



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

韩束迈入全渠道进阶时代，爱美客 23 年业绩表现亮眼

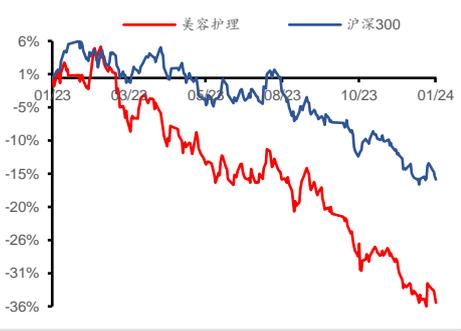
——美容护理行业周报（20240101-0105）

增持（维持）

行业：美容护理
日期：2024年01月07日

分析师：梁瑞
Tel: 021-53686409
E-mail: liangrui@shzq.com
SAC 编号: S0870523110001

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

- 《关注“头等大事”，防脱洗护市场升温》
——2024 年 01 月 01 日
- 《海龟爸爸获 L Catterton 投资，关注婴童护肤赛道》
——2023 年 12 月 24 日
- 《中央经济工作会议鼓励国货“潮品”发展，胶原蛋白赛道加速扩容》
——2023 年 12 月 17 日

主要观点

23 年化妆品行业稳中有进，日韩化妆品规模在中国市场同比下滑。2023 年中国化妆品行业整体规模为 7972 亿元，同比增长 5.2%。分渠道看，线上渠道市场份额达到 50.75%，反超线下渠道。其中，2023 年抖音平台化妆品销售额增幅达 47%、快手为 69.7%；而传统电商平台表现平淡，淘系和京东均有所下滑，分别下降 11.7%、14.8%。2023 年中国化妆品行业线下渠道销售额为 3926 亿元，同比微增 0.8%。从销售额同比来看，CS 渠道和百货渠道均为个位数增长，分别上升 2.1%、1.6%，KA 渠道出现了下滑，同比下降 15%。分国别看，欧美、日韩化妆品在国内市场规模均有下降，其中欧美化妆品规模-0.6%，日本化妆品规模-17%，韩国化妆品规模-26.1%。

天猫平台珀莱雅继续领跑国货护肤。2023 年 12 月天猫平台美容护肤/美体/精油类目 GMV 为 48.35 亿元。进入 TOP10 的国货品牌珀莱雅、薇诺娜、自然堂的 GMV 分别为 2.39、1.16、1.07 亿元。2023 年 12 月天猫彩妆/香水/美妆工具类目 GMV 为 28.05 亿元。12 月，圣罗兰蝉联天猫彩妆香水类目第一。国产品牌彩棠 GMV 为 5872.5 万元，在天猫彩妆香水类目中排列第四，超过迪奥、兰蔻、雅诗兰黛等国际品牌。

抖音平台韩束连续 3 个月 GMV 超 5 亿元。2023 年 12 月，抖音美妆（包含护肤、彩妆、香水、彩妆工具、美容个护仪器和美容美体医疗器械）GMV 同比增长 67.03%。护肤类目 GMV 同比上涨 59.39%。其中中国产品牌韩束 12 月 GMV 同比增长 585%，已经连续 3 个月 GMV 超 5 亿元。彩妆 GMV 同比增长 89.61%，TOP20 的品牌中 95% 为国产品牌，恋火品牌 12 月 GMV 为 5000-7500W，同比增长达到 125%。香水类目 GMV 同比增长 118.24%，美容仪类目 GMV 同比增长 26.44%。

快手平台国产品牌占据 top20 榜单。2023 年 12 月，快手美妆（包含护肤、彩妆、香水、彩妆工具、美容仪）GMV 为 24.26 亿元。其中，护肤类目 GMV 为 20.12 亿元，同比上涨 5.59%。TOP20 的品牌中 95% 为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 97.67%。彩妆 GMV 为 3.03 亿元，同比上涨 3.77%。TOP20 的品牌中 95% 为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 82.71%。

韩束重返线下渠道，迈入全渠道进阶时代

1 月 2 日，2024 韩束 CS 新品发布会在上美科技园盛大召开，CS 渠道专供新品、新模式、新服务等一系列重磅内容首次官宣。在抖音 2023 全

年美妆榜单中，韩束的GMV超33.4亿元，超过多数海内外大牌排列抖音美妆类目TOP1，并且抖音近30天平均复购率达到20.69%。产生超级品牌韩束的同时也产生了超级产品，截至目前，红蛮腰系列全渠道销量超587万套，在抖音美妆6大榜单中稳坐榜首，势能已经溢出至线下，红白蛮腰系列上架屈臣氏40天内销售额突破3000万元。

上美股份在大会上官宣CS新模式，力求“品牌力+产品力+服务力”三管齐下。从构建超级品牌、超级品质、超级性价比、超级利润、超级颜值、超级服务六个方面来实现品牌价值的真正落地。我们认为韩束在线上抖音渠道已经形成了较强的品牌势能，有望赋能线下渠道拓展。随着品牌进入全渠道进阶时代，预计市场份额有望进一步提升。

爱美客 2023 年度业绩表现亮眼，有望提振市场信心

公司发布《2023年度业绩预告》，公司预计2023年实现归母净利润18.1-19亿元，同比增长43%-50%；扣非净利润17.82-18.72亿元，同比增长49%-56%。经我们测算，2023年第四季度实现归母净利润3.92-4.82亿元，同比增长45%-78%；扣非净利润为3.86-4.76亿元，同比增长66%-105%。

公司持续加强客户的合作的深度和广度。公司积极关注市场变化，在学术端和运营端为下游医美机构提供高质量服务，更好的满足求美者的需求，提升与客户的合作深度。同时通过经销模式，进一步扩大公司产品覆盖的机构数量，提升与客户合作的广度。

产品端嗨体已经形成了较强的品牌力，濡白天使销售规模持续提升。公司的嗨体产品依托已有的品牌影响力，持续提升市场渗透率，获得更多医美机构和求美者的认可；公司的濡白天使产品自2022年投放市场以来，获得了很好的市场口碑，覆盖的机构数量和销售规模持续提升。

本周重点行业新闻及公司公告

- **爱美客：**发布《2023年度业绩预告》，公司预计2023年实现归母净利润18.1-19亿元，同比增长43%-50%，扣非净利润17.82-18.72亿元，同比增长49%-56%。
- **韩束：**召开2024年CS新品发布会，重回线下渠道
- **欧诗漫：**推出全新“珍珠奢华鎏金淡纹紧致系列产品”
- **金发拉比：**因涉及多项违法行为被罚没超260万元
- **彩棠：**官宣首位品牌大使陈都灵
- **毛戈平：**IPO状态目前已经显示为“终止”
- **华东医药：**发布《关于全资子公司收到浙江省高级人民法院受理案件通知书的公告》

■ 投资建议

我们认为长期医美渗透率有望持续提升逻辑不变，关注胶原蛋白有望

持续放量的**锦波生物**、医美龙头**爱美客**、可复美销售表现亮眼，医美产品在研的**巨子生物**、光电医美设备龙头**复锐医疗科技**、产品矩阵丰富的**华东医药**、童颜针进口医疗器械注册申请获受理且胶原蛋白在研的**江苏吴中**等。

我们认为化妆品渠道端流量分化，品牌端竞争加剧，头部品牌凭借品牌+渠道+产品+运营等多种优势有望持续领跑。关注国货美妆龙头**珀莱雅**、防晒剂龙头**科思股份**、有望边际改善的**贝泰妮**、**福瑞达**、**丸美股份**、**水羊股份**、**上美股份**、**上海家化**、**华熙生物**以及卡位婴童和驱蚊赛道**润本股份**等。

■ 风险提示

消费需求复苏不及预期；行业竞争加剧；行业政策监管趋严；新品推出不及预期；第三方数据统计口径差异风险等。

目录

1 本周主要观点	5
1.1 23 年化妆品行业稳中有进，日韩化妆品规模在中国市场同比下滑.....	5
1.2 韩束重返线下渠道，迈入全渠道进阶时代.....	6
1.3 爱美客 2023 年度业绩表现亮眼，有望提振市场信心.....	7
2 本周市场回顾	8
2.1 板块行情回顾.....	8
2.2 个股行情回顾.....	9
3 行业要闻及公告	10
3.1 重要行业新闻.....	10
3.2 重点公司公告.....	13
4 风险提示:	15

图

图 1: 韩束抖音 GMV	7
图 2: 韩束超级产品红蛮腰系列.....	7
图 3: 本周市场表现 (%)	8
图 4: 申万美容护理子行业表现 (%)	8
图 5: 申万一级行业表现 (%)	8
图 6: 美容护理 (申万) 指数成分股涨跌幅 (%)	9

1 本周主要观点

1.1 23 年化妆品行业稳中有进，日韩化妆品规模在中国

市场同比下滑

根据青眼情报的数据，2023 年中国化妆品行业整体规模为 7972 亿元，同比增长 5.2%。分渠道看，线上渠道市场份额达到 50.75%，反超线下渠道。各渠道市场份额占比中，淘系依旧为第一大渠道，其占比为 22.6%；其次是百货渠道、CS 渠道，分别占比 20.24%、18.43%。线上渠道中，合计规模为 4045.9 亿元，同比增长 9.96%。其中，最高是淘系化妆品，GMV 为 2001.5 亿元，其次抖音、快手、京东规模分别为 1683.7 亿元、405 亿元、383.3 亿元。其中，2023 年抖音平台化妆品销售额增幅达 47%、快手为 69.7%；而传统电商平台表现平淡，淘系和京东均有所下滑，分别下降 11.7%、14.8%。2023 年中国化妆品行业线下渠道销售额为 3926 亿元，同比微增 0.8%。其中百货渠道最高，销售额达到了 1613.8 亿元；其次为 CS 渠道，销售额为 1469.6 亿元。从销售额同比来看，CS 渠道和百货渠道均为个位数增长，分别上升 2.1%、1.6%，KA 渠道出现了下滑，同比下降 15%。分国别看，欧美、日韩化妆品在国内市场规模均有下降，其中欧美化妆品规模-0.6%，日本化妆品规模-17%，韩国化妆品规模-26.1%。

天猫平台珀莱雅继续领跑国货护肤。根据青眼情报的数据，2023 年 12 月天猫平台美容护肤/美体/精油类目 GMV 为 48.35 亿元。TOP20 品牌的 GMV 占该类目的 46.9%。TOP20 的品牌中 40% 为国产品牌，国产品牌占 TOP20 品牌总 GMV 的 35.88%，12 月欧莱雅获得天猫护肤类目品牌榜单第一。进入 TOP10 的国货品牌珀莱雅、薇诺娜、自然堂的 GMV 分别为 2.39、1.16、1.07 亿元。我们认为国产护肤类品牌在 2023 年 12 月持续发力，珀莱雅在 12 月份仍旧展现出强劲增长，超过多个国际品牌占据天猫平台美容护肤类榜单第二。2023 年 12 月天猫彩妆/香水/美妆工具类目 GMV 为 28.05 亿元。TOP20 品牌的 GMV 占该类目的 33.19%。TOP20 的品牌中 40% 为国产品牌，国产品牌占 TOP20 品牌总 GMV 的 35.41%。12 月，圣罗兰蝉联天猫彩妆香水类目第一。国产品牌彩棠 GMV 为 5872.5 万元，在天猫彩妆香水类目中排列第四，超过迪奥、兰蔻、雅诗兰黛等国际品牌。

抖音平台韩束连续 3 个月 GMV 超 5 亿元。根据青眼情报的数据，2023 年 12 月，抖音美妆（包含护肤、彩妆、香水、彩妆工具、美容个护仪器和美容美体医疗器械）GMV 同比增长 67.03%。其中，护肤类目 GMV 同比上涨 59.39%。TOP20 品牌的 GMV 占护肤类目的 24.92%。TOP20 的品牌中 35%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 33.15%。其中国产品牌韩束 12 月 GMV 同比增长 585%，已经连续 3 个月 GMV 超 5 亿元。彩妆 GMV 同比增长 89.61%。TOP20 品牌的 GMV 占彩妆类目的 26.48%。TOP20 的品牌中 95%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 93.37%。恋火品牌 12 月 GMV 为 5000-7500W，同比增长达到 125%。香水类目 GMV 同比增长 118.24%。TOP20 品牌的 GMV 占香水类目的 54.19%。TOP20 的品牌中 50%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 53.95%。美容仪类目 GMV 同比增长 26.44%。TOP20 品牌的 GMV 占美容仪类目的 79.16%。TOP20 的品牌中 65%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 65.2%。

快手平台国产品牌占据 top20 榜单。根据青眼情报的数据，2023 年 12 月，快手美妆（包含护肤、彩妆、香水、彩妆工具、美容仪）GMV 为 24.26 亿元。其中，护肤类目 GMV 为 20.12 亿元，同比上涨 5.59%。TOP20 品牌的 GMV 占护肤类目的 34.47%。TOP20 的品牌中 95%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 97.67%。彩妆 GMV 为 3.03 亿元，同比上涨 3.77%。TOP20 品牌的 GMV 占彩妆类目的 34.08%。TOP20 的品牌中 95%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 82.71%。香水类目 GMV 为 1906.1 万元，同比下滑 12.67%。TOP20 品牌的 GMV 占香水类目的 60.35%。TOP20 的品牌中 75%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 79.06%。美容仪类目 GMV 为 3147.8 万元，同比上涨 2310.05%。TOP20 品牌的 GMV 占美容仪类目的 87.44%。TOP20 的品牌中 90%为国产品牌，上榜的国产品牌 GMV 占 TOP20 品牌总 GMV 的 90.13%。

1.2 韩束重返线下渠道，迈入全渠道进阶时代

1 月 2 日，2024 韩束 CS 新品发布会在上美科技园盛大召开，CS 渠道专供新品、新模式、新服务等一系列重磅内容首次官宣。根据上美股份官方公众号，在抖音 2023 全年美妆榜单中，韩束的 GMV 超 33.4 亿元，超过多数海内外大牌排列抖音美妆类目 TOP1，

并且抖音近 30 天平均复购率达到 20.69%。产生超级品牌韩束的同时也产生了超级产品，截至目前，红蛮腰系列全渠道销量超 587 万套，在抖音美妆 6 大榜单中稳坐榜首，势能已经溢出至线下，红蛮腰系列上架屈臣氏 40 天内销售额突破 3000 万元。

上美股份在大会上官宣 CS 新模式，力求“品牌力+产品力+服务力”三管齐下。第一，构建超级品牌，持续进行科学传播和品牌营销，夯实韩束等同于国民品牌心智，线上势能溢出到线下。第二，推出高品质的四大 CS 专供系列产品——红石榴巨补水系列、积雪草舒缓盈润系列、光果甘草光感焕亮系列、红景天焕亮紧致系列，成为“市场补位刚需的硬通货”，实现超级品质。第三，极具性价比的供货价格，为消费者提供大牌平价好物，达到超级性价比。第四，为代理商带来具有诱惑力的利润来实现超级利润。第五，协助代理商打造极致精美包装、极致陈列、极致视觉，实现去 BA 化销售，打造超级颜值。第六，专业培训深度触达，提升团队战斗力，完成超级服务。上美股份从六个方面去实现品牌价值的真正落地。

图 1：韩束抖音 GMV



资料来源：上美股份官方公众号，上海证券研究所

图 2：韩束超级产品红蛮腰系列



资料来源：上美股份官方公众号，上海证券研究所

1.3 爱美客 2023 年度业绩表现亮眼，有望提振市场信心

公司发布《2023 年度业绩预告》，公司预计 2023 年实现归母净利润 18.1-19 亿元，同比增长 43%-50%；扣非净利润 17.82-18.72 亿元，同比增长 49%-56%。经我们测算，2023 年第四季度实现归母净利润 3.92-4.82 亿元，同比增长 45%-78%；扣非净利润为 3.86-4.76 亿元，同比增长 66%-105%。

公司持续加强客户的合作的深度和广度。公司积极关注市场变化，在学术端和运营端为下游医美机构提供高质量服务，更好的满足求美者的需求，提升与客户合作深度。同时通过经销模式，进一步扩大公司产品覆盖的机构数量，提升与客户合作的广度。

请务必阅读尾页重要声明

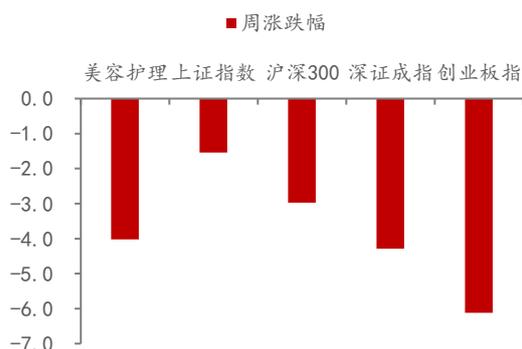
产品端嗨体已经形成了较强的品牌力，濡白天使销售规模持续提升。公司的嗨体产品依托已有的品牌影响力，持续提升市场渗透率，获得更多医美机构和求美者的认可；公司的濡白天使产品自 2022 年投放市场以来，获得了很好的市场口碑，覆盖的机构数量和销售规模持续提升。

2 本周市场回顾

2.1 板块行情回顾

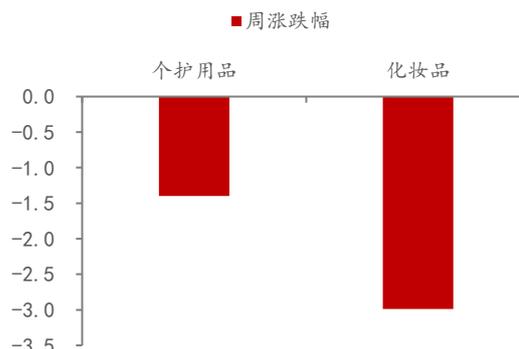
本周申万美容护理行业指数较上周-4.02%；板块整体跑输沪深 300 指数 1.05 个百分点。在 31 个申万一级行业中，美容护理排名第 25。本周美容护理各二级行业中，化妆品-2.99%，个护用品-1.40%。

图 3：本周市场表现 (%)



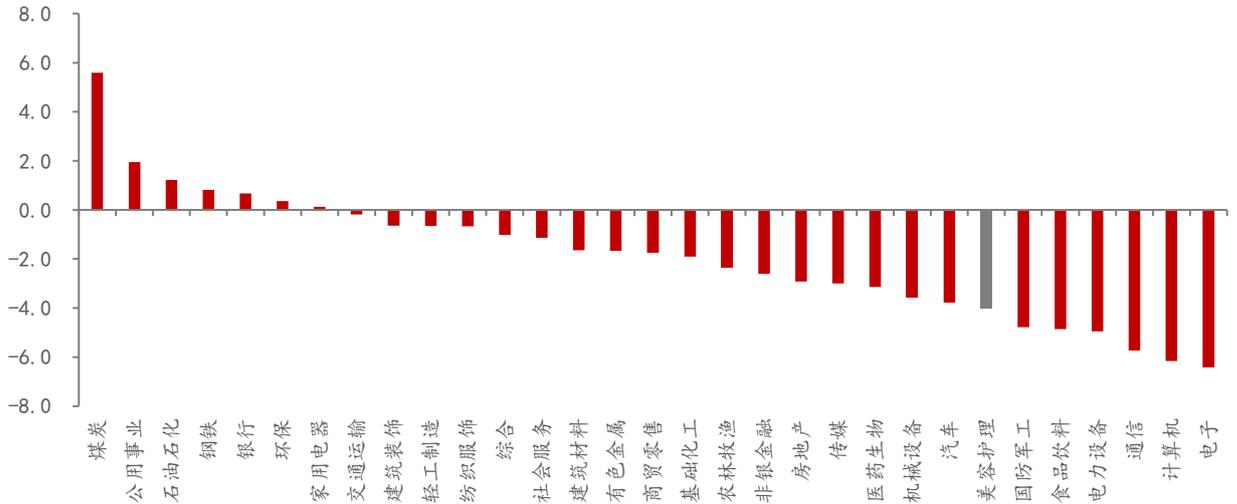
资料来源：iFind，上海证券研究所

图 4：申万美容护理子行业表现 (%)



资料来源：iFind，上海证券研究所

图 5：申万一级行业表现 (%)

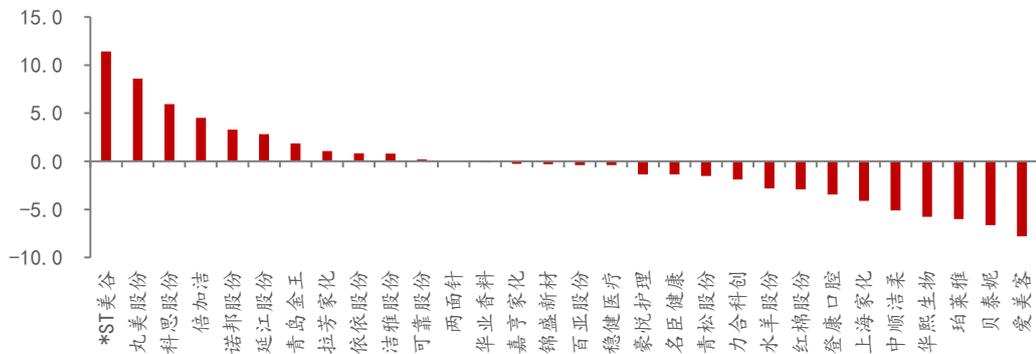


资料来源: iFind, 上海证券研究所

2.2 个股行情回顾

本周美容护理行业个股涨跌幅中, 排名前五的公司分别为*ST美谷、丸美股份、科思股份、倍加洁、诺邦股份; 排名后五的个股为爱美客、贝泰妮、珀莱雅、华熙生物、中顺洁柔。

图 6: 美容护理 (申万) 指数成分股涨跌幅 (%)



资料来源: iFind, 上海证券研究所

3 行业要闻及公告

3.1 重要行业新闻

1. 欧诗漫推出“珍珠+抗衰”新品——珍珠奢华鎏金淡纹紧致系列产品

近日，欧诗漫推出全新“珍珠奢华鎏金淡纹紧致系列产品”，该系列中包含了洁面乳、紧肤水、精华液、紧颜乳、紧致面霜、紧致眼霜等 7 个 SKU，旨在帮助消费者对抗肌肤深层老化痕迹。该系列中添加了由品牌自研的珍珠原料——珍珠醇粹的同时，还添加了品牌定制的淡纹黑科技——三重高浓度活性肽 AAW3 臻颜肽。（青眼）

2. LVMH 集团旗下高端彩妆品牌贝玲妃天猫、抖音、京东三大官方旗舰店发闭店公告

近日，LVMH 集团旗下高端彩妆品牌贝玲妃天猫、抖音、京东三大官方旗舰店齐发闭店公告，宣布即将结束运营，2024 年 1 月 28 日后不再接受新订单。目前，贝玲妃天猫旗舰店粉丝数为 136 万，产品价格范围为 125 元-455 元，共有 37 个 SKU，产品类型包括面部底霜、眉笔、腮红等，其中共有三款产品近一年销售量破万，售价在 165 元至 300 元间的蒲公英胭脂蜜粉套装、125 元至 455 元的反孔精英面部底霜销量均突破两万。（青眼）

3. 毛戈平化妆品股份有限公司以 5.93 亿元的成交价格购买望江商地

近日，毛戈平化妆品股份有限公司以 5.93 亿元的成交价格拿下杭州婺江路地铁站地铁口、比邻 K11 的望江商地。根据望江地块的投资开发协议，该地块要求竞得者自持 50%用于设立全国总部（化妆品研发、销售）项目建设，未来项目年营收不低于 20 亿元，年税收不低于 4 亿元，评价期 5 年。（青眼）

4. 美妆博主 Jaclyn Hill 宣布她的同名美妆品牌 jaclyn cosmetics 关闭

1 月 1 日，元祖级美妆博主 Jaclyn Hill 在 Instagram 上宣布，她的同名美妆品牌 jaclyn cosmetics 在“可预见的未来”关闭。2023 年 1 月，jaclyn cosmetics 的母公司 Forma Brands 因销售

未达预期和债务增加而进入破产保护程序。2023年3月，Forma Brands 与贷款方达成收购协议，以换取 6.9 亿美元（约合人民币 49.32 亿元）的债务减免。（青眼）

5. The Body Shop 完成全系列产品纯素认证

1月3日，The Body Shop 宣布，其全部产品配方组合均已通过纯素协会的认证，成为首个在护肤、身体护理、护发、化妆品和香水等所有系列产品中均采用 100%纯素产品配方的全球美妆品牌。同时，The Body Shop 是首家反对化妆品动物测试的美容零售商。该品牌表示，在 2024 年将进一步扩大纯素产品的范围，新产品最早将于 1 月上架，包括 Full Flowers 高级香水系列和薄荷系列。（青眼）

6. 美发工具制造、零售商 Fromm International 被 Firelight Capital Partners 收购

近日，创立于 1907 年的美发工具制造、零售商 Fromm International 被 Firelight Capital Partners 收购，交易条款暂未披露。Fromm International 自 1907 年成立以来一直由 Simon-Johnson 家族持有，是一家致力于为专业沙龙人士和大众消费者提供美容产品的销售商，旗下拥有 The Hair Edit、Fromm Pro 和 Diane 等品牌，其中，Diane 和 Fromm Pro 主要在专业沙龙渠道销售，而 The Hair Edit 则是 Ulta Beauty 的合作伙伴。（青眼）

7. 金发拉比因涉及多项违法行为被罚没超 260 万元

近日，金发拉比发布公告称，公司 12 月 28 日收到汕头市金平区市场监督管理局出具的《行政处罚决定书》，其中涉及公司未按普通化妆品备案的配方比例组织生产、生产投料时间与备案的实际工艺不符、生产质量管理体系存在其他问题、生产不符合技术规范的化妆品、发布虚假广告。汕头市金平区市场监督管理局决定责令金发拉比改正违法行为，并决定没收“贝比拉比蛋黄油” 1779 瓶；没收违法所得 11.57 万元；处罚款 249.12 万元。以上罚没款合计 260.69 万元，上缴国库。（青眼）

8. 苏州极易科技股份有限公司完成超亿元 Pre-IPO 轮融资

1月4日，苏州极易科技股份有限公司宣布完成超亿元 Pre-IPO 轮融资。本次融资主要用于数据运营与数字零售技术研发中心建设、AI Agent 和品牌资产管理业务发展、丝路电商和产业互

联网服务开拓等。极易科技是一家具有国际视野和全球服务能力的电商综合运营服务商与数字零售解决方案供应商，以京东国际为主要平台和重要起点，助力众多海外品牌加速进入中国市场。

（青眼）

9. 个护品牌水之蔻完成数千万融资

1月4日，青锐创投宣布，已于近期完成了对功效型个人护理品牌水之蔻的数千万元A轮独家投资。本轮融资将用于品牌建设、产品研发、产品线拓展、供应链建设等项目。水之蔻是一个功效型个人护理品牌，目前已完成线上渠道全覆盖，在线下渠道，已和屈臣氏、KKV、调色师等多个线下零售品牌达成合作。（青眼）

10. 毛戈平 IPO 终止

1月4日，据上交所官网披露，毛戈平化妆品股份有限公司的IPO状态目前已经显示为“终止”。文件显示，上交所于2023年3月3日依法受理了毛戈平公司首次公开发行股票并在主板上市的应用文件，并按照规定进行了审核。日前，毛戈平公司向上交所提交了《毛戈平化妆品股份有限公司关于撤回首次公开发行股票并在主板上市申请文件的申请》，申请撤回申请文件。据此前招股书显示，毛戈平公司原拟募资11.21亿元。其中约8亿计划投入到渠道建设及品牌推广项目，9700万用于研发中心建设项目，剩余部分则投入到信息系统升级项目和形象设计培训机构建设项目之中。（青眼）

11. 珀莱雅彩妆品牌彩棠官宣首位品牌大使

1月3日，珀莱雅股份旗下“专为中国面孔定制”的专业化妆师品牌彩棠，官宣演员陈都灵成为首位品牌大使。

12. 花西子获得 2023 国际 CMF 设计金奖及“2022 年度中国化妆品行业品牌——唇部产品类”大奖

近日，国际 CMF 设计奖公布了 2023 年度获奖名单，花西子隐园限定「刺绣系列产品」获得金奖。于 2017 年设立的国际 CMF 设计奖 CMF DESIGN AWARD，是专注于 CMF（色彩、材料、工艺、图纹）的专门奖项。同时前不久举行的 2023 中国香料香精化妆品行业年会暨高质量发展大会上，花西子获“2022 年度中国化妆品行业品牌——唇部产品类”大奖。中国香料香精化妆品工业协会成立至今近 40 年，是行业内公认的权威协会，其开展的

“中国化妆品行业品牌评价活动”以极高的专业度和权威性获得业内广泛认可。（化妆品观察 品观）

13. 国产科技护肤品牌 KEYiN 获得品牌管理公司若羽臣千万元级融资

国产科技护肤品牌 KEYiN 获得品牌管理公司若羽臣千万元级融资，此轮资金主要用于产品研发和品牌推广，KEYiN 也曾获得若羽臣的天使轮融资。（医美行业观察）

3.2 重点公司公告

【爱美客】发布《2023年度业绩预告》，公司预计2023年实现归母净利润 18.1-19 亿元，同比增长 43%-50%，扣非净利润 17.82-18.72 亿元，同比增长 49%-56%。

【华东医药】发布《关于全资子公司收到浙江省高级人民法院受理案件通知书的公告》，全资子公司杭州中美华东制药有限公司于近日向浙江高院就被告青海珠峰冬虫夏草原料有限公司、青海珠峰冬虫夏草药业有限公司、杭州华东武林大药房有限公司侵害发明专利权纠纷一案提起民事诉讼。

【贝泰妮】发布《关于回购公司股份进展的公告》，截至2023年12月31日，云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份 1,539,500 股，占公司目前总股本的 0.3634%，最高成交价为 78.00 元/股，最低成交价为 63.99 元/股，支付的总金额为 109,838,205.82 元（不含交易费用）。

【科思股份】发布《关于2023年第四季度可转换公司债券转股情况的公告》，“科思转债”（债券代码：123192）转股期限为2023年10月19日至2029年4月12日，最新转股价为人民币 52.03 元/股。2023年第四季度，共有 7,027 张“科思转债”完成转股（票面金额共计人民币 702,700.00 元），合计转为 13,487 股“科思股份”股票（股票代码：300856），截至2023年第四季度末，公司剩余可转换公司债券为 7,242,151 张，剩余票面总金额为人民币 724,215,100.00 元。

【拉芳家化】发布《关于回购公司股份的进展公告》，截止2023年12月31日，拉芳家化股份有限公司通过集中竞价交易方式已累计回购公司股份数量为93,000股，占公司目前总股本的比例为0.0413%，回购成交最高价为15.22元/股，回购成交最低价为15.03元/股，支付总金额为1,408,870.00（不含印花税、交易佣金等交易费用）。

【倍加洁】发布《关于2021年股票期权激励计划2023年第四季度自主行权结果暨股份上市公告》，倍加洁集团股份有限公司2021年股票期权激励计划首次授予股票期权第一个行权期可行权股票期权数量为531,300份，行权有效期为2023年2月27日至2023年12月28日，行权方式为自主行权。2023年第四季度股票期权激励对象行权且完成股份过户登记的数量为149,620股，占该期可行权股票期权总量的28.16%；截至2023年12月31日，累计行权且完成股份过户登记的数量为448,700股，占该期可行权股票期权总量的84.45%。

【珀莱雅】发布《珀莱雅化妆品股份有限公司可转债转股结果暨股份变动公告》，珀莱转债自2022年6月14日开始转股，截至2023年12月31日，累计共有人民币924,000元珀莱转债转换为珀莱雅化妆品股份有限公司A股股票，因转股形成的股份数量为6,638股，占可转债转股前公司已发行股份总额的0.0024%，截至2023年12月31日，尚未转股的珀莱转债金额为人民币750,789,000元，占珀莱转债发行总量的99.8771%。

【水羊股份】发布《关于2023年第四季度可转换公司债券转股情况的公告》，水羊转债（债券代码：123188）转股期限为2023年10月11日至2029年4月3日，最新有效的转股价格为人民币13.61元/股。2023年第四季度，共有353张“水羊转债”（票面金额人民币35,300元）完成转股，合计转成2,588股“水羊股份”股票，截至2023年第四季度末，公司剩余可转债票面总金额为人民币694,951,700元。

【佩蒂股份】发布《2023年第四季度可转换公司债券转股情况公告》，佩蒂转债转股期起止日期为2022年6月28日至2027年12月21日，当前有效转股价格：人民币17.83元/股。2023年第四季度，共有43张佩蒂转债（票面金额合计4,300.00元）完成转股，合计转换成本公司股票241股，截至2023年第四季度末，

共有 1,751 张佩蒂转债完成转股，票面金额合计 175,100.00 元，合计转成本公司股票 9,814 股，尚存续 7,198,249 张，票面总金额人民币 719,824,900.00 元。

【中顺洁柔】发布《关于 2022 年股票期权与限制性股票激励计划预留授予股票期权登记完成的公告》，经深圳证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，中顺洁柔纸业股份有限公司已完成 2022 年股票期权与限制性股票激励计划预留授予股票期权的登记工作，预留授予登记数量为 150.00 万份，预留授予登记人数为 131 人，股票期权登记完成日期为 2024 年 1 月 8 日。

【昊海生科】发布《上海昊海生物科技股份有限公司关于以集中竞价交易方式回购公司 A 股股份的进展公告》，截至 2023 年 12 月 31 日，上海昊海生物科技股份有限公司已累计回购公司 A 股股份 1,089,486 股，占公司总股本 171,477,258 股的比例为 0.64%，最高成交价为 113.50 元/股，最低成交价为 96.19 元/股，成交总金额为人民币 117,145,262.95 元（不含印花税、交易佣金等交易费用）。

4 风险提示：

消费需求复苏不及预期；行业竞争加剧；行业政策监管趋严；新品推出不及预期；第三方数据统计口径差异风险等。

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

股票投资评级：	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
行业投资评级：	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

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。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。