

化妆品成交额同比+37%，润百颜、御泥坊表现亮眼

——7月化妆品电商数据跟踪

行业核心观点：

7月受益于化妆品消费热情持续，国内化妆品销售继续维持高增速，淘系平台化妆品（含美容护肤类和彩妆类）成交额为180.21亿元，同比+37%，在电商618促销使得6月成交额高基数的背景下，7月数据环比-33%。其中美容护肤类同比+33%；彩妆类同比+46%。上市公司主品牌中，润百颜、御泥坊、玉泽增速亮眼。近年来，由于颜值时代下，美妆需求日益增长，加之国潮风起、新兴营销手段的推广，虽行业前段时间受疫情影响，但高增长态势不会改变，随着疫情形势放缓，预计消费升级趋势下美妆行业景气度还将持续提升。维持行业“强于大市”投资评级。建议关注积极拓展品牌和品类矩阵、注重多元化营销以及全渠道布局的A股化妆品公司。

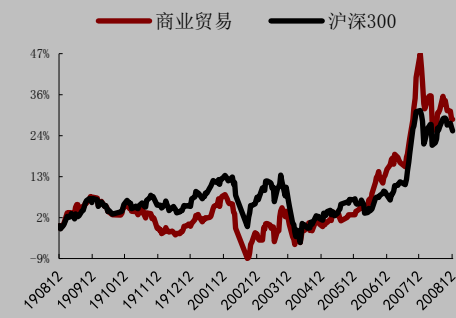
投资要点：

- **行业数据跟踪：**淘系平台化妆品（含美容护肤类和彩妆类）成交额为180.21亿元，环比-33%，同比+37%。其中美容护肤类成交额为124亿元，同比+33%；彩妆类成交额为56亿元，同比+46%。
- **国际大牌方面，HR 同比提升明显。**7月淘系全网和天猫官方旗舰店成交额靠前的品牌依次为雅诗兰黛（3.09亿元/0.98亿元，同比+128%/+40%）、兰蔻（2.44亿元/0.91亿元，同比+112%/+19%）、SK-II（1.80亿元/0.72亿元，同比+56%/+10%）、YSL（1.39亿元/0.66亿元，同比+45%）。其中，HR 销售额同比大幅提升210%/193%。
- **国内品牌方面：**
 - **上市公司品牌：**（1）主品牌方面，润百颜、御泥坊增速亮眼。7月淘系全网与天猫官方旗舰店成交额同比增速最高的主品牌是华熙生物旗下润百颜（同比+648%/+867%），其次为御家汇旗下的御泥坊（同比+168%/+195%）、上海家化旗下的玉泽（同比+76%/+69%）、丸美（同比+14%/+12%）、珀莱雅（同比-19%/-34%）。（2）在跟踪的22个品牌中，淘系全网数据中华熙生物旗下夸迪（同比+9519%）、上海家化旗下启初（同比+586%）与御家汇旗下花瑶花（同比+213%）增速明显，天猫旗舰店数据中御家汇旗下御MEN（833万元，同比+656%）与花瑶花（118万元，同比+206%）增速明显。
 - **主要非上市公司品牌方面：**淘系全网数据中林清轩和一叶子成交额同比增速表现亮眼（+379%/+266%）；天猫旗舰店数据中，林清轩、花西子、毛戈平成交额同比增速表现亮眼（+406%/+166%/+144%）。
- **风险因素：**第三方数据统计存在误差、市场竞争加剧、本土品牌高端化不及预期、质量安全。

强于大市（维持）

日期：2020年08月13日

商业贸易行业相对沪深300指数表



数据来源：WIND, 万联证券研究所

数据截止日期：2020年08月12日

相关研究

万联证券研究所 20200810_行业周观点_AAA_商贸零售行业周观点报告

分析师：陈雯

执业证书编号：S0270519060001

电话：18665372087

邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理：李滢

电话：15521202580

邮箱：liying1@wlzq.com.cn

每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码

关注公众号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



目录

1、化妆品行业数据跟踪.....	4
2、重点品牌数据跟踪.....	8
2.1 国际大牌销售表现.....	8
2.2 国内品牌销售表现.....	10
2.2.1 上市公司主品牌天猫官方旗舰店 7 月销售表现.....	10
2.2.2 非上市公司主品牌天猫官方旗舰店 7 月销售表现.....	19
3、投资建议.....	20
4、风险提示.....	20

图表 1：淘系平台近期美容护肤类成交额及环比增速	4
图表 2：淘系平台近期彩妆类成交额及环比增速	4
图表 3：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类成交额及同比增速	4
图表 4：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类销量及同比增速	5
图表 5：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类单价及同比增速	5
图表 6：淘系平台近期乳液/面霜成交额及环比增速	5
图表 7：淘系平台近期面膜成交额及环比增速	5
图表 8：淘系平台近期眼部护理类成交额及环比增速	6
图表 9：淘系平台近期面部精华成交额及环比增速	6
图表 10：淘系平台近期防晒类成交额及环比增速	6
图表 11：淘系平台近期男士护理成交额及环比增速	6
图表 12：淘系平台近期美容护肤类细分成交额及同比增速	6
图表 13：淘系平台近期美容护肤类细分销量及同比增速	7
图表 14：淘系平台近期美容护肤类细分单价及同比增速	7
图表 15：淘系平台近期眼部彩妆类成交额及环比增速	7
图表 16：淘系平台近期面部彩妆类成交额及环比增速	7
图表 17：淘系平台近期唇部彩妆类成交额及环比增速	8
图表 18：淘系平台彩妆子品类销量及环比增速	8
图表 19：淘系平台彩妆子品类单价及环比增速	8
图表 20：主要国际品牌淘系全网 7 月销售额（万元）和销量（万件）	9
图表 21：主要国际品牌天猫旗舰店 7 月销售额（万元）和销量（万件）	9
图表 22：主要上市公司淘系全网 7 月销售额（万元）和销量（万件）	10
图表 23：主要上市公司天猫旗舰店 7 月销售额（万元）和销量（万件）	11
图表 24：上海家化 7 月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速	12
图表 25：上海家化 7 月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速	12
图表 26：7 月玉泽天猫旗舰店分品类成交额占比.....	12
图表 27：7 月佰草集天猫旗舰店分品类成交额占比.....	12
图表 28：7 月启初天猫旗舰店分品类成交额占比.....	13
图表 29：7 月高夫天猫旗舰店分品类成交额占比.....	13
图表 30：珀莱雅 7 月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速	13
图表 31：珀莱雅 7 月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速	13

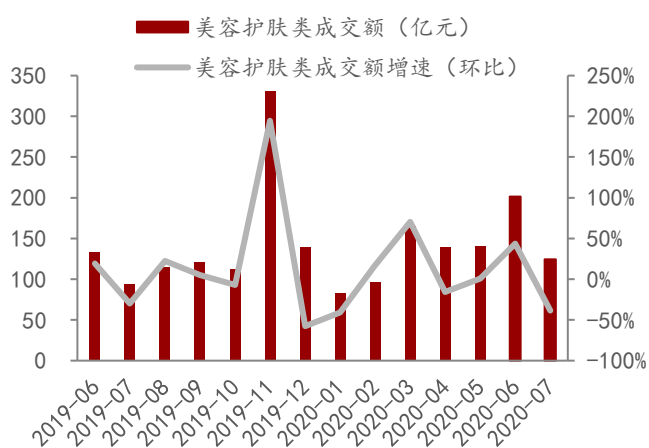
图表 32: 7 月珀莱雅天猫旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 33: 7 月韩雅天猫旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 34: 7 月优资莱天猫旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 35: 7 月悦芙媞天猫旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 36: 7 月猫语玫瑰天猫旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 37: 7 月悠雅天猫旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 38: 7 月缇芝天猫旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 39: 丸美 7 月天猫旗舰店成交额 (万元) 及同比增速	15
图表 40: 丸美 7 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	15
图表 41: 丸美 7 月天猫旗舰店单价 (元) 及同比增速	16
图表 42: 7 月丸美天猫旗舰店分品类成交额占比.....	16
图表 43: 7 月恋火天猫旗舰店分品类成交额占比.....	17
图表 44: 7 月春纪天猫旗舰店分品类成交额占比.....	17
图表 45: 御家汇 7 月天猫旗舰店成交额 (万元) 及同比增速	17
图表 46: 御家汇 7 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	17
图表 47: 7 月御泥坊天猫旗舰店分品类成交额占比.....	18
图表 48: 7 月小迷糊天猫旗舰店分品类成交额占比.....	18
图表 49: 7 月御 MEN 天猫旗舰店分品类成交额占比.....	18
图表 50: 7 月 HPH 天猫旗舰店分品类成交额占比.....	18
图表 51: 7 月花瑶花天猫旗舰店分品类成交额占比.....	18
图表 52: 润百颜 7 月天猫旗舰店分品类成交额占比	19
图表 53: 夸迪 7 月天猫旗舰店分品类成交额占比	19
图表 54: 主要非上市公司品牌淘系全网 7 月销售额 (万元) 和销量 (万件) ...	19
图表 55: 主要非上市公司品牌天猫旗舰店 7 月销售额 (万元) 和销量 (万件) .	20

1、化妆品行业数据跟踪

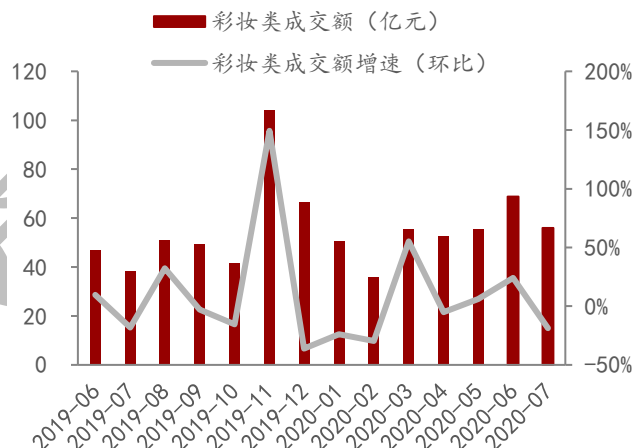
总体：7月淘系平台化妆品成交额为180.21亿元，同比+37%。

2020年7月，淘系平台化妆品（含美容护肤类和彩妆类）成交额为180.21亿元，环比-33%，同比+37%。其中，美容护肤类（含美容护肤/美体/精油，下同）成交额为124亿元，环比-38%，同比+33%；彩妆类（含彩妆/香水/美妆工具，下同）成交额为56亿元，环比-19%，同比+46%。

图表1：淘系平台近期美容护肤类成交额及环比增速



图表2：淘系平台近期彩妆类成交额及环比增速

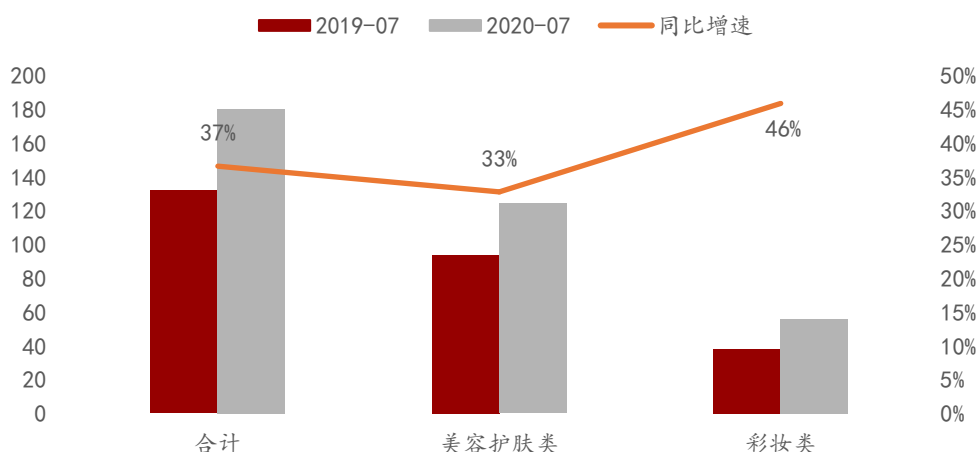


资料来源：淘系平台、万联证券研究所

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

注：淘系平台的数据可能存在统计误差，仅供趋势参考，下同。

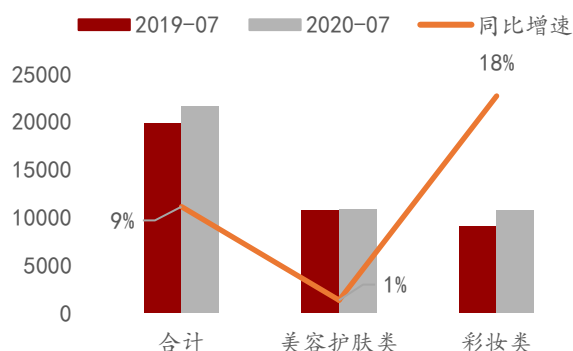
图表3：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类成交额及同比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

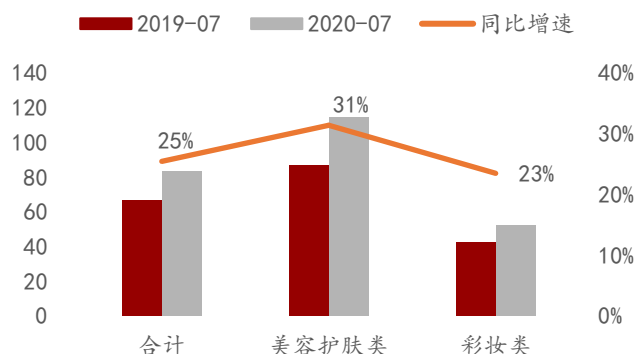
将成交额拆分成销量及单价来看，美容护肤类销售额的同比+33%主要是因为其销量同比+1%，单价同比+31%；彩妆类同比+46%主要是因为其销量同比+18%，单价同比+23%。

图表4：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类销量及同比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表5：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类单价及同比增速



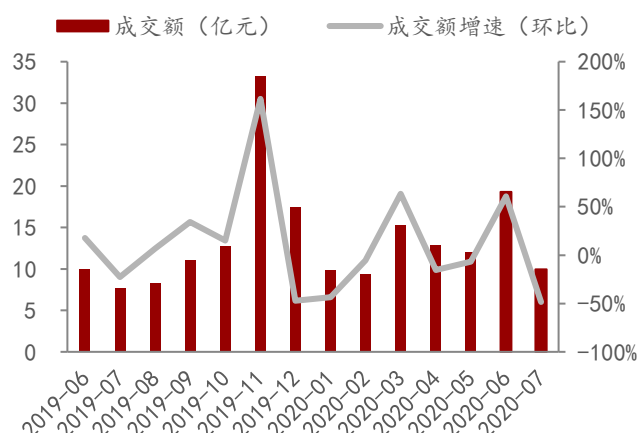
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

细分：美容护肤类中面膜成交额最高，彩妆类中面部彩妆表现最好

美容护肤类：除眼部护理与男士护理外，其余品类的成交额同比均有所上升。在美容护肤类中重点子领域中，成交额最高的为面膜，成交额达21.33亿元，环比-34%，同比+20%。其后依次为面部精华（15.77亿元，环比-47%）、乳液/面霜（9.96亿元，环比-48%，同比+30%）、眼部护理（6.08亿元，环比-49%，同比-2%）、防晒（5.90亿元，环比-58%）、男士护理（2.79亿元，环比-28%，同比-3%）。

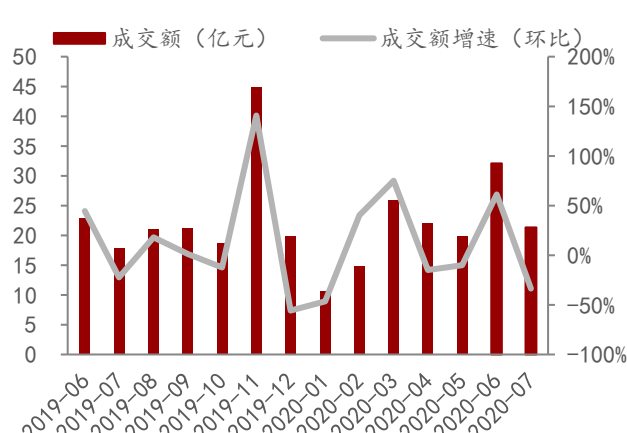
将成交额拆分成销量及单价来看，眼部护理与男士护理成交额同比下降的原因均来自销量。在各自单价均同比上升的情况下，眼部护理类销量同比-23%；男士护理类销量同比-4%。

图表6：淘系平台近期乳液/面霜成交额及环比增速



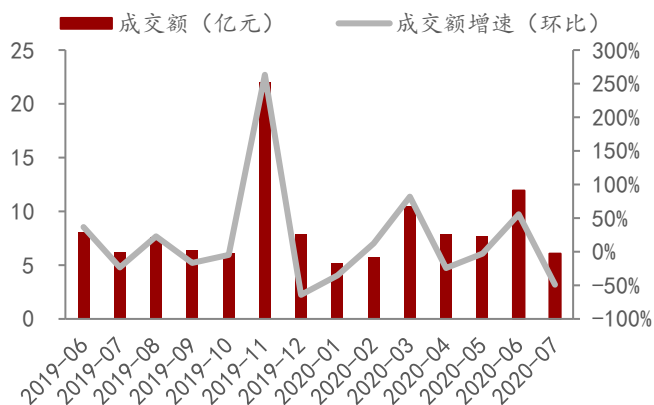
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表7：淘系平台近期面膜成交额及环比增速



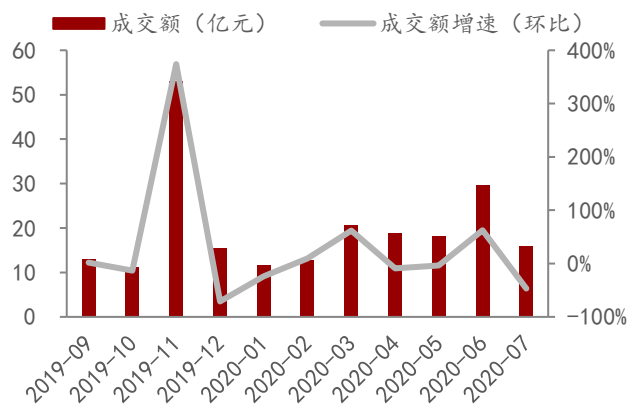
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表8：淘系平台近期眼部护理类成交额及环比增速



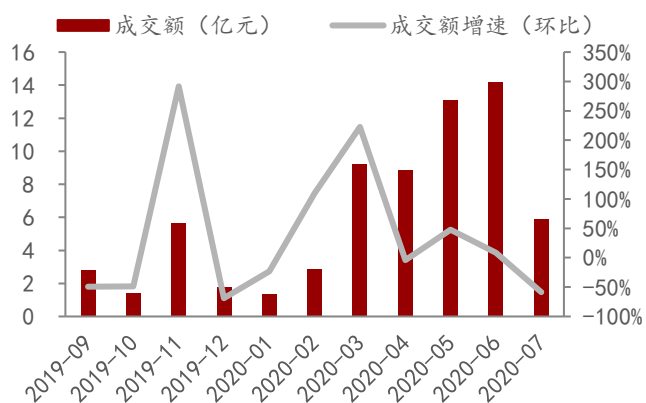
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表9：淘系平台近期面部精华成交额及环比增速



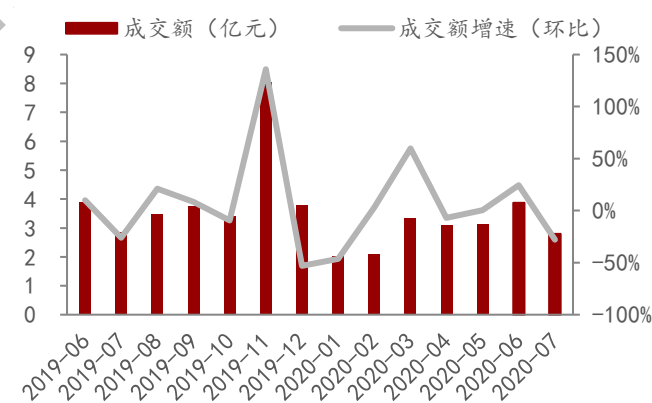
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表10：淘系平台近期防晒类成交额及环比增速



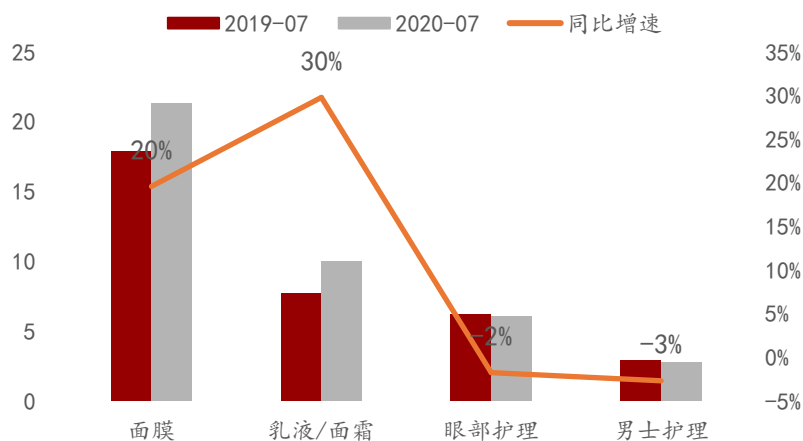
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表11：淘系平台近期男士护理成交额及环比增速



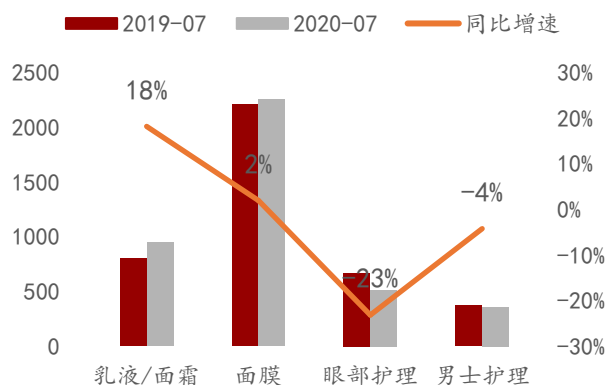
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表12：淘系平台近期美容护肤类细分成交额及同比增速



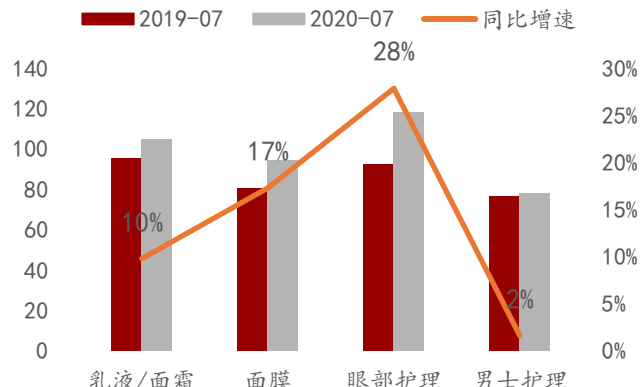
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表13: 淘系平台近期美容护肤类细分销量及同比增速



资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表14: 淘系平台近期美容护肤类细分单价及同比增速

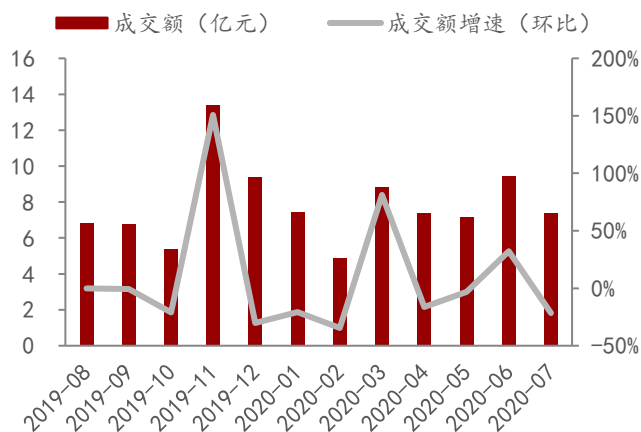


资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

彩妆类: 在彩妆类重点子领域中, 成交额最高的品类为面部彩妆, 达到16.20亿元, 环比-29%。其后依次为唇部彩妆 (13.42亿元, 环比-1%); 眼部彩妆 (7.40亿元, 环比-22%)。

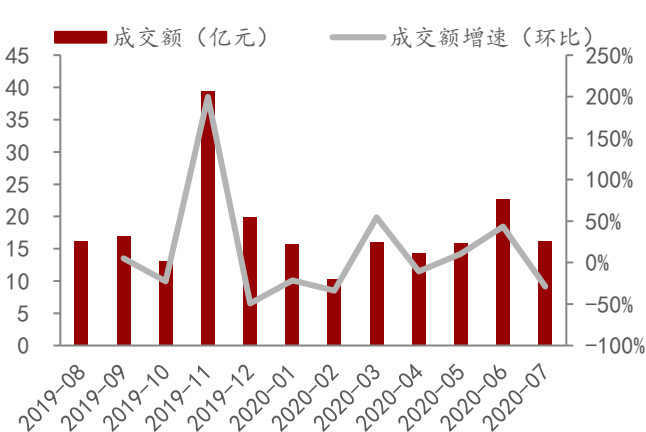
将成交额拆分成销量及单价来看, 眼部彩妆、彩面部妆成交额环比下降系其量价齐降所致: 眼部彩妆销量环比-16%, 单价环比-7%; 面部彩妆销量环比-23%, 单价环比-7%; 唇部彩妆在单价环比+11%的情况下, 销量环比-11%, 导致成交额下降1%。

图表15: 淘系平台近期眼部彩妆类成交额及环比增速



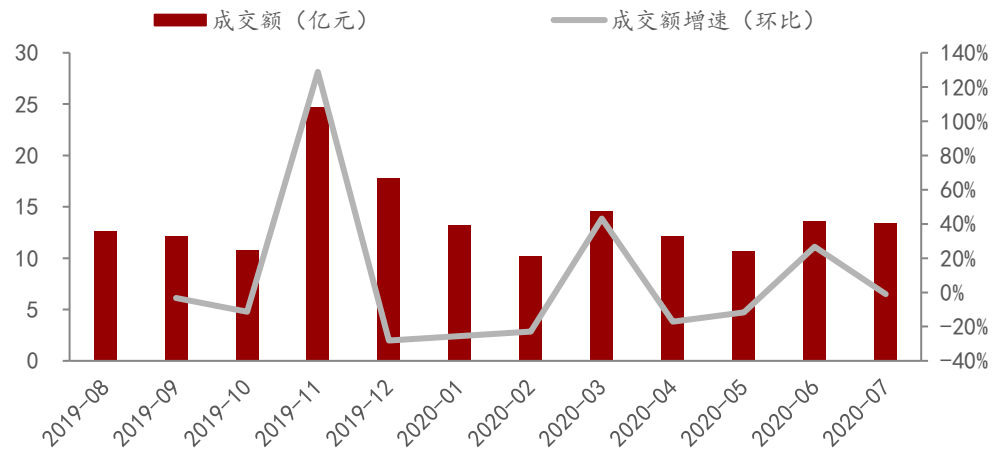
资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表16: 淘系平台近期面部彩妆类成交额及环比增速



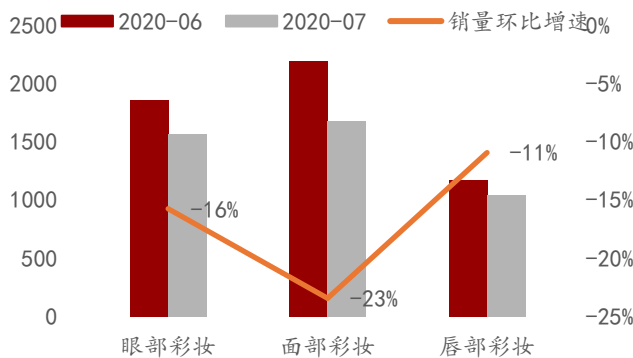
资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表17：淘系平台近期唇部彩妆成交额及环比增速



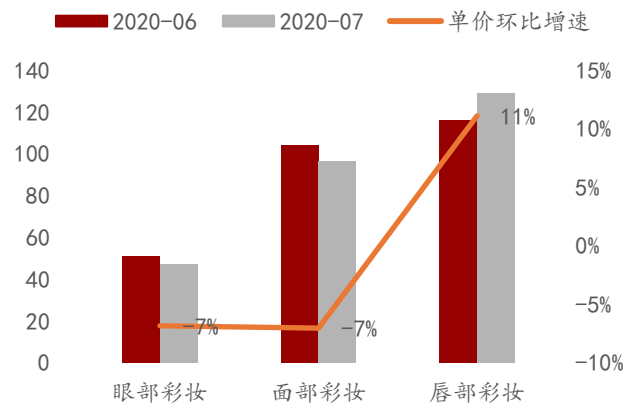
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表18：淘系平台彩妆子品类销量及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表19：淘系平台彩妆子品类单价及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

2、重点品牌数据跟踪

2.1 国际大牌销售表现

在我们跟踪的12个国际大牌方面，7月淘系全网成交额最高的国际品牌是雅诗兰黛，达到3.09亿元，同比+128%，销量119万件，同比+8%。其后依次为兰蔻（成交额2.44亿元，同比+112%）、SK-II（成交额1.80亿元，同比+56%）、YSL（成交额1.39亿元，同比+45%）、海蓝之谜（成交额1.20亿元，同比+94%）、资生堂（成交额1.20亿元，同比+57%）、OLAY（成交额1.10亿元，同比+21%）。其中，HR同比提升明显，成交额同比+210%。

图表20：主要国际品牌淘系全网7月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
雅诗兰黛	30871	-59%	128%	119	-38%	8%	260.24	-33%	111%
兰蔻	24439	-63%	112%	111	-40%	7%	220.61	-39%	98%
SK-II	18022	-55%	56%	30	-41%	43%	595.66	-24%	9%
YSL	13884	-10%	45%	59	-15%	78%	234.69	5%	-18%
海蓝之谜	12007	-51%	94%	15	-40%	49%	783.08	-18%	30%
资生堂	11958	-45%	57%	87	-18%	26%	138.15	-33%	25%
OLAY	11011	-68%	21%	55	-61%	-19%	199.18	-16%	49%
阿玛尼	10758	-22%	69%	45	-11%	65%	237.62	-12%	2%
MAC	10693	-17%	14%	85	-5%	5%	126.16	-13%	9%
DIOR	9820	27%	55%	39	17%	56%	252.19	8%	0%
HR	6612	-53%	210%	19	-6%	202%	349.36	-50%	3%
TOM FORD	5983	-15%	33%	20	-3%	101%	291.96	-12%	-34%

资料来源：淘数据、万联证券研究所

注：（1）主要国际品牌淘系全网数据包括“护肤类+彩妆类”数据；

（2）淘系全网指淘宝、天猫、天猫超市、天猫国际的加总数据；成交额不包括拍下未支付的金额。

（3）淘系平台的数据可能存在统计误差，仅供趋势参考，下同。

品牌天猫旗舰店数据：7月天猫官方旗舰店成交额最高的品牌是雅诗兰黛，成交额0.98亿元，同比+40%，销量17万件，同比-18%。其后依次为兰蔻（成交额0.91亿元，同比+19%）、olay（成交额0.83亿元，同比+29%）、SK-II（成交额0.72亿元，同比+10%）、YSL（成交额0.66亿元，同比+6%）。其中，资生堂、HR同比提升明显，成交额分别同比+115%/+193%。

图表21：主要国际品牌天猫旗舰店7月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
雅诗兰黛	9791	-78%	40%	17	-75%	-18%	566	-12%	71%
兰蔻	9121	-81%	19%	19	-76%	-13%	481	-22%	37%
olay	8292	-71%	29%	26	-72%	-38%	325	3%	108%
SK-II	7186	-67%	10%	8	-55%	38%	935	-25%	-20%
YSL	6641	-25%	6%	17	-52%	10%	386	54%	-3%
MAC	6122	-32%	19%	34	-28%	-30%	182	-6%	71%
阿玛尼	4889	-37%	18%	12	-36%	-27%	406	-2%	61%
海蓝之谜	4786	-61%	31%	4	-55%	36%	1341	-14%	-4%
资生堂	4013	-67%	115%	7	-51%	109%	535	-32%	3%
HR	3668	-66%	193%	2	-68%	-4%	1606	5%	206%
TOM FORD	2517	-29%	-10%	4	-33%	-12%	608	7%	3%

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2 国内品牌销售表现

2.2.1 上市公司主品牌天猫官方旗舰店7月销售表现

上市公司主品牌方面，润百颜、御泥坊、玉泽增速亮眼。7月淘系全网数据成交额同比增速最高的主品牌是御家汇旗下的御泥坊，成交额0.99亿元，同比+168%，销量85.15万件，同比+113%。其次为上海家化旗下的玉泽（成交额0.13亿元，同比+76%）、丸美旗下的丸美（成交额0.35亿元，同比+14%）、珀莱雅旗下的珀莱雅（成交额1.19亿元，同比-19%）。在跟踪的22个品牌中，华熙生物旗下的润百颜与夸迪、上海家化旗下启初与御家汇旗下花瑶花同比提升明显。润百颜实现成交额为3803万元，同比+648%，销量同比+903%；夸迪实现成交额为1773万元，同比+9519%，销量同比+3742%；启初成交额为0.49万元，同比+586%，销量同比+202%；花瑶花成交额为121万元，同比+213%，销量同比+103%。

图表22：主要上市公司淘系全网7月销售额（万元）和销量（万件）

上市公司	品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
珀莱雅	珀莱雅*	11890	-43%	-19%	103.13	-43%	-30%	115.29	1%	15%
	优资莱	93	-57%	-11%	0.94	-52%	-19%	98.93	-11%	9%
	韩雅	302	-30%	28%	4.13	-21%	140%	73.28	-11%	-47%
	悠雅*	3.64	3%	-85%	0.07	-14%	-84%	51.93	20%	-4%
	猫语玫瑰*	53	-40%	-76%	0.86	-28%	-74%	61.49	-16%	-7%
	悦芙媞	141	-41%	-34%	2.13	-49%	-25%	65.82	14%	-12%
	缦芝	2.72	189%	-	0.02	204%	-	120.89	-5%	-
上海家化	佰草集	1169	-61%	-22%	10.53	-51%	4%	111.06	-21%	-25%
	高夫	703	-50%	-25%	9.93	-41%	-31%	70.85	-15%	8%
	美加净	209	-60%	-13%	6.72	-44%	-14%	31.17	-29%	1%
	启初	0.49	169%	586%	0.01	172%	202%	36.08	-1%	127%
	玉泽	1332	-83%	76%	9.18	-78%	85%	145.21	-22%	-5%
	双妹	25	-87%	-2%	0.05	-82%	-9%	535.46	-25%	8%
丸美	丸美	3466	-67%	14%	20.75	-59%	26%	167.05	-20%	-10%
	春纪	339	-62%	-42%	3.61	-48%	-48%	93.94	-27%	13%
	恋火*	28	1%	22%	0.03	232%	188%	871.64	-69%	-57%
御家汇	御泥坊	9943	-21%	168%	85.15	-25%	113%	116.78	7%	26%
	小迷糊	2015	-38%	27%	24.86	-36%	8%	81.07	-3%	18%
	花瑶花	121	-2%	213%	0.76	-10%	103%	158.78	9%	54%
	御 men	838	11%	-	10.08	3%	-	83.16	8%	-
	hph	789	330%	-	1.75	560%	-	449.96	-35%	-
华熙生物	润百颜	3803	-31%	648%	32.32	62%	903%	117.65	-57%	-25%
	夸迪	1773	7%	9519%	4.58	-11%	3742%	387.08	19%	150%

资料来源：淘数据、万联证券研究所

注：标明“*”则表示“护肤类+彩妆类”数据，否则默认为仅护肤类数据，淘系全网指淘宝、天猫、天猫超市、天猫国际的加总数据，成交额不包括拍下未支付的金额

品牌天猫官方旗舰店数据：7月天猫官方旗舰店成交额同比增速最高的主品牌是御家汇旗下的御泥坊，成交额0.64亿元，同比+195%，销量58.41万件，同比+155%。其次为上海家化旗下的玉泽（成交额0.11亿元，同比+69%）、丸美旗下的丸美（成交额0.11亿元，同比-12%）、珀莱雅旗下的珀莱雅（成交额0.79亿元，同比-34%）。在跟踪的22个品牌中，华熙生物旗下的润百颜、御家汇旗下御MEN与花瑶花同比提升明显。润百颜成交额为3904万元，同比+867%，销量同比+554%；御MEN成交额为833万元，同比+656%，销量同比+715%；花瑶花成交额为118万元，同比+206%，销量同比+110%。

图表23：主要上市公司天猫旗舰店7月销售额（万元）和销量（万件）

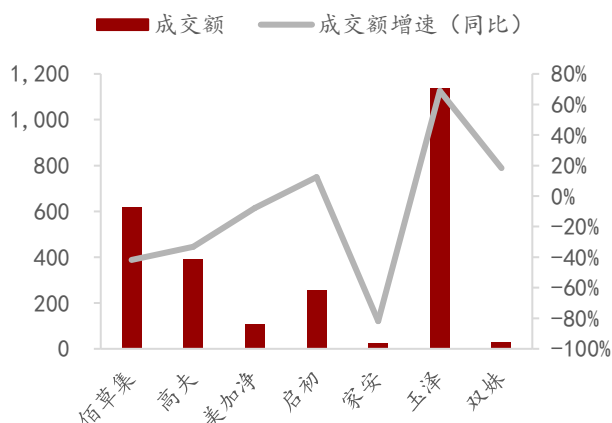
上市公司	品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
珀莱雅	珀莱雅	7933	-44%	-34%	58.76	-49%	-49%	135	10%	30%
	优资莱	68	-65%	-21%	0.53	-66%	-42%	128	3%	35%
	韩雅	279	-32%	23%	4.02	-22%	138%	70	-13%	-48%
	悠雅	1	-17%	-94%	0.02	-27%	-94%	53	14%	-3%
	猫语玫瑰	31	-64%	-86%	0.41	-64%	-87%	75	-1%	13%
	悦芙媿	135	-44%	-45%	2.10	-52%	-53%	64	16%	16%
上海家化	缇芝	3	189%	-	0.02	204%	-	121	-5%	-
	佰草集	619	-72%	-42%	3.73	-64%	-24%	166	-23%	-24%
	高夫	389	-62%	-33%	3.85	-58%	-50%	101	-9%	33%
	美加净	109	-72%	-8%	1.76	-68%	-25%	62	-11%	23%
	启初	255	-72%	12%	4.77	-73%	9%	53	3%	3%
	玉泽	1137	-85%	69%	7.52	-82%	74%	151	-19%	-3%
丸美	双妹	30	-84%	18%	0.05	-80%	34%	560	-23%	-12%
	丸美	1144	-85%	-12%	7.90	-76%	25%	145	-37%	-29%
	春纪	138	-80%	-55%	1.41	-69%	-62%	98	-34%	17%
御家汇	恋火	21	14%	38%	0.18	-3%	27%	117	17%	9%
	御泥坊	6421	-28%	195%	58.41	-31%	155%	110	5%	16%
	小迷糊	1180	-35%	42%	13.09	-35%	19%	90	1%	20%
	花瑶花	118	-4%	206%	0.79	-8%	110%	150	5%	46%
	御men	833	11%	656%	9.98	2%	715%	83	9%	-7%
华熙生物	hph	790	326%	-	1.76	526%	-	449	-32%	-
	润百颜	3904	-17%	867%	12.15	-11%	554%	321	-6%	48%
	夸迪	1706	24%	-	3.89	21%	-	439	3%	-

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

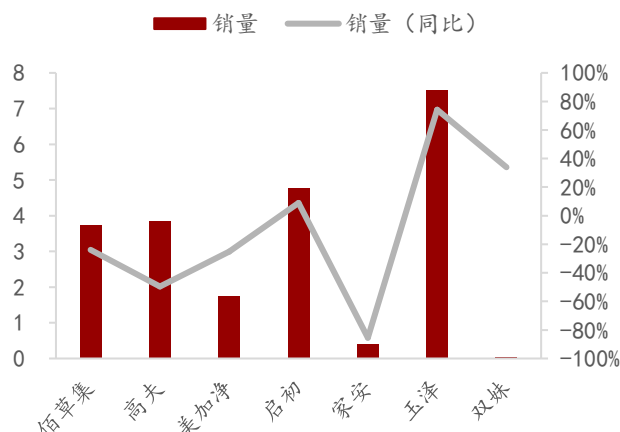
(1) 上海家化：玉泽、双妹增速表现凸出

7月上海家化旗下品牌天猫官方旗舰店（玉泽、佰草集、启初、高夫、美加净、家安、双妹）合计实现成交额0.26亿元，销量22.09万件。其中，玉泽和双妹表现较好。玉泽成交额达到0.11亿元，同比+69%；销量达到7.52万件，同比+74%。双妹增速表现优秀，成交额同比+18%，销量同比+34%。

图表24：上海家化7月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



图表25：上海家化7月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速

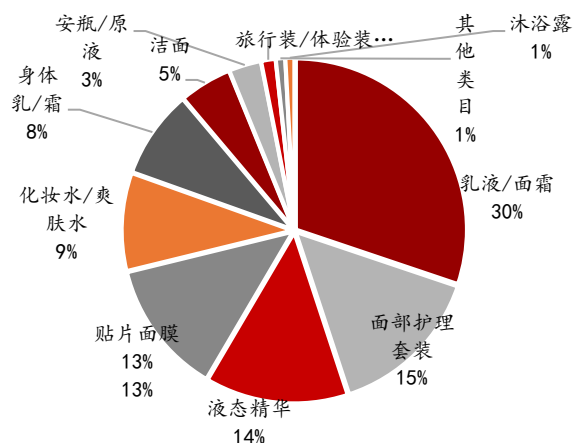


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

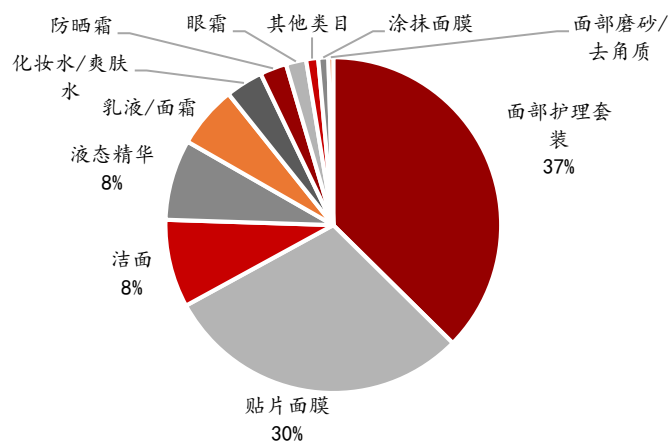
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，玉泽主打面部护理，乳液面霜、面部护理套装、液态精华、贴片面膜合计成交额占总成交额中的71%；佰草集中成交额中占比最大的为面部护理套装（37%）和贴片面膜（30%），两者合计占总成交额中67%；启初专注于婴幼儿护理产品，其成交额来源主要为润肤乳（56%）和沐浴乳/沐浴露（19%）；高夫主打男士护理套装（38%）与男士洁面（33%）。

图表26：7月玉泽天猫旗舰店分品类成交额占比



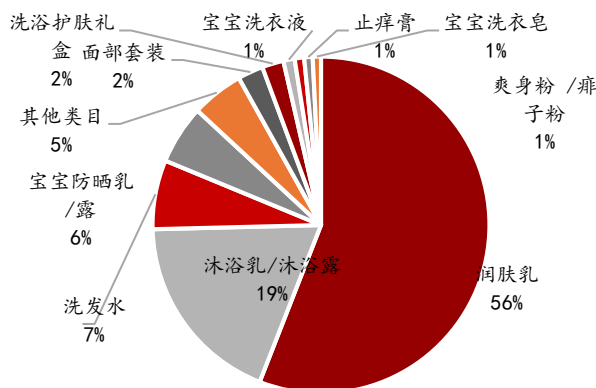
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表27：7月佰草集天猫旗舰店分品类成交额占比



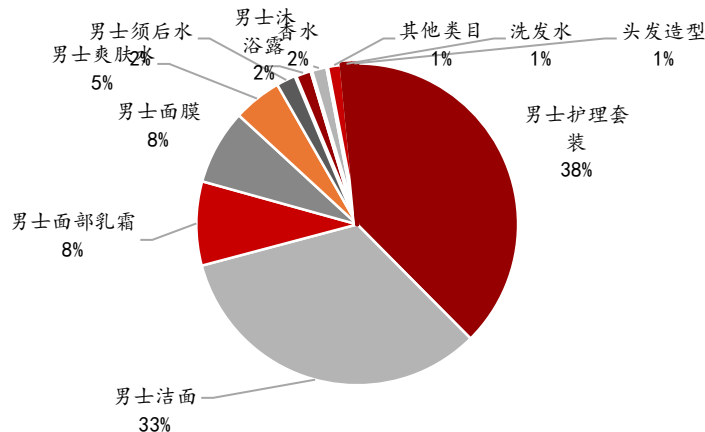
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表28：7月启初天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表29：7月高夫天猫旗舰店分品类成交额占比

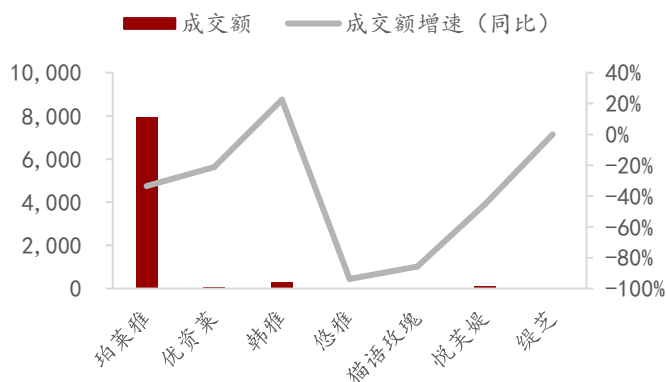


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(2) 珀莱雅：珀莱雅成交额-34%，韩雅增速亮眼

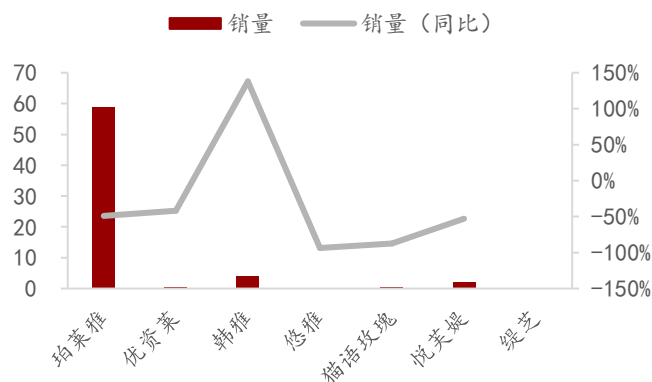
7月珀莱雅旗下品牌天猫旗舰店（珀莱雅、悦芙媞、优资莱、韩雅、猫语玫瑰、悠雅、缇芝）合计实现成交额0.85亿元，销量65.87万件。珀莱雅旗下品牌除韩雅外成交额均下降，其中主品牌珀莱雅成交额-34%，主要原因是珀莱雅在2019年7月推出的“黑海盐泡泡面膜”销量可观，在大基数下，2020年7月成交额有所下滑。韩雅表现优秀，成交额为0.03亿元，同比+23%，销量为4.02万件，同比+138%，增速表现亮眼。

图表30：珀莱雅7月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表31：珀莱雅7月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速

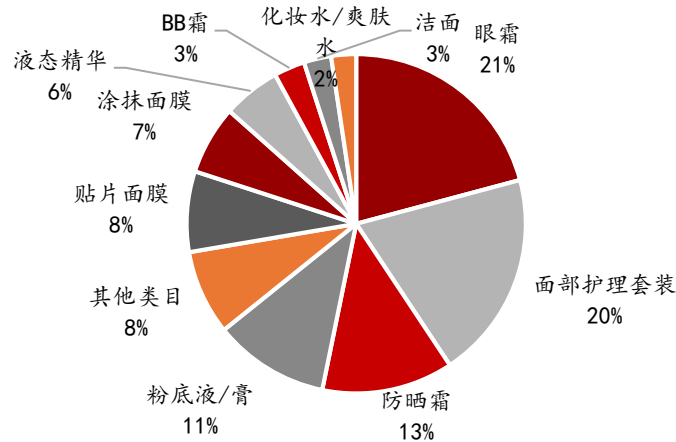


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，珀莱雅旗舰店销售品类较为分散，其中成交额中占比主要为眼霜（21%）、面部护理套装（20%）、防晒霜（13%）以及粉底液/膏（11%）；优资莱中成交额占比最大的为面部护理套装（49%），其次为乳液/面霜（9%）和化妆水/爽肤水（9%）；悦芙媞专注于防晒，其成交额来源主要为防晒产品（68%）；韩雅主打面膜，贴片面膜成交额占总成交额中的88%，其次为面部护理套装（8%）；猫语玫瑰主打彩妆，其占比高依次为粉底液/膏（61%）、蜜粉/散粉

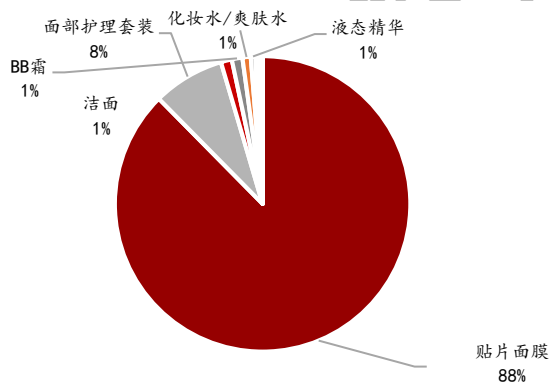
(9%) 和隔离/妆前 (8%); 悠雅销售品类较为分散, 成交额中占比主要为眉笔/眉粉/眉膏 (21%), BB霜 (19%), 唇膏/口红 (15%); 缇芝主打喷雾, 销售额占比 (97%)。

图表32: 7月珀莱雅天猫旗舰店分品类成交额占比



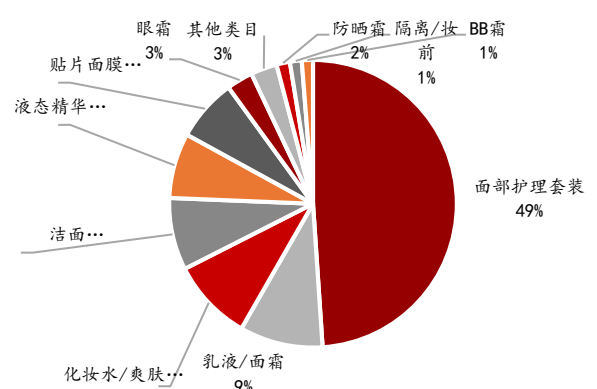
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表33: 7月韩雅天猫旗舰店分品类成交额占比



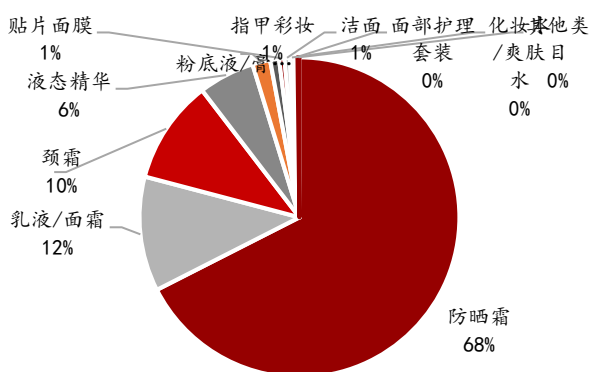
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表34: 7月优资莱天猫旗舰店分品类成交额占比



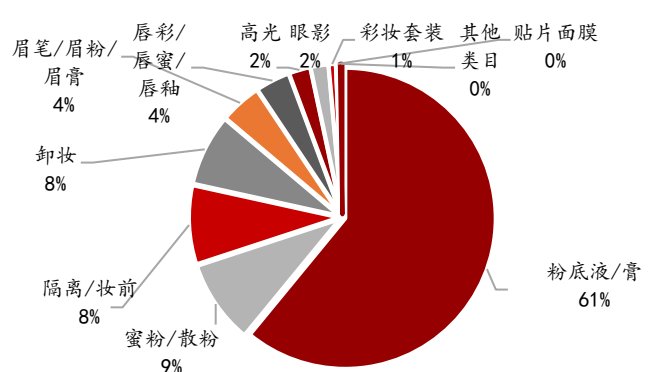
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表35: 7月悦芙媞天猫旗舰店分品类成交额占比



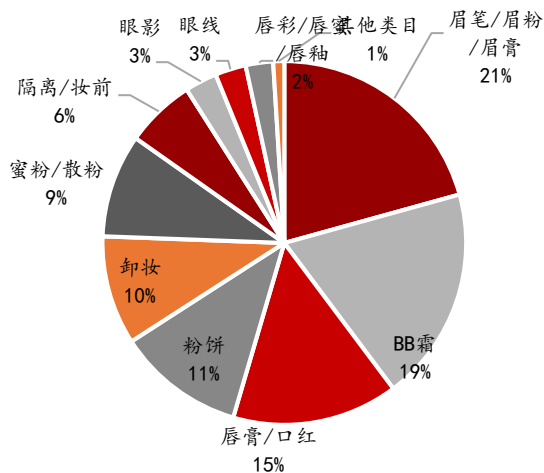
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表36: 7月猫语玫瑰天猫旗舰店分品类成交额占比



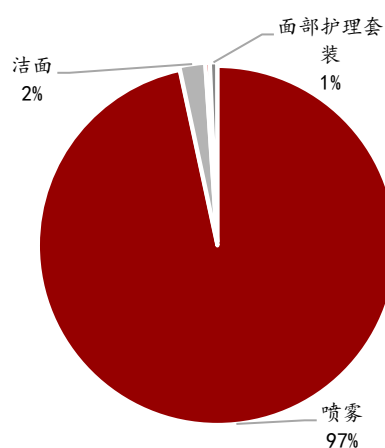
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表37：7月悠雅天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表38：7月缇芝天猫旗舰店分品类成交额占比

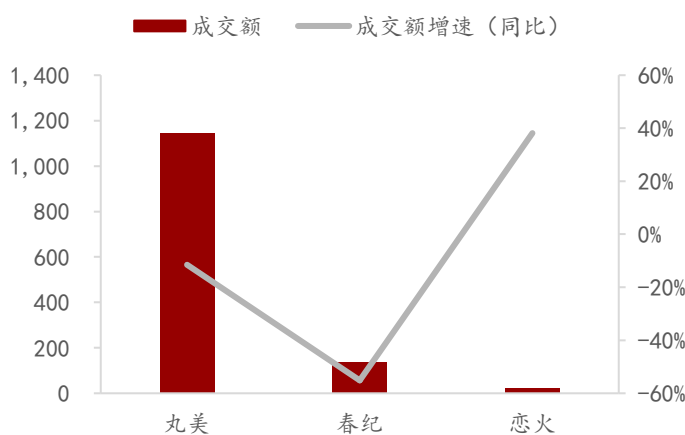


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(3) 丸美：恋火火力回升，丸美单价下降致成交额下降

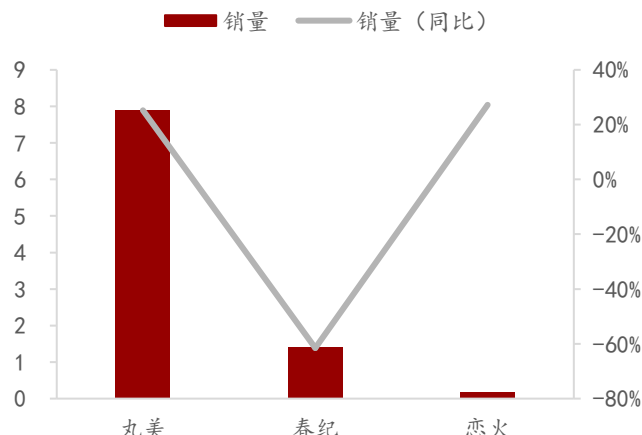
7月丸美旗下品牌天猫旗舰店（丸美、春纪、恋火）合计实现成交额0.13亿元，销量9.49万件。其中，恋火实现同比正增长，而丸美、春纪的成交额均同比下降。丸美7月天猫旗舰店成交额为0.11亿元，同比-12%，销量达到7.90万件，同比+25%，成交额的下降主要由单价下降29%所致；春纪成交额同比-55%，销量同比-62%；恋火成交额同比+38%，销量同比+27%。

图表39：丸美7月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



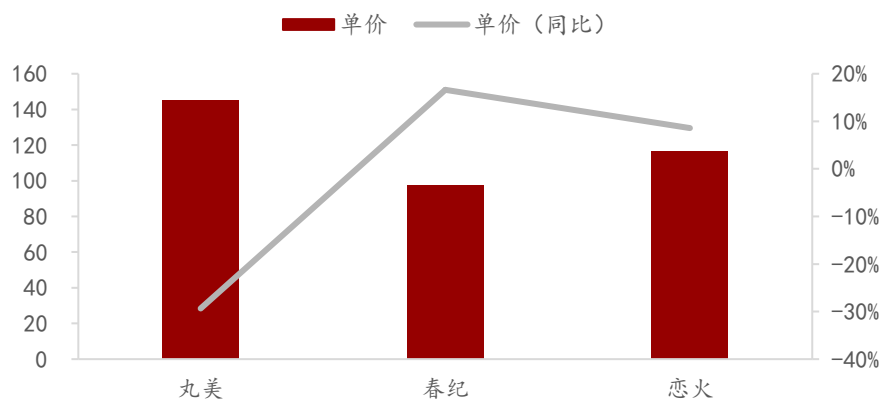
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表40：丸美7月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

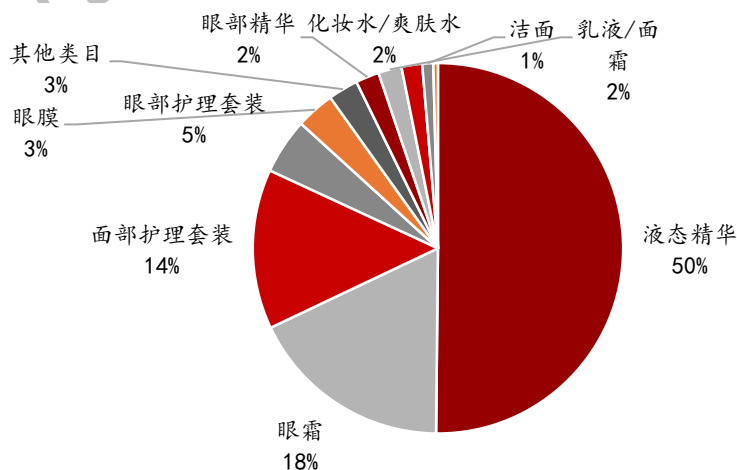
图表41：丸美7月天猫旗舰店单价（元）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

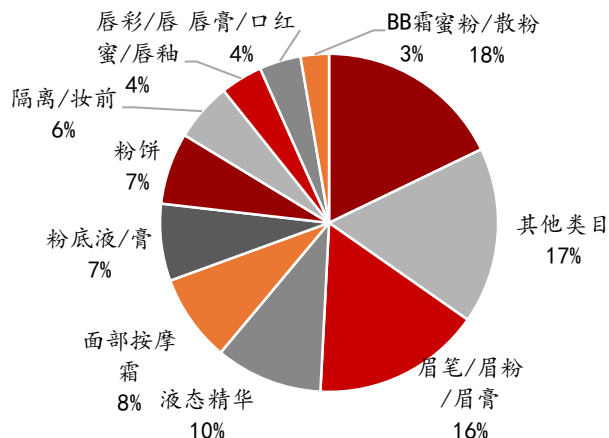
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，丸美中成交额占比最大的为液态精华（50%），其次为眼霜（18%）和面部护理套装（14%）；恋火主打彩妆，其占比高为蜜粉/散粉（18%）、其他类目（17%）和眉笔/眉粉/眉膏（16%）；春纪主打面部护理，面部护理套装成交额占总成交额中的58%，其次为洁面（28%）。

图表42：7月丸美天猫旗舰店分品类成交额占比



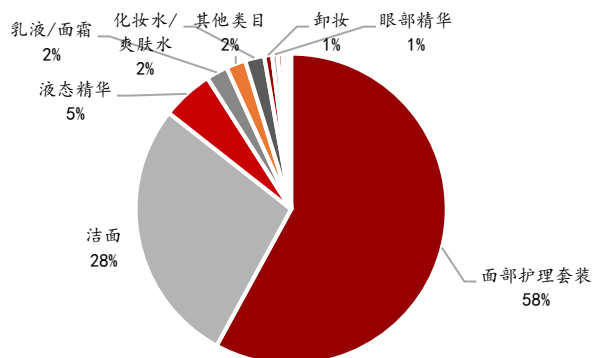
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表43：7月恋火天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表44：7月春纪天猫旗舰店分品类成交额占比

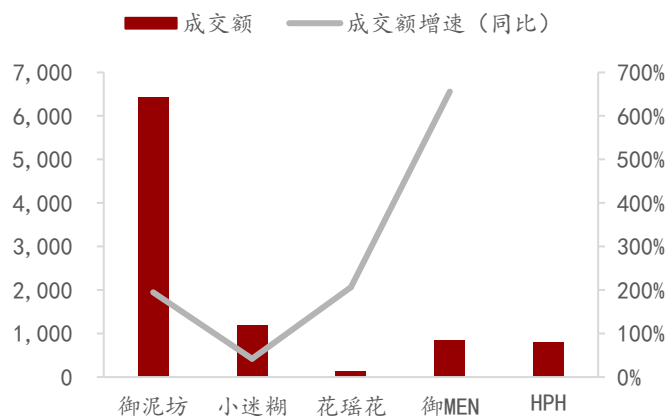


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(4) 御家汇：旗下品牌实现高速增长，御MEN表现抢眼

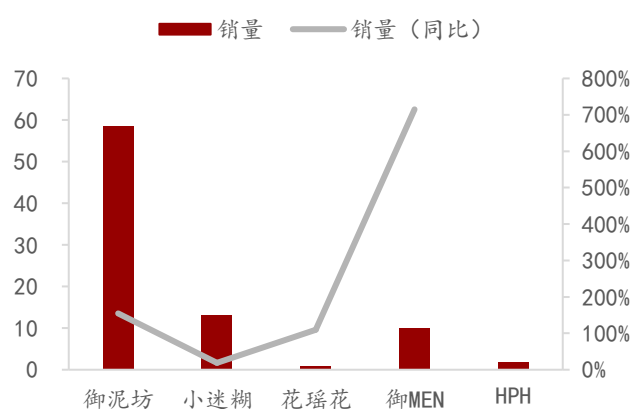
7月御家汇旗下品牌天猫旗舰店（御泥坊、小迷糊、御MEN、HPH、花瑶花）合计实现成交额0.93亿元，销量84.03万件。其中，成交额最高为御泥坊，最低的花瑶花。主品牌御泥坊销售较上月表现良好，成交额0.64亿元，同比+195%，销量同比+155%；旗下御MEN表现抢眼，成交额同比+656%，销量同比+715%。

图表45：御家汇7月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

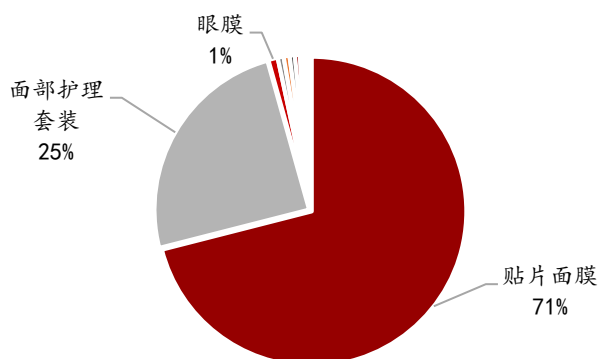
图表46：御家汇7月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

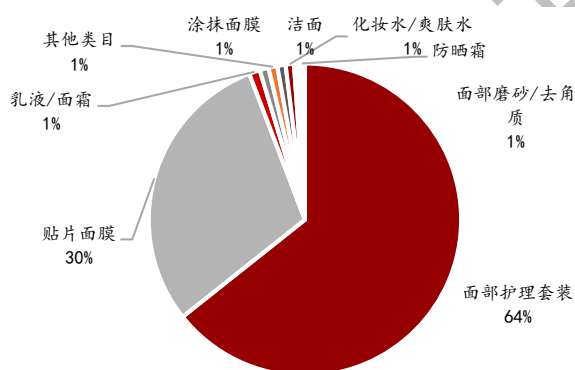
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，御泥坊成交额来源主要为贴片面膜（71%）和面部护理套装（25%）；小迷糊主打面部护理套装（64%）和贴片面膜（30%）；御MEN成交额90%来自男士洁面，6%来自男士护理套装；HPH主打面部护理套装（89%）、液态精华（11%）；花瑶花在液态精华（57%）、眼膜（12%）、涂抹面膜（10%）中占比较多。

图表47：7月御泥坊天猫旗舰店分品类成交额占比



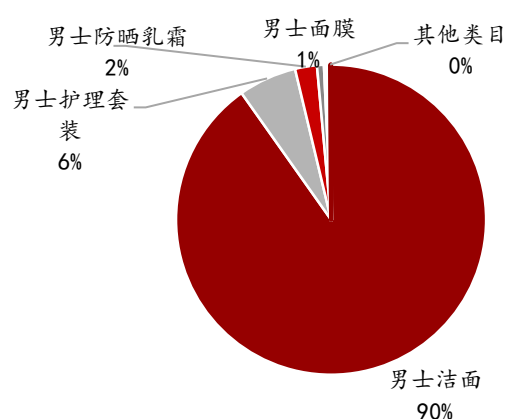
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表48：7月小迷糊天猫旗舰店分品类成交额占比



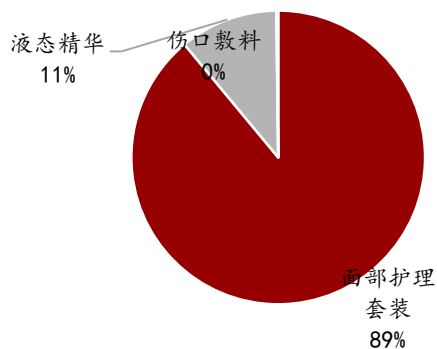
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表49：7月御MEN天猫旗舰店分品类成交额占比



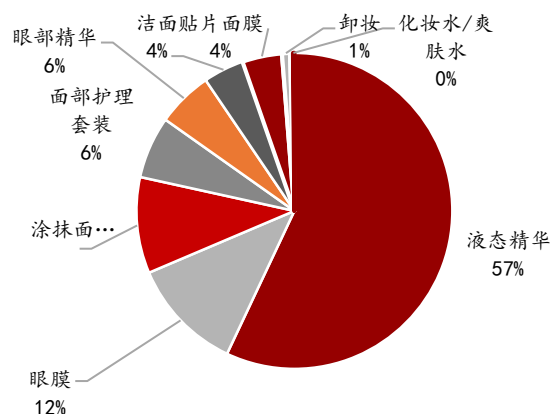
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表50：7月HPH天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表51：7月花瑶花天猫旗舰店分品类成交额占比

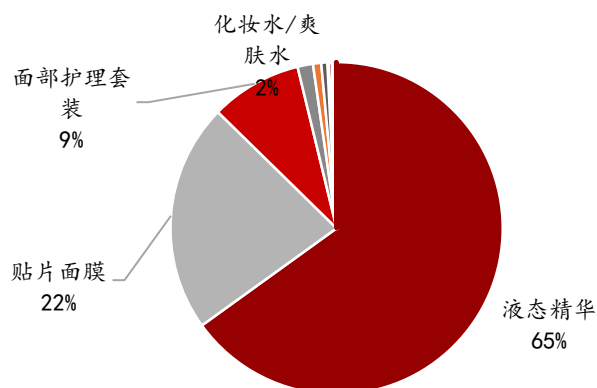


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

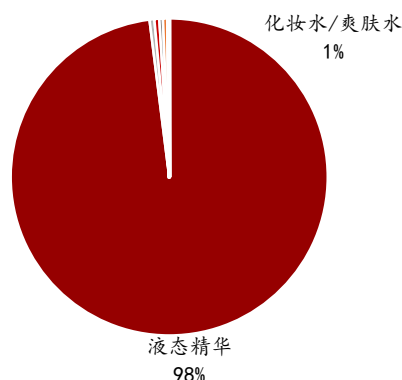
(5) 华熙生物：旗下品牌实现高速增长，御MEN表现抢眼

7月华熙生物旗下品牌天猫旗舰店（润百颜、夸迪）合计实现成交额0.56亿元，销量16.04万件。其中，主品牌润百颜销售实现三位数增长，成交额0.39亿元，同比+867%，销量同比+554%；夸迪表现良好，成交额环比+24%，销量环比+21%。

图表52：润百颜7月天猫旗舰店分品类成交额占比



图表53：夸迪7月天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2.2 非上市公司主品牌天猫官方旗舰店7月销售表现

主要非上市公司主品牌方面，从淘系全网数据来看，8个品牌成交额同比增速实现大幅增长。其中林清轩、一叶子、毛戈平、花西子成交额同比增速表现亮眼，分别为+379%/+266%/175%/168%。

图表54：主要非上市公司品牌淘系全网7月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
花西子*	19590	-18%	168%	156.12	-18%	174%	125.48	0%	-2%
自然堂	7773	-53%	4%	68.72	-49%	-9%	113.11	-7%	15%
毛戈平*	1713	-47%	175%	11.11	-36%	180%	154.29	50%	67%
百雀羚	7302	-48%	16%	69.78	-49%	3%	104.65	2%	13%
韩束	5235	-49%	62%	47.72	-37%	46%	109.70	-19%	11%
林清轩	1705	-21%	379%	6.60	-31%	341%	258.46	14%	9%
一叶子	176	48%	266%	2.19	40%	173%	80.38	6%	34%

资料来源：淘数据、万联证券研究所

注：标明“*”则表示“护肤类+彩妆类”数据，否则默认为仅护肤类数据，淘系全网指淘宝、天猫、天猫超市、天猫国际的加总数据，成交额不包括拍下未支付的金额

从天猫官方旗舰店数据来看，除自然堂外，其余7个品牌成交额同比增速实现大幅增长。其中花西子、一叶子、林清轩和毛戈平成交额同比增速表现亮眼，分别为+166%/+143%/+406%/+144%。自然堂在7月量价双双下滑，其中成交额同比-3%，销量同比-11%。

图表55：主要非上市公司品牌天猫旗舰店7月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
花西子	19422	-17%	166%	154.93	-17%	173%	125	-1%	-3%
一叶子	7137	-11%	143%	61.63	-19%	93%	116	10%	26%
自然堂	5071	-61%	-3%	41.69	-60%	-11%	122	-3%	8%
百雀羚	3758	-54%	43%	18.37	-72%	-6%	205	60%	53%
韩束	3466	-58%	58%	28.69	-48%	34%	121	-19%	18%
林清轩	1638	-24%	406%	5.85	-28%	426%	280	6%	-4%
毛戈平	1065	-58%	144%	5.37	-52%	112%	198	-13%	15%

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

3、投资建议

7月受益于化妆品消费热情持续，国内化妆品销售继续维持高增速，淘系平台化妆品（含美容护肤类和彩妆类）成交额为180.21亿元，同比+37%，在电商618促销使得6月成交额高基数的背景下，7月数据环比-33%。其中美容护肤类同比+33%；彩妆类同比+46%。上市公司主品牌中，润百颜、御泥坊、玉泽增速亮眼。近年来，由于颜值时代下，美妆需求日益增长，加之国潮风起、新兴营销手段的推广，虽行业前段时间受疫情影响，但高增长态势不会改变，随着疫情形势放缓，预计消费升级趋势下美妆行业景气度还将持续提升。维持行业“强于大市”投资评级。建议关注积极拓展品牌和品类矩阵、注重多元化营销以及全渠道布局的A股化妆品公司。

4、风险提示

(1) 第三方数据统计存在误差。由于第三方淘系平台的统计口径、方法、范围等误差，部分数据可能偏离实际值，因此数据仅供趋势判断参考。

(2) 市场竞争加剧风险。我国化妆品业虽然相对于西方发达国家起步比较晚，但是发展迅速，各种品类如护肤、彩妆、婴儿用品的规模持续扩大，如今品牌化的发展使化妆品行业之间的竞争迈向更高层次的阶段，各种形式的营销战打响，需关注市场竞争加剧风险。

(3) 本土品牌高端化不及预期风险。由于高端市场早已被国际大牌抢占，若国内企业要走高端化之路，则需在品牌建立、研发、营销、渠道布局等方面做出反应，而最终消费者是否能买账将直接决定了企业高端化是否成功。需关注本土品牌高端化不达预期风险。

(4) 质量安全风险。质量安全是被认为是化妆品消费者普遍关注的问题，近年频繁爆出有些化妆品公司使用低劣原料生产、违规使用部分添加剂或激素、微量元素添加超标、细菌超标、销售仿制品假货等，使得消费者对部分品牌印象大打折扣，需关注化妆品的质量安全风险。

万联证券

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；

同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；

弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；

增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；

观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；

卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。

基准指数：沪深300指数

风险提示

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，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。

免责声明

本报告仅供万联证券股份有限公司（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。

本公司是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。在法律许可情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或类似的金融服务。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。研究员任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。

未经我方许可而引用、刊发或转载的，引起法律后果和造成我公司经济损失的，概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海 浦东新区世纪大道1528号陆家嘴基金大厦

北京 西城区平安里西大街28号中海国际中心

深圳 福田区深南大道2007号金地中心

广州 天河区珠江东路11号高德置地广场



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告