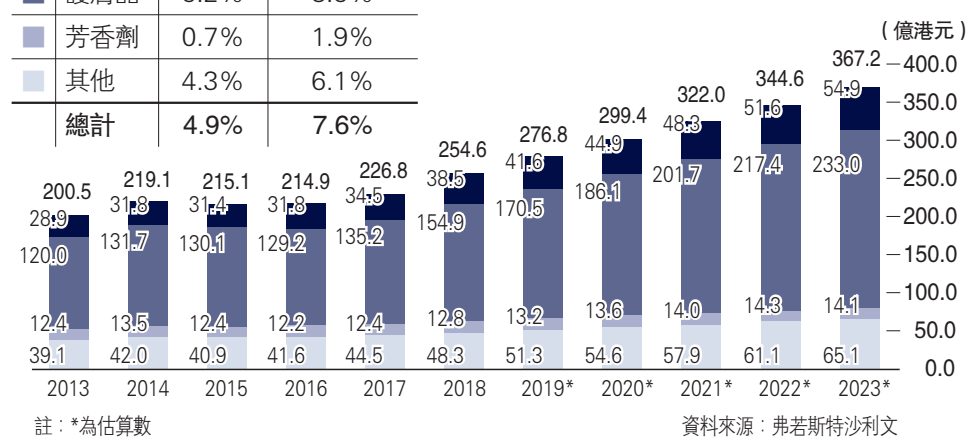


「顏值經濟」崛起 港美容網購複合年增長49% 「女人錢」易賺 彩妝股潛力莫低估

複合年增長率	2013年至2018年	2018年至2023年(估計)
彩妝	5.9%	7.4%
護膚品	5.2%	8.5%
芳香劑	0.7%	1.9%
其他	4.3%	6.1%
總計	4.9%	7.6%

按收益劃分美容產品 香港分銷行業市場規模



彩妝相關股份一覽

股份	近三個月	年初至今
歐舒丹(00973)	+13.9%	+25.9%
彌明生活(08473)	無升跌	+13.7%
奧思(01161)	+7%	+7%
自然美(00157)	-20.1%	-34.5%
莎莎(00178)	+6.3%	-36.8%
卓悅(00653)	-23.4%	-53.9%
威高(01173)	-19.6%	-56.8%

◀中國化妝品市場規模呈穩定增長態勢，彩妝股板塊增長潛力勿低估



板塊透視

暴亂持續，香港近期消費氣氛大受影響，多個行業承受壓力。特區政府日前表示，若社會動盪情況未見緩和跡象，全年經濟增長要達到0%至1%的預測，存在極大難度，不排除全年經濟出現負增長的可能性。話雖如此，「女人錢」仍然是比較易賺的，特別是化妝或護膚品的類別。根據iiMedia Research(艾媒諮詢)數據顯示，2012年至2018年，中國化妝品市場規模呈穩定增長態勢，年複合增長率達8%，特別是「顏值經濟」的崛起，更激發網民對化妝品的消費熱情。所以，彩妝股板塊增長潛力勿低估。

大公報記者 陳玉蓮

香港網上美容產品市場規模由2013年的3億元增加至2018年的22億元，複合年增長率為49%，預期將於2023年增至52億元，複合年增長率為18.8%。

股價調整深 莎莎值博高

環顧全球各行各業，香港「女人錢」比較容易「搵」，主要是香港的化妝品、護膚品及其他洗浴用品不設進口關稅，也沒有香港法規規管，有利的市場環境一直推動整個美容產品分銷行業發展。由於營運成本顯著較低，進而降低消費者所付的產品價格，更有利於吸引遊客在香港購物。

值得注意的是，香港零售市道欠佳，對彩妝股板塊帶來無可避免的衝擊，多家公司銷售急跌，例如莎莎(00178) 同店銷售及生意額均

跌近三成。不過證券界人士指出，相關股價在近日已見不同程度的調整，故相信現價已反映負面因素，中長線而言，由於今年的基數變相較低，若市場環境改善，明年盈利將會出現大幅的反彈，而現時低估值博率相當可觀。眾多股份之中，莎莎仍是首選，股價年初至今已回調近四成，令其股本回報率升至近20%相當吸引，且派息政策穩定。穩陣可選業務全球歐舒丹(00973)，股價今年累升26%，估值相當吸引力不大，但勝在毛利率逾八成反映盈利能力保持強勁。

內地方面，按收益計算，整體美容產品分銷行業的市場規模於過去數年持續增長，由2013年的1590億元(人民幣，下同)，增長至2018年的2541億元，複合年增長率為9.8%。隨着內地男性及女性消費者普遍接受護膚及

化妝的概念，護膚界別於2018年佔據最大市場份額，總收益約為1288億元。2013年至2018年期間，彩妝界別的增長率最高，複合年增長率為11.5%，由2013年的150億元增長至2018年的258億元，主要受年輕女性消費者購買力增加所推動。

2018年至2022年期間，由於美容產品需求增加，以及相關的優惠政策實施，預期內地美容產品分銷行業的市場規模，將以7.1%的複合年增長率快速增長，到2023年達到3575億元。同時預期未來5年相關產品的需求逐步回穩，行業未來增長將會趨穩定。

隨着「顏值經濟」崛起，內地消費者對化妝品的需求將有增無減，預計在2019年、2020年及2021年，中國化妝品市場規模將分別實現4256億元、4562億元、4852億元。

文風戶網銷產品乘勢港上市

【大公報訊】全球化妝品牌各適其適，當中尤以日本品牌近年大受國際市場歡迎。日本化妝品品牌Canmake的香港分銷商文風戶貿易乘勢於近期申請來港上市。

其實，文風戶是內地及香港化妝品及其他美容產品多品牌的分銷商及零售商，除了Canmake，還銷售FIANCEE及Country & Stream等日本品牌，還有Mumchit及Oguma等韓國及台灣品牌。

文風戶鎖定香港及內地網上消費者，透過電子商務平台上的自家網上商店，網站的自家

網上商店及向電子商務公司直接銷售產品。該公司也通過實體零售店，包括兩間Canmake自租店、一間Bou Eki自租店、一個Canmake專櫃及一個Bou Eki專櫃，直接向香港消費者出售產品。

根據弗若斯特沙利文報告，按2018年的收益計，該公司為香港第五大的彩妝分銷商，佔香港彩妝分銷市場約4%。截至2017年及2018年6月底止年度及2019年3月底止九個月，來自批發客戶所產生的收益，分別佔總收益70.4%、64.9%及59.9%。

新聞分析

大公報記者 陳玉蓮

網紅是品牌宣傳新武器

不論化妝品或是護膚品品牌，所使用的技術或原材料其實大同小異，然而不同品牌，價錢卻有天淵之別。要做好品牌，除了保證產品質素外，品牌的宣傳亦起着很大作用。品牌一般是以廣告作宣傳，但近年廣告媒體出現了重大改變，紙媒轉為網媒，代言人也由網絡紅人(KOL)擔任。

事實上，要做好品牌，除了產品質

素外，還需要有別出心裁的創意，才能夠吸引消費者。

日本化妝品品牌Canmake的香港分銷商文風戶貿易(Bou Eki Company Limited)在招股書表示，該公司聘用知名藝人擔任產品代言人製作電視廣告及印刷廣告，並製造及發布印刷廣告、電視廣告及戶外電視廣告。近年，這類型的廣告方式逐漸減少，最主要原因在

於消費者對於廣告的接納程度有所改變，例如聘用著名藝人擔任產品代言人，其效果較以往低，而且聘用著名藝人的成本亦相對較高，所以近年品牌商改為聘用知名網絡紅人，價錢相對藝人較便宜。

品牌要讓消費者接納，首先要了解消費者對於廣告的接納方式。不然，廣告的成效亦會徒勞無功。

唐英年家族企業科創板掛牌 身家漲20億

【大公報訊】香港西九文化區管理局董事局主席唐英年昨日心情靚靚，現身上海證券交易所，為其家族旗下的清溢光電主持上市敲鑼儀式。清溢光電是第一家港人港資在上交所科創板上市的公司。

清溢光電開市報20.22元(人民幣，下同)，較8.78元的發行價上漲130.3%，收報19.55元，升10.77元或122.6%。市值達52.2億元，唐英年家族身家單日漲近20億。清溢光電在上交所科創板證券代碼是「688138」，亦為科創板第55家公司，共募集5.87億元。

唐英年是清溢光電董事長，她與胞兄唐英年為該公司的實際控制人。唐英年說：「清溢光電的成功上市，是公司發展史上的一個里程碑，更是一個起點而不是終點，未來工作任重道遠。我們將秉持家父產業報國的遺志，帶着使命與榮耀，回饋社會，用清溢光電的科技與創新，振興民族產業，為中國製造邁出國門，走向世界

貢獻力量。」

他指出，清溢光電將致力於打造最具競爭力的高精度掩膜板企業，及秉承「技術引領進步、創新驅動發展」的思路，通過不斷加大技術研發投入，提升產品品質，擴大生產製造規模，提高設備智能化和生產自動化水平等方式，鞏固和持續提升公司的行業領先優勢和核心競爭力，成為中國一流全球領先的掩膜板供應商。

上交所科創板是國家於2018年11月宣布設立，獨立於現有主板市場的新設板塊，並於今年6月正式開板。科創板首批公司於7月上市，而清溢光電控股是第55家。

清溢光電前身為清溢有限公司，成立於1997年，一直從事掩膜板的研發、設計、生產和銷售業務，是內地成立最早、規模最大的掩膜板生產企業之一。公司產品主要應用於平板顯示、半導體芯片、觸控及電路板等行業，是相關行業產品製造過程中的關鍵工具。

融入灣區 港航運業爭做領頭羊

【大公報訊】記者林靜文報道：作為第九屆「亞洲物流及航運會議」的其中一個分組論壇，「粵港澳大灣區：香港航運業的挑戰與機遇」昨日在港舉行，多名嘉賓圍繞香港航運業如何迎合大灣區的挑戰和機遇進行討論，他們紛紛認為，香港在鞏固自身法治和金融優勢的基礎上，積極融入大灣區發展，可爭取成為大灣區航運產業發展的領頭羊。

「無論是五六十年代香港傳統船東的崛起，還是八九十年代香港班輪業的快速發展，都是香港航運業選擇與祖國大陸同頻共振，同向發展的結果。」招商局能源運輸董事長謝春林在主題演講中，回顧了香港航運史上兩個繁榮時期。惟他提及，本港航運業面臨貨櫃量下跌、盈利水平下降，及航運公司、業務和人才流出香港等諸多挑戰，認為香港應跳出「在港論港」的窠臼，將自身放在大灣區建設和「一帶一路」大戰略的格局中去思考。

在之後的小組討論中，香港船東會主席許積舉認為，本港應加強與其他航運中心協作，建立夥伴關係，強化船舶登記、管理、

入級和融資等綜合性發展，進一步加強香港作為海事服務中心的地位。

禮德齊律師行合夥人李民表示，香港擁有法律體系的優勢以及法制基礎，在海事仲裁方面有巨大發展潛力，其中上月生效的《關於內地與香港就仲裁程序相互協助保全的安排》，大大提升了香港作為國際海事仲裁中心的地位。東方匯理亞洲船務融資主席林詩鍵認為，綠色金融在航運業的發展和應用大有可為，通過結合灣區內港口、船廠

、船東以及環保設備的廠商，從融資角度對綠色能源在航運業的利用加以支持，促進整個行業在低碳減排方面取得更大進展。

招商局能源運輸董事蘇新剛表示，在大灣區發展過程中，香港除繼續發揮金融和法治方面的優勢，還可在海事人才培訓和教育發揮更積極主動的作用，建議香港航運界結合國際最新海事教育理念和業界實踐需求，創出全新海事教育培訓模式，並透過大灣區輻射到全國海事從業人員，甚至進一步通過「一帶一路」輻射到更廣泛的區域，為全球海事人才培訓貢獻力量。

小組研討會的主持人、華光海運執行董事長趙式慶總結說，香港應緊抓大灣區融合發展的歷史機遇，從法治、金融及人才培訓教育這三個支柱方面作為切入點，積極和灣區內政府及航運相關企業展開多方位合作，從而在大灣區構建完整高效的新興航運生態鏈。他認為，香港應有更大的視野和更高的格局，把自己定位為國際航運知識和智慧中心城市，發揮大灣區航運業的領頭羊作用，實現香港航運業的又一次飛躍。



▲第九屆「亞洲物流及航運會議」的分組論壇昨日在港舉行 大公報攝



▲清溢光電董事長唐英年(左三)及唐英年(右三)主持上市敲鑼儀式

國家支持港建國際法律及爭議解決服務中心

【大公報訊】「香港海運周2019」法律論壇在港舉行，吸引了來自香港和內地的超過80名政商界、法律界、調解員及航運界代表出席。香港中聯辦法律部部長劉春華表示，國家支持香港打造亞太區國際法律及爭議解決服務中心，發揮香港法律所長，把握「一帶一路」和「粵港澳大灣區」建設機遇，為香港與內地航運業攜手合作、併船出海，提供法治保障。

香港律政司高級助理民事法律專員(調解)陳潔儀指出，本港有超過2000位綜合認可調解員，香港法院亦提倡便利調解的程序，法院鼓勵民事訴訟的各方應參與調解，就其爭議達成和解。

她鼓勵航運業界更多嘗試通過調解的方式處理航運爭議，避免因為訴訟成本高昂而無法快速有效解決合同爭議。隨後進行討論環節，禮德齊律師行

合夥人李民、國際爭議解決及專業談判研究院院長羅偉雄，及美國船東互保協會董事總經理Dimitris Seirinakis，針對國際航運和貿易糾紛中使用調解的發展和優勢、近期的《聯合國關於調解所產生的國際和解協議公約》(即《新加坡調解公約》)對國際調解的影響、香港航運和貿易業務的替代性糾紛解決發展在「一帶一路」和大灣區等機遇和挑戰等方面展開了熱烈討論。