



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

双十一大促收官，美妆表现良好

——美容护理行业周报（20241111-1115）

增持（维持）

行业：美容护理

日期：2024年11月17日

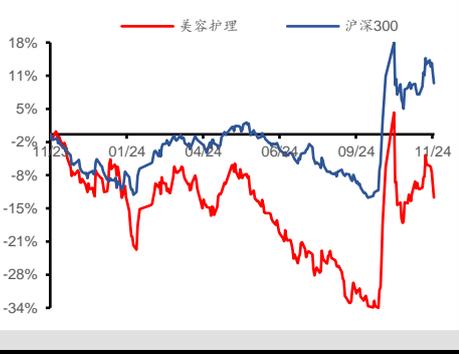
分析师：梁瑞

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：

《美妆业绩分化加剧，医美稳健增长》

——2024年11月03日

《关注业绩表现亮眼标的》

——2024年10月27日

《国货双十一表现亮眼，水羊收购美国高奢品牌 RéVive》

——2024年10月20日

主要观点

淘天等综合电商同比增长超20%，抖音等直播电商延续高增。根据星图数据，各平台大促起始日期至11月11日23:59，综合电商平台、直播电商平台累积销售额为14418亿元，同比增长26.6%。其中，综合电商平台（其中天猫不含点淘）总计销售额为11093亿元，同比增长20.1%。天猫占据销额榜首。直播电商销售额为3325亿元，同比增长54.6%。2024年双十一期间，综合电商平台（含点淘）个护美妆销售额963亿元，占比8.2%，同比增长22.5%。全网美容护肤总销售额为715亿元，香水彩妆总销售额为237亿元。

头部国货品牌和国际大牌表现较好。(1) 天猫：24年双11周期，天猫美妆赛道成交额破亿元品牌数达79个。天猫官方公布的“2024天猫美妆双11品牌成交总榜”（2024年10月21日20:00-11月11日24:00）显示，TOP20中仅有珀莱雅、薇诺娜、可复美、自然堂四个国货品牌上榜，其中珀莱雅蝉联榜首。国际大牌深耕会员群体并积极布局淘内直播渠道，巴黎欧莱雅、兰蔻、雅诗兰黛、海蓝之谜、修丽可、赫莲娜、玉兰油、肌肤之钥等稳居榜单前列。(2) 抖音：52个品牌销售额破亿，国货占比64%。根据C2CC新传媒、蝉妈妈数据，抖音双11（10月18日—11月11日）美妆榜单中，韩束位列TOP1，2个红蛮腰礼盒链接销售额超1亿；珀莱雅、可复美、自然堂、薇诺娜分别位列第2/5/7/9。

品牌战报：

珀莱雅：(1) 珀莱雅品牌：GMV天猫同比增长10%+，抖音GMV同比增长60%+，京东同比增长30%+。(2) 彩棠：天猫同比增长30%+，抖音同比-30%，京东同比增长190%+。单品三色修容盘、三色遮瑕盘、三色腮红盘表现亮眼。(3) Off & Relax：天猫美发护发类目双店首日成交额超23年双十一全时段，双店GMV同比增长150%+。抖音双店GMV同比增长450%+，京东双店GMV同比增长200%+。明星单品OR蓬松洗发水销量超40万。(4) 悦芙媞：天猫GMV同比增长20%+，抖音GMV同比持平，京东GMV同比增长80%+，拼多多GMV同比增长100%+。

巨子生物：(1) 可复美：线上全渠道全周期GMV同比增长80%+，天猫GMV同比增长50%+，抖音同比增长100%+，京东同比增长200%+，唯品会同比增长100%+。重组胶原蛋白敷料、胶原棒、焦点面霜、秩序点痘棒等单品表现优异。线下，可复美全系列化妆品登陆中国香港万宁，布局西安、成都、重庆等多家品牌体验店。(2) 可丽金：线上全渠道全周期GMV同比增长150%+，天猫GMV同比增长100%+，抖音同比增长500%+，京东同比增长200%+，唯品会同比增长100%+。单品可丽金胶卷面霜、胶卷眼霜、胶原大膜王、嘭嘭次抛表现突出。

上美股份：(1) 韩束：销售总额同比增长超44%。抖音总销售额超11亿元，双十一当天总销售额超1.8亿元，品牌自播榜第一。天猫销售总额同比增长超57%，京东销售总额同比增长超115%。新品X肽超频霜天猫销量达到12.5万件，天猫面霜新品榜top2。红蛮腰系列销量长

红，天猫礼盒装面部护理套装热销榜top3，拼多多品牌面部护理套装新品榜top1。(2) NEW PAGE 一页：双十一线上全渠道GMV突破1亿元，同比增长238%。天猫GMV同比增长211%，开局3h超23年整个双十一。抖音GMV同比增长293%，京东同比增长200%。单品一页蛋黄油面霜全网销售38万+瓶。(3) 安敏优：多渠道销售总额同比增长超154%，明星新品青蒿舒缓特护精华液和青蒿密集修护精华液势头强劲。

■ 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，关注可复美销售表现亮眼，医美产品在研的**巨子生物**、医美龙头**爱美客**、胶原蛋白有望持续放量的**锦波生物**、AestheFill 成功获批且胶原蛋白在研的江苏吴中、产品矩阵丰富的**华东医药**，医美终端机构**美丽田园医疗健康**、**朗姿股份**等。

我们认为化妆品渠道端流量分化，品牌端竞争加剧，头部国货品牌凭借品牌+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**、韩束持续放量的**上美股份**、防晒剂龙头**科思股份**、卡位婴童和驱蚊赛道**润本股份**；有望边际改善的**丸美股份**、**福瑞达**、**贝泰妮**、**水羊股份**、**上海家化**、**华熙生物**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。

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。