



# 美妆巨头财报解析：线上、 高端、功效驱动增长



本报告导读：

国际美妆巨头欧莱雅等发布亮眼财报，我们总结以下四点趋势：①中国增长持续领跑；②功效性、专业化、高端化需求引领增长；③高附加值品类打磨明星产品、效率品类推新；④线上化为大势所趋。

摘要：

投资建议：21H1 全球化妆品市场同比+11%显著恢复，中国以 20% 增速领跑，彰显行业景气。整体看，中国市场、高端&功效化妆品、电商渠道仍为主要增长驱动力。本土化妆品企业在国际化竞争下逐步优化自身的组织、营销、渠道效率，正通过产品升级顺应高端化、功效化的消费者需求，叠加产业政策支持，持续看好优质本土化妆品品牌崛起。建议增持：贝泰妮、珀莱雅、上海家化、青松股份、水羊股份、丸美股份、拉芳家化、若羽臣，受益标的：嘉亨家化、奥园美谷、鲁商发展、丽人丽妆等。

各国际美妆巨头发布财报，收入实现高个位数至双位数增长，盈利能力显著恢复。欧莱雅、LVMH 业绩增速亮眼，21H1 收入同比+16%、56%，利润同比+30%、858%；爱茉莉太平洋、LG 生活健康实现恢复性增长，收入同比+9%、10%，利润同比+220%、11%；宝洁 FY2021 收入、利润同比+7%、10%。

中国市场、线上渠道引领增长。21H1 中国化妆品市场同比+20%，增速高出全球市场 9pct，成为各集团增长引擎。其中欧莱雅中国收入同比

+34%，调整区域划分、更加重视中国市场战略地位。20 年高基数下，欧莱雅 21H1、爱茉莉太平洋 21Q2 线上同比+29%、+40%，依旧强劲。电商高效的双向触达效率已得到业内认可，且在疫情反复的背景下，线上增长更具确定性、占比有望持续提升。

功效、专业、高端品牌为主要增长引擎，明星单品助力高附加值品类增长。欧莱雅专业美发、活性化妆品、高档化妆品、大众化妆品事业部 21H1 报表收入同比+33%、+32%、+25%、+2%，其中美发、活性、高档三事业部收入已恢复疫情前水平。爱茉莉太平洋、LG 生活健康等多公司高端化妆品实现双位数增长、显著好于大众品牌，高端消费有望维持强劲增长。产品趋势方面，高附加值的功效性、高端品牌依靠明星产品持续渗透，如理肤泉受经典系列 Effaclar 和 Cicaplast 拉动、修丽可升级 CF 精华、雪花秀聚焦人参系列。而大众化妆品、美发等需求变化较快的效率型品类则有赖于产品不断推陈出新。

风险提示：市场竞争加剧导致业绩承压；疫情影响时间长于预期，导致销售承压；收购品牌整合效果不及预期拖累业绩等。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_34109](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34109)

