



商业贸易行业 1 月美妆珠宝 电商数据跟踪：珠宝饰品景气 度高 K 金首饰线上 GMV 增 长明显



2022 年 1 月淘系平台化妆品 (含美容护肤类和彩妆类) 成交额为 137 亿元, 同比-28%, 珠宝饰品成交额 85 亿元, 同比+9%。美妆 GMV 较去年 1 月下滑, 珠宝单位数增长的原因推测是由于抖音、快手等新兴电商平台持续发力, 对淘系平台产生分流。另外, 2022 年春节假期相较 2021 年的更早, 而珠宝由于其婚嫁、送礼、日常消费等属性, 通常在节前需求较为旺盛, 因此导致今年 1 月的线上 GMV 较高, 与去年同期相比有较明显的增长。上市公司品牌天猫旗舰店方面, 化妆品: 1 月国内外品牌整体均表现低迷, 国内品牌恋火、毛戈平表现较好; 珠宝饰品: 内资、外资和港资品牌都存在涨跌分化现象, 内资品牌 designcircles、明牌珠宝、莱百表现较好。颜值时代下, 美妆珠宝饰品需求日益增长, 行业高景气度持续, 维持行业“强于大市”投资评级, 建议关注美妆珠宝优质标的。

投资要点:

美妆行业数据: 护肤、彩妆 GMV 同比下滑。2022 年 1 月, 淘系平台化妆品(含美容护肤类和彩妆类)GMV 为 137 亿元, 同比-28%, 环比-20%。

其中, 美容护肤类成交额同比-32%, 环比-23%; 彩妆类成交额同比-20%, 环比-15%。

美妆品牌天猫旗舰店数据: 国内外品牌均表现低迷, 个别品牌表现较好。

①国际品牌: 大部分品牌 GMV 同比下滑, 欧莱雅旗下 HR 表现亮眼,

GMV 同比+107%，YSL/兰蔻分别同比+14%/+6%；雅诗兰黛旗下的海蓝之谜和 MAC 分别同比+16%/+20%。②国内上市公司品牌：珀莱雅旗下珀莱雅/彩棠表现较好，分别同比+15%/+4%；丸美股份旗下丸美同比-70%，恋火表现亮眼，同比+11532%；贝泰妮旗下薇诺娜同比+1%；毛戈平旗下毛戈平同比+23%；上海家化、华熙生物、逸仙电商、鲁商发展和上海上美旗下多个品牌同比下滑。③国内未上市公司品牌：百雀羚 GMV 同比+10%，其余大部分品牌出现下滑。

珠宝行业数据：珠宝首饰 GMV 同比正增长。2022 年 1 月，淘系平台珠宝首饰（黄金珠宝和饰品）GMV 为 85 亿元，同比+9%，环比+1%。其中，黄金珠宝成交额同比+11%，环比+20%；饰品成交额同比+5%，环比-16%。

珠宝品牌天猫旗舰店数据：各品牌涨跌表现分化。①内资品牌：designcircles/明牌珠宝/莱百/周六福品牌 GMV 呈现正增长，分别同比+78%/+35%/+21%/+7%，其它品牌均呈现负增长。②港资品牌：六福珠宝和周大福 GMV 同比上涨，分别同比+23%/+6%，其它品牌出现负增长。③外资品牌：卡地亚同比+42%，潘多拉/施华洛世奇分别同比-36%/-54%。

风险因素：淘数据统计有误及统计不全风险、疫情复燃风险、市场竞争加剧风险。

关键词: 疫情 黄金

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_37645

