

2017年第8期

中国日化行业研究月报

2017年8月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



北京银联信科技股份有限公司
Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.



目 录

I 宏观经济	4
一、本月宏观经济运行	4
(一) 中国制造业经理采购指数.....	4
(二) 工业生产者价格变动情况.....	6
(三) 居民消费价格变动情况.....	9
(四) 进出口情况分析	11
二、财政货币政策	13
(一) 财政政策.....	13
(二) 货币政策.....	14
II 本月关注	17
一、中国日化院获批第一批国家级标准验证检验检测点试点单位	17
二、义乌制定化妆品国家标准 今年 7 月开始实施	17
三、官方：化妆品、医药企业等广告费支出予以税前扣除	18
四、食药监总局通告 10 批次防晒类化妆品不合格多款产品涉嫌假冒	19
III 本月行业快讯	20
一、行业要闻	20
(一) 7 月起化妆品 QS 标志将退出历史舞台	20
(二) 资生堂召回 23 款沐浴露，其中 4 款和中国市场有关.....	21
(三) 屈臣氏全渠道“闯关”将普及线上线下交互服务.....	21
(四) 6 月化妆品零售增长 17% 创近年新高.....	22
(五) 潮州检验检疫局助推辖区化妆品生产企业首次出口.....	22
二、区域动态	23
(一) 浙江舟山检出并退运一批不合格进口化妆品	23
(二) 广东省日化商会携手 SGS 助力化妆品企业快速出口东盟.....	23
(三) 四川成都温江区打击违法违规行保障化妆品质量安全	25
(四) 上海自贸试验区搭建进口化妆品平台体验馆	25
IV 重点企业追踪	27



一、上海家化正式收购 Tommee Tippee.....	27
二、The Body Shop 交易正式签约，希望进中国市场	27
三、美妆小镇添丁 总投资 3.5 亿元全智能化彩妆工厂入驻.....	29
V 行业信贷机会风险分析	30



图标目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整.....	4
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整)	5
图表 3: 2017 年 6 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	7
图表 4: 2017 年 6 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	7
图表 5: 生产资料出厂价格涨跌幅	8
图表 6: 生活资料出厂价格涨跌幅	8
图表 7: 2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅	9
图表 8: 6 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅	10
图表 9: 6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	11
图表 10: 2017 年 8 月中国日化行业机会、风险分析	30



I 宏观经济

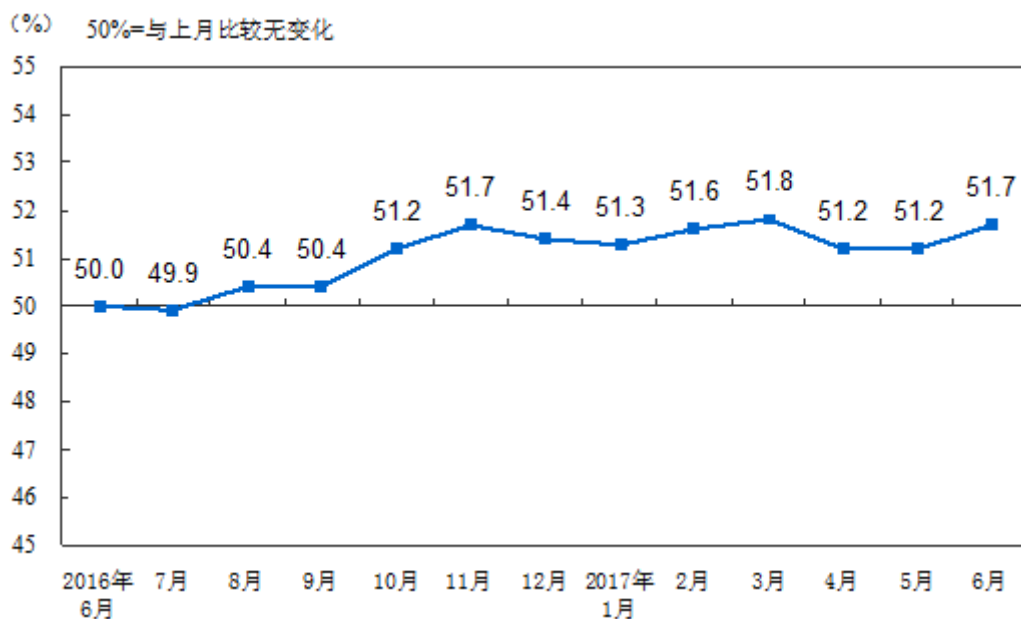
一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

1、2017年6月中国制造业采购经理指数为51.7%

2017年6月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.5个百分点，制造业扩张步伐有所加快。

图表1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网 银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.7%，比上月上升 1.5 个百分点，持续高于临界点；中型企业 PMI 为 50.5%，低于上月 0.8 个百分点，继续位于扩张区间；小型企业 PMI 为 50.1%，虽比上月回落 0.9 个百分点，但仍位于临界点之上。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。



生产指数为 54.4%，高于上月 1.0 个百分点，处于扩张区间，表明制造业生产继续保持增长，增速有所加快。

新订单指数为 53.1%，比上月上升 0.8 个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求稳中有升。

原材料库存指数为 48.6%，比上月回升 0.1 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

从业人员指数为 49.0%，比上月回落 0.4 个百分点，持续低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.3 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间环比略有放缓。

2、2017 年 6 月中国非制造业商务活动指数为 54.9%

2017 年 6 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.9%，高于上月 0.4 个百分点，连续两个月上升，非制造业延续稳中有升的扩张态势。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信



分行业看，服务业商务活动指数为 53.8%，高于上月 0.3 个百分点，服务业保持增长态势。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输服务、互联网及软件信息技术服务、货币金融服务、保险业等行业商务活动指数均位于 60.0% 以上的高位景气区间，业务总量快速增长。餐饮业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数低于临界点，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为 61.4%，比上月上升 1.0 个百分点，企业生产活动有所加快。

新订单指数为 51.4%，比上月上升 0.5 个百分点，持续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速继续加快。分行业看，服务业新订单指数为 50.7%，比上月上升 0.4 个百分点，连续两个月位于扩张区间。建筑业新订单指数为 55.4%，比上月上升 1.3 个百分点，继续高于临界点。

投入品价格指数为 51.2%，高于上月 0.1 个百分点，位于临界点以上，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平涨幅微升。分行业看，服务业投入品价格指数为 49.6%，比上月下降 0.2 个百分点。建筑业投入品价格指数为 59.9%，比上月上升 1.5 个百分点。

销售价格指数为 49.3%，比上月回升 0.5 个百分点，继续位于临界点以下，表明非制造业销售价格总体水平降幅有所收窄。分行业看，服务业销售价格指数为 48.8%，比上月回升 0.7 个百分点。建筑业销售价格指数为 52.0%，比上月回落 0.9 个百分点。

从业人员指数为 49.6%，虽比上月回升 0.6 个百分点，但仍位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少，但收缩幅度收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.2%，比上月回升 0.8 个百分点。建筑业从业人员指数为 51.9%，比上月回落 0.5 个百分点。

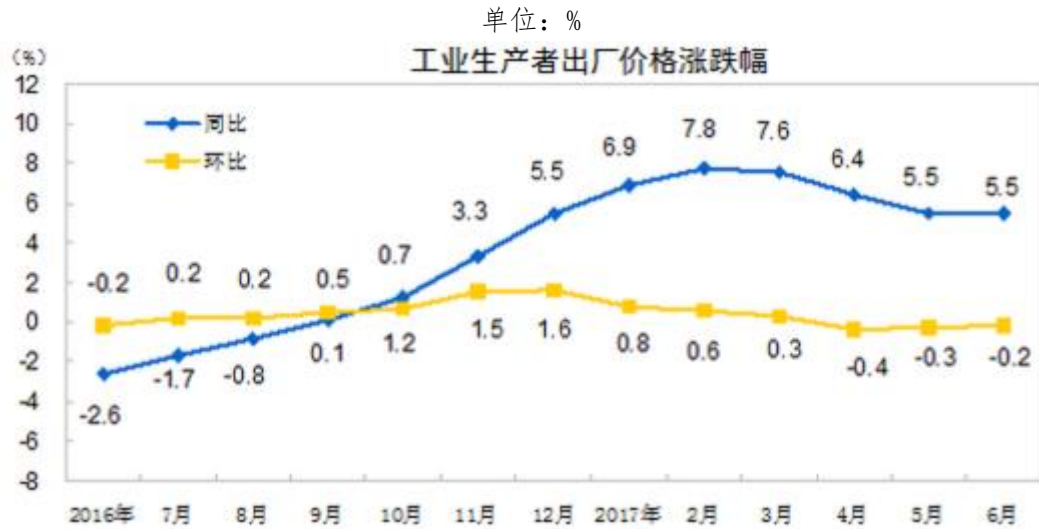
业务活动预期指数为 61.1%，高于上月 0.9 个百分点，连续两个月位于高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.0%，比上月上升 0.8 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 67.6%，比上月上升 1.8 个百分点。

（二）工业生产者价格变动情况

2017 年 6 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 5.5%，环比下降 0.2%。工业生产者购进价格同比上涨 7.3%，环比下降 0.4%。上半年，工业生产者出厂价格同比上涨 6.6%，工业生产者购进价格同比上涨 8.7%。

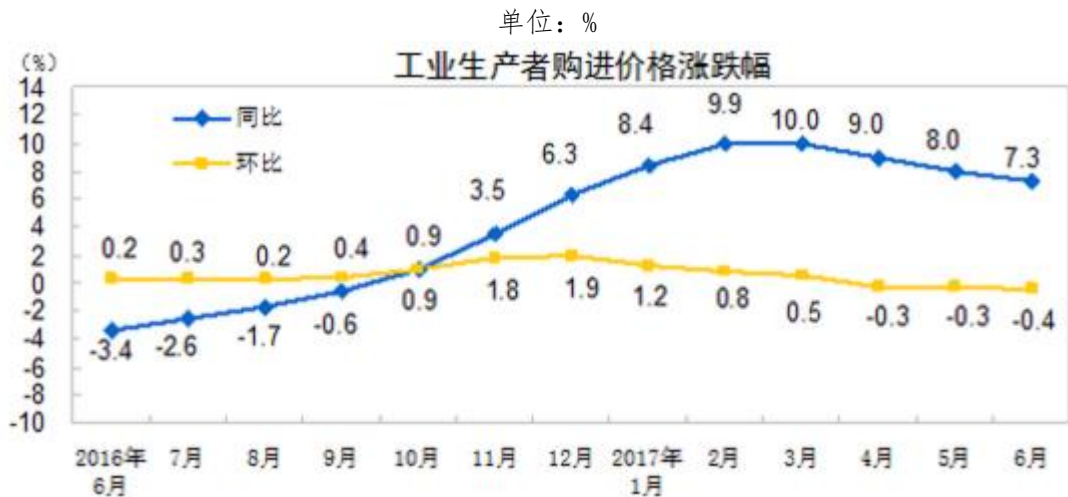


图表 3：2017 年 6 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2017 年 6 月工业生产者购进价格涨跌幅走势



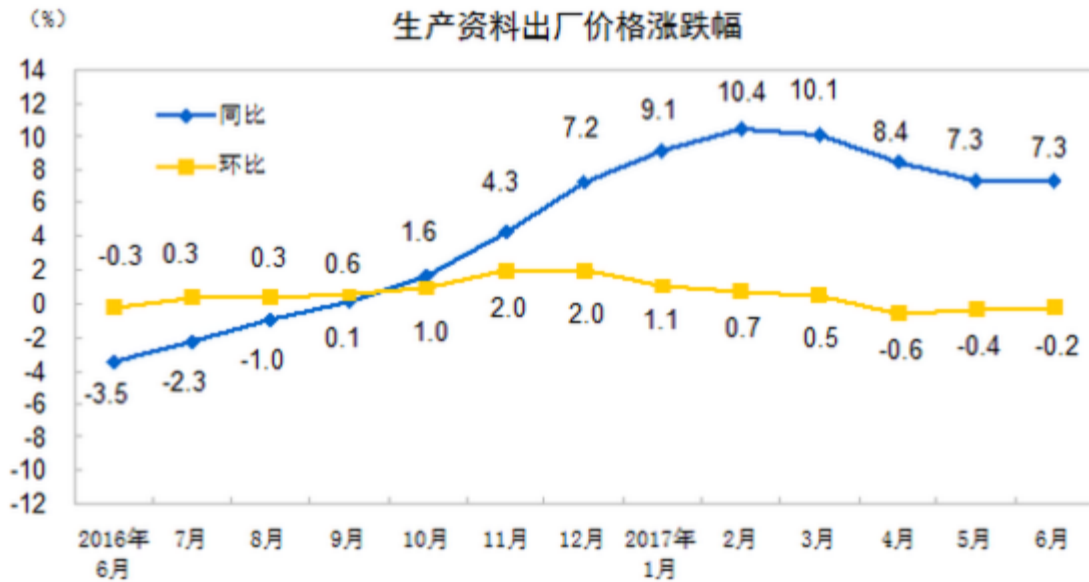
数据来源：国家统计局 银联信

1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 7.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 5.4 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.3%，原材料工业价格上涨 10.0%，加工工业价格上涨 5.4%。生活资料价格同比上涨 0.5%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.1%，衣着价格上涨 1.3%，一般日用品价格上涨 1.0%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

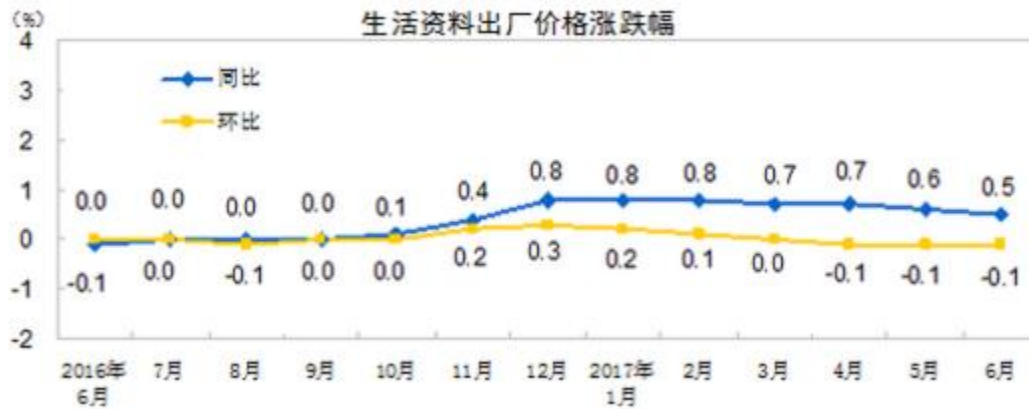


图表 5：生产资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

图表 6：生活资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 14.1%，黑色金属材料类价格上涨 13.7%，燃料动力类价格上涨 12.5%，建筑材料及非金属类价格上涨 8.6%。

2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比下降 0.2%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.2 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.7%，原材料工业价格下降



0.7%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格环比下降 0.1%。其中，食品和耐用消费品价格均下降 0.2%，衣着和一般日用品价格均持平（涨跌幅度为 0）。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比下降 1.2%，黑色金属材料类价格下降 1.1%；建筑材料及非金属类价格上涨 0.5%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.3%。

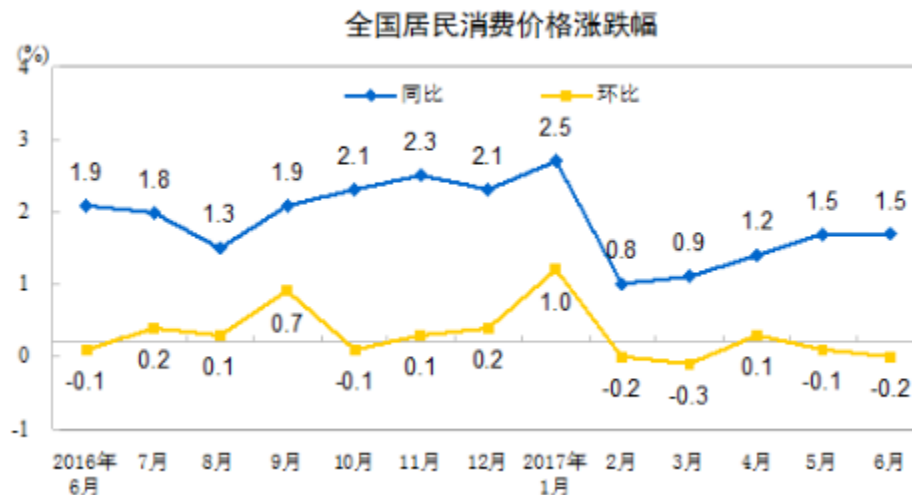
（三）居民消费价格变动情况

2017 年 6 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.5%。其中，城市上涨 1.7%，农村上涨 1.0%；食品价格下降 1.2%，非食品价格上涨 2.2%；消费品价格上涨 0.6%，服务价格上涨 3.0%。上半年，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.4%。

6 月份，全国居民消费价格环比下降 0.2%。其中，城市下降 0.1%，农村下降 0.2%；食品价格下降 1.0%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格下降 0.4%，服务价格上涨 0.3%。

图表 7：2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

1、各类商品及服务价格同比变动情况

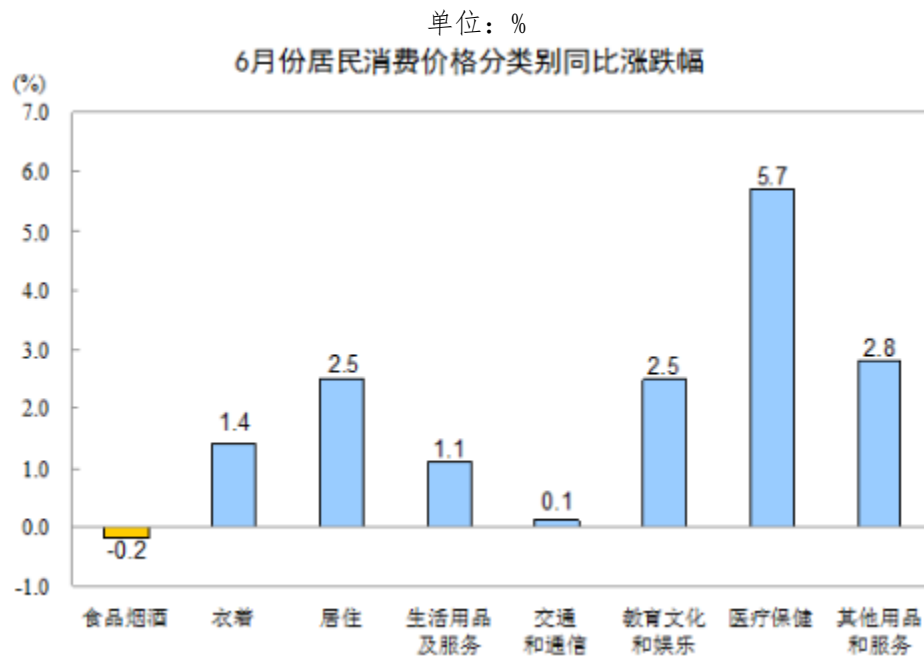
6 月份，食品烟酒价格同比下降 0.2%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点。其中，畜肉类价格下降 10.5%，影响 CPI 下降约 0.53 个百分点（猪肉价格下降 16.7%，影响 CPI 下降约 0.51 个百分点）；蛋价格下降 9.3%，影响 CPI 下降约 0.05 个百分点；鲜果价格上涨 9.9%，影响 CPI 上涨约 0.16 个百分点；鲜菜价格上涨 5.8%，影响 CPI 上



涨约 0.12 个百分点；水产品价格上涨 5.1%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点；粮食价格上涨 1.5%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

6 月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健价格上涨 5.7%，其他用品和服务价格上涨 2.8%，居住、教育文化和娱乐价格均上涨 2.5%，衣着、生活用品及服务、交通和通信价格分别上涨 1.4%、1.1%和 0.1%。

图表 8：6 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

2、各类商品及服务价格环比变动情况

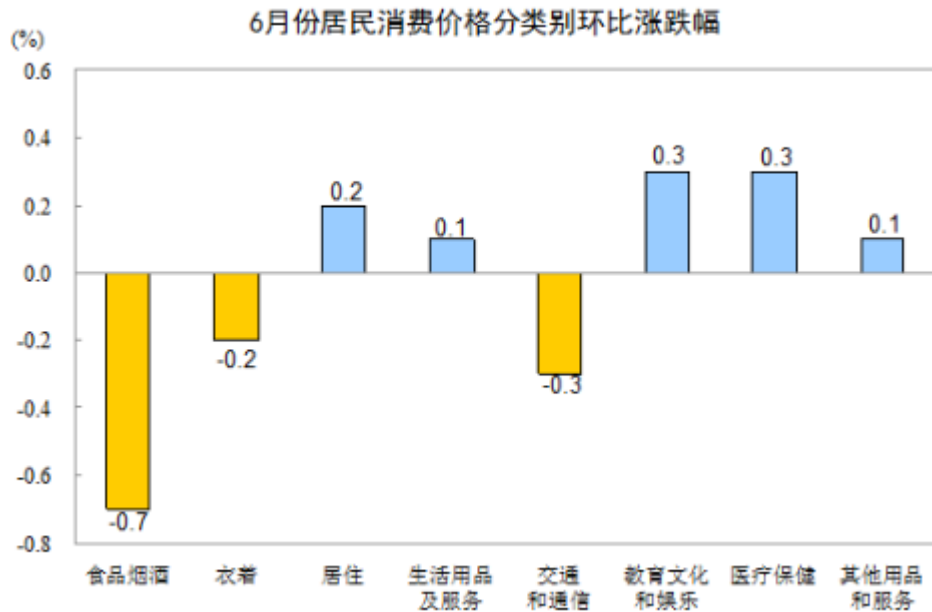
6 月份，食品烟酒价格环比下降 0.7%，影响 CPI 环比下降约 0.19 个百分点。其中，鲜果价格下降 4.2%，影响 CPI 下降约 0.08 个百分点；畜肉类价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.10 个百分点（猪肉价格下降 3.4%，影响 CPI 下降约 0.09 个百分点）；鲜菜价格下降 1.1%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点；水产品价格下降 0.5%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点；蛋价格上涨 4.9%，影响 CPI 上涨约 0.02 个百分点。

6 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，教育文化和娱乐、医疗保健价格均上涨 0.3%，居住价格上涨 0.2%，生活用品及服务、其他用品和服务价格均上涨 0.1%；交通和通信、衣着价格分别下降 0.3%、0.2%。



图表 9：6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

（四）进出口情况分析

2017 年上半年，全球经济温和复苏，国内经济稳中向好。据海关统计，2017 年上半年，我国货物贸易进出口总值 13.14 万亿元人民币，比 2016 年同期增长 19.6%。其中，出口 7.21 万亿元，增长 15%；进口 5.93 万亿元，增长 25.7%；贸易顺差 1.28 万亿元，收窄 17.7%。

上半年，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口增长，比重提升。上半年，我国一般贸易进出口 7.46 万亿元，增长 20.5%，占我国进出口总值的 56.7%，比 2016 年同期提升 0.4 个百分点，贸易方式结构有所优化。

2、对传统市场进出口全面回升，对部分“一带一路”沿线国家进出口增长。上半年，我国对欧盟、美国和东盟进出口分别增长 17.4%、21.3%和 21.9%，3 者合计占我国进出口总值的 41.4%。同期，我国对俄罗斯、巴基斯坦、波兰和哈萨克斯坦等国进出口分别增长 33.1%、14.5%、24.6%和 46.8%。



3、民营企业进出口占比提升。上半年，我国民营企业进出口 5.02 万亿元，增长 20.6%，占我国进出口总值的 38.2%，比 2016 年同期提升 0.3 个百分点。其中，出口 3.37 万亿元，增长 17.8%，占出口总值的 46.7%，比重提升 1.1 个百分点，第一大出口经营主体的地位进一步巩固；进口 1.65 万亿元，增长 26.8%。

4、中西部和东北三省进出口增速较快。上半年，中西部 18 省市外贸整体增速为 27.1%，超过全国整体增速 7.5 个百分点；东北三省外贸整体增速为 23.1%，超过全国整体增速 3.5 个百分点；东部 10 省市外贸整体增速为 18.3%。

5、机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力。上半年，我国机电产品出口 4.13 万亿元，增长 14.6%，占我国出口总值的 57.2%。其中，汽车出口增长 32.5%、船舶出口增长 25.1%、手机出口增长 13.5%。同期，传统劳动密集型产品合计出口 1.48 万亿元，增长 12.9%，占出口总值的 20.5%。

6、铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升。上半年，我国进口铁矿砂 5.39 亿吨，增加 9.3%；原油 2.12 亿吨，增加 13.8%；大豆 4481 万吨，增加 14.2%；天然气 3109 万吨，增加 15.9%；成品油 1503 万吨，减少 2.8%；铜 223 万吨，减少 18.4%。同期，我国进口价格总体上涨 12.7%。其中，铁矿砂进口均价上涨 55%，原油上涨 47.9%，大豆上涨 18%，天然气上涨 10%，成品油上涨 35.6%，铜上涨 29.5%。

7、中国外贸出口先导指数环比上升，连续第 8 个月稳中向好。6 月，中国外贸出口先导指数为 41.5，较上月上升 0.4，其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 44.7，较上月下滑 0.5；新增出口订单指数、出口经理人信心指数分别下滑 0.3、1.1 至 48.5、49.8，出口企业综合成本指数回升 0.1 至 23。

总的看，今年上半年，我国进出口延续了去年下半年以来的回稳向好走势，增长的协调性在提升。下半年，外贸运行中面临的不稳定、不确定性因素依然较多，一些深层次矛盾和困难将长期存在；同时也要看到，我国贸易结构正不断优化，质量效益持续改善，新动能不断积聚，回稳向好的基本面没有改变。海关将深入贯彻落实中央经济工作会议精神和政府工作报告的决策部署，坚持稳中求进的工作总基调，扎实推进稳定外贸增长的政策措施的贯彻落实，促进外贸持续回稳向好。



二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

6 月份，全国一般公共预算收入 17082 亿元，同比增长 8.9%。其中，中央收入 7568 亿元，同比增长 10.7%；地方本级收入 9514 亿元，同比增长 7.4%。

1-6 月累计，全国一般公共预算收入 94306 亿元，同比增长 9.8%。其中，中央收入 43891 亿元，同比增长 9.6%，为年初预算的 55.8%；地方本级收入 50415 亿元，同比增长 10%，为年初代编预算的 56%。全国一般公共预算收入中的税收收入 80074 亿元，同比增长 10.9%；非税收入 14232 亿元，同比增长 4.4%。

从主要收入项目情况看：

（1）国内增值税 28815 亿元，同比增长 2.2%。其中，受全面推开营改增试点翘尾减收以及去年同期各地清缴营业税导致的高基数等影响，改征增值税下降 19.4%；受相关产品价格上涨、部分行业销售收入快速增长等影响，工业增值税、商业增值税分别增长 21.9%、30.4%；

（2）国内消费税 5849 亿元，同比增长 7.1%。

（3）企业所得税 21210 亿元，同比增长 15.6%。主要受企业利润较快增长带动。

（4）个人所得税 6753 亿元，同比增长 18.6%。主要是居民收入增长、财产转让所得增加等带动。

（5）进口货物增值税、消费税 7701 亿元，同比增长 34%；关税 1458 亿元，同比增长 21.2%。

（6）出口退税 7141 亿元，同比增长 23.1%。主要是出口增长较快以及上年基数较低。

（7）城市维护建设税 2187 亿元，同比增长 0.6%。

（8）车辆购置税 1552 亿元，同比增长 22.8%。

（9）印花税 1197 亿元，同比增长 1.6%。其中，证券交易印花税 618 亿元，同比下降 8.8%。

（10）契税 2564 亿元，同比增长 18.5%；土地增值税 2920 亿元，同比增长 23.9%。



2、一般公共预算支出情况

6月份，全国一般公共预算支出27016亿元，同比增长19.1%。其中，中央本级支出3030亿元，同比增长10.2%；地方支出23986亿元，同比增长20.3%。

1-6月累计，全国一般公共预算支出103483亿元，同比增长15.8%。其中，中央本级支出14196亿元，同比增长9.5%；地方支出89287亿元，同比增长16.9%。财政支出进度加快，中央财政支出为年初预算的48%，地方财政支出为年初代编预算的54.2%，分别比去年同期进度提高0.6个和4.4个百分点。

今年以来，各级财政部门认真落实党中央、国务院决策部署，实施更加积极有效的财政政策，推进财政资金统筹使用，及时拨付下达财政资金，切实保障各项重点支出需要。从主要支出项目情况看：教育支出15346亿元，增长17.2%；科学技术支出2905亿元，增长22.7%；文化体育与传媒支出1272亿元，增长10.3%；社会保障和就业支出14803亿元，增长24.6%；医疗卫生与计划生育支出8623亿元，增长18.2%；城乡社区支出11892亿元，增长20.1%；农林水支出8060亿元，增长10%；交通运输支出5507亿元，增长4.4%；住房保障支出2967亿元，增长8.7%；债务付息支出3075亿元，增长31%。

（二）货币政策

1、广义货币增长9.4%，狭义货币增长15%

6月末，广义货币(M2)余额163.13万亿元，同比增长9.4%，增速分别比上月末和上年同期低0.2个和2.4个百分点；狭义货币(M1)余额51.02万亿元，同比增长15%，增速分别比上月末和上年同期低2个和9.6个百分点；流通中货币(M0)余额6.7万亿元，同比增长6.6%。上半年净回笼现金1326亿元。

2、上半年人民币贷款增加7.97万亿元，外币贷款增加469亿美元

6月末，本外币贷款余额120.21万亿元，同比增长12.7%。月末人民币贷款余额114.57万亿元，同比增长12.9%，增速与上月末持平，比上年同期低1.4个百分点。

上半年人民币贷款增加7.97万亿元，同比多增4362亿元。分部门看，住户部门贷款增加3.77万亿元，其中，短期贷款增加9527亿元，中长期贷款增加2.82万亿元；非金融企业及机关团体贷款增加4.43万亿元，其中，短期贷款增加1.64万亿元，



中长期贷款增加 4.21 万亿元，票据融资减少 1.59 万亿元；非银行业金融机构贷款减少 2487 亿元。6 月份，人民币贷款增加 1.54 万亿元，同比多增 1533 亿元。

6 月末，外币贷款余额 8327 亿美元，同比增长 6.1%。上半年外币贷款增加 469 亿美元，同比多增 921 亿美元。6 月份，外币贷款增加 126 亿美元，同比多增 76 亿美元。

3、上半年人民币存款增加 9.07 万亿元，外币存款增加 801 亿美元

6 月末，本外币存款余额 165.04 万亿元，同比增长 9.6%。月末人民币存款余额 159.66 万亿元，同比增长 9.2%，增速与上月末持平，比上年同期低 1.7 个百分点。

上半年人民币存款增加 9.07 万亿元，同比少增 1.46 万亿元。其中，住户存款增加 3.94 万亿元，非金融企业存款增加 1.45 万亿元，财政性存款增加 4164 亿元，非银行业金融机构存款增加 1.03 万亿元。6 月份，人民币存款增加 2.64 万亿元，同比多增 1856 亿元。

6 月末，外币存款余额 7931 亿美元，同比增长 20.9%。上半年外币存款增加 801 亿美元，同比多增 513 亿美元。6 月份，外币存款增加 141 亿美元，同比多增 159 亿美元。

4、6 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.94%，质押式债券回购月加权平均利率为 3.03%

上半年银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 359.11 万亿元，日均成交 2.92 万亿元，日均成交比上年同期下降 8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 14.1%，现券日均成交同比下降 21.9%，质押式回购日均成交同比下降 2.8%。

6 月份同业拆借加权平均利率为 2.94%，分别比上月和上年同期高 0.06 个和 0.8 个百分点；质押式回购加权平均利率为 3.03%，分别比上月和上年同期高 0.1 个和 0.92 个百分点。

5、国家外汇储备余额 3.06 万亿美元

6 月末，国家外汇储备余额为 3.06 万亿美元。6 月末，人民币汇率为 1 美元兑 6.7744 元人民币。

6、上半年跨境贸易人民币结算业务发生 2.15 万亿元，直接投资人民币结算业务发生 5700 亿元



2017 年上半年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 1.65 万亿元、5058 亿元、1514 亿元、4186 亿元。



II 本月关注

一、中国日化院获批第一批国家级标准验证检验检测点试点单位

为贯彻落实《国家标准化体系建设发展规划（2016-2020年）》（国办发〔2015〕89号）中关于开展国家级标准验证检验检测点（以下简称标准验证点）建设的有关要求，做好标准验证点建设工作，进一步探索标准验证点工作模式和机制，国家标准化管理委员会委于2017年7月17日下发了《国家标准委办公室关于下达第一批国家级标准验证检验检测点试点的通知》（标委办综合〔2017〕122号），批准了第一批20家国家级标准验证检验检测点试点单位，中国日化院负责表面活性剂和洗涤用品领域的验证试点工作。

试点单位将在为标准制修订和实施过程中的核心内容、关键技术指标提供实验验证服务的同时，积极探索形成标准验证点的运行模式，逐步建立和完善有利于开展标准验证工作的机制措施，推动标准验证工作与现有地方、行业标准化政策相结合。同时，试点单位也将对标准验证工作与国家标准立项、技术委员会考核评估、企业标准领跑者及标准排行榜评定、中国标准创新贡献奖评选等工作的结合机制提出意见建议。

试点单位将围绕政府主导制定的强制性标准、推荐性国家标准、行业标准和地方标准，以及我国采用的国际或国外先进标准、我国主导制定的国际标准的制定与实施开展验证服务。根据要求，还可以为市场自主制定的团体标准和企业标准提供验证服务。

试点工作的周期至2017年12月31日止，试点结束后，国家标准委将组织对第一批标准验证点试点进行考核验收，通过试点考核验收后批准设立为正式标准验证点。

二、义乌制定化妆品国家标准 今年7月开始实施

日前，由义乌市市场监管局产品（商品）质量监督检验研究院国家日用小商品质量监督检验中心主导制定的化妆品国家标准 GB/T 33307-2016《化妆品中镍、镉、铉含



量的测定电感耦合等离子体发射光谱法》，经国家质检总局、国家标准化管理委员会批准正式发布，该标准将于今年年7月1日开始实施。

我国是化妆品生产大国和消费大国，化妆品中镍、锑、砷及其化合物是《化妆品安全技术规范》中的1000多种禁用物质之一，而之前我国对化妆品中有害金属的测定只涉及到铅、砷、汞、镉、铬元素。该标准的制定，填补了在该领域的空白，为各生产企业及检测机构提供了一个切实可行的技术依据，还对保障化妆品产品的质量安全以及促进我国化妆品进出口具有积极的意义。

目前，义乌市共有化妆品企业107家，占全省的1/3。义乌主导化妆品国家标准的制定，有利于加快化妆品企业供给侧改革，引导企业发扬“工匠精神”，加强品牌建设，进一步提高产品质量和市场竞争能力。

义乌市产(商)院国家中心一直致力于国家标准和行业标准的制定工作，及时掌握行业最新动态，把握标准话语权。截至目前，共主导制定国家标准3项，参与制定国家标准6项，指导帮助饰品、拉链、无缝织造、化妆品、圣诞用品等行业协会制定行业协会联盟标准14项，对促进该市块状产业的质量提升产生了积极的推动作用。

三、官方：化妆品、医药企业等广告费支出予以税前扣除

近日，据财政部网站发布，财政部、税务总局近日联合下发《关于广告费和业务宣传费支出税前扣除政策的通知》，通知指出，对化妆品制造或销售、医药制造和饮料制造(不含酒类制造)企业发生的广告费和业务宣传费支出，不超过当年销售(营业)收入30%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。

通知自2016年1月1日起至2020年12月31日止执行。

通知称，对签订广告费和业务宣传费分摊协议(以下简称分摊协议)的关联企业，其中一方发生的不超过当年销售(营业)收入税前扣除限额比例内的广告费和业务宣传费支出可以在本企业扣除，也可以将其中的部分或全部按照分摊协议归集至另一方扣除。另一方在计算本企业广告费和业务宣传费支出企业所得税税前扣除限额时，可将按照上述办法归集至本企业的广告费和业务宣传费不计算在内。

此外，烟草企业的烟草广告费和业务宣传费支出，一律不得在计算应纳税所得额时扣除。



四、食药监总局通告10批次防晒类化妆品不合格多款产品涉嫌假冒

7月10日，国家食品药品监督管理总局发布通告称，标示为北京科力顿生物科技有限公司等10家企业生产（代理）的10批次防晒类化妆品不合格，其中多款产品涉嫌假冒。

根据通告，涉及的标示生产（代理）企业、不合格产品为：北京科力顿生物科技有限公司生产的海特韩妆清润隔离防护乳；卢亚化妆品贸易（上海）有限公司代理的彼得罗夫轻盈防晒乳液（进口国美国）；广东瑞虎精细化工有限公司（委托方：广州市军瑞生物科技有限公司）生产的军医生瑞虎防晒露；广州市卡妮尔化妆品有限公司生产的好易白卡妮尔防晒霜；汕头市绮嘉化妆品有限公司生产的酷爽水润隔离防晒乳；广州市彩琳日用化工有限公司生产的嘉绿仙美白隔离防晒霜；广东施露兰化妆品有限公司生产的调皮宝防晒柔嫩润肤露；广州雅诗生物制品有限公司（委托方：广州韩亚生物科技有限公司）生产的蓝秀防晒乳；广州市胜梅化妆品有限公司生产的名蔻牌水漾不怕晒防晒乳；广州雅纯化妆品制造有限公司（委托方：沈阳智宝化妆品有限责任公司）生产的伊斯伯雅精纯雪颜防晒乳。

其中，经相关省份食品药品监督管理局对标示生产（代理）企业的现场核查，标示为北京科力顿生物科技有限公司生产的海特韩妆清润隔离防护乳、广东瑞虎精细化工有限公司生产的军医生瑞虎防晒露、广州市卡妮尔化妆品有限公司生产的好易白卡妮尔防晒霜、汕头市绮嘉化妆品有限公司生产的酷爽水润隔离防晒乳为涉嫌假冒产品。对涉嫌假冒的产品，食药监总局要求深查深究相关经营企业的进货渠道，严厉打击制售假冒伪劣化妆品行为，涉嫌犯罪的依法移交公安机关。

食药监总局指出，上述产品的生产（代理）企业违反了《化妆品卫生监督条例》《化妆品标识管理规定》等相关法规的规定。相关省级食品药品监督管理局正在对相关企业进行核查。

食药监总局要求所有化妆品经营企业对上述产品一律停止销售；相关省级食药监局核实后依法督促相关生产（代理）企业对已上市销售相关产品及时采取召回等措施，立案调查，依法严肃处理，并及时公开相关信息。



III 本月行业快讯

一、行业要闻

(一) 7月起化妆品 QS 标志将退出历史舞台

今年年初，国家食品药品监督管理总局发布公告称：“化妆品生产企业现有包装标识可以使用到 2017 年 6 月 30 日，自 2017 年 7 月 1 日起生产的化妆品必须使用标注了《化妆品生产许可证》信息的新的包装标识。”这意味着，化妆品生产企业持有的原《全国工业产品生产许可证》和《化妆品生产企业卫生许可证》自动作废，即“两证换一证”。

QS 标志将退出历史舞台

自 7 月 1 日起，新的包装标示不再使用 QS 标志，此前使用原包装标示生产的化妆品，在保质期内可以继续使用。QS 将退出历史舞台，化妆品迎来“大换装”。

据了解，QS 标志为工业产品生产许可证标志，有 QS 标志的产品说明此产品经过强制性的检验合格，准许进入市场销售。2005 年 9 月，化妆品被纳入“QS”认证行列，历经十载光阴，随着两证合一的颁布，使得“QS”标志逐渐退出历史舞台。

防晒效果标识也需调整

自 7 月 1 日起，防晒效果标识内容也需要调整。其产品包装可使用至 6 月 30 日止，相关产品可销售至其保质期结束。

据了解，变更防晒化妆品防晒效果标识的，应当向食品药品监管总局提交变更申请表、产品设计包装、防晒效果检验报告等资料。以原申报时提交的防晒效果检验报告作为变更依据的，可提交该检验报告的复印件；以新的防晒效果检验报告作为变更依据的，应当提交该检验报告的原件。

防晒化妆品防晒指数、防水性能、临界波长、长波紫外线防护指数等，应当按照《化妆品安全技术规范》(2015 年版)规定的检验方法进行测定，必要时可参考国际标准组织 (ISO) 发布的相关检验方法。



（二）资生堂召回23款沐浴露，其中4款和中国市场有关

日本最大美容集团资生堂株式会社(Shiseido Co. Ltd.，下称“资生堂”)在全球召回了 23 款沐浴露，其中 4 款涉及中国内地市场，原因是香味不合公司规定。

7 月 21 日，资生堂中国在其官方网站上发表声明，由于使用了和空气接触而发生氧化的原材料，集团部分沐浴露香味与以往有所差异。尽管商品的安全性及清洁力皆没有问题，但资生堂仍召回了不合公司香味规定的产品。

据资生堂公布，相关对象产品是于 2017 年 1 月至 7 月在资生堂久喜工厂制造的。进入中国市场的 4 款产品均属于资生堂旗下沐浴品牌可悠然(KUYURA)，分别为可悠然美肌沐浴露(恬静清香)、可悠然美肌沐浴露(花漾之恋)、可悠然美肌沐浴露(碧野悠悠)、可悠然美肌沐浴露(恬静清香)。

可悠然是资生堂集团于 2008 年成立的沐浴品牌，归属于资生堂大众化妆品事业部。2012 年，资生堂旗下 9 个洗护发、洁面、沐浴品牌一齐入驻天猫平台，其中就包括可悠然。然而，在打入中国市场后，资生堂旗下另一洗发品牌丝蓓绮更受重视。上述拥有 9 个品牌的天猫旗舰店就是以丝蓓绮命名。目前，一瓶 550ml 的可悠然沐浴露在天猫上的售价为 56 元人民币。

（三）屈臣氏全渠道“闯关”将普及线上线下交互服务

近期，屈臣氏开始着力打通线上线下，从单一的线上平台，转向与实体门店结合。

屈臣氏新门店将基于不同的市场类型陆续登陆成都、南宁、昆明、重庆等各大主要城市，北京也在规划当中。业内专家认为，新零售背景下，传统药妆店需要改变现有模式，此次屈臣氏的改变是受到电子商务以及新零售业态冲击后的回应。

据了解，屈臣氏已在中国内地的 430 个城市拥有超过 3,000 家门店。此前，屈臣氏强调门店的标准化和模式化；今年，屈臣氏在上海推出差异化门店，从装修到店内布局都与传统门店不同，努力摆脱电子商务以及新零售业态带来的冲击。

通过屈臣氏介绍，屈臣氏全新的潮流店会根据不同地域的消费者需求制定不同的店铺形象、产品品类与互动体验。在屈臣氏潮流店里，引进了此前没有出现过的彩妆品牌 I' m MeMe、Max Girl、Marie Dalgard、蜜丝佛陀等。此外，韩国品牌集合点 CLUBCLIO、台湾药妆王牌 DR. WU 入驻屈臣氏成为店中店。



屈臣氏表示，新门店的品类分类较之其他店铺更为精细，新推出的皮肤测试区和美妆互动区是用户较为喜欢的新体验区。公司未来将不断尝试科技智能服务。根据爆料，屈臣氏即将普及门店自提、“闪电送”等线上线下交互服务。消费者可以通过手机屈臣氏中国 App 线上下单并到指定门店自提取货，或者选择“闪电送”享受 4 小时内送货到家。

UTA 时尚管理集团中国区总裁杨大筠曾坦言，零售行业尤其是个护美妆领域不少企业近些年市场表现都有所下滑，包括丝芙兰等近些年的业绩也不甚理想，电子商务或将成为屈臣氏未来的关卡之一。此前屈臣氏经历业绩承压，一把手换帅后也遭受一定调整。今年以来，屈臣氏不断寻求变革，进行产品品类升级、门店升级，此举正是为应对电子商务带来的冲击。

（四）6月化妆品零售增长17% 创近年新高

7月17日，国家统计局发布最新零售数据：2017年6月份，社会消费品零售总额 29808 亿元，同比名义增长 11.0%（扣除价格因素实际增长 10.0%）。

其中，化妆品零售总额为 215 亿，较 5 月增长 19 亿，较去年同期增长 17%，远高于整体社会消费品零售增长水平。这是继今年前 4 个月“一路跳水”，5 月强势反弹后，化妆品零售增速再度攀升，创下近年新高。

2017 年前 6 个月的整体数据显示，2017 年 1-6 月份，社会消费品零售总额 172369 亿元，同比增长 10.4%；1-6 月份化妆品零售总额 1203 亿，同比增长 11.3%。

此外，国家统计局公布了网上零售统计数据：2017 年 1-6 月份，全国网上零售额 31073 亿元，同比增长 33.4%。其中，实物商品网上零售额 23747 亿元，增长 28.6%，占社会消费品零售总额的比重为 13.8%。

（五）潮州检验检疫局助推辖区化妆品生产企业首次出口

近日，经潮州检验检疫局检验合格，对该公司生产的 38400 个出口销售包装化妆品“香体膏”实施了检验放行。该批货物共计 800 件，货值 4 万多美元，出口至阿联酋，这标志着潮州辖区首家化妆品生产企业产品顺利出口。

潮安县嘉雅化妆品有限公司是潮州首家备案化妆品生产企业，专业加工生产销售护肤品、洁肤品、洗发护发类、化妆品，年销售值超过 1000 万元。为确保其产品顺利出口，潮州局相关人员多措并举帮助企业，先后多次进行检验检疫法规标准知识宣



传培训，指导企业完善体系文件，提升企业自检自控能力，有针对性地搜集进口国/地区相关法规、标准，帮助企业应对国外技术贸易壁垒。同时也对检验检疫各环节进行风险识别和评估，提升检验监管的科学性和有效性，确保出口化妆品质量安全。

下一步，潮州局将根据相关规定探索对出口化妆品分类管理，对上规模和产品质量稳定的企业，采用“一厂一策”的一对一帮扶，同时对应“无纸化报检、无纸化通关、无纸化签证”的三无模式，监管、检测关口前移等措施，提高通关速度，降低营业成本，使出口企业实实在在地享受检验检疫政策红利。

二、区域动态

（一）浙江舟山检出并退运一批不合格进口化妆品

7月26日，浙江舟山检验检疫局发布，近日在综合保税区内对一批韩国进口防晒霜进行抽样检测，其中12项指标的检测结果显示，该批防晒霜3项限用物质含量超标。检验检疫部门立即要求进口商暂停该批防晒霜进入流通领域，及时予以退运处理。

该批防晒霜为喷雾，共进口700箱35000件，货值13.65万美元。按照《进出口化妆品检验检疫监督管理办法》及有关规定要求，检验检疫部门工作人员对该批次货物进行了现场查验，并按照抽批要求进行了抽样检测，检测结果显示，甲氧基肉桂酸乙基己酯，水杨酸乙基己酯，丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷3种限用物质超标。因此，该批次进口化妆品被判定为不合格。

据了解，舟山检验检疫局已出具《检验检疫处理通知书》，及时发布了风险警示通报，并根据相关规定对上述货物实施退运处理。目前，进口企业已办理相关退运手续，检验检疫部门也将对后续过程进行持续监督。

近期，关于韩国进口化妆品及其他进口商品的不合格检出的报道持续升温，国家质检总局也发布了相关不合格产品的警示通报。舟山检验检疫局将持续加大对相关进口产品的监管力度，以“零容忍”的态度，将不合格产品拒之门外。

（二）广东省日化商会携手SGS助力化妆品企业快速出口东盟

近日，为践行国际“一带一路”建设发展战略，助力中国日化行业走向更广阔的国际市场，全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构SGS携手广东省日化商会成功举办“化妆品出口东盟之技术和法规解析”研讨会，以帮助企业在配方和包装标签设



计、产品标准制定、生产过程质量管控等关键环节，预先关注如何生产出符合销售地法规要求的合格化妆品，避免因不了解销售地的法规、标准而造成的不必要损失，以更顺畅和更高效的速度打入东盟市场。

广东省日化商会表示：“走进东盟是本届商会的重点工作。中国企业今天走进东盟不能再像以前那样单打独斗、各卖各的产品。我们现在要抱团走进东盟，共同推动中国民族品牌进入东盟市场；而企业走进东盟时，首先一定要是合法合规的。这也是商会携手 SGS 举办本次东盟技术和法规解析研讨会的目的。”

然而，满足销售地化妆品法规标准仅仅是中国化妆品得以顺利出口东盟的首要前提。除了知道这些相关的法规标准之外，还需要了解出口国的法规监管现状。会上，来自 SGS 认证及企业优化部的资深化妆品技术专家黄洪玲、SGS 化妆品与日化产品部技术支持工程师李继超、SGS 化妆品与日化产品部功效测试项目负责人李卓维向还为与会企业代表解读了东盟化妆品指令组成、条款、技术文件、召回案例分析、监管模式、功效宣称的临床验证等法规和技术要求，并结合实际案例分析解说。同时，SGS 技术专家列出一系列的出口东盟化妆品关注点，以便客户遇到相关问题时妥善处理。会议讨论环节，众多企业代表就东盟化妆品法规等相关问题与 SGS 专家一一探讨，并表示参加此次东盟法规培训受益匪浅，对今后推行东盟项目有很好的启发和指导性作用。

作为全球领先的第三方检测认证机构，SGS 致力于帮助企业更好地了解各个国家及地区的化妆品法规，助力中国化妆品快速打开国际市场。无论您处于化妆品及日化产品供应链的哪一个环节，SGS 均可以帮助您及时了解国内外化妆品及日化产品行业最新动向，提供化妆品及日化产品一站式解决方案：既涵盖培训和定制化辅导、成品 ISO 22716/GMP 认证、化妆品原料 GMP 标准 EFFCI 认证、供应链审核、品牌服务认证等认证及企业优化方案，也包括化妆品产品测试、宣称支持与功效测试、化妆品安全评估及文件审核、产品审核与检验等品质管理服务。

关于 SGS

SGS 是全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构，在世界各地共有 90,000 多名员工，分布在 2,000 多个分支机构和实验室，构成了全球性的服务网络。

SGS 通标标准技术服务有限公司由 SGS 集团和隶属于国家质检总局系统的中国标准科技集团共同于 1991 年成立，现已在全国建成了 50 多个分支机构和 130 多间实验室，拥有 13,000 多名训练有素的专业人员。



在中国，SGS 的服务能力已全面覆盖到工业及建筑业、汽车、矿产、石化、农产及食品、纺织品及服装鞋类、电子电气、轻工家居、玩具及婴幼儿用品、生命科学、化妆品及个人护理产品、医疗器械等多个行业的供应链上下游。凭借全球化技术优势和本地化服务理念，我们不断创新，通过一流的检测、认证服务，致力在企业组织、政府和个人间传递信任，更助力本土及全球客户加速业务成功、提升可持续发展竞争力。

作为优秀的企业公民，SGS 也始终以负责任的态度经营企业、回馈社会。如在全国各分支机构持续开展捐资助学、爱心支教、扶贫帮困、赈灾救危、保护环境等公益活动；并对办公场所进行能效评估和改造工作，减少碳排放，是可持续发展理念的积极践行者。

（三）四川成都温江区打击违法违规行为保障化妆品质量安全

近日，四川省成都市温江区市场和质量监管局对辖区内化妆品生产企业开展专项整治行动，重点查处化妆品非法生产、非法添加、非法标签和经营非法产品（以下简称“四非”）等违法违规行为，规范化妆品注册备案，保障化妆品质量安全，进一步维护消费者合法权益。

据了解，由该局医疗器械和化妆品监管科、药品监管科、执法大队组成的联合执法小组在对某日化企业进行监督检查时，发现该企业存在违反《产品质量法》《化妆品卫生监督条例》的行为。执法人员对该企业当场下达《监督意见书》，并出具《责令改正通知书》，要求企业限期整改。同时，该局还将对企业整改落实情况进行“回头看”，确保监督检查问题整改落到实处，形成一套闭环式的长效监管机制。

四川省成都市温江区市场和质量监管局表示，下一步将拉网式、全覆盖检查化妆品生产企业，严厉查处化妆品“四非”以及未按要求注册备案等违法违规行为，实现专项检查与日常监管有机结合，达到“打击一点、教育一批、警示一片”的整治成效。

（四）上海自贸试验区搭建进口化妆品平台体验馆

近日，上海外高桥国际化妆品展示交易中心体验馆（简称化妆品平台体验馆）开馆。依托浦东新区“非特”化妆品备案改革试点，充分利用自贸试验区投资贸易便利化政策和安全高效通关监管措施，这里形成一个以进口化妆品业务为核心，融贸易、展示、物流等多功能为一体，辐射上海、长三角乃至全国的进口化妆品集散中心展示交易平台。



化妆品平台体验馆位于上海自贸区保税区域富特西一路 477 号 5 号馆，占地面积近 2300 平方米，汇聚欧莱雅、雅诗兰黛、路威酩轩等国际知名品牌商近 70 家。在馆内，不少海外品牌商品是第一次在实体店展出，消费者还能现场试妆。

2017 年 3 月，上海自贸试验区率先在全国开展进口非特殊用途化妆品审批制改备案制，将事前的审批准入政策转化为事中事后监管。实施备案管理后，相关部门可在 5 个工作日内出具备案证明，较以往的审批周期大大压缩。这为企业节约更多的时间成本，国内消费者也可同步体验国际最新款的“非特”化妆品。

据了解，6 月 15 日，外高桥国际化妆品展示交易中心已完成了首批“非特”化妆品备案业务，并与上海市食品药品监督管理局以及上海市疾病控制预防中心等有关部门建立了广泛的业务联系。目前，外高桥营运中心公司已与化妆品品牌服务商上海丽人丽妆化妆品股份有限公司展开密切合作，国际几大化妆品集团的众多品牌入驻化妆品平台体验馆，初期商品品种达 1300 余个。



IV 重点企业追踪

一、上海家化正式收购 Tommee Tippee

6月28日，上海家化发布公告，公司于当日召开临时股东大会，审议并通过了包含《关于收购 Cayman A2, Ltd. 资产暨关联交易的议案》等在内的5项议案。这意味着，国际知名婴幼儿喂哺品牌 Tommee Tippee 品牌（中文名：汤美星）将正式成为上海家化品牌矩阵中的重要一员。

根据此前公布的交易方案，上海家化全资子公司 Abundant Merit Limited（简称 Merit）以现金 2.93 亿美元收购控股股东家化集团全资子公司 Arianna Global Limited（简称 Arianna）持有的婴幼儿护理用品公司 Cayman A2, Ltd.（简称 Cayman A2）的 100% 股权和相关股东债权。其中，Cayman A2 是 Tommee Tippee（中文名：汤美星）品牌的所有者。

Tommee Tippee（中文名：汤美星）品牌在全球享有较高知名度，是国际排名领先的婴儿产品公司，在英国市场占据约 40% 的市场份额，位居婴儿喂养产品生产商的第一，在美国、澳大利亚、法国等其他国家长期保持业务增长。

近年来，上海家化通过发展启初品牌，代理花王等业务全面打开母婴渠道。目前线下控制近 4000 家母婴店系统；线上与天猫、京东均为战略合作伙伴，实现了母婴市场消费者的全覆盖。

为尽快开展 Tommee Tippee（中文名：汤美星）品牌的实际业务，Tommee Tippee（中文名：汤美星）已正式入驻“孩子王”、“小红书”等平台、其京东及天猫旗舰店也即将开张。

二、The Body Shop 交易正式签约，希望进中国市场

L'Oréal SA (OREP.PA) 欧莱雅集团与巴西美容集团 Natura Cosméticos SA (NATU3.SA) 就 The Body Shop 的出售签订协议。



本月9日，全球最大美容集团 L'Oréal SA 宣布选择与 Natura Cosméticos SA 进入 The Body Shop 交易的排他性谈判，出人意料地让一众私募买家同时出局。

Natura Cosméticos SA 的出价给予该英国天然美容品牌 10 亿欧元的企业价值。该集团希望借助在全球设有约 2,800 间专门店的 The Body Shop 进一步打开国际市场，同时让该品牌与旗下另外两大天然护肤品牌 Aēsop 和 Natura Brasil 产生协同效应。集团首席执行官 João Paulo Ferreira 在月初的交易分析师电话会议上，称 The Body Shop 和 Natura 在一定程度上犹如双胞胎，过去一直平行发展，现在它们的道路终于会合。至于 Aēsop，该集团在 2012 年 12 月以 6,800 万澳元收购 65% 的股权，并于 2016 年 12 月形成全资控股。

成立于 1969 年的 Natura Cosméticos SA 预计整合 The Body Shop 业务后，整体年收入将上升至 115 亿巴西亚雷尔，约合 35 亿美元，员工和门店总数也将分别增加至 1.7 万人和 3,200 店，而且国际收入的占比会提升至一半，不再只依赖国内中产阶级推动增长。

该集团管理层特别提到国际市场上对 The Body Shop、Aēsop 和 Natura Brasil 都拥有巨大扩张潜力的中国内地市场。副总裁 Robert Chatwin 月初指出 The Body Shop 有潜质可以覆盖 150 个城市，现在已经接近 100 个，而剩下的 50 个城市当中 42 个会在中国内地。

Natura Cosméticos SA 垂涎庞大的中国内地市场 希望将 The Body Shop、Aēsop 和 Natura Brasil 全部引进，按收入计 Natura Cosméticos SA 目前已经是巴西最大美容产品集团，集团管理层月初透露将以银行贷款支付对 The Body Shop 的并购，并在签署收购合同支付全款。现在交易还需要通过巴西和美国反垄断机构的批准，预计今年内可完成交割。

数据显示，由 Anita Roddick 在 1976 年成立的 The Body Shop 在一季度录得 2.3% 的可比收入升幅，实际收入则下滑 1.4% 至 1.972 亿欧元。2016 财年收入为 9.208 亿欧元，按年减少 4.8%，可比销售微增 0.6%，远逊 L'Oréal SA 欧莱雅集团整体 4.7% 的增速；营业利润锐减 38% 至 3,380 万欧元，营业利润率跌破 4%，而集团的营业利润率达 17.6%。

L'Oréal SA 欧莱雅集团在 2006 年以 6.523 亿英镑收购 The Body Shop，面对涌现的竞争对手这个倡导天然的品牌自身发展并不进取，从 2007 年至今该品牌仅实



现 17% 的收入增长，而且 2012 年至今盈利逐年收缩。今年 2 月 L'Oréal SA 欧莱雅集团宣布出售，并引来全球的投资买家和同行竞投。

L'Oréal SA 欧莱雅集团表示：Natura Cosméticos SA 是能够培育 The Body Shop 品牌 DNA 的最佳新拥有者，The Body Shop 主席兼 CEO Jeremy Schwartz 也指出 Natura Cosméticos SA 的道德价值和专业知识使其成为“完美的新东家”。

三、美妆小镇添丁 总投资 3.5 亿元全智能化彩妆工厂入驻

继 6 月 1 日中国美妆小镇签约爱茉莉太平洋彩妆代工商 COSON（蔻丝恩）后，近日，又迎来另一个彩妆生产型企业入驻。

据了解，最新入驻的企业为梦蝶飞彩妆科技有限公司（以下简称梦蝶飞公司），是一家全智能彩妆加工科技型企业，其经营方向为：解决化妆品制造过程中的挑战（项目实施时间，配方，包材创新及罐装），为化妆品行业及消费者提供多元化选择及可持续发展的工艺路线，以全新工艺的路线降低能耗和材料损耗，大大减轻传统工艺对环境的污染，同时节约成本及市场反应时间。

资料显示，梦蝶飞公司背景及实力相当雄厚，拥有德国著名设计公司 DB、法国宝诗集团及国内众多供应商，团队成员具备广泛人脉及强劲的业务开发、产品研发、营运能力，其中不少来自 Albea、HCP、Intercos、Avon 等行业领军企业。

而此次与中国美妆小镇签约的项目为全智能化彩妆工厂——梦蝶飞化妆品项目，总用地约 114.66 亩，总投资达 3.5 亿元，与 COSON（蔻丝恩）一样，是入驻美妆小镇的少有的彩妆类项目。

需要指出的是，截至今年 5 月底，入驻中国美妆小镇的企业已达 25 家，项目达 32 个，总投资突破了 100 亿元。随着梦蝶飞化妆品项目的签约，中国美妆小镇的项目矩阵及总投资额无疑又上了一个新台阶。



V 行业信贷机会风险分析

图表 10：2017 年 8 月中国日化行业机会、风险分析

序号	指标	风险	机会
1	行业环境	中国日化行业整体放缓。	部分国内企业则通过差异化的产品策略及高端品牌形象的持续积累，形成差异化的产品优势
2	经营情况	电商和海淘对国内高端化妆品冲击不小，日韩品牌升温。	中国有 200 多个正在兴起的新兴城市，有 5 亿潜在消费者，有全球第一的中产阶级群体
3	居民消费水平	居民的可支配收入得到提高，也加速了中国消费者日益成熟，对于高品质产品的诉求不断提高	将带动健康护理用品的需求，促进行业的蓬勃发展 and 效益增长，从而推动行业规模不断扩大。
4	城镇化加快	城市化进程的加快促使城乡差异逐步缩小，带动农村居民生活习惯不断改善，对健康护理用品的使用量增加	我国二三线城市及新兴城镇经济快速发展，中高端消费群体与低端消费群体均广泛存在，居民对健康护理用的消费需求越来越强，成为未来拉动市场增长新动力。

贷款建议：以国家产业政策为导向，客户定位于持续经营能力较强的优势企业，并根据不同类型客户的经营特点及及风险特征，采取差异化信贷策略，加大产品组合运用，完善金融服务方案，提升综合收益。

资料来源：银联信




免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。



北京银联信科技股份有限公司

地 址：北京市西城区广安门外大街 248 号机械大厦 17 层

邮 编：100055

电 话：010-63368810/ 63261003

传 真：010-63439628