

社服教育周报一

国内自研大模型覆盖机酒预订、教育等应用场景，瑞幸进军新加坡市场

2023年04月02日



行业评级

社服行业 强于大市（维持）

证券分析师

易永坚 投资咨询资格编号:S1060520050001
电子邮箱:YIYONGJIAN176@pingan.com.cn

徐熠雯 投资咨询资格编号:S1060522070002
电子邮箱:xuyiwen393@pingan.com.cn

团队成员

付丹婷 一般证券业务:S1060121070088
电子邮箱:fudanting380@pingan.com.cn

李华熠 一般证券业务:S1060122070022
电子邮箱:lihuayi330@pingan.com.cn

社服教育周报-观点

酒旅餐饮

本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅+1.20%/+1.93%。涨跌幅较大个股分别为：奈雪的茶（+21.46%）、黄山旅游（+13.52%）、呷哺呷哺（+11.53%）、全聚德（+9.18%）、海伦司（-10.31%）。

观点：关注业绩兑现能力强及具备边际变化个股，推荐以下主线：1) 持续建议关注消费最强赛道咖啡，精选瑞幸咖啡；2) 机场口岸的信息化板块，推荐盛视科技；3) 跨区流动相关港股标的，推荐或将在五一迎来恢复窗口期的出境游龙头携程集团-S、业绩恢复稳定的酒店龙头华住集团-S；4) 关注餐饮复苏和低估值中概，如怪兽充电等。

美容护理

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅+3.64%。涨跌幅较大个股分别为：贝泰妮（+9.77%）、爱美客（+7.41%）、科思股份（+6.52%）、锦盛新材（-3.78%）、洁雅股份（-3.42%）、诺邦股份（-3.04%）。

观点：1) 2023年1-2月化妆品社零大盘重回正增长，恢复渐进，品牌上新频率加快，有望刺激消费。2) 近两年行业监管趋严、疫情冲击、渠道变革、消费趋于成熟等因素叠加，化妆品格局有所优化，头部凭借较强的品牌/产品/渠道/营销能力，保持较优增速，持续看好综合能力强的头部国货市占率提升。3) 持续关注疫后恢复、产品升级、渠道转型等边际改善机会，以及重组胶原蛋白等细分赛道红利，积极关注彩妆筑底企稳、护肤增势较好的逸仙电商。

教育人服

本周中国教育指数累计涨跌幅+0.78%。涨跌幅较大个股分别为：拓维信息（+41.61%）、科大讯飞（+27.67%）、新开普（+15.57%）、视源股份（+9.86%）、东方时尚（+9.49%）、网龙（-31.10%）、东方甄选（-27.36%）、中国东方教育（-26.11%）、中教控股（-20.75%）、新高教集团（-18.85%）。

观点：1) 教育方面，ChatCPT持续爆火，市场资金持续关注GPT相关产业链，教育作为最佳应用场景之一，建议大家积极关注教育信息化相关标的。2) 人服方面，2月全国城镇调查失业率为5.6%，比上月上升0.1个百分点。我们仍坚持看好今年招聘行业的复苏，建议积极关注在线招聘平台同道猎聘。

个股观点

个股观点

- ◆ **盛视科技**，本周累计涨跌幅+4.45%。观点：1) 公司主营智慧口岸整体解决方案，口岸基础设施建设需求在疫情3年被递延，特别是改扩建需求，这部分订单有望在国门开放后释放，行业进入启动周期；2) 海南2023年封关需求，2023年海南需要具备封关的初步要求，封关的本质就是口岸建设，订单已开始落地，公司目前已经中标近6个亿；3) 行业竞争格局清晰，公司处于龙头地位且竞争者少；公司目前估值较为安全，建议积极关注。
- ◆ **逸仙电商**，本周累计涨跌幅-1.33%。观点：1) 公司正从流量彩妆到品牌护肤转型，OCF已连续3个季度转正，22Q4实现上市以来首次盈利（经调整净利润）。2) 22Q4护肤收入占比接近50%，营收结构拐点有望显现。三大中高端护肤品牌现均处于良性发展轨道，22年全年增速达到99%。3) 彩妆主品牌完美日记22年处调整期（清库存、控折扣、线下门店优化），现逐步企稳，2023年推新有望加快，叠加彩妆行业恢复，建议积极关注。
- ◆ **瑞幸咖啡**，本周累计涨跌幅+15.93%。观点：我们认为瑞幸是国内咖啡行业非常具有领先优势的公司，经营数据稳步向上，财务造假带来的系列问题已经解决，公司产品-价格-渠道-品牌-供应链持续强势，今年有望迎来戴维斯“双击”。公司近况：2022全年营收132.93亿元，同比增长66.9%，Non-GAAP净利润10.48亿元，对应利润率为7.9%，2022全年自营门店经营利润率达26.4%，自营同店实现20.6%的增长。建议积极关注。
- ◆ **美丽田园**，本周累计涨跌幅-2.32%。观点：1) 2023年线下业务显著修复，reopen对公司业务的修复影响极大，从短期数据跟踪来看，1-3月份已经实现双位数的增长；2) 生美&医美均属于高阶消费，上市标的相对有限，公司渠道具有一定的稀缺性；3) 中长期来看，公司也具有显著优势，市占率1%不到，无论是逐步开店还是整合，特别是疫情三年冲击了中小“供给”机构，空间足够大。公司较早引入资本和职业管理人机制，中长期来看在市场整合方面具有显著优势。从生美到医美，逻辑上和实际业务上也证明客户能够实现零成本转化，医美获客成本有优势。建议积极关注。

个股观点

个股观点

- ◆ **同道猎聘**，本周累计涨跌幅-4.98%。观点：1) 预期2023年经济复苏的背景下，招聘行业有望迎来强势反弹，高粘性的招聘2B模式利润弹性较大；2) 传统平台前程无忧&智联招聘面向大众，新型平台Boss直聘主攻大众及蓝领招聘，猎聘则主要面向中高端招聘，中高端招聘领域几乎没有竞争对手，护城河极深；3) 公司目前估值低，市值不到60亿人民币（21年营收26.52亿元），同期Boss直聘市值700多亿元（21年营收42.59亿元），性价比极高，我们强烈看好公司的市场领先地位和盈利能力。4) 另外需持续关注小非减持动向。
- ◆ **怪兽充电**，本周累计涨跌幅-4.31%。1) 疫情修复标的，疫情期间单充电宝单季度收入差不多是正常季度的1/2；2) 账面现金是市值的1倍以上，安全垫足够；3) 竞争格局全面改善，怪兽和竹芒第一梯队，CR2超60%，怪兽市占率超过30%；第三是美团，收缩直营改加盟；行业进入“低能耗生存”状态，优势点位基本被先发龙头占据，格局趋于稳定。
- ◆ **携程集团-S**，本周累计涨跌幅-0.07%。观点：1) 携程是跨境OTA的绝对龙头，2017年就已超越booking成为全球最大的OTA平台（交易额口径），在疫情前的2019年，公司酒店住宿/航空票务/度假海外业务占比分别为23.4%/42.6%/53%，另外公司还有Skyscanner等纯海外平台业务，遥遥领先于国内其他跨境OTA。2) 携程海外独立平台天巡、trip.com均已强势复苏，22Q4国际平台的整体机票预订同比增长超过80%，海外市场的本土酒店预订较2019年同期增长140%。3) 国内出境游强势复苏，22Q4出境酒店预订同比140%，出境机票预订同比200%。国内及出入境旅游市场有望在二三季度迎来高峰，携程海外资源优势深厚，在跨境票务及酒店市场恢复下，强势复苏节奏将开启，维持推荐。
- ◆ **华住集团-S**，本周累计涨跌幅-1.29%。观点：1) 后疫情时代商旅出行迎来恢复，节假日对休闲旅游市的催化等均带动酒店住宿需求回暖，华住2023年1-2月revpar分别恢复至2019年同期的96%、140%；2) 据盈蝶咨询数据，2021年与2019年相比，非连锁酒店数/非连锁客房数分别减少了31.8%/ 33.2%，疫情下行业出清明显，我们对酒店龙头的连锁、集中趋势保持乐观预期，坚定长期看好，维持推荐。

个股观点

个股观点

- ◆ **中国中免**，本周累计涨跌幅-1.65%。观点：1) 公司是国内免税行业龙头，2021年市占率86%，在海南离岛免税市场份额约90%，具有先发优势和强规模优势，充分受益海南自贸港政策红利；2) 门店布局牢牢占据国内免税核心流量，覆盖中国前十国际机场中的9家、离岛免税辐射90%+离岛客流，合作品牌数量超过1300个，处于世界一流水平。3) 2023年春节假期海南离岛免税实现开门红，近期担保即提、即购即提政策落地，有望进一步释放消费者购买潜力。年内，三亚海棠湾年内有望引入重奢，一期二号地预计于Q3开业，带来新看点。此外，随着跨境游的重启，口岸免税出现一定恢复，市内免税新政策预期渐强。维持推荐。
- ◆ **家联科技**，本周累计涨跌幅-4.76%。观点：1) 2022年全年营收19.76亿元 (yoy: 60.08%)，Q4营收增速为20.48%，归母净利润1.79亿元 (yoy: 151.72%)，Q4归母净利润增速为55.07%；2) 受全球经济大环境影响，近两个季度海外需求一般，但是国内需求旺盛，2023年重点关注国内业务的成长；3) 公司正大幅扩增产能，不断拓宽业务范围，包括新建PLA改性材料产能及甘蔗渣制品产能；同时公司近期收购海外塑料家居制品公司，家居用品开始向海外商超供货，建议持续关注公司新产能落地进展。
- ◆ **东方甄选**，本周累计涨跌幅+1.20%。观点：1) 政策&业务经营负面已出清，2023财年半年报业绩扭亏为盈，FY2023H1实现收入20.80亿元 /yoy: 262.7%，归母净利润5.85亿元，去年同期亏损4.19亿元；2) 业务成功向直播转型，东方甄选热度持续，22年多月居于抖音带货榜榜首，旗下已有4个破百万粉丝账号；3) 近期旗下直播账号数据较为平稳，短期缺乏爆发性，持续关注公司自营品牌的销售情况和新开账号的数据表现。
- ◆ **鸿合科技**，本周累计涨跌幅-18.67%。观点：1) 海外教育信息化政策利好不断，2021年公司海外营收同比增长91.15%，22H1同比增长47.14%，并有望维持稳步增长态势；2) 22Q3及此前几个季度，毛利修复显著，22Q3毛利率同比+10.0pct，但是上游原材料面板持续下降的空间已经非常有限；3) 2022年预计全年归母净利润4.3-4.5亿元，同比+154.50% ~+168.11%，扣非净利润3.5-3.7亿元，同比+166.14%~+183.58%；4) 2023年教育信息化带来国内订单修复逻辑可期同时建议关注课后服务业务的拓展。建议积极关注。
- ◆ **锦江酒店**，本周累计涨跌幅+7.76%。观点：1) 后疫情时代商旅出差、休闲旅游等酒店住宿需求将加速修复；2) 疫情下行业出清明显，我们对酒店龙头的连锁、集中趋势保持乐观预期，坚定长期看好。

个股观点

个股观点

- ◆ **同程旅行**，本周累计涨跌幅+0.12%。观点：1) 后疫情时代酒旅市场逐步回暖，同程恢复领先行业；2) 公司凭借腾讯系的流量独占优势，2022年付费用户规模达1.9亿，较2019年增长了23%；同时，公司下线城市及地区有相对先发优势，截至2022年非一线注册用户数占总用户数的86.5%；3) 发起多项并购，不断强化供应链体系。我们看好公司疫后强势复苏，建议关注。
- ◆ **海底捞**，本周累计涨跌幅+2.91%。观点：1) 疫后火锅等线下聚集消费场景有望迎来经营修复；2) 公司实施“啄木鸟”计划，改革效果初步显现，2022业绩扭亏为盈，毛利率（vs2021-2.5pct）及人员成本（vs2021-2.7pct）实现优化，经营调整取得阶段性成效；3) 海底捞依然是国内最好的餐饮连锁品牌，中长期来看其品牌、单店、管理等在国内餐饮行业均属于“标杆”。建议关注。
- ◆ **九毛九**，本周累计涨跌幅-0.21%。观点：1) 看好公司旗下多餐饮品牌疫后复苏；2) 太二单店模型优异可复制性强，稳态门店OP可达23%，2023年开店指引120家(国内/国际105/15家);3) 怂火锅发展势头初显，公司预计300-500家店时(5年维度)稳态门店OP可达20%，有望成为公司未来主力之一，2023年开店指引25家;4) 其他品牌:九毛九经调整门店OP已明显回升，赖美丽烤鱼持续打磨优化。建议关注。
- ◆ **Tims咖啡 (TH International)**，本周累计涨跌幅+16.95%。观点：1) 公司主打“咖啡+暖食”的大店模型且有市场需求；管理团队背景优异，且半数来自汉堡王；笛卡尔资本、RBI&3G资本、红杉、腾讯等蓝筹股东为其发展提供长期支持；目前处于高速拓店成长期，门店规模效应有望带来收入高增及利润改善。2) 2月8日公司宣布董事会批准同意与炸鸡品牌Popeyes中国进行合并，未来两个品牌或将能在成本管控及品牌发展中实现协同效应。建议积极关注。
- ◆ **科拓生物**，本周累计涨跌幅+2.73%。观点：1) 益生菌行业处于高速发展期，应用领域从乳制品扩展到医疗保健、药品、化妆品等众多市场；2) 国内益生菌原材料菌粉或菌种80%以上依赖进口；3) 国产益生菌原料正在起步，科拓作为国产龙头的地位日益显著，其下游B端客户刚开始放量。22年公司的益生菌业务+动植物微生态业务合计占比将达50%，23年单益生菌业务有望超过50%，益生菌业务高增速将带动公司整体高增，建议积极关注。

个股观点

个股观点

- ◆ **珀莱雅**，本周累计涨跌幅+2.53%。观点：1) 2018年公司线上运营取得突破，2020年成功由渠道驱动转型产品驱动，疫情以来线上持续高增带动整体业绩保持较快增长，2022年双11国货第一，2023年38大促持续放量，超越国际品牌登顶天猫美妆第一；2) 大单品策略成效显著，红宝石面霜、源力系列等新品接力增长，品牌复购率、客单价上升，客群年轻化趋势显著；3) 线上多平台运营能力强，天猫主阵地持续高增，抖音平台排名稳居前列，京东、唯品会等平台稳步增长；4) 彩棠、off&relax、悦芙媞等新品牌起量较快，今年纷纷扭亏为盈。中长期看，主品牌珀莱雅品牌势能提升，规模远未到单品牌天花板，中小品牌孵化有所成效，逐步验证平台能力。建议积极关注。
- ◆ **贝泰妮**，本周累计涨跌幅+9.77%。观点：1) 主品牌薇诺娜定位敏感肌护理，用户粘性强、复购率高，双11已连续5年蝉联天猫美妆前十；2) 副品牌薇诺娜baby22年收入破亿，双11荣登天猫婴童护肤第4，逐渐爆发；新高端抗衰品牌AOXMED于22年下半年面世，有望复制薇诺娜成功路径；3) 公司股权激励落地，业绩目标22-25年营收、净利润CAGR达26%，彰显公司中长期发展信心。4) 公司依托云南特色植物，医研共创优势明显，产品研发及渠道拓展能力强，多品牌矩阵初具雏形，成长可期。建议积极关注。
- ◆ **农夫山泉**，本周累计涨跌幅+0.56%。观点：1) 公司坚持包装水+饮料双翼发展，包装水业务是行业龙头，自2016年起至今，一直稳居行业第一的宝座；饮料业务贡献显著增速，茶饮、功能饮料、果汁及其他饮料产品2021年增速均超过30%。2) 公司注重水源建设，目前已建有11大优质水源，在同行业中遥遥领先，并且在同价位包装水产品中，是少有的全部产品都采用天然水源的品牌。3) 公司广告语传播力极强，先后推出过“农夫山泉有点甜”、“我给孩子喝的水”、“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”、“什么样的水源，孕育什么样的生命”等多个朗朗上口的广告语，为公司品牌传播带来强助力。
- ◆ **分众传媒**，本周累计涨跌幅+3.31%。观点：1) 经济先导指标，预期经济复苏的背景下，企业主有望提前开启广告投放，我们认为分众广告的复苏有望早于普通消费品，近期包括白酒在内的品牌广告上刊提升显著；2) 公司2022年归母净利润区间预计为27.71-28.51亿元，同比增长52.98%-54.30%；3) 分众的商业模式和需求趋势依然强势，我们坚信消费品牌的未来就是分众的未来，继续坚定推荐，维持“强烈推荐”。

社服教育周报-酒旅餐饮

本周回顾

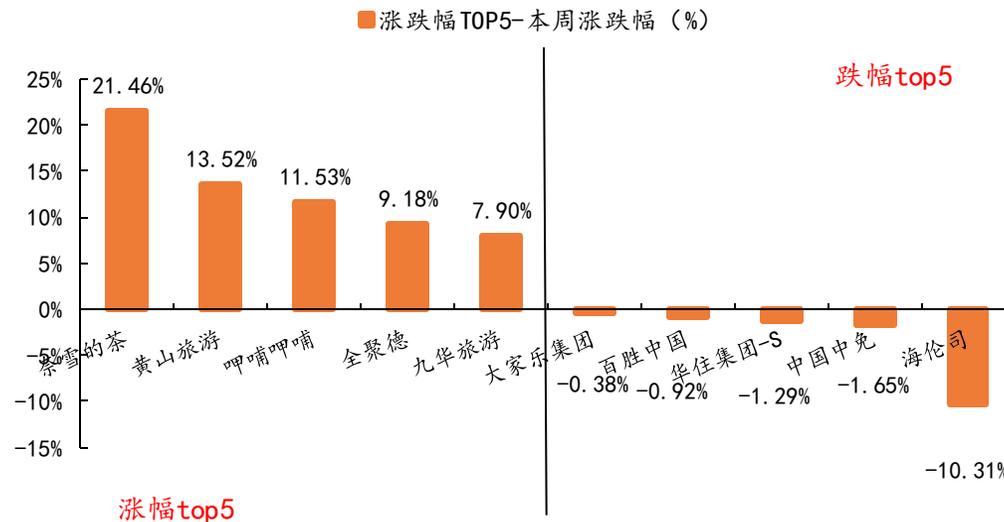
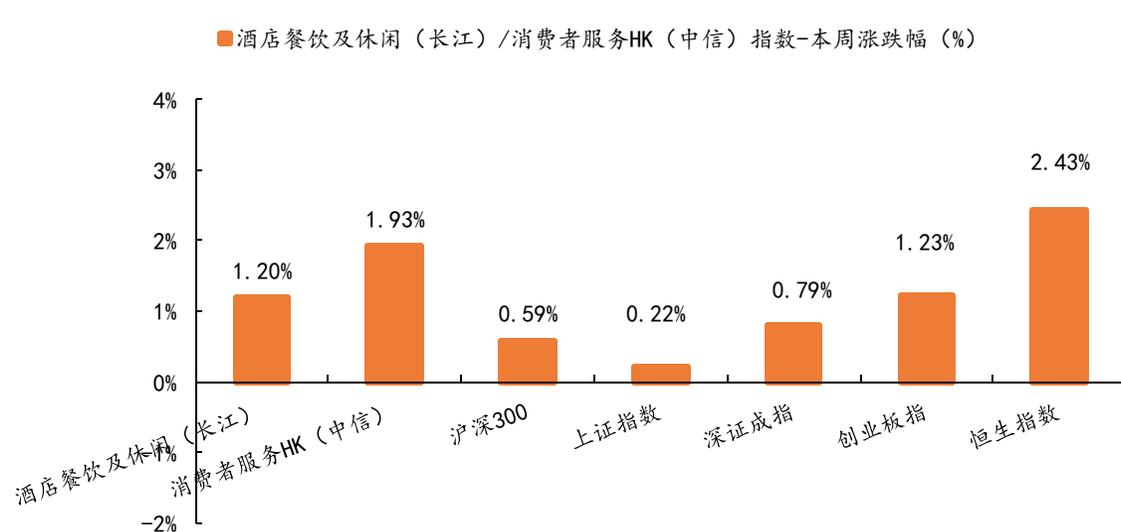


本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅+1.20%/+1.93%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：奈雪的茶（+21.46%）、黄山旅游（+13.52%）、呷哺呷哺（+11.53%）、全聚德（+9.18%）、九华旅游（+7.90%）。

跌幅TOP5：海伦司（-10.31%）、中国中免（-1.65%）、华住集团-S（-1.29%）、百胜中国（-0.92%）、大家乐集团（-0.38%）。



社服教育周报-酒旅餐饮

行业重大事件

- 1、**文旅部：3月31日起恢复全国旅行社及在线旅游企业经营外国人入境团队旅游和“机票+酒店”业务。**
- 2、**咖啡行业动态：**1) 3月31日，瑞幸咖啡新加坡门店两店齐开，进入试营业阶段；预计4月底，瑞幸咖啡将有8—10家门店陆续在当地试营业。
2) 近日，库迪科技（厦门）有限公司成立，法定代表人钱治亚，注册资本1亿美元，经营范围包括科技推广和应用服务；物联网技术研发；餐饮管理；外卖递送服务；单用途商业预付卡代理销售；互联网信息服务等。
- 3、**文心千帆可实现订机票和酒店等操作：**百度正式推出“文心千帆”大模型平台，可实现三分钟做PPT、数字人直播带货、订机票和酒店等操作。
- 4、**3月28日，达美乐中国，以“1405”为股票代码在港交所挂牌上市。**
- 5、**出境游恢复跟踪：**1) 3月25日，香港旅游发展局总干事程鼎一表示，上周入境香港的内地旅客人数已恢复到疫情前45%，周末单日访港人数达10万人次；来自东南亚地区的短途旅客人数已恢复到疫情前的60%，日韩等国的旅客恢复到45%；预计“五一”黄金周，访港人数将达到疫情前的50%。2) 据支付宝数据，2023年1-3月，国人的整体出境游消费力已恢复至2019年同期的三成，人均交易笔数比疫情前增加了20%，人均消费金额更增加了一倍。
- 6、**美团将于4月发布“美团企业版”定位企业消费赛道：**美团将于4月发布面向 To B市场的业务“美团企业版”，定位企业消费赛道，美团企业版会为企业客户提供消费服务和管理方案，包括用餐、差旅、打车等。
- 7、**雅高与抖音达成合作：**雅高成为抖音首家全生态酒店集团合作伙伴，抖音生活服务矩阵将迎来进一步丰富，雅高可以利用短视频、直播等形式，提供创新的酒店产品浏览、购买体验以及生活方式新玩法。

重要个股公告

- 1、**华住集团：**2022年实现营收138.62亿元，同比+8.4%；归母净亏损18.21亿元，上年同期亏损4.65亿元；全年EBITDA为1.64亿元，上年同期为13.66亿元；经调整EBITDA 6.10亿元，上年同期为15.71亿元。
- 2、**锦江酒店：**2022年实现营收 110.08 亿元，同比-3.44%；实现营业利润 4.62 亿元，同比-19.56%。归母净利润 1.13亿元，同比+18.67%。扣非后净利润-2.04亿元，比上年同期增加亏损0.84 亿元。
- 3、**海底捞：**2022年来自持续经营业务收入310.39亿元，yoy-20.6%；来自持续经营业务归母净利润16.38亿元，上年同期亏损32.50亿元。

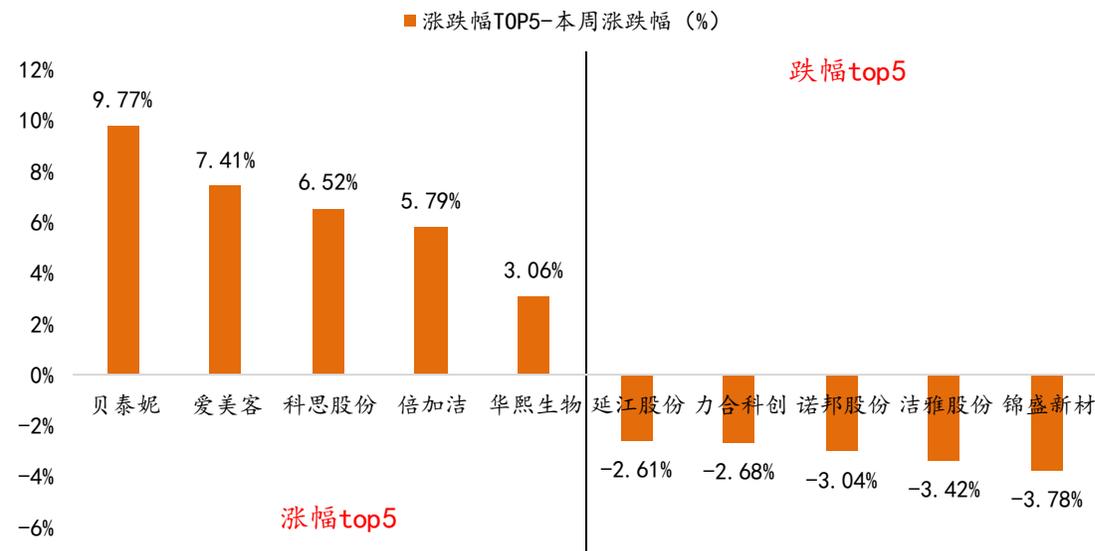
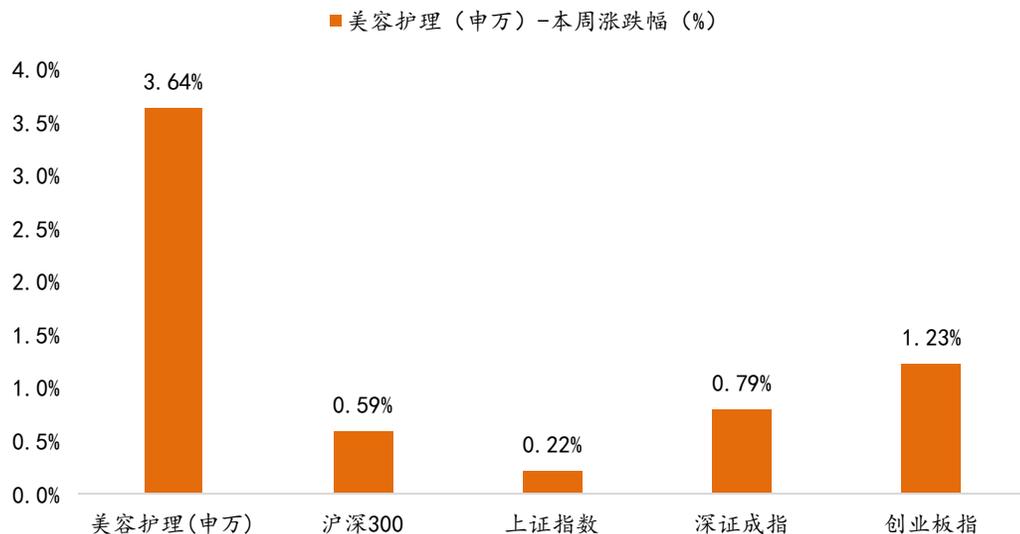
社服教育周报-美容护理

本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅+3.64%。

涨幅TOP5：贝泰妮（+9.77%）、爱美客（+7.41%）、科思股份（+6.52%）、倍加洁（+5.79%）、华熙生物（+3.06%）。

跌幅TOP5：锦盛新材（-3.78%）、洁雅股份（-3.42%）、诺邦股份（-3.04%）、力合科创（-2.68%）、延江股份（-2.61%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

1、**电商平台动态**：1) 快手2022年电商商品交易总额达到9012亿元，较2021年的6800亿元增长超过30%，完成了年初定下的9000亿目标。2) 抖音本地生活推出“商场”频道，展示商家信息和售卖商家到店团购或代金券，可用于化妆品等指定商品消费。3) 2022年视频号直播销售额同比增长超八倍，其中私域占比30%，联盟分销占15%，其商业潜力持续释放。4) 天猫拟与宝洁、雅诗兰黛等50家头部快消品牌达成“新品”战略合作，覆盖研发到上市全流程。

2、**中国市场奢侈品皮具价格昂贵**：据Retviews by Lectra报告，奢侈品皮具在欧洲、英国、美国和中国市场存在明显的价格差。以Céline Cabas Triomphe包包为例，其在法国市场的定价为2616美元，而在中国市场的售价则达到3675美元，定价高出41%。除了几个特定品牌之外，中国市场仍是奢侈品皮具最昂贵的亚洲市场。其中日本的奢侈品手袋价格最低，平均比中国市场低20%。

3、**品牌及新品动态**：1) 悦芙媿上市新版多酸泥膜，新增3大保湿成分，搭配4重天然植萃舒缓成分，天猫售价89元/100g。2) 玉泽官宣演员白宇为品牌代言人。3) OGP正式启动与国内大型三甲医院的射频皮肤治疗仪临床试验项目，是国内首个开展多中心射频仪医疗器械临床试验的家用美容仪品牌。

重要个股公告

1、**贝泰妮**：2022年实现营收/归母/扣非归母50.14/10.51/9.51亿元，同比+24.65%/21.82%/17.00%，单Q4公司实现营收/归母/扣非归母21.18/5.34/5.00亿元，同比+10.93%/5.17%/4.16%。同时公告股权激励草案，公司层面业绩考核要求为2023/2024/2025年营收及净利润（归母，剔除激励费用影响）同比增长率不低于28%/26%/24%。

2、**中国中免**：2022年实现营收/归母净利润544.33/50.30亿元，同比-19.57%/-47.89%，其中单Q4实现营收/归母净利润150.68/4.02亿元，同比-17.10%/-65.46%。

3、**巨子生物**：2022年公司实现收入23.6亿元，同比增长52.3%；归母净利润10.0亿元，同比增长21.0%。

4、**华熙生物**：22年实现营收/归母63.59/9.71亿元，同比+28.53%/+24.11%，单Q4实现营收/归母20.39/2.93亿元，同比+5.34%/+29.27%。

社服教育周报-教育人服

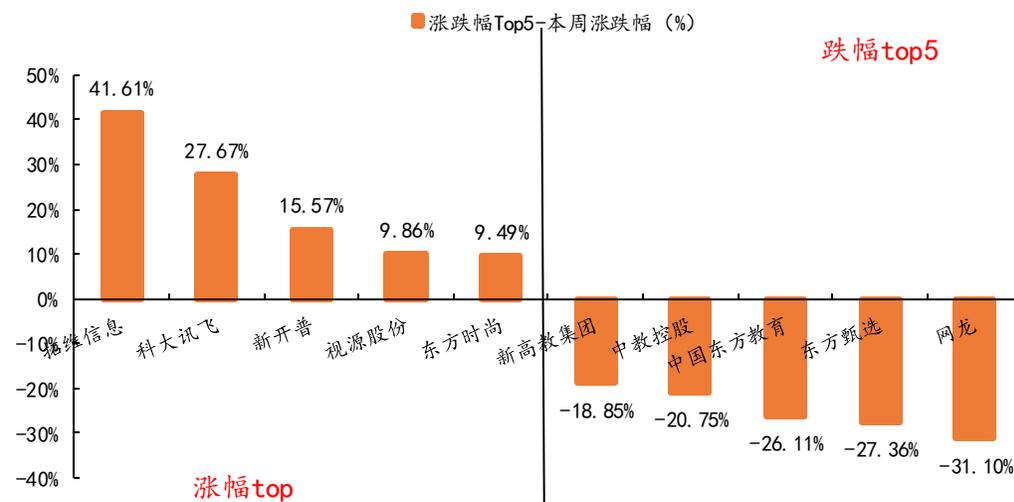
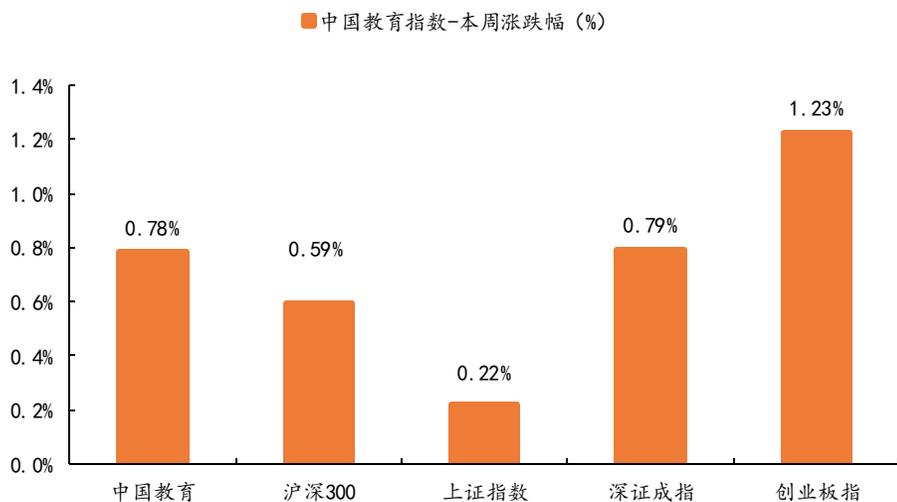
本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅+0.78%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：拓维信息（+41.61%）、科大讯飞（+27.67%）、新开普（+15.57%）、视源股份（+9.86%）、东方时尚（+9.49%）。

跌幅TOP5：网龙（-31.10%）、东方甄选（-27.36%）、中国东方教育（-26.11%）、中教控股（-20.75%）、新高教集团（-18.85%）。



社服教育周报-教育人服



行业重大事件

- 1、有道自研模型“子曰”即将推出:**有道专为教育场景自研的类ChatGPT模型将推出，模型名字确定为“子曰”。目前，基于“子曰”研发的AI口语老师和中文作文批改demo已完成，并将于近期开放内测。
- 2、2023年“清朗”系列专项行动将开展一系列专项整治:**国家网信办在开展“清朗·整治暑期未成年人网络环境”专项行动时将重点抓好管内容和管平台两方面工作。一是绷紧违规内容高压线。二是守住专属平台安全底线。对于未成年人使用的学习类APP、儿童智能手表、平板电脑、早教机等，督促平台强化应用上线、内容发布等前端管理，加强功能安全风险评估，禁止出现各类违法不良内容，不得借游戏闯关、购买虚拟物品等名义诱导未成年人充值消费。三是筑牢青少年模式保护防线。
- 3、科技部会同自然科学基金委启动“人工智能驱动的科学研究的科学研究”(AI for Science)专项部署工作,**结合数学、物理、化学、天文、地球科学、生命科学等基础学科，围绕药物研发、基因研究、生物育种、新材料研发等重点领域科研需求展开，布局“人工智能驱动的科学研究的科学研究”前沿科技研发体系。
- 4、罗科仕公布IPO条款:**近期，中国人力资源管理服务提供商罗科仕(Lucas GC)公布了首次公开募股(IPO)条款。该公司计划以8-9美元的价格发行80万股股票，筹资600万美元，暂定计划于4月7日在纳斯达克挂牌上市，股票代码LGCL。
- 5、教育部门预算增加24.72万元:**近日，教育部官方网站公布了教育部2023年部门预算。预算文件显示，教育部2023年部门预算中一般公共预算当年财政拨款为1354.71亿元，比2022年执行数增加24.72万元。

重要个股公告



- 1、粉笔:**2022年，粉笔营收28.104亿元，同比减少18%；净亏损20.873亿元，上年同期亏损20.46亿元。
- 2、北森控股(09669.HK):**公司拟全球发售804.4万股股份，其中香港发售股份80.44万股，国际发售股份723.96万股，另有15%超额配股权；2023年3月30日至4月4日招股；发售价将为每股发售股份29.70港元，每手买卖单位200股；摩根士丹利及中金公司为联席保荐人；预期股份将于2023年4月13日于联交所主板挂牌上市。

风险提示

风险提示：

- ◆ **政策变化风险：**国家及产业等政策变化或将对行业、公司发展及公司股价造成较大影响。
- ◆ **疫情反复风险：**如果出现第二轮疫情传播，顾客出行及到店消费将受阻。
- ◆ **消费者信心不足，消费复苏不及预期：**尽管疫情已经放开，消费逐步回暖，若消费者信心不足，消费复苏或将不及预期。
- ◆ **突发事件冲击风险：**外部突发事件冲击或将对公司盈利及发展带来较大不确定性。
- ◆ **新品推广不及预期风险：**为培育新增长点，公司往往需要进行新品的研发及资源投入，而新品推广不及预期或将对公司盈利造成不利影响。
- ◆ **中美双方对审计底稿的监管风险：**尽管中美审计监管合作取得积极成效，PCAOB已撤销2021年作出的无法检查或调查中概股会计师事务所的裁定，但审计监管仍在持续进行，检查报告尚未最终确定，风险仍存。

股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现20%以上）

推 荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现10%至20%之间）

中 性（预计6个月内，股价表现相对市场表现在±10%之间）

回 避（预计6个月内，股价表现弱于市场表现10%以上）

行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于市场表现5%以上）

中 性（预计6个月内，行业指数表现相对市场表现在±5%之间）

弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于市场表现5%以上）

公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

免责声明：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2023版权所有。保留一切权利。