



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

微信小店开启“送礼物”功能灰测，巨子生物骨修复材料 III 类证获批

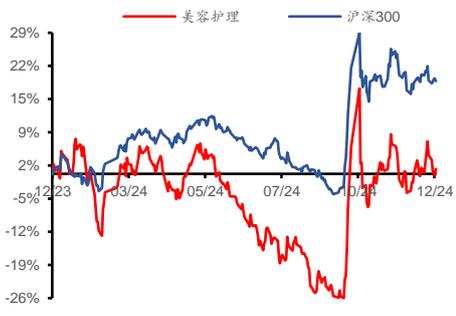
——美容护理行业周报（20241216-1220）

增持（维持）

行业：美容护理
日期：2024年12月22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：

- 《毛戈平登陆港交所，关注国货高端美妆品牌》
——2024 年 12 月 15 日
- 《首批射频美容仪获证，新氧布局医美全产业链》
——2024 年 12 月 01 日
- 《双十一大促收官，美妆表现良好》
——2024 年 11 月 17 日

➤ 主要观点

微信小店开启“送礼物”功能灰度测试，美妆品牌有望受益

12月19日，微信团队公告称，微信小店正式开启“送礼物”功能的灰度测试。根据公告，目前除珠宝、教育培训这两大类的商品外，其他类目的微信小店，只要原价不超过1万元的商品，都将默认支持“送礼物”功能。

送礼物功能简化了送礼流程，也通过微信的强社交属性为用户提供了天然的分享与互动场景。从送礼路径看，选择店铺进去后，选你想要送给朋友的礼物，然后你会看到“送给朋友”字样；点击送给朋友，勾选同意，并付款，然后去赠送；赠送后，消息会发送给好友，好友只要填写地址，微信小店就会安排发货；收下礼物前，好友可以选择更换礼物商品下价格相同的其他款式，确认“收下礼物”后将无法更换款式。同时，收下礼物后，将拥有订单管理权，可在“微信>我>订单与卡包”查看相关订单；好友如果没有领取礼物的话，24小时内会退款。

微信生态本身拥有雄厚的用户基础和流量渠道优势，微信小店与视频号、社群裂变、搜索自然结合形成直播电商、社交电商、货架电商等模式。我们认为美妆品牌微信小店可以借助礼物赠送这一功能，通过社交链接触达更多消费者；并且对于品牌端，在商品SKU或者善用礼物赠送这个场景备货，预计能够提升用户的消费频次，增加粘性。我们认为当前时点圣诞、元旦、春节、情人节等重要送礼节点逐渐来临，具有送礼属性的美妆品牌有望受益。

巨子生物：获得骨修复材料III类证，且“注射用重组胶原蛋白填充剂”获医疗器械优先审批

12月17日，巨子生物获得骨修复材料III类医疗器械注册证。该骨修复材料针对牙颌骨、牙槽骨缺损填充和修复需求，构建了与人骨缺损修复匹配的有机无机复合材料，其无机成分为羟基磷灰石颗粒，与人骨骼主要无机成分一致，有机成分为大分子多糖，通过构筑羟基磷灰石颗粒宏孔和微孔并对其表面进行特定修饰形成三维材料，为新骨形成提供支架及与之匹配的微环境。该复合材料既能快速塑形不塌陷起到支撑作用，又具有引导骨再生的高效修复作用，加快愈合进程。骨修复材料的上市，为骨缺损患者和医生提供了新的可供选择的临床新产品和治疗手段。

12月5日，国家药品监督管理局医疗器械技术审评中心（CMDE）发布《医疗器械优先审批申请审核结果公示（2024年第17号）》显示，巨子生物的“注射用重组胶原蛋白填充剂”属于“列入国家重点研发计划的医疗器械”，符合优先审批情形的项目，拟定予以优先审批。根据国家食品药品监督管理总局，在2016年10月26日发布的《关于医疗器械优先审批程序的公告》，对确定予以优先审批的项目，国家食品药品监督管理总局将全环节加快审评审批效率，优先进行技术审评，优先安排医疗器械注册质量管理体系核查，优先进行行政审批，缩短产

品上市时间，保证相应成果和产品能够尽快应用于临床使用。因此巨子生物注射用重组胶原蛋白填充剂获得优先审批，有助于缩短产品审评审批时间，加快该产品上市进程。

11月社零同比+3%，受双十一错期影响化妆品社零增速承压

11月份，社零总额43763亿元，同比增长3.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额38998亿元，增长2.5%。1-11月份，社零总额442723亿元，同比增长3.5%。其中，除汽车以外的消费品零售额397960亿元，增长3.7%。

按消费类型分，11月份，商品零售额37961亿元，同比增长2.8%；餐饮收入5802亿元，增长4.0%。1-11月份，商品零售额392554亿元，增长3.2%；餐饮收入50169亿元，增长5.7%。1-11月份，全国网上零售额140308亿元，同比增长7.4%。其中，实物商品网上零售额118059亿元，增长6.8%，占社会消费品零售总额的比重为26.7%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.2%、2.8%、6.3%。

分品类看，化妆品类11月社零为434亿元，同比-26.4%，1-11月社零总额为4015亿元，同比-1.3%。化妆品消费总体承压，预计更多消费政策出台后行业有望受益。

■ 投资建议

我们认为长期医美渗透率有望继续提升逻辑不变，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。关注国货高端美妆品牌毛戈平，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生物、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。