

2017年第6期

# 中国日化行业研究月报

2017年6月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.

[www.unbank.info](http://www.unbank.info)



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.....	12
二、财政货币政策.....	14
(一) 财政政策.....	14
(二) 货币政策.....	16
II 本月关注.....	19
一、工商总局发布深入实施商标品牌战略意见.....	19
二、食药监总局：5 批次防晒类化妆品不合格.....	19
三、纳爱斯集团 150g 香皂全部实现自动包装.....	20
四、温州质检：3 款进口儿童洗涤产品去污功能不达标.....	21
III 本月行业快讯.....	22
一、行业要闻.....	22
(一) 江苏检验检疫局发布 2016 白皮书，1494 批进口食品化妆品不合格.....	22
(二) 财政部：化妆品等广告费支出部分予以税前扣除.....	22
(三) 化妆品监督抽样走进南充，采集面膜类化妆品样品 44 批次.....	23
(四) 香港 4 月零售业销售额同比微升 0.1%，药物及化妆品升 4.8%.....	23
(五) 浙江首个日化行业“浙江制造”团体标准通过评审.....	24
二、区域动态.....	24
(一) 福建首家日本跨境电商平台正式运营，与日本日化行业最大供应商达成合作.....	24
(二) 2017 年前四个月漳州化妆品出口增长形势喜人.....	25
(三) 汕头发布首批 28 项化妆品团体标准.....	26
IV 重点企业追踪.....	27



一、蓝月亮洗衣液：用产品创新推动洗衣液消费升级.....	27
二、上海家化公司研究报告：一季度业绩小幅改善，多销售渠道齐发力 .....	28
三、免洗洁精去污餐具正式来袭山东生物海瓷技术发布会在京举行 .....	29
四、中国美妆市场大揭秘，百雀羚成中国最受欢迎护肤品 .....	30
V 行业信贷机会风险分析 .....	31



## 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 4 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势 .....	7
图表 4: 2017 年 4 月工业生产者购进价格涨跌幅走势 .....	7
图表 5: 2017 年 4 月生产资料出厂价格涨跌幅走势 .....	8
图表 6: 2017 年 4 月生活资料出厂价格涨跌幅走势 .....	8
图表 7: 2017 年 4 月全国居民消费价格涨跌幅 .....	10
图表 8: 2017 年 4 月全国居民消费价格分类别同比涨跌幅 (%) .....	11
图表 9: 2017 年 4 月全国居民消费价格分类别环比涨跌幅 .....	12
图表 10: 2017 年 6 月中国日化行业机会、风险分析 .....	31



## I 宏观经济

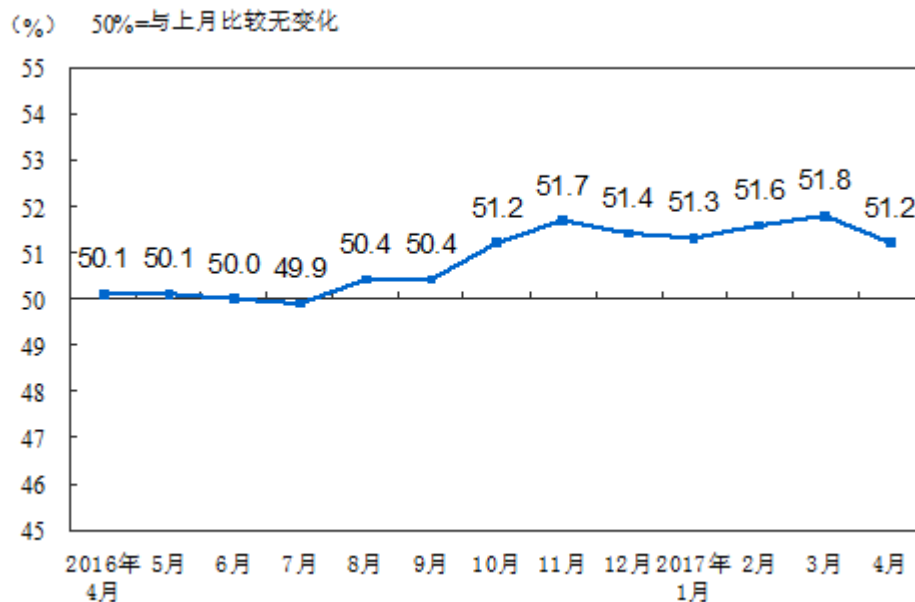
### 一、本月宏观经济运行

#### (一) 中国制造业经理采购指数

##### 1、中国制造业采购经理指数

2017年4月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.2%，比上月回落0.6个百分点，继续位于扩张区间。

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

企业规模看，大型企业 PMI 为 52.0%，低于上月 1.3 个百分点，继续保持在扩张区间；中型企业 PMI 为 50.2%，比上月回落 0.2 个百分点；小型企业 PMI 为 50.0%，连续两个月上升，高于上月 1.4 个百分点，升至临界点，为近两年来的高点，企业经营状况有所改善。

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、新订单指数和供应商配送时间指数高于临界点，原材料库存指数和从业人员指数低于临界点。



生产指数为 53.8%，比上月回落 0.4 个百分点，仍处于扩张区间，表明制造业生产继续保持增长，但增幅收窄。

新订单指数为 52.3%，低于上月 1.0 个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求延续扩张走势，增速有所放缓。

从业人员指数为 49.2%，比上月下降 0.8 个百分点，降至临界点以下，表明制造业企业用工量有所减少。

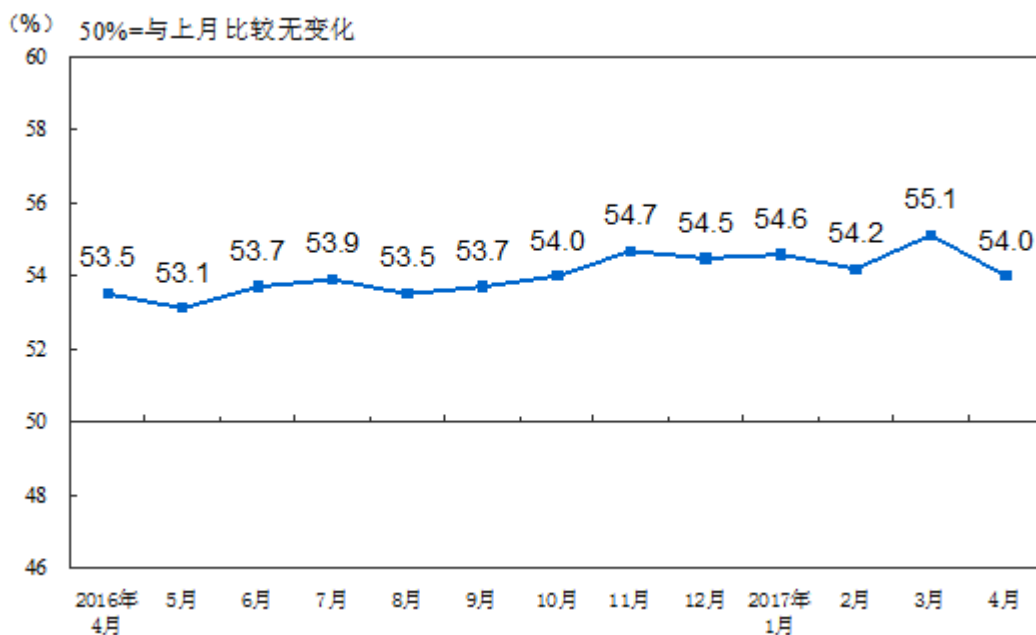
原材料库存指数为 48.3%，与上月持平，继续低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续下降。

供应商配送时间指数为 50.5%，比上月上升 0.2 个百分点，高于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间继续加快。

## 2、中国非制造业商务活动指数

2017 年 4 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.0%，比上月回落 1.1 个百分点，高于去年同期 0.5 个百分点，非制造业延续扩张态势，增速有所放缓。

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 52.6%，低于上月 1.6 个百分点，高于去年同期 0.1 个百分点，服务业总体上继续保持增长态势。其中零售业、铁路运输业、航空



运输业、邮政业、住宿业、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等行业商务活动指数均位于 55.0% 及以上的较高景气区间，业务总量较快增长。道路运输业、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数仍位于临界点以下，业务总量持续回落。建筑业商务活动指数为 61.6%，比上月上升 1.1 个百分点，扩张速度继续加快。

新订单指数为 50.5%，低于上月 1.4 个百分点，但位于扩张区间，表明非制造业市场需求增速有所回落。分行业看，服务业新订单指数为 49.7%，比上月下降 2.0 个百分点，落至临界点以下。建筑业新订单指数为 55.4%，比上月上升 2.1 个百分点，继续高于临界点。

投入品价格指数为 51.7%，低于上月 0.6 个百分点，仍位于扩张区间，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅有所下降。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.5%，比上月上升 0.5 个百分点。建筑业投入品价格指数为 52.8%，比上月回落 7.0 个百分点。

销售价格指数为 50.2%，高于上月 0.5 个百分点，重回临界点之上，表明非制造业销售价格总体水平有所上升。分行业看，服务业销售价格指数为 49.7%，比上月上升 0.8 个百分点。建筑业销售价格指数为 53.1%，比上月回落 1.2 个百分点。

从业人员指数为 49.5%，比上月回升 0.4 个百分点，仍位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量降幅收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.1%，比上月回升 0.3 个百分点。建筑业从业人员指数为 51.9%，高于上月 1.1 个百分点。

业务活动预期指数为 59.7%，比上月回落 1.6 个百分点，继续位于较高景气区间。

## （二）工业生产者价格变动情况

2017 年 4 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 6.4%，环比下降 0.4%。工业生产者购进价格同比上涨 9.0%，环比下降 0.3%。1-4 月份平均，工业生产者出厂价格同比上涨 7.2%，工业生产者购进价格同比上涨 9.3%。



图表 3：2017 年 4 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 4 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 8.4%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 28.3%，原材料工业价格上涨 13.0%，加工工业价格上涨 5.2%。生活资料价格同比上涨 0.7%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.5%，衣着价格上涨 1.5%，一般日用品价格上涨 1.4%，耐用消费品价格下降 0.1%。



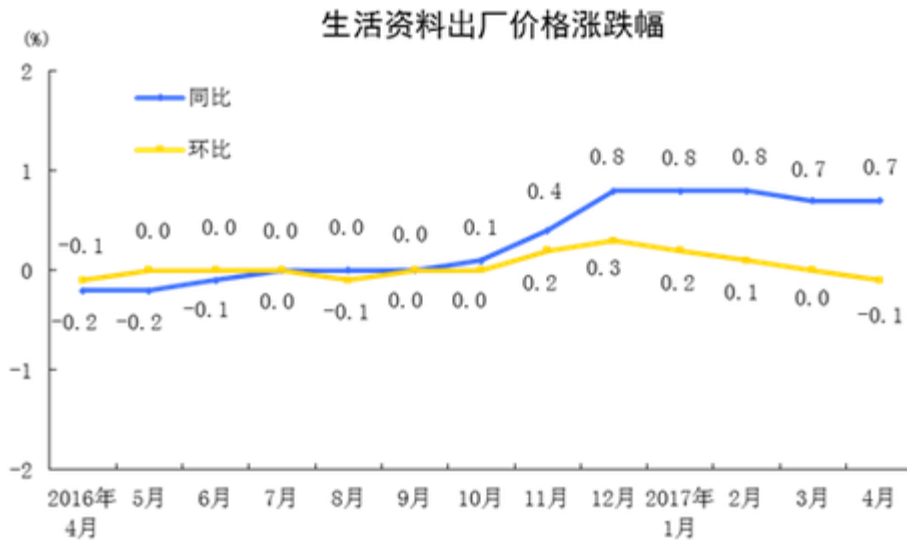


图表 5：2017 年 4 月生产资料出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 6：2017 年 4 月生活资料出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

据测算，在 4 月份 6.4%的工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为 5.1 个百分点，新涨价因素约为 1.3 个百分点。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格同比上涨 17.6%，黑色金属材料类价格上涨 17.3%，有色金属材料及电线类价格上涨 15.4%，化工原料类价格上涨 8.1%。

## 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 0.6%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.4 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.2%，原材料工业价格下降 0.8%，加工工业价格下降 0.4%。生活资料价格环比下降 0.1%。其中，食品价格下降 0.2%，衣着价格持平（涨跌幅度为 0），一般日用品价格下降 0.1%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格环比下降 1.1%，化工原料类价格下降 1.0%，燃料动力类价格下降 0.3%，有色金属材料及电线类价格下降 0.1%。

### （三）居民消费价格变动情况

2017 年 4 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 1.2%。其中，城市上涨 1.3%，农村上涨 0.8%；食品价格下降 3.5%，非食品价格上涨 2.4%；消费品价格上涨 0.2%，服务价格上涨 2.9%。1-4 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.4%。

4 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 0.1%。其中，城市上涨 0.1%，农村持平；食品价格下降 0.6%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格下降 0.1%，服务价格上涨 0.4%。



图表 7：2017 年 4 月全国居民消费价格涨跌幅



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

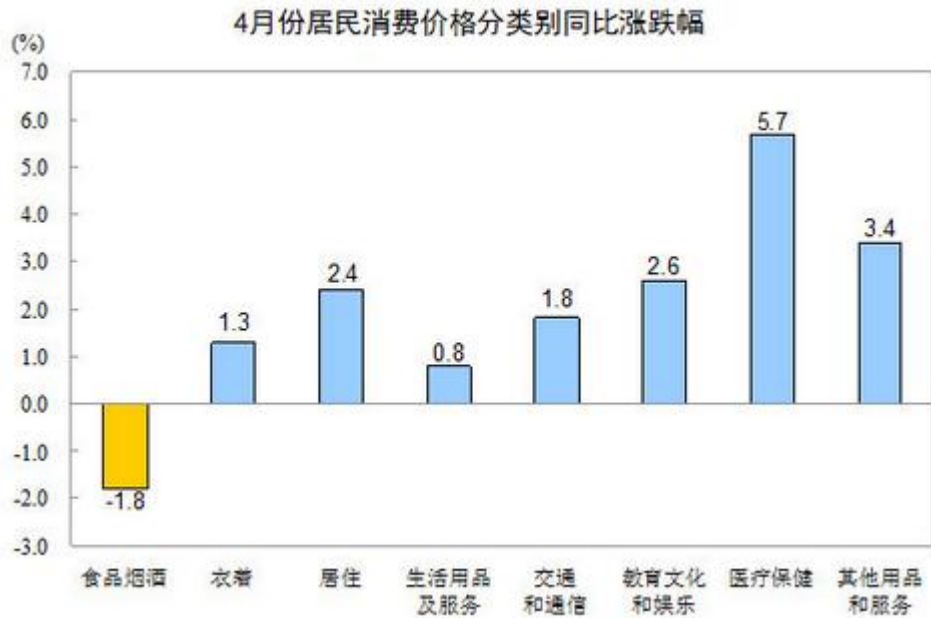
4 月份，食品烟酒价格同比下降 1.8%，影响 CPI 下降约 0.56 个百分点。其中，鲜菜价格下降 21.6%，影响 CPI 下降约 0.65 个百分点；蛋价格下降 11.4%，影响 CPI 下降约 0.07 个百分点；畜肉类价格下降 4.6%，影响 CPI 下降约 0.23 个百分点（猪肉价格下降 8.1%，影响 CPI 下降约 0.24 个百分点）；水产品价格上涨 5.9%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；鲜果价格上涨 5.9%，影响 CPI 上涨约 0.10 个百分点；粮食价格上涨 1.5%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

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 3.4%，教育文化和娱乐价格上涨 2.6%，居住价格上涨 2.4%，交通和通信、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 1.8%、1.3%和 0.8%。

据测算，在 4 月份 1.2%的居民消费价格总水平同比涨幅中，去年价格上涨的翘尾因素约为 0.6 个百分点，新涨价因素约为 0.6 个百分点。



图表 8：2017 年 4 月全国居民消费价格分类别同比涨跌幅（%）



数据来源：国家统计局 银联信

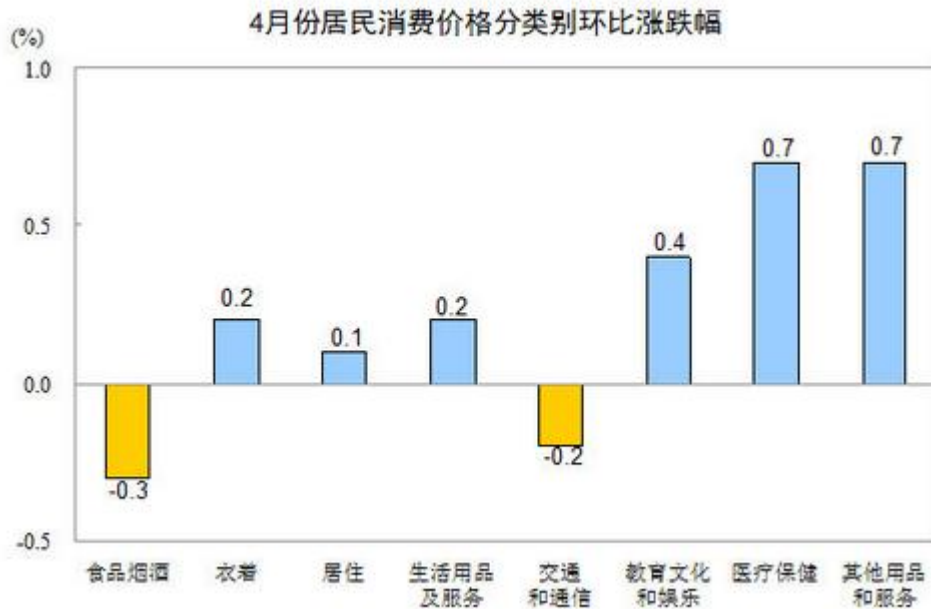
## 2、各类商品及服务价格环比变动情况

4 月份，食品烟酒价格环比下降 0.3%，影响 CPI 环比下降约 0.09 个百分点。其中，鲜菜价格下降 5.0%，影响 CPI 下降约 0.12 个百分点；畜肉类价格下降 1.2%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点（猪肉价格下降 2.0%，影响 CPI 下降约 0.05 个百分点）；鲜果价格上涨 1.9%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；水产品价格上涨 1.5%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

其他七大类价格环比六涨一降。其中，医疗保健、其他用品和服务价格均上涨 0.7%，教育文化和娱乐价格上涨 0.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨 0.2%，居住价格上涨 0.1%；交通和通信价格下降 0.2%。



图表 9：2017 年 4 月全国居民消费价格分类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

#### （四）进出口情况分析

据海关统计，2017 年前 4 个月，我国货物贸易进出口总值 8.42 万亿元人民币，比去年同期增长 20.3%。其中，出口 4.57 万亿元，增长 14.7%；进口 3.85 万亿元，增长 27.8%；贸易顺差 7150 亿元，收窄 26.2%。

4 月份，我国进出口总值 2.22 万亿元，增长 16.2%。其中，出口 1.24 万亿元，增长 14.3%；进口 9791 亿元，增长 18.6%；贸易顺差 2623 亿元，扩大 0.6%。

前 4 个月，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

前 4 个月，我国一般贸易进出口 4.75 万亿元，增长 21.6%，占我国进出口总值的 56.5%，比去年同期提升 0.6 个百分点；其中，出口 2.44 万亿元，增长 12.1%；进口 2.31 万亿元，增长 33.5%。同期，加工贸易进出口 2.4 万亿元，增长 15.5%，占 28.5%，比去年同期下滑 1.2 个百分点；其中，出口 1.53 万亿元，增长 14.2%；进口 8692 亿元，增长 18%。



此外，我国以海关特殊监管方式进出口 8661.3 亿元，增长 17%，占我外贸总值的 10.3%。其中出口 2639.9 亿元，增长 0.7%，占出口总值的 5.8%；进口 6021.4 亿元，增长 25.9%，占进口总值的 15.6%。

## 2、对欧美日东盟等市场进出口增长

前 4 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 1.24 万亿元，增长 15.5%，占我外贸总值的 14.8%。其中，我对欧盟出口 7507.6 亿元，增长 13.5%；自欧盟进口 4936 亿元，增长 18.6%；对欧贸易顺差 2571.6 亿元，扩大 4.8%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 1.18 万亿元，增长 20.3%，占我外贸总值的 14%。其中，我对美国出口 8333.5 亿元，增长 17.8%；自美国进口 3441.3 亿元，增长 26.8%；对美贸易顺差 4892.2 亿元，扩大 12.2%。

前 4 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟双边贸易总额为 1.06 万亿元，增长 24.2%，占我国进出口总值的 12.5%。其中，对东盟出口 5830.2 亿元，增长 18.3%；进口 4730.6 亿元，增长 32.3%；贸易顺差 1099.6 亿元，收窄 18.7%。日本为我国第四大贸易伙伴，中日贸易总值 6404.9 亿元，增长 17.9%，占我国外贸进出口总值的 7.6%。其中，对日出口 2992.5 亿元，增长 13.2%；自日进口 3412.4 亿元，增长 22.3%；贸易逆差 419.9 亿元，扩大 1.9 倍。

## 3、民营企业进出口占比提升

前 4 个月，我国民营企业进出口 3.17 万亿元，增长 21.7%，占我外贸总值的 37.6%，较去年同期提升 0.4 个百分点。其中，出口 2.1 万亿元，增长 17.9%，占出口总值的 45.9%，继续保持出口份额居首的地位；进口 1.07 万亿元，增长 29.8%，占进口总值的 27.8%。同期，外商投资企业进出口 3.75 万亿元，增长 14.9%，占我外贸总值的 44.5%。其中，出口 1.98 万亿元，增长 11.9%，占出口总值的 43.4%；进口 1.77 万亿元，增长 18.4%，占进口总值的 45.9%。

此外，国有企业进出口 1.47 万亿元，增长 34.1%，占我外贸总值的 17.5%。其中，出口 4847 亿元，增长 12.8%，占出口总值的 10.6%；进口 9858 亿元，增长 47.9%，占进口总值的 25.6%。

## 4、机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力

前 4 个月，我国机电产品出口 2.64 万亿元，增长 14.1%，占出口总值的 57.7%。其中，电器及电子产品出口 1.16 万亿元，增长 12.7%；机械设备 7727.2 亿元，增长



12.9%。同期，服装出口 2995.3 亿元，增长 8.7%；纺织品 2281.2 亿元，增长 8.1%；家具 1082.3 亿元，增长 10.6%；鞋类 1036.5 亿元，增长 14.2%；塑料制品 817.5 亿元，增长 21.2%；箱包 555.4 亿元，增长 18.7%；玩具 383.4 亿元，增长 46.2%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 9151.6 亿元，增长 12.2%，占出口总值的 20%。此外，肥料出口 696 万吨，减少 13.4%；钢材 2721 万吨，减少 25.8%；汽车 26 万辆，增加 37.9%。

#### 5、铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升

前 4 个月，我国进口铁矿砂 3.53 亿吨，增加 8.6%，进口均价为每吨 553.4 元，上涨 73.8%；原油 1.39 亿吨，增加 12.5%，进口均价为每吨 2680.5 元，上涨 59.7%；煤 8949 万吨，增加 33.2%，进口均价为每吨 615.1 元，上涨 96.3%；成品油 1017 万吨，减少 0.7%，进口均价为每吨 3304.5 元，上涨 42.2%；天然气 2011 万吨，增加 5.4%，进口均价为每吨 2190.4 元，上涨 4.9%；初级形状的塑料 952 万吨，增加 15.6%，进口均价为每吨 1.14 万元，上涨 12.5%；钢材 456 万吨，增加 7.8%，进口均价为每吨 7237.9 元，上涨 11.7%；未锻轧铜及铜材 145 万吨，减少 22.9%，进口均价为每吨 4.36 万元，上涨 31%。

此外，机电产品进口 1.66 万亿元，增长 14.5%；其中汽车 36 万辆，增加 22.7%。

#### 6、4 月中国外贸出口先导指数环比回升

4 月，中国外贸出口先导指数为 40.7，较上月回升 0.5。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回升 1 至 44.8；新增出口订单指数、企业综合成本指数分别回升 1.8、1.2 至 48.2、23.2，出口经理人信心指数回落 0.4 至 50.5。

## 二、财政货币政策

### （一）财政政策

#### 1、一般公共预算收入情况

4 月份，全国一般公共预算收入 16784 亿元，同比增长 7.8%。其中，中央一般公共预算收入 8213 亿元，同比增长 6.9%；地方一般公共预算本级收入 8571 亿元，同比增长 8.6%。全国一般公共预算收入中的税收收入 14458 亿元，同比增长 4.9%。

主要收入项目情况如下：



(1) 国内增值税 5084 亿元，同比下降 11.2%。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(去年同月营业税大幅增长 74.8%)等影响，改征增值税下降 33.1%，同比减少 1191 亿元，拉低本月税收收入增幅 8.6 个百分点。

(2) 国内消费税 968 亿元，同比增长 17.9%。主要是部分地区集中入库的卷烟消费税增加较多。

(3) 企业所得税 4515 亿元，同比增长 17.9%。

(4) 个人所得税 928 亿元，同比增长 8.4%。其中，财产转让所得税增长 1.5%(去年同月增长 50.6%)，比一季度明显回落。

(5) 进口货物增值税、消费税 1248 亿元，同比增长 26.3%；关税 237 亿元，同比增长 8.4%。主要是受部分进口大宗商品量价齐升、一般贸易进口增长 22.1%的带动。

(6) 出口退税 1143 亿元，同比增长 21.3%。

(7) 城市维护建设税 383 亿元，同比下降 9.5%。

(8) 车辆购置税 236 亿元，同比增长 22.8%。

(9) 印花税 214 亿元，同比下降 3.5%。其中，证券交易印花税 119 亿元，同比下降 9.2%。

(10) 资源税 112 亿元，同比增长 87%。主要是部分矿产品价格上涨，以及去年 7 月 1 日起全面推开资源税改革、对绝大多数矿产品实行从价计征带来翘尾增收。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税 401 亿元，同比增长 27.1%；土地增值税 413 亿元，同比增长 8.9%；房产税 397 亿元，同比增长 26.2%；耕地占用税 70 亿元，同比增长 63.1%；城镇土地使用税 315 亿元，同比增长 18.3%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 80 亿元，同比增长 15.2%。

1-4 月累计，全国一般公共预算收入 61150 亿元，同比增长 11.8%。其中，中央一般公共预算收入 28372 亿元，同比增长 13.6%；地方一般公共预算本级收入 32778 亿元，同比增长 10.3%。全国一般公共预算收入中的税收收入 52252 亿元，同比增长 11.8%；非税收入 8898 亿元，同比增长 12.1%。





初步分析，受部分经济指标增速回落、减税降费政策效应进一步显现等影响，后期收入增幅可能继续呈放缓走势。

## 2、一般公共预算支出情况

4月份，全国一般公共预算支出13636亿元，同比增长3.8%。其中，中央一般公共预算本级支出2674亿元，同比增长3%；地方一般公共预算支出10962亿元，同比增长3.9%。本月支出增幅较低，与前期加快支出进度有较大关系。

1-4月累计，全国一般公共预算支出59553亿元，同比增长16.3%。其中，中央一般公共预算本级支出8441亿元，同比增长10.4%；地方一般公共预算支出51112亿元，同比增长17.4%。

从主要支出项目情况看：教育支出8934亿元，增长15.4%；科学技术支出1620亿元，增长27.9%；文化体育与传媒支出702亿元，增长9.7%；社会保障和就业支出9922亿元，增长21.9%；医疗卫生与计划生育支出5149亿元，增长19.7%；城乡社区支出5534亿元，增长14.4%；农林水支出4098亿元，增长3.2%；交通运输支出3177亿元，增长20%；住房保障支出1723亿元，增长35.4%；债务付息支出1789亿元，增长34.5%。

## 3、全国政府性基金预算收支情况

### (1) 政府性基金收入情况

1-4月累计，全国政府性基金收入15382亿元，同比增长32.7%。分中央和地方看，中央政府性基金收入1263亿元，同比增长29.1%；地方政府性基金本级收入14119亿元，同比增长33.1%，其中国有土地使用权出让收入12767亿元，同比增长36.4%。

### (2) 政府性基金支出情况

1-4月累计，全国政府性基金支出10888亿元，同比增长23.7%。分中央和地方看，中央政府性基金本级支出184亿元，同比下降23.2%；地方政府性基金相关支出10704亿元，同比增长25%，其中国有土地使用权出让收入相关支出9555亿元，同比增长25.3%。

## (二) 货币政策

### 1、广义货币增长10.5%，狭义货币增长18.5%



4月末, 广义货币(M2)余额 159.63 万亿元, 同比增长 10.5%, 增速分别比上月末和上年同期低 0.1 个和 2.3 个百分点; 狭义货币(M1)余额 49.02 万亿元, 同比增长 18.5%, 增速分别比上月末和上年同期低 0.3 个和 4.4 个百分点; 流通中货币(M0)余额 6.84 万亿元, 同比增长 6.2%。当月净回笼现金 212 亿元。

#### 2、当月人民币贷款增加 1.1 万亿元, 外币贷款减少 54 亿美元

4月末, 本外币贷款余额 117.65 万亿元, 同比增长 12.8%。月末人民币贷款余额 111.92 万亿元, 同比增长 12.9%, 增速比上月末高 0.5 个百分点, 比上年同期低 1.5 个百分点。当月人民币贷款增加 1.1 万亿元, 同比多增 5422 亿元。分部门看, 住户部门贷款增加 5710 亿元, 其中, 短期贷款增加 1269 亿元, 中长期贷款增加 4441 亿元; 非金融企业及机关团体贷款增加 5087 亿元, 其中, 短期贷款增加 1554 亿元, 中长期贷款增加 5226 亿元, 票据融资减少 1983 亿元; 非银行业金融机构贷款增加 140 亿元。

月末外币贷款余额 8313 亿美元, 同比增长 4.2%, 当月外币贷款减少 54 亿美元。

#### 3、当月人民币存款增加 2631 亿元, 外币存款增加 53 亿美元

4月末, 本外币存款余额 161.27 万亿元, 同比增长 10.3%。月末人民币存款余额 155.91 万亿元, 同比增长 9.8%, 增速分别比上月末和上年同期低 0.5 个和 3.1 个百分点。当月人民币存款增加 2631 亿元, 同比少增 5692 亿元。其中, 住户存款减少 1.22 万亿元, 非金融企业存款增加 452 亿元, 财政性存款增加 6425 亿元, 非银行业金融机构存款增加 5337 亿元。月末外币存款余额 7775 亿美元, 同比增长 16.6%, 当月外币存款增加 53 亿美元。

4、4 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.65%, 质押式债券回购月加权平均利率为 2.8%

4 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 56.53 万亿元, 日均成交 2.98 万亿元, 日均成交比上年同期下降 1.7%。其中, 同业拆借日均成交同比下降 12.3%, 现券日均成交同比下降 23.5%, 质押式回购日均成交同比增长 7.9%。

4 月份同业拆借加权平均利率为 2.65%, 分别比上月和上年同期高 0.03 个和 0.54 个百分点; 质押式回购加权平均利率为 2.8%, 比上月低 0.04 个百分点, 比上年同期高 0.69 个百分点。



5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 3369 亿元，直接投资人民币结算业务发生 915 亿元

4 月份，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 2515 亿元、854 亿元、260 亿元、655 亿元。



## II 本月关注

### 一、工商总局发布深入实施商标品牌战略意见

5月17日，国家工商总局发布了《关于深入实施商标品牌战略 推进中国品牌建设 的意见》。《意见》明确提出，全国工商和市场监管部门在“十三五”时期实施商标品牌战略的主要目标和任务，是推动我国从商标大国向商标强国转变，推动中国产品向中国品牌转变。

《意见》以贯彻落实我国经济社会发展总体规划，保持商标战略政策的连续性、稳定性和长期性，正确处理政府、企业与市场的关系，充分尊重企业商标品牌建设规律，全力打造商标品牌建设新格局为主体思路。

《意见》从深化商标注册管理体制、切实加强注册商标行政保护、全面构建品牌培育服务体系、统筹推进产业区域品牌建设、大力开拓品牌发展国际空间等五个方面着手，提出持续推进商标注册便利化、商标监管规范化、品牌服务社会化、市场化改革以及促进中国商标品牌国际化等 21 项战略任务措施，构建了全面推进品牌建设工作体系。

下一步，工商总局将召开全国工商和市场监管部门商标品牌战略实施工作会议，做好动员部署工作。

### 二、食药监总局：5批次防晒类化妆品不合格

5月24日，国家食品药品监督管理总局官网发布通告(总局关于5批次防晒类化妆品不合格的通告(2017年第80号))称，经辽宁省药品检验检测院、黑龙江省食品药品检验检测所和吉林省食品检验所检验，标示为托尼魅力化妆品(深圳)有限公司、广州澳希亚实业有限公司等5家企业代理(生产)的5批次防晒类化妆品不合格。

据通告，涉及的标示代理(生产)企业、不合格产品为：托尼魅力化妆品(深圳)有限公司代理的托尼魅力细腻清爽防晒霜(进口国韩国)；广州澳希亚实业有限公司代理的赫拉水透亲肤防晒液(进口国澳大利亚)；深圳市绿馨颜日用化妆品有限公司生产的



柏氏轻透隔离防晒乳(自然色); 佛山市南海区黄岐嘉纯生物工程有限公司生产的美健丽防晒霜; 天津盛世永业科技发展有限公司生产的十月天使盈润清透防晒液。

通告中指出, 上述产品的代理(生产)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。天津市和广东省食品药品监督管理局正在对相关企业进行核查。国家食品药品监督管理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(市)食品药品监督管理局核实后依法督促相关代理(生产)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; 对仅标识不符合规定的产品, 责令相关代理(生产)企业限期改正后可继续上市销售; 对涉嫌假冒的产品, 要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。相关省(市)食品药品监督管理局于2017年6月16日前将查处情况报国家食品药品监督管理总局。

### 三、纳爱斯集团150g香皂全部实现自动包装

从香肥皂车间生产线上一眼望去, 一块块香气扑鼻、手感舒服、外观圆润、触感柔软细腻的香皂从打印机鱼贯而出, 进入自动包装机, 迅速“穿”上行业内特有的品牌软包装外衣, 再下线入箱, 自动包装一气呵成。这一幕是150g香皂生产包装自动化取得新突破后的生产一景。

150g纳爱斯香皂已全部实现自动包装, 这一项目的成功突破, 标志着集团主要大产品的包装生产自动化改造全部完成。根据目前最新设备运行情况显示, 新改造的包装机提速明显, 自动包装速度是去年的2倍多, 人均包装生产效率是原来的3.5倍。

150g纳爱斯香皂已有近30年的生产历程, 投放市场以来一直深受消费者喜爱, 销量长盛不衰, 其特有的香味、柔软的皂体和高质量的软纸包装一直沿用至今。正是这些消费者喜欢的产品特质, 给行业内的自动包装设备供应商和我集团设备技术人员“制造”了不少难题, 香皂包装自动化从立项开始就成了一块“难啃的骨头”。为了攻克这道难关, 设备处牵头相关部门、车间与国内外行业知名供应商开展了数年的设备开发测试、包装纸试验和质量改进提升等一系列攻关, 最终成功突破。设备供应商由衷地称赞: “纳爱斯对产品质量的要求很高, 任何一点小的瑕疵都不放过, 这种以消费者为中心, 精益求精的工匠精神正是我们装备制造业所需要的。”



纳爱斯香皂历史悠久、品牌内涵独特、品质深受大众信赖，在不投入任何广告宣传仅采取自然销售，销售收入也十分可观。目前经自动化包装改造后，生产成本更低、产品品质再提升。

#### 四、温州质检：3款进口儿童洗涤产品去污功能不达标

温州出入境检验检疫局公布了近期对进口儿童用品的抽检结果，在抽检的 31 批次进口儿童用品中，3 款分别来自德国、英国及俄罗斯的儿童洗涤产品的功能达不到我国国家推荐标准，主要是去污能力不达标。

2017 年 3 月底启动此次专项进口儿童产品抽检，从温州市各大进口商品销售中心及进口渠道抽取了 31 批次进口儿童产品，包括儿童纸尿裤、儿童学饮杯、婴儿湿巾、婴儿餐具清洗剂、婴儿洗衣液、儿童洗衣粉、尿布洗涤粉、儿童书包等，然后再送至国内权威实验室检测。

由于国家推荐标准并不是强制标准，进口产品本身没有在包装上标明按照我国哪项推荐标准执行，即使达不到国家推荐标准，相应产品仍不能判定为不合格产品，也不能从市场上强制撤柜或退运。据了解，这些达不到国家推荐标准的洗涤产品目前仍在市场上销售，但是检验检疫部门已通知相关商家，希望商家主动撤柜。

此次专项抽检，检验检疫部门重点关注这些儿童进口产品是否符合我国强制性安全卫生标准，对儿童学饮杯主要检测蒸发残渣、高锰酸钾消耗量、重金属、脱色试验等理化指标；对婴儿洗衣液主要检测总活性物、pH、总五氧化二磷、规定污布的去污力项目；对儿童洗衣粉、尿布洗涤粉主要检测表观密度、总活性物、总五氧化二磷、游离碱、pH、规定污布的去污力等指标；对儿童书包主要检测甲醛含量。检测结果显示，这些儿童进口产品的主要指标均符合要求，不过儿童书包的标签标识存在不合格的情况，同时也无产品型号、标准编号等。



### III 本月行业快讯

#### 一、行业要闻

(一) 江苏检验检疫局发布2016白皮书，1494批进口食品化妆品不合格

5月9日，江苏检验检疫局发布《江苏检验检疫白皮书2016》，详细披露江苏省人员和货物出入境检验检疫情况。

去年，江苏检验检疫系统共检出不合格商品金额70.51亿美元，金额不合格率同比上升1.6%。受理工业品退运货物申报8776批、货值3.25亿美元，同比减少14.8%和54.9%。抽检发现的不合格商品主要涉及一次性使用卫生用品、儿童用品、空气净化器、汽车相关产品等。全省共检验发现各类不合格进口农产品1362批，同比下降14.6%，主要涉及进口大豆、大麦和木材。检出进口食品化妆品不合格1494批、54.06万吨、3.36亿美元，合格率为98.8%。销毁退运涉及质量安全卫生项目不合格进口食品化妆品66批、4103.26吨、556.21万美元。

跨境电商质量安全问题不少，在进口查验中发现不合格订单409单，主要为木质包装检疫不合格、夹带、未备案与货证不符。在跨境电商风险监测中，发现进口不合格样本9批次，其中奶粉不合格8批次，化妆品不合格1批次；发现出口不合格样本20批次，其中品质不合格14批次，安全、卫生、环保不合格6批次，主要涉及服饰、玩具两大类。

(二) 财政部：化妆品等广告费支出部分予以税前扣除

6月1日财政部下发《关于广告费和业务宣传费支出税前扣除政策的通知》，提出化妆品制造或销售、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等规定。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。通知自2016年1月1日起至2020年12月31日止执行。



### （三）化妆品监督抽样走进南充，采集面膜类化妆品样品44批次

日前，四川省食品药品检验检测院在南充开展了 2017 年国家化妆品监督抽样工作，采集面膜类化妆品样品 44 批次。

执法人员先后前往高坪、嘉陵、蓬安等地的商场、超市、专卖店共 12 个采样点，以现金购买方式采集面膜类化妆品样品 44 批次。其中，进口面膜 12 批次，包含 26 个国内外知名品牌。

对于不合格产品将按程序进行立案查处，并由国家食品药品监督管理总局发布质量公告。通过国家监督性抽检，将进一步加大对化妆品违法添加禁用物质的打击力度，规范化妆品生产经营秩序，切实保障化妆品质量安全。

### （四）香港4月零售业销售额同比微升0.1%，药物及化妆品升4.8%

2017 年 4 月香港零售业总销售额的临时估计为 352 亿元，较 2016 年同月微升 0.1%。2017 年三月的零售业总销售额的修订估计较 2016 年同月上升 3.0%。与 2016 年同期比较，2017 年首 4 个月合计的零售业总销售额的临时估计下跌 1.0%。

按零售商主要类别的销售额的临时估计由高至低分析，2017 年 4 月与 2016 年 4 月比较，珠宝首饰、钟表及名贵礼物的销售额上升 0.5%。其次为服装(销售额上升 2.1%)；药物及化妆品(上升 4.8%)；百货公司货品(上升 3.4%)；食品、酒类饮品及烟草(上升 3.0%)；其他未分类消费品(上升 7.4%)；燃料(上升 2.9%)；鞋类、有关制品及其他衣物配件(上升 0.8%)；家具及固定装置(上升 9.0%)；书报、文具及礼品(上升 5.0%)；中药(上升 4.9%)；以及眼镜店(上升 3.3%)。

另一方面，2017 年 4 月与 2016 年同月比较，超级市场货品的销售额下跌 0.6%。其次为电器及摄影器材(销售额下跌 18.0%)；杂项耐用消费品(下跌 12.4%)；以及汽车及汽车零件(下跌 13.9%)。

截至 2017 年 4 月底的三个月，与先前三个月比较，经季节性调整的零售业总销售额的临时估计上升 3.3%，而经季节性调整的零售业总销售数量的临时估计则上升 3.2%。

在访港旅客人次持续改善下，零售业销售在 4 月份的按年比较大致稳定。在最近数月，旅客消费下跌的拖累有所减少，而本地消费意欲亦继续向好。





## （五）浙江首个日化行业“浙江制造”团体标准通过评审

近日，由浙江省方圆检测集团股份有限公司牵头组织，浙江欧诗漫集团有限公司为主起草制定的浙江省首个日化行业“浙江制造”标准——《珍珠润肤膏霜》，通过了浙江省浙江制造品牌建设促进会组织的专家评审。

经过几十年的发展，浙江已然成为“制造大省”，有力推动了全省工业化和现代化进程。作为全国首个区域型公共品牌，“浙江制造”产品标准，是以全面提升产品品质为目标，定位于“精心设计、精良选材、精工制造、精诚服务”，运用“全生命周期”的理念，引领行业走向高品质的团体标准，是浙江制造业的“标杆”和“领导者”，是高品质高水平的“代名词”。

目前，国外发达国家没有化妆品产品类标准，我国根据行业发展具体情况制定出台了QB/T 1857-2013《润肤膏霜》标准，对规范行业发展起到一定的作用，但是没有具体针对珍珠润肤膏霜的标准。

本次通过评审的《珍珠润肤膏霜》“浙江制造”标准在此基础上，结合国内外有关珍珠及化妆品行业的发展趋势和产业发展现状，涵盖了原料要求、工艺要求、试验方法、检验规则、质量承诺等内容，在原料要求、安全性、稳定性、理化指标、微生物、菌落总数、重金属含量、工艺要求、PH等方面的技术要求不仅高于国家同类产品标准，而且严于欧盟化妆品管理法规及检测方法与指南和日本药事法要求，有力促进珍珠化妆品行业标准化的完善以及整个珍珠深加工产业持续健康发展。

## 二、区域动态

（一）福建首家日本跨境电商平台正式运营，与日本日化行业最大供应商达成合作

近年来，电商业务飞速上升。不仅国内电子商务越做越好，越做越大，而且市场逐渐伸向国外。越来越多的人可以购买到国外产品，也愿意通过电子商务模式网购国外产品。最火热的莫过于日本购物。有日媒统计称，2016年的跨境电商对华销售额首次超过1万亿日元（约合604亿元人民币），而且3年后该数字将翻番。来自官方媒体统计，每年通过电子商务贸易的中国乘客每年累计增加5-10%的比例，也几乎将近10个人中间有一个人会通过网购参与日本商品的购物。



正是看中了这个强大的消费市场，越来越多的平台投身日本跨境电商的蓝海市场。5月26日，一场主题为“购霓虹优品，享精致生活”的一番街2017品牌战略发布会在福州举行。日本日化行业最大的批发商之一ARATA、中高端彩妆品牌marcheur、知名日用品品牌ST-C等品牌负责人助阵发布会，宣称将与一番街开启战略合作。

一番街打造的原装进口一站式的全日淘平台，从下单到发货，减少了一层层的代理渠道，最大限度的把中间环节的利润反馈给消费者，并且保证了产品的品质，给予了日本优质产品一个良好的展示平台。这也是一番街之所以能吸引到众多知名品牌到场支持的原因。

和其他全球购不同，作为福建自贸区内首家只专注做日本进口商品的跨境电商，一番街期望打造简约而精致的全日淘平台，坚持正品、实价、服务和监管的经营理念，满足消费者对更高标准、更精致、更品质化生活的追求。此外，一番街还致力于为消费者营造一个可以随时随地分享日本好物、和志同道合的朋友交流、互动的共享圈。

目前，一番街主营日本原装的美容护肤、彩妆香水、家居日用、母婴用品、健康保养等商品，并且保证所售商品100%日本本土直采，经由政府保税区存储监管，提供七天无条件包退、国内售后等多项领先服务。

## （二）2017年前四个月漳州化妆品出口增长形势喜人

2017年1-4月，漳州检验检疫局累计检验出口化妆品达458万美元，同比增长2.23%，4月份环比增长100%，形势喜人。

漳州地区化妆品出口种类众多，包括口红、眼影、沐浴露、润肤霜、洗手液、牙膏等十几个品种，出口涵盖美国、欧盟、东南亚、非洲等几十个国家和地区，漳州检验检疫局积极采取措施力促化妆品出口增长。一是帮助企业应对技术贸易壁垒。密切关注国外化妆品法规标准修改制定动态，加强风险预警信息收集整理，通过网站、微信及举办培训班等形式及时告知企业，指导企业按照进口国有关要求生产，确保出口产品安全，避免经济损失。二是加强风险管理。组织开展出口化妆品安全监督抽检，加强对重金属、致病菌等高风险项目的监控检测，及时消除安全风险隐患。三是加强技术指导。组织企业开展自检自控技术指南培训，帮助企业提升产品质量管理水平。四是优化通关速度。探索建立“多点报检、就地取证”快速通关模式，企业可不受机构业务范围限制，就近报检、取证；改革原产地签证制度，实施“通报通签”制



度，申请人依便利原则可就近申请签发产地证，不受地域限制；推行出口化妆品“即报即放”模式，大幅提高通关速度，服务企业发展。

### （三）汕头发布首批28项化妆品团体标准

近日，汕头发布《眼影》等首批 28 项化妆品团体标准，填补了国内现有标准空白。

据介绍，该批化妆品团体标准体现三个特点：一是创新性。该批标准为该市社团首次制定的团体标准，属社会管理制度的创新。二是自主性。该批团体标准由化妆品协会自主牵头，组织相关的 14 家企业自主制定、发布，供企业自愿采用。三是简便性。标准的制订由化妆品协会团体标准发布后 30 日内在标准信息平台上声明公开团体标准信息，缩减标准备案环节的流程，提高标准制定效率。

化妆品行业是汕头市的支柱产业之一，该市获证化妆品生产企业 200 多家，产销量占全国比重日益增大，涌现出拉芳、名臣、柏亚等一批知名企业。近年来，汕头市质监局把深化标准化制度改革工作作为推进供给侧结构性改革和质量强市工作的重点工作来抓，大力支持和引导协会组织制定团体标准，积极培育发展团体标准，增加标准有效供给。有效解决了汕头化妆品业新型化妆品缺乏统一的国家、行业、地方产品质量标准，企业产品标准层次不一，化妆品行业质量参差不齐等问题。



## IV 重点企业追踪

### 一、蓝月亮洗衣液：用产品创新推动洗衣液消费升级

长久以来，消费者的需求决定市场和产品的发展走向，这一规律在与人们日常生活紧密相关的各行各业的发展过程中表现得尤为突出。以我们生活中经常使用到的洗涤用品为例，二十年之前，中国的洗涤市场还是肥皂和洗衣粉的天下，不过随着消费者对洗涤产品要求的不断提高，以蓝月亮为代表的一批高科技洗涤企业不断创新技术，发展产品，推动着中国的洗涤市场快速迈进洗衣液乃至浓缩洗衣液时代。

在人们日常的洗涤需求中，最受重视的无外乎洗涤产品的去污效果以及清洗过程的省时省力，以前人们最常用的肥皂和洗衣粉存在着湿手易滑，受潮结块，去污效果不佳，发泡严重，漂洗麻烦等方面的劣势，在这种情况下，消费者们渴望一款使用起来能够更加方便有效的洗涤产品，蓝月亮抓住消费者对洗涤产品的最新需求，不断创新技术，进行产品升级，2008年蓝月亮推出了标志性的深层洁净洗衣液，引爆了中国的洗衣液市场，从此去污力更强，使用更加方便的蓝月亮洗衣液开始在全国风靡开来，中国也正式进入了洗衣“液”时代。

在国内的洗衣液市场被打开之后，中国的洗衣液获得了长足的发展，各大知名洗涤剂企业纷纷推出自己的洗衣液产品来迎合消费者的各种需求，在此情况之下，蓝月亮又不断挖掘消费者的深层需求，先后推出了更能满足消费者多样性洗衣需求的蓝月亮亮白增艳洗衣液和蓝月亮手洗专用洗衣液，掀起了国内全新的洗衣新风尚。

伴随着国内洗衣液产品的不断成熟，由洗衣液引发出来的全新的洗衣矛盾正在出现，国内市场上的洗衣产品大多包装沉重，不易控制洗衣液用量，经常会造成洗衣液的浪费；普通的洗衣液发泡较多，漂洗过程较为繁琐，也容易造成电力资源和水资源的浪费。这样的洗衣液产品已经不再能够适应整个社会节能环保的消费理念，在此情况下，蓝月亮又推出了更为环保易用的蓝月亮机洗至尊。

蓝月亮机洗至尊采用国际上先进的洗衣液浓缩技术，其洗衣液内的活性物含量可以达到47%，超高的活性物含量赋予了蓝月亮机洗至尊更为优秀的去污能力，同时也大大减少了机洗至尊在洗衣过程中的使用量，有研究结果显示，一瓶660g的蓝月亮



机洗至尊，其去污能力与 2.2kg 装的普通洗衣液相当，由此蓝月亮机洗至尊的去污能力可见一斑。

除了去污能力更强之外，为了让消费者能够更好地控制洗衣液用量，减少不必要的浪费，蓝月亮机洗至尊专门采用了全新的流线型瓶体设计和巧妙的泵头计量式包装，一泵 8g，可以洗干净 8 件衣服。另外，蓝月亮机洗至尊特地采用了低泡技术，清洗过程中泡沫更少，衣服漂洗起来也更加节水节电，更加符合现代人节能环保的生活理念。

从中国洗衣领域的“皂、粉”时代到“液”时代，再到如今的“浓缩”时代，蓝月亮一直凭借着技术创新和产品升级，不断满足着消费者最新的消费需求，也为中国洗涤行业的向前发展，做出了不可磨灭的贡献。

## 二、上海家化公司研究报告：一季度业绩小幅改善，多销售渠道齐发力

剔除花王业务业绩小幅改善。公司 2017 年一季度实现营业收入 13.38 亿元，在剔除花王业务的影响后，相比去年同期同口径增加 14.54%；实现归属净利润 1.08 亿元，同比增加 1.79%。公司经营现金流量净额 1.77 亿元，同比增加 80.34%。报告期末存货、应收账款余额同比均有较大幅度下降，经营质量得到改善。

一季度毛利率提升明显，费用持续增长。公司是本土知名日化企业，其主营产品包括三大类：护肤类主要包括女士、男士、婴幼儿护肤品等；洗护类主要包括洗发、护发、沐浴、洗手液、花露水、护手霜等；家居护理类主要包括织物洗涤、家居清洁等。一季度洗护类产品收入 8.28 亿，占比 61.8%，护肤类收入 4.75 亿，占比 35.5%，总体毛利率达到 72.36% 的历史最高水平，主要系毛利率较低的花王代销业务已经停止。此外，单季度期间费用率 56.6%，同比增加 12.48 个百分点，其中销售费用 7.06 亿元，同比增长 11.7%，主要系签约刘涛(百草集)、华晨宇(六神)代言的费用投入较大；管理费用 1.52 亿，同比增长 7.8%，主要系新办公楼的租金、物业费用增加。

化妆品专营店、电商平台等多渠道发力。公司设立八大销售渠道，包括化妆品专营店、平安特供渠道、电商等高增长渠道，百货、经销商、大客户直营等效率高渗透率渠道，以及母婴店和海外市场的新兴渠道。公司目前品牌覆盖全国 4 个直辖市、291 个地级市(含省会城市)、361 个县级市，控制 1500 家专柜及品牌专卖店和近 4000



家母婴店系统，分销至 1.2 万家大型卖场、30 万家网点等终端。2016 年，公司线上销售收入达到 8.5 亿，同比增长 52.57%，占比提升至 16%。

独家代理英国喂哺品牌 TommeeTippee。公司 3 月发布公告，拟与上海家化集团全资子公司 PMM 公司签署独家经销协议，作为中国区域(不包括港澳台)内 Mayborn 集团产品的独家经销商，主要负责代销旗下 TommeeTippee 等品牌，涉及婴幼儿及儿童哺喂、饮食、婴幼儿保健与卫生产品等领域。公司预计 2017 年向 PMM 采购商品额度为 1800 万元，对应服务费为 1250 万元。此次合作能够填补花王产品的收入空缺，同时与启初等产品线产生协同。

盈利预测与估值。公司积极落实“研发先行、品牌驱动、渠道创新、供应保障”的经营方针，由渠道驱动变为品牌驱动，进一步提升了运营效率。我们预计公司 17-19 年 EPS 分别为 0.65、0.77、0.91 元，根据可比公司，给予公司 17 年 45 倍 PE 估值，目标价 29.25 元，增持评级。

### 三、免洗洁精去污餐具正式来袭山东生物海瓷技术发布会在京举行

5 月 17 日，山东生物海瓷技术发布会在北京国家会议中心举行。山东生物海瓷技术项目负责人郭春森、河北工业大学能源与环保材料研究所研究员、博士生导师梁金生、美的集团股份有限公司洗碗机国内销售公司总经理张新科等相关领导出席活动并致辞。

作为国内外生产贝瓷的唯一企业，山东海瓷艺术文化传播有限公司可不是简单的瓷器生产商。该公司拥有 34 项国家专利，承担国家科技支撑计划项目 1 项、国家火炬计划项目 1 项，省部级成果 5 项。其中“用贝壳砂烧制高级日用陶瓷技术”获得国家技术发明二等奖，发明专利“日用贝壳瓷”荣获国家发明专利优秀奖、省发明专利一等奖。



#### 四、中国美妆市场大揭秘，百雀羚成中国最受欢迎护肤品

5月24日，凯度消费者指数发布基于个人消费护理产品行为研究的“2016年中国城市护肤品牌足迹排行榜”，揭示了百雀羚是去年中国城市消费者选择最多的护肤品牌，也是目前所有护肤品中第一个消费者触及数过亿的品牌。彩妆方面，美宝莲（Maybelline）是2016年中国城市消费者选择最多的品牌；而单看中国彩妆品牌，消费者选择最多的，是卡姿兰（Carslan）。

随着中国经济持续向好，消费升级和美妆步骤增加，推动护肤品和化妆品的销售额增速均超过10%，已成为中国整个快速消费品市场上一颗亮眼的明珠。目前，中国彩妆市场仍处于前期发展阶段，各大品牌平均购买频次较低。



## V 行业信贷机会风险分析

图表 10：2017 年 6 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	尤其随着化妆品消费总量的增长，假货问题变得越来越严峻，严重影响到行业的健康发展	行业新规将推动化妆品制度沿着更加合理化、规范化的轨道发展，同时，也将加速这一行业的优胜劣汰
2	经营情况	外资化妆品品牌长期在中国市场拥有举足轻重的影响力，在中国高端市场长期垄断着主打地位	国产化妆品品牌正在通过开设单品牌店、加大产品创新力度、创造高性价比等方式来倒逼整个行业的进步，试图更明确地掌握品牌溢价话语权
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和效益增长，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

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