多家本土美妆企业业绩大涨

# 丸美股份净利连年掉队背后真相

财经锐调查

羊城晚报记者 汪海晏

在多家本土美妆企业业绩大涨时，“眼霜第一股”丸美股份（603983）的业绩却不尽如人意。

丸美股份发布的2022年第三季度业绩报告显示，今年前三季度，公司实现营业收入11.44亿元，同比微增0.53%，但归母净利润1.20亿元，同比下降15.49%。同时，财报还显示，截至今年9月30日，丸美股份的经营性现金流为-0.62亿元。

丸美股份业绩的下滑并不是首次出现。公开数据显示，2019年至2021年，丸美股份分别实现全年营收18.01亿元、17.45亿元、17.87亿元，业绩增长一直在“原地踏步”，而净利润更是出现不同程度的下滑，分别实现净利润5.15亿元、4.64亿元、2.48亿元。其中，2021年净利润近乎腰斩，同比下跌46.61%。

想当年初上市时，丸美股份可是一路高涨，仅用了不到两个月的时间市值达到了230多亿元，超越上海家化登顶A股日化“第一股”。谁承想，上市即巅峰，随后几年净利润更是连年下滑，丸美股份怎么了？

丸美公司包装车间里，工作人员正在进行包装 视觉中国 供图

## A 十几年未推出爆款单品

针对丸美股份前三季度营收微涨、利润依然下滑的局面，羊城晚报记者联系丸美股份进行采访，截至发稿未收到回复。不过，从过往披露的财报中，丸美股份多次提及受疫情影响，物流、供应链、线上线下销售都受到影响。此外，加大品牌宣传和广告投入也在一定程度上导致利润受到影响。

然而，在同样的环境背景影响下，一些国货美妆上市公司却依旧风生水起。例如，丸美股份的竞争对手珀莱雅今年前三季度的营收、净利增速均保持在30%以上，而薇诺娜母公司贝泰妮集团的净利增速甚至在40%以上。

究其原因，珀莱雅实施大单品策略，相继推出了抗衰产品红宝石精华、双抗精华，而贝泰妮则聚焦敏感肌，推出国货品牌薇诺娜。反观丸美股份，自2007年“弹弹弹，弹走鱼尾纹”的弹力蛋白眼霜引爆市场后，十几年来再无新的爆款单品推出。

据悉，目前除了主品牌丸美外，丸美股份旗下还有定位于大众化功能性护肤品牌的春纪，以及定位为轻奢韩系的彩妆品牌恋火。丸美股份2022年上半年财报显示，主品牌丸美实现营业收入6.92亿元，同比减少1.4亿元，减少幅度为16.83%，占比下降至84.88%，依然是业绩担当；恋火品牌实现营业收入9855.36万元，占比12.08%，而春纪品牌则没有公开数据。

此外，值得关注的是，丸美股份虽然一直声称“发力重组胶原蛋白”，并于2021年四季度上线丸美重组胶原蛋白系列10个SKU。不过，对于公司“重组胶原蛋白”产品的营收情况，丸美股份从未披露过。

## B 研发费用所占比例极低

一直以来，“重营销轻研发”是国产美妆的通病。这一点，在丸美股份上也表现得淋漓尽致。在营销上，丸美股份可谓是下了血本。

自2000年成立以来，丸美股份先后邀请了梁朝伟、周迅等明星大咖成为其形象代言人，2007年，更是凭借“弹弹弹，弹走鱼尾纹”这句魔性广告语一炮而红。此后，丸美股份还精准投放了很多热播剧及网综，并在万达院线、户外大屏、机场、高铁站等进行了超2000次品牌曝光。

公开数据显示，2016-2108年，丸美用于广告宣传类的费用支出分别为3.38亿元、2.90亿元和3.90亿元，占公司销售费用的比例分别为71.58%、62.12%和72.87%。

2019年上市后，丸美股份依然坚持重金营销。财报数据显示，2019-2021年，丸美股份实现的营业收入分别为18.01亿元、17.45亿元、17.87亿元，对应的销售费用分别为5.4亿元、5.64亿元、7.41亿元。同时，公司投入的广告宣传费也水涨船高，分别为3.72亿元、4.24亿元、5.44亿元。

需要指出的是，2021年的销售费用占营收比重超40%，然而当年的净利润竟暴跌至2.48亿元，同比减少46.61%。营销上的重金投入并没有在利润上激起多大的水花，可见，靠重金投入营销开路的策略已经行不通了。

相较于营销上的一掷千金，丸美股份在研发方面则表现得不太积极。

从研发投入来看，2019年至2021年，丸美股份的研发费用分别为0.45亿元、0.50亿元、0.50亿元，占总营收的比重低于3%。2021年较2019年增加500万元左右，相较同期广告宣传费增加1.72亿元，几乎可以忽略。

今年前三季度，丸美股份投入的研发费用为3730.51万元，而当期销售费用5.3亿元，研发费用不及当期公司营销支出的十分之一。同期，同为国内美妆上市公司的贝泰妮研发费用1.26亿元，占营收比例为4.49%，佼佼者华熙生物的研发投入则达到2.77亿元，占营业收入比例6.42%。

业内人士认为，研发费用投入低，核心单品竞争力不足，再厉害的营销手段也无法实现弯道超车。

不过，今年10月15日，在丸美承办的第二届重组胶原蛋白论坛上，丸美创始人兼CEO孙怀庆表示，不仅要加大投入，还要追加1亿元资金用于重组胶原蛋白的基础研究。

丸美股份也在加速转型。

## C 转型升级之路任重道远

虽然业绩数据不容乐观，但不可否认的是，丸美股份已在努力转型升级。

长期将发展重心放在线下渠道，丸美股份几乎错过了电商直播带货的红利期。直到2020年，疫情的到来严重冲击了线下渠道，丸美似乎才意识到电商的重要性，并着重在线上渠道发力。

2021年，丸美股份线上营收10.28亿元，占比59.54%，同期，贝泰妮、珀莱雅线上营收占比分别为82%、85%。

据丸美股份最新公布的《投资者交流会会议纪要》，在2022年“双11”大促中，公司主品牌丸美天猫旗舰店GMV同比增长9.5%，彩妆品牌PL恋火“双11”全网GMV超过2021年全年，PL看不见粉底液荣登天猫回购榜、热销榜、加购榜、好评榜第一。

这个成绩看似亮眼，但与珀莱雅、薇诺娜、润百颜等美妆新贵们比较，就相形见绌了。根据国泰君安研报数据，丸美旗舰店在“双11”全期的GMV实际上不足1亿元。而来自天猫大美妆的数据显示，在结束的双11预售首日（10月24日），薇诺娜的预售成交额已经突破10亿元。

值得注意的是，大力扩展线上渠道，也是丸美股份净利润出现严重下滑的原因之一。丸美股份曾在2021年年报中表示，低估了新媒体新渠道探索的困难与周期，转型未达预期，整体收入虽保持稳定但利润出现了下滑。

今年11月22日，丸美股份发布公告，聘任王熙雯为公司总裁助理兼电商部总经理。公告显示，此次变动是为了适应新形势下战略性重点发力电商渠道的实际需要，加大力度发展电商板块业务，加快布局天猫、抖音等线上市场。丸美股份方面表示，王熙雯上任后，全面负责公司电商业务板块工作。

展望未来，丸美股份的转型之路任重道远。电商板块新负责人的到来，是否能带领丸美打出一个漂亮的翻身仗，还有待时间给出答案。

相关链接

### 本土美妆企业第三季度业绩喜人

上海家化第三季度实现营收16.39亿元，同比增长1.17%；归属上市股东净利润1.56亿元，同比增长15.55%。

薇诺娜母公司贝泰妮第三季度报告显示，实现营业收入8.46亿元，同比增长20.65%；净利润1.22亿元，同比增长35.49%；扣非净利润9604.7万元，同比增长19.69%。珀莱雅第三季度总营收13.36亿元，同比增长22.07%；归母净利为1.98亿元，同比增长43.55%。珀莱雅在报告中指出，第三季度的归母净利增长的原因是线上渠道营收的同比增长和公司毛利率提升，毛利额、营业利润和利润总额都同比增长。华熙生物发布2022年第三季度业绩报告。报告显示，华熙生物第三季度营收13.85亿元，同比增长28.76%，成绩良好。而华熙生物营收持续增长主要是公司功能性护肤品收入同比取得较快增长所致。

所以综合来看，相比日企和韩企，本土美妆品牌在第三季度表现要好得多，甚至超出了很多人的预期。两者出现这样的差异，究其原因，是国内美妆消费趋势正在发生变化，慢慢向本土美妆品牌靠拢。

（钟和）



以金融之手助推湾区之心腾飞

# 广州工行全力支持《南沙方案》落地落实

文/戴曼曼
图/受访者提供

香港科技大学（广州）正式开学、年产30发运载火箭的中科宇航空天产业园正在建设中……在南沙，粤港澳大湾区的地理几何中心，星辰大海的征途正在续写。而这背后，一直有着工行人忙碌的身影。据了解，工行广州分行在同业中率先且唯一完成三个先行启动区块的网点布局，金融服务南沙、服务粤港澳大湾区的辐射力大大增强。

今年6月14日，国务院印发《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》（以下简称《南沙方案》），提出要打造立足湾区、协同港澳、面向世界的重大战略性平台，在粤港澳大湾区建设中更好发挥引领带动作用。工行广州分行紧跟国家战略部署，工行总行、省行、分行、境外机构全行联动，明确各级机构的责任分工和重点工作，建立内部沟通协调机制，制定具体的落实措施，进一步汇聚起工行集团内推动《南沙方案》落地的强大合力。

图片由广州工行提供

## 面向星辰大海 助力南沙打造创新之城

《南沙方案》提出，先行启动南沙湾、庆盛枢纽、南沙枢纽三个区块，依托交通枢纽快捷通达港澳的优势，加快形成连片开发态势和集聚发展效应，有力带动南沙全域发展，构建起“枢纽带动、多点支撑、整体协同”的发展格局。目前，工行广州分行在三个先行启动区块均设有网点。其中，在南沙湾设有港前大道支行，在庆盛枢纽设有港科大支行，在南沙枢纽设有珠江支行，是同业中率先也是唯一一家在三个先行启动区块完成网点布局的银行。

近年来，工行广州分行大力支持南沙加快建设科技创新产业合作基地，助力南沙打造创新之城。支持南沙与港澳科技联合创新方面，为香港科技大学（广州）等高等院校提供了代发工资等金融服务，在南沙区内科研院所板块的市场占比超过80%，稳居同业第一。支持打造重大创新产业平台，在广州南沙综合保税区和加工保税区，为南沙国际物流园、生物谷横沥医药产业园等提供项目贷款支持。

支持培育发展高新技术产业，提供中科宇航空天产业园项目贷款，助力中科宇航火箭产业落户南沙；为区内人工智能独角兽企业提供股权融资支持，为VIE架构企业解决了ODI、返程投资、FDI、外债办理等一系列复杂问题，并提供了融资支持等。支持加速国际高端人才聚集，创新推出10条人才专属服务举措，初步形成“南沙人才贷”等产品；响应南沙区政府创新服务需求，2022年3月底成功为南沙区人才局发放首笔数字人民币人才补贴。

## 逐梦湾区之心 助力南沙打造创业之城

近年来，工行广州分行大力支持南沙加快打造青年创业就业合作平台，助力南沙打造创业之城。

支持南沙加快营造优质创新创业生态圈，为人才集聚平台提供融资，支持国际人才港产业园建设，落地南沙最大人才住房租赁项目，为万顷沙瑞湾长租房项目提供贷款支持，助力各类人才在南沙创业、居住。

支持提升港澳青年就业服务保障水平，工行广州分行辖属南沙分行曾入围港澳青年实习基地；港澳居民购房按揭贷款、个人跨境金融服务与优惠等举措相继推出，便利了港澳居民来南沙生活就业。

## 跨境通达“链”全球 助力南沙打造开放之城

近年来，工行广州分行大力支持南沙加快共建高水平对外开放门户，助力南沙打造开放之城。

支持增强联通国内国际双循环功能，自贸区成立以来，累计投放跨境融资近1600亿元，其中面向港澳地区投放跨境融资120亿元，向南沙区内企业投放跨境融资110亿元，有力支持了港澳和南沙区内企业的资金需求。

支持着力构建国际交往新平台，支持南沙国际航运物流枢纽建设，先后为广州港南沙港区四期全自动化码头、南沙汽车码头、海嘉汽车码头、近洋码头提供贷款支持，打造粤港澳大湾区国际物流航运中心枢纽；携手工银租赁，联合华南地区最大航运交易平台——广州航运交易有限公司，落地全国首单“外籍船舶场内交易、境内外同步交割”业务，入选广东自贸区挂牌三周年“金融开放创新十大最佳案例”。

## 高水平开放迎世界 助力南沙打造改革之城

近年来，工行广州分行大力支持南沙加快打造规则衔接机制对接高地，助力南沙打造改革之城。

支持加快打造国际一流营商环境，针对南沙新产业优势，从“提供金融产品”向“提供资源整合一体化解决方案服务”延伸，通过提供股权架构设置、政策指导、政银联合服务等方式，协同推进南沙外商投资企业项目落地。如为某智能制造企业提供了顶层股权设计、资本金政策咨询及结算等一揽子服务，实现单笔金额10亿美元的资本金顺利入境结算，为外商投资资本金便利结算提供了可复制推广的服务方案。支持有序推进金融市场互联互通，为广州期货交易所提供全方位金融服务。探索资产跨境转让业务，创新办理国内福费廷跨境转让、国内保理跨境转让等业务，累计办理金额超200亿元。

2021年10月18日，工行广州分行获准首批“跨境理财通”试点业务开办资格，并于首发当日率先落地全省系统内首笔香港居民北向通业务，该业务满足了粤港澳大湾区投资者差异化的财富管理需求。

积极响应南沙跨境贸易投资高水平开放外汇管理改革试点政策，截至2022年三季度，累计办理经常项下便利化业务近5亿美元，并落地外债登记、内保外贷变更登记等首批资本项目业务；上线FT账户系统，并实现FT项下存、贷、汇、兑全品种覆盖，截至8月末累计开立FT账户近1600户、办理结算超300亿元。支持提升公共服务和社会管理相互衔接水平，工行广州分行联动集团内港澳分支机构与南沙区政府共同推出“商事服务跨境通”，境外投资者可直接在国外、香港、澳门当地办理内地的商事登记，有力支持了外商投资企业在南沙区的快速落地。

## 宜居宜业宜游 助力南沙打造未来之城

近年来，工行广州分行大力支持南沙加快建立高质量城市发展标杆，助力南沙打造未来之城。支持加强基础设施领域建设，为狮子洋通道、深中通道、南沙港铁路等重大项目提供融资及配套支持，在支持南沙基础设施互联互通、稳定经济大盘方面发挥积极作用。支持加强城市规划建设管理，重点支持了万顷沙片区、庆盛片区、大岗先进制造业基地片区开发的建设需求。支持加强社会民生领域建设，支持榄核水厂、黄阁水厂的改扩建，保障南沙区三街六镇统一供水；大力支持教育事业发展，为多家院校提供了开户、结算、代发等金融服务；为南沙区二次医保报销救助项目独家提供金融服务；支持打造南沙区全民健康信息平台。