

护肤、彩妆增速均环比略缓，珀莱雅增长较快 ——2019年10月化妆品电商数据跟踪报告

长城证券研究所 纺织服装行业

黄淑妍（分析师） 021-31829709
执业证书编号： S1070514080003

张家璇（联系人） 021-31829782
从业证书编号： S1070118090001

行业概览

■ 行业角度

10月护肤类阿里系GMV达112.14亿元，同增47.24%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有八个、国际品牌有两个，受“双11”前预售影响，进入榜单的国内外知名品牌较少。

10月彩妆类阿里系GMV达41.67亿元，同增3.99%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有五个，国际品牌有五个，国产品牌完美日记维持第一。

■ 品类角度

综合护肤类阿里系GMV亿元以上跟踪品牌仅有欧莱雅，增速超过25%，GMV亿元以下跟踪品牌中增速较快的为自然堂/后/珀莱雅等；精油类跟踪品牌阿芙本月GMV接近1亿；面膜类跟踪品牌中御泥坊本月GMV维持领先，达到0.78亿；皮肤学级护肤品牌WIS本月GMV接近一亿。

彩妆类国际品牌中增速较快的品牌为YSL，同增20.81%；国产品牌增速较快的有猫语玫瑰、毛戈平、珀莱雅、完美日记等，增速均在100%以上。

■ 上市公司角度

珀莱雅本月阿里系GMV达0.92亿，主品牌珀莱雅GMV同增28.40%。

上海家化本月阿里系GMV达0.56亿，玉泽、佰草集、双妹、汤美星增速为正。

御家汇本月阿里系GMV达1.29亿，领先珀莱雅、上海家化，小迷糊增速最快，同增67.93%。

■ 风险提示

行业景气度不及预期、行业竞争加剧、电商经营成本上涨过快、产品质量风险。

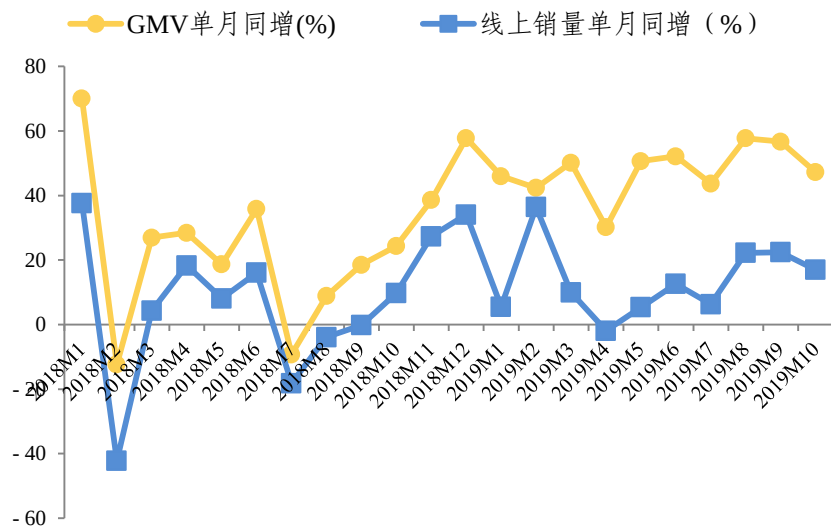
一、行业角度

- 10月护肤类行业规模:GMV同增47.24%
- 10月护肤细分品类销售情况
- 10月彩妆类行业规模:GMV同增3.99%
- 10月彩妆细分品类销售情况
- 10月护肤及彩妆行业前十
- 季度护肤类及彩妆类行业规模

1. 10月线上护肤类行业规模:GMV同增47.24%

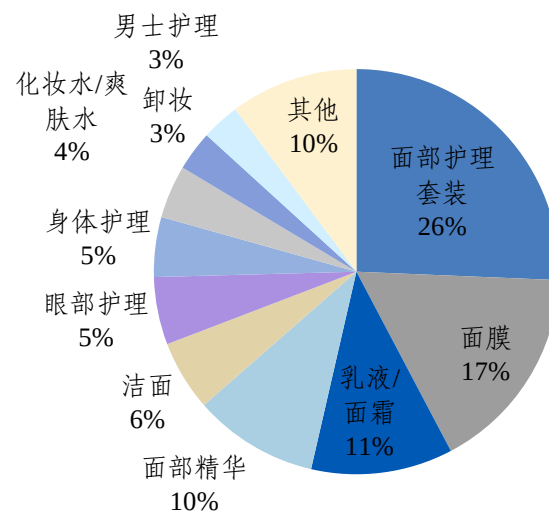
- **10月护肤品GMV同增47.24%：**2019年10月阿里系护肤品GMV为112.14亿元，较上年同增47.24%，主要系量价齐升拉动，本月护肤品销量与均价分别同增16.99%/25.86%。
- **10月线上GMV规模前三为面部护理套装/面膜/乳液面霜：**本月阿里系护肤品GMV规模前三位的品类分别是面部护理套装/面膜/乳液面霜，分别为28.77/18.64/12.69亿元，合计占比超50%。相较于上年同期，面部护理套装占比提升5.77%，仍居第一名。

图1. 10月阿里系护肤类GMV单月增速



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

图2. 10月阿里系护肤类GMV规模占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 10月线上护肤细分品类销售情况

- **细分品类来看：**本月主要护肤品类阿里系GMV增幅较大的有面部护理套装（+89.91%）/眼部护理（+56.32%）。本月面部护理套装销量和均价分别同增34.38%/41.32%，眼部护理销量和均价分别同增50.71%/3.73%。面部护理套装量价均有提升，主要系韩瑟、miss face等淘系品牌销量提升较多，且韩瑟用券力度较大。眼部护理销量提升较快，预计系本月碧素堂、形象美等国产品牌销量增长较快。

表1. 10月阿里系主要护肤品类销售情况

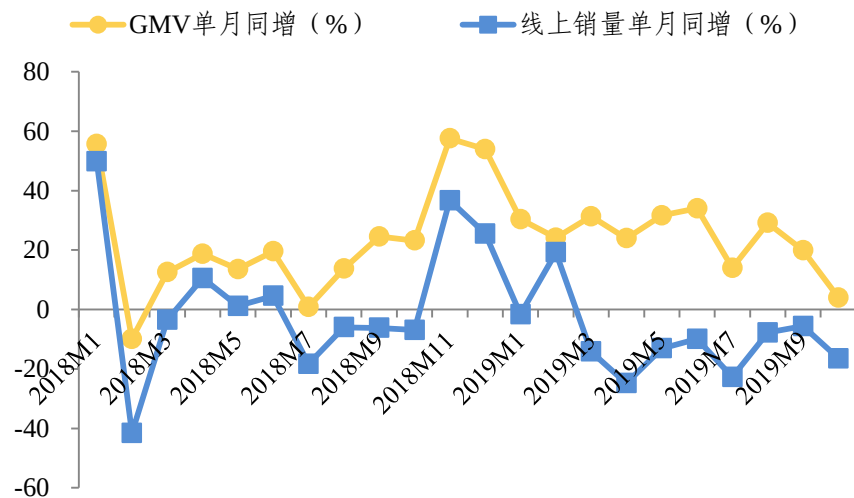
分类	GMV(亿)	GMV同比 (%)	销量 (万)	销量同比 (%)	均价 (元/件)	均价同比 (%)
面部护理套装	28.77	89.91	1728.69	34.38	166.46	41.32
面膜	18.64	40.74	2377.46	0.01	78.39	40.73
乳液/面霜	12.69	48.11	1683.80	32.81	75.36	11.52
面部精华	11.17	34.30	1499.24	48.83	74.52	-9.76
洁面	6.30	55.85	916.77	29.08	68.76	20.74
眼部护理	6.05	56.32	701.00	50.71	86.31	3.73
身体护理	5.35	23.06	891.89	5.96	60.02	16.14
化妆水/爽肤水	4.75	15.20	554.61	3.61	85.60	11.19
卸妆	3.56	49.56	535.02	33.59	66.47	11.95
男士护理	3.41	5.67	488.49	0.80	69.80	4.83

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 10月线上彩妆类行业规模:GMV同增3.99%

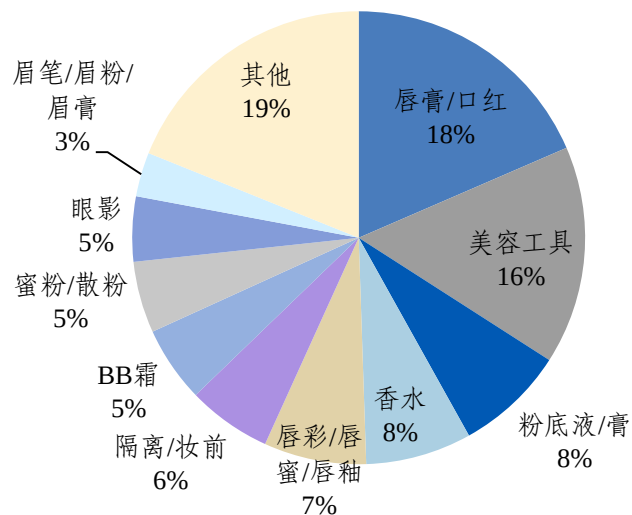
- **10月彩妆类GMV同增3.99%：**2019年10月彩妆类阿里系GMV为41.67亿元，较上年同期增加3.99%，主要系价格增长较快，本月均价同增24.51%，销量同减16.48%。
- **10月线上GMV前三为唇膏口红/美容工具/粉底液膏：**本月阿里系彩妆品GMV规模前三位的品类分别是唇膏口红/美容工具/粉底液膏，分别为7.71/6.49/3.26亿元，合计占比达41.90%。相较于上年同期，唇膏维持第一，粉底液取代BB霜跻进前三。

图3. 9月阿里系彩妆类GMV单月增速



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

图4. 9月阿里系彩妆类GMV规模占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 10月线上彩妆类细分品类销售情况

- **细分品类来看：** 本月主要化妆品阿里系GMV增幅较高的有蜜粉/散粉（+114.94%）/粉底液/膏（+45.18%）/唇彩/唇蜜/唇釉（+38.12%）。本月蜜粉/散粉销量和均价分别同增54.41%/39.21%，粉底液/膏分别同增39.18%/4.31%，唇彩/唇蜜/唇釉分别同增31.62%/4.94%。蜜粉散粉量价均增长较快，预计主要系价格较高的花西子销量40万+，较去年第一名提升两倍；粉底液/膏销量同增较快，预计系梵贞等国产品牌销量增长较快；唇彩唇蜜唇釉销量同增较快，预计主要系color key、辛有志、韩熙贞等国产品牌销量提升较快。

表2. 10月阿里系主要彩妆品类销售情况

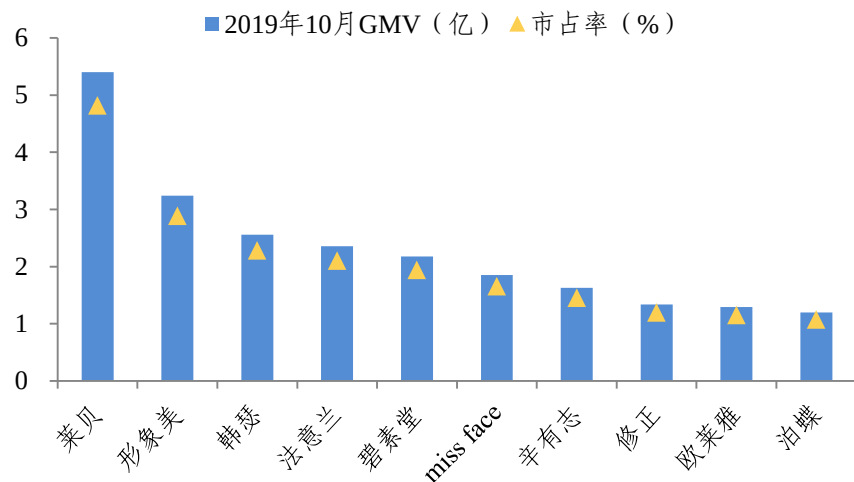
分类	GMV(亿)	GMV同比 (%)	销量 (万)	销量同比 (%)	均价 (元/件)	均价同比 (%)
唇膏/口红	7.71	-11.80	837.19	-32.62	92.08	30.90
美容工具	6.49	29.00	4074.57	-18.39	15.93	58.06
粉底液/膏	3.26	45.18	308.25	39.18	105.77	4.31
香水	3.15	9.77	383.05	15.83	82.29	-5.23
唇彩/唇蜜/唇釉	3.05	38.12	444.73	31.62	68.51	4.94
隔离/妆前	2.50	34.37	287.06	22.81	87.13	9.41
BB霜	2.26	-16.69	237.69	-29.25	94.92	17.76
蜜粉/散粉	2.13	114.94	243.29	54.41	87.38	39.21
眼影	1.93	-17.52	337.71	-32.15	57.27	21.56
眉笔/眉粉/眉膏	1.31	0.62	557.35	-1.09	23.58	1.73

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 10月线上护肤及彩妆类GMV排名前十

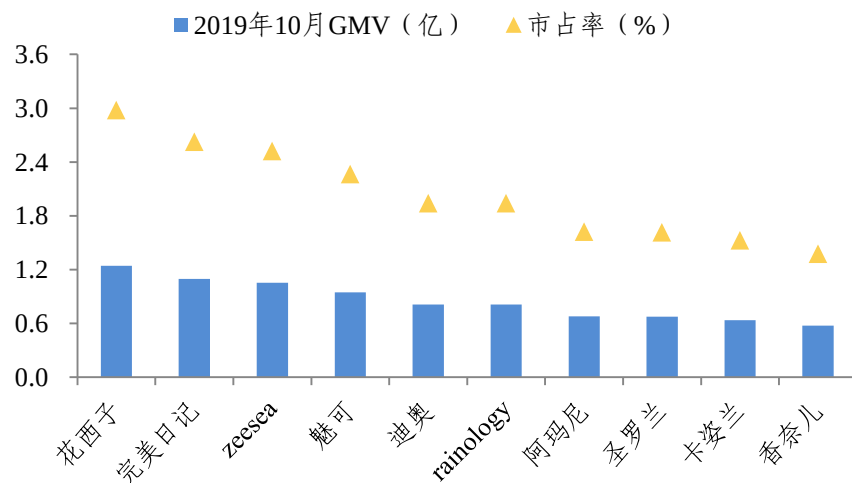
- **护肤类国内品牌数量占优：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达20.54%，较上年同期提升12.67pct。其中国产品牌八个、国际品牌两个。相较于上年同期，本月除欧莱雅均为新增品牌。国内外较多知名品牌未进入榜单，预计与“双11”前预售未计入GMV有关。同时，需理性看待莱贝、碧素堂等淘系品牌GMV数值，其包含大额用券因素。
- **彩妆类国内外品牌数量相当：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达20.42%，较上年同期增加3.41pct。其中有五个国产品牌，五个国际品牌。相较于上年同期，本月国内外知名品牌迪奥、魅可、YSL、卡姿兰、zeesea、完美日记、阿玛尼稳居前十榜单；花西子、rainology、香奈儿本月跻身前十；美康粉黛、稚优泉、美宝莲本月未进入前十。

图5. 阿里系护肤品牌10月GMV规模前十及市占率



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

图6. 阿里系彩妆品牌10月GMV规模前十及市占率

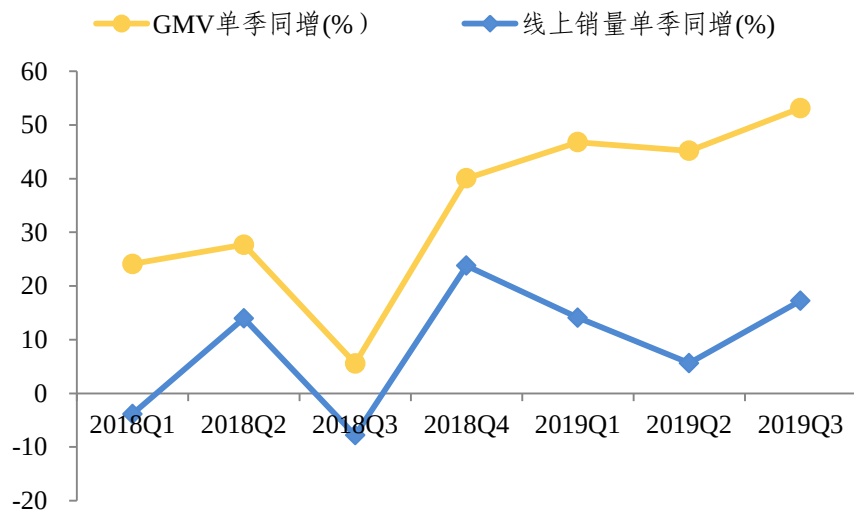


数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 线上护肤及彩妆类季度销售情况

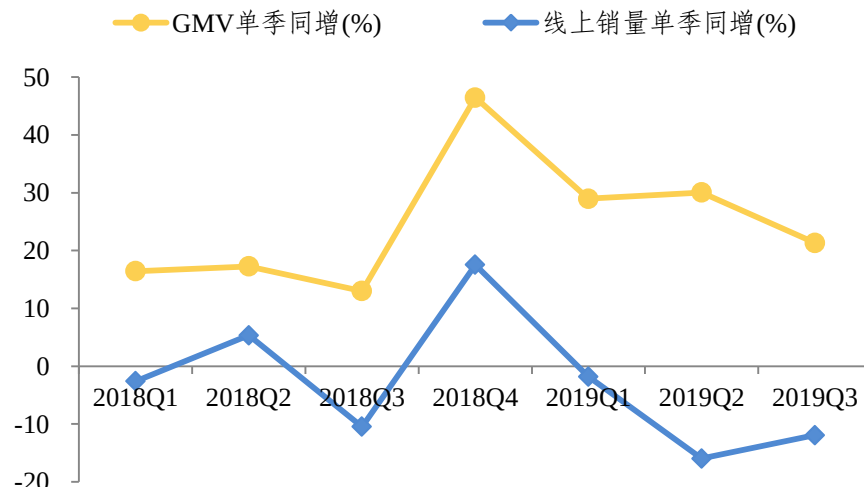
- **2019Q3护肤类GMV同增53.14%：**2019Q3阿里系GMV为329.03亿元，较上期同增53.14%，主要系均价提升拉动；本季度阿里系销量为3.73亿份，较上期同增17.24%；均价为88.19元/件，较上期同增30.62%。
- **2019Q3彩妆类GMV同增21.33%：**2019Q3阿里系GMV为138.35亿元，较上期同增21.33%，主要系消费升级促使均价上升；本季度阿里系销量为3.16亿份，较上期同减11.94%；均价为43.76元/件，较上期同增37.78%。

图7. 护肤类季度GMV及销量增速



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

图8. 彩妆类季度GMV及销量增速



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

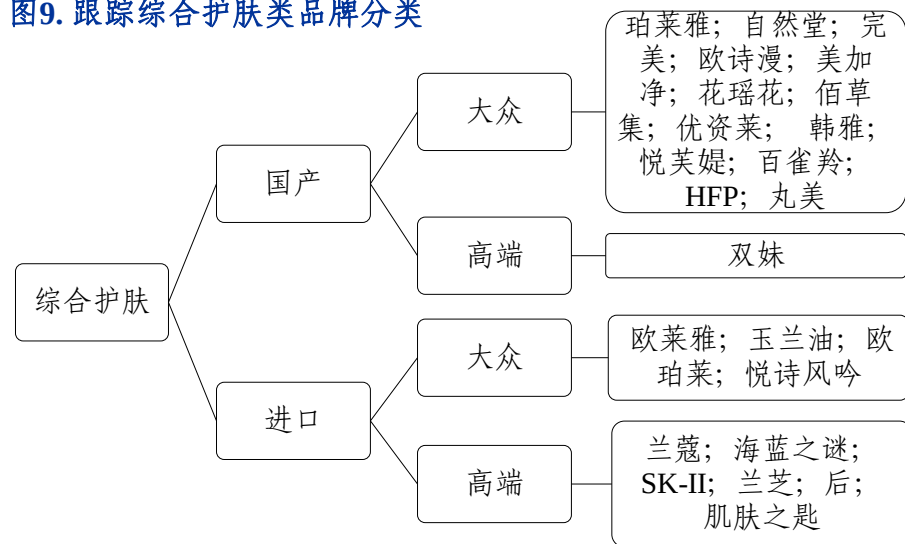
二、品类角度

- 跟踪综合护肤类品牌:欧莱雅/后/自然堂增速超25%
- 跟踪精油、面膜类品牌:精油类阿芙GMV接近1亿
- 跟踪男士护肤、皮肤学级护肤类品牌:皮肤学级多品牌增长较快
- 跟踪彩妆品牌:完美日记/毛戈平/珀莱雅GMV同增较快

2. 护肤类（综合护肤）：欧莱雅/后/自然堂增速超25%

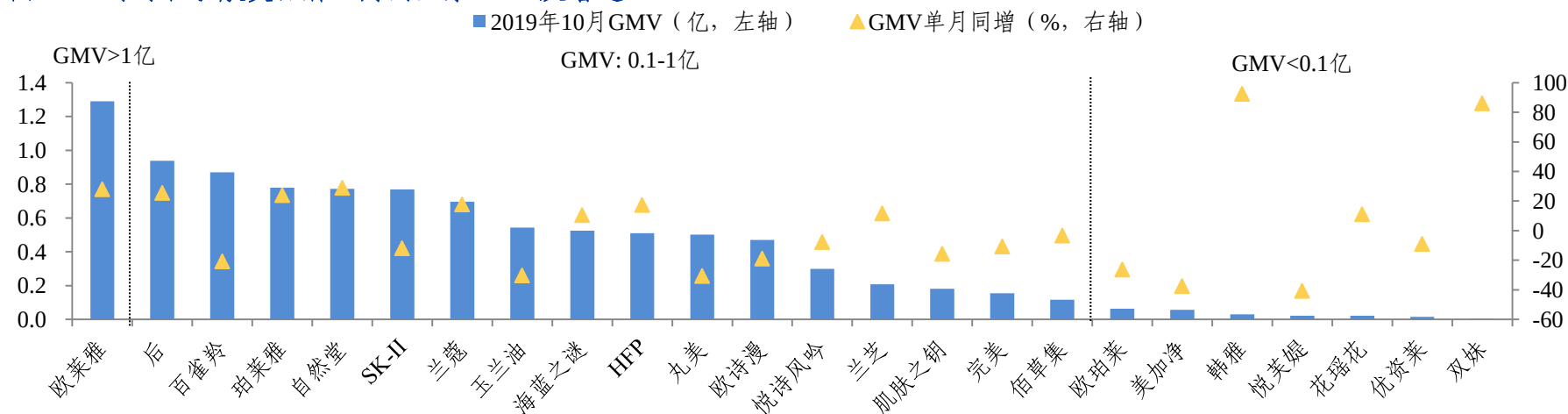
- **GMV亿元以上品牌：** 本月跟踪品牌中GMV过亿的品牌有1个为欧莱雅，同增27.99%。
- **GMV0.1-1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV在0.1-1亿的品牌有16个，增速较高的有自然堂/后/珀莱雅，分别同增28.96%/25.50%/23.91%。
- **GMV<0.1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV小于0.1亿的品牌有7个，其中韩雅/双妹增速较高，分别同增92.42%/85.99%。

图9. 跟踪综合护肤类品牌分类



数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

图10. 跟踪综合护肤类品牌10月阿里系GMV及增速

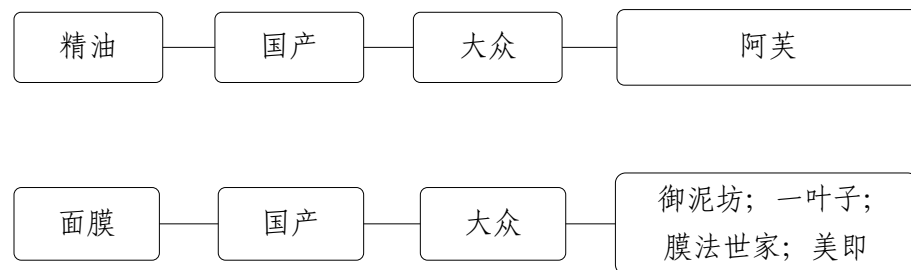


数据来源：第三方数据，长城证券研究所

2. 护肤类（精油、面膜）：精油类阿芙GMV接近1亿

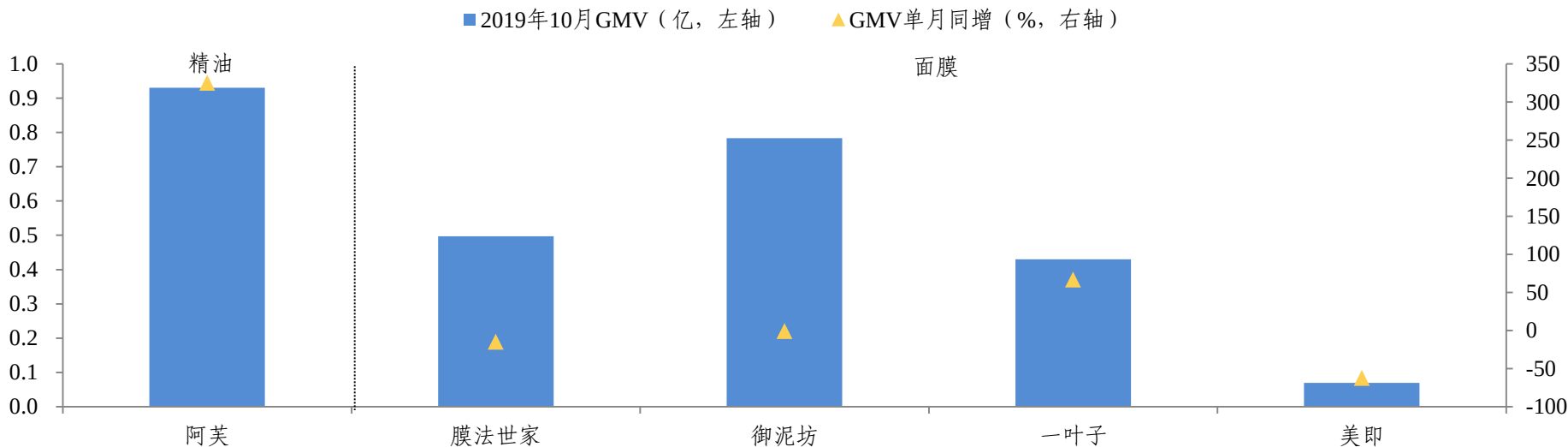
- **精油类阿芙GMV接近1亿**：本月阿芙阿里系GMV达0.93亿元，同比增长325.04%。
- **面膜类御泥坊GMV维持领先**：一叶子本月GMV同增66.74%，御泥坊、膜法世家、美即分别同减0.84%/14.94%/62.30%。从GMV规模来看，御泥坊领先，本月达0.78亿，美即规模最小，约为0.07亿。

图11. 跟踪精油和面膜类品牌分类



数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

图12. 跟踪精油和面膜类品牌10月阿里系GMV及增速

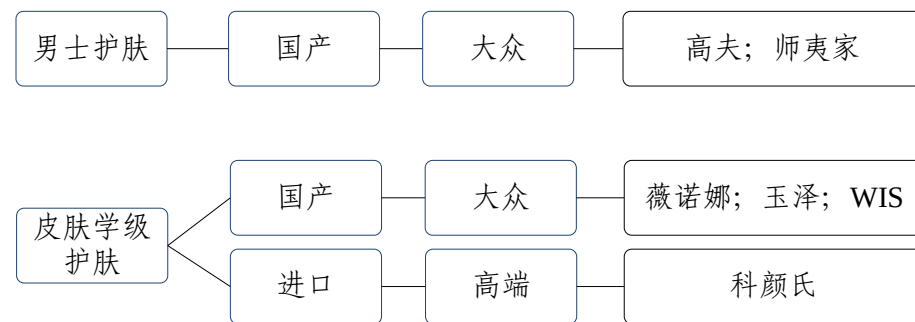


数据来源：第三方数据，长城证券研究所

2. 护肤类(男士、皮肤学级):皮肤学级多品牌增长较快

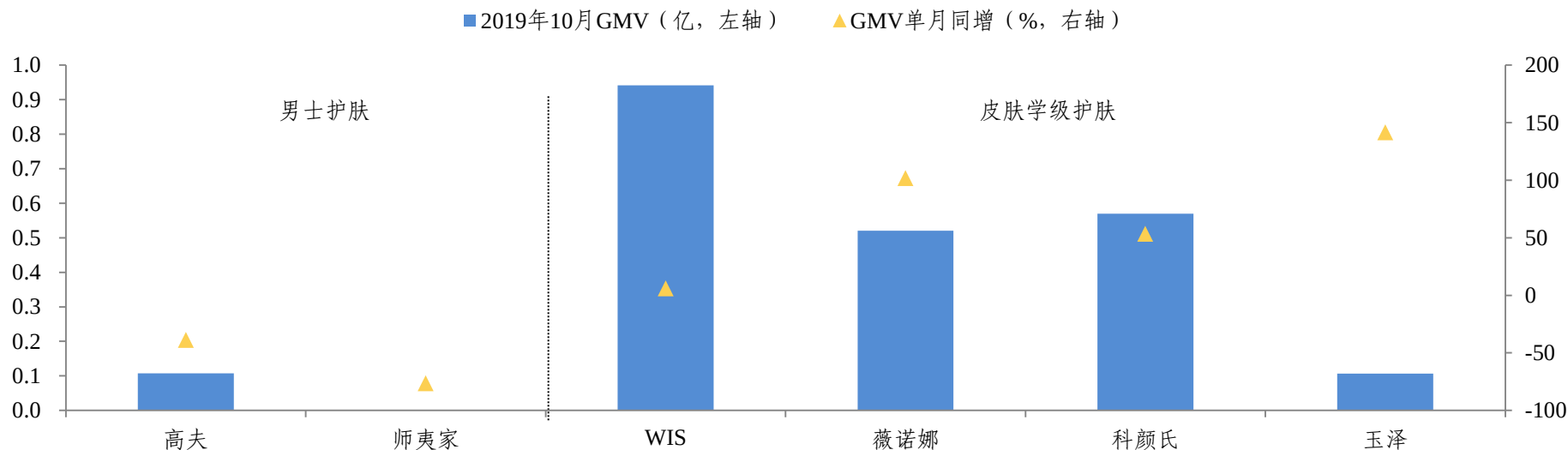
- **男士护肤类规模均有所削减:** 跟踪品牌中, 高夫和师夷家阿里系GMV分别为0.11亿/10.33万, 分别同减38.83% /76.37%。
- **皮肤学级护肤类多品牌均增长较快:** 跟踪品牌中, 阿里系GMV规模最大的是WIS, 为0.94亿, 较去年同增6.03%; 玉泽/薇诺娜/科颜氏增速较高, 本月分别同增141.48% / 101.81% /53.39%。

图13. 跟踪男士护肤和皮肤学级护肤品牌分类



数据来源: Euromonitor, 长城证券研究所

图14. 跟踪男士护肤和皮肤学级护肤类品牌10月阿里系GMV及增速

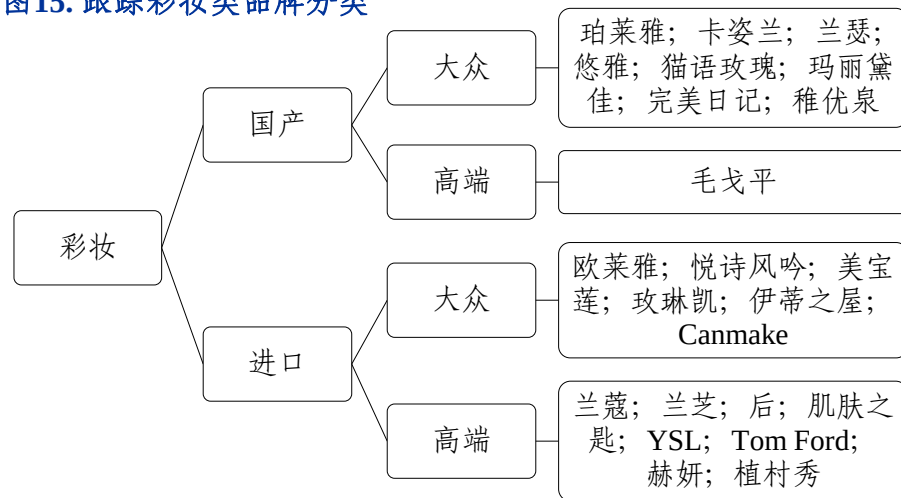


数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

2. 彩妆类:完美日记/毛戈平/珀莱雅GMV同增较快

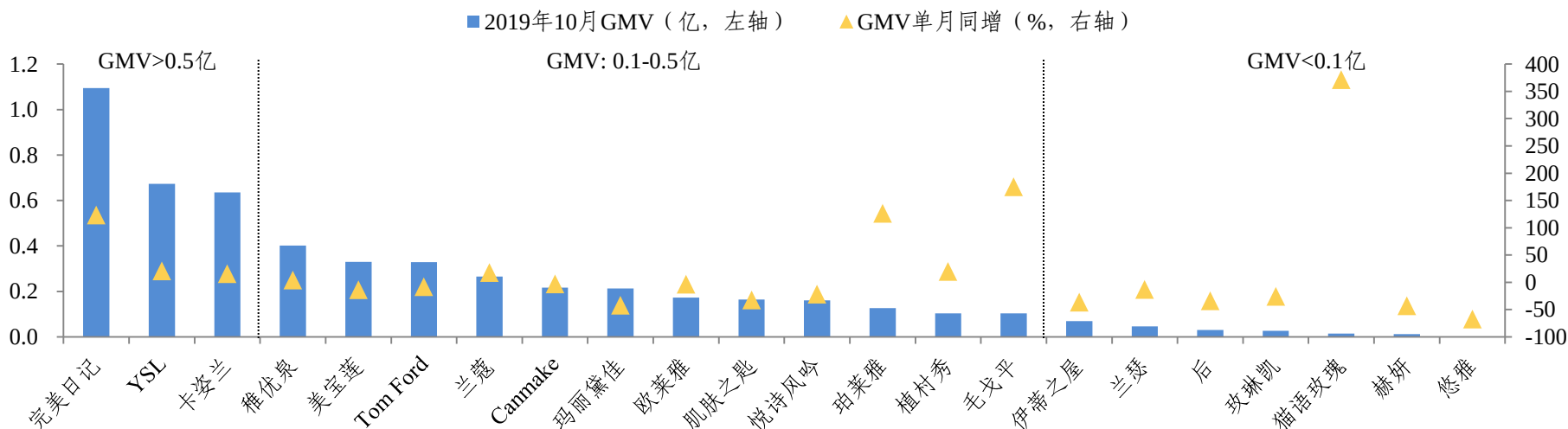
- **GMV>0.5亿品牌:** 跟踪品牌中阿里系GMV大于0.5亿的有3个品牌, 增速较高的是完美日记, 同增123.20%。
- **GMV0.1-0.5亿品牌:** 跟踪品牌阿里系GMV在0.1-0.5亿的品牌有12个, 增速较高的是毛戈平/珀莱雅, 分别同增175.34%/126.45%。
- **GMV<0.1亿品牌:** 跟踪品牌阿里系GMV小于0.1亿的品牌有7个, 较上期同增的是猫语玫瑰, 同增371.25%。

图15. 跟踪彩妆类品牌分类



数据来源: Euromonitor, 长城证券研究所

图16. 跟踪彩妆类品牌10月阿里系GMV及增速



数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

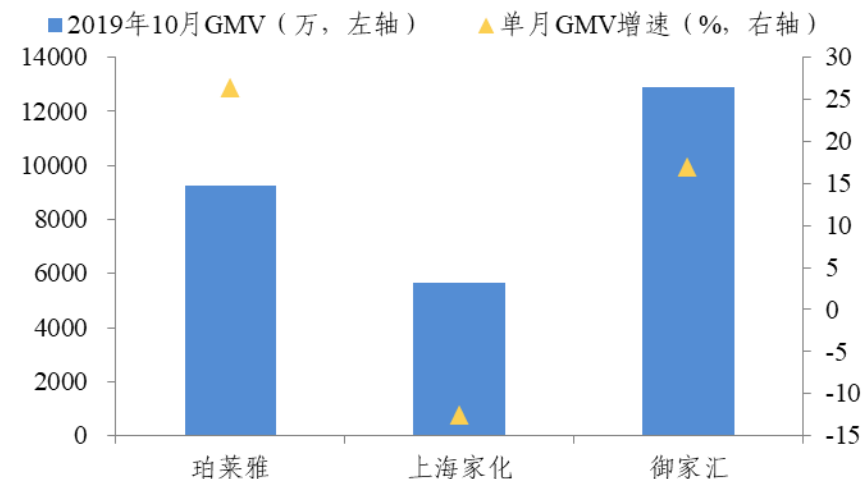
三、上市公司角度

- 重点上市公司10月销售：珀莱雅增速较快
- 珀莱雅:多品牌面部精华、身体护理增速较高/猫语玫瑰粉底液、隔离增长较快
- 上海家化:佰草集面部精华、玉泽乳液面霜增速较高/家安环境清洁剂增长较快/启初宝宝洗浴&护肤占比较大
- 御家汇：小迷糊、花瑶花面部护理套装增速较快

3. 重点上市公司10月线上销售:珀莱雅增速较快

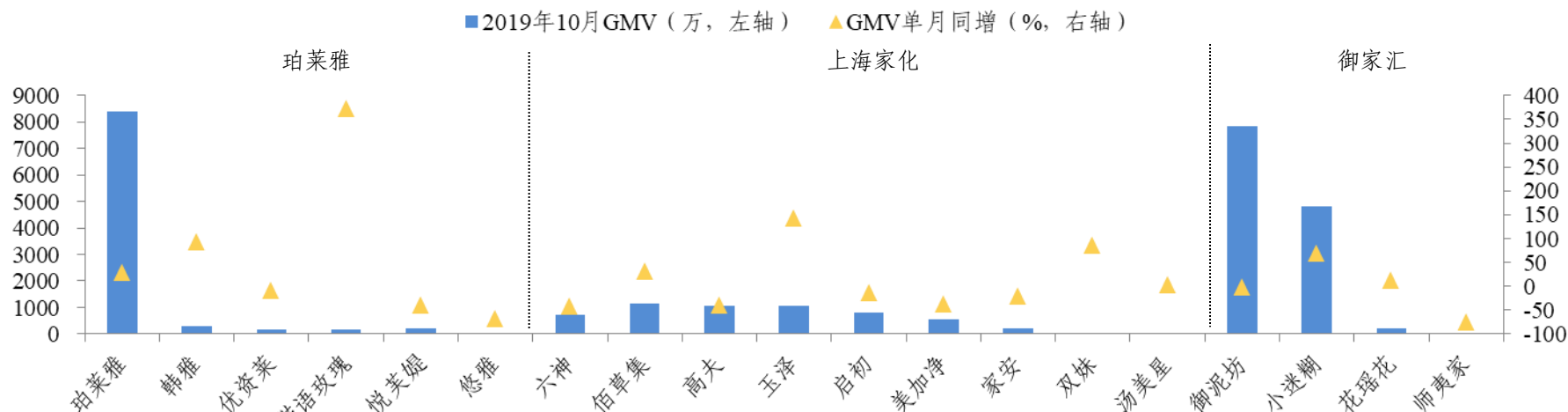
- **珀莱雅:** 10月阿里系GMV规模为0.92亿元, 同增26.35%。泡泡面膜仍是第一大单品, 单品收入贡献约40%。GMV增速较快的品牌为猫语玫瑰/韩雅, 分别同增371.25%/92.42%。
- **上海家化:** 10月阿里系GMV为0.56亿元, 同减12.6%; 本月玉泽、佰草集、双妹、汤美星增速为正, “新七白冻干粉精华”和“皮肤屏障修护保湿霜”分别为佰草集和玉泽本月销量第一单品。
- **御家汇:** 10月阿里系GMV为1.29亿元, 同增17.00%。GMV增速较快的品牌为小迷糊, 同增67.93%。

图17. 重点上市公司10月阿里系GMV及增速



数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

图18. 重点上市公司主要品牌10月阿里系GMV及增速

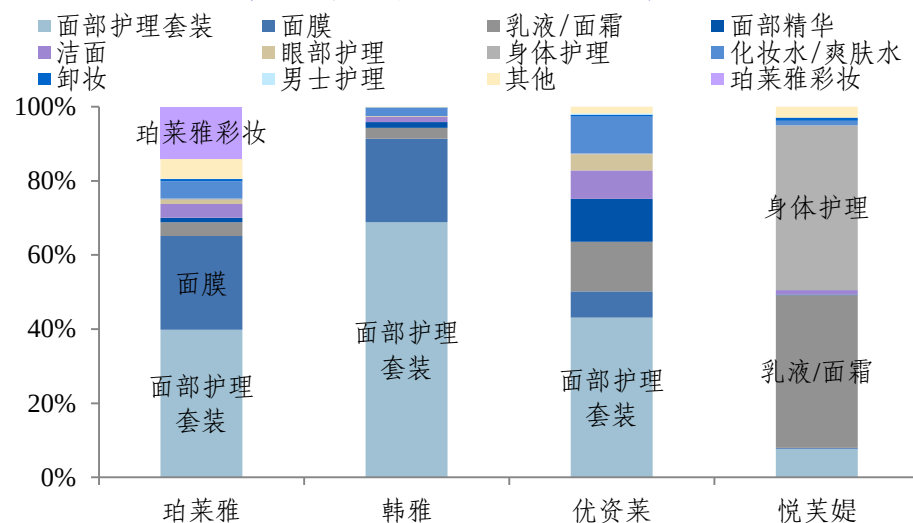


数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

3. 珀莱雅:多品牌面部精华、身体护理增速较高

- **珀莱雅**: 占比较高的品类面部护理套装、面膜、彩妆合计占比接近80%; 面膜/彩妆分别同增509.84%/ 126.45%。
- **韩雅**: 面部护理套装占比超过65%; 面膜/面部护理套装/增速均超过80%。
- **优资莱**: 面部护理套装、乳液/面霜、面部精华占比较高, 合计占比超65%; 增速较快的品类是面部精华/身体护理/男士护理, 分别同增343.68%/59.92%/59.66%。
- **悦芙媞**: 占比较高的身体护理、乳液/面霜合计占比超过85%; 本月身体护理增速最快。

图19. 珀莱雅护肤类品牌10月各主要产品阿里系GMV占比



数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

表3. 珀莱雅护肤类品牌10月各主要产品阿里系GMV及均价增速

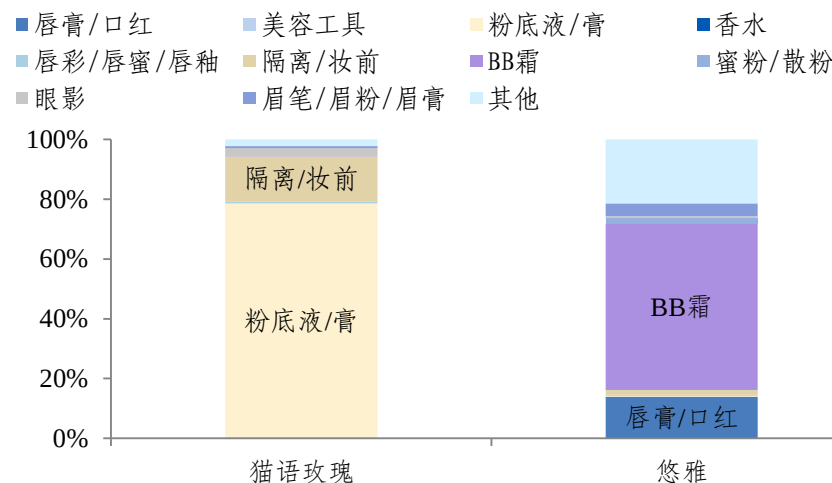
品牌/项目	面部护理套装	面膜	乳液/面霜	面部精华	洁面	眼部护理	身体护理	化妆水/爽肤水	卸妆	男士护理	其他	彩妆
珀莱雅GMV同比	-6.58%	509.84%	-14.20%	97.67%	48.05%	-70.32%	739.40%	-36.07%	-49.02%	-44.35%	101.37%	126.45%
均价同比	4.21%	37.23%	-8.08%	-4.00%	19.62%	2.83%	181.67%	-7.61%	20.87%	18.35%	-22.06%	3.74%
韩雅GMV同比	84.30%	1234.65%	-26.33%	17.56%	-11.98%	-85.32%	/	-9.72%	-67.62%	/	-90.80%	/
均价同比	-76.03%	130.97%	-11.94%	-56.64%	3.12%	2.01%	/	93.95%	-46.03%	/	-51.77%	/
优资莱GMV同比	-27.85%	-5.93%	-6.82%	343.68%	5.39%	-3.52%	59.92%	-4.01%	-20.72%	59.66%	-26.96%	/
均价同比	-6.65%	13.79%	14.58%	-19.99%	27.13%	21.14%	15.73%	17.64%	23.08%	49.36%	6.58%	/
悦芙媞GMV同比	-92.80%	-27.22%	-8.61%	-88.23%	99.51%	/	277145.50%	-91.49%	712.21%	/	2731.23%	/
均价同比	-39.25%	-67.44%	56.98%	-36.20%	28.87%	/	10.98%	-24.18%	-50.27%	/	-22.82%	/

数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

3. 珀莱雅:猫语玫瑰粉底液、隔离增长较快

- **猫语玫瑰:** 粉底液/膏和隔离合计占比超过90%，本月GMV分别同增2716.45%/4471.48%，眼影本月GMV同增70211.79%，主要和上年同期GMV基数较低有关。
- **悠雅:** BB霜和唇膏/口红在品牌中合计占比超65%，本月所有品类GMV较去年同期有所减少。

图20. 珀莱雅彩妆类品牌10月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

表4.珀莱雅彩妆类品牌10月主要产品阿里系GMV及均价增速

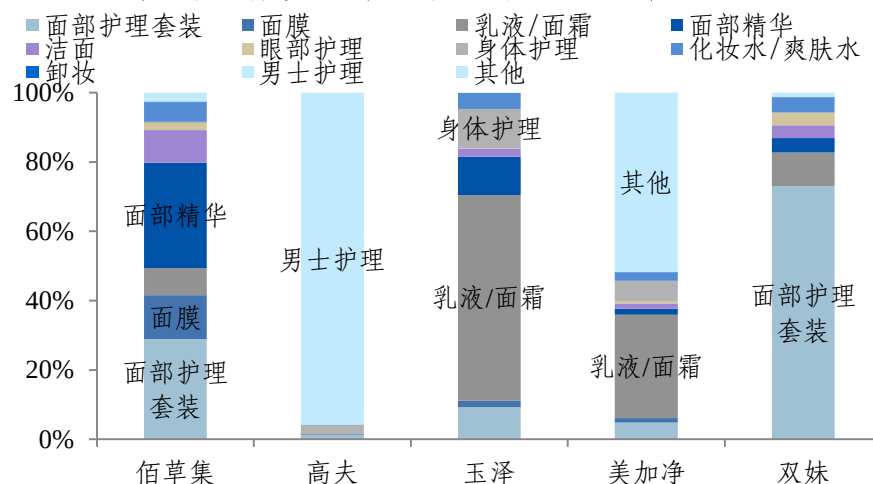
品牌/项目	唇膏/口红	美容工具	粉底液/膏	唇彩/唇蜜/唇釉	香水	隔离/妆前	BB霜	蜜粉/散粉	眼影	眉笔/眉粉/眉膏	其他
猫语玫瑰GMV同比	-95.61%	/	2716.45%	400.62%	/	4471.48%	-63.20%	/	70211.79%	-10.44%	-78.77%
均价同比	37.99%	/	-59.82%	32.62%	/	12.37%	-16.58%	/	327.43%	12.84%	-29.82%
悠雅GMV同比	-64.28%	/	/	-93.11%	/	-81.65%	-72.18%	-53.41%	-76.17%	-77.21%	-24.24%
均价同比	89.77%	/	/	208.30%	/	-6.61%	19.10%	-30.92%	11.83%	-1.47%	80.10%

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

3. 上海家化:佰草集面部精华、玉泽乳液/面霜增速较高

- **佰草集**: 面部护理套装及面部精华合计占比超过55%; 冻干精华液销售额占比较大。
- **高夫**: 身体护理增速较快, 同增59592.61%。
- **玉泽**: 乳液/面霜、身体护理、面部精华合计占比约80%; 乳液/面霜、面部精华、面膜GMV增速较快, 分别同增661.37%/69.63%/65.16%。
- **美加净**: 乳液/面霜、身体护理、面部护理套装占比合计超过40%。面部精华增速较快, 同增711.04%。
- **双妹**: 面部护理套装占比超过70%; 化妆水/爽肤水、洁面、面部精华、乳液/面霜增速均超100%。

图21. 上海家化护肤类品牌10月主要产品阿里系GMV占比



数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

表5. 上海家化护肤类品牌10月主要产品阿里系GMV及均价增速

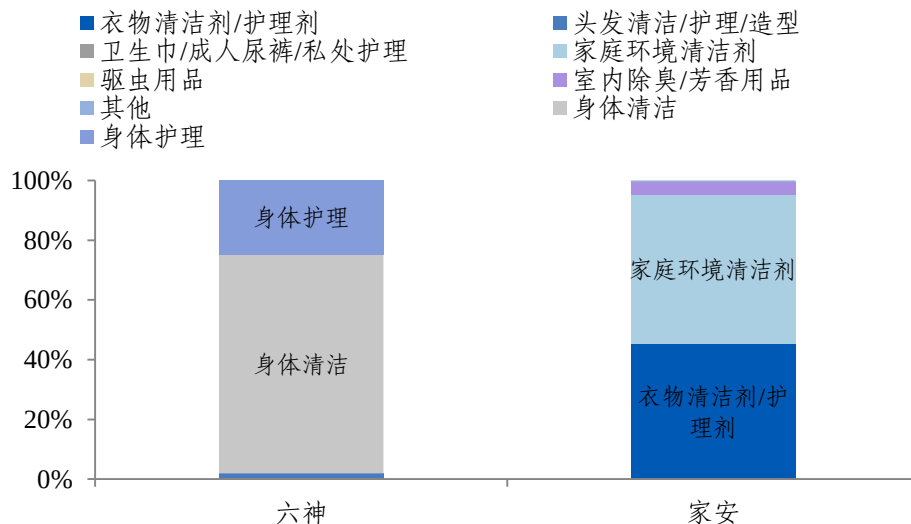
品牌/项目	面部护理套装	面膜	乳液/面霜	面部精华	洁面	眼部护理	身体护理	化妆水/爽肤水	卸妆	男士护理	其他
佰草集GMV同比	-29.76%	12.84%	-42.98%	595.71%	-19.10%	-50.55%	-49.79%	-25.37%	-64.96%	-54.58%	-72.33%
均价同比	19.02%	-20.09%	6.11%	72.08%	0.97%	-0.90%	-18.57%	7.27%	29.63%	12.96%	-55.45%
高夫GMV同比	-66.66%	69.11%	-3.08%	/	-56.07%	/	59592.61%	14.81%	/	-39.81%	-35.31%
均价同比	8.62%	177.55%	17.81%	/	40.24%	/	448.85%	356.64%	/	-2.83%	-52.47%
玉泽GMV同比	11.78%	65.16%	661.37%	69.63%	61.91%	/	-4.63%	20.95%	/	/	-82.57%
均价同比	-12.63%	37.49%	18.34%	1.43%	3.06%	/	-7.44%	-0.53%	/	/	107.24%
美加净GMV同比	-32.98%	-71.08%	-29.46%	711.04%	-58.53%	-61.96%	-53.04%	-31.85%	/	/	-38.54%
均价同比	7.17%	-34.35%	15.33%	17.79%	18.83%	15.03%	5.12%	8.73%	/	/	2.65%
双妹GMV同比	72.36%	/	120.26%	129.17%	223.93%	/	/	336.79%	/	/	-56.12%
均价同比	-12.50%	/	5.12%	-8.33%	13.66%	/	/	-2.94%	/	/	434.16%

数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

3. 上海家化:家安环境清洁剂增长较快

- **六神：** 身体清洁和身体护理合计占比为98.05%，本月GMV分别为526.02/179.03万元，分别同比下降48.52%/0.21%。
- **家安：** 家庭环境清洁剂、衣物清洁剂/护理剂合计占比超95%，本月GMV分别为110.71/101.20万元，分别同比变化+14.62%/-39.99%。

图22. 上海家化洗护及尿片类品牌10月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

表6.上海家化洗护清洁剂类品牌10月主要产品阿里系GMV及均价增速

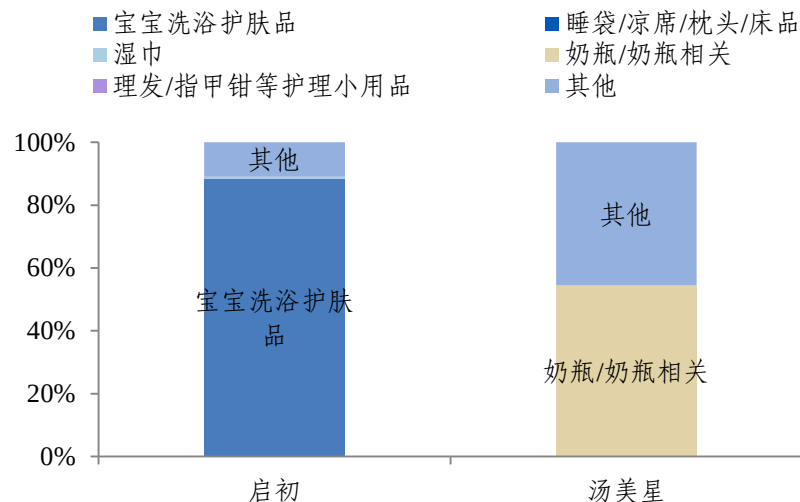
品牌/项目	纸品/湿巾	衣物清洁剂/护理剂	头发清洁/护理/造型	卫生巾/成人尿裤/私处护理	口腔护理	身体清洁	家庭环境清洁剂	身体护理	驱虫用品	室内除臭/芳香用品	其他
六神GMV同比	/	/	-65.77%	/	/	-48.52%	/	-0.21%	/	/	176.41%
均价同比	/	/	-37.70%	/	/	-47.33%	/	-10.82%	/	/	171.43%
家安GMV同比	/	-39.99%	/	/	/	127.27%	14.62%	/	/	-30.97%	366.06%
均价同比	/	-53.34%	/	/	/	127.27%	-0.05%	/	/	-14.31%	378.43%

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

3. 上海家化:启初宝宝洗浴&护肤占比较大

- **启初:** 宝宝洗浴&护肤品类占比88.42%，本月GMV为709.01万元，同降17.01%。
- **汤美星:** 奶瓶/奶瓶相关占比超45%，本月GMV为7.61万元，同增42.27%。

图23. 上海家化尿片类品牌10月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

表7.上海家化尿片洗护类10月主要产品阿里系GMV及均价增速

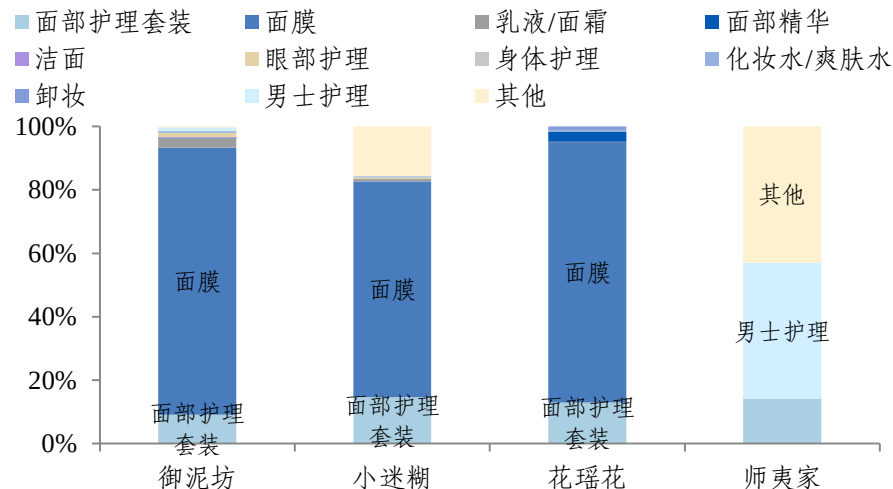
品牌/项目	宝宝洗浴护肤品	湿巾	睡袋/凉席/枕头/床品	水杯/餐具/研磨/附件	婴儿手推车/学步车	童床/婴儿床/摇篮/餐椅	奶瓶/奶瓶相关	消毒/暖奶/小家电	理发/指甲钳等护理小用品	防撞/提醒/安全/保护	其他
启初GMV同比	-17.01%	-30.51%	/	/	/	/	/	/	/	/	20.41%
均价同比	8.48%	81.05%	/	/	/	/	/	/	/	/	91.47%
汤美星GMV同比	/	/	/	-44.82%	/	/	42.27%	-48.08%	/	/	4.14%
均价同比	/	/	/	16.79%	/	/	37.86%	55.77%	/	/	13.40%

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

3. 御家汇:小迷糊、花瑶花面部护理套装增速较快

- **御泥坊**：面膜和面部护理套装合计占比91.21%，本月GMV分别变化+14.83%/-48.55%，其余品类中面部精华、乳液/面霜较快，分别同增642.19%/117.34%。
- **小迷糊**：面膜GMV占比67.65%，同增29.42%；增速较快的是眼部护理、乳液/面霜、面部护理套装，分别同增1089.63%/266.33%/125.20%。
- **花瑶花**：面膜及面部护理套装GMV合计占比为93.31%；面部护理套装增速为293.65%。
- **师夷家**：主要由男士护理组成，占比42.95%，本月同降76.09%。

图24. 御家汇护肤类品牌10月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

表8. 御家汇护肤类品牌10月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面部护理套装	面膜	乳液/面霜	面部精华	洁面	眼部护理	身体护理	化妆水/爽肤水	卸妆	男士护理	其他
御泥坊GMV同比	-48.55%	14.83%	117.34%	642.19%	50.98%	0.99%	-56.86%	-46.76%	-78.73%	-81.75%	318.50%
均价同比	-26.87%	66.11%	-5.52%	42.32%	64.84%	5.29%	-16.80%	2.25%	8.07%	-18.76%	160.44%
小迷糊GMV同比	125.20%	29.42%	266.33%	/	41.23%	1089.63%	/	-3.40%	/	/	19436.92%
均价同比	2.73%	107.40%	-5.09%	/	-2.97%	2.56%	/	17.59%	/	/	67.46%
花瑶花GMV同比	293.65%	-8.12%	-57.82%	7202.02%	2436.59%	/	/	-0.17%	9.52%	/	/
均价同比	87.45%	49.72%	/	26.99%	154.51%	/	/	75.37%	141.08%	/	/
师夷家GMV同比	-77.23%	/	/	/	/	/	/	/	/	-76.09%	/
均价同比	-11.29%	/	/	/	/	/	/	/	/	-10.89%	/

数据来源：第三方数据，长城证券研究所

四、风险提示

4. 风险提示

（1）行业景气度不及预期

若宏观经济持续下行，将导致社零增速进一步放缓，有可能影响消费者对化妆品的消费意愿，使得行业景气度受到影响。

（2）行业竞争加剧

若国内外企业增长过快，则行业内竞争有可能加剧，影响行业整体盈利能力。

（3）电商经营成本上涨过快

若电商引流成本及营销成本上涨过快，将压缩品牌商及加盟商的利润空间。

（4）产品质量风险

若行业企业集中出现质量问题，将有可能触发消费者的投诉，进而影响产品购买意愿。

长城研究·与您共成长

长城证券研究所

纺织服装组