



长城证券

GREAT WALL SECURITIES

维持较快增长，国货新品表现靓丽 ——2019年5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

赵浩然（分析师） 0755-83511405
执业证书编号： S1070515110002

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

行业概览

■ 行业角度

5月护肤类阿里系GMV达111.45亿元，同增50.67%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有七个，在数量上占主导，新兴国产品牌持续登榜。

5月彩妆类阿里系GMV达42.73亿元，同增31.68%；本月阿里系GMV前十中，国际品牌有七个，在数量上占主导，国产品牌完美日记、花西子、曼诗丽跻身前十。

■ 品类角度

综合护肤类阿里系GMV亿元以上跟踪品牌欧莱雅、兰蔻增速100%+，GMV亿元以下跟踪品牌中增速较快的为兰芝等；精油类跟踪品牌阿芙本月同增较快，达163.73%；面膜类跟踪品牌仅膜法世家本月GMV均同比增长；国产皮肤学级品牌WIS本月GMV增速较快。

彩妆类国际品牌中增速较快的品牌为兰蔻和欧莱雅，分别同增105.03%/74.98%；国产品牌增速较快的有完美日记、稚优泉、珀莱雅、毛戈平等，增速均在80%+。

■ 上市公司角度

珀莱雅本月阿里系GMV达0.84亿，领先上海家化、御家汇，主品牌珀莱雅GMV较上期基本持平。

上海家化各品牌阿里系GMV规模分布较均匀，本月阿里系GMV增速较高是玉泽，同增54.28%。

御家汇面膜类品牌居多，主品牌御泥坊本月阿里系GMV同比下降27.09%。

■ 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

- 5月护肤类行业规模:GMV同增50.67%
- 5月护肤细分品类销售情况
- 5月彩妆类行业规模:GMV同增31.68%
- 5月彩妆细分品类销售情况
- 5月护肤及彩妆行业前十
- 季度护肤类及彩妆类行业规模

1. 5月线上护肤类行业规模:GMV同增50.67%

- **5月护肤品GMV同增50.67%：**2019年5月阿里系护肤品GMV为111.45亿元，较上年同期增50.67%，主要系均价提升拉动，本月护肤品均价同增43.00%。
- **5月线上GMV规模前三为面部护理套装/面膜/液态精华：**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/液态精华，分别为28.70/15.88/13.27亿元，合计占比达到50%。相较于上年同期，面部护理套装占比提升8pct，排名上升为第一；液态精华占比提升3pct，跻身阿里系护肤类前三位。

图1. 5月阿里系护肤类GMV单月增速

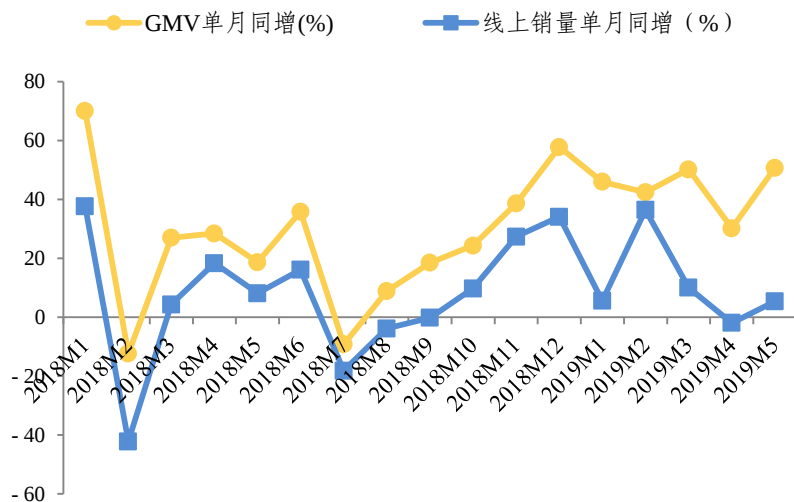
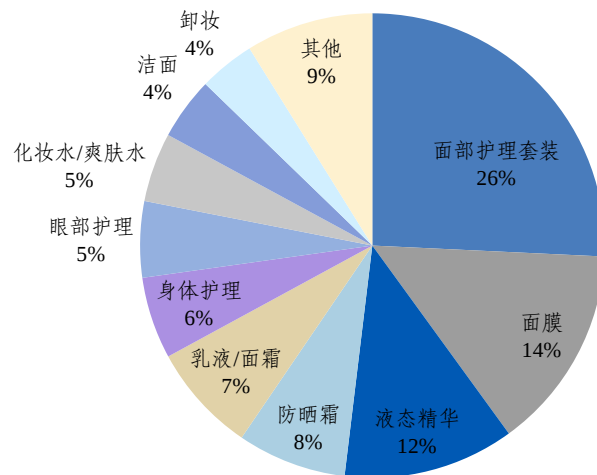


图2. 5月阿里系护肤类GMV规模占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

1.5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（+126.42%）/液态精华（+85.50%）/眼部护理（+66.47%）。本月面部护理套装销量和均价分别同增29.28%/75.14%，液态精华销量和均价分别同增65.01%/12.41%，眼部护理分别同增31.92%/26.19%。面部护理套装均价同增较高主要系赠券力度较大的bauo、梵贞、一枝春等销量较高；液态精华销量提升较快预计与欧莱雅、玉兰油、蝶芙兰、缤肌等销量提升有关；眼部护理量价齐升预计系欧莱雅紫熨斗、雅诗兰黛小棕瓶、兰蔻小黑瓶等知名品牌产品销量提升。

表1.5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	28.70	126.42	1526.31	29.28	188.03	75.14
面膜	15.88	12.47	2059.77	-23.70	77.12	47.41
液态精华	13.27	85.50	1482.59	65.01	89.52	12.41
防晒霜	8.47	14.05	961.16	-0.26	88.11	14.35
乳液/面霜	8.43	28.69	887.32	-4.77	95.04	35.14
身体护理	6.36	30.79	986.11	18.53	64.47	10.34
眼部护理	5.90	66.47	572.44	31.92	103.10	26.19
化妆水/爽肤水	5.37	9.80	566.29	-7.06	94.84	18.14
洁面	4.83	37.21	698.46	9.30	69.18	25.53
卸妆	4.34	94.60	436.73	26.47	99.26	53.87

1.5月线上彩妆类行业规模:GMV同增31.68%

- **5月彩妆类GMV同增31.68%：**2019年5月彩妆类阿里系GMV为42.73亿元，较上年同期增31.68%，主要系价格增长较快，本月均价同增51.47%，销量同减13.06%。彩妆类价格增长较快，预计主要系价格相对较低的美妆工具销量占比下降，而价格相对较高的彩妆产品如唇膏、香水销量占比提升。
- **5月线上GMV前三为唇膏口红/美容工具/香水：**本月阿里系彩妆品GMV规模前三为的品类分别是唇膏口红/美容工具/香水，分别为9.32/5.41/3.54亿元，合计占比超40%。相较于上年同期，唇膏占比提升5pct，维持第一，其他进步较快的品类是隔离/妆前和眉笔，较上年同期占比提升约1pct。

图3.5月阿里系彩妆类GMV单月增速

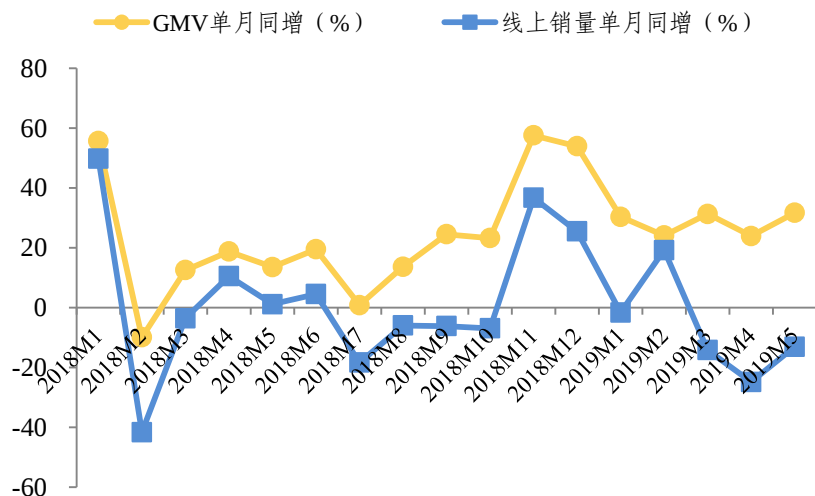
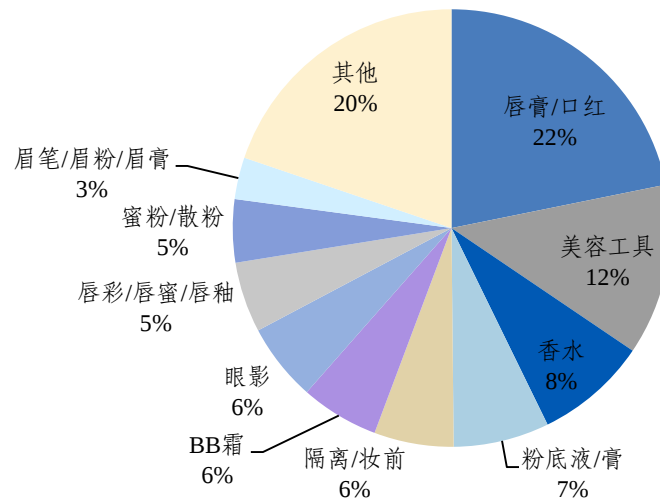


图4.5月阿里系彩妆类GMV规模占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

1.5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（+103.12%）/唇彩（+71.06%）/唇膏（+69.62%）。本月蜜粉销量和均价分别同比变化+33.89%/+51.71%，唇彩分别同比变化+77.90%/-3.85%，唇膏分别同比变化 -8.92%/86.24%。蜜粉量价齐升预计主要系国内外品牌纪梵希、玫珂菲、花西子、完美日记等销量均提升；唇彩销量同增较高主要系中等价位国产品牌如完美日记、稚优泉等销量提升明显；唇膏均价同增较高预计与MAC、阿玛尼、YSL等国际品牌销量上升有关。

表2.5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	9.32	69.62	796.68	-8.92	117.01	86.24
美容工具	5.41	17.70	3906.63	-21.45	13.84	49.83
香水	3.54	26.82	389.03	4.54	91.03	21.32
粉底液/膏	3.02	50.57	262.50	21.10	115.17	24.34
隔离/妆前	2.51	49.09	285.92	39.94	87.87	6.54
BB霜	2.47	0.48	253.04	-16.18	97.62	19.87
眼影	2.46	38.23	448.93	7.68	54.70	28.37
唇彩/唇蜜/唇釉	2.23	71.06	354.75	77.90	62.74	-3.85
蜜粉/散粉	1.99	103.12	218.62	33.89	91.05	51.71
眉笔/眉粉/眉膏	1.32	-3.62	523.70	-7.88	25.17	4.63

数据来源：淘数据 亿欧智库研究

1.5月线上护肤及彩妆类GMV排名前十

- **护肤类新兴国产品牌排名靠前：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达19.77%，较上年同期增加2.80pct。其中有三个国际品牌，七个国产品牌，国产品牌在数量上占主导。相较于上年同期，本月新增品牌有莱贝、一枝春、欧丽源、bauo、梵贞、兰蔻、36° 37、WIS，而国内外知名品牌百雀羚、一叶子、自然堂、资生堂、SK-II、雅诗兰黛、后排名下降，未进入前十位。
- **彩妆类完美日记进步明显：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达20.00%，较上年同期减少3.98pct。其中有三个国产品牌，七个国际品牌，国际品牌数量占多。相较于上年同期，本月国产品牌卡姿兰、玛丽黛佳、美康粉黛未进入前十，完美日记、花西子、曼诗丽跻身前十，国际大牌YSL、MAC、纪梵希、阿玛尼、雅诗兰黛维持前十。

图5. 阿里系护肤品牌5月GMV规模前十及市占率

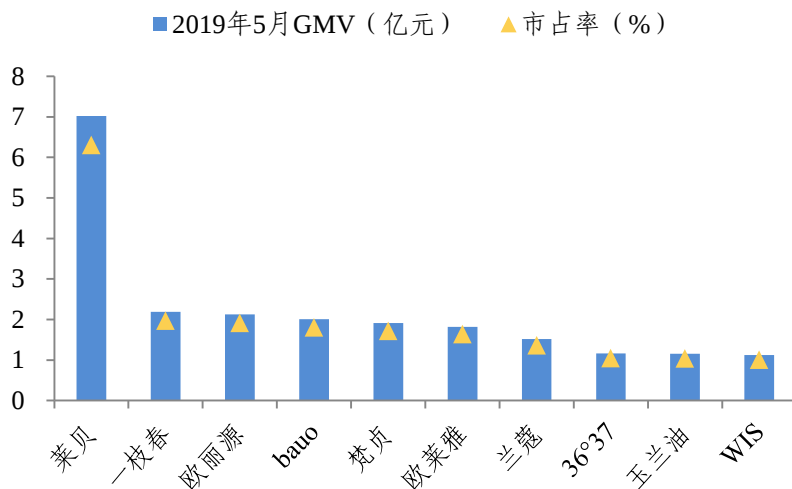
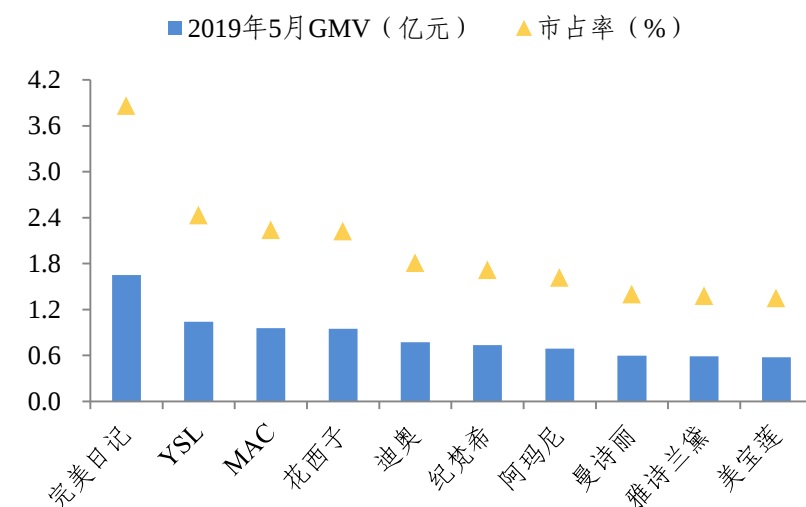


图6. 阿里系彩妆品牌5月GMV规模前十及市占率



数据来源：淘数据，长城证券研究所

1. 线上护肤及彩妆类季度销售情况

- **2019Q1护肤类GMV同增46.78%：** 2019Q1阿里系GMV为263.83亿元，较上期同增46.78%，主要系量价齐升所致；本季度阿里系销量为2.84亿，较上期同增14.08%；均价为93元/件，较上期同增28.66%。
- **2019Q1彩妆类GMV同增28.97%：** 2019Q1阿里系GMV为126.05亿元，较上期同增28.97%，主要系消费升级促使均价上升；本季度阿里系销量为3.25亿元，较上期同减1.79%；均价为38.81元/件，较上期同增31.33%。

图7. 护肤类季度GMV及销量增速

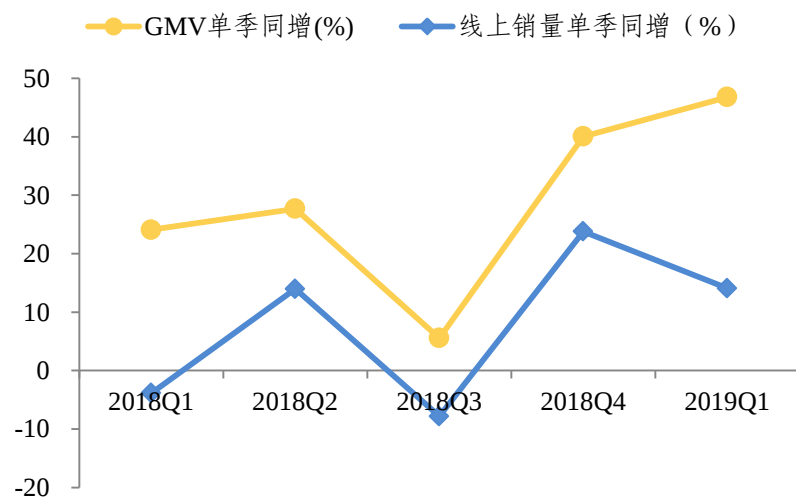
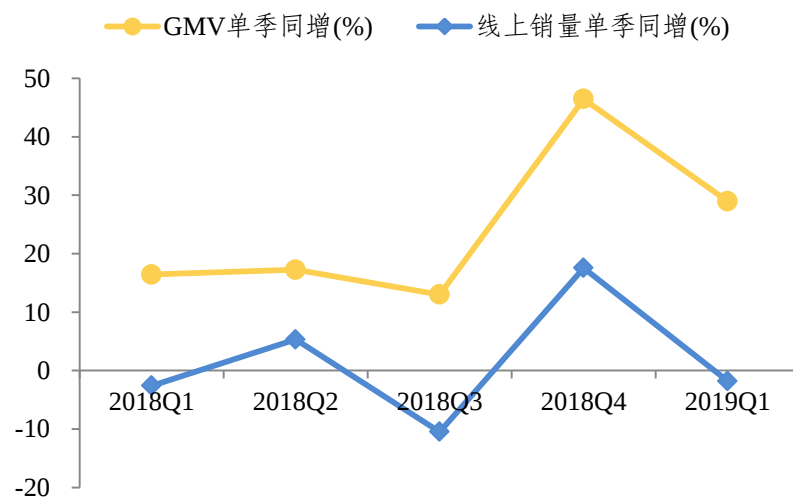


图8. 彩妆类季度GMV及销量增速



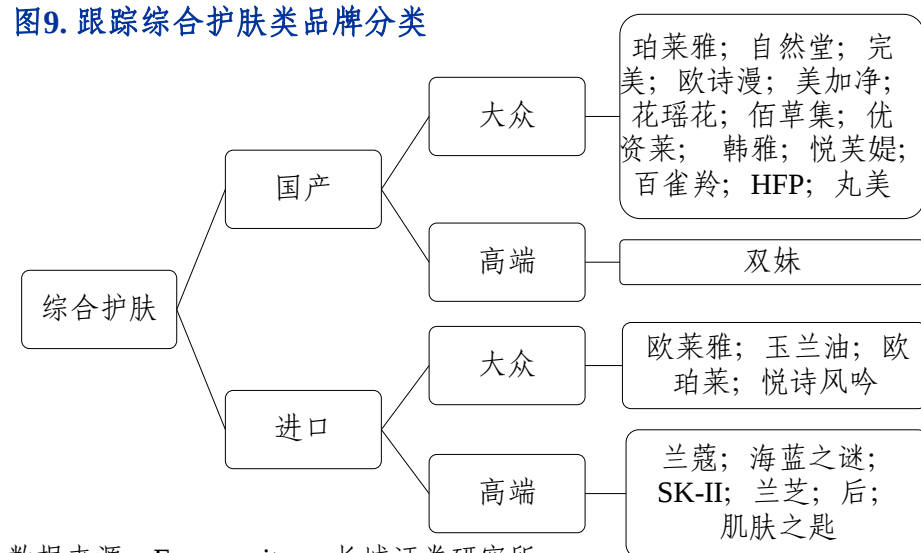
数据来源：淘数据，长城证券研究所

二、品类角度

- 跟踪综合护肤类品牌:欧莱雅/兰蔻同增100%以上
- 跟踪精油、面膜类品牌:膜法世家恢复正增长
- 跟踪男士护肤、皮肤学级护肤类品牌:皮肤学级护肤均增长较快
- 跟踪彩妆品牌:完美日记/兰蔻GMV同增较快

2. 护肤类（综合护肤）：欧莱雅/兰蔻同增100%以上

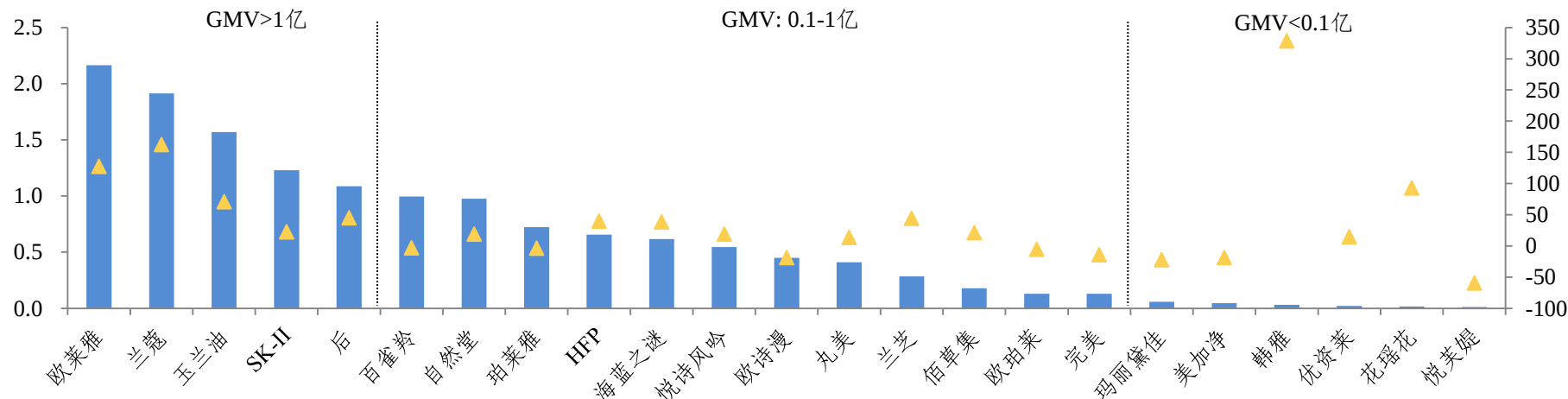
- **GMV亿元以上品牌：** 本月跟踪品牌中GMV过亿的品牌有5个，其中增速较高的有兰蔻、欧莱雅和玉兰油，分别同增162.21%/127.41%/70.51%。
- **GMV0.1-1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV在0.1-1亿的品牌有12个，增速较高的有兰芝/HFP/海蓝之谜/佰草集，分别同增44.22%/39.47%/38.25%/21.12%。
- **GMV<0.1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV小于0.1亿的品牌有6个，增速较高的韩雅，为328.51%。



数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

图10. 跟踪综合护肤类品牌5月阿里系GMV及增速

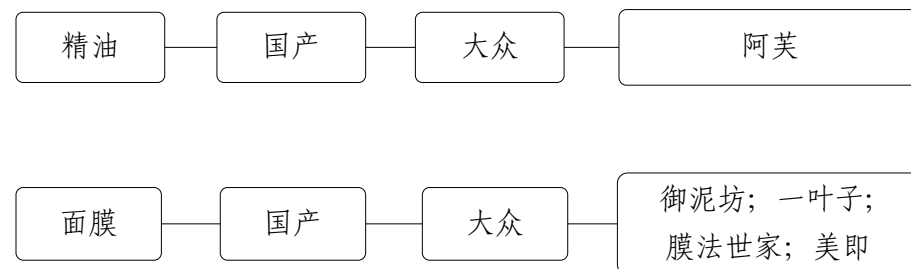
■ 2019年5月GMV（亿，左轴） ▲ GMV单月同增（%，右轴）



2. 护肤类（精油、面膜）：膜法世家恢复正增长

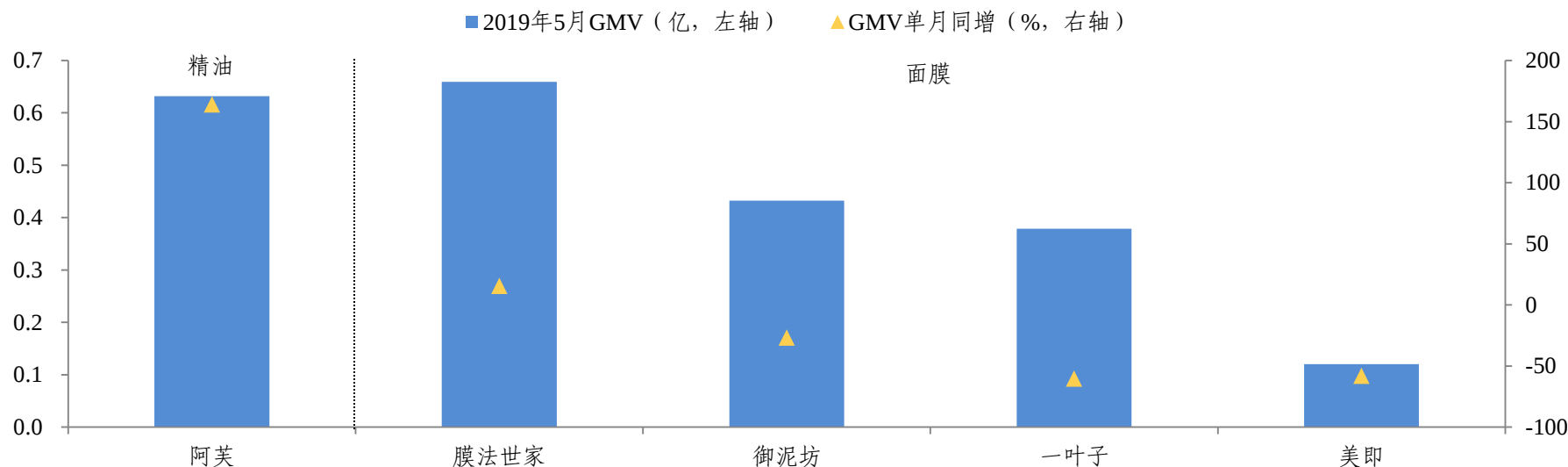
- **精油类阿芙品牌GMV保持较快增长：** 本月阿芙阿里系GMV达0.63亿元，同比增长163.73%。
- **面膜类膜法世家恢复同比增长：** 从增速来看，跟踪面膜品牌仅膜法世家同比增长，为15.28%，一叶子/美即/御泥坊本月GMV分别同比减少60.65%/58.21%/27.09%；从GMV规模来看膜法世家领先，本月达0.66亿，美即规模最小，为0.12亿。

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

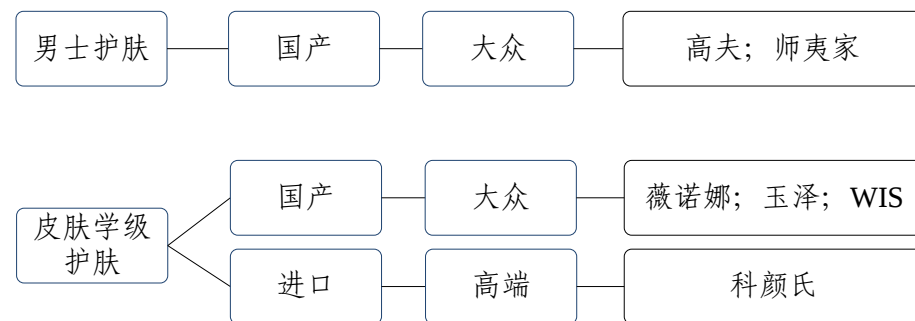
图12. 跟踪精油和面膜类品牌5月阿里系GMV及增速



2. 护肤类(男士、皮肤学级):皮肤学级护肤均增长较快

- **男士护肤类高夫品牌与上期基本持平:** 跟踪品牌中, 高夫和师夷家阿里系GMV分别为0.13亿/30.5万, 分别同增0.35%/-18.78%。
- **皮肤学级护肤类各品牌均增长较快:** 跟踪品牌中, 阿里系GMV规模最大的是WIS, 为1.24亿, 较去年同增102.78%, 且增速高于其他品牌; 薇诺娜/科颜氏/玉泽本月分别同增90.55%/60.62%/54.28%。

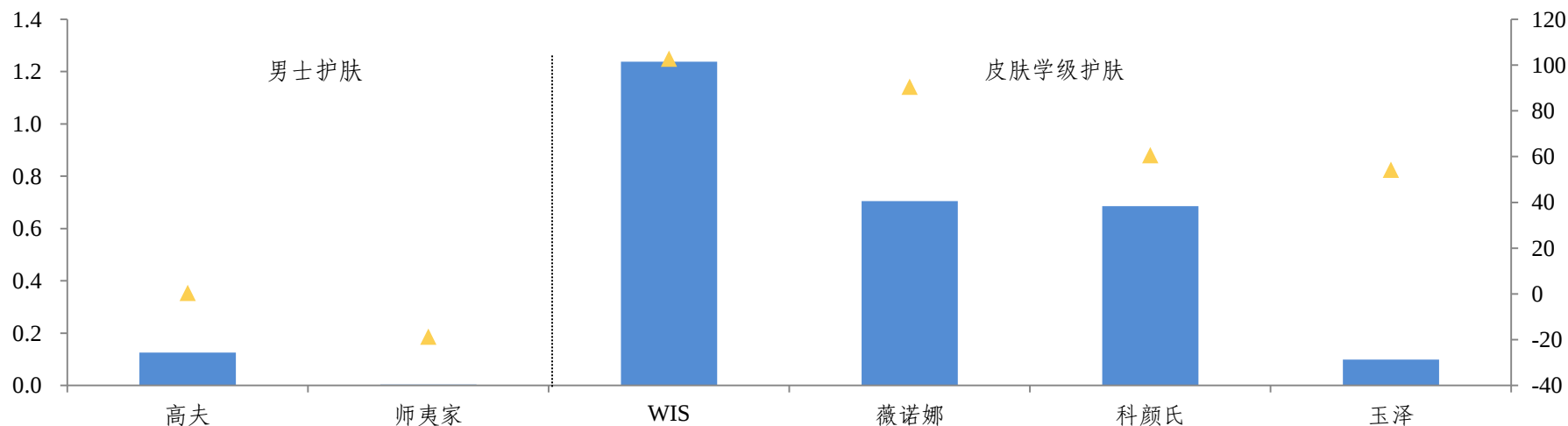
图13. 跟踪男士护肤和皮肤学级护肤品牌分类



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5月阿里系GMV及增速

■ 2019年5月GMV (亿, 左轴) ▲ GMV单月同增 (% , 右轴)



2. 彩妆类:完美日记/兰蔻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6个品牌, 增速较高的是完美日记/兰蔻, 分别同增888.47%/105.03%。
- **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8个, 增速较高的是欧莱雅, 同增74.98%。
- **GMV<0.1亿品牌:** 跟踪品牌阿里系GMV小于0.1亿的品牌有9个, 增速较高的是猫语玫瑰/毛戈平/珀莱雅, 分别同增2088.04%/188.23% /105.51%。

图15. 跟踪彩妆类品牌分类

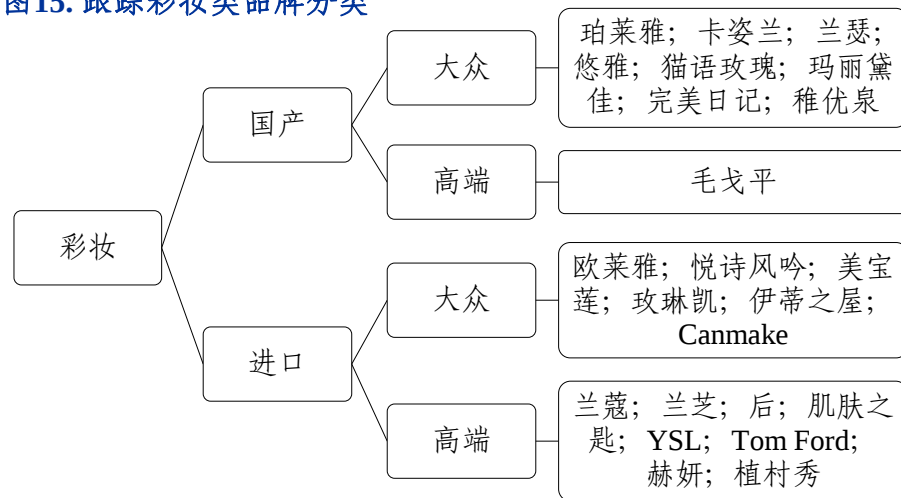
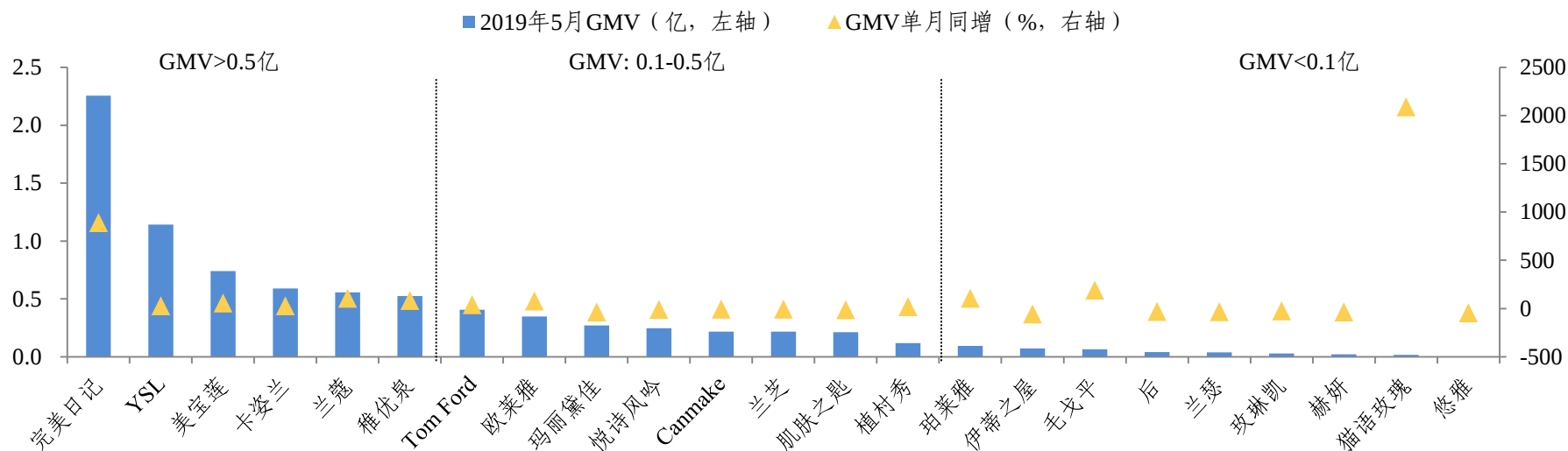


图16. 跟踪彩妆类品牌5月阿里系GMV及增速

数据来源: Euromonitor, 长城证券研究所



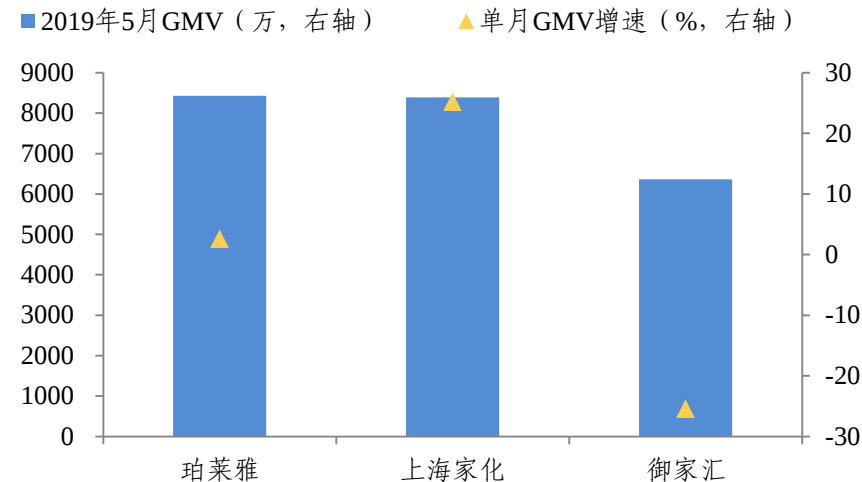
三、上市公司角度

- 重点上市公司5月销售：上海家化多品牌同增较快
- 珀莱雅：多品牌液态精华增速较高/猫语玫瑰粉底液增长较快
- 上海家化：佰草集面膜品类增速较高/六神身体清洁品类增长较快/启初宝宝洗浴&护肤增长较快
- 御家汇：御泥坊面膜GMV同比下降

3. 重点上市公司5月线上销售:上海家化多品牌同增较快

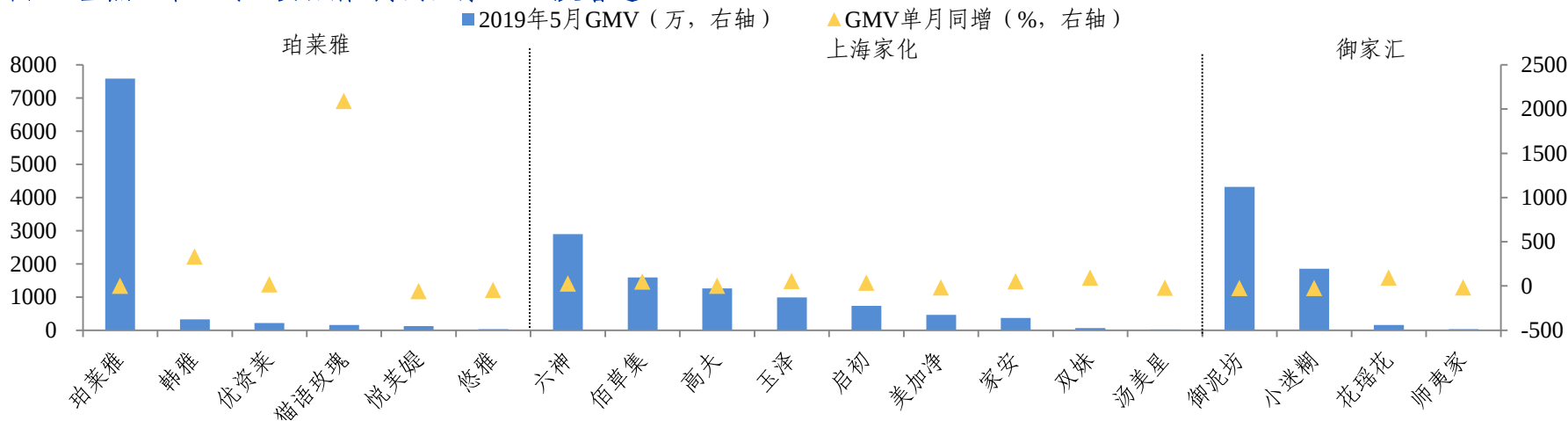
- **珀莱雅**: 5月阿里系GMV规模为0.84亿元, 同增2.59%; GMV增速50%以上的品牌有韩雅、猫语玫瑰两个品牌; 主品牌珀莱雅同降0.08%, 主要系去年同期赠券力度较大, 不能反映实际增速水平。
- **上海家化**: 5月阿里系GMV为0.84亿元, 同增25.17%, 增速达50%以上的有玉泽、双妹两个品牌; 佰草集本月GMV同增48.10%。
- **御家汇**: 5月阿里系GMV为0.64亿元, 同降25.48%, 跟踪品牌中仅花瑶花GMV较上期同增, 御泥坊本月GMV达0.43亿, 同降27.04%。

图17. 重点上市公司主要品牌5月阿里系GMV及增速



数据来源: 淘数据, 长城证券研究所

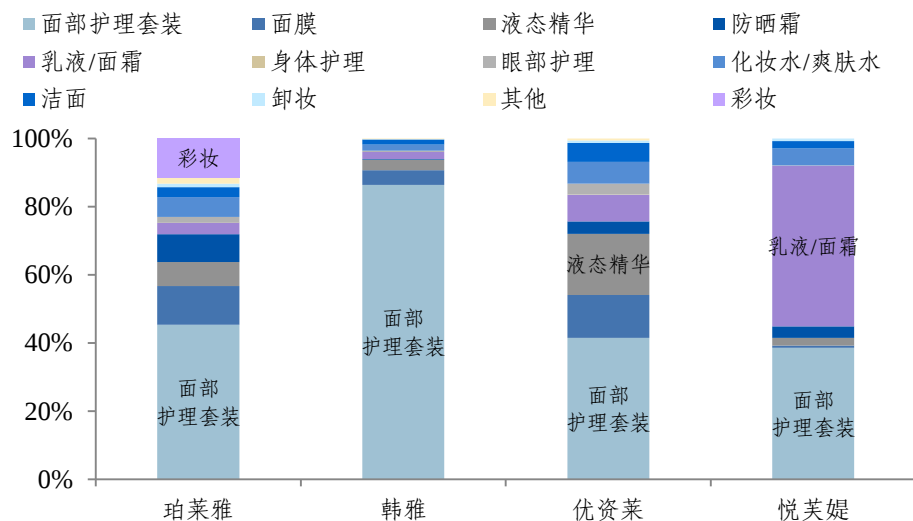
图18. 重点上市公司主要品牌5月阿里系GMV及增速



3. 珀莱雅:多品牌液态精华增速较高

- **珀莱雅**: 占比较高的品类面部护理套装、防晒、面膜及彩妆合计占比76%; 液态精华/彩妆分别同增1236.50% /105.51%。
- **韩雅**: 面部护理套装占比超85%; 面部护理套装/液态精华/化妆水分别同增692.91% /362.78% /70.08%。
- **优资莱**: 面部护理套装、液态精华占比较高, 合计占比近60%; 增速较快的品类是液态精华、面膜, 分别同增682.17% /127.17%。
- **悦芙媞**: 乳液/面霜及面部护理合计占比超90%; 本月分别同增-62.64% /7.85%。

图19. 珀莱雅护肤类品牌5月各主要产品阿里系GMV占比



数据来源: 淘数据, 长城证券研究所

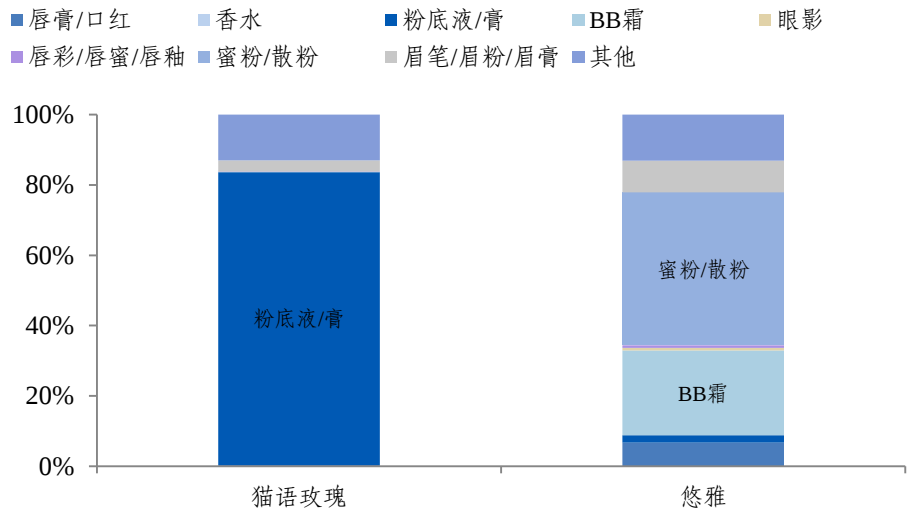
表3. 珀莱雅护肤类品牌5月各主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面部护理套装	面膜	液态精华	防晒霜	乳液/面霜	身体护理	眼部护理	化妆水/爽肤水	洁面	卸妆	其他	彩妆
珀莱雅GMV同比	10.66%	-20.56%	1236.50%	-51.66%	34.43%	22.51%	39.43%	-8.43%	-33.86%	-53.53%	-32.82%	105.51%
均价同比	13.68%	-3.86%	7.81%	11.34%	-11.47%	407.07%	24.01%	-0.32%	28.17%	12.12%	-17.50%	-3.19%
韩雅GMV同比	692.91%	13.02%	362.78%	-85.45%	-32.53%	/	-61.40%	70.08%	46.96%	-1.87%	-65.35%	/
均价同比	-24.22%	-5.84%	-46.19%	-2.67%	-2.21%	/	14.93%	-22.66%	-13.39%	-35.52%	-8.66%	/
优资莱GMV同比	-13.97%	127.17%	682.17%	-28.16%	-11.62%	/	-1.16%	-23.25%	9.79%	4.68%	308.84%	/
均价同比	16.73%	-5.93%	-37.40%	17.31%	11.70%	/	12.43%	38.55%	26.80%	43.94%	-30.97%	/
悦芙媞GMV同比	7.85%	-95.72%	-96.17%	984.17%	-62.64%	/	35.98%	0.71%	-55.39%	323.71%	-100.00%	/
均价同比	19.38%	-9.95%	-44.63%	-12.53%	-22.65%	/	-58.62%	29.15%	-2.93%	-24.91%	-100.00%	/

3. 珀莱雅:猫语玫瑰粉底液增长较快

- **猫语玫瑰:** 粉底液/膏在品牌中占比为83%，本月GMV同增57328.03%，主要和上年同期GMV基数较低有关。其他类别同增较高主要系与去年同期相比，本月新增高光品类，且GMV为19.13万元，占比第二。
- **悠雅:** 蜜粉和BB霜在品牌中合计占比达66%，本月分别同增2590.75%/94.73%，蜜粉同增较高主要系去年同期基数较低。

图20. 珀莱雅彩妆类品牌5月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

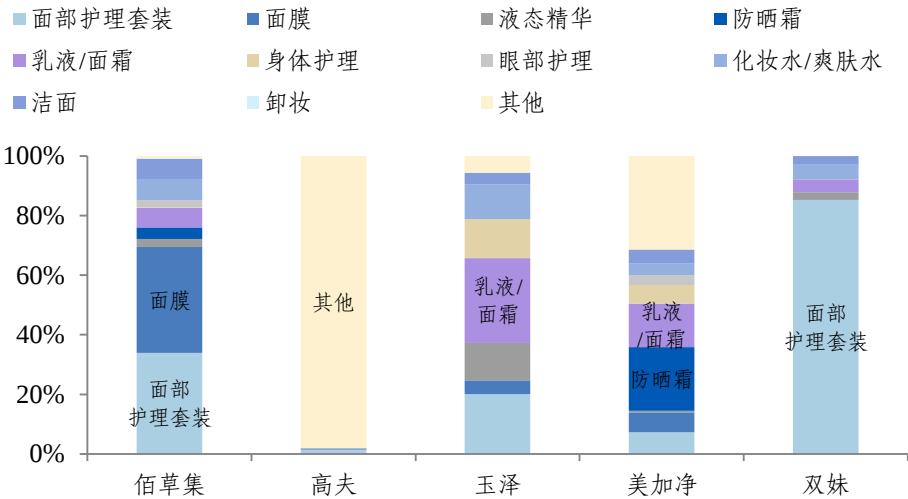
表4. 珀莱雅彩妆类品牌5月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	唇膏/口红	美容工具	香水	粉底液/膏	隔离/妆前	BB霜	眼影	唇彩/唇蜜/唇釉	蜜粉/散粉	眉笔/眉粉/眉膏	其他
猫语玫瑰GMV同比	-83.29%	/	/	57328.03%	19.91%	-66.07%	78.10%	-41.99%	/	384.18%	1441.27%
均价同比	-3.41%	/	/	-51.28%	-6.97%	6.42%	78.10%	19.43%	/	2.46%	-1.04%
悠雅GMV同比	-28.39%	/	/	/	-23.03%	94.73%	-13.57%	-48.58%	2590.75%	-46.90%	8.31%
均价同比	11.04%	/	/	/	14.72%	17.88%	1.55%	79.25%	175.82%	-7.67%	61.39%

3. 上海家化:佰草集面膜品类增速较高

- **佰草集:** 面膜及面部护理套装类合计占比过半; 本月面膜同增较高, 为175.96%, 主要由新品冻干面膜贡献, 本月冻干面膜销量及GMV均为品牌第一。
- **高夫:** 男士护理为主要品类, 本月GMV与上期基本持平。
- **玉泽:** 面部护理套装和乳液合计占比约50%; 本月乳液/化妆水产品类同增较高, 分别为180.34% /67.25%。
- **美加净:** 手部保养/乳液/防晒合计过半, 本月分别同降7.86% /24.42% /14.89%。
- **双妹:** 主要产品是面部护理套装, 占比85%, 且增速较快, 本月同增125.24%。

图21. 上海家化护肤类品牌5月主要产品阿里系GMV占比



数据来源: 淘数据, 长城证券研究所

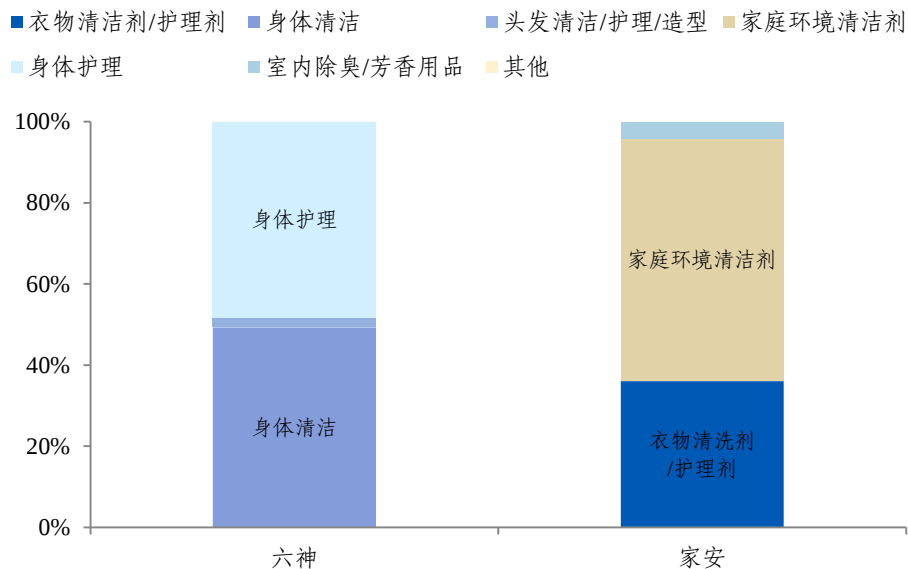
表5. 上海家化护肤类品牌5月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面部护理套装	面膜	液态精华	防晒霜	乳液/面霜	身体护理	眼部护理	化妆水/爽肤水	洁面	卸妆	其他
佰草集GMV同比	2.10%	175.96%	5.93%	-14.29%	-21.15%	-74.73%	-27.62%	6.55%	-11.43%	-55.76%	-65.52%
均价同比	56.93%	116.51%	93.82%	13.52%	36.02%	-48.32%	21.13%	24.76%	5.43%	-13.52%	-37.71%
高夫GMV同比	-36.93%	-88.76%	/	-72.45%	/	1159.03%	-89.73%	-64.30%	156.28%	/	1.23%
均价同比	43.44%	96.01%	/	10.20%	/	263.94%	-48.64%	51.42%	205.21%	/	10.09%
玉泽GMV同比	-3.09%	/	12.22%	/	180.34%	1.86%	/	67.25%	41.09%	/	12635.37%
均价同比	-14.17%	/	-100.00%	/	8.27%	11.18%	/	7.52%	7.59%	/	148.61%
美加净GMV同比	-25.90%	-68.96%	609.01%	-14.89%	-24.42%	-10.42%	-45.43%	-39.71%	4.56%	/	34.92%
均价同比	25.91%	-15.36%	14.59%	-2.48%	27.86%	11.41%	-13.66%	5.68%	-8.52%	/	18.95%
双妹GMV同比	125.24%	/	1820.45%	-100.00%	-57.39%	/	/	304.11%	75.86%	/	-100.00%
均价同比	13.46%	/	-3.98%	-100.00%	-60.94%	/	/	-7.98%	9.32%	/	-100.00%

3. 上海家化:六神身体清洁品类增长较快

- **六神：** 身体护理/身体清洁合计占比超97%，本月GMV分别为1419.55/1450.58万元，分别同比变化-1.61% /34.49%。
- **家安：** 家庭环境清洁剂和衣物清洁剂合计占比超95%，本月GMV分别为221.57/133.64万元，分别同增48.76% /57.37%。

图22. 上海家化洗护及尿片类品牌5月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

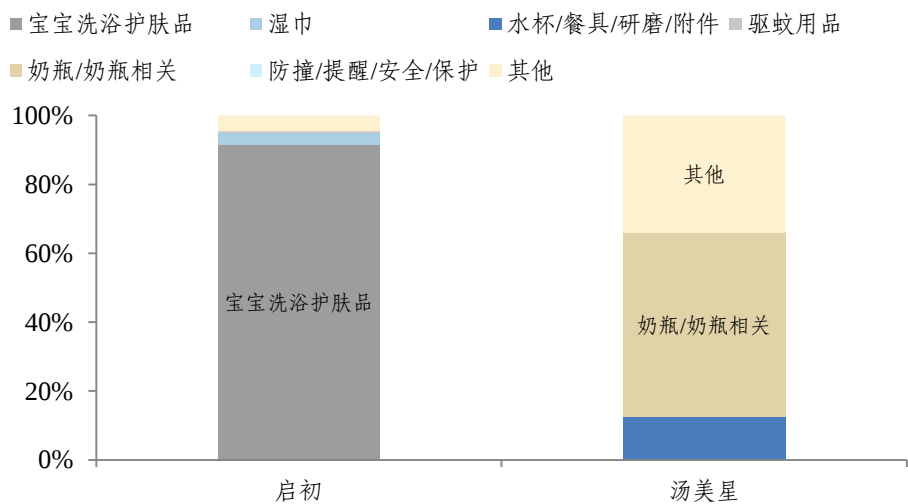
表6.上海家化洗护清洁剂类品牌5月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸品/湿巾	衣物清洁剂/护理剂	口腔护理	身体清洁	头发清洁/护理/造型	卫生巾/成人尿裤/私处护理	家庭环境清洁剂	驱虫用品	身体护理	室内除臭/芳香用品	其他
六神GMV同比	/	/	/	34.49%	/	/	/	/	-1.61%	/	-90.16%
均价同比	/	/	/	53.61%	/	/	/	/	26.88%	/	0.51%
家安GMV同比	/	57.37%	/	/	/	/	48.75%	/	/	12.67%	-87.60%
均价同比	/	-17.64%	/	/	/	/	7.61%	/	/	-3.14%	7.05%

3. 上海家化:启初宝宝洗浴&护肤增长较快

- **启初:** 宝宝洗浴&护肤品类占比超90%，本月GMV为669.25万元，同增31.85%，其它增速较快的品类还包括湿巾，同增99.54%。
- **汤美星:** 奶瓶/奶瓶相关占比过半，本月GMV为12.86万元，同降26.88%。

图23. 上海家化尿片类品牌5月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

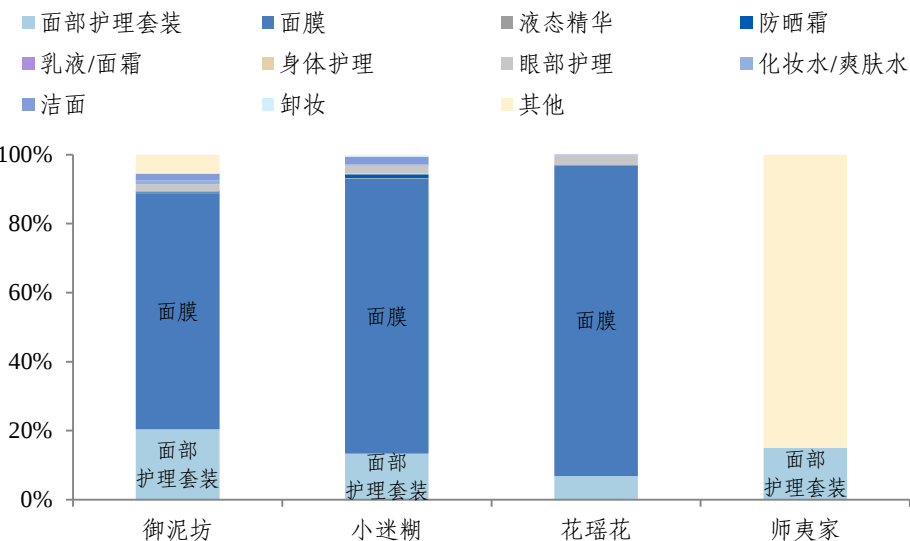
表7.上海家化尿片洗护类5月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸尿裤/拉拉裤/纸尿片	宝宝洗浴护肤品	睡袋/凉席/枕头/床品	湿巾	婴儿手推车/学步车	水杯/餐具/研磨/附件	童床/婴儿床/摇篮/餐椅	驱蚊用品	奶瓶/奶瓶相关	防撞/提醒/安全/保护	其他
启初GMV同比	/	31.85%	/	99.54%	/	/	/	39.29%	/	/	79.31%
均价同比	/	19.86%	/	13.03%	/	/	/	20.93%	/	/	70.80%
汤美星GMV同比	/	/	/	/	/	-32.29%	/	/	-26.88%	/	-14.25%
均价同比	/	/	/	/	/	15.54%	/	/	49.68%	/	1.09%

3. 御家汇:御泥坊面膜GMV同比下降

- **御泥坊:** 面膜和面部护理套装合计占比近90%，分别同降26.29%/15.97%；增速较快的是液态精华，同增88.34%。
- **小迷糊:** 面膜GMV占比近80%，同降31.12%；增速较快的是眼部护理/乳液/洁面，分别同增1278.92%/339.08%/158.57%。
- **花瑶花:** 面部护理套装/面膜GMV合计占比超95%；面膜增速较快，为108.93%。
- **师夷家:** 主要由男士护理组成，占比近85%，本月同降97.73%。面部护理套装本月增速较快，主要系上年同期基数较低。

图24. 御家汇护肤类品牌5月主要产品阿里系GMV占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

表8. 御家汇护肤类品牌5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	液态精华	防晒霜	乳液/面霜	身体护理	眼部护理	化妆水/爽肤水	洁面	卸妆	其他
御泥坊GMV同比	-15.97%	-26.29%	88.34%	/	-4.46%	-99.13%	-37.15%	-31.69%	-33.33%	-23.39%	-56.01%
均价同比	-0.82%	22.22%	-18.76%	/	23.46%	-46.89%	0.65%	1.96%	37.17%	12.99%	9.99%
小迷糊GMV同比	-28.80%	-31.12%	/	/	339.08%	/	1278.92%	7.47%	158.57%	/	178.78%
均价同比	-8.93%	21.22%	/	/	-2.57%	/	39.12%	15.91%	28.66%	/	0.71%
花瑶花GMV同比	10.86%	108.93%	-18.34%	/	-3.81%	/	/	-33.16%	-55.47%	-100.00%	/
均价同比	-4.51%	76.36%	14.32%	/	-35.87%	/	/	74.53%	73.17%	-100.00%	/
师夷家GMV同比	10713.03%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	-30.87%
均价同比	36.87%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	13.13%

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