



深度*行业*美妆医美行业 2022 年半年报综述：疫情下 行业表现分化 头部企业业绩 亮眼



美妆医美行业 2022 年上半年整体呈现分化趋势，零售端受疫情影响有所波动，2022 年 6 月化妆品零售额同比上升 8.1%，7 月同比上升 0.7%。具体来看，美妆头部企业和医美上游原料企业整体表现较好。

受疫情封控影响，2022Q2 化妆品零售同比有所波动。华东和华北区域是化妆品销售的重要地区，因上海、北京等地疫情反复，供应链物流受阻，叠加线下关店影响，4 月和 5 月化妆品零售额分别同比下滑 22.3%和 11.0%。

6 月随上海、北京疫情初步得到控制，及全国物流逐步恢复常态，叠加 618 活动持续加码，6 月化妆品零售额同比上升 8.1%。7 月由于 618 大促提前消费影响，化妆品零售额同比增长 0.7%，环比增速下降。随疫情防控精准化及下游需求端恢复，我们看好化妆品消费的复苏。

美妆行业表现分化，医美上游逆势增长。化妆品上游公司表现分化，降本提效明显，青松股份与嘉亨家化营收分别下滑 25.89%/10.57%，科思股份实现逆势高速增长，营收同比高增 61.29%。2022 年上半年美妆修护行业面临疫情冲击，依托线上优势，稳中继续求进，部分美妆修护企业业务承压，龙头企业依托品牌和大单品优势，实现良好增长。

2022 年上半年华熙生物营收同比增速达 51.58%。贝泰妮、珀莱雅营收同比分别增长 45.19%/36.93%。医美行业上游原料企业保持稳健增长，终端有所承压。爱美客营收逆势同比增长 39.81%，奥园美谷同比下降 35.82%。综合来看，头部公司 2022 年 H1 呈现高增趋势，部分公司在疫

情因素影响下有所波动，但重点公司运营指标平稳，经营质量不断提升，随着疫情逐渐缓解亟待复苏。

当前形势下，头部品牌商经营韧性突出，有望在疫情风险及监管强化下高效增长。化妆品市场方面，推荐具备产品差异化的皮肤学级护肤品赛道龙头贝泰妮（旗下品牌薇诺娜）；主打大单品策略，不断进行大单品系列拓展的珀莱雅；全产业链布局，多品牌矩阵的华熙生物。

建议关注鲁商发展；业务主要涉及防晒剂和合成香料，产能持续拓展的科思股份；涉及化妆品、家庭护理产品一体化综合服务的嘉亨家化。

医美市场方面，政策趋严下利好国产龙头。推荐具备前瞻性差异化产品布局能力的医美龙头爱美客。

板块复查：本周（8.29-9.2）创业板（-4.06%），深证成指（-2.96%），沪深300（-2.04%），上证综指（-1.54%）。美护板块周度跌幅1.81%。

品牌动态：珀莱雅保持大单品策略，主推双抗、红宝石和源力精华及系列产品。薇诺娜推出特护精华，进一步拓展修复+功效性护肤品类，日常

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_45942

