

化妆品成交额同比+27%，润百颜、玉泽表现亮眼

——8月化妆品电商数据跟踪

行业核心观点：

8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209.61亿元，同比+27%，增速有所放缓，环比+16%。其中美容护肤类同比+23%；彩妆类同比+35%。上市公司主品牌中，润百颜、玉泽增速亮眼。颜值时代下，化妆品赛道近年来需求日益增长，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。

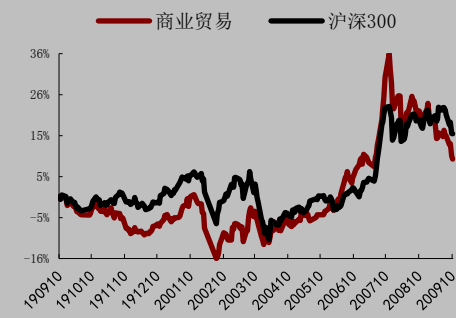
投资要点：

- **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209.61亿元，同比+27%，环比+16%。其中美容护肤类成交额为141.10亿元，同比+23%；彩妆类成交额为68.51亿元，同比+35%。
- **国际大牌方面，HR同比提升明显。**8月淘系全网和天猫官方旗舰店成交额靠前的品牌依次为兰蔻（4.92亿元/2.60亿元，同比+218%/+165%）、雅诗兰黛（3.99亿元/1.78亿元，同比+85%/+52%）、SK-II（3.38亿元/1.74亿元，同比+128%/+133%）、YSL（3.00亿元/1.78亿元，同比+103%/+85%）。其中，HR销售额同比+368%/+641%。
- **国内品牌方面：**
 - **上市公司品牌：**（1）主品牌方面，润百颜、玉泽增速亮眼。8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+433%/+285%），其次为上海家化旗下的玉泽（同比+81%/+77%）、丸美旗下的丸美（同比+33%/+18%）、御家汇旗下的御泥坊（同比+21%/+30%）、珀莱雅旗下的珀莱雅（同比-26%/+42%）。（2）在跟踪的23个品牌中，淘系全网数据中华熙生物旗下夸迪（同比+10551%）、御家汇旗下花瑶花（同比+317%）与丸美旗下恋火（同比+115%）增速明显，天猫旗舰店数据中御家汇旗下御MEN（1122万元，同比+412%）与花瑶花（225万元，同比+319%）增速领先。
 - **主要非上市公司品牌方面：**淘系全网数据中花西子和林清轩成交额同比增速表现亮眼（+191%/+148%）；天猫旗舰店数据中，同样是花西子、林清轩成交额同比增速居前（+199%/+127%）。
- **风险因素：**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09月11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09月10日

相关研究

万联证券研究所 20200812_7月化妆品电商数据跟踪_AAA_化妆品成交额同比+37%，润百颜、御泥坊表现优秀

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.....	9
2.1 国际大牌销售表现.....	9
2.2 国内品牌销售表现.....	10
2.2.1 上市公司主品牌淘系全网与天猫官方旗舰店 8 月销售表现.....	10
2.2.2 非上市公司主品牌淘系全网与天猫官方旗舰店 8 月销售表现.....	20
3、投资建议.....	21
4、风险提示.....	21
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：淘系平台近期彩妆类细分成交额及同比增速.....	8
图表 19：淘系平台彩妆子品类销量及同比增速.....	8
图表 20：淘系平台彩妆子品类单价及同比增速.....	8
图表 21：主要国际品牌淘系全网 8 月销售额（万元）和销量（万件）.....	9
图表 22：主要国际品牌天猫旗舰店 8 月销售额（万元）和销量（万件）.....	9
图表 23：主要上市公司淘系全网 8 月销售额（万元）和销量（万件）.....	10
图表 24：主要上市公司天猫旗舰店 8 月销售额（万元）和销量（万件）.....	11
图表 25：上海家化 8 月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速.....	12
图表 26：上海家化 8 月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速.....	12
图表 27：8 月玉泽天猫旗舰店分品类成交额占比.....	12
图表 28：8 月佰草集天猫旗舰店分品类成交额占比.....	12
图表 29：8 月启初天猫旗舰店分品类成交额占比.....	13
图表 30：8 月高夫天猫旗舰店分品类成交额占比.....	13
图表 31：珀莱雅 8 月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速.....	13

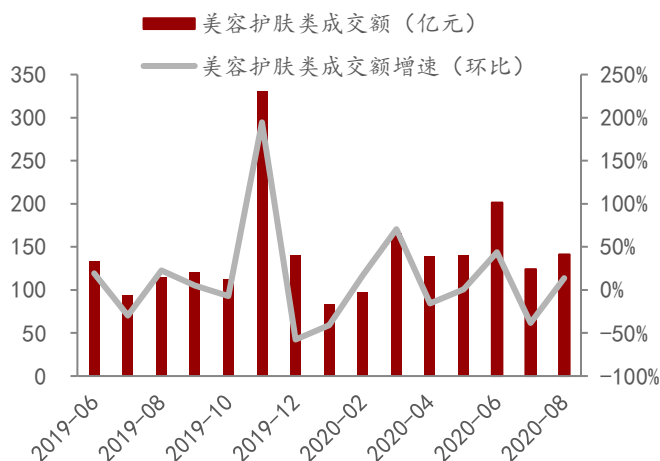
图表 32: 珀莱雅 8 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	13
图表 33: 8 月珀莱雅天猫旗舰店分品类成交额占比	14
图表 34: 8 月韩雅天猫旗舰店分品类成交额占比	14
图表 35: 8 月优资莱天猫旗舰店分品类成交额占比	14
图表 36: 8 月悦芙媞天猫旗舰店分品类成交额占比	14
图表 37: 8 月猫语玫瑰天猫旗舰店分品类成交额占比	14
图表 38: 8 月悠雅天猫旗舰店分品类成交额占比	15
图表 39: 8 月缇芝天猫旗舰店分品类成交额占比	15
图表 40: 丸美 8 月天猫旗舰店成交额 (万元) 及同比增速	15
图表 41: 丸美 8 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	15
图表 42: 丸美 8 月天猫旗舰店单价 (元) 及同比增速	16
图表 43: 8 月丸美天猫旗舰店分品类成交额占比	16
图表 44: 8 月恋火天猫旗舰店分品类成交额占比	17
图表 45: 8 月春纪天猫旗舰店分品类成交额占比	17
图表 46: 御家汇 8 月天猫旗舰店成交额 (万元) 及同比增速	17
图表 47: 御家汇 8 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	17
图表 48: 8 月御泥坊天猫旗舰店分品类成交额占比	18
图表 49: 8 月小迷糊天猫旗舰店分品类成交额占比	18
图表 50: 8 月御 MEN 天猫旗舰店分品类成交额占比	18
图表 51: 8 月 HPH 天猫旗舰店分品类成交额占比	18
图表 52: 8 月花瑶花天猫旗舰店分品类成交额占比	18
图表 53: 华熙生物 8 月天猫旗舰店成交额 (万元) 及同比增速	19
图表 54: 华熙生物 8 月天猫旗舰店销量 (万件) 及同比增速	19
图表 55: 润百颜 8 月天猫旗舰店分品类成交额占比	19
图表 56: 夸迪 8 月天猫旗舰店分品类成交额占比	19
图表 57: 主要非上市公司品牌淘系全网 8 月销售额 (万元) 和销量 (万件)	20
图表 58: 主要非上市公司品牌天猫旗舰店 8 月销售额 (万元) 和销量 (万件)	20

1、化妆品行业数据跟踪

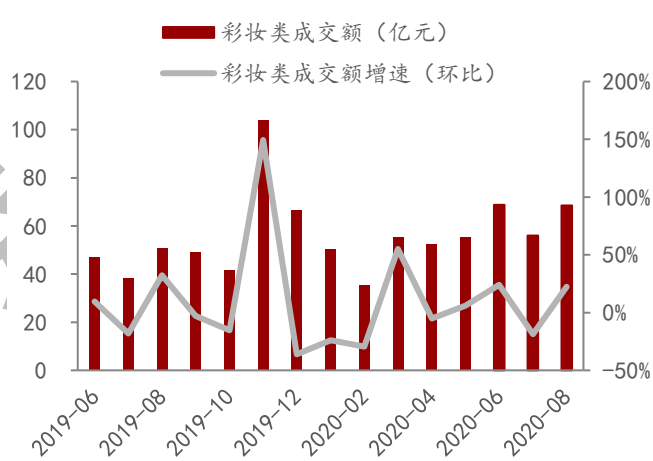
总体：8月淘系平台化妆品成交额为209.61亿元，同比+27%

2020年8月，淘系平台化妆品（含美容护肤类和彩妆类）成交额为209.61亿元，同比+27%，环比+16%。其中，美容护肤类（含美容护肤/美体/精油，下同）成交额为141.10亿元，同比+23%，环比+14%；彩妆类（含彩妆/香水/美妆工具，下同）成交额为68.51亿元，同比+35%，环比+22%。

图表1：淘系平台近期美容护肤类成交额及环比增速



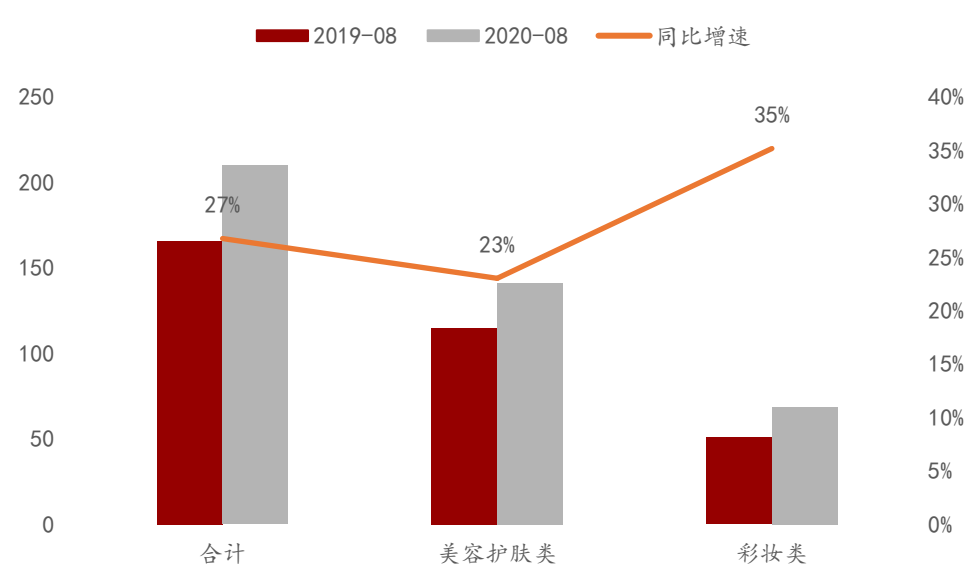
图表2：淘系平台近期彩妆类成交额及环比增速



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

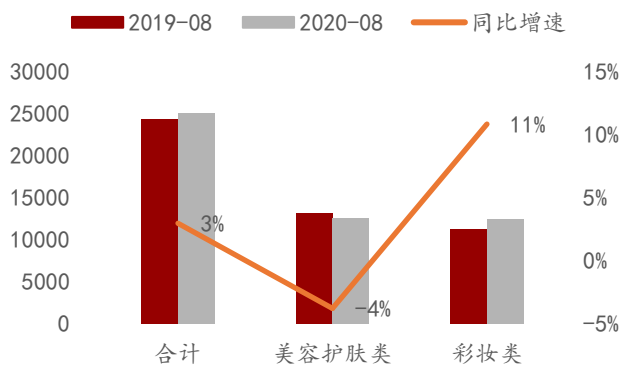
图表3：淘系平台近期美容护肤类和彩妆类成交额及同比增速



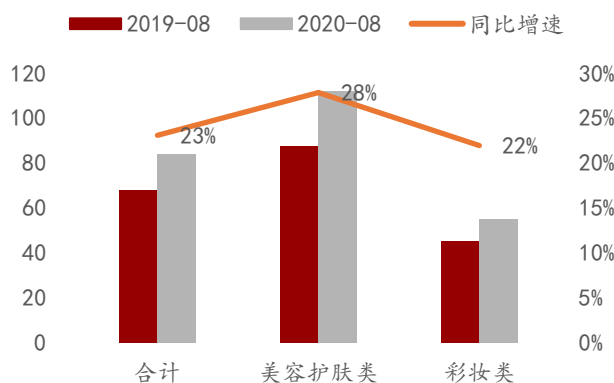
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

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+23%主要是因为其销量同比-4%，单价同比+28%；彩妆类同比+35%主要是因为其销量同比+11%，单价同比+22%。

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



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

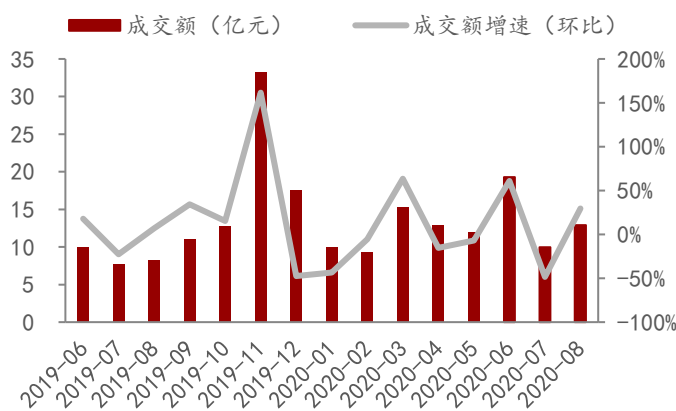
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

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

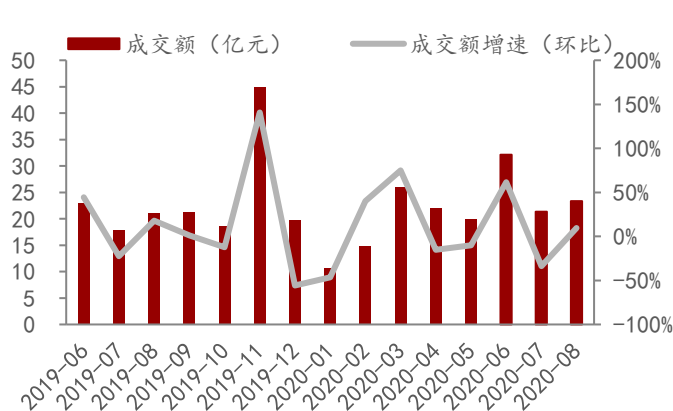
美容护肤类：除眼部护理外，其余品类的成交额同比均有所上升。在美容护肤类中重点子领域中，成交额最高的为面膜，成交额达23.34亿元，同比+11%，环比+9%。其后依次为面部精华（19.51亿元，同比+54%，环比+24%）、乳液/面霜（12.91亿元，同比+57%，环比+30%）、眼部护理（7.09亿元，同比-7%，环比+17%）、防晒（6.06亿元，同比+9%，环比+3%）、男士护理（3.53亿元，同比+2%，环比+27%）。

将成交额拆分成销量及单价来看，眼部护理成交额同比下降的原因来自销量（-23%）跌幅大于单价涨幅（+21%）。除乳液/面霜（+8%）外，其余品类销量均下降。

图表6：淘系平台近期乳液/面霜成交额及环比增速



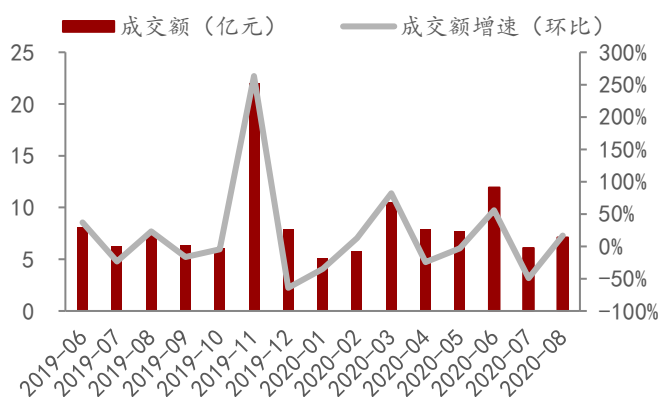
图表7：淘系平台近期面膜成交额及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

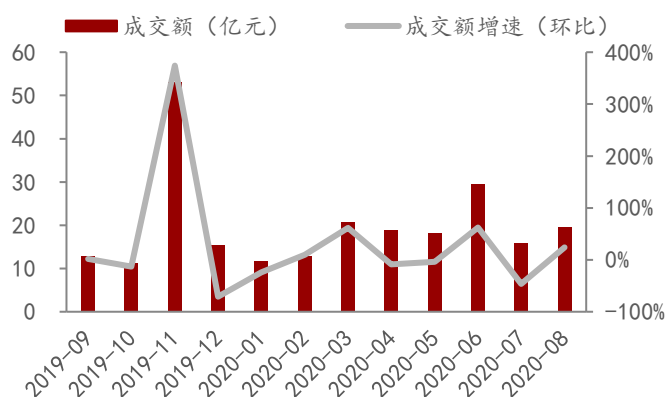
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表8：淘系平台近期眼部护理类成交额及环比增速



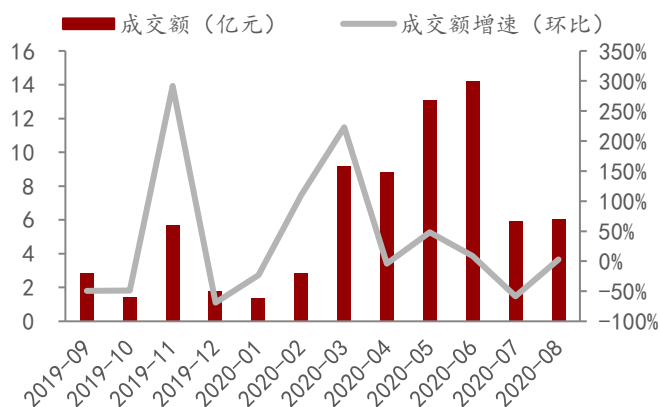
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表9：淘系平台近期面部精华成交额及环比增速



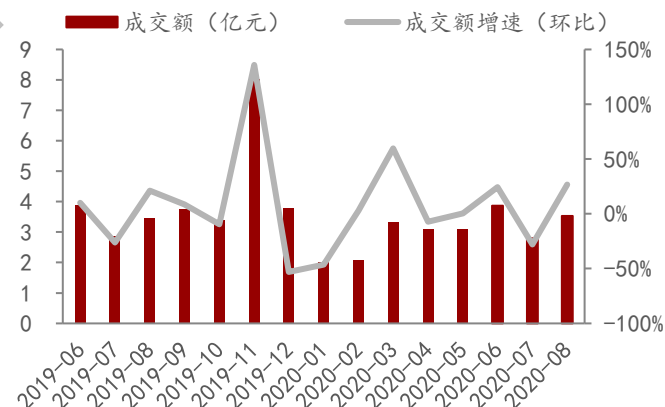
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表10：淘系平台近期防晒类成交额及环比增速



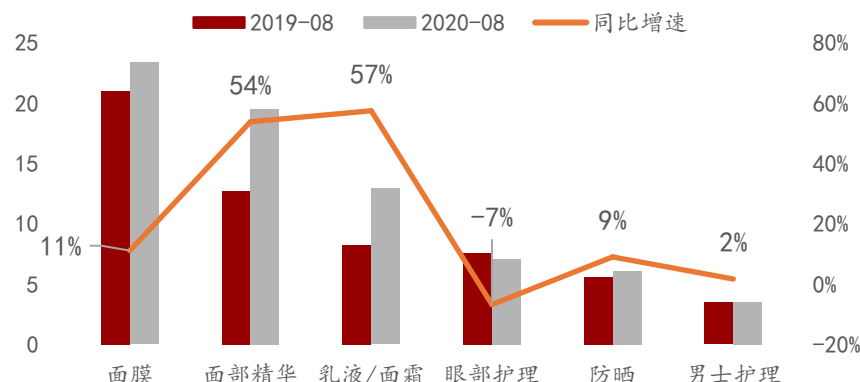
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表11：淘系平台近期男士护理成交额及环比增速



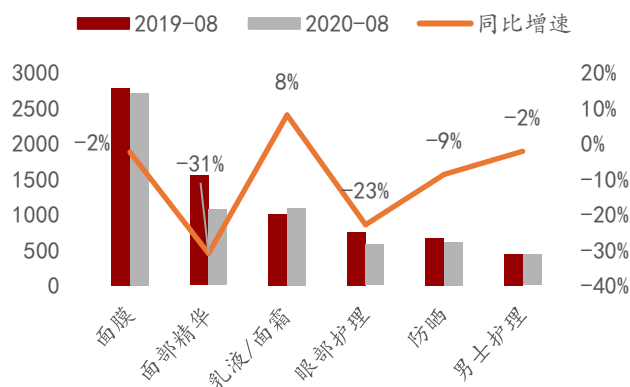
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表12：淘系平台近期美容护肤类细分成交额及同比增速



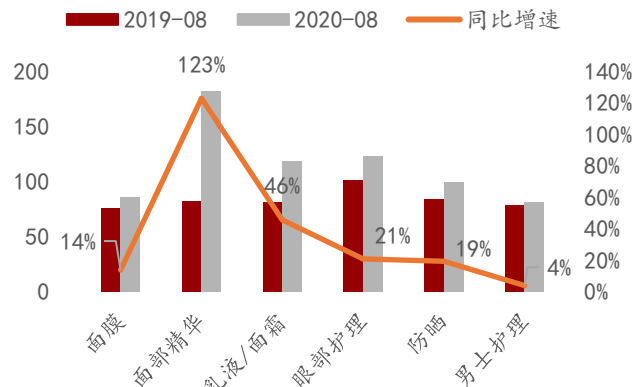
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

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

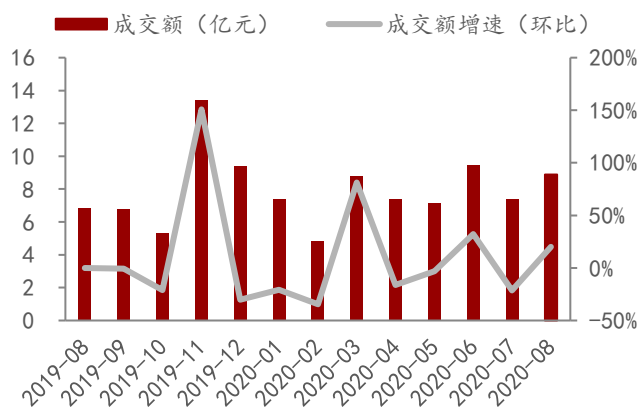


资料来源：淘系平台、万联证券研究所

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20.87亿元，同比+29%，环比+29%。其后依次为唇部彩妆（15.21亿元，同比+21%，环比+13%）；眼部彩妆（8.89亿元，同比+30%，环比+20%）。

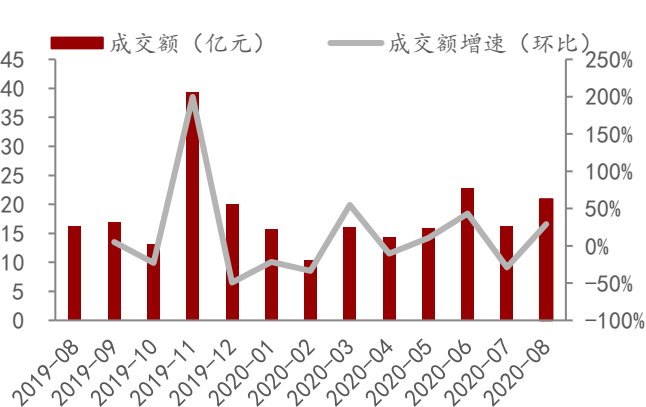
将成交额拆分成销量及单价来看，面部彩妆、唇部彩妆、眼部彩妆的成交额、销量、单价同比均上升。

图表15：淘系平台近期眼部彩妆类成交额及环比增速



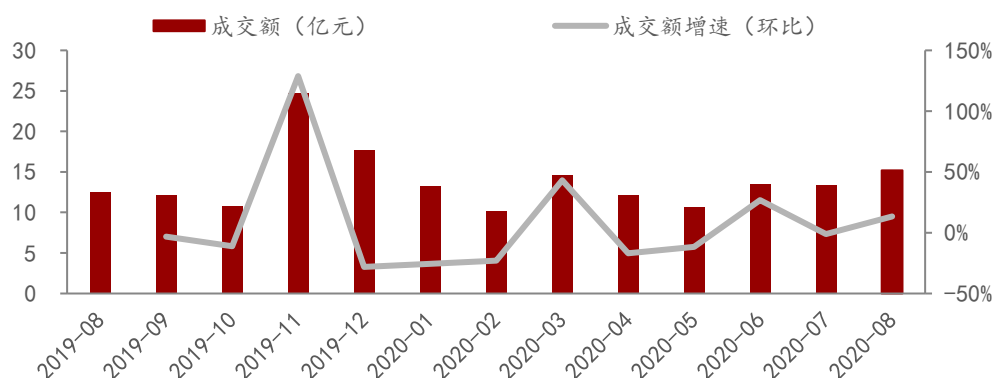
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表16：淘系平台近期面部彩妆类成交额及环比增速



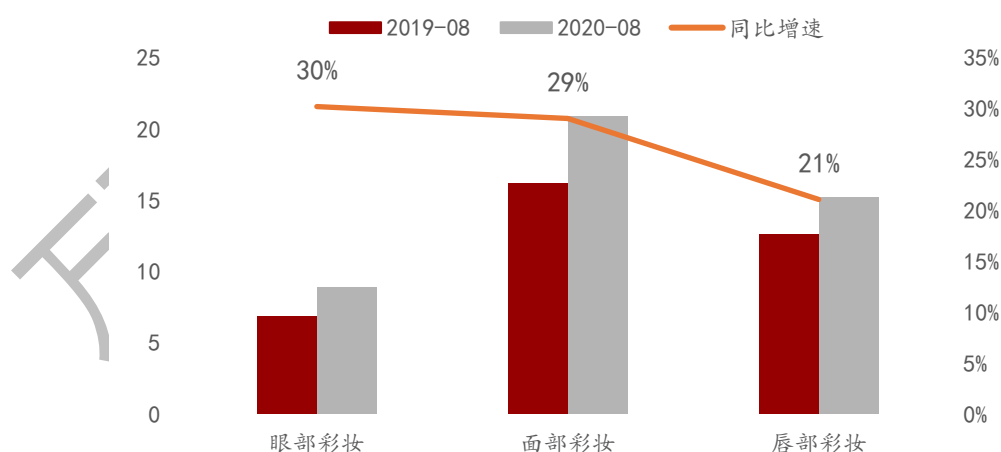
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表17: 淘系平台近期唇部彩妆成交额及环比增速



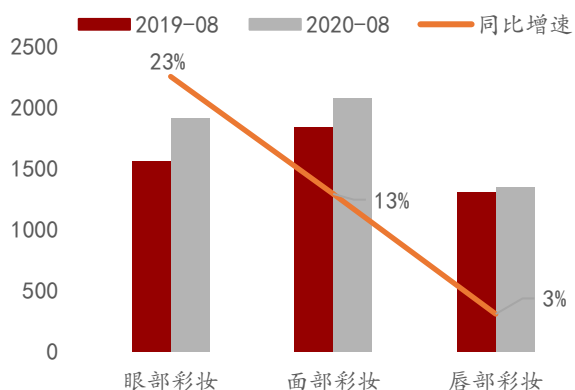
资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表18: 淘系平台近期彩妆类细分成交额及同比增速



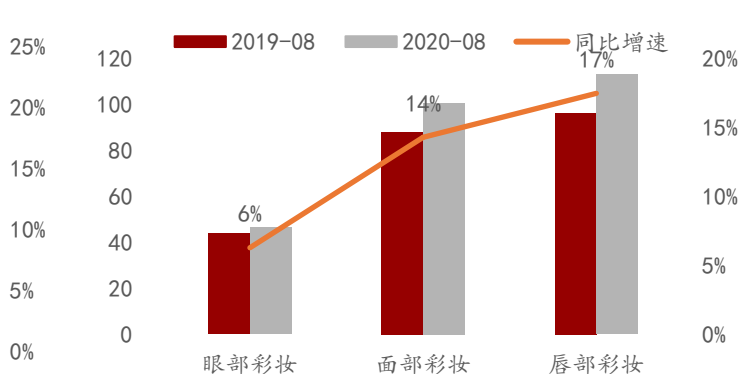
资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表19: 淘系平台彩妆子品类销量及同比增速



资料来源: 淘系平台、万联证券研究所

图表20: 淘系平台彩妆子品类单价及同比增速



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，8月淘系全网成交额最高的国际品牌是兰蔻，达到4.92亿元，同比+218%，销量176万件，同比+52%。其后依次为雅诗兰黛（成交额3.99亿元，同比+85%）、SK-II（成交额3.38亿元，同比+128%）、YSL（成交额3.00亿元，同比+103%）、DIOR（成交额2.51亿元，同比+124%）、阿玛尼（成交额1.97亿元，同比+72%）、海蓝之谜（成交额1.85亿元，同比+113%）。12个国际大牌中，HR同比提升明显，成交额同比+368%。

图表21：主要国际品牌淘系全网8月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
兰蔻	49198	218%	101%	176	52%	59%	279.19	109%	27%
雅诗兰黛	39923	85%	29%	140	37%	18%	285.91	34%	10%
SK-II	33838	128%	88%	50	42%	65%	679.60	60%	14%
YSL	30024	103%	116%	103	109%	74%	292.43	-3%	25%
DIOR	25078	124%	155%	85	90%	119%	294.62	18%	17%
阿玛尼	19739	72%	83%	72	85%	59%	274.62	-7%	16%
海蓝之谜	18541	113%	54%	22	33%	40%	861.12	60%	10%
MAC	17722	0%	66%	127	17%	50%	139.56	-15%	11%
资生堂	14653	29%	23%	95	2%	10%	154.06	26%	12%
OLAY	12934	7%	17%	65	-30%	18%	198.36	53%	-0.4%
HR	11762	368%	78%	27	128%	43%	433.76	105%	24%
TOM FORD	10457	71%	75%	31	98%	49%	341.44	-14%	17%

资料来源：淘数据、万联证券研究所

注：主要国际品牌淘系全网数据包括“护肤类+彩妆类”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。

品牌天猫旗舰店数据：8月天猫官方旗舰店成交额最高的品牌是兰蔻，成交额2.60亿元，同比+165%，销量53万件，同比+77%。其后依次为雅诗兰黛（成交额1.78亿元，同比+52%）、YSL（成交额1.78亿元，同比+85%）、SK-II（成交额1.74亿元，同比+133%）、DIOR（成交额1.21亿元，环比+244%）。其中，HR同比提升明显，成交额同比+641%，MAC则出现-9%的同比下滑。

图表22：主要国际品牌天猫旗舰店8月销售额（万元）和销量（万件）

品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
雅诗兰黛	17808	52%	82%	31	7%	81%	570	43%	1%
兰蔻	25974	165%	185%	53	77%	179%	491	50%	2%
资生堂	5689	56%	42%	10	88%	31%	580	-17%	8%
海蓝之谜	9894	99%	107%	7	37%	83%	1512	45%	13%

HR	7384	641%	101%	4	44%	72%	1883	415%	17%
SK-II	17443	133%	143%	16	72%	106%	1105	35%	18%
olay	9147	15%	10%	27	-39%	4%	344	89%	6%
YSL	17772	85%	168%	38	61%	121%	468	15%	21%
TOM FORD	4994	49%	98%	7	27%	79%	672	17%	11%
MAC	10673	-9%	74%	52	-12%	55%	205	3%	12%
阿玛尼	11758	58%	141%	28	45%	130%	425	9%	4%
DIOR	12126	-	244%	30	-	244%	409	-	0.1%

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

注：DIOR天猫官方旗舰店2019年8月数据缺失

2.2 国内品牌销售表现

2.2.1 上市公司主品牌淘系全网与天猫官方旗舰店8月销售表现

上市公司主品牌方面，润百颜、玉泽增速亮眼。8月淘系全网数据成交额同比增速最高的主品牌是华熙生物旗下的润百颜，成交额0.57亿元，同比+433%，销量62.12万件，同比+1031%。其次为上海家化旗下的玉泽（成交额0.17亿元，同比+81%）、丸美旗下的丸美（成交额0.48亿元，同比+33%）、御家汇旗下的御泥坊（成交额1.36亿元，同比+21%）与珀莱雅旗下的珀莱雅（成交额1.31亿元，同比-26%）。在跟踪的23个品牌中，华熙生物旗下的夸迪、御家汇旗下花瑶花与丸美旗下恋火同比提升明显。夸迪实现成交额为4047万元，同比+10551%，销量同比+6054%；花瑶花成交额为224万元，同比+317%，销量同比+187%；恋火成交额为39万元，同比+115%，销量同比+812%。

图表23：主要上市公司淘系全网8月销售额（万元）和销量（万件）

上市公司	品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
珀莱雅	珀莱雅*	13099	-26%	10%	120.15	-29%	17%	109.02	4%	-5%
	优资莱	233	48%	151%	1.57	-6%	67%	148.40	57%	50%
	韩雅	86	-59%	-72%	0.70	-56%	-83%	122.98	-7%	68%
	悠雅*	5	-86%	34%	0.09	-86%	33%	52.23	-3%	1%
	猫语玫瑰*	33	-88%	-37%	0.69	-81%	-20%	48.19	-38%	-22%
	悦芙媞	113	-83%	-19%	2.08	-68%	-2%	54.42	-46%	-17%
	缇芝	0.71	-	-74%	0.01	-	-70%	106.69	-	-12%
上海家化	佰草集	1454	-17%	24%	11.21	-17%	7%	129.67	0.1%	17%
	高夫	824	-29%	17%	10.63	-43%	7%	77.53	24%	9%
	美加净	226	-26%	8%	7.69	-21%	14%	29.41	-6%	-6%
	启初	0.13	-50%	-73%	0.01	-55%	-60%	23.96	10%	-34%
	玉泽	1737	81%	30%	11.40	82%	24%	152.36	-1%	5%
	双妹	44	-4%	75%	0.08	-16%	64%	571.85	14%	7%
丸美	丸美	4750	33%	37%	21.62	8%	4%	219.72	23%	32%
	春纪	367	-41%	8%	4.05	-44%	12%	90.45	6%	-4%
	恋火*	39	115%	41%	0.07	812%	107%	592.57	-76%	-32%
御家汇	御泥坊	13550	21%	36%	110.90	7%	30%	122.19	13%	5%

	小迷糊	2321	0.26%	15%	29.69	-11%	19%	78.17	13%	-4%
	花瑶花	224	317%	86%	1.52	187%	100%	147.59	46%	-7%
	御 MEN	1150	-	37%	13.49	-	34%	85.25	-	3%
	HPH	112	-	-86%	0.69	-	-60%	160.94	-	-64%
华熙生物	润百颜	5745	433%	51%	62.12	1031%	92%	92.49	-53%	-21%
	夸迪	4047	10551%	128%	8.97	6054%	96%	451.28	73%	17%

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；缇芝、御MEN、HPH 2019年8月数据缺失

品牌天猫官方旗舰店数据：8月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的润百颜，成交额0.38亿元，同比+285%，销量11.18万件，同比+194%，其次是上海家化旗下的玉泽，成交额0.14亿元，同比+77%，销量9.13万件，同比+79%、御家汇旗下的御泥坊（成交额0.83亿元，同比+30%）、丸美旗下的丸美（成交额0.14亿元，同比-18%）、珀莱雅旗下的珀莱雅（成交额0.83亿元，同比-42%）。在跟踪的23个品牌中，御家汇旗下御MEN与花瑶花同比提升明显。御MEN成交额为1122万元，同比+412%，销量同比+398%；花瑶花成交额为225万元，同比+319%，销量同比+194%。

图表24：主要上市公司天猫旗舰店8月销售额（万元）和销量（万件）

上市公司	品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
珀莱雅	珀莱雅*	8272	-42%	4%	67.24	-49%	14%	123	15%	-9%
	优资莱	212	63%	211%	1.22	-7%	129%	174	75%	36%
	韩雅	70	-65%	-75%	0.64	-66%	-84%	109	1%	57%
	悠雅*	1	-96%	-17%	0.01	-97%	-38%	70	34%	34%
	猫语玫瑰*	30	-90%	-4%	0.40	-89%	-4%	75	-3%	1%
	悦芙媞	136	-80%	1%	2.46	-68%	17%	55	-37%	-14%
	缇芝	1	-	-76%	0.01	-	-76%	120	-	-1%
上海家化	佰草集	846	-26%	37%	3.87	-31%	4%	218	7%	32%
	高夫	492	-29%	27%	4.55	-47%	18%	108	34%	7%
	美加净	114	-19%	5%	1.91	-29%	9%	60	13%	-3%
	启初	296	18%	16%	4.90	5%	3%	60	12%	13%
	玉泽	1444	77%	27%	9.13	79%	21%	158	-1%	5%
	双妹	46	7%	56%	0.08	11%	53%	572	-3%	2%
丸美	丸美	1368	-18%	20%	6.74	-15%	-15%	203	-3%	40%
	春纪	153	-56%	11%	1.62	-62%	15%	95	16%	-3%
	恋火*	31	167%	48%	0.23	78%	26%	136	50%	17%
御家汇	御泥坊	8329	30%	30%	80.45	13%	38%	104	15%	-6%
	小迷糊	1608	6%	36%	18.23	-8%	39%	88	16%	-2%
	花瑶花	225	319%	90%	1.56	194%	98%	145	43%	-4%
	御 MEN	1122	412%	35%	13.04	398%	31%	86	3%	3%
	HPH	109	-	-86%	0.68	-	-61%	160	-	-64%
华熙生物	夸迪	2779	30185%	63%	6.29	13688%	62%	442	120%	1%
	润百颜	3750	285%	-4%	11.18	194%	-8%	335	31%	4%

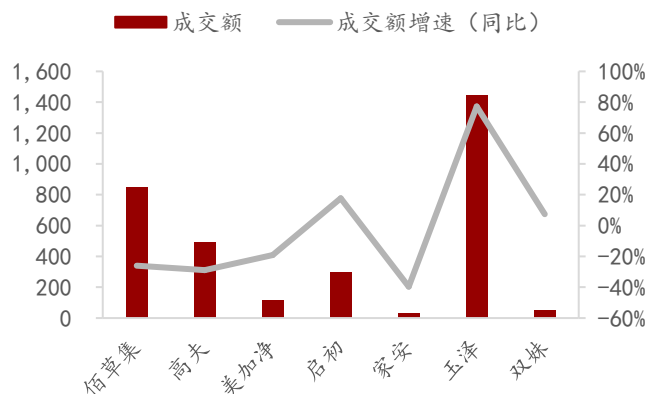
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

注：缇芝、HPH的2019年8月数据缺失

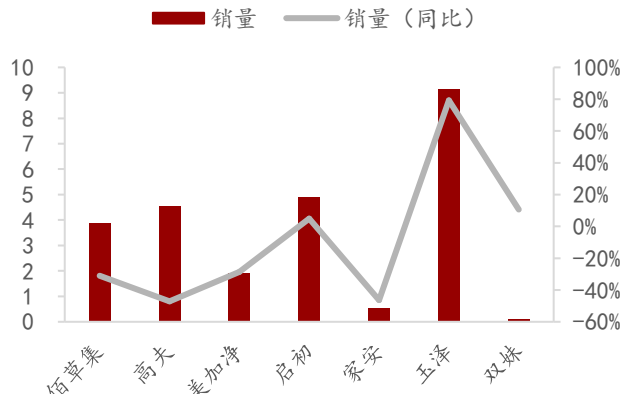
(1) 上海家化：玉泽销售额居前且增速表现突出

8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0.33亿元，销量24.97万件。其中，玉泽销售额居前，其增速亦表现突出。玉泽成交额达到0.14亿元，同比+77%；销量达到9.13万件，同比+79%。启初、双妹也实现正增长，成交额分别同比+18%/+7%，销量分别同比+5%/+11%。

图表25：上海家化8月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



图表26：上海家化8月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速

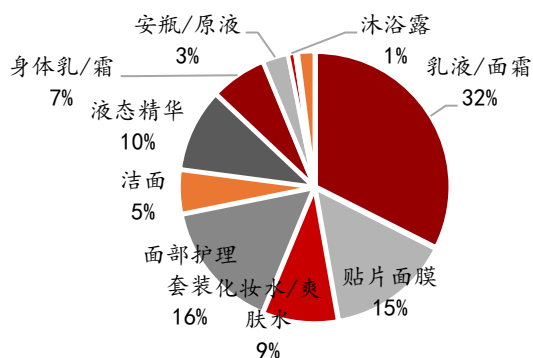


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

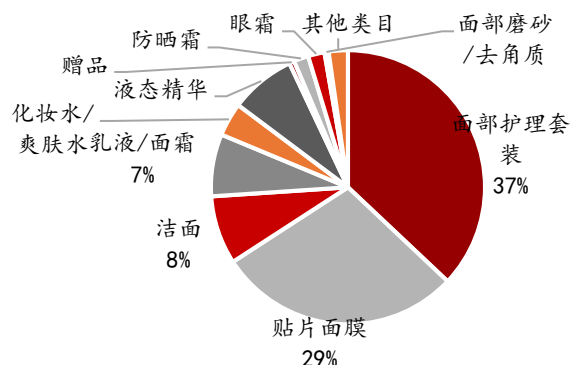
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

品牌旗舰店品类占比分析：8月品牌天猫旗舰店数据显示，玉泽主打面部护理，其中4个品类包括乳液面霜、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73%；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（29%），两者合计占总成交额中66%；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（16%），沐浴乳/沐浴露占比略有下降；高夫主打男士护理套装（45%）与男士洁面（30%）。

图表27：8月玉泽天猫旗舰店分品类成交额占比



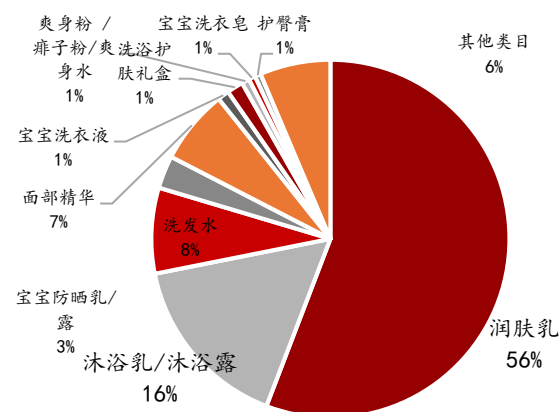
图表28：8月佰草集天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

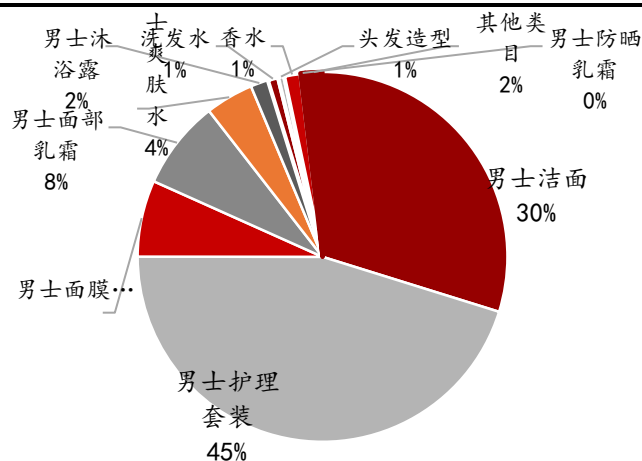
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表29：8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30：8月高夫天猫旗舰店分品类成交额占比

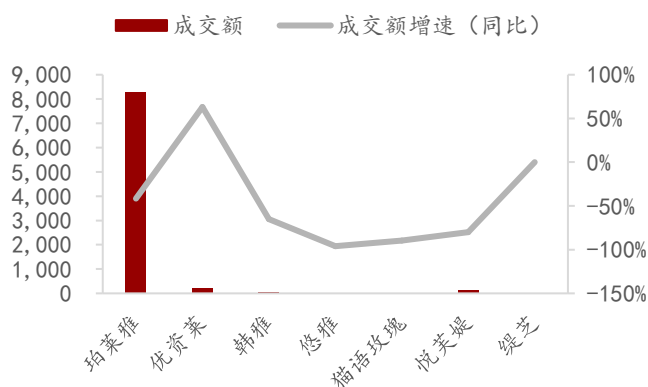


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(2) 珀莱雅：优资莱成交额增速亮眼，全品类销量增速为负

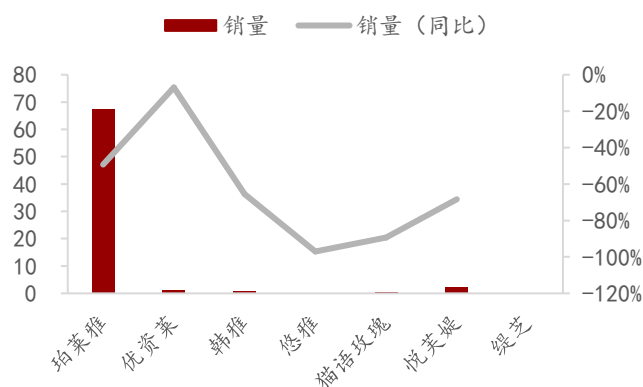
8月珀莱雅旗下品牌天猫旗舰店（珀莱雅、悦芙媞、优资莱、韩雅、猫语玫瑰、悠雅、缇芝）合计实现成交额0.87亿元，销量71.99万件。珀莱雅旗下品牌除优资莱外成交额同比均下降，其中主品牌珀莱雅成交额-42%，主要受2019年第三季度的泡泡面膜的高基数影响。优资莱成交额增速表现亮眼，其成交额为0.02亿元，同比+63%，销量为1.22万件，同比-7%。全品类销量增速为负。

图表31：珀莱雅8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32：珀莱雅8月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速



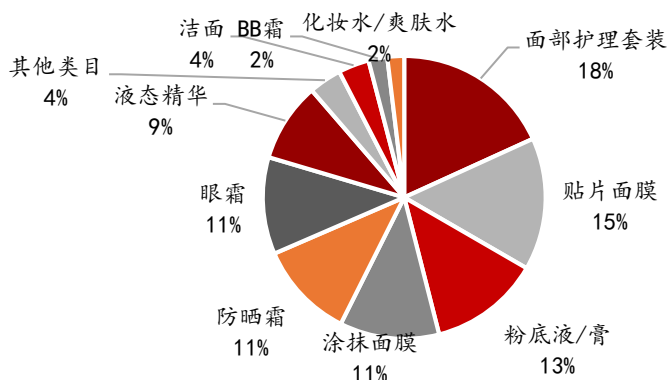
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

注：缇芝2019年8月数据缺失

品牌旗舰店品类占比分析：8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面部护理套装（18%）、贴片面膜（15%）以及粉底液/膏（13%）；韩雅面部护理套装成交额占总成交额中的62%，相比上月8%的占比，提升较明显，其次为贴片面膜（10%）；优资莱中成交额占比最大的为乳液/面霜（52%），其次为面部护理套装（29%）；悦芙媞专注于防晒，其成交额来源主要为防晒产品（76%）；猫语玫瑰主打彩妆，其占比高依次为粉底液/膏（68%）、卸妆（11%）和隔离/妆前（11%）；

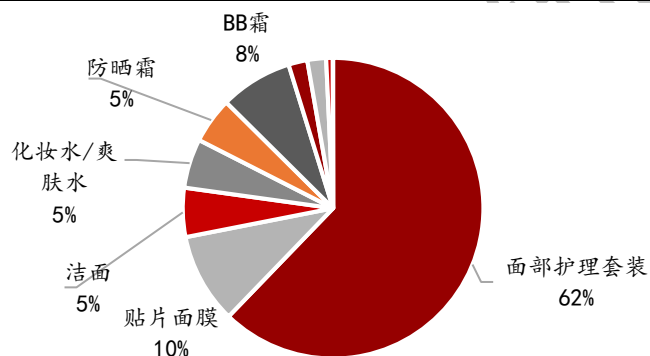
悠雅销售品类较为分散，成交额中占比主要为粉饼（21%），BB霜（17%），卸妆（15%）；缇芝主打喷雾，销售额占比95%。

图表33：8月珀莱雅天猫旗舰店分品类成交额占比



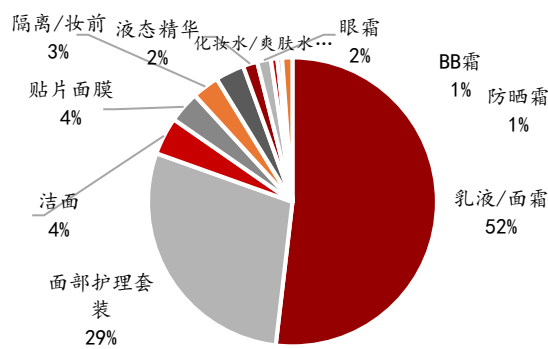
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表34：8月韩雅天猫旗舰店分品类成交额占比



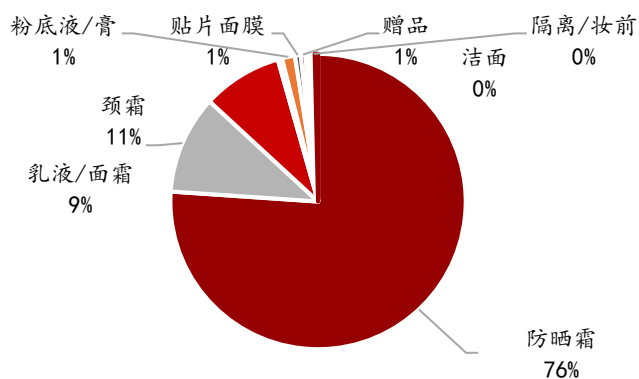
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表35：8月优资莱天猫旗舰店分品类成交额占比



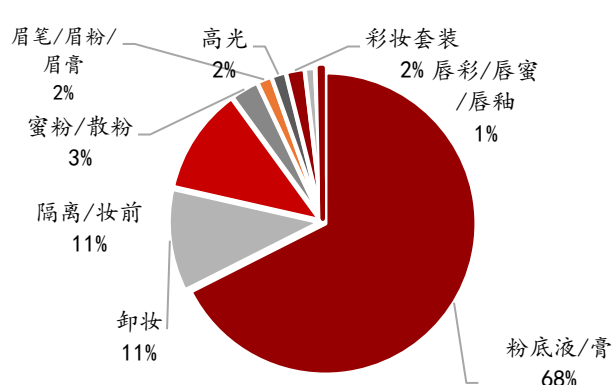
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表36：8月悦芙媞天猫旗舰店分品类成交额占比



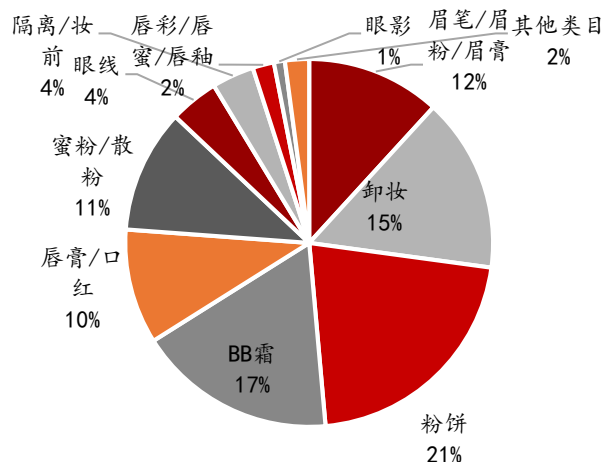
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表37：8月猫语玫瑰天猫旗舰店分品类成交额占比



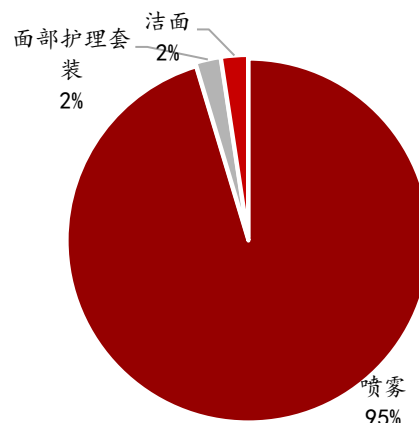
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表38：8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39：8月缇芝天猫旗舰店分品类成交额占比

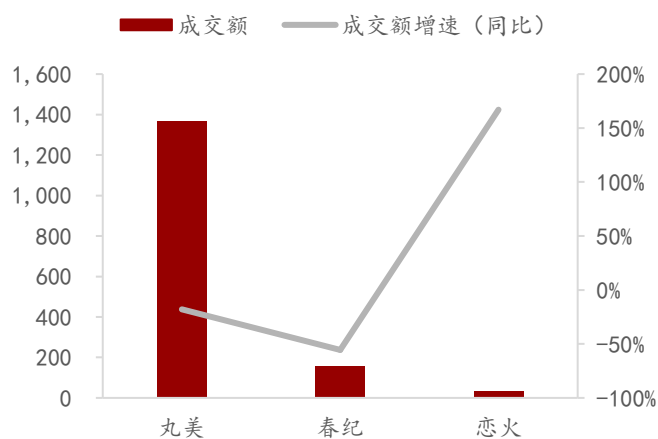


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(3) 丸美：恋火量价齐升并实现销售额3位数增长，丸美、春纪增速不乐观

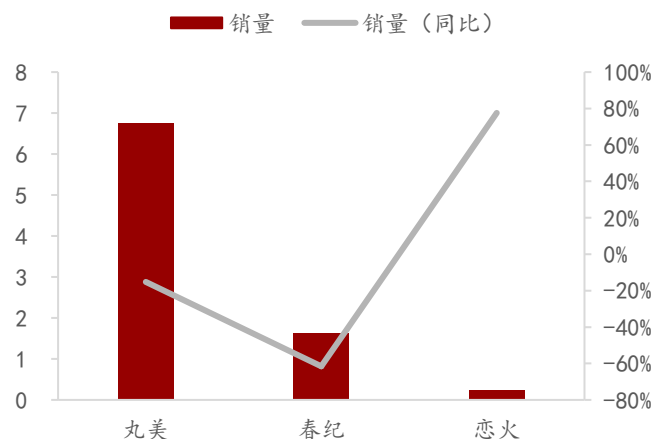
8月丸美旗下品牌天猫旗舰店（丸美、春纪、恋火）合计实现成交额0.16亿元，销量8.59万件。其中，恋火实现同比正增长，而丸美、春纪的成交额均同比下降。细分品牌具体情况：丸美8月天猫旗舰店成交额为0.14亿元，同比-18%，销量达到6.74万件，同比-15%，单价-3%；春纪成交额同比-56%，主要由于销量同比-62%，单价+16%所致；恋火成交额达到今年峰值31.23万元，成交额同比+167%，实现3位数增长，涨幅与丸美、春纪拉开较大距离，销量同比+78%，单价+50%。

图表40：丸美8月天猫旗舰店成交额（万元）及同比增速



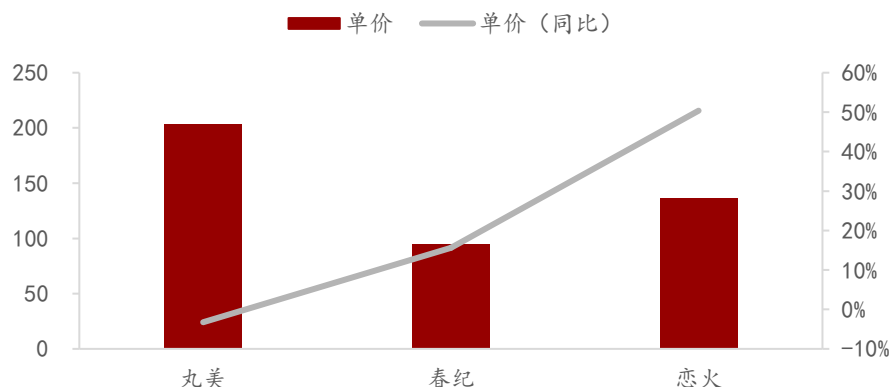
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表41：丸美8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

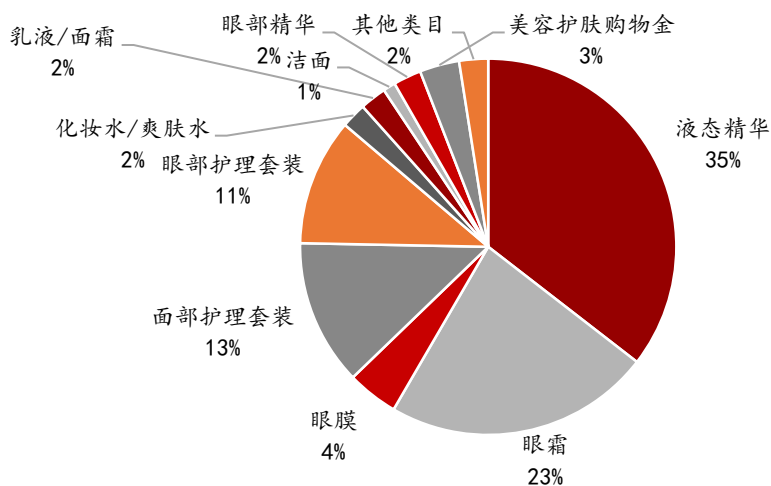
图表42：丸美8月天猫旗舰店单价（元）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

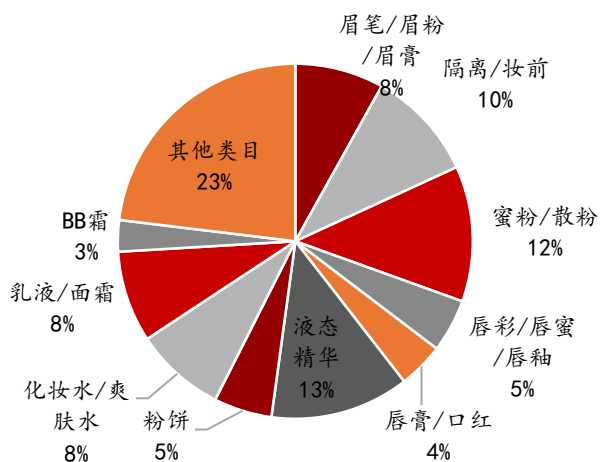
品牌旗舰店品类占比分析：8月品牌天猫旗舰店数据显示，丸美中成交额占比最大的为液态精华（35%），其次为眼霜（23%）和面部护理套装（13%）；恋火8月销量较为分散，其占比最高为其他类目（23%）、液态精华（13%）和蜜粉/散粉（12%）；春纪主打面部护理，面部护理套装成交额占总成交额中的63%，其次为洁面（16%）。

图表43：8月丸美天猫旗舰店分品类成交额占比



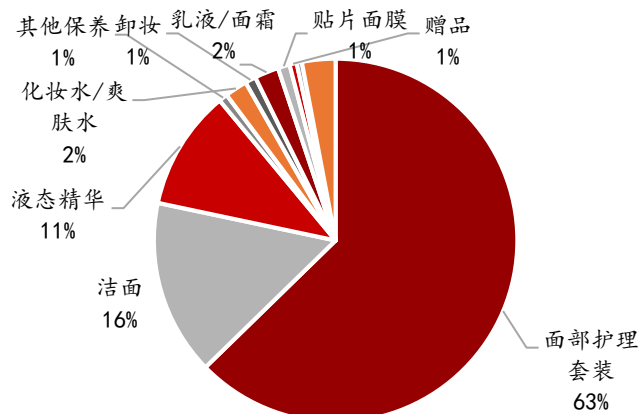
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表44：8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45：8月春纪天猫旗舰店分品类成交额占比

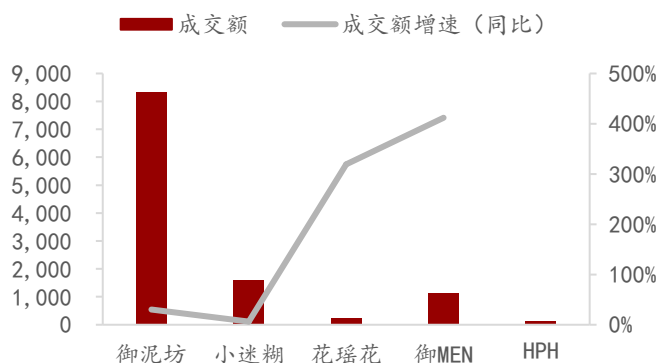


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(4) 御家汇：御MEN、花瑶花销售额高速增长，小迷糊销量增速为负

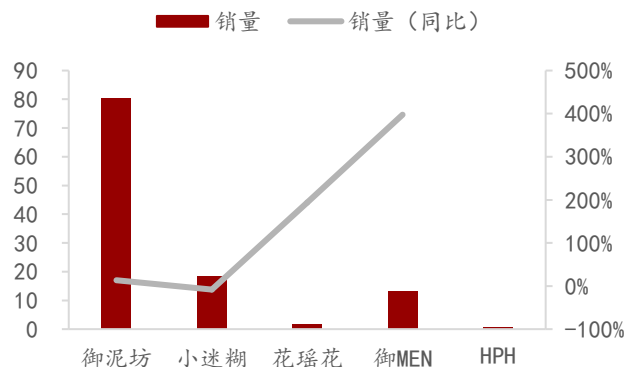
8月御家汇旗下品牌天猫旗舰店（御泥坊、小迷糊、御MEN、HPH、花瑶花）合计实现成交额1.14亿元，销量113.97万件。其中，成交额最高为御泥坊，最低为HPH。主品牌御泥坊成交额0.83亿元，销售增速放缓，同比+30%，销量同比+13%；旗下御MEN、花瑶花8月表现抢眼，成交额分别同比+412%/+319%，销量同比+398%/+194%。除了小迷糊销量增速为负（-8%），其余品类销量均正增长。

图表46：御家汇8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

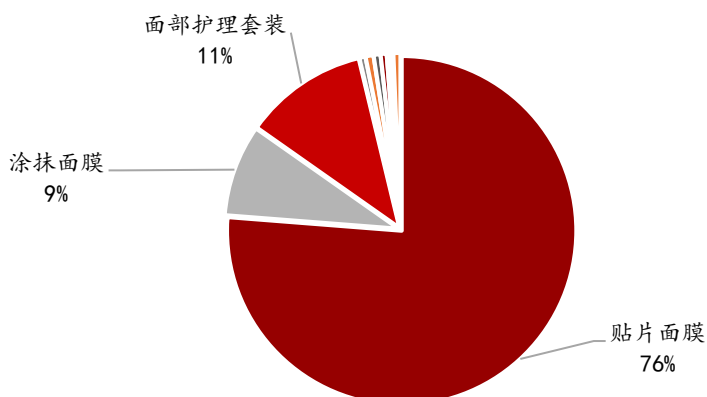
图表47：御家汇8月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

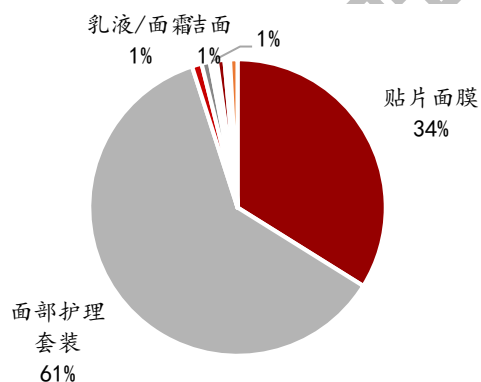
品牌旗舰店品类占比分析：8月品牌天猫旗舰店数据显示，御泥坊成交额来源主要为贴片面膜（76%）和面部护理套装（11%）；小迷糊主打面部护理套装（61%）和贴片面膜（34%）；御MEN成交额87%来自男士洁面，8%来自男士护理套装；HPH的液态精华跃升首位（98%），面部护理套装占比降至1%；花瑶花在涂抹面膜（39%）、液态精华（31%）中占比较多。

图表48：8月御泥坊天猫旗舰店分品类成交额占比



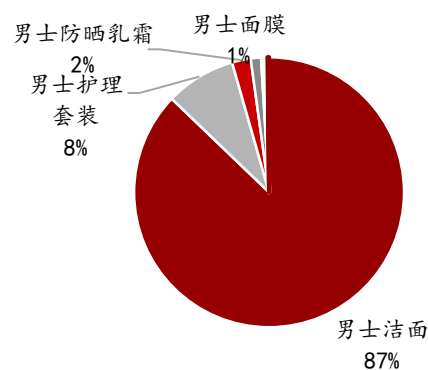
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表49：8月小迷糊天猫旗舰店分品类成交额占比



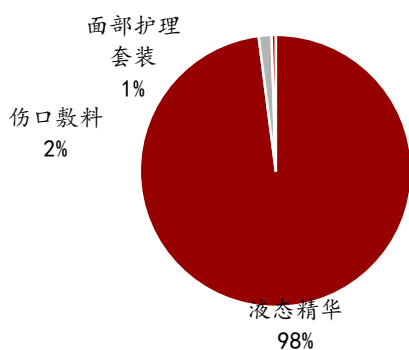
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表50：8月御MEN天猫旗舰店分品类成交额占比



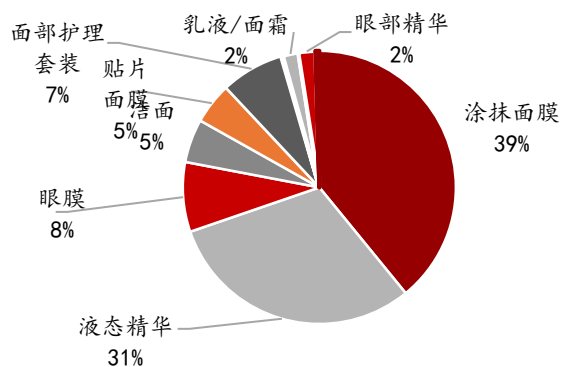
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表51：8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52：8月花瑶花天猫旗舰店分品类成交额占比

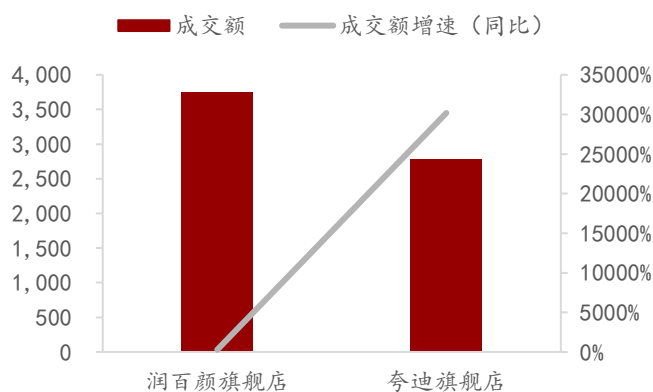


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

(5) 华熙生物：夸迪销售额达到历史新高，润百颜增速高位放缓

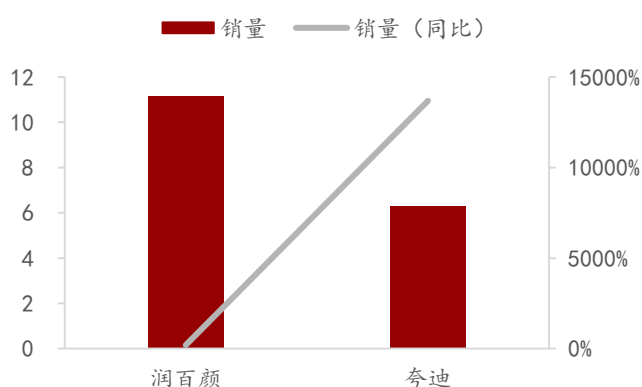
8月华熙生物旗下品牌天猫旗舰店（润百颜、夸迪）合计实现成交额0.65亿元，销量17.46万件。其中，主品牌润百颜销售额增速仍在高位但有所放缓，成交额0.37亿元，同比+285%，销量同比+194%；夸迪自2020年6月销售额有所下降后触底反弹，销售额达到历史最高点0.28亿元，增长势头迅猛，由于去年同期销售额较少，成交额同比+30185%，销量同比+13688%。

图表53：华熙生物8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

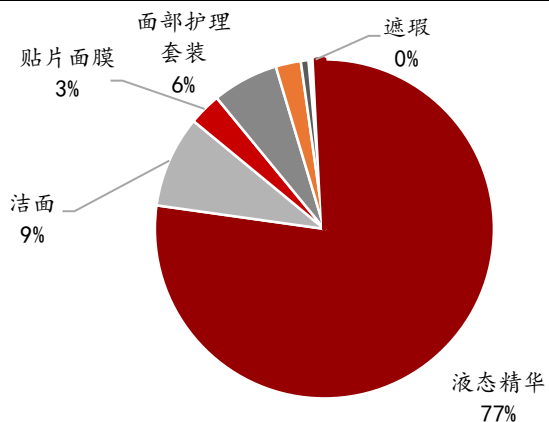
图表54：华熙生物8月天猫旗舰店销量（万件）及同比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

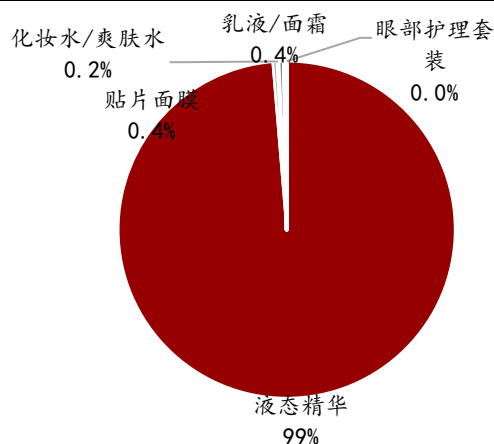
品牌旗舰店品类占比分析：8月品牌天猫旗舰店数据显示，润百颜成交额来源主要为液态精华（77%）与洁面（9%）；夸迪主要品类为液态精华（99%）。

图表55：润百颜8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

图表56：夸迪8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

2.2.2 非上市公司主品牌淘系全网与天猫官方旗舰店8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,7个品牌中除了百雀羚(-6%)外,成交额同比增速实现大幅增长。其中花西子、林清轩成交额同比增速实现3位数增长,分别为+191%/+148%。

图表57: 主要非上市公司品牌淘系全网8月销售额(万元)和销量(万件)

品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
花西子*	32971	191%	68%	223.22	148%	43%	147.71	17%	18%
自然堂	11099	14%	43%	93.25	9%	36%	119.02	4%	5%
毛戈平*	1959	34%	14%	12.77	50%	15%	153.45	62%	169%
百雀羚	8293	-6%	14%	87.49	-10%	25%	94.79	4%	-9%
韩束	4819	-12%	-8%	50.02	-14%	5%	96.35	2%	-12%
林清轩	838	148%	-51%	3.69	139%	-44%	227.06	4%	-12%
一叶子	57	10%	-68%	0.97	7%	-56%	58.54	3%	-27%

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,除韩束、百雀羚与一叶子外,其余4个品牌成交额同比增速实现大幅增长。其中花西子、林清轩成交额同比增速表现亮眼,分别为+199%/+127%。韩束、百雀羚与一叶子销售额的下滑主要由销量下滑所致。

图表58: 主要非上市公司品牌天猫旗舰店8月销售额(万元)和销量(万件)

品牌	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价 (元)	同比	环比
花西子	33826	199%	74%	230	155%	48%	147	17%	17%
林清轩	703	127%	-57%	2	97%	-63%	321	15%	15%
毛戈平	1262	10%	18%	6	2%	18%	199	8%	0.3%
韩束	2802	-31%	-19%	25	-41%	-13%	112	17%	-7%
自然堂	7416	16%	46%	60	12%	43%	124	4%	2%
百雀羚	3556	-9%	-5%	24	-21%	28%	151	15%	-26%
一叶子	3696	-31%	-48%	36	-43%	-41%	102	21%	-12%

资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

3、投资建议

8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209.61亿元，同比+27%，增速有所放缓，环比+16%。其中美容护肤类同比+23%；彩妆类同比+35%。上市公司主品牌中，润百颜、玉泽增速亮眼。颜值时代下，化妆品赛道近年来需求日益增长，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）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。

（2）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。

（3）质量安全风险。质量安全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。

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