



长城证券

GREAT WALL SECURITIES

增速环比提升，头部品牌增长强劲 ——2019年6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

6月护肤类阿里系GMV达132.79亿元，同增51.87%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有六个，在数量上占主导，新兴国产品牌持续登榜。

6月彩妆类阿里系GMV达46.78亿元，同增33.82%；本月阿里系GMV前十中，国际品牌与国产品牌均占5个，国产品牌中完美日记维持第一，稚优泉、卡姿兰占比上升跻身前十。

■ 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欧珀莱、韩雅等；精油类跟踪品牌阿芙本月同增较快，达306.73%；面膜类跟踪品牌仅膜法世家本月GMV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美宝莲，分别同增206.42%/80.65%；国产品牌增速较快的有完美日记、猫语玫瑰、珀莱雅、毛戈平等，增速均在100%+。

■ 上市公司角度

珀莱雅本月阿里系GMV达1.21亿，主品牌珀莱雅GMV较上期同增5.56%。

上海家化本月阿里系GMV达1.41亿，领先于珀莱雅、御家汇，主品牌佰草集5-6月同增24.17%。

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20.41%。

■ 风险提示

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

- 6月护肤类行业规模:GMV同增51.87%
- 6月护肤细分品类销售情况
- 6月彩妆类行业规模:GMV同增33.82%
- 6月彩妆细分品类销售情况
- 6月护肤及彩妆行业前十
- 季度护肤类及彩妆类行业规模

1. 6月线上护肤类行业规模:GMV同增51.87%

- **6月护肤品GMV同增51.87%：**2019年5月阿里系护肤品GMV为132.79亿元，较上年同期增51.87%，主要系均价提升拉动，本月护肤品均价同增35.25%。
- **6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29.78/22.87/15.98亿元，合计占比达到50%。相较于上年同期，面部护理套装占比提升6pct，排名上升为第一；其他进步较快的品类是眼部护理，占比上升约1pct。

图1. 6月阿里系护肤类GMV单月增速

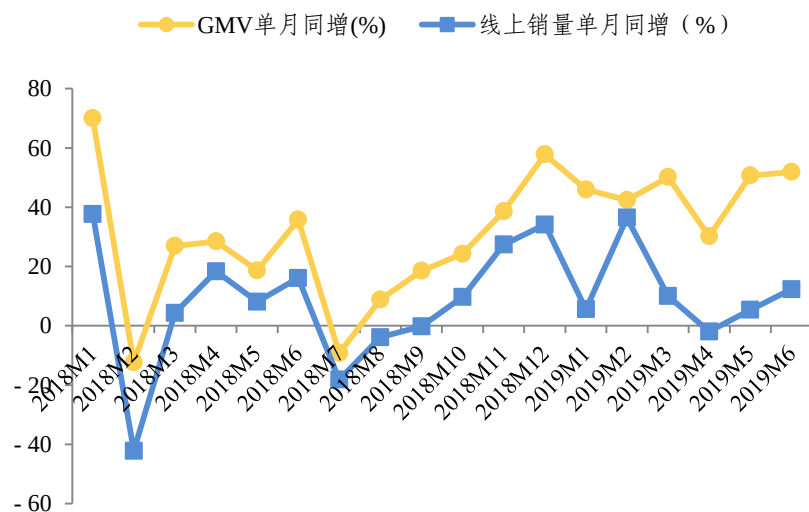
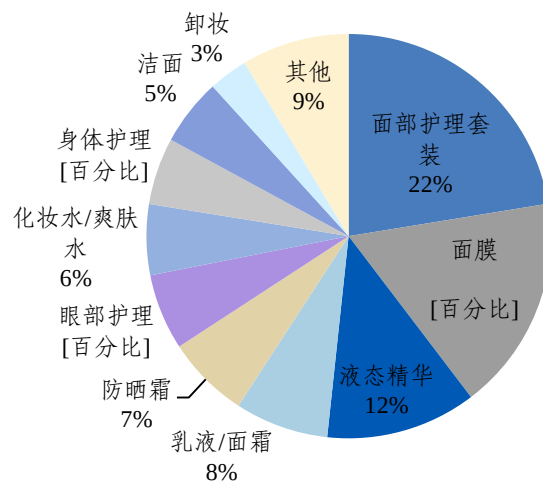


图2. 6月阿里系护肤类GMV规模占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 6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（+103.59%）/眼部护理（+95.35%）/液态精华（+68.53%）。本月面部护理套装销量和均价分别同增29.10%/57.70%，眼部护理销量和均价分别同增42.56%/37.03%，液态精华销量和均价分别同增65.11%/21.42%，洁面分别同增18.48%/36.13%。面部护理套装均价同增较高主要与用券力度较大的一枝春、莱贝，以及黛珂、SK-II、雪花秀等中高端品牌销量上升有关。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。液态精华销量提升较快预计与欧莱雅、玉兰油、蝶芙兰、莱贝等销量提升有关。

表1. 6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	29.78	103.59	1493.40	29.10	199.42	57.70
面膜	22.87	26.66	2629.69	-9.46	86.95	39.89
液态精华	15.98	68.53	1605.64	65.11	99.55	21.42
乳液/面霜	9.93	38.73	947.93	0.24	104.72	38.41
防晒霜	8.82	23.13	975.27	1.95	90.45	20.78
眼部护理	8.07	95.35	681.15	42.56	118.53	37.03
化妆水/爽肤水	7.52	27.43	690.02	-0.20	109.01	27.69
身体护理	7.12	29.50	1056.42	17.54	67.42	10.18
洁面	7.11	61.30	921.54	18.48	77.17	36.13
卸妆	4.14	44.79	558.62	29.75	74.20	11.59

1. 6月线上彩妆类行业规模:GMV同增33.82%

- **6月彩妆类GMV同增33.82%：** 2019年6月彩妆类阿里系GMV为46.78亿元，较上年同期增加33.82%，主要系价格增长较快，本月均价同增48.73%，销量同减10.02%。
- **6月线上GMV前三为唇膏口红/美容工具/粉底液：** 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/粉底液，分别为7.24/6.18/4.06亿元，合计占比达37.35%。相较于上年同期，唇膏占比提升2pct，维持第一，粉底液/膏占比上升2pct，跻身为阿里系彩妆类排名前三。

图3. 6月阿里系彩妆类GMV单月增速

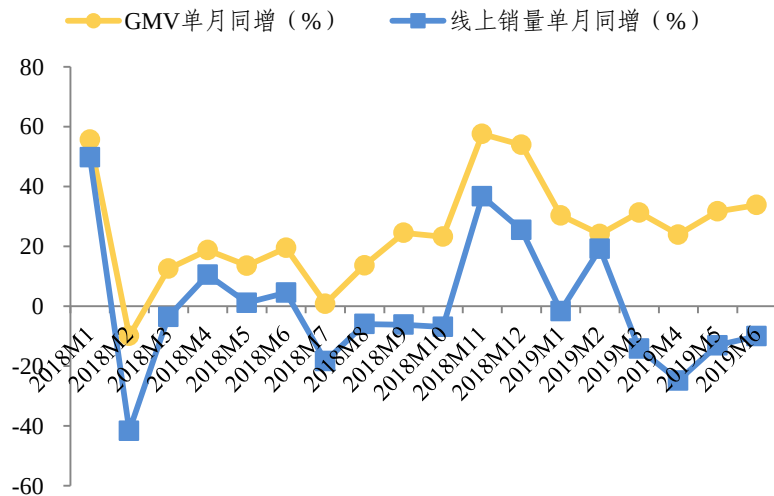
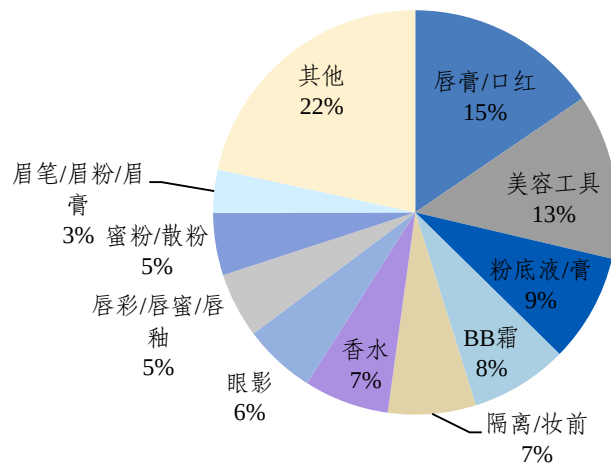


图4. 6月阿里系彩妆类GMV规模占比



数据来源：第三方数据，长城证券研究所

1. 6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（+95.74%）/粉底液（+81.74%）/唇彩（+68.19%）。本月蜜粉销量和均价分别同比变化+47.21%/+32.97%，粉底液分别同比变化+43.51/+26.64%，唇彩分别同比变化+47.99%/+13.65%。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；粉底液量价同增较高主要与美宝莲、雅诗兰黛、兰蔻及欧莱雅等销量明显提升有关；唇彩销量同增较高主要系中等价位国产品牌如完美日记、卡姿兰等销量提升明显。

表2. 6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	7.24	52.65	746.94	-10.97	96.90	71.47
美容工具	6.18	22.99	3843.24	-19.95	16.08	53.65
粉底液/膏	4.06	81.74	336.33	43.51	120.64	26.64
BB霜	3.65	28.39	314.72	-4.34	115.98	34.21
隔离/妆前	3.29	65.32	356.97	50.70	92.19	9.70
香水	3.18	26.85	363.91	11.48	87.50	13.79
眼影	2.70	32.43	488.12	4.49	55.41	26.74
唇彩/唇蜜/唇釉	2.44	68.19	370.02	47.99	65.83	13.65
蜜粉/散粉	2.33	95.74	302.44	47.21	76.97	32.97
眉笔/眉粉/眉膏	1.62	8.00	588.53	-0.97	27.54	9.06

数据来源：第一数据网、艾瑞咨询研究院

1.6月线上护肤及彩妆类GMV排名前十

- **护肤类国产品牌数量占优：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达21.87%，较上年同期增加8.97pct。其中有四个国际品牌，六个国产品牌，国产品牌在数量上占主导。相较于上年同期，本月新增品牌有兰蔻、WIS、百雀羚、薇诺娜、莱贝、一枝春，而国内外知名品牌资生堂、HFP、珀莱雅、JMsolution、御泥坊、一叶子排名下降，未进入前十位。
- **彩妆类本土品牌进步明显：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达20.83%，较上年同期增加5.83pct。其中国产品牌和国际品牌各占五席。相较于上年同期，本月国内外知名品牌完美日记、卡姿兰、稚优泉、YSL、美宝莲、MAC稳居前十榜单；本土品牌欧丽源、花西子排名上升跻身前十；国际品牌中迪奥、悦诗风吟未进入前十。

图5. 阿里系护肤品牌6月GMV规模前十及市占率

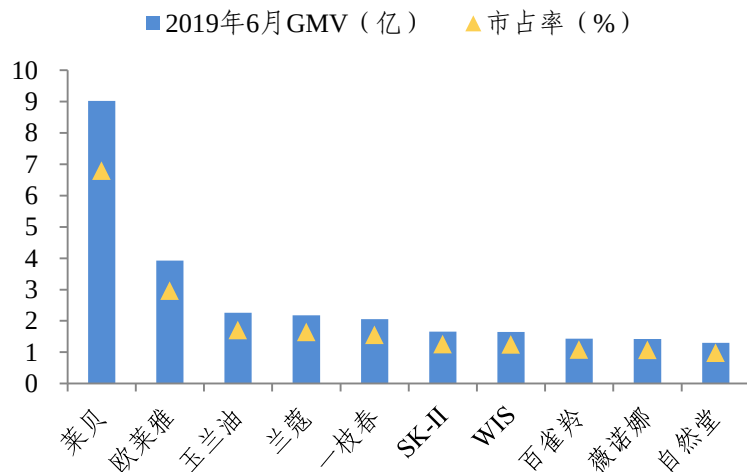
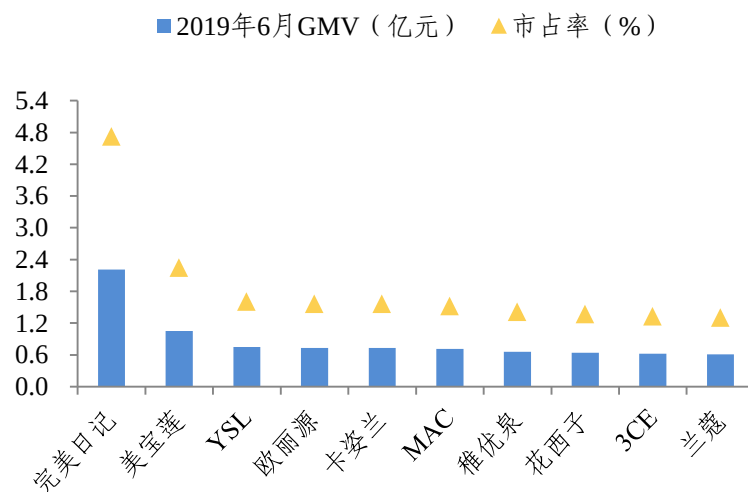


图6. 阿里系彩妆品牌6月GMV规模前十及市占率



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

- **2019Q2护肤类GMV同增45.08%：** 2019Q2阿里系GMV为332.21亿元，较上期同增45.08%，主要系均价提升拉动；本季度阿里系销量为3.56亿，较上期同增5.51%；均价为93元/件，较上期同增37.50%。
- **2019Q2彩妆类GMV同增29.98%：** 2019Q2阿里系GMV为128.41亿元，较上期同增29.98%，主要系消费升级促使均价上升；本季度阿里系销量为3.02亿元，较上期同减16.01%；均价为42.55元/件，较上期同增54.76%。

图7. 护肤类季度GMV及销量增速

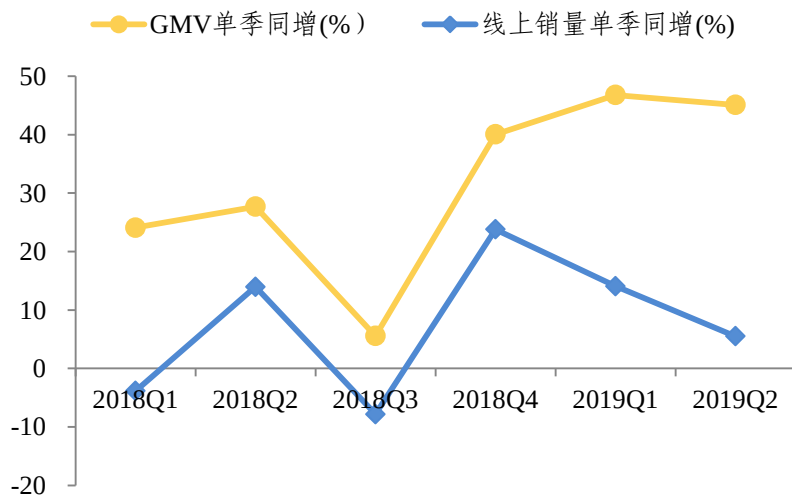
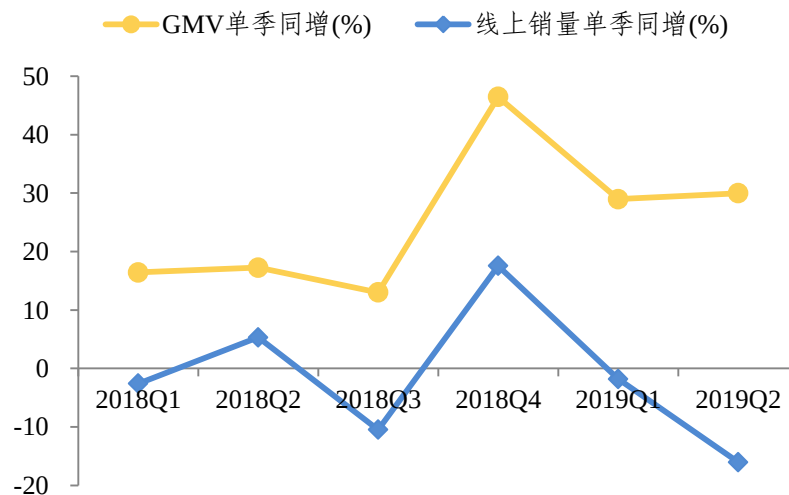


图8. 彩妆类季度GMV及销量增速



数据来源：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:兰蔻/欧莱雅同增100%以上
- 跟踪精油、面膜类品牌:膜法世家维持正增长
- 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）：兰蔻/欧莱雅同增100%以上

- **GMV亿元以上品牌：** 本月跟踪品牌中GMV过亿的品牌有9个，其中增速较高的有兰蔻、欧莱雅和SK-II，分别同增251.86% /176.71% /84.06%。
- **GMV0.1-1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV在0.1-1亿的品牌有9个，增速较高的有欧珀莱/海蓝之谜/兰芝/佰草集，分别同增150.55% /25.91% /20.86% 10.13%。
- **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，其中韩雅增速较高，同增192.50%。

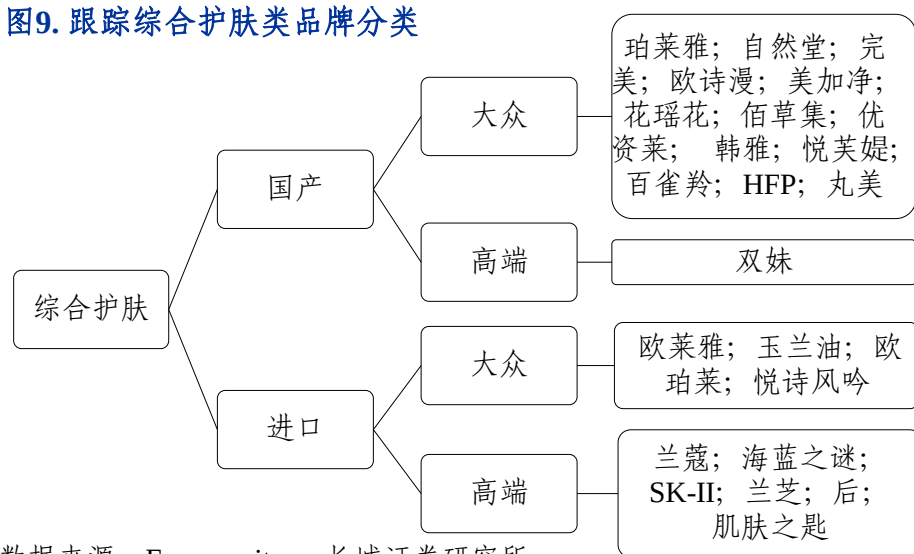
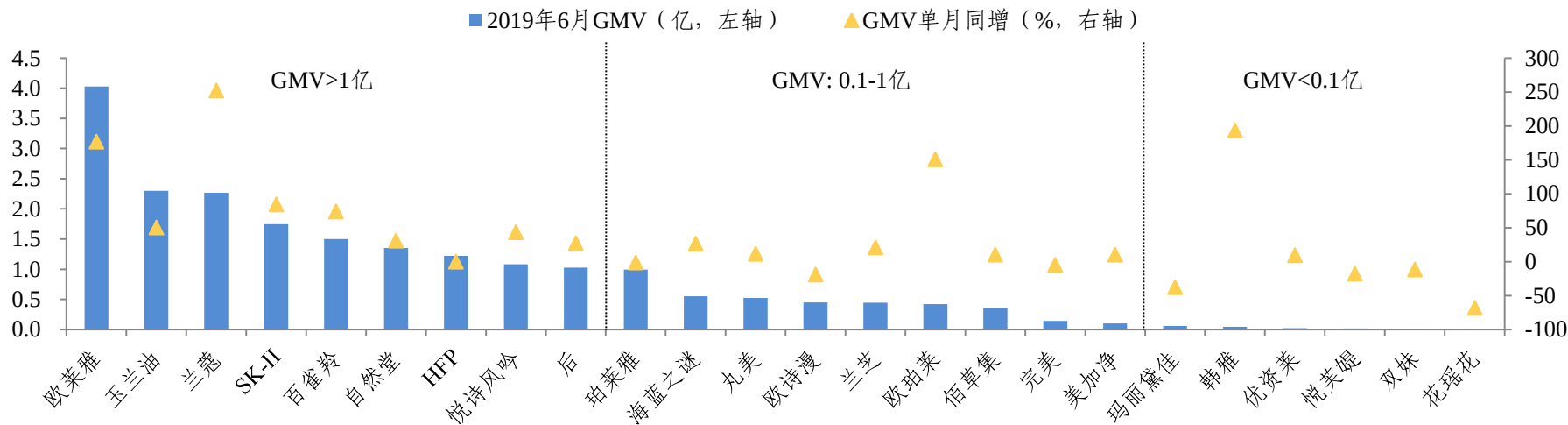


图10. 跟踪综合护肤类品牌6月阿里系GMV及增速

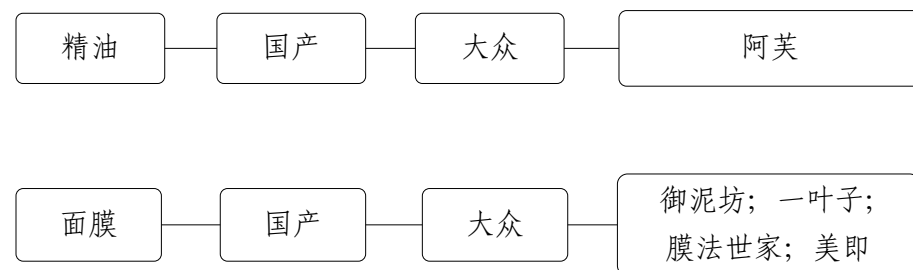
数据来源：Euromonitor，长城证券研究所



2. 护肤类（精油、面膜）：膜法世家维持正增长

- **精油类阿芙品牌GMV保持较快增长：** 本月阿芙阿里系GMV达1.23亿元，同比增长306.73%。

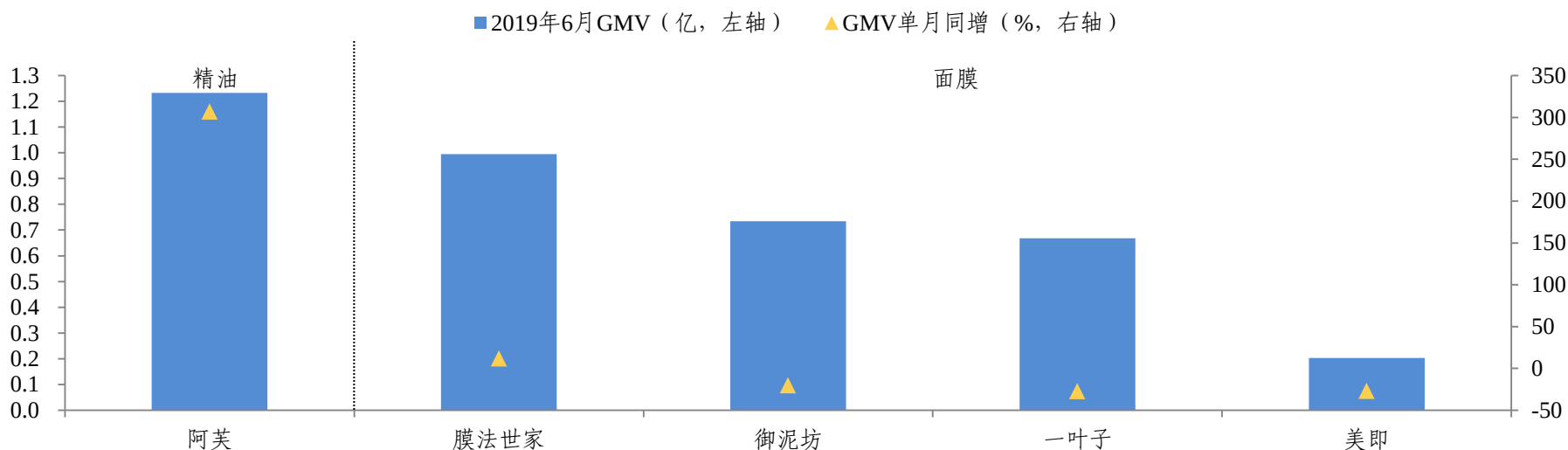
图11. 跟踪精油和面膜类品牌分类



- **面膜类膜法世家维持同比增长：** 从增速来看，跟踪面膜品牌仅膜法世家同比增长，为11.70%，一叶子/美即/御泥坊本月GMV分别同比减少27.43%/27.04%/20.41%；从GMV规模来看膜法世家领先，本月达0.99亿，美即规模最小，为0.20亿。

数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

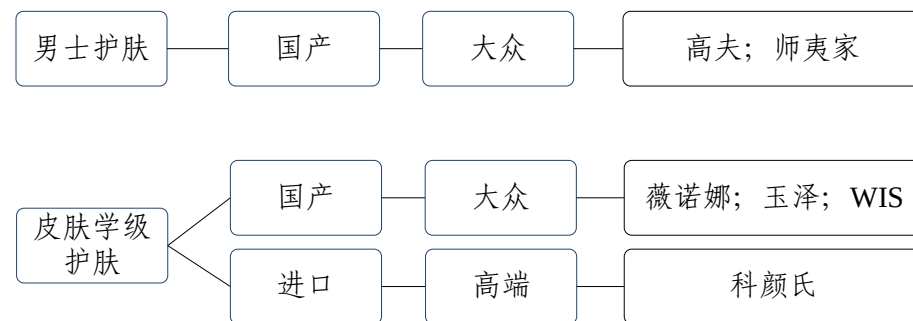
图12. 跟踪精油和面膜类品牌6月阿里系GMV及增速



2. 护肤类(男士、皮肤学级):皮肤学级护肤均增长较快

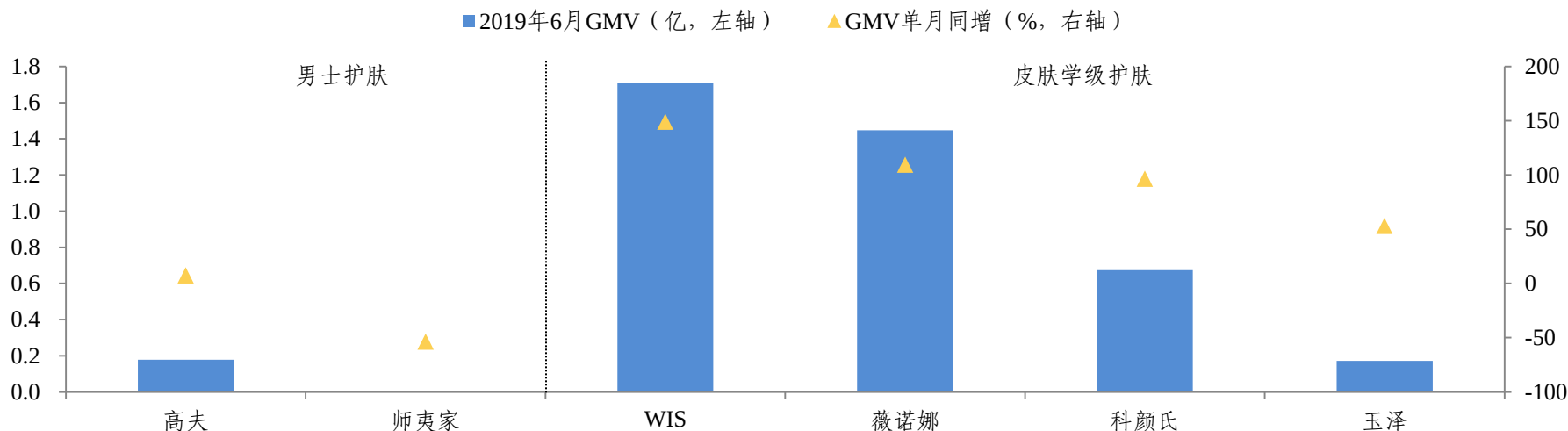
- **男士护肤类高夫品牌与上期基本持平:** 跟踪品牌中, 高夫和师夷家阿里系GMV分别为0.18亿/18万, 分别同比变化7.15%/-53.79%。
- **皮肤学级护肤类各品牌均增长较快:** 跟踪品牌中, 阿里系GMV规模最大的是WIS, 为1.71亿, 较去年同增148.80%, 且增速高于其他品牌; 薇诺娜/科颜氏/玉泽本月分别同增109.24%/96.28%/52.89%。

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6月阿里系GMV及增速



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462.04% /206.42%。
- **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11个, 增速较高的是毛戈平/珀莱雅, 同增186.88% /144.38%。
- **GMV<0.1亿品牌:** 跟踪品牌阿里系GMV小于0.1亿的品牌有6个, 较上期同增的是猫语玫瑰/赫妍/悠雅, 分别同增2325.72% /68.37% /26.08%。

图15. 跟踪彩妆类品牌分类

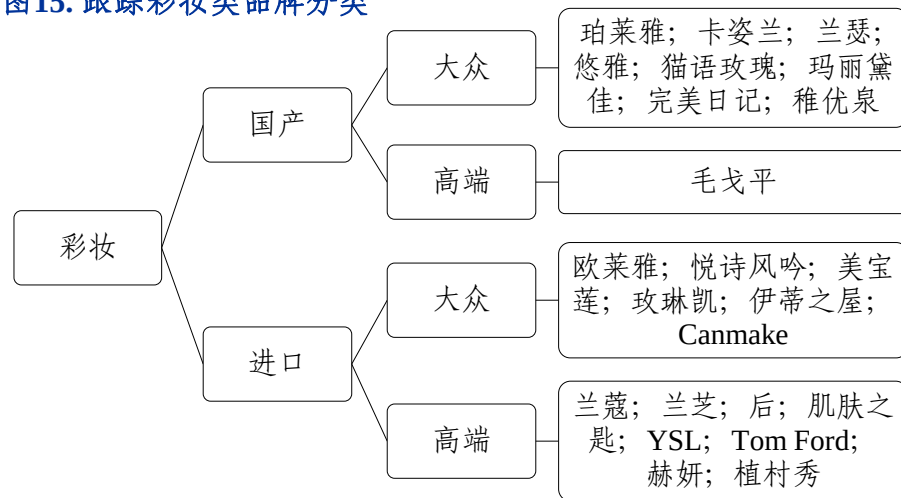
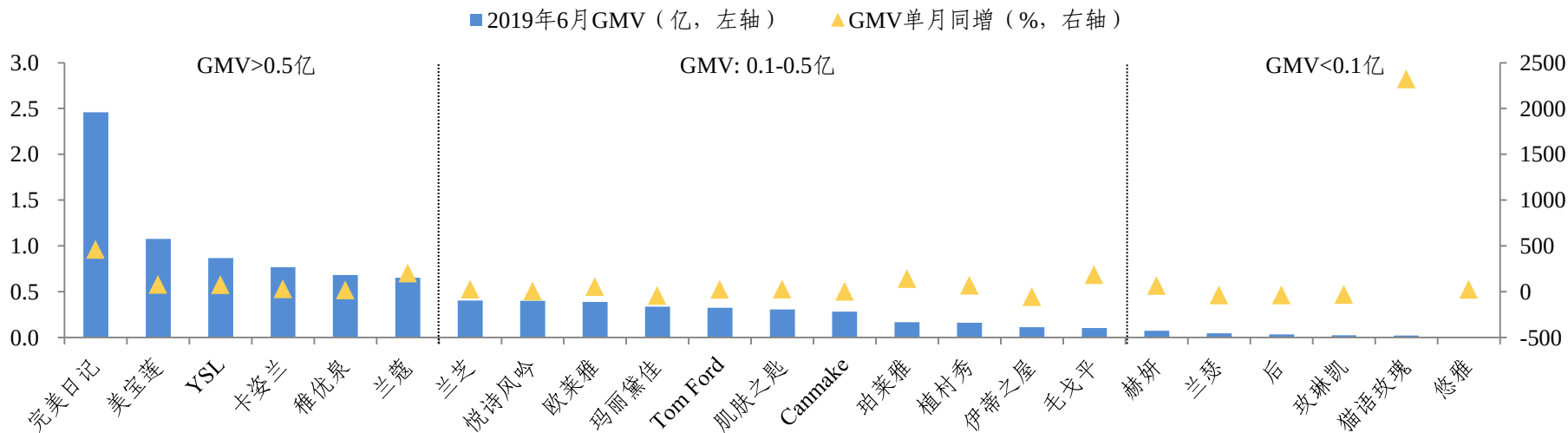


图16. 跟踪彩妆类品牌6月阿里系GMV及增速

数据来源: Euromonitor, 长城证券研究所



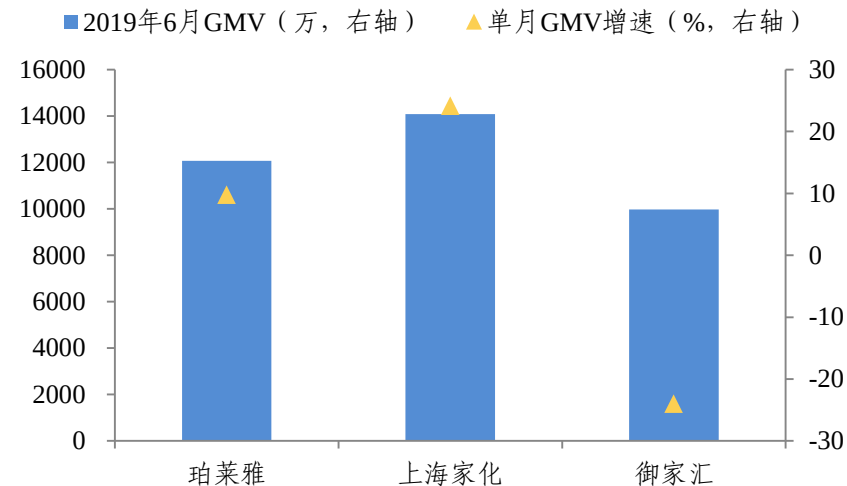
三、上市公司角度

- 重点上市公司6月销售：上海家化多品牌同增较快
- 珀莱雅：多品牌液态精华、身体护理增速较高/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/六神身体护理、身体清洁品类增长较快/启初湿巾类增长较快
- 御家汇：御泥坊液态精华同比增速较快，面膜GMV同比下降

3. 重点上市公司6月线上销售:上海家化多品牌同增较快

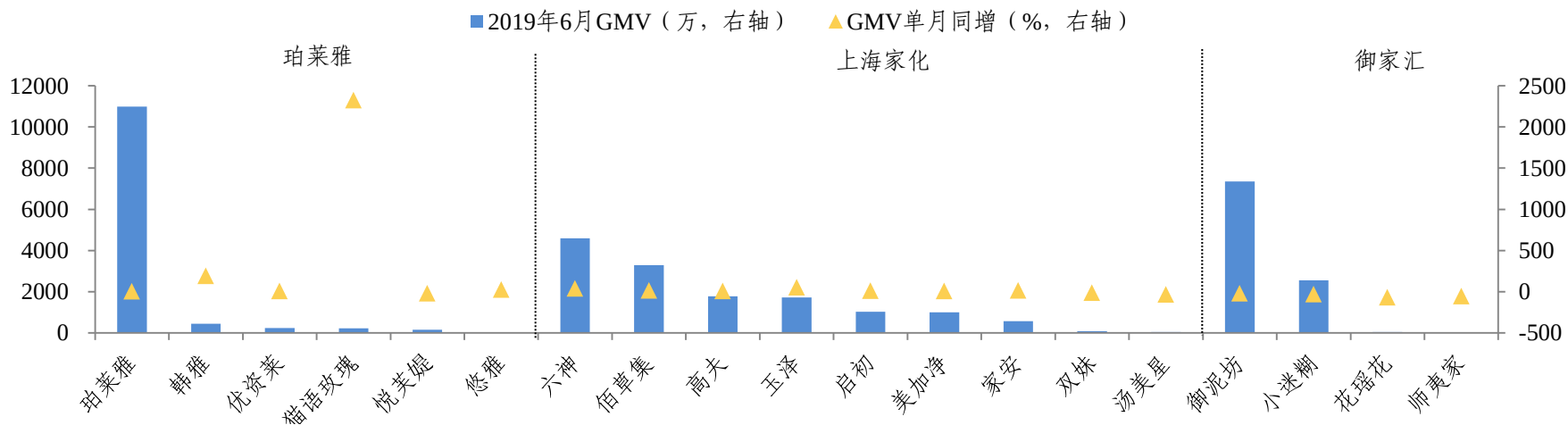
- **珀莱雅**: 6月阿里系GMV规模为1.21亿元, 同增9.76%; GMV增速50%以上的品牌有韩雅、猫语玫瑰两个品牌; 主品牌珀莱雅同增5.56%。
- **上海家化**: 6月阿里系GMV为1.41亿元, 同增24.14%, 规模领先珀莱雅和御家汇; GMV增速达50%以上的品牌有玉泽; 佰草集5-6月为同一活动周期, 同比增长24.17% (6月GMV同增15.15%)。
- **御家汇**: 6月阿里系GMV为1.00亿元, 同降23.99%, 跟踪所有的品牌均同降, 其中御泥坊同降20.41%。

图17. 重点上市公司6月阿里系GMV及增速



数据来源: 第三方数据, 长城证券研究所

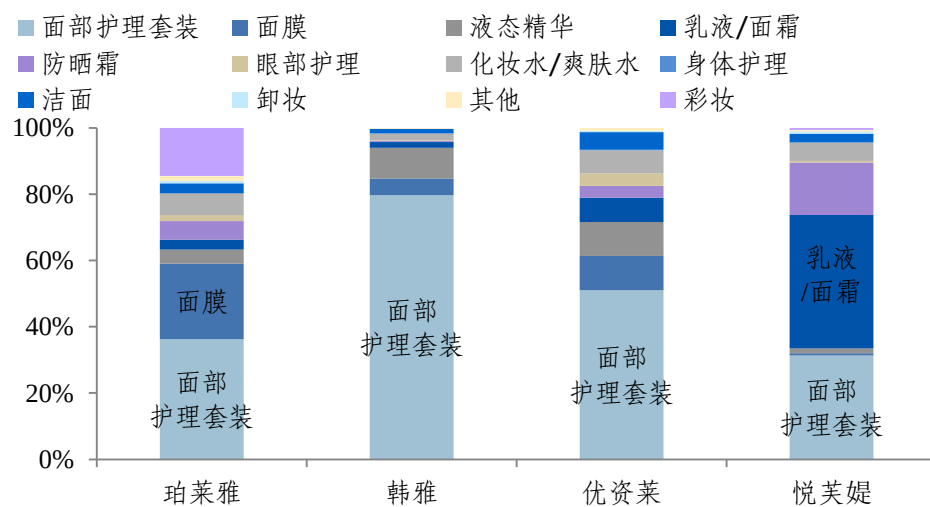
图18. 重点上市公司主要品牌6月阿里系GMV及增速



3. 珀莱雅:多品牌液态精华、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、化妆水及彩妆合计占比80.10%; 液态精华/身体护理/彩妆分别同增687.69%/168.23%/144.38%。
- **韩雅**: 面部护理套装占比接近80%; 液态精华/面部护理套装/乳液面霜分别同增875.38%/336.08%/52.08%。
- **优资莱**: 面部护理套装、面膜占比较高, 合计占比超60%; 增速较快的品类是身体护理、液态精华, 分别同增7222.56%/226.20%。
- **悦芙媞**: 乳液及面部护理合计占比72.38%; 本月分别同比变化-43.01%/25.42%。

图19. 珀莱雅护肤类品牌6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

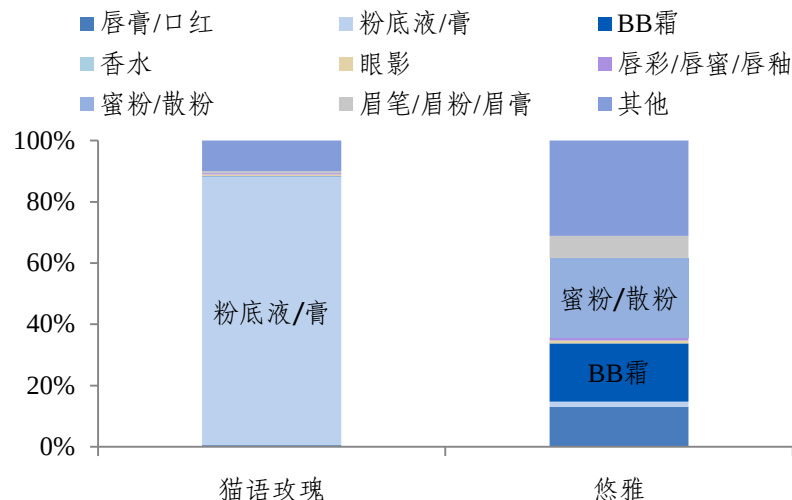
表3. 珀莱雅护肤类品牌6月各主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面部护理套装	面膜	液态精华	乳液/面霜	防晒霜	眼部护理	化妆水/爽肤水	身体护理	洁面	卸妆	其他	珀莱雅彩妆
珀莱雅GMV同比	-1.96%	2.82%	687.69%	37.37%	-26.54%	31.89%	12.04%	168.23%	-27.26%	-73.65%	-57.14%	144.38%
均价同比	4.54%	-2.05%	32.85%	1.80%	14.31%	13.38%	13.95%	304.52%	34.65%	16.53%	-17.96%	-4.10%
韩雅GMV同比	336.08%	41.85%	875.38%	52.08%	-74.45%	-73.02%	48.23%	/	-7.81%	-77.41%	-96.37%	/
均价同比	-43.01%	6.94%	-73.84%	52.08%	-38.18%	65.73%	-19.85%	/	2.88%	-7.27%	-25.87%	/
优资莱GMV同比	6.74%	37.31%	226.20%	-17.43%	-24.41%	-9.69%	-12.19%	7222.56%	-16.69%	-49.36%	105.85%	/
均价同比	45.25%	3.76%	11.43%	16.76%	20.95%	26.76%	40.20%	71.62%	25.08%	3.19%	-37.23%	/
悦芙媞GMV同比	25.42%	-70.93%	-87.19%	-43.01%	4623.69%	83.58%	-22.07%	-65.47%	-16.69%	161.85%	/	/
均价同比	10.90%	31.13%	-23.53%	-20.52%	-9.00%	8.13%	-16.63%	203.00%	-21.34%	49.63%	/	/

3. 珀莱雅:猫语玫瑰粉底液增长较快

- **猫语玫瑰：**粉底液/膏在品牌中占比约85%，本月GMV同增43326.83%，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；本月高光品类GMV占比维持在第二，GMV为20.15万元。
- **悠雅：**蜜粉及粉饼在品牌中合计占比46.39%，蜜粉类本月同增1581.85%，同增较高主要系去年同期基数较低。其余增速较快的品类有隔离，同增56.57%。

图20. 珀莱雅彩妆类品牌6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

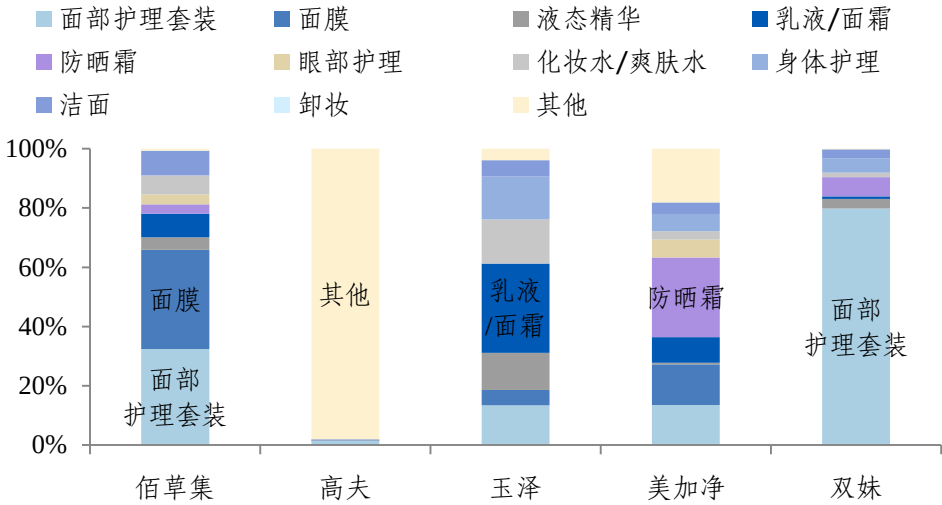
表4. 珀莱雅彩妆类品牌6月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	唇膏/口红	美容工具	粉底液/膏	BB霜	隔离/妆前	香水	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	-66.34%	/	43326.83%	-70.17%	556.25%	/	4960.53%	810.29%	/	12.19%	887.16%
均价同比	-9.08%	/	-19.09%	2.17%	14.57%	/	78.01%	43.13%	/	6.41%	-12.78%
悠雅GMV同比	-32.84%	-100.00%	/	-1.60%	56.57%	/	24.57%	3.46%	1581.85%	-69.39%	162.09%
均价同比	4.48%	-100.00%	/	2.81%	1.23%	/	9.37%	69.07%	102.50%	-27.97%	128.56%

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约66%; 本月面膜同增较高, 为153.77%, 主要由新品冻干面膜贡献, 本月冻干面膜GMV占比品牌第一, 约为15%。
- **高夫:** 男士护理为主要品类, 本月GMV同增7.15%; 本月身体护理增速较快, 同增754.44%。
- **玉泽:** 乳液、身体护理、化妆水合计占比约60%; 本月化妆水为GMV增速第一, 为143.45%。
- **美加净:** 面部护理套装、防晒、面膜占比合计过半, 分别同增82.66%/48.82%/29.75%。
- **双妹:** 主要产品是面部护理套装, 占比约80%; 化妆水本月增速较快, 同增201.96%。

图21. 上海家化护肤类品牌6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

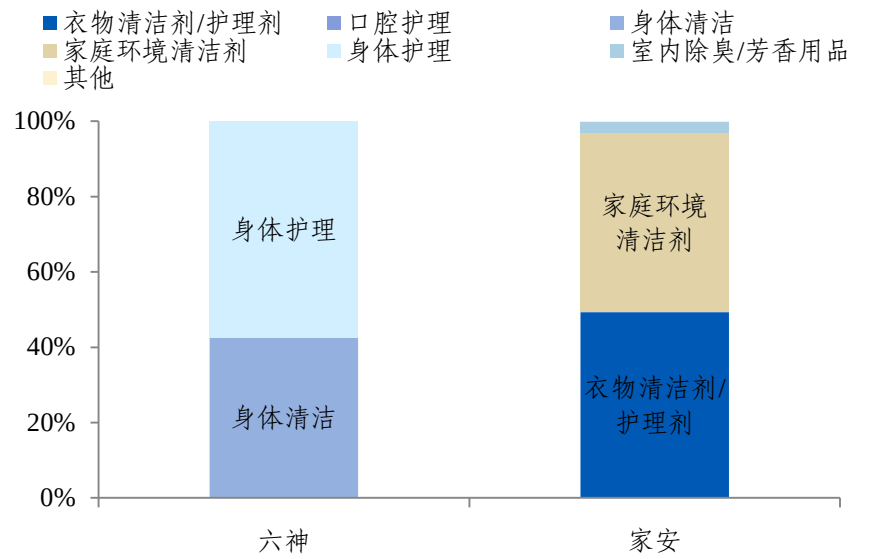
表5. 上海家化护肤类品牌6月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面部护理套装	面膜	液态精华	乳液/面霜	防晒霜	眼部护理	化妆水/爽肤水	身体护理	洁面	卸妆	其他
佰草集GMV同比	-24.06%	153.77%	10.95%	-2.73%	65.76%	-4.60%	-14.70%	-66.03%	6.34%	-75.92%	-62.64%
均价同比	23.55%	71.63%	63.62%	30.55%	16.72%	24.61%	2.53%	-7.26%	20.83%	-16.61%	-20.23%
高夫GMV同比	-26.96%	-55.78%	/	603.59%	-34.69%	-92.63%	-80.47%	754.44%	471.19%	/	5.20%
均价同比	52.66%	100.10%	/	225.49%	-2.04%	-60.68%	44.76%	467.24%	97.96%	/	10.44%
玉泽GMV同比	-35.57%	/	13.72%	136.00%	/	/	143.45%	31.78%	49.12%	/	16199.03%
均价同比	-8.08%	/	47.93%	0.38%	/	/	6.57%	26.19%	4.85%	/	167.61%
美加净GMV同比	82.66%	29.75%	1132.20%	-20.14%	48.82%	34.19%	-47.69%	-60.25%	0.87%	/	16.48%
均价同比	47.85%	-24.14%	12.37%	-0.88%	20.07%	-7.29%	4.49%	-3.05%	-19.98%	/	7.20%
双妹GMV同比	-13.99%	-100.00%	/	-13.60%	-46.11%	/	201.96%	25.77%	16.51%	/	/
均价同比	4.94%	-100.00%	/	-84.38%	-12.54%	/	11.25%	0.61%	8.74%	/	/

3. 上海家化:六神身体护理、身体清洁品类增长较快

- **六神:** 身体护理和身体清洁合计占比为97.75%，本月GMV分别为2592.29/1917.81万元，分别同增38.39% /23.35%。
- **家安:** 衣物清洁剂和家庭环境清洁剂合计占比约97%，本月GMV分别为278.56/268.64万元，分别同比变化61.60%/-7.19%。

图22. 上海家化洗护及尿片类品牌6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

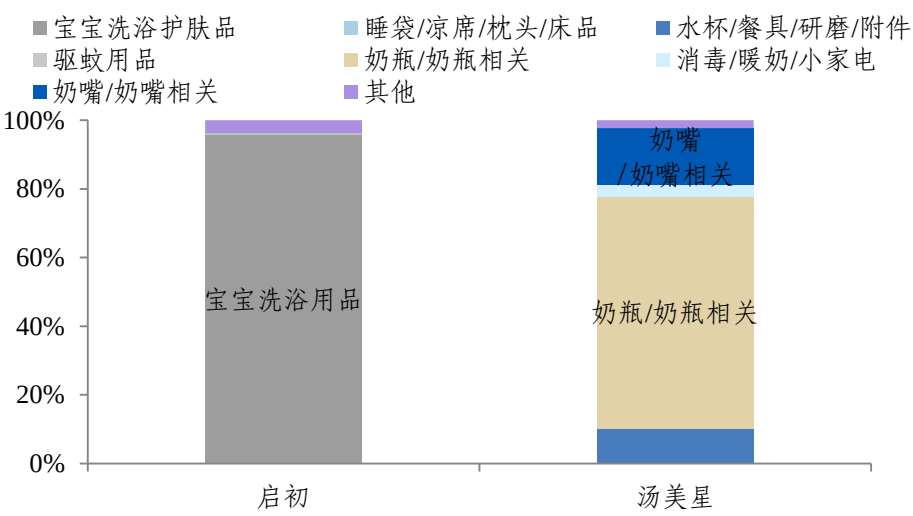
表6.上海家化洗护清洁剂类品牌6月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸品/湿巾	衣物清洁剂/护理剂	卫生巾/成人尿裤/私处护理	口腔护理	身体清洁	头发清洁/护理/造型	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	-100.00%	/	/	/	23.35%	3.16%	/	/	38.39%	-100.00%	-100.00%
均价同比	-100.00%	/	/	/	25.31%	23.59%	/	/	26.70%	-100.00%	-100.00%
家安GMV同比	/	61.60%	/	/	/	/	-7.19%	/	/	-17.56%	-80.34%
均价同比	/	3.43%	/	/	/	/	19.39%	/	/	-18.97%	-1.22%

3. 上海家化:启初湿巾类增长较快

- **启初:** 宝宝洗浴&护肤品类占比92.15%，本月GMV为942.37万元，同增10.68%；本月湿巾类增速较快，同增52.68%。
- **汤美星:** 奶瓶、奶嘴及相关占比近85%，其中奶瓶/奶瓶相关类本月GMV为33.87万元，同降27.78%。

图23. 上海家化尿片类品牌6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

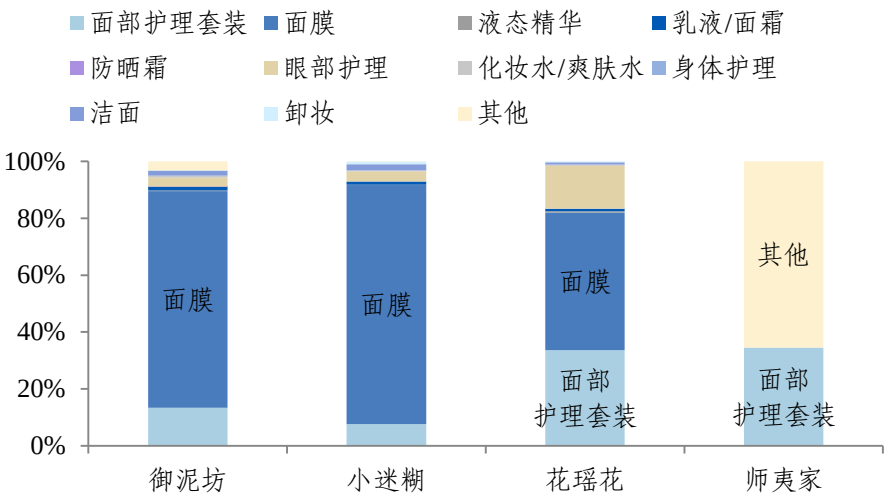
表7.上海家化尿片洗护类6月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸尿裤/拉拉裤/纸尿裤	宝宝洗浴护肤品	湿巾	睡袋/凉席/枕头/床品	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	消毒/暖奶/小家电	奶嘴/奶嘴相关	其他
启初GMV同比	/	10.68%	52.68%	/	/	/	/	12.42%	/	/	/	22.63%
均价同比	/	5.16%	35.52%	/	/	/	/	-0.11%	/	/	/	-20.88%
汤美星GMV同比	/	/	/	/	/	-45.69%	/	/	-27.78%	-1.91%	-20.88%	0.00%
均价同比	/	/	/	/	/	-20.55%	/	/	15.03%	32.89%	-38.51%	0.00%

3. 御家汇:御泥坊面膜GMV同比下降

- **御泥坊:** 面部护理套装和面膜合计占比近90%，分别同降23.98%/16.19%；增速较快的是液态精华，同增313.61%。
- **小迷糊:** 面膜GMV占比为83.32%，同降31.08%；增速较快的是眼部护理/乳液/洁面，分别同增1984.27%/295.16%/194.00%。
- **花瑶花:** 面膜及面部护理套装GMV合计占比为82.04%；洁面增速较快，为234.89%。
- **师夷家:** 主要由男士护理组成，占比约66%，本月同降69.97%。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6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6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	乳液/面霜	防晒霜	眼部护理	化妆水/爽肤水	身体护理	洁面	卸妆	其他
御泥坊GMV同比	-23.98%	-16.19%	313.61%	-12.64%	/	-11.78%	-38.02%	-72.56%	-26.31%	-16.91%	-63.70%
均价同比	1.66%	17.19%	-24.02%	32.88%	/	29.21%	17.63%	50.81%	36.64%	7.46%	11.65%
小迷糊GMV同比	-65.72%	-31.08%	/	295.16%	/	1984.27%	17.51%	/	194.00%	/	226.42%
均价同比	-16.60%	14.81%	/	-1.05%	/	38.84%	22.88%	/	32.78%	/	51.45%
花瑶花GMV同比	81.41%	-82.69%	62.10%	134.99%	/	/	-92.81%	/	234.89%	-96.78%	/
均价同比	-25.51%	30.65%	-0.25%	108.14%	/	/	45.62%	/	137.95%	141.76%	/
师夷家GMV同比	18702.47%	-100.00%	/	/	/	/	/	/	/	/	-69.68%
均价同比	5.72%	-100.00%	/	/	/	/	/	/	/	/	-16.03%

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