



化妆品行业周报：品牌端静待3.8大促行情 关注新规利好厂商



投资建议

继续好看化妆品新规利好的优质上游标的：进入全球原料巨头供应链体系、22Q1 海外疫情缓解、需求回升，国内新规严监管下需求增多，新产能持续释放的科思股份；绑定海内外头部品牌、新工厂投产望贡献业绩增量（预计收入端较净利端更早有所体现）的代工龙头嘉亨家化。

12 月化妆品终端零售同增 2.5%、总体偏淡，1~2 月为零售淡季。据草根调研，当前各大品牌纷纷筹备 3.8 大促，预计大促催化下、总体零售得到提振，建议择机提前布局头部品牌商贝泰妮/珀莱雅、有望靓丽增长的鲁商发展。

本周专题：上海上美招股书梳理

上海上美提交港交所上市聆讯申请，据招股书，公司 19/20 年营收 29/34 亿元（+17.6%），对应净利率 4.0%/7.8%，1-3Q21 营收 25.96 亿元（+12.77%），净利 2.85 亿元（+45.30%）、净利率 11%、持续提升、获益销售费用率降。

品牌孵化能力强，大众主品牌韩束（护肤）/一叶子（护肤）/红色小象（婴童）均为细分赛道龙头品牌，近年加快品牌孵化速度，推出高肌能（大众敏感肌护肤）、安弥儿（中高端孕期洗护）儿及极方（护发），22 年筹备推出安敏优（中高端母婴）、一页、山田耕作等三个品牌。

渠道覆盖广泛，直营/合作电商平台/分销等模式布局线上，合作线下

零售商（大型超市及连锁化妆品店）/分销模式布局线下。1-3Q21 线上占 73%、同增 11%（其中直营同降 1%，猫超/京东/唯品会等零售同增 363%），线下同增 15.7%（其中超市及连锁化妆品店同增 33.7%）。

本次上市拟募集资金主要投向品牌建设/投资/设备改造及扩张/增加销售网络/研发/数字化信息化等。

重点数据

12 月化妆品零售额 341.4 亿元、同增 2.5%，增速环比 11 月放缓 5.7PCT，主要受 10-11 月大促影响需求减弱；相比 19 年 12 月复合增速 5.7%；21 全年化妆品零售额累计 4026 亿元、同增 14%，相比 19 年同期复合增 11.7%，景气度处行业上游，增速仅次于体育休闲、文化办公。

行情回顾及重点公告

上周上证综指跌 1.63%/深证成指跌 1.35%/沪深 300 跌 1.98%，化妆品板块跌 3.56%，跑输沪深 300 4.67PCT，处行业下游。个股方面，上海家化、鲁商发展、朝云集团涨幅居前，逸仙电商、丽人丽妆、拉芳家化跌幅居前。

上海家化公告 21 年度业绩预增：预计 21 年净利润 6.55 亿元（+52%），4Q21 净利润 2.35 亿元（+99%）。

风险提示

新品/营销/渠道发展不及预期；生产/代运营商大客户流失。

关键词：业绩预增 疫情

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_36615

