小颗粒去填补产能空缺，从而对 0.75 克拉以下的毛坯钻石有较高的需求，出现供不应求情况。一方面，西方国家存在继续对俄罗斯毛坯钻石制裁的可能性，可能会加剧小颗粒毛坯钻石的短缺现状；另一方面，中国市场的复苏提升了对于小颗粒钻石的需求，带动小颗粒毛坯钻石的价格上涨。

### 1.2 李佳琦“38 节”美妆品类点评：国货和外资品牌 SKU 同比增加，国货产品优惠力度略有提高

2023 年“38 节”李佳琦美妆类直播预告中，国货和外资品牌 SKU 均同比增加，其中，国货品牌的珀莱雅、外资品牌的雅诗兰黛、欧莱雅、海蓝之谜新增品类较多，参与大促的外资品牌欧美系占比较日韩系更大。优惠力度方面，国货品牌折扣力度略有加大，而外资品牌优惠程度有所减少。

国货品牌折扣力度多集中在三成，相较 2022 年同期优惠力度略有提高，参与大促的品类增加。①**折扣力度：**珀莱雅旗下双抗和红宝石系列产品、薇诺娜旗

下特护精华和冻干面膜、可复美旗下修护次抛精华、EVE LOM 旗下洁颜霜、优时颜旗下氨基酸洁面、希川科颜旗下祛痘精华露、欧诗漫旗下双源透白礼盒的折扣力度均集中在 30%~40%，另外，珀莱雅的双抗精华 2.0、夸迪的熬夜弹嫩盈透面膜和悬油次抛精华、优时颜的微笑眼霜和安瓶面膜、欧珀莱的时光锁系列产品折扣力度低于 30%，与 22 年“38 节”相较，珀莱雅和优时颜折扣价优惠了 1~5 个百分点；②SKU 数量：珀莱雅新增双抗面膜、小夜灯眼霜、红宝石面霜等 6 款 SKU，薇诺娜新增舒缓保湿面膜和精华液 2 款 SKU，夸迪新增熬夜弹嫩面膜和水油双锁面膜 2 款 SKU，欧珀莱新增时光锁精华水乳和紧致眼霜 2 组产品，可丽金新增紧致驻颜面膜 1 款 SKU，可复美新增肌御修护次抛 1 款 SKU，橘朵新增绵绵绒雾粉饼 1 款 SKU，EVE LOM 新增洁颜霜 1 款，优时颜新增安瓶面膜 1 款 SKU。

外资品牌折扣力度指标集中分布于 35%-50%之间，相较 2022 年同期折扣力度有所下降，各品牌 SKU 相较 2022 年有所增加。①从折扣力度看：怡丽丝尔旗下水乳套装（含兔年限定）、雅漾旗下舒泉喷雾、彤人秘旗下红参产品系列及理肤泉旗下 K 乳和 B5 面膜折扣力度指标皆低于 38%，其中彤人秘折扣力度最大，达到 23.61%；②从 SKU 数量看：雅诗兰黛新增粉底液系列、原生液系列及小棕瓶系列等 10 款 SKU；祖玛珑新增维他命 E 系列及游园惊梦花开限定系列香水等 3 款 SKU；兰蔻新增持妆粉底液、菁纯两件套产品；欧莱雅新增黑金精华、小蜜罐眼霜、黑精华面膜等 6 款 SKU；海蓝之谜新增面霜、精粹水、精华面粉霜等 5 款 SKU；卡诗新增黑钻洗发水及秀发高光瓶，并提供不同数量的产品组合。

表 1：“38 节”李佳琦美妆直播预告——品牌及产品折扣力度统计（低于 30%）

序号	品牌名称	产品名称	折扣力度
1	怡丽丝尔	优悦活颜柔滑防护精华乳(SPF50)	26.72%
2	雅漾	舒泉喷雾	25.11%
3	彤人秘	红参洁面+津水乳套盒 第二代红参精华	23.61% 26.87%
4	珀莱雅	双抗精华 2.0	28.06%
5	3CE	单色腮红	27.22%
6	理肤泉	B5 面膜	29.10%
7	欧珀莱	时光锁紧致弹润精华水乳（水 170ml+乳 130ml） 时光锁紧致抗皱眼霜	29.64% 27.60%
8	夸迪	动能支撑面霜 悬油次抛精华液（1 套） 熬夜弹嫩盈透面膜	27.92% 25.10% 29.84%
9	优时颜	第二代【微笑】眼霜 焕活舒缓安瓶面膜	26.18% 29.90%
10	AQuillAGE	星魅光控油前乳	23.62%
11	林清轩	山茶花修护精华油	23.66%
12	优色林	舒安修护霜（中性）	28.84%
13	妮维雅	630 焕亮精华升级款	26.21%

资料来源：李佳琦直播清单预告、民生证券研究院整理

## 2 本周市场回顾 (2023.2.20-2023.2.24)

### 2.1 行业表现

#### 2.1.1 本周各板块涨跌幅：上证综指上涨 1.34%，商贸零售上涨 0.32%，纺织服装上涨 1.99%，美容护理下跌 2.04%

本周各主要指数：商业贸易板块上涨 0.32%，纺织服装上涨 1.99%，美容护理下降 2.04%，上证指数板块上涨 1.34%，深证成指板块上涨 0.61%，创业板指板块下跌 0.83%，深 300 板块上涨 0.66%，恒生指数板块下跌 3.43%。

表 2：重点板块本周涨跌幅一览 (2023.2.20-2023.2.24)

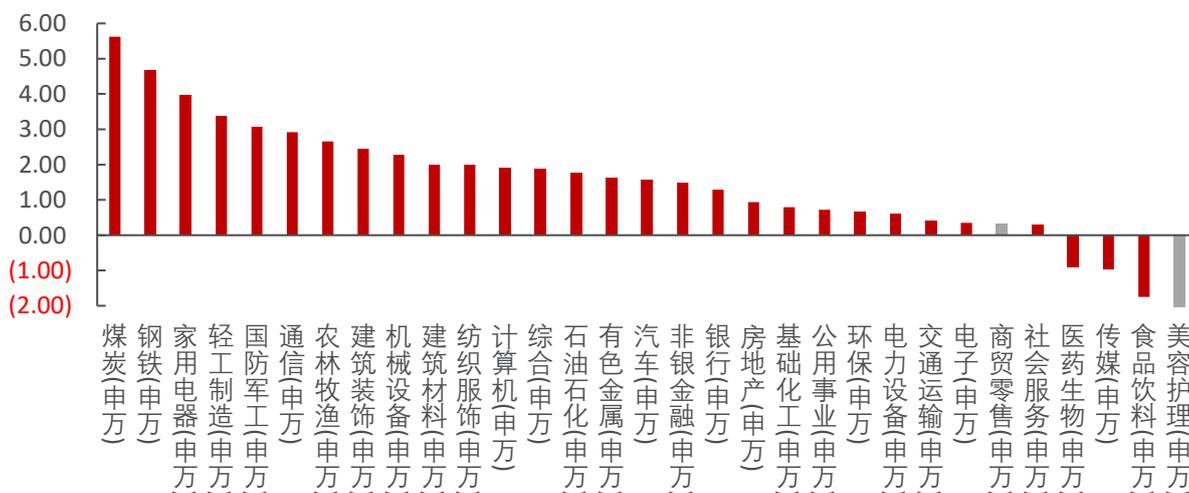
	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周 PE 变动	年初至今涨跌幅 (%)
上证指数	1.34	17512.96	0.18	5.76
深证成指	0.61	24362.63	0.15	7.00
创业板指	-0.83	8749.64	-0.46	3.50
沪深 300	0.66	11097.87	0.11	4.89
商业贸易(申万)	0.32	539.23	0.00	-3.68
纺织服装(申万)	1.99	406.78	0.52	7.63
美容护理(申万)	-2.04	183.45	-1.08	3.18
恒生指数	-3.43	5568.20	-0.29	1.16

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 (-2.04%) 和商贸零售板块 (0.32%)

在 31 个申万一级行业中分别排名第 31 位和第 26 位。周度涨幅最大的板块是煤炭 (5.62%)，跌幅最大的板块为美容护理 (-2.04%)。

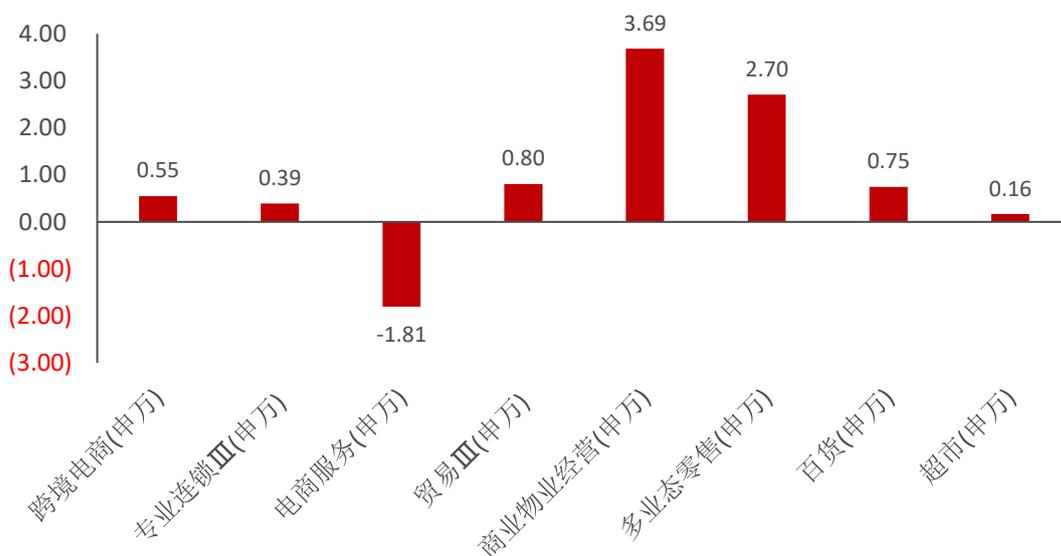
图 1：美容护理和商贸零售板块周涨跌幅分别排名第 31 位和第 26 位 (2023.2.20-2023.2.24)



资料来源：wind，民生证券研究院

**商贸零售各细分板块：**电商服务板块下跌 1.81%，专业连锁板块上涨 0.39%，多业态零售板上上涨 2.70%，超市板块上涨 0.16%，商业物业经营板块上涨 3.69%，百货板块上涨 0.75%，贸易板块上涨 0.80%，跨境电商上涨 0.55%。

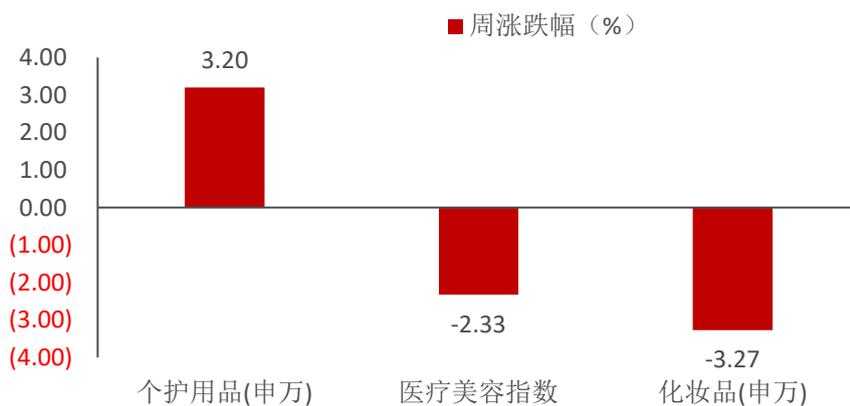
**图 2：电商服务板块下跌 1.81%，跨境电商上涨 0.55% (2023.2.20-2023.2.24)**



资料来源：wind，民生证券研究院

**美容护理各细分板块：**化妆品板块下跌 3.27%，医疗美容板块下跌 2.33%，个护用品板块上涨 3.20%。

**图 3：化妆品板块下跌 3.27%，个护用品板块上涨 3.20% (2023.2.20-2023.2.24)**



资料来源：wind，民生证券研究院

## 2.1.2 本周个股涨幅龙虎榜：中央商场上涨 14.14%，力合科创上涨 3.26%

**商业贸易涨幅前五：**中央商场（14.14%）、南化股份（11.92%）、深赛格（8.47%）、小商品城（8.18%）、鄂武商 A（8.1%）；

**商业贸易跌幅前五：**人人乐（-8.29%）、鹏都农牧（-3.03%）、ST 商城（-2.58%）、ST 大集（-2.53%）、汇通能源（-2.19%）。

**表 3：本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.2.24）**

	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	600280.SH	中央商场	14.14	37.35	3.31
	600301.SH	南化股份	11.92	47.26	20.10
	000058.SZ	深赛格	8.47	73.17	7.43
	600415.SH	小商品城	8.18	290.21	5.29
	000501.SZ	鄂武商 A	8.10	90.28	11.74
跌幅前五	600605.SH	汇通能源	-2.19	22.11	10.72
	000564.SZ	ST 大集	-2.53	295.12	1.54
	600306.SH	ST 商城	-2.58	18.39	7.94
	002505.SZ	鹏都农牧	-3.03	183.58	2.88
	002336.SZ	人人乐	-8.29	55.97	12.72

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 24 日收盘价。

**医美美妆涨幅前五：**力合科创（3.26%）、锦盛新材（1.14%）、拉芳家化（0.59%）、华业香料（0.23%）、上海家化（0.00%）；

**医美美妆跌幅前五：**贝泰妮（-5.03%）、珀莱雅（-4.76%）、科思股份（-4.73%）、青岛金王（-4.52%）、爱美客（-3.60%）。

**表 4：本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜（截至 2023.2.24）**

	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	002243.SZ	力合科创	3.26	107.38	8.87
	300849.SZ	锦盛新材	1.14	19.95	13.30
	603630.SH	拉芳家化	0.59	34.59	15.36
	300886.SZ	华业香料	0.23	19.25	25.82
	600315.SH	上海家化	0.00	220.70	32.51
跌幅前五	300896.SZ	爱美客	-3.60	1267.87	586.00
	002094.SZ	青岛金王	-4.52	29.16	4.22
	300856.SZ	科思股份	-4.73	97.55	57.61
	603605.SH	珀莱雅	-4.76	516.01	182.00
	300957.SZ	贝泰妮	-5.03	580.33	137.00

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 24 日收盘价。

## 2.2 资金动向

### 2.2.1 个股资金跟踪：汇通能源买入额占商贸榜首，锦盛新材买入额占美妆首位

**商业贸易净买入前五：**厦门国贸（1.55 亿元）、南化股份（1.41 亿元）、深赛格（0.85 亿元）、中央商场（0.82 亿元）、北京城乡（0.71 亿元）；

**商业贸易净卖出前五：**小商品城（-2.47 亿元）、江苏国泰（-2.42 亿元）、深粮控股（-2.12 亿元）、天音控股（-2.05 亿元）、南极电商（-1.49 亿元）。

**表 5：商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.2.24）**

	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	1.55	9720.84	184.88	8.40
	600301.SH	南化股份	1.41	7573.11	47.26	20.10
	000058.SZ	深赛格	0.85	10356.38	73.17	7.43
	600280.SH	中央商场	0.82	9463.61	37.35	3.31
	600861.SH	北京城乡	0.71	1724.38	78.19	24.68
净卖出前五	002127.SZ	南极电商	-1.49	16481.06	117.83	4.80
	000829.SZ	天音控股	-2.05	17098.59	116.04	11.32
	000019.SZ	深粮控股	-2.12	11265.97	92.14	8.37
	002091.SZ	江苏国泰	-2.42	9305.19	138.83	8.53
	600415.SH	小商品城	-2.47	66679.18	290.21	5.29

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 24 日收盘价。

**医美美妆净买入前二：**锦盛新材（0.05 亿元）、力合科创（0.00 亿元）；

**医美美妆净卖出前五：**贝泰妮（-2.09 亿元）、珀莱雅（-1.58 亿元）、华熙生物（-1.4 亿元）、水羊股份（-1.08 亿元）、奥园美谷（-1.05 亿元）。

**表 6：医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜（截至 2023.2.24）**

	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)
净买入前二	300849.SZ	锦盛新材	0.05	763.40	19.95	13.30
	002243.SZ	力合科创	0.00	7003.46	107.38	8.87
净卖出前五	000615.SZ	奥园美谷	-1.05	25284.64	57.68	7.56
	300740.SZ	水羊股份	-1.08	5436.00	55.73	14.33
	688363.SH	华熙生物	-1.40	1361.76	599.19	124.55
	603605.SH	珀莱雅	-1.58	744.65	516.01	182.00
	300957.SZ	贝泰妮	-2.09	1941.38	580.33	137.00

资料来源：Wind，民生证券研究院，股价为 2023 年 2 月 24 日收盘价。

## 3 本周行业资讯 (2023.2.20-2023.2.24)

### 3.1 商贸珠宝：京东计划上线百亿补贴频道，IDO 澄清破产等不实谣言

#### 2.1.3 行业资讯

##### 1. 百盛商业集团 2022 年总收益 37.49 亿，归母净亏损 4.13 亿

百盛商业集团有限公司公告披露截至 2022 年 12 月 31 日的全年业绩。2022 年度，百盛集团实现经营收益总额 37.49 亿元，同比下降 20.9%；经营亏损为 0.11 亿元，而 2021 年同期为经营利润 3.24 亿元；2022 年，该公司所有人应占亏损为人民币 4.13 亿元，而去年同期为 1.76 亿元；集团整体毛利率下降至 13.5%，而 2021 年则为 14.2%。截至 2022 年 12 月 31 日，百盛集团在中国 28 个城市及老挝运营管理 42 家百盛门店(包括百货店、购物广场、城市奥特莱斯、概念店及 2 家百盛优客城市广场。(2023.2.20, 联商网)

##### 2. 饿了么到店业务将与高德合并

阿里巴巴生活服务板块下饿了么到店业务(原“口碑”)将与高德合并，原到店业务负责人张亮将由向阿里本地生活服务公司 CEO 俞永福汇报，改为向高德 CEO 刘振飞汇报。伴随口碑并入高德，阿里本地生活将进行新一轮优化。此次调整意在通过高德重振到店业务，也能为高德增加可应用场景和服务项目、完善其服务生态。(2023.2.20, 联商网)

##### 3. TikTok Shop 正式宣布在东南亚上线商城

TikTok 电商宣布在泰国、菲律宾等东南亚国家，正式上线 TikTok Shop 商城功能，同时也将陆续向更多东南亚国家开放，帮助用户一键发现商品和购物服务，也为跨境商家提供全新的带货场景，助力跨境商家冲刺更多新增销量。自 2021 年起，TikTok Shop 跨境电商通过短视频和直播带货的内容电商模式，逐渐培养了海外用户在 TikTok 站内的购物习惯和心智，激发了用户在 TikTok 站内主动搜索、查找、逛店的购物需求，商城也应运而生。此次在泰国、菲律宾上线的商城功能入口位于 TikTok 主页，点击 Shop 标签即可进入。(2023.2.21, 36 氪出海)

##### 4. NBA 中国与蚂蚁集团将开启全面战略合作伙伴关系

NBA 中国与蚂蚁集团共同宣布，双方将开启全面战略合作伙伴关系，支付宝成为 NBA 中国数字生活战略合作伙伴。据了解，双方的全面合作涵盖了 NBA 视频内容和节目转播、联合会员和小程序运营、数字藏品、利用蚂蚁集团隐私计算服务联合市场营销及企业社会责任等诸多方面，将为 NBA 球迷和蚂蚁集团旗下的数字平台海量用户带来专属的 NBA 体验，协力打造内容营销和粉丝经济的新

时代。(2023.2.21, 联商网)

### 5. 盒马推出“咬春八鲜”系列预制春菜

今年春菜季,盒马推出了“咬春八鲜”系列商品,围绕着刀鱼、春笋、樱花等8种时令食材,上架了丰富的时鲜,还把它们做成了不同的预制菜。从2月中旬到4月,盒马将会有近40款预制春菜上新,除了用香椿、春笋等时蔬做成的预制菜外,河豚、鲥鱼、刀鱼也首次以预制菜的形态“游”到全国。(2023.2.21, 联商网)

### 6. 快手出海营销平台 Kwai for Business 宣布上线新产品原生广告

日前,快手出海营销平台 Kwai for Business 宣布上线新产品——原生广告(Native Ads)。目前,原生广告支持两种途径进行投放:一是使用广告主自己的 Kwai/SnackVideo 账号的视频,二是使用其他创作者发布的自然作品。其官方指出,对于广告主而言,原生广告将支持投放所有与广告主品牌相关的自然作品,不论是广告主自己发布的,还是来自合作达人,或者是任何其他创作者的视频,以最大限度扩大品牌影响力。(2023.2.22, 亿邦动力)

### 7. 京东计划上线百亿补贴频道

京东计划在3月初上线百亿补贴频道,“百亿补贴”频道将不依附于大促节点,而是长期在京东APP里拥有一级入口,且补贴商品覆盖全品类。据报道,目前关于百亿补贴频道前期的规则与品池共建、沟通、确认已经完成,现在则在筹备竞价系统上线、测试QA、审核商品等,预计将在3月初正式登场。(2023.2.22, 中国证券报)

### 8. 飞书将帮助美宜佳打造统一企业协同办公平台

美宜佳与飞书签署合作协议,飞书将帮助美宜佳打造统一的企业协同与办公平台,并通过组织协同带动业务管理的提效,基于美宜佳的数字化战略打造零售行业的一体化平台。目前,美宜佳已完成总部员工全员上线飞书,飞书云文档、视频会议、知识库等功能,支持各部门会议管理、日程管理、知识管理等日常办公场景,飞书多维表格帮助搭建了适配不同岗位的轻型业务系统。(2023.2.22, 新零售网)

### 9. 唯品会发布2022年业绩报告,实现净营收1032亿元

唯品会发布2022年全年业绩。2022年,唯品会实现净营收1032亿元;Non-GAAP净利润68亿元,同比增长14%。截至2022年12月31日,根据早前公布的股票回购计划,唯品会已经回购总计9.52亿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,向市场传递积极信号。(2023.2.23, 联商网)

### 10. IDO 发布声明,澄清破产等不实谣言

对于“破产”传闻，@IDO 官方微博发布《恒信玺利实业股份有限公司 严正声明》称，为了优化公司资产结构，提升公司的持续经营及盈利能力，“I Do”品牌拥有者恒信玺利实业股份有限公司自 2023 年 1 月 6 日启动预重整，不存在“I Do 宣告破产”等不实情况。恒信玺利实业股份有限公司表示，目前，I Do 全国门店及电商平台均正常有序经营，I Do 将一如既往为每一位消费者提供优质的产品 & 售后服务保障。（2023.2.24,南方都市报）

## 2.1.4 公司重要事项

【重庆百货】公司决定向中国工商银行股份有限公司重庆渝中支行申请流动资金贷款 4 亿元，贷款期限 1 年，贷款利率不高于 2.80%。

【重庆百货】发布关于重大资产重组事项进展情况公告，目前已经聘请本次交易的独立财务顾问、法律顾问、审计机构等，正在积极推进本次交易的尽职调查、审计及评估等工作。

【国机精工】公司董事长朱峰因达到法定退休年龄，申请辞去其担任的公司第七届董事会董事长、董事职务，将尽快召开董事会选举出新任董事长。

【王府井】发布关于持股 5%以上股东集中竞价减持股份进展，股东三胞投资于 2022 年 12 月 29 日至 2023 年 2 月 21 日共减持公司 590.84 万股，占公司总股本的 0.521%。

## 3.2 医美美妆：美国平价彩妆品牌 e.l.f.将暂别中国市场，LG 电子将扩大其美容业务

### 3.2.1 行业资讯

#### 1. 深圳海创生物科技有限公司完成数千万元 Pre-A 轮投资

深圳海创生物科技有限公司宣布完成数千万元 Pre-A 轮投资，本轮投资方为深创投。本轮融资资金将主要用于化妆品原料开发、品牌建设和团队建设等方面。据介绍，海创生物主要聚焦于抗衰功能性护肤品、功能性益生菌、药品等生物活性原料的开发和产业化应用。（2023.2.21,中妆网）

#### 2. 美国平价彩妆品牌 e.l.f.将暂别中国市场

美国平价彩妆品牌 e.l.f.在官方天猫旗舰店、抖音旗舰店等平台发布公告，称因品牌全球策略的调整及客观因素的影响，e.l.f.将于 2023 年 3 月 31 日起暂别中国市场，品牌天猫旗舰店将会在 2023 年 3 月 15 日下架全店商品。尽管“暂别”中国市场，但 e.l.f.仍表示将在未来继续发力建设在中国市场的供应链。同时，从

去年 5 月发布的财务数据看，e.l.f. 的几乎所有产品几乎都在中国制造、采购。  
(2023.2.22,时尚商业 Daily)

### 3. LG 电子将通过提供更多在线服务扩大其美容业务

据韩国 Pulse News 消息，LG 电子将通过提供更多在线服务来扩大其美容业务，消费者可以在这些服务中购买护肤产品和设备。LG 电子表示，公司计划销售可与公司的美容和医疗设备一起使用的化妆品，这是为了帮助消费者更方便地购买和使用公司的产品。(2023.2.24 ,中妆网)

### 3.2.2 公司重要事项

【江苏吴中】发布近期投资者调研沟通活动纪要，披露 AestheFill 等旗下产品的进展及营销策略，短期内没有开发 TO C 端护肤产品的计划。

【奥园美谷】公司控股股东深圳奥园科星投资有限公司持有的部分公司股份被司法冻结，本次冻结 5723 万股，占其所持股份比例的 25%，占公司总股本比例的 7.5%。

【江苏吴中】公司发布关于控股股东部分股份质押的公告，控股股东累计质押股份数量 10,184 万股（占公司总股本的 14.30%），完成后，控股股东质押比例将降至 51.17%。

### 3 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 2023.2.24）

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	1267.87	586.00	14.24	20.61	28.62	48.60%	44.80%	38.90%	89	62	44
300957.SZ	贝泰妮	580.33	137.00	11.48	14.91	19.15	33.00%	31.80%	30.20%	51	39	30
603605.SH	珀莱雅	516.01	182.00	7.68	9.91	11.70	33.30%	29.00%	18.00%	67	52	44
688363.SH	华熙生物	599.19	124.55	9.66	13.35	17.41	23.48%	38.20%	30.41%	62	45	34
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	97.55	57.61	3.85	4.69	5.54	190.10%	21.70%	18.10%	25	21	18
300955.SZ	嘉亨家化	29.14	28.91	1.03	1.56	2.00	6.00%	51.40%	28.60%	28	19	15
300132.SZ	青松股份	38.59	7.47	-6.32	1.17	2.12	30.60%	118.60%	80.50%	-	32	18
301071.SZ	力量钻石	185.17	127.80	4.97	8.45	12.44	107.40%	70.10%	47.20%	37	22	15
000519.SZ	中兵红箭	313.19	22.49	10.34	16.05	21.10	113.00%	55.30%	31.50%	30	20	15
301101.SZ	明月镜片	85.74	63.82	1.21	1.50	2.07	47.90%	23.70%	37.80%	71	57	41

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；（注：股价为 2023 年 2 月 24 日收盘价）

## 4 下周重要提示

表 8: 下周个股重要提示 (2023.02.27-2023.03.05)

板块	股票代码	股票简称	日期	类型
商贸零售	002574.SZ	明牌珠宝	2023.03.03	关注函回复及披露

资料来源: Wind, 民生证券研究院

## 5 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 31 位和第 26 位 (2023.2.20-2023.2.24) .....	5
图 2: 电商服务板块下跌 1.81%, 跨境电商上涨 0.55% (2023.2.20-2023.2.24) .....	6
图 3: 化妆品板块下跌 3.27%, 个护用品板块上涨 3.20% (2023.2.20-2023.2.24) .....	6

## 表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级 .....	1
表 1: “38 节”李佳琦美妆直播预告——品牌及产品折扣力度统计 (低于 30%) .....	4
表 2: 重点板块本周涨跌幅一览 (2023.2.20-2023.2.24) .....	5
表 3: 本周商业贸易板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2023.2.24) .....	7
表 4: 本周医美美妆板块 A 股个股涨幅龙虎榜 (截至 2023.2.24) .....	7
表 5: 商业贸易板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2023.2.24) .....	8
表 6: 医美美妆板块 A 股个股资金净流入龙虎榜 (截至 2023.2.24) .....	8
表 7: 重点公司盈利预测及估值 (截至 2023.2.24) .....	13
表 8: 下周个股重要提示 (2023.02.27-2023.03.05) .....	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。	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