



长城证券

GREAT WALL SECURITIES

增速环比下降，珀莱雅、佰草集表现突出 ——2019年7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

7月护肤类阿里系GMV达93.58亿元，同增43.73%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有七个，在数量上占主导，传统、新锐国产品牌持续登榜。

7月彩妆类阿里系GMV达38.36亿元，同增13.98%；本月阿里系GMV前十中，国产品牌有六个、国际品牌有四个，有八个品牌与去年同期重合，总体较为稳定，国产品牌中完美日记维持第一。

■ 品类角度

综合护肤类阿里系GMV亿元以上跟踪品牌欧莱雅、珀莱雅增速90%+，GMV亿元以下跟踪品牌中增速较快的为兰蔻、玉兰油等；精油类跟踪品牌阿芙本月同增较快，达608.66%；面膜类跟踪品牌本月GMV均同比减少；国产皮肤学级品牌薇诺娜本月GMV增速较快。

彩妆类国际品牌中增速较快的品牌为YSL和兰蔻，分别同增118.86%/111.25%；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1.50亿，领先上海家化、御家汇。主品牌珀莱雅GMV较上期同增128%。

上海家化本月阿里系GMV达0.66亿，主品牌佰草集单月同增84.62%。

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20.14%。

■ 风险提示

加剧、电商经营成本上涨过快、产品质量风险。

一、行业角度

- 7月护肤类行业规模:GMV同增43.73%
- 7月护肤细分品类销售情况
- 7月彩妆类行业规模:GMV同增13.98%
- 7月彩妆细分品类销售情况
- 7月护肤及彩妆行业前十
- 季度护肤类及彩妆类行业规模

1. 7月线上护肤类行业规模:GMV同增43.73%

- **7月护肤品GMV同增43.73%：**2019年7月阿里系护肤品GMV为93.58亿元，较上年同期增43.73%，主要系均价提升拉动，本月护肤品均价同增35.22%。
- **7月线上GMV规模前三为面膜/面部护理套装/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膜/面部护理套装/液态精华，分别为17.83/17.73/10.41亿元，合计占比达到50%。相较于上年同期，面膜与面部护理套装占比分别提升8pct和7pct，分列一二名；其他进步较快的品类是液态精华，占比上升约3pct。

图1. 7月阿里系护肤类GMV单月增速

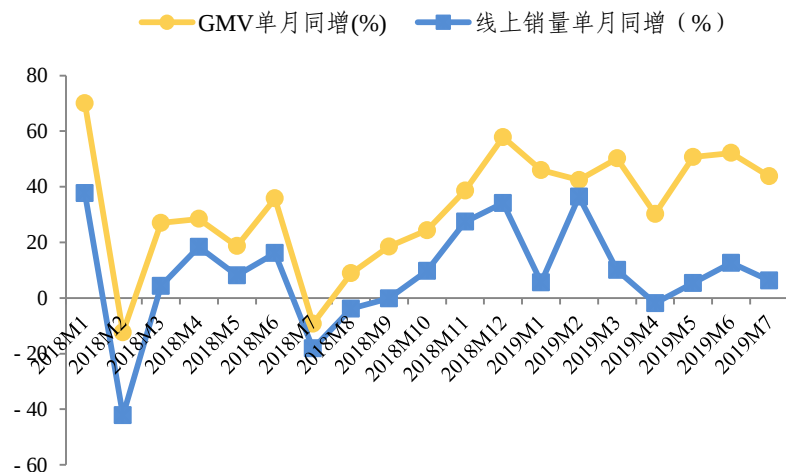
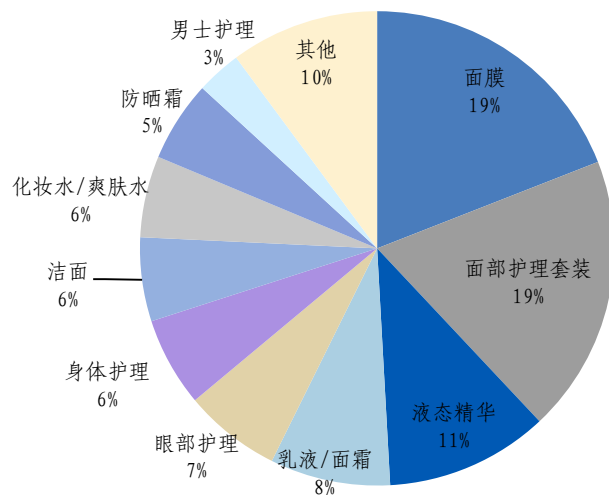


图2. 7月阿里系护肤类GMV规模占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

1. 7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增幅较大的有眼部护理（+109.13%）/面部护理套装（+86.66%）/液态精华（+73.88%）。本月眼部护理均价和销量分别同增19.43%/75.11%，面部护理套装均价同增86.42%/0.13%，液态精华均价和销量分别同增4.01%/67.17%。眼部护理销量提升较快，预计系本月美康粉黛、WIS、透真、莱贝等国产新锐品牌销量增长较快。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、莱贝秀等品牌销量上升有关。液态精华销量同增较高与丽普司肽、韩瑟、自然旋律等品牌销量上升有关。

表1. 7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 (%)
面膜	17.83	38.65	2211.83	-9.19	80.62	52.68
面部护理套装	17.73	86.66	1022.89	0.13	173.30	86.42
液态精华	10.41	73.88	1355.64	67.17	76.78	4.01
乳液/面霜	7.67	37.03	802.47	3.06	95.62	32.96
眼部护理	6.19	109.13	669.56	75.11	92.47	19.43
身体护理	5.70	15.02	869.73	7.46	65.53	7.03
洁面	5.36	49.38	753.46	13.32	71.10	31.81
化妆水/爽肤水	5.19	20.52	506.52	-12.72	102.52	38.08
防晒霜	5.15	12.05	593.93	-0.07	86.76	20.65
男士护理	2.87	23.35	373.41	-2.52	76.80	26.54

数据来源：阿里系电商平台公开数据

1. 7月线上彩妆类行业规模:GMV同增13.98%

- **7月彩妆类GMV同增13.98%：**2019年7月彩妆类阿里系GMV为38.36亿元，较上年同期增加13.98%，主要系价格增长较快，本月均价同增47.55%，销量同减22.74%。
- **7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6.44/5.25/3.20亿元，合计占比达49.9%。相较于上年同期，唇膏占比提升5pct，维持第一，香水占比上升4pct，跻身阿里系彩妆类前三。

图3. 7月阿里系彩妆类GMV单月增速

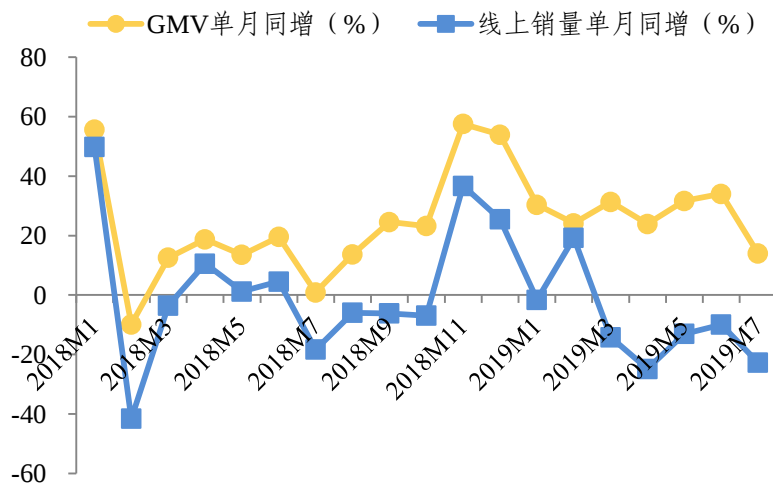
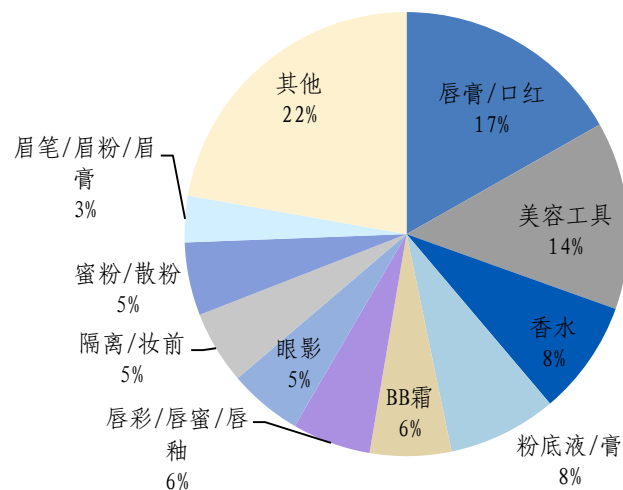


图4. 7月阿里系彩妆类GMV规模占比



数据来源：淘数据，长城证券研究所

1. 7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（+71.05%）/粉底液（+62.14%）/香水（+38.92%）。本月蜜粉销量和均价分别同增25.06%/36.77%，粉底液分别同增31.45%/23.35%，香水分别同增9.29%/27.11%。蜜粉量价齐升预计主要系花西子、美康粉黛、完美日记等国货品牌销量提升较快，且部分品牌用券力度较大；粉底液量价同增较高主要与日本红地球、美宝莲等中等价位国际品牌销量提升有关；香水量价齐升主要与冰希黎、名蓝、范思哲等国内外品牌销量提升有关。

表2. 7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	6.44	18.71	619.92	-18.30	103.88	45.29
美容工具	5.25	7.93	3381.59	-29.45	15.52	52.99
香水	3.20	38.92	318.66	9.29	100.49	27.11
粉底液/膏	3.04	62.14	257.06	31.45	118.32	23.35
BB霜	2.27	-2.95	217.50	-21.39	104.37	23.46
唇彩/唇蜜/唇釉	2.19	51.43	328.73	43.60	66.69	5.46
眼影	2.06	2.72	367.51	-18.06	56.04	25.36
隔离/妆前	2.04	29.11	237.51	24.73	85.94	3.52
蜜粉/散粉	2.04	71.05	260.04	25.06	78.41	36.77
眉笔/眉粉/眉膏	1.30	-11.83	493.22	-15.53	26.31	4.38

1. 7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19.77%，较上年同期提升10.23pct。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、法意兰、一枝春、半亩花田、形象美，而国内外知名品牌资生堂、膜法世家、后、自然堂、雅诗兰黛排名下降，未进入前十位。然而，需理性看待莱贝、法意兰、一枝春等淘系品牌GMV数值，其包含大额用券因素。
- **彩妆类前十品牌相对稳定：** 本月阿里平台CR10品牌市占率达17.25%，较上年同期增加4.92pct。其中有六个国产品牌，四个国际品牌。相较于上年同期，本月国内外知名品牌完美日记、YSL、MAC、Zee-sea、阿玛尼、卡姿兰、迪奥和稚优泉稳居前十榜单；花西子和雅诗兰黛本月跻身前十，美康粉黛和玛丽黛佳本月未进入前十。

图5. 阿里系护肤品牌7月GMV规模前十及市占率

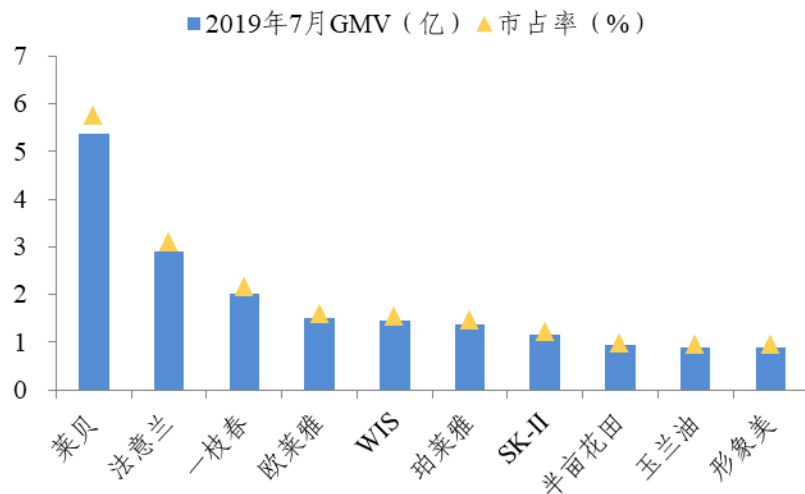
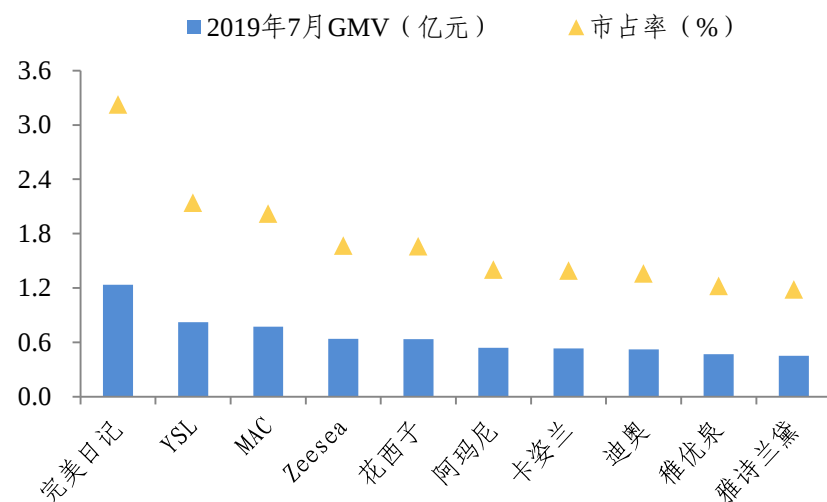


图6. 阿里系彩妆品牌7月GMV规模前十及市占率



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

- **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

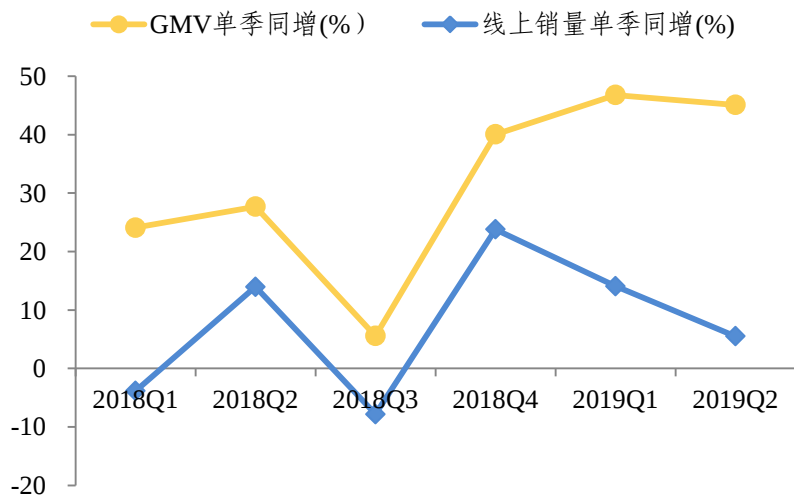
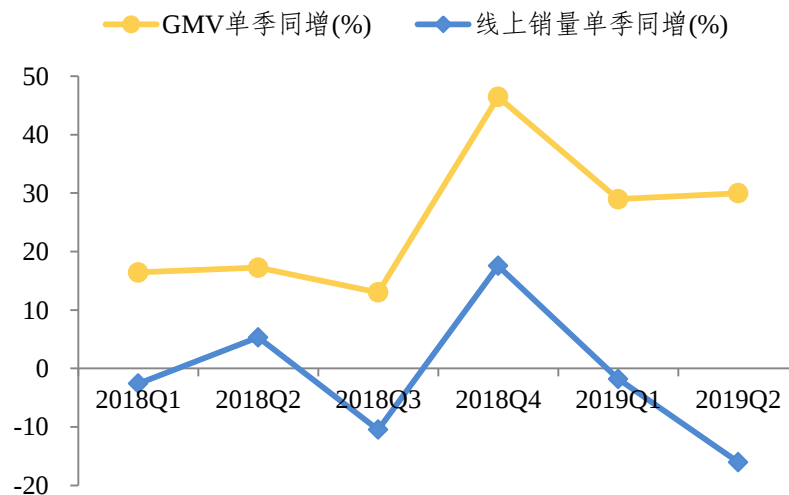


图8. 彩妆类季度GMV及销量增速



数据来源：淘数据，长城证券研究所

二、品类角度

- 跟踪综合护肤类品牌:珀莱雅增速超100%
- 跟踪精油、面膜类品牌:面膜类均同比减少
- 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/珀莱雅/兰蔻 GMV同增较快

2. 护肤类（综合护肤）：珀莱雅增速超100%

- **GMV亿元以上品牌：** 本月跟踪品牌中GMV过亿的品牌有3个，其中增速较高的有珀莱雅和欧莱雅，分别同增119.04%/99.91%。
- **GMV0.1-1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV在0.1-1亿的品牌有13个，增速较高的有兰蔻/玉兰油/HFP/百雀羚，分别同增88.15%/77.93%/54.21%/46.75%。
- **GMV<0.1亿品牌：** 本月跟踪品牌中GMV小于0.1亿的品牌有8个，其中韩雅增速较高，同增299.18%。

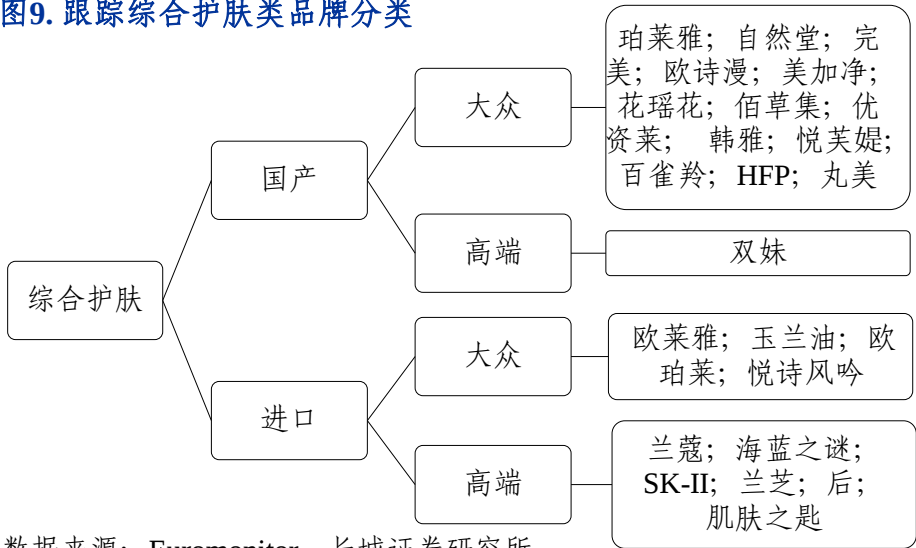
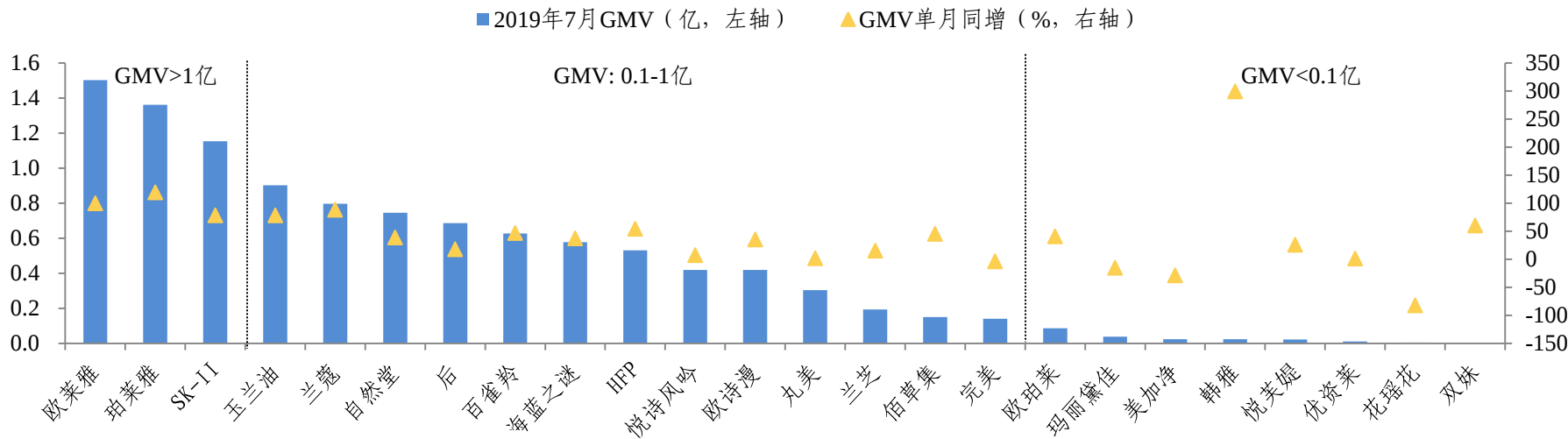


图10. 跟踪综合护肤类品牌7月阿里系GMV及增速

数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

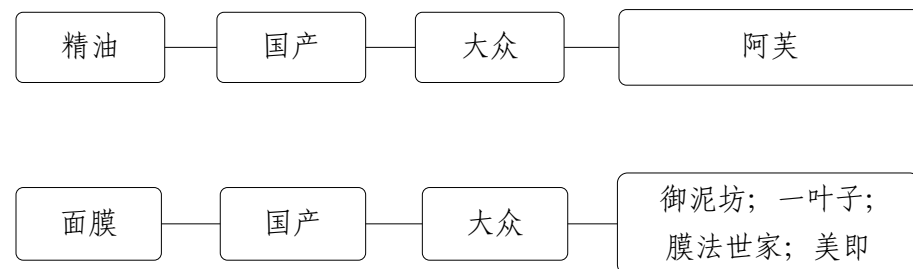


2. 护肤类（精油、面膜）：面膜类品牌GMV均同比减少

- **精油类阿芙品牌GMV保持较快增长：** 本月阿芙阿里系GMV达0.88亿元，同比增长608.66%。

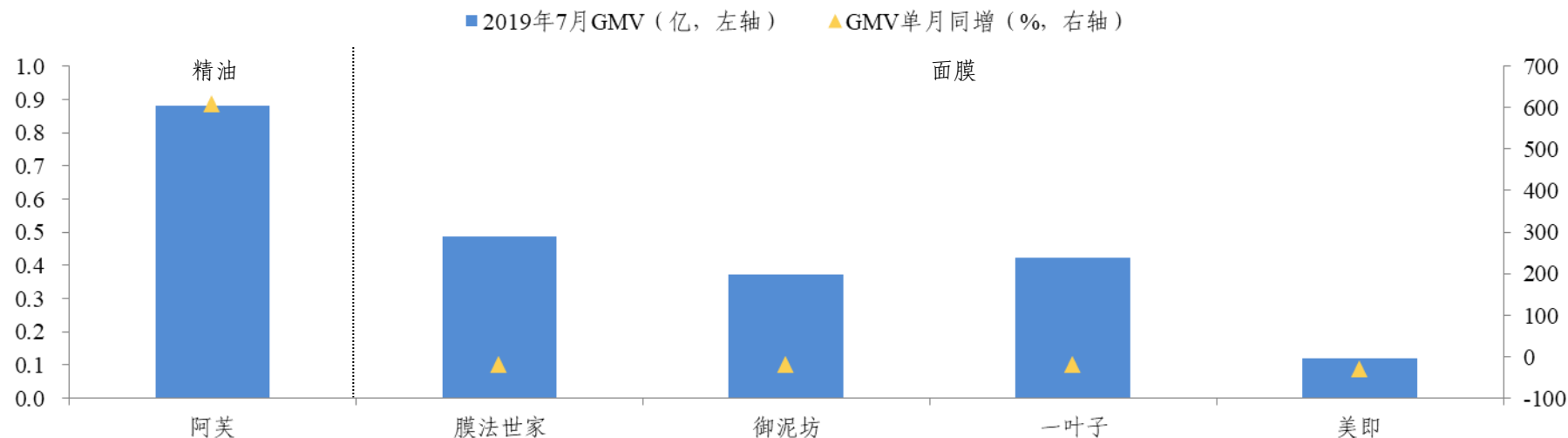
图11. 跟踪精油和面膜类品牌分类

- **面膜类均同比减少：** 膜法世家/御泥坊/一叶子/美即本月GMV分别同比减少20.86%/20.14%/18.6%/30.23%；从GMV规模来看膜法世家领先，本月达0.49亿，美即规模最小，约为0.12亿。



数据来源：Euromonitor，长城证券研究所

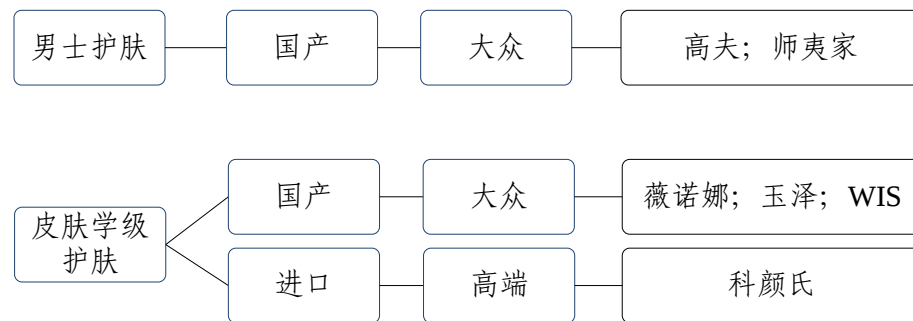
图12. 跟踪精油和面膜类品牌7月阿里系GMV及增速



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0.09亿/13万, 分别同减27.90% /76.75%。
- **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1.46亿, 较去年同增181.40%; 薇诺娜/玉泽/科颜氏本月分别同增185.95% /90.93% /62.22%。

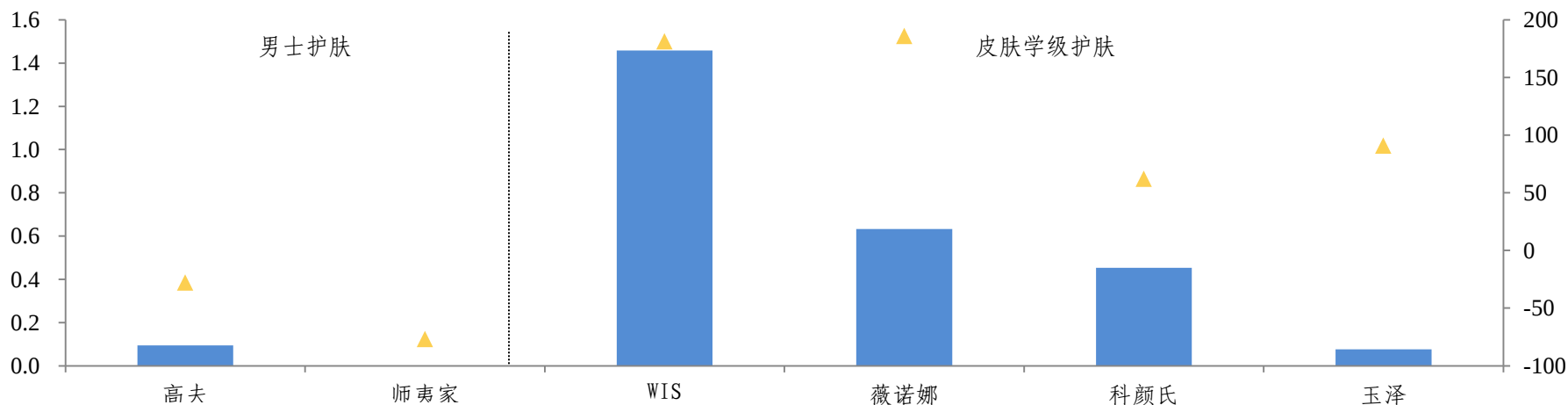
图13. 跟踪男士护肤和皮肤学级护肤品牌分类



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7月阿里系GMV及增速

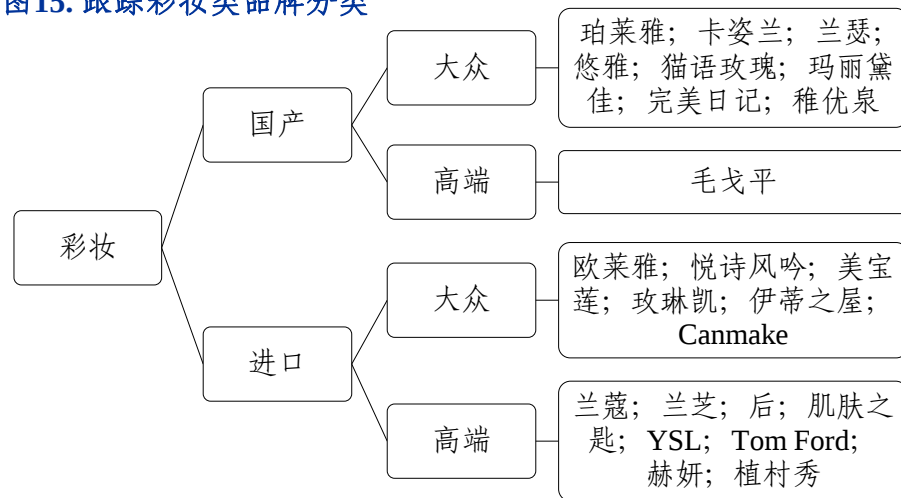
■ 2019年7月GMV (亿, 左轴) ▲ GMV单月同增 (% , 右轴)



2. 彩妆类:完美日记/珀莱雅/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5个品牌, 增速较高的是完美日记/YSL, 分别同增293.42%/118.86%。
- **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10个, 增速较高的是珀莱雅/兰蔻, 同增171.36%/111.25%。
- **GMV<0.1亿品牌:** 跟踪品牌阿里系GMV小于0.1亿的品牌有8个, 较上期同增的是猫语玫瑰和毛戈平, 分别同增3261.20%/136.05%。

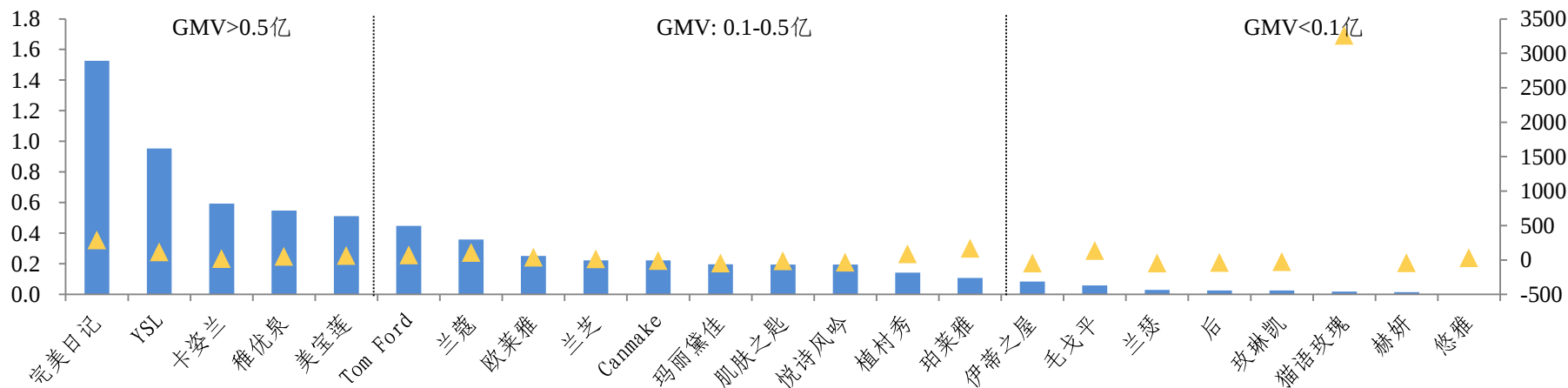
图15. 跟踪彩妆类品牌分类



数据来源: Euromonitor, 长城证券研究所

图16. 跟踪彩妆类品牌7月阿里系GMV及增速

■ 2019年7月GMV (亿, 左轴) ▲ GMV单月同增 (% , 右轴)



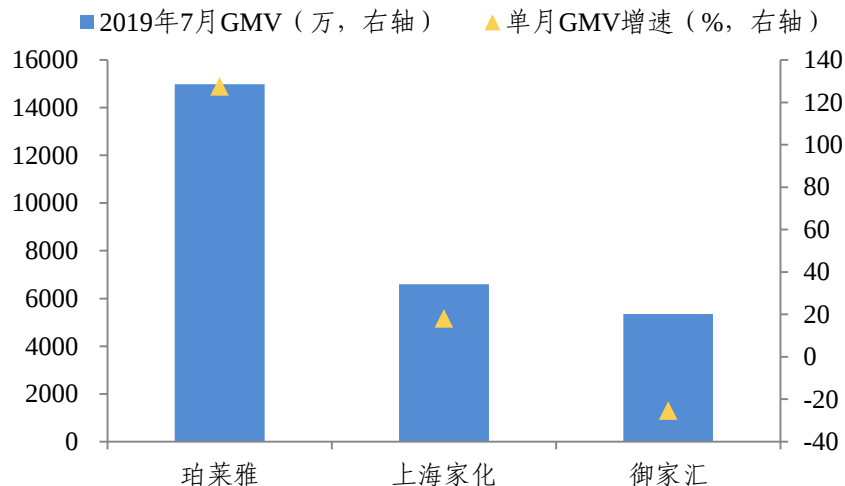
三、上市公司角度

- 重点上市公司7月销售：珀莱雅、佰草集增速较快
- 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/六神增长由身体护理贡献/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7月线上销售:珀莱雅、佰草集增速较快

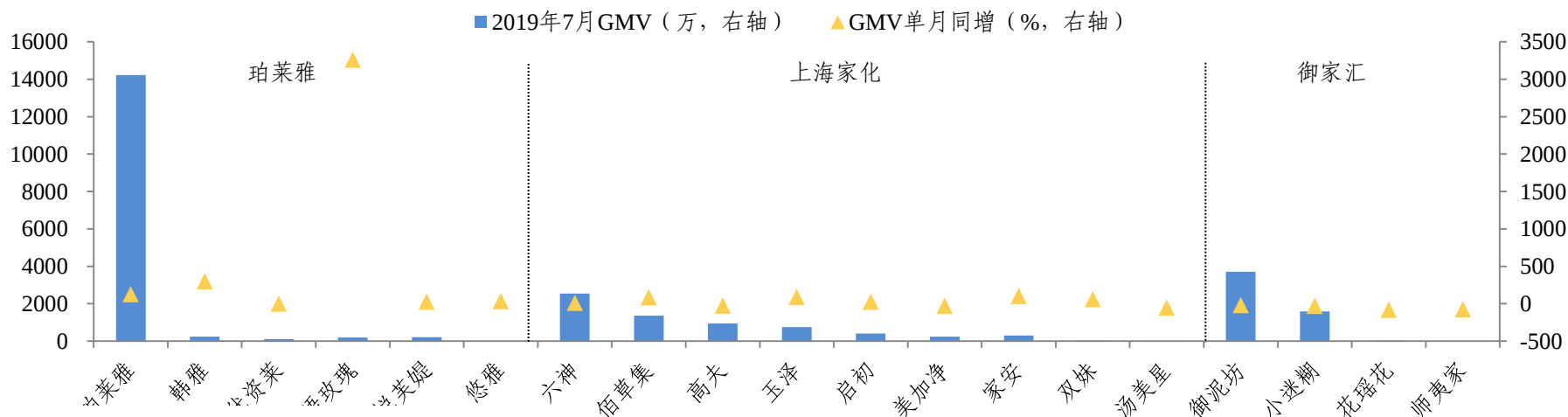
- **珀莱雅:** 7月阿里系GMV规模为1.50亿元, 同增127.40%, 规模领先上海家化和御家汇; GMV增速较快的品牌为珀莱雅、韩雅和猫语玫瑰, 分别同增128%/299.18%/3261.20%。
- **上海家化:** 7月阿里系GMV为0.66亿元, 同增18.02%; GMV增速达50%以上的品牌有佰草集、家安、双妹、玉泽; 佰草集单月同增84.62%。
- **御家汇:** 7月阿里系GMV为0.53亿元, 同降25.51%, 跟踪所有的品牌均同降, 其中御泥坊同降20.1%。

图17. 重点上市公司7月阿里系GMV及增速



数据来源: 淘数据, 长城证券研究所

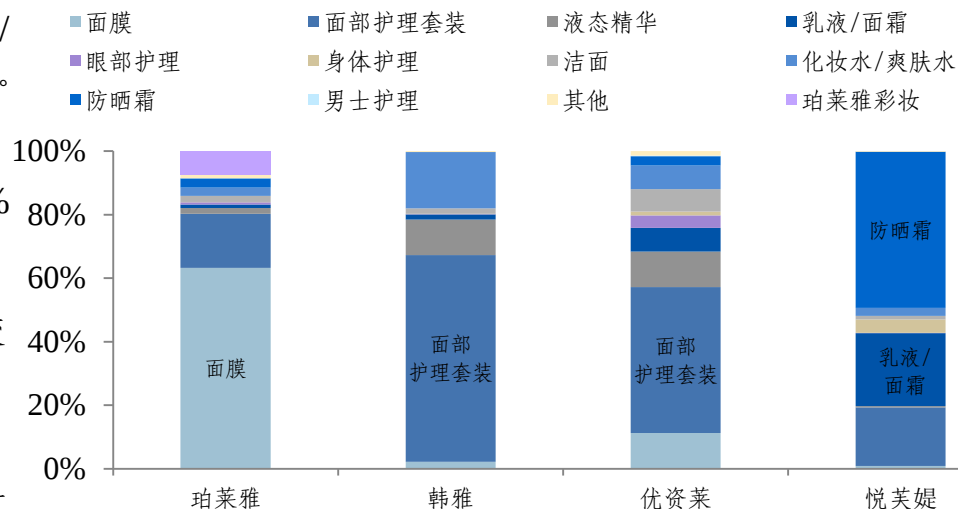
图18. 重点上市公司主要品牌7月阿里系GMV及增速



3. 珀莱雅:多品牌液态精华、身体护理增速较高

- **珀莱雅**: 占比较高的品类面膜、面部护理套装及彩妆合计占比超过80%; 面膜/液态精华/身体护理/彩妆分别同增1093.56%/539.695/438.73%/171.36%。
- **韩雅**: 面部护理套装占比超过60%; 化妆水/液态精华/面部护理套装分别同增1798.77%/1150.42%/481.09%。
- **优资莱**: 面部护理套装、面膜、液态精华占比较高, 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31190.40% /197.39%。
- **悦芙媞**: 乳液、防晒霜及面部护理合计占比超过80%; 本月防晒霜、身体护理、面部护理分别同比增加9197.33%、6699.17%、254.84%。

图19. 珀莱雅护肤类品牌7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

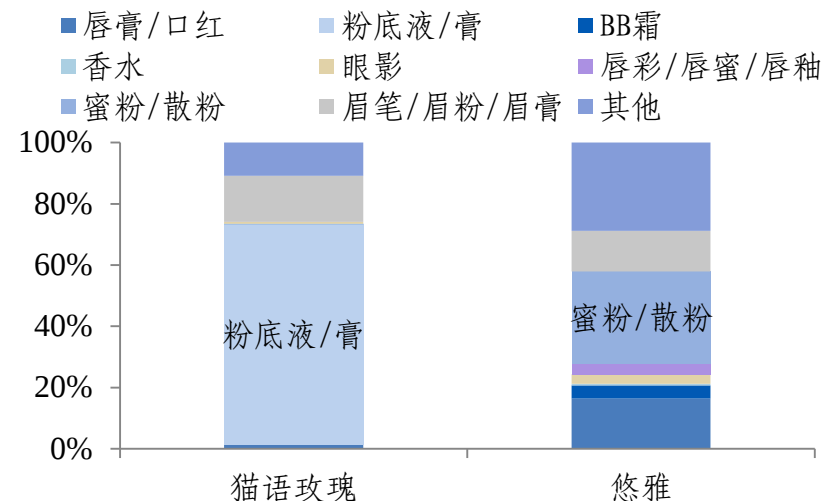
表3. 珀莱雅护肤类品牌7月各主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面膜	面部护理套装	液态精华	乳液/面霜	眼部护理	身体护理	洁面	化妆水/爽肤水	防晒霜	男士护理	其他	珀莱雅彩妆
珀莱雅GMV同比	1093.56%	-24.37%	539.69%	14.09%	-34.04%	438.73%	-24.28%	-7.51%	-22.09%	-38.23%	-57.43%	171.36%
均价同比	14.69%	0.51%	17.15%	-0.92%	14.74%	65.31%	43.28%	9.12%	19.70%	7.34%	-21.86%	-12.94%
韩雅GMV同比	-25.08%	481.09%	1150.42%	-58.89%	-83.07%	/	-21.43%	1798.77%	-100.00%	/	-77.33%	/
均价同比	37.36%	-35.02%	-51.81%	2.85%	56.16%	/	19.28%	-27.87%	-100.00%	/	27.60%	/
优资莱GMV同比	16.74%	6.05%	197.39%	-21.51%	-24.44%	31190.40%	-26.83%	-33.10%	-37.96%	18.04%	-26.76%	/
均价同比	8.02%	48.19%	4.45%	22.45%	7.08%	96.79%	16.68%	58.14%	-6.89%	34.51%	21.50%	/
悦芙媞GMV同比	-8.87%	254.84%	-98.02%	-52.15%	-25.63%	6699.17%	-9.88%	-38.58%	9197.33%	-100.00%	26.87%	/
均价同比	58.53%	568.80%	-97.87%	-48.62%	50.00%	5292.31%	6.90%	-21.80%	28012.20%	-100.00%	224.00%	/

3. 珀莱雅:猫语玫瑰粉底液增长较快

- **猫语玫瑰:** 粉底液/膏占比超过50%，本月GMV同增3261.2%，主要和上年同期GMV基数较低有关。本月眉笔/眉粉/眉膏品类GMV占比第二，GMV为22.01万元。
- **悠雅:** 蜜粉及粉饼在品牌中合计占比27.17%，蜜粉类本月同增2016.75%，同增较高主要系去年同期基数较低。其余主要品类除隔离小幅度同比增加外，均出现同比减少。

图20. 珀莱雅彩妆类品牌7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

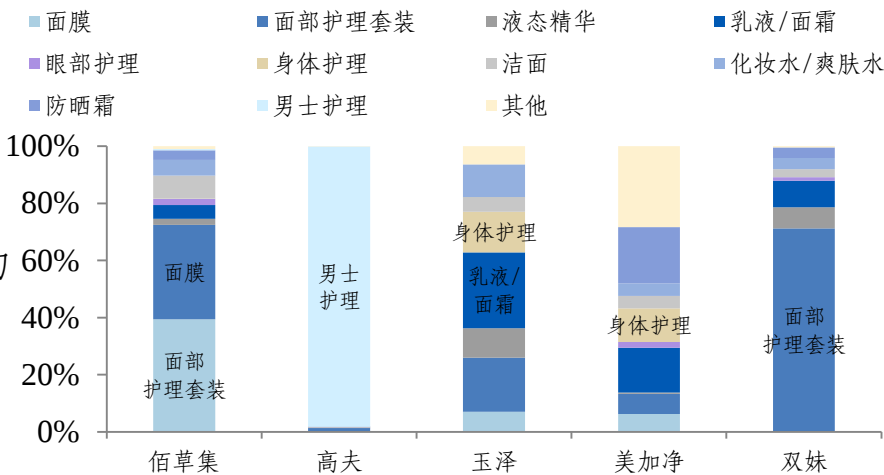
表4. 珀莱雅彩妆类品牌7月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	唇膏/口红	美容工具	香水	粉底液/膏	BB霜	唇彩/唇蜜/唇釉	眼影	隔离/妆前	蜜粉/散粉	眉笔/眉粉/眉膏	其他
猫语玫瑰GMV同比	-26.19%	/	/	106836.41%	-69.54%	-73.38%	7363.96%	7597.50%	/	1819.99%	1682.01%
均价同比	1.97%	/	/	-29.14%	4.44%	55.94%	77.71%	20.79%	/	-2.03%	-23.25%
悠雅GMV同比	-29.96%	-99.84%	/	/	-43.14%	-48.19%	-5.20%	7.55%	2016.75%	-12.64%	100.32%
均价同比	11.91%	-93.45%	/	/	65.78%	134.89%	17.16%	15.75%	78.76%	-37.29%	84.89%

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72.52%; 本月面膜同增较高, 为277.44%, 主要由新品冻干面膜贡献。
- **高夫:** 男士护理为主要品类, 本月GMV同减28.37%, 本月乳液/面霜增速较快, 同增1581.75%。
- **玉泽:** 乳液/面霜、身体护理、面部护理套装合计占比约60%; 本月乳液/面霜GMV增速较快, 为173.04%。
- **美加净:** 乳液/面霜、防晒、身体护理占比合计过半, 本月均同比减少。液态精华增速较快, 同增1164.41%。
- **双妹:** 主要产品是面部护理套装, 占比约70%; 液态精华和防晒霜本月增速较快, 分别同增275.00%/230.73%。

图21. 上海家化护肤类品牌7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

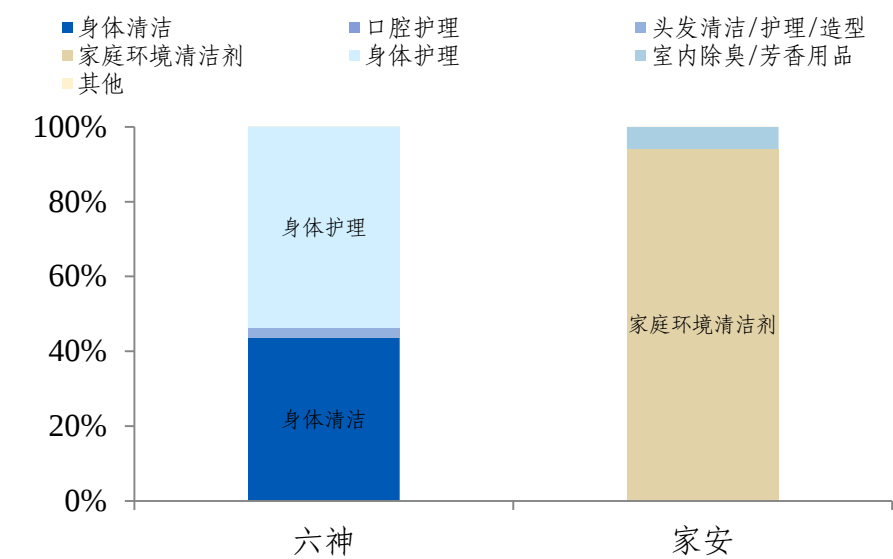
表5. 上海家化护肤类品牌7月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面膜	面部护理套装	液态精华	乳液/面霜	眼部护理	身体护理	洁面	化妆水/爽肤水	防晒霜	男士护理	其他
佰草集GMV同比	277.44%	26.93%	-9.16%	-21.57%	-30.10%	-79.80%	-4.30%	-6.69%	-0.05%	-22.62%	-64.02%
均价同比	125.90%	66.93%	95.17%	33.16%	51.27%	-18.71%	4.21%	13.90%	35.07%	13.91%	-44.43%
高夫GMV同比	-71.97%	-0.23%	/	1581.75%	-90.21%	888.76%	237.93%	-56.06%	-63.27%	-28.37%	-99.97%
均价同比	69.72%	40.68%	/	393.15%	-65.74%	555.81%	99.57%	86.74%	10.20%	-9.94%	-93.41%
玉泽GMV同比	/	14.88%	55.76%	173.04%	/	53.55%	81.12%	55.31%	/	/	9877.94%
均价同比	/	1.69%	62.00%	3.47%	/	26.97%	2.32%	5.35%	/	/	158.93%
美加净GMV同比	-81.76%	-21.98%	1164.41%	-16.13%	18.47%	-8.61%	-31.24%	-31.49%	-27.10%	/	18.14%
均价同比	-27.86%	-0.93%	23.79%	27.18%	-20.50%	1.56%	2.57%	17.97%	5.96%	/	25.39%
双妹GMV同比	/	86.05%	275.00%	-22.72%	4.87%	/	-11.62%	42.74%	230.73%	/	-79.40%
均价同比	/	0.42%	0.00%	90.43%	4.87%	/	38.88%	19.90%	-84.38%	/	-75.28%

3. 上海家化:六神增长由身体护理贡献

- **六神：** 身体护理和身体清洁合计占比为97.49%，本月GMV分别为1402.19/1142.52万元，分别同比变化 +3.81%/-3.83%。
- **家安：** 家庭环境清洁剂和衣物清洁剂合计占比约96%，本月GMV分别为212.00/83.54万元，分别同增95.57%/138.28% 。

图22. 上海家化洗护及尿片类品牌7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

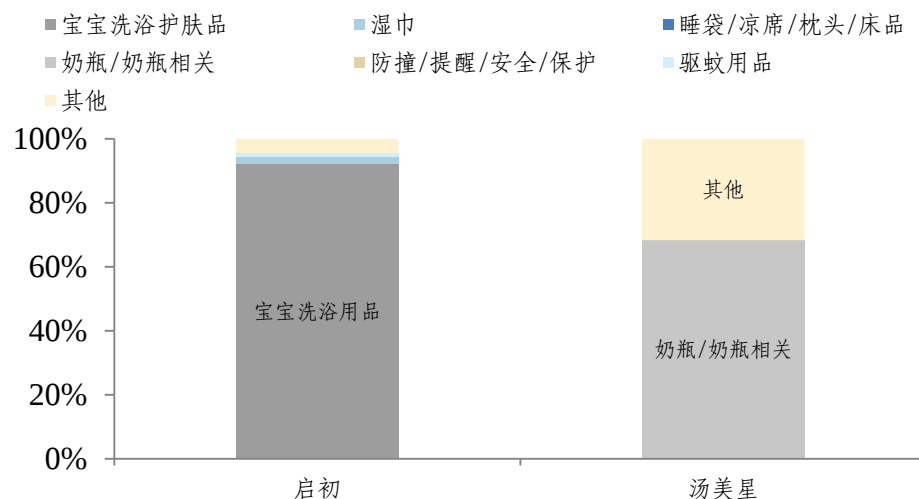
表6.上海家化洗护清洁剂类品牌7月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸品/湿巾	身体清洁	衣物清洁剂/护理剂	口腔护理	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	-100.00%	-3.83%	/	/	-4.01%	/	/	/	3.81%	/	-85.33%
均价同比	-100.00%	-22.46%	/	/	-20.81%	/	/	/	-19.18%	/	-84.98%
家安GMV同比	/	542.43%	138.28%	/	/	/	95.57%	/	/	36.81%	-76.99%
均价同比	/	500.00%	158.05%	/	/	/	66.20%	/	/	84.78%	-72.22%

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92.44%，本月GMV为372.42万元，同增27.15%；本月驱蚊用品增速较快，同增71.83%。
- **汤美星：** 奶瓶、奶嘴及相关占比占比近60%，其中奶瓶/奶瓶相关类本月GMV为9.98万元，同降54.15%。

图23. 上海家化尿片类品牌7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

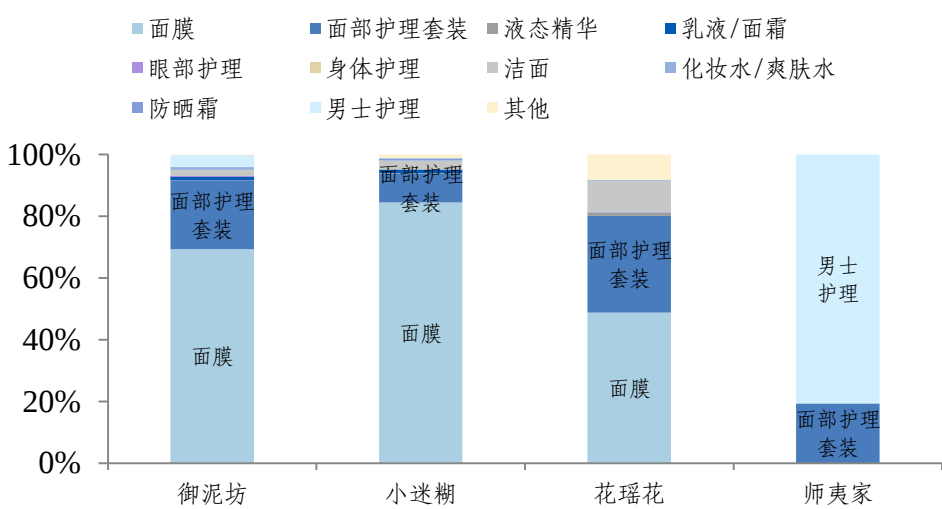
表7.上海家化尿片洗护类7月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	纸尿裤	宝宝洗浴护肤品	水杯/餐具/研磨/附件	湿巾	婴儿手推车/学步车	睡袋/凉席/枕头/床品	童床/婴儿床/摇篮/餐椅	奶瓶/奶瓶相关	防撞/提醒/安全/保护	驱蚊用品	其他
启初GMV同比	/	27.15%	/	-47.52%	/	/	/	/	/	71.83%	56.31%
均价同比	/	6.24%	/	9.77%	/	/	/	/	/	1.67%	-4.41%
汤美星GMV同比	/	/	-37.62%	/	/	/	/	-54.15%	/	/	-48.97%
均价同比	/	/	9.57%	/	/	/	/	-6.29%	/	/	-41.21%

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%，本月GMV分别同比变化+5.06%/-18.09%，男士护理降幅最大。
- **小迷糊:** 面膜GMV占比为81.21%，同降32.97%；增速较快的是眼部护理/乳液/洁面，分别同增2711.38%/281.65%/173.66%。
- **花瑶花:** 面膜及面部护理套装GMV合计占比为71.97%；洁面增速较快，为1766.38%。
- **师夷家:** 主要由男士护理组成，占比约80%，本月同降81.23%。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7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7月主要产品阿里系GMV及均价增速

品牌/项目	面膜（新）	面部护理套装	液态精华	乳液/面霜	眼部护理（新）	身体护理（新）	洁面	化妆水/爽肤水	防晒霜	男士护理（新）	其他
御泥坊GMV同比	-18.09%	5.06%	5.38%	-28.29%	33.71%	4.01%	-46.20%	-53.91%	/	-72.67%	-47.65%
均价同比	15.55%	27.27%	14.07%	-8.88%	13.18%	24.81%	30.54%	8.62%	/	3.22%	-7.90%
小迷糊GMV同比	-32.97%	-53.49%	/	281.65%	2711.38%	/	173.66%	4.83%	/	/	2623.51%
均价同比	8.06%	-19.33%	/	-1.27%	47.10%	/	32.01%	25.31%	/	/	96.66%
花瑶花GMV同比	-90.47%	-67.21%	312.89%	-97.33%	/	-100.00%	1766.38%	-51.40%	/	/	-56.66%
均价同比	18.83%	-53.48%	23.87%	25.64%	/	-100.00%	69.19%	94.41%	/	/	66.07%
师夷家GMV同比	-100.00%	9101.64%	/	/	/	/	/	/	/	-81.23%	/
均价同比	-100.00%	26.40%	/	/	/	/	/	/	/	-7.21%	/

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