



美容护理周报：三八节活动复盘：行业复苏推进中 珀莱雅表现突出领跑国货



周专题：本周我们对美护三八节活动表现进行复盘，总体来看呈现以下三个特点：

(1) 平台&品牌端：活动周期缩短，国内外品牌参与度提升。今年三八节期间平台端活动周期缩短，天猫较去年活动期缩短三天，京东取消预热阶段，满减活动优化升级、简洁易懂；品牌方面，国内品牌延续大单品+产品组合策略，国际品牌同样延续热门大单品促销策略，从淘系超头直播间预售首日活动看，国内外参与品牌数量及多数品牌参与产品广度均有所提升，但折扣力度多低于或接近双十一水平。

(2) 行业端：本次三八节活动拉动有限，行业复苏推进中。此次三八节活动整体表现较为平淡，分析原因或有两点，一方面抖音等兴趣电商使用人群渗透率提升、直播常态化，加之本次三八节活动整体优惠力度一般，对消费者的吸引力和影响力有限；另一方面今年各平台促销活动较往年有所调整，多数大品牌尤其海外品牌销售基本盘淘系渠道为保证大促高爆发活动周期缩短，抖音渠道尽管仍保持高增长，但由于基数较低整体 GMV 贡献有限，致使行业整体表现较平淡。全年维度看，三八节活动 GMV 占比有限，2 月份大盘数据环比改善，2 月电商表现强于 1 月，淘系 GMV 增速转正、抖音延续高增长，天猫+淘宝渠道护肤行业 1 月销售额 82.2 亿/yoy-40.5%，2 月销售额 139.4 亿/yoy+8.5%；彩妆行业 1 月销售额 40.6 亿/yoy-40.1%，2 月销售额 60.2 亿/yoy-4.5%，板块整体性复苏机会将持续推进。

(3) 品牌端：品牌表现进一步分化，国货势能释放，珀莱雅表现突出。

1-2 月珀莱雅、巨子生物、丸美股份领衔增长，三八节活动前一周珀莱雅力压国际品牌登顶天猫、京东双平台护肤榜首，保持双位数高增长，在国货高质量推新、品牌升级、营销提效等动作下，部分品牌已然具备抗衡国际品牌的机会与实力，我们继续看好国货替代背景下行业发展的结构性机会，看好国货品牌势能持续释放。

化妆品周观点：近期三八节活动期间行业虽然表现较平淡，但一季度为化妆品传统淡季，对全年趋势反映程度有限，建议密切跟踪即将到来的出行旺季、社交场景增多以及放开后需求复苏推进下防晒品类、色彩类彩妆以及护肤新品的销售表现，整体美妆复苏节奏还需通过上半年年中旺季“618”大促验证，看好国货替代背景下化妆品行业全面复苏机会。建议重点关注珀莱雅、华熙生物、贝泰妮、巨子生物、丸美股份、鲁商发展、上海家化、水羊股份、上海上美。

医美周观点：医美终端 2 月后机构基本均恢复正常营业预计行业整体高增；3 月后即将进入行业上半年旺季重要经营阶段，叠加去年低基数预计同比环比趋势将继续改善。看好医美消费持续复苏及龙头疫后复苏弹性，建议重点关注爱美客、华东医药、昊海生科、巨子生物、朗姿股份、江苏吴中。

行业新闻：①质肽生物近日与爱美客全资子公司诺博特生物达成合作，双方决定共同推进司美格鲁肽注射液（减重适应症）生物类似物品种在大

中华地区的临床申报和产业化生产。②科医人联合华熙生物于 3 月 6 日发布新品 M22 医用创面敷料。

③逸仙电商发布 2022 年第四季度业绩报告，单季净营收 10.1 亿元，毛利率同比提升至 71.1%，达成 Non-GAPP 净利润 3468 万元，实现上市后首次单季度盈利。

重点公司更新：爱美客：公司发布 2022 年年报，全年实现营业收入 19.4 亿/yoy+33.9%，归母净利润 12.6 亿/yoy+31.9%，并发布股权激励计划（草案），拟向激励对象共 141 人授予限制性股票不超过 41.7320 万股，约占总股本的 0.1929%，计划授予价格 282.99 元/股，并设置业绩激励考核目标。

投资建议：医美终端年初以来整体恢复良好，行业即将进入上半年旺季重要阶段，继续看好医美消费持续复苏及龙头疫后复苏弹性；化妆品行业 23 年疫后复苏明确，继续看好国货替代背景下化妆品行业全面复苏机会，建议在下一轮旺季大促之前重点关注各家新品推广、渠道布局的规划以把握最强 α ！继续重点推荐美护 3 大主线：（1）医美上游厂商：刚需轻医美

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_53175

