

年报透视镜

2024年国货美妆上市公司年报披露收官

上海家化上市以来首次亏损

羊城晚报记者 汪海晏

随着A股及港股上市公司年报披露收官，2024年国货美妆行业格局迎来里程碑式突破——珀莱雅以107.78亿元营收首破百亿大关，成为首个跻身“百亿俱乐部”的本土美妆企业。与此同时，行业头部阵营加速洗牌，上美股份、巨子生物等品牌凭借差异化策略实现高增长，而上海家化、华熙生物等传统巨头则面临增长压力。

1 头部阵营 珀莱雅营收一骑绝尘

2024年，珀莱雅以21.04%的营收增速蝉联榜首，其核心品牌贡献营收85.81亿元，占比近八成。公司通过“大单品策略”持续升级红宝石、源力等系列，并推出光学美白、净源控油等新品，天猫、抖音等平台销量稳居前列。此外，旗下彩妆品牌彩棠营收突破11.91亿元，同比增长近9倍，成为第二梯队领跑者。

上美股份则以67.93亿元营收跃居第二，同比增幅达62.1%。净利润更是同比大涨74%至8.03亿元，成为前十榜单

中唯一一家营收利润均实现60%以上增长的企业，其排名也直接从2023年的第五名跃升至2024的第二名。其主品牌韩束凭借“套盒式打法”在抖音渠道实现爆发式增长，全年营收55.91亿元，同比增长80.9%，抖音平台GMV连续12个月霸榜美妆类目。此外，母婴品牌newpage一页营收增长146.3%至3.75亿元，成为新增长极。值得关注的是，上美股份创始人兼CEO吕义雄在年初表示，今年上美将冲刺100亿元营收目标。

2 中坚力量 巨子生物领跑重组胶原

巨子生物以55.4亿元营收位列第五，同比增长57.2%，净利润20.6亿元，同比增长42.4%，毛利率达到82.10%。虽然整体营收不及珀莱雅、上美股份等企业，但净利润却是珀莱雅的1.3倍、上美股份的2.6倍、贝泰妮的4.1倍，“赚钱”能力突出。旗下可复美品牌营收达45.42亿元，同比增长超12倍，成为重组胶原蛋白赛道的绝对龙头。

贝泰妮以57.36亿元营收稳

居第三，核心品牌薇诺娜贡献49.09亿元，市占率提升至20.7%。虽然贝泰妮的营收增速在头部企业中相对较低，但“专注敏感肌”的功效型护肤定位使其在细分赛道牢守占据头部位置。同时，贝泰妮也在积极拓展产品线，公司通过并购悦江投资获得Za贝泰妮、泊美等品牌，并推出高端抗老品牌瑷科漫，2024年实现营收5992.21万元，同比大涨65.59%，展现出较强的增长潜力。

近两年，随着“网红”成分加速迭代，行业格局发生变化，以成分优势抢占市场的国货美妆企业受到冲击，华熙生物便是其中之一。2024年，华熙生物皮肤科学创新转化业务实现收入25.69亿元，同比下降31.62%，润百颜、夸迪等主力品牌表现疲软。皮肤科学创新转化业务占该公司主营业务收入的47.92%，作为占比最大的核心业务，却在所有板块中跌幅最大。为扭转颓势，华熙生物宣布将加大对重组胶原蛋白、合成生物等领域的研发投入，并推进出海战略。但转型效果尚未显现。



4 行业趋势 线上渠道是关键战场

国货美妆线上渠道的重要性愈发凸显，已成为品牌竞争的关键战场。数据显示，2024年，珀莱雅、上美股份、水羊股份、丸美生物、巨子生物、贝泰妮在线上渠道的营收占比超50%，其中，珀莱雅线上营收占比高达95.06%，线上渠道销售额突破百亿元。

上美股份旗下主力品牌韩束同样在短视频等线上平台成绩斐然。2024年韩束品牌营收为55.91亿元，同比激增80.9%，线上渠道占比超九成，线上商品交易总额位居国货第二。目前，韩束抖音官方旗舰店粉丝超1100万，总销量超3000万件，售价399元的红蚕腰礼盒销量达669万件。上美股份2024年来自线上的收入达61.5亿元，占公司营业收入的90.5%。

丸美生物在2024年同样高度重视线上渠道，且收获了亮眼成绩。当年，丸美

生物线上渠道营业收入达25.41亿元，同比大幅增长35.77%，线上收入占比高达85.61%。旗下丸美品牌在天猫平台表现突出，丸美天猫旗舰店商品交易总额销售同比增加28%，丸美自播实现商品交易总额销售同比增长54%，丸美达播实现商品交易总额销售同比增长82%。

此外，贝泰妮线上渠道占比进一步提升至近七成，线上收入同比提升10.13%。上海家化近年来也在持续推进线上化转型，2024年线上业务占比提升至45%，今年一季度线上业务收入实现同比10.4%的增长，线上业务收入占比同比提升5.5个百分点。

当线上渠道的竞争日益白热化，头部企业的研发投入也在持续加码，华熙生物、贝泰妮、逸仙电商三家企业的研发费用率均超过

3%。其中，华熙生物以4.66亿元的研发投入、8.68%的总营收占比，成为“最舍得投入研发”的企业；贝泰妮的研发投入占总营收的比例同样高达5.14%；上美股份则是研发投入增速最快的企业，2024年研发投入达1.8亿元，同比增长43%。

“国货美妆已进入‘科技+品牌’双轮驱动阶段。”美妆业内资深人士指出，单一品牌依赖症仍是行业痛点，珀莱雅、上美股份、贝泰妮、丸美生物等企业通过多品牌矩阵降低风险，而华熙生物、上海家化等需在组织机制、渠道布局上加速创新。

随着珀莱雅率先破百亿，上美股份、巨子生物等企业均提出2025年冲刺百亿目标。行业预测，未来三年国货美妆市场将诞生3-5家百亿级企业，而重组胶原蛋白、男士护肤、纯净美妆等细分赛道将成为新战场。

一季度美妆龙头业绩分化

相关新闻链接

今年第一季度，珀莱雅营业收入为23.59亿元，同比增长8.13%；这表明珀莱雅产品在市场上的需求持续稳定，市场拓展和销售渠道取得了一定成效。与美妆行业平均增速5%-

10%相比，公司处于较为不错的水平。公司净利润显著增长，达到3.90亿元，同比增长28.87%。

与同行业其他企业相比，珀莱雅表现得十分有竞争力。在同行业中，华

熙生物第一季度营业收入10.78亿元，同比下降20.77%，净利润同比下滑58.13%；上海家化第一季度营收17.04亿元，同比下降10.59%，净利润同比下滑15.25%。（钟和）

结婚启事

新郎 朱家伟 喜 新娘 颜珍

情起南岳松风，缘续长安月下
朱家伟先生与颜珍女士
于公元二〇二五年五月二十一日
农历乙巳年四月廿四
在广东省中山市缔结鸾俦
以红证为盟，立百年之约
共赴三餐四季，同担风雨霜晴
谨此公告，致谢亲友垂爱
愿与君共鉴此盟，同贺余生

2025年5月21日 星期三 农历 乙巳年四月廿四

秦湘之约

喜

永结同心

羊城晚报
祝福广场

上门广告服务代理：
锦洪广告
电话：020-8756 6523 136 2224 4208
·爱的表白 ·幸福宣言
·生日祝福 ·周年纪念
·节日恭贺 ·毕业纪念

生日祝福

祝我最亲爱的大宝贝余思睿
十九岁生日快乐！
愿远在悉尼大学的你，每
一天都充满阳光，永远健康快乐。
做自己，爱自己，拥有勇气和能力
去追逐自己的梦想！
人生小满，小有所得。将满
未满，岁月可期！

永远爱你的妈妈

结婚启事

2025年5月21日 [农历 乙巳年四月廿四]

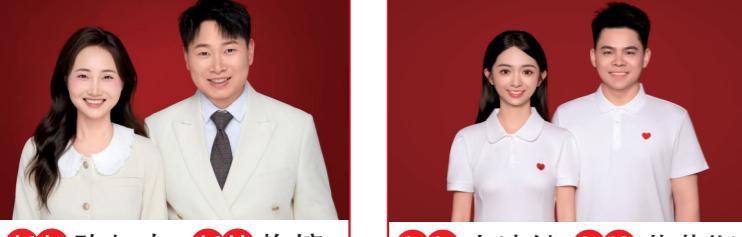


新郎 陈虹吉 新娘 梅婷
于公历 2025 年 5 月 21 日正式
结为夫妻。
从此缔结良缘，订成佳偶。
谨以白头之约，书向鸿笺，
好将红叶之盟，载明鸳谱。
特登此报，敬告亲友，亦作留念。

喜结良缘 同喜同贺

结婚启事

2025年5月21日 [农历 乙巳年四月廿四]



新郎 古清健 新娘 黄莉斯
于公历 2025 年 5 月 21 日正式
结为夫妻。
今日小满，爱已圆满。望四季
春秋，冷暖有相知；盼苍山泱水，喜
乐有分享。赤绳系定，白头永偕。
此证。

喜结良缘 同喜同贺

结婚启事

2025年5月21日 [农历 乙巳年四月廿四]



挑之夭夭，灼灼其华，
之子于归，宜其室家。
新郎江先生与新娘廖女士于
2025年5月21日正式结为夫妻，比
翼齐飞自此始，琴瑟和鸣共百年。

喜结良缘 同喜同贺

结婚启事

2025年5月21日 [农历 乙巳年四月廿四]



新郎 黄家乐 新娘 植珊瑚
兹定于今日喜结连理，永结
同心。愿修百年之好，共赴白头
之盟。
特此登报，敬告亲友，以作
留念。

喜结良缘 同喜同贺

结婚启事

2025年5月21日 [农历 乙巳年四月廿四]



新郎 李荣海 新娘 周婧淋
于公历 2025 年 05 月 21 日
喜结连理。
愿幸福永随，白头偕老。
特此登报，敬告亲友，亦作
留念。

喜结良缘 同喜同贺

广东餐饮连锁化率高达31.7%

明显高于全国平均水平

羊城晚报记者 莫谨榕

近日，由广东省餐饮行业两大协会——广东省餐饮服务行业协会与广东省团餐配送行业协会联合主办的第16届CRE广州餐博会在广州开幕。展会期间，毕马威中国联合广东省餐饮服务行业协会、深圳市烹饪协会发布《湾区食韵绘新章——2025年餐饮企业发展报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示，中国餐饮连锁化率去年达到22%，预计今年将突破24%。而广东餐饮连锁化率更是高达31.7%，高于全国平均水平。



A 大湾区餐饮企业积极拥抱资本化

在大湾区餐饮市场中，连锁化和资本化成了行业发展的显著趋势。《报告》指出，中国餐饮连锁化率在过去七年中呈现阶梯式上升态势，2024年达到22%，预计2025年将突破24%。而广东餐饮连锁化率更是高达31.7%，高于全国平均水平。连锁化趋势推动餐饮企业将品牌建设、标准化管理及品质把控作为核心竞争力，从而为消费者提供更稳定、可靠的服务。

同时，大湾区餐饮企业积极拥抱资本化，通过上市等资本运作手段加速扩张。截至目前，总部在大湾区的已有17家餐饮企业成功上市，全国有超过32家餐饮企业在深交所、港交所成功上市。《报告》指出，这主要得益于港股市场对餐饮行业的较高包容度、更高效的上市流程以及丰富的海外资本资源，共同构成了港股市场对餐饮企业的强大吸引力。

B AI与政策红利赋能餐饮业

随着经济增速放缓和消费市场变化，消费者日益注重性价比。品类竞争的加剧使得企业为争夺市场份额，常采取低价策略，导致“增收不增利”、资金承压等问题，这对餐饮企业的盈利能力提出了更高要求。面对消费者对健康饮食和极致性价比的追求，餐饮企业也正被倒逼着从低维度拼产品、拼味道、拼价格的竞争向品牌竞争、组织力竞争、供应链竞争迭代升级。

面对挑战，大湾区政企协同打出“组合拳”。在扩大消费内需方面，广东省支持首店、首发经济发展，积极引进知名品牌首店及新产品，带动相关产业链发展；在企业资金支持方面，政府推出多项举措为企业注入资金活力；在预制菜行业上，大湾区各地方政府正加速打造预制菜产业高地。在融资方面，作为国际金融中心，中国香港拥有优越的地理位置、成熟的金融市场体系、具备低税率及提升的资质。

简单制的优势，成为餐饮企业开展跨境投融资的理想平台。同时，数字化转型正成为大湾区餐饮业提升竞争优势的关键手段。《报告》显示，数字化不仅帮助餐饮企业实现严格把控从原材料采购、库存管理、订单处理到菜品制作的全链条流程，还通过大数据分析和智能客服，深入挖掘目标市场趋势和消费者偏好，及时响应消费者的需求，帮助企业制定个性化的营销策略，增强顾客黏性，推动品牌持续成长。

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人林启华指出，粤港澳大湾区人口密集，消费能力强，加之政策支持和区域一体化推进，餐饮市场发展前景广阔。餐饮业提升竞争实力的关键手段，《报告》显示，数字化不仅帮助餐饮企业实现严格把控从原材料采购、库存管理、订单处理到菜品制作的全链条流程，还通过大数据分析和智能客服，深入挖掘目标市场趋势和消费者偏好，及时响应消费者的需求，帮助企业制定个性化的营销策略，增强顾客黏性，推动品牌持续成长。

和增程式电动车覆盖城际交通，氢燃料电池车可在商用车领域取得突破，而高效燃油车和合成燃料车则在特定市场和用途中保留一席之地。在这种情景下，企业的技术储备越全面，市场适应能力就越强。

领先车企如丰田、大众等，通常将70%-80%的研发预算投向电动化和智能化，同时保留20%-30%用于燃油车技术的改进和混合动力系统的开发。这种分配比例既保证了在主流赛道上的竞争力，又不至于在传统领域突然失守。

对中国车企而言，战略选择应当基于自身定位。比亚迪等已全面转型新能源的企业，可以轻装上阵；而传统车企如吉利、长安，则需要通过“新品牌”新品牌策略实现渐进式过渡，如吉利的极氪、长安的深蓝等电动品牌，同时逐步缩减燃油车产品线。跨国车企在中国市场普遍采取“双轨制”，既引入全球电动化平台，也针对中国消费者偏好开发本土化燃油车型。

汽车产业在百年未有之大变局下，没有放之四海而皆准的答案。企业应当基于自身优势、市场定位和资源禀赋，在燃油车与新能源车之间找到动态平衡点。今年“五一”假期的自驾游程度又有提升，电动车组合辅助驾驶带来更多驾驶乐趣，补能网络基础设施完善均有利于新能源车的消费需求提升、消除常规燃油车消费者的转型顾虑。如此一来，对于燃油车的需求，反而成为一种非常稳定的、经过大浪淘沙之后的、经得起考验的、具有生命力的、能够吸引和保留客户的新能源车。

值得注意的是，合成燃料和氢内燃机等前沿研究，可能为内燃机技术开辟新的发展空间，完全放弃发动机研发可能导致企业在未来技术竞争中处于不利地位。面对双重技术路线，企业研发投入的分配需要精细调整。未来汽车动力系统很可能呈现多元化格局：纯电动车型主导城市短途出行，插电混动

财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

燃油车虽被新能源汽车超过
瞄准刚需仍是车企迭代方向

乘联会统计显示，今年以来累计零售车辆687.2万辆，同比增长7.9%。4月零售175.5万辆，仅稍低于2018年4月181万辆的最高水平，其中，新能源车在国民内总体乘用车的零售渗透率达到51.5%，较去年同期提升7个百分点，继续抛离燃油车。这一数据标志着新能源汽车已成为市场主流，但同时也意味着仍有48%的消费者选择了传统燃油车。

面对这种近乎平分秋色的市场竞争格局，汽车企业正站在战略十字路口：是否应该继续生产燃油车？还有没有必要在燃油车和发动机技术上持续投入研发？这不仅是一个技术路线选择问题，更关乎企业在新旧动能转换期的生存与发展战略。

在新能源车高歌猛进的同时，明智的车企正在采取“两条腿走路”的策略，一方面加大电动化投入，另一方面并未完全放弃燃油车技术的迭代升级。这种看似保守的做法实则蕴含深意。燃油车平台与新能源平台在底盘、车身等核心部件上有高达60%的通用性，维持燃油车生产能力实际上是为了电动化转型提供现金流和技术储备。大众汽车集团的“模块化横向矩阵”平台和丰田的TNGA架构都是这种战略思维的典范。

值得注意的是，合成燃料和氢内燃机等前沿研究，可能为内燃机技术开辟新的发展空间，完全放弃发动机研发可能导致企业在未来技术竞争中处于不利地位。面对双重技术路线，企业研发投入的分配需要精细调整。

未来汽车动力系统很可能呈现多元化格局：纯电动车型主导城市短途出行，插电混动