گـزارش تحلیلـی

بـررسـی صنعـت محصولات آرایشی و بهداشتی

فهرست مطالب

- معرفی صنعت
- وضعیت تکنیکال
  - بررسی تکنیکال شاخص صنعت
- بررسی وضعیت فروش شرکت‌ها
- وضعیت بنیادی
  - وضعیت P/E صنعت
  - مقایسه P/E شرکت‌ها
  - مقایسه P/S شرکت‌ها
  - حاشیه سود خالص و حاشیه سود عملیاتی
  - رشد سود خالص و سود عملیاتی
- اخبار اثرگذار و چشم‌انداز صنعت

بررسی صنعت محصولات آرایشی و بهداشتی

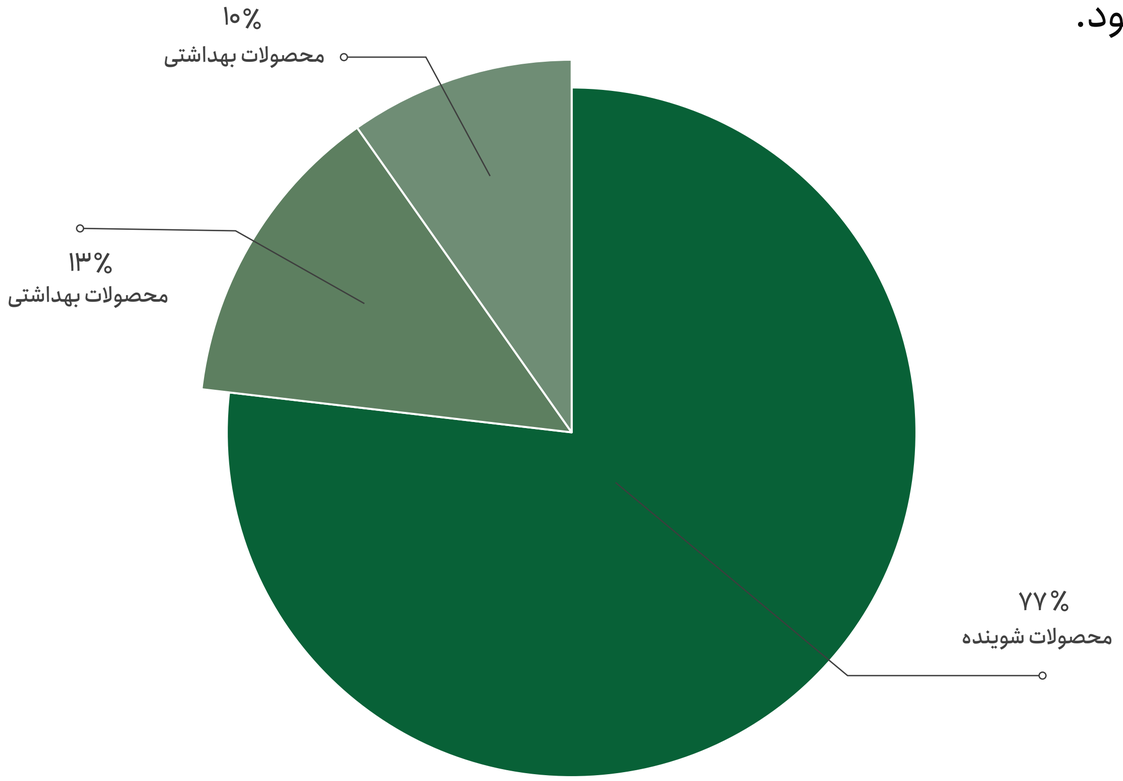
صنعت محصولات آرایشی و بهداشتی بخش کوچکی از صنعت شیمیایی بوده و عمده محصولات این گروه شامل مواد شوینده، بهداشتی و آرایشی است. این صنعت دارای قدمتی ۹۶ ساله است و شرکت داروگر با نماد **شکف** قدیمی‌ترین تولیدکننده محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی است. داروگر سال ۱۳۰۷ توسط غلامرضا داروگر تاسیس شد و اولین محصول آن صابون بود. شرکت تولی‌پرس با نماد **شتولی** نیز یکی از قدیمی‌ترین تولیدکنندگان محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی است. لازم به ذکر است، سال‌هاست شرکت‌های مذکور در شرایط مناسبی به‌سر نمی‌برند و خط تولید آن‌ها متوقف شده است.

در حال حاضر، هلدینگ‌های گلرنگ و صنعتی بهشهر را باید سهامداران اصلی شرکت‌های آرایشی و بهداشتی در نظر گرفت. همچنین برخی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیز جزء سهامداران عمده تعدادی از شرکت‌های این گروه هستند که نشان از اهمیت بالای این شرکت‌ها در تامین منافع سرمایه‌گذاران خرد دارد.

بررسی صنعت محصولات آرایشی و بهداشتی

نماد	سهامداران عمده
شگل	شرکت مدیریت صنعت شوینده توسعه صنایع بهشهر-وسپه
شپاکسا	شرکت مدیریت صنعت شوینده توسعه صنایع بهشهر
شپارس	شرکت سرمایه‌گذاری سپهر
پاکشو	گروه صنعتی گلرنگ
ساینا	شرکت مدیریت صنعت شوینده توسعه صنایع بهشهر-شیران
قرن	شرکت پدیده شیمی پایدار- شرکت واسط مالی آبان دوم
کیمیاتک	گروه صنعتی گلرنگ- فروشگاه زنجیره‌ای افق کوروش- پاکشو

انواع محصولات شوینده مانند صابون، شامپو، پودر لباسشویی و... با ۷۷ درصد، بیشترین سهم بازار را در صنعت به خود اختصاص داده‌اند. محصولات بهداشتی مانند خمیر دندان و آرایشی مانند انواع کرم، لوازم آرایش و... به ترتیب رتبه‌های دوم و سوم سهم بازار را در اختیار دارند. لازم به ذکر است محصولا شیمیایی مانند آلکیل بنزن خطی(LAB) و حلال‌های شیمیایی به‌عنوان اصلی‌ترین مواد اولیه تولید محصولات آرایشی، بهداشتی و شوینده شناخته می‌شود.



سهم بازار محصولات صنعت آرایشی و بهداشتی

وضعیت تکنیکال

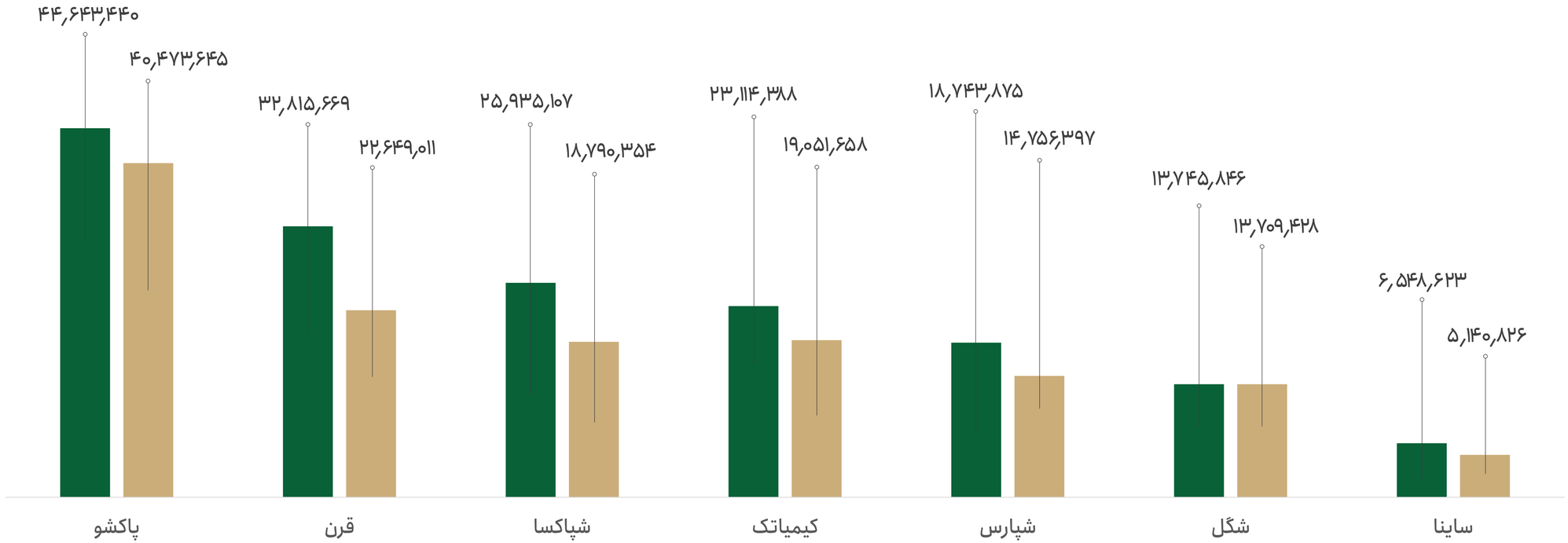
بررسی تکنیکال شاخص صنعت

صنعت محصولات پاک‌کننده در رشد اخیر بازار توانست بازدهی حدود ۳۰ درصدی را برای سهامداران خود به همراه داشته باشد. در حال حاضر نشانه‌ای از برگشت روند در این صنعت مشاهده نمی‌شود ولی با توجه به رشد شدید شاخص صنعت، سهامداران باید به اصلاح احتمالی آن نیز توجه داشته باشند. دو محدوده ۶ میلیون و ۷۰۰ و ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار واحدی، به‌عنوان مهمترین ترازهای حمایتی این صنعت شناخته می‌شوند.

بررسی میزان فروش شرکت های صنعت

بررسی وضعیت فروش شرکت‌های آرایشی و بهداشتی

در یک سال گذشته نمادهای **پاکشو**، **قرن** و **شپاکسا** بیشترین میزان فروش را داشته‌اند، اما به‌طور کلی وضعیت فروش بیشتر شرکت‌های صنعت مناسب بوده است.



مبالغ به میلیون ریال است

۶ ماهه سال ۱۴۰۲ ۶ ماهه سال ۱۴۰۳

وضعیت فروش شرکت‌ها در یک سال اخیر

طی یک سال اخیر نمادهای **قرن** و **شپاکسا** بیشترین رشد فروش را تجربه کرده‌اند. همچنین نماد **کیمیاتک** با نسبت بسیار خوب فروش به بهای تمام‌شده، عملکرد متفاوتی را نسبت به سایر رقبا داشته است.

ارقام به درصد است

رشد فروش ■ رشد بهای تمام شده کالای فروش رفته

تغییرات فروش و بهای تمام‌شده کالای فروش‌رفته در یک سال اخیر

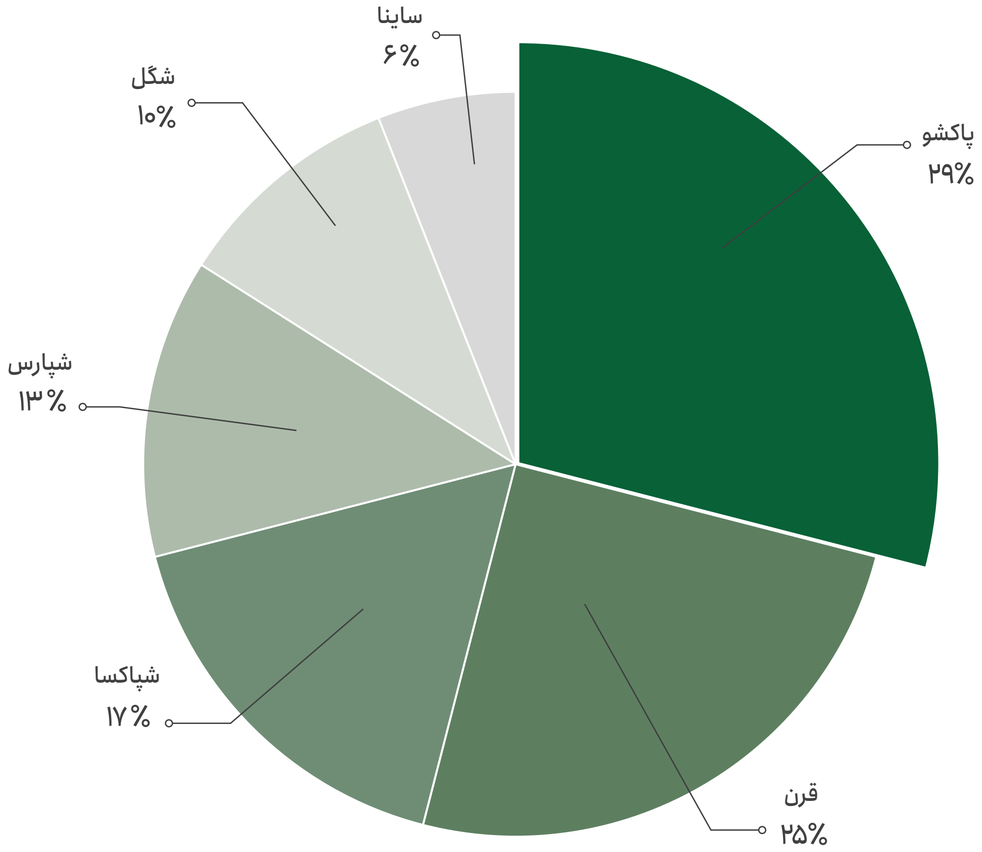
به‌صورت کلی، صنعت آرایشی و بهداشتی را باید جزء صنایع ریالی و کوچک بازار محسوب کرد؛ اما تمامی شرکت‌ها تا حد کمی دارای فروش خارجی نیز هستند. نمادهای **ساینا**، **پاکشو** و **شپاکسا** بیشترین میزان فروش صادراتی را دارند.

ارقام به درصد است

فروش داخلی ■ صادراتی

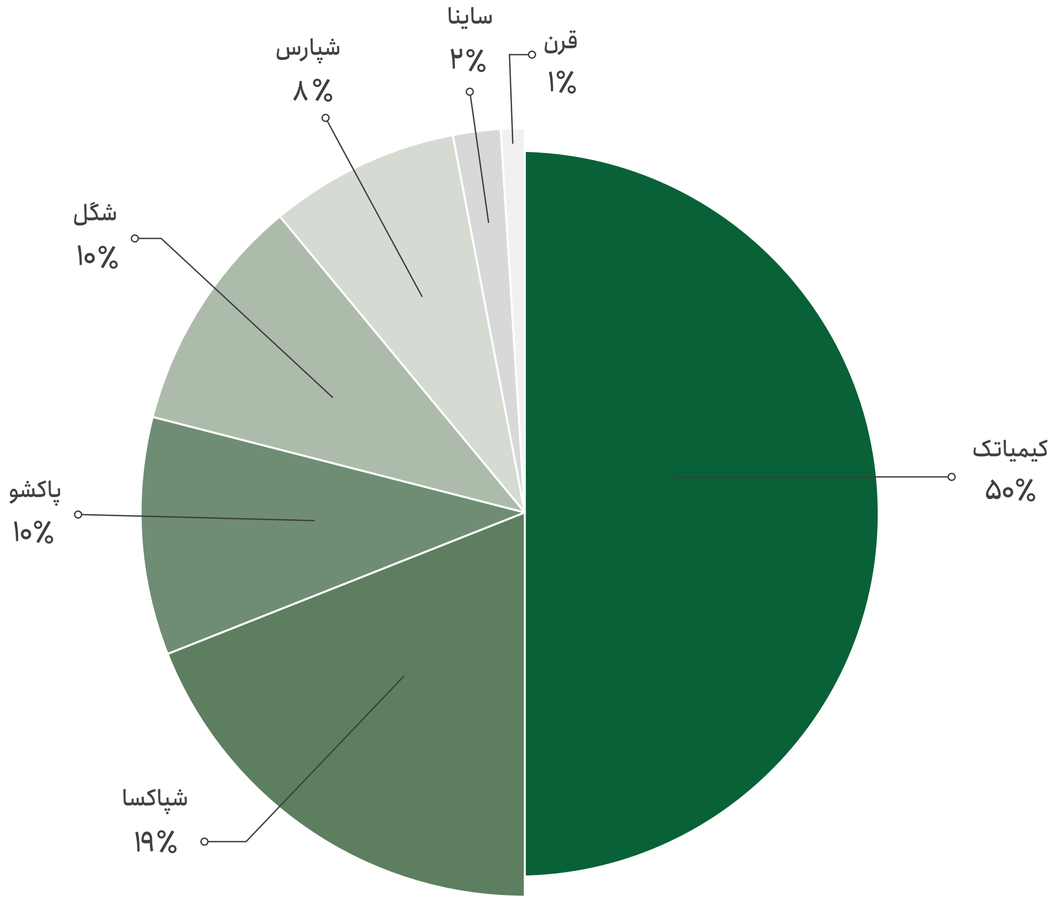
مقایسه فروش داخلی و صادراتی شرکت‌های تولیدکننده محصولات آرایشی و بهداشتی

محصولات شوینده بیشترین سهم بازار را در صنعت دارند. بر این اساس، نمادهای **پاکشو**، **قرن** و **شپاکسا** بیشترین سهم بازار در محصولات شوینده را به خود اختصاص داده‌اند.



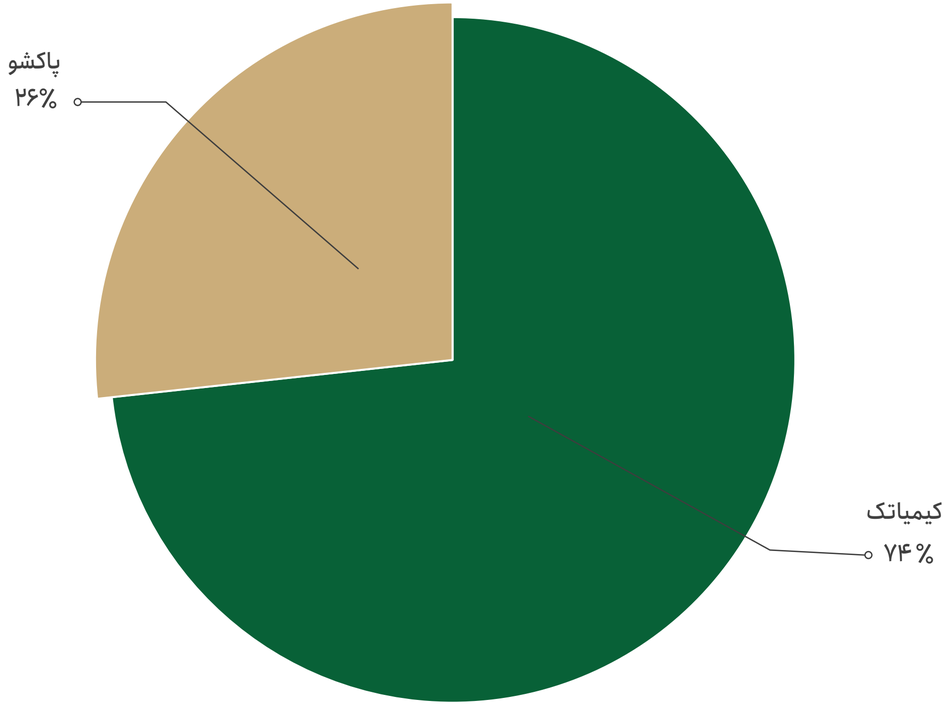
وضعیت سهم بازار محصولات شوینده

در گروه محصولات بهداشتی، نماد **کیمیاتک** نیمی از سهم بازار این محصولات را به خود اختصاص داده و نمادهای **شپاکسا**، **پاکشو** و **شگل** در رتبه‌های بعدی قرار دارند.



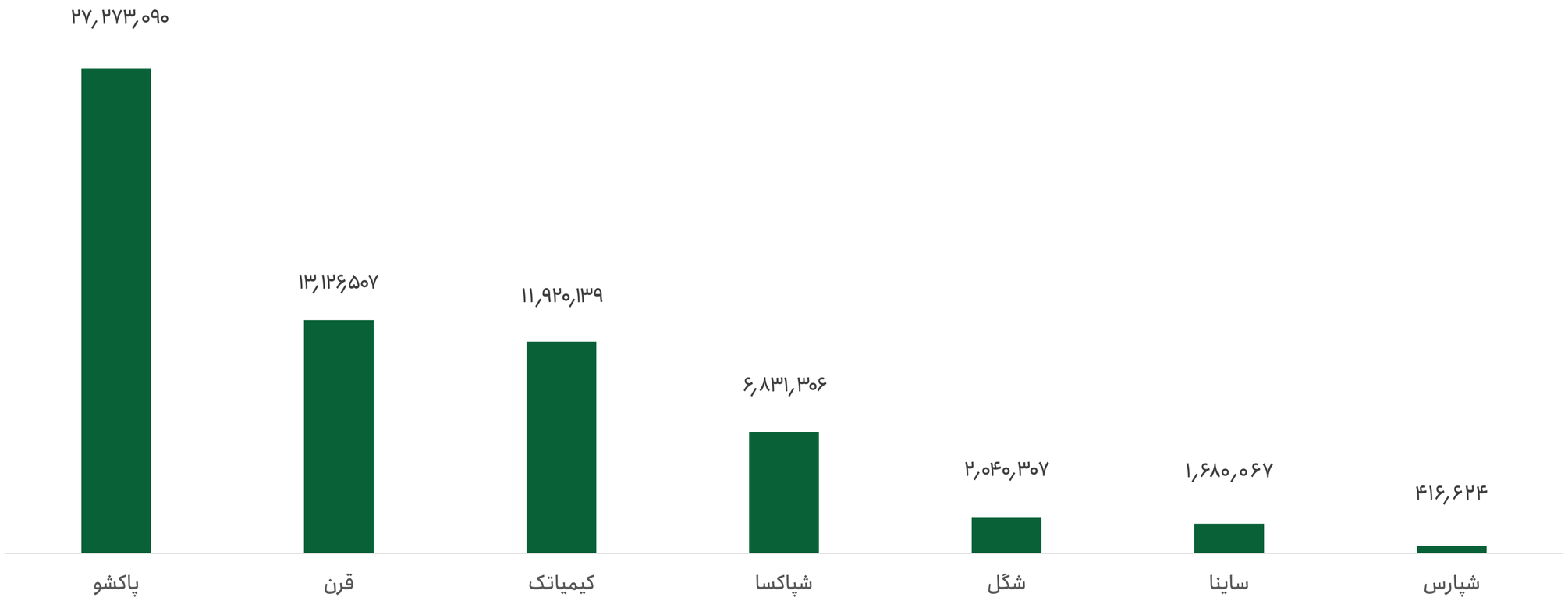
وضعیت سهم بازار محصولات بهداشتی

در بازار محصولات آرایشی، شرکت آریان کیمیاتک را باید بازیگر اصلی این گروه دانست. کیمیاتک محصولات آرایشی با برندهای متنوعی چون **شون**، **مای**، **نئودرم** و **کالیستا** تولید می‌کند و سهم ۷۴ درصدی بازار لوازم آرایشی را در اختیار داشته و به نوعی در این حوزه بی‌رقیب است.



وضعیت سهم بازار محصولات بهداشتی

بررسی سود انباشته، یکی از مهم‌ترین معیارهای ارزندگی سهام شرکت‌هاست. نماد **پاکشو** متعلق به گروه صنعتی گلرنگ، با اختلاف زیادی بیشترین میزان سود انباشته را نسبت به سایر رقبا دارد.



میزان سود انباشته شرکت‌های آرایشی و بهداشتی

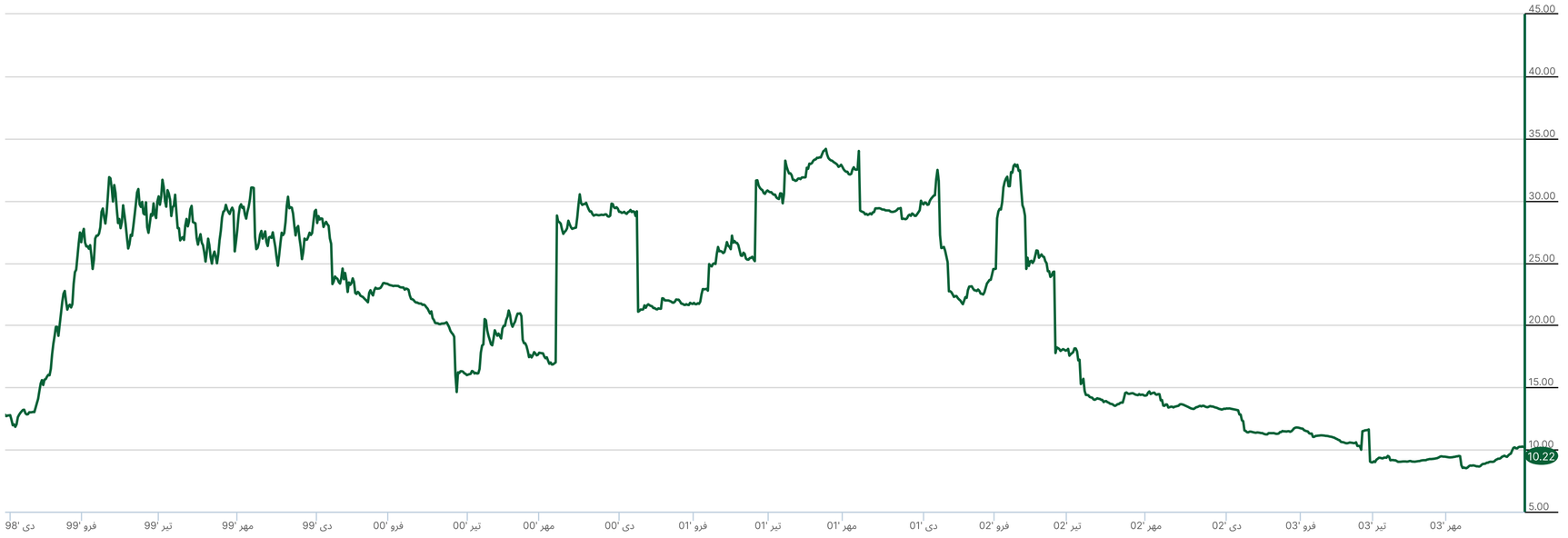
مبالغ به میلیون ریال است

وضعیت بنیادی

- وضعیت P/E صنعت
- مقایسه P/E شرکت‌ها
- مقایسه P/S شرکت‌ها
- حاشیه سود خالص و حاشیه سود عملیاتی
- رشد سود خالص و سود عملیاتی

نسبت P/E صنعت

صنعت محصولات پاک‌کننده یکی از صنایع با P/E پایین بازار محسوب می‌شود که در حال حاضر با P/E حدود ۱۰ واحدی، از وضعیت نسبتا مناسبی در بین صنایع بورسی برخوردار است. با نگاهی به P/E این صنعت در دوران اوج بازار، می‌توان دریافت که مقدار بیشینه این نسبت، حدود ۳۰ واحد بوده است و در حال حاضر این صنعت پایین‌تر از میانگین سال‌های اخیر خود قرار دارد.



مقایسه نسبت P/E شرکت‌ها

میانگین P/E صنعت محصولات پاک‌کننده کمی بالاتر از کل بازار است. در این گروه نماد **شپاکسا** با P/E حدود ۴ واحد وضعیت ایده‌الی دارد و نمادهای **کیمیاتک**، **قرن**، **پاکشو** و **شگل** نیز تقریبا متعادل و برابر میانگین صنعت قرار دارند.

نماد	P/E-ttm
شپاکسا	۴/۲
کیمیاتک	۹/۵
قرن	۱۰/۲
پاکشو	۱۱/۹
شگل	۱۲
ساینا	۱۴
شپارس	۲۶/۷

مقایسه نسبت P/S شرکت‌ها

نسبت P/S ttm (قیمت به فروش) صنعت محصولات پاک‌کننده با حدود ۲ واحد، تقریبا برابر با میانگین این نسبت در بازار است. معمولا عدد مطلوب برای P/S بین ۱ تا ۳ واحد در نظر گرفته می‌شود؛ زیرا P/S بسیار کم، نشان‌دهنده بدهی‌های بالا و بی‌ثباتی روند سودآوری است. همچنین در صورتی که P/S بیش از حد بالا باشد، نشان از بالا بودن قیمت سهام یا پایین بودن مقدار فروش است. **شپارس** با P/S حدود ۰/۵ واحدی پایین‌ترین نسبت را دارد. **شپاکسا**، **شگل** و **ساینا** نیز با P/S حدود یک واحدی بهترین‌های صنعت خود محسوب می‌شوند.

مقایسه نسبت P/S شرکت‌ها

نماد	P/S-ttm
شپارس	۰/۵
شپاکسا	۰/۹
شگل	۱/۱
ساینا	۱/۳
قرن	۱/۹
کیمیاتک	۲/۶
پاکشو	۲/۷

حاشیه سود خالص و عملیاتی

یکی از بهترین معیارها برای بررسی شرکت‌های برتر هر صنعت، بررسی حاشیه سود عملیاتی و خالص آن‌هاست. به‌طور کلی هرچه درصد حاشیه سود بالاتر باشد، نشان‌دهنده آن است که شرکت سود بیشتری از مقدار فروش خود کسب کرده است. حاشیه سود خالص و عملیاتی اکثر شرکت‌های صنعت محصولات پاک‌کننده، مناسب و حوالی ۲۰ تا ۳۰ درصد است. در این بین نمادهای **کیمیاتک**، **پاکشو**، **شپاکسا** و قرن بهترین‌های صنعت خود بودند.

حاشیه سود خالص و عملیاتی

نماد	حاشیه سود عملیاتی TTM	حاشیه سود خالص TTM
کیمیاتک	۳۳/۹%	۲۷/۸%
پاکشو	۱۶/۷%	۲۲/۷%
شپاکسا	۱۳/۱%	۲۱/۱%
قرن	۲۳/۸%	۱۸/۵%
ساینا	۱۱/۷%	۹/۳%
شگل	۱۷/۸%	۸/۸%
شپارس	۷/۴%	۱/۸%

نرخ رشد سود خالص و عملیاتی

شپاکسا بهترین عملکرد از لحاظ نرخ رشد سود خالص و عملیاتی را دارا است. این نماد توانسته سود عملیاتی خود را نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۶۹ درصد و سود خالص را ۱۳۴ درصد افزایش دهد. **قرن**، **کیمیاتک** و **پاکشو** نیز از لحاظ نرخ رشد سود خالص و عملیاتی وضعیت نسبتا مناسبی دارند.

نرخ رشد سود خالص و عملیاتی

نماد	حاشیه سود عملیاتی TTM	حاشیه سود خالص TTM
شپاکسا	۱۶۹%	۱۳۴%
قرن	۶۵%	۷۰%
کیمیاتک	۴۷%	۵۰%
پاکشو	۳۷%	۵۱%
شگل	۲۶%	۷%
ساینا	-۳%	۴%
شپارس	۴۳%	-۴۶%

اخبار اثرگذار و چشم‌انداز صنعت

صنعت آرایشی و بهداشتی را باید براساس نوع محصولات به دو دسته تقسیم‌بندی کرد که در ادامه به بررسی وضعیت کلی هر کدام می‌پردازیم.

محصولات شوینده و بهداشتی

محصولاتی مانند انواع پودر شوینده، شامپو، صابون، مایع ظرف‌شویی، خمیر دندان و... را باید در این گروه قرار داد. فروش این محصولات بر اساس قیمت‌گذاری دستوری انجام شده و قیمت فروش محصولات به پیشنهاد انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی ایران به سازمان حمایت از مصرف‌کننده ارسال شده و در نهایت این سازمان است که قیمت محصولات را تعیین می‌کند. بنابراین قیمت‌گذاری دستوری یکی از عواملی است که می‌تواند حاشیه سود شرکت‌هایی مانند **پاکشو**، **شپاکسا**، **قرن** و... را به شدت تحت تاثیر قرار دهد. اثرات قیمت‌گذاری دستوری بر نماد **پاکشو** بیشتر است. زیرا این شرکت سهم بازار بالایی در محصولات شوینده دارد و محصولات خود را در قالب برندهای معتبری چون سافتلن، مریدنت، آوه و هوم پلاس در بازار ارائه می‌کند. با توجه به لایحه بودجه عمومی سال ۱۴۰۴، پیش‌بینی می‌شود نرخ ارز ترجیحی برخی از اقلام شوینده حذف شود؛ اما برخی از شوینده‌ها مانند مایع ظرف‌شویی، صابون، شامپو و خمیر دندان که در سبد کالاهای اساسی قرار دارند، با احتمال بالایی فروش تحت مکانیزم قیمت‌گذاری دستوری و دریافت ارز ترجیحی را حفظ خواهند کرد.

محصولات آرایشی

برخلاف محصولات شوینده، در گروه محصولات آرایشی خبری از قیمت‌گذاری دستوری نیست و قیمت‌گذاری محصولات در هر مقطع زمانی با در نظرگرفتن بهای تمام‌شده کالا و از طریق مذاکره با انجمن صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی انجام می‌شود. با توجه به اینکه محصولات آرایشی در دسته کالاهای اساسی قرار نمی‌گیرند، بنابراین شرکت‌های تولیدکننده محصولات آرایشی از وضعیت فروش و سودآوری بالاتری برخوردار هستند. شرکت آریان کیمیاتک بزرگ‌ترین تولیدکننده محصولات آرایشی بوده و این شرکت نیز، مانند پاکشو زیرمجموعه گروه صنعتی گلرنگ است؛ بنابراین هلدینگ گلرنگ نقش پررنگی در صنعت آرایشی و بهداشتی دارد. **نرخ ارز** را باید مهم‌ترین عامل سودآوری شرکت‌های آرایشی در نظر گرفت. با افزایش قیمت ارز، واردات لوازم و محصولات آرایشی خارجی به دلیل افت تقاضای مصرف‌کننده کاهش یافته و شرکت‌های داخلی مانند **کیمیاتک** با تولید محصولات با کیفیت مناسب، جایگاه ویژه‌ای در میان مصرف‌کنندگان داخلی و حتی کشورهای همسایه پیدا کرده‌اند. با این وجود، نوسانات نرخ ارز باعث افزایش بهای تمام‌شده محصولات شده و می‌تواند منجر به افزایش قیمت لوازم آرایشی شود. در نتیجه، کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان می‌تواند یکی از ریسک‌های محصولات آرایشی باشد.

گروه مالی فارابی
FARABI FINANCIAL GROUP

اطلاعیه سلب مسئولیت

این گزارش بر اساس بررسی اطلاعات معاملات و صورت‌های مالی منتشر شده توسط شرکت‌ها تهیه شده است؛

بنابراین به‌تنهایی نمی‌تواند معیار کاملی برای سرمایه‌گذاری تلقی شود.