

一批美妆护肤企业正在冲刺IPO，“重营销轻研发”顽疾仍存



# 美妆业的“重面子”与“轻里子”



## 营收对旗舰品牌依赖度较高

对于护肤美妆企业来说，“单品牌依赖、品牌矩阵无效”的魔咒短时间难以打破。

多品牌齐头并进的上美股份目前

有韩束、一叶子、红色小象、asnami、

BIO-G 以及极方六大品牌，覆盖高端

中端大众化三个市场。前三大品牌都

定位在“大众市场”，也是上美股份贡

献营收的主力，三大品牌在2019年、

2020年、2021年、2022年一季度营收

占比为86.60%、91.80%、92.20%及

93%，第一大品牌韩束占比为32%、

39.40%、45.10%、47.80%。后三个品

牌的热度和贡献都较弱。

前几天刚刚拿下“胶原蛋白第一股”称号的巨子生物，也并不单只专注面膜等护肤产品的研发、生产和销售。目前，巨子生物共有103款在研产品，其产品组合的SKU数量达到105个。以专业护肤护理产品板块为

例，2009年巨子生物推出中高端品牌可丽金。两年后，巨子生物又推出另一个名为可复美的中高端品牌。此后，巨子生物还相继推出可预、可痕、可复平、利妍、欣昔等多个护肤品牌。

不过，真正为其贡献绝大部分营收的主要是可丽金、可复美两个品牌，这两个品牌目前已成了巨子生物营收的重要来源。根据此前披露的招股书，2019年至今年前五个月，可复美分别为巨子生物贡献2.9亿元、4.21亿元、8.98亿元、4.28亿元的收入，同期可丽金取得的收入分别为4.81亿元、5.59亿元、5.26亿元、2.38亿元。

另外，从消费者角度来看，要不要对一个美妆护肤品牌“种草”，往往取决于该品牌是否让其心动的王牌单品。就在这两年，各大上市企业品牌也纷纷加码，频频推出大单品。如2020年2月，珀莱雅推出红宝石精华，

与营销费用居高不下形成鲜

羊城晚报记者 丁玲 李旭

## 重营销轻研发态势难以扭转

对于众多护肤美妆企业来说，无论是打造旗舰品牌还是推出爆款单品，本质上都是走上“重营销轻研发”的行业发展老路子，即使这条道路饱受外界质疑。

在近日为“双11”预热的综艺节目《所有女生的OFFER 2》中，直播带货“一哥”李佳琦与韩束老板的互动引发一定关注，这是韩束花式营销的又一案例。上美股份可以算“起于营销”，从下沉市场电视购物里杀出一条血路，爆款综艺、微商、带货明星代言，再到直播带货……抓住每个营销风口的背后，是上美集团居高不下的营销费用率。招股书显示，2019年至2021年，巨子生物的研发成本分别为1140万元、1338.1万元、2495.4万元，占同期总营收的比重分别为12%、11.2%、1.6%。

敷尔佳近些年来研发投入也极低。招股书显示，2019-2021年，敷尔佳的研发费用分别为60.39万元、147.97万元和524.29万元，占营业收入的比例分别为0.04%、0.09%和0.32%，不论是绝对值还是相对值都远低于同行业可比公司。

而在技术人员方面，截至2021年末，敷尔佳总计441人的员工群体中更是只有6名研发人员，仅占员工总数的1.36%。这还是敷尔佳加大研发投入的前提下，在2021年第一季度以前，其研发人员仅有2名。更值得一提的是，截至目前，除了收购而来的北星药业的专利之外，敷尔佳仅有一项自有专利，相关专利名称为包装盒，专利类别为外观设计。

值得一提的是，上美股份的营销费用率并未高于行业平均水平，依靠营销推动成为行业发展常态。以巨子生物为例，2019年至2021年，巨子生物用于销售及经销方面的开支分别为9378.8万元、1.58亿元、3.46亿元，占同期营收的比重分别为9.80%、13.30%、22.30%，该项支出的增速在2020年68.90%的基础上，再度飙升至去年的118.60%。再来看敷尔佳，销售费用一直是敷尔佳的重要支出，并且近年来一直水涨船高。从2018年至2021年，其公司销售费用分别为2137.03万元、1.15亿元、2.65亿元及2.64亿元，销售费用率分别为5.72%、8.60%、16.75%及16.01%，远远高于其研发费用率。以2020年数据做对比，其销售费用率是研发费用率的186倍。

与营销费用居高不下形成鲜

明对比的，是极低的研发投入。根据巨子生物招股书，其致力于投资研发是其迄今为止取得成功的关键因素，那么巨子生物在研发方面的投入究竟几何？招股书显示，截至今年5月末，巨子生物的研发团队一共124人，研发团队的规模占到所有雇员总数的14.8%。2019年至2021年，巨子生物的研发成本分别为1140万元、1338.1万元、2495.4万元，占同期总营收的比重分别为12%、11.2%、1.6%。

敷尔佳近些年来研发投入也极低。招股书显示，2019-2021年，敷尔佳的研发费用分别为60.39万元、147.97万元和524.29万元，占营业收入的比例分别为0.04%、0.09%和0.32%，不论是绝对值还是相对值都远低于同行业可比公司。

而在技术人员方面，截至2021年末，敷尔佳总计441人的员工群体中更是只有6名研发人员，仅占员工总数的1.36%。这还是敷尔佳加大研发投入的前提下，在2021年第一季度以前，其研发人员仅有2名。更值得一提的是，截至目前，除了收购而来的北星药业的专利之外，敷尔佳仅有一项自有专利，相关专利名称为包装盒，专利类别为外观设计。

值得一提的是，从募集资金用途来看，IPO所募资金或仍将主要用于营销推广。比如在此次IPO的募投项目中，敷尔佳用于研发及质量监测中心建设项目的募集资金仅有5691万元，仅占募资总额的3%，而募资资金中最大项目投资额并不是与研发相关，也不是与扩产有关，而是用在营销方面，关于“品牌营销推广项目”投资额高达8.86亿元。

日前，中保研发布了14款车型的碰撞测试成绩，其中AITO问界M7的成绩引起了巨大的争议。根据中保研发布的视频，问界M7在25%偏置碰撞后，A柱与车顶连接处变形，但在车内乘员安全指数上依然获得了G的评级。对此，华为方面的工程师发文指出，A柱变形不等于安全性差，断裂与变形完全是两个概念，问界M7在保护乘员舱的安全上毋庸置疑。

网上的热议始终是和当事人回应截然不同的。网友理由大概是，A柱作为受到撞击时保证乘坐人员生存空间的重要保障，时速60多公里碰撞说变形就变形，怎么还能保安全。确实，有视频为证，网友是不易被骗。常识就是，豪华车基本没有碰撞测试A柱变形的情况，因为这是质量的底线。至于同级的车型，也罕见有A柱变形的。所以这些年来，凡是A柱变形断裂，就一定会被认为是质量短板并成了新闻。吸能设计再巧妙再进步，正常企业都不会靠牺牲A柱来换取安全的。

作为华为与AITO品牌合作产品的问界M7，华为的余承东也多次为其站台。

华为参与研发确实有助于问界产品力的提升，其最突出的优势就在电子与智能架构层面，比如自动驾驶、鸿蒙系统等。至于汽车的物理与机械性能方面，华为的经验程度应该不会太深浅，否则华为早就下场动手造车了，何必去“赋能”一个不甚知名的车企。传统知名车企对汽车底盘、安全、操控有经验和把握，只是因为智能化落后未能赶上。但是因为自己已经全面替代了传统企业的优势，显然是言过其实的。

正如移动支付再发达，也不能说完全取代纸币，甚至在别人要看到现金的时候，只能给现金图片给对方看。汽车的某些本质属性在智能时代也是无法牺牲和割舍的，比如碰撞的被动安全。雷达预警和主动安全水平再高，框架梁柱的热成型钢该用足还是一样不能省。曾经有些车企为了用低价抢市场，偷工减料，在国内做的就是要比国外的省。结果一碰撞测试就露出马脚，销量一泻千里，两三年都回不来。

汽车碰撞测试本身就是一场开卷考试，只要车企主动应试，针对性强，还是能过关的。如果连这个关都过不了，只能证明造车经验还是不足，测试强度还是不够。作为车企应该沉住气努力检讨，而不是用别人更差来证明自己的更好，又或者把亡羊补牢变成了学术探讨。要知道现在新能源车的竞争依然在科技与安全上，如果光有科技感，缺乏安全感，这样的单腿车企和产品也是很容易被市场掀翻的。

响应国家号召 发挥特色优势

## 光大银行全面助力养老金融发展

文/戴曼曼

财险和储蓄等养老金融产品供客户选择。开户后，客户可享受个人养老金税收优惠、养老产品投资等专属服务。同时，该行还将持续通过光大银行APP、官方微博等渠道，向公众做好个人养老金业务的相关政策解读和资讯服务。

此外，作为最早推出老年客群专属服务的商业银行之一，光大银行充分发挥光大集团金融牌照和产融结合优势，与光大养老、光大永明人寿、中青旅、嘉事堂、光大实业等企业密切合作，为客户提供包括养老社区入住、专属养老保险、家族信托、旅游等更加全面的养老规划和综合服务。

下一步，光大银行将继续发挥养老服务业务优势，致力于为广大社会公众提供高品质、专业化、一站式、多场景的综合养老服务，助力我国养老保障体系建设，让人民享有更加安全、富足、和谐的老年生活。

# 金融服务不停歇 同心战疫显担当

文/戴曼曼 羊招君

图/受访者提供

近期广州地区疫情防控处在最关键时期，招商银行广州分行积极响应政府号召，全力做好疫情防控和金融服务保障工作，以实际行动支持广州打赢疫情防控阻击战。



招行广州分行志愿者投身防疫工作

## 全力助企纾困 “绿色通道”解急难

招商银行广州分行认真贯彻落实地方政府及监管机构疫情防控有关要求，全面提升疫情期间金融服务和应急保障能力，持续加强对疫情防控相关企业的支持力度，开辟绿色通道满足企业紧急需求。

10月下旬，广州某医疗科技公司因流动资金紧缺，向招行广州分行申请小微抵押贷款。得知该客户为战疫类用品提供商后，该行迅速行动，于10月28日成功发放430万元小微抵押贷款，放款利率3.65%，为客户缓解了资金压力。

在荔湾区经营海鲜酒楼的何先生在招行一笔百万元的经营贷款将于11月到期，但企业资金紧张，如全部归还将影响酒楼的现金流运作。在充分了解了客户的困难及需求后，招行广州分行主动向客户提供了“无还本续贷”的延期政策，减轻借款人归还资金压力，且关联了续贷政策，将年利率降低至3.65%，帮助客户渡过疫情难关。

## 捐赠防疫物资 众志成城暖人心

目前广州处于疫情防控关键时期，防疫物资及各项生活保障用品需求量高。招行银行广州分行主动扛起疫情防控责任，为海珠、番禺、白云等疫情发生区域送去防疫物资，助力疫情防控工作。

了解到海珠区赤岗街道仍然急

需N95口罩后，招行广州分行第一时间联系厂家采买物资，将8000个N95口罩及时送达赤岗街道。

11月13日，招行广州分行向白云区均禾街道捐赠牛奶、方便面等防疫物资共计136箱，倾情助力疫情防控，以实际行动回馈社会，传递爱和担当。

## 投身志愿服务 “逆行”战疫显担当

疫情发生后，招商银行广州分行主动担当作为，迅速发动党员干部，组成志愿者“战疫”队伍，积极投身疫情防控工作。在广州招行的志愿者队伍中，有多年从事志愿工作、辗转全国多地、经验丰富的党员先锋，也有初入职的新员工。他们积极响应号召，闻令而动，下沉至海珠、番禺等区，全力配合当地街道开展疫情防控工作，分秒必争奋战在核酸检测、流调排查等疫情防控工作前线，用行动践行初心使命、用坚守诠释责任担当。

除组建战疫志愿者团队外，招行广州分行还号召员工就地转化为社区志愿者，积极参加战疫工作。员工纷纷响应号召，利用闲暇时间，协助社区开展核酸检测扫码；值守在小区出入口，查验核酸结果、健康码等，提醒进入小区人员扫场所码、戴好口罩。截至11月12日，广州招行有百余名员工参与到战疫志愿工作中，累计服务群众超2万人次。

党的二十大报告提出，完善基本养老保险全国统筹制度，发展多层次、多支柱养老保险体系。近日，人力资源社会保障部、财政部、国家税务总局、证监会联合发布《个人养老金实施办法》，对个人养老金参加流程、资金账户管理、机构与产品管理、信息披露、监督管理等方面作出具体规定。个人养老金政策的发布，标志着我国三支柱养老保险体系日臻完善，对我国保障和改善民生、增进人民福祉有重要意义。

光大银行始终坚持以“以人民为中心”的发展思想，忠实践行金融央企职责使命，多年来持续深耕养老保险服务，发挥金融管理特色优势，将养老保险作为战略性特色业务，积极参与国家多层次、多支柱养老保险体系建设。2005年，该行首批获得企业年金托管人和账户管理人两项资格；2019年，积极助力第三代社保卡发卡工作；2021年，该行子公司光大理财首批获得养老理财试点资格。

光大银行自2020年起，即全面启动了个人养老金业务各项准备工作，包括成立养老金工作领导小组、明确牵头部门、整合行内业务平台、统筹资源调度。该行坚持全链条、多场景养老保险管理理念，积极推动养老保险数字化转型，打造新一代养老金系统，并搭建光大个人养老金系统集群，为个人养老金业务开展夯实金融基础设施。

在服务渠道搭建上，光大银行APP现已上线养老金融专区，可为客户提供涵盖“基本养老金（第一支柱）、年金（第二支柱）、个人养老金（第三支柱）”的全视角养老账户展示及服务功能。其中，个人养老金专区正式上线后，将实现对个人养老金客户的全流程一站式服务，包括账户开立、养老金缴存、交易明细、税延凭证、养老金测算、账户管理、养老金支取、账户转移等，并提供理财、基金、保险等养老金融产品供客户选择。开户后，客户可享受个人养老金税收优惠、养老产品投资等专属服务。同时，该行还将持续通过光大银行APP、官方微博等渠道，向公众做好个人养老金业务的相关政策解读和资讯服务。

此外，作为最早推出老年客群专属服务的商业银行之一，光大银行充分发挥光大集团金融牌照和产融结合优势，与光大养老、光大永明人寿、中青旅、嘉事堂、光大实业等企业密切合作，为客户提供包括养老社区入住、专属养老保险、家族信托、旅游等更加全面的养老规划和综合服务。

下一步，光大银行将继续发挥养老服务业务优势，致力于为广大社会公众提供高品质、专业化、一站式、多场景的综合养老服务，助力我国养老保障体系建设，让人民享有更加安全、富足、和谐的老年生活。

## 广东景茂拍卖行有限公司拍卖公告

地址:广州市黄埔大道中309号自编3-10A一楼 咨询电话:020-87138888

遗失声明 广州尚清国际网络科技有限公司遗失公章一枚(行政章)、财务专用章一枚,现声明作废。

遗失声明 广州市白云区江高伟嘉日杂店遗失公章一枚,现声明作废。

遗失声明 广东省陆河县溪西镇欧东村经济合作社遗失开户许可证件,现声明作废。

遗失声明 广东省陆河县溪西镇欧东村经济合作社遗失开户许可证件