

# 社服教育周报-

## 五一假期临近旅游市场热，强烈建议关注AI+教育

2023年04月16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-2.89%/-2.35%。涨跌幅较大个股分别为：曲江文旅（+61.00%）、西安旅游（+20.73%）、西藏旅游（+15.49%）、大连圣亚（+8.83%）、大家乐集团（+8.16%）、锦江酒店（-12.59%）、君亭酒店（-7.48%）、特海国际（-7.38%）、广州酒家（-6.92%）、格力地产（-5.97%）。

观点：关注五一旅游旺季催化，同时看好细分成长赛道及业绩兑现能力强个股，推荐以下主线：1) 关注五一节假日催化下弹性较大个股；出境游复苏空间仍大，五一将迎来窗口期；酒店板块、OTA、旅游目的地复苏确定性高；2) 持续建议关注消费最强赛道咖啡，精选瑞幸咖啡；3) 机场口岸的信息化板块，推荐盛视科技；4) 关注餐饮复苏和低估值中概。

## 美容护理

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-1.08%。涨跌幅较大个股分别为：名臣健康（+8.98%）、珀莱雅（+3.67%）、中顺洁柔（-6.16%）、奥园美谷（-5.78%）、嘉亨家化（-4.94%）、丸美股份（-4.81%）。

观点：1) 化妆品行业整体处于弱复苏阶段，抖音红利持续，品牌端表现分化，外资品牌略显疲软，珀莱雅、可复美等国货品牌快速增长，持续看好本土企业市占率提升。2) 持续关注渠道转型、产品升级、疫后恢复等边际改善机会，重视重组胶原蛋白等新兴趋势赛道红利，如巨子生物、逸仙电商、丸美股份、上美股份等。

## 教育人服

本周中国教育指数累计涨跌幅-3.65%。涨跌幅较大个股分别为：博瑞传播（+8.24%）、全通教育（+2.82%）、勤上股份（+2.71%）、新高教集团（+2.39%）、国新文化（+2.25%）、新开普（-14.94%）、拓维信息（-10.09%）、科大讯飞（-9.65%）、中国东方教育（-6.67%）、视源股份（-6.62%）。

观点：1) 教育方面，ChatGPT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。重点关注佳发教育、方直科技等。2) 人服方面，招聘行业是比较顺周期的赛道，我们对在线招聘行业保持相对乐观预期，有望在后期顺周期的背景下逐步实现边际改善，保持对同道猎聘的推荐。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **盛视科技**，本周累计涨跌幅+14.66%。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-12.50%。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-4.77%。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+3.48%。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+3.98%。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+3.99%。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-4.02%。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) 国内及出入境旅游市场有望在二三季度迎来高峰，截至4月6日，携程五一国内游订单已追平2019年，同增超7倍；截至4月中旬，携程内地出境游订单同增超18倍，五一假期出境机票搜索量同比去年增长超9倍。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-2.60%。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-3.87%。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年一季度海南市场稳步恢复，接待旅客人数同比增长20%、离岛免税店总销售额同比增长29%。近期即购即提、担保即提政策落地，年内，三亚海棠湾有望引入重奢，一期二号地预计于Q3开业，有望进一步释放消费潜力。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-2.99%。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-5.05%。观点：1) 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-3.24%。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) 但需注意，近期公司股东及高管发布减持公告。
- ◆ **锦江酒店**，本周累计涨跌幅-12.59%。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，公司1月份及2月份整体平均RevPAR已分别恢复至2019年同期的88%及115%；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+1.06%。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-5.13%。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-0.88%。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。
- ◆ **Tims咖啡 (TH International)**，本周累计涨跌幅+13.53%。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) 公司与炸鸡品牌Popeyes中国进行合并；3) 计划到年底全系统门店超过1,000家，开店节奏再提速。疫后线下消费回暖，及咖啡行业β行情下，建议积极关注。
- ◆ **科拓生物**，本周累计涨跌幅-6.70%。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+3.67%。观点：1) 公司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) 主品牌大单品策略成效显著，品牌复购率、客单价上升，近期双抗精华3.0上市，有望进一步打开增量；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、OR、悦芙媞等新品牌起量较快，多品牌矩阵成型。2022年公司营收/净利润突破60/8亿元，双双超预期。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，持续验证平台能力。建议积极关注。
- ◆ **贝泰妮**，本周累计涨跌幅-3.93%。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-3.59%。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+0.47%。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

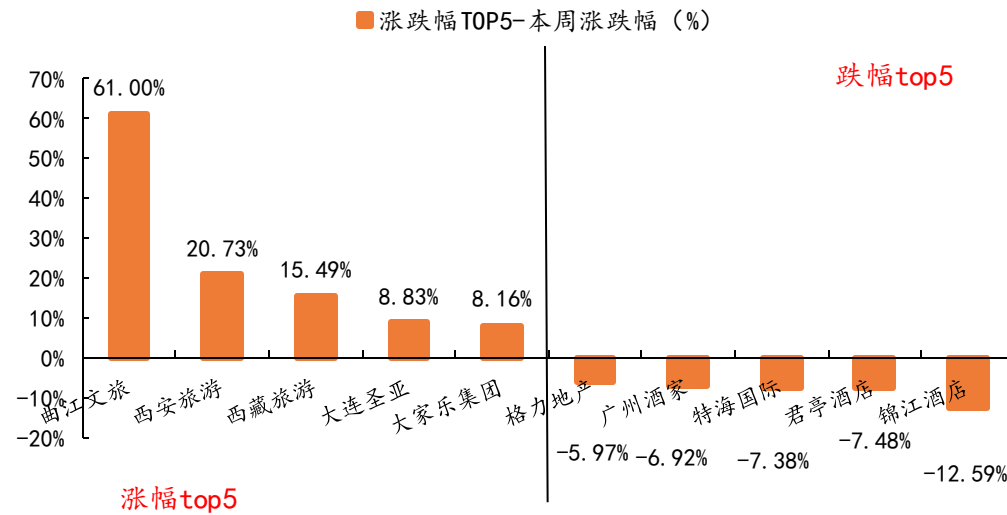
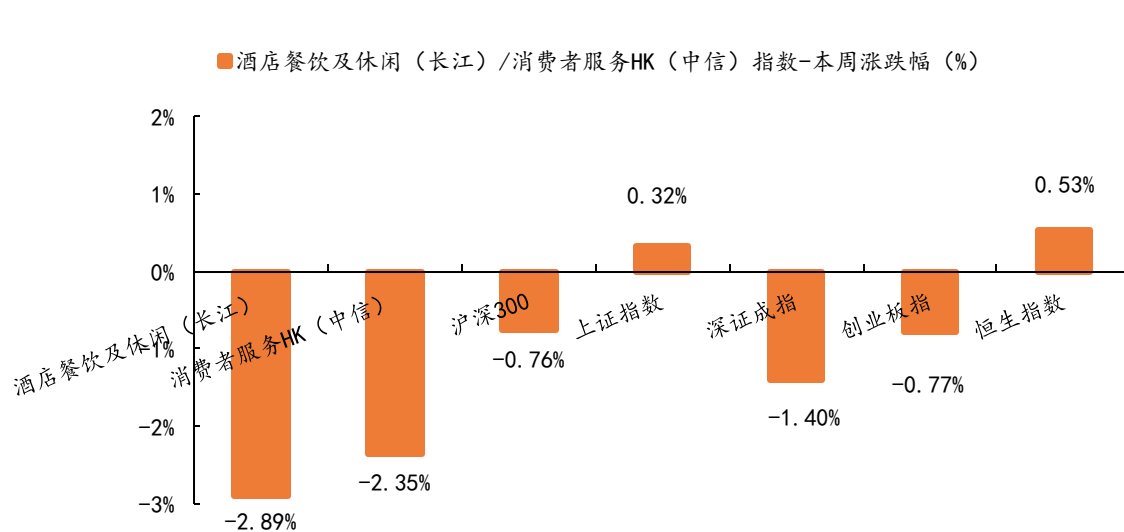
## 本周回顾

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-2.89%/-2.35%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：曲江文旅（+61.00%）、西安旅游（+20.73%）、西藏旅游（+15.49%）、大连圣亚（+8.83%）、大家乐集团（+8.16%）。

跌幅TOP5：锦江酒店（-12.59%）、君亭酒店（-7.48%）、特海国际（-7.38%）、广州酒家（-6.92%）、格力地产（-5.97%）。



数据来源：wind，平安证券研究所



# 社服教育周报-酒旅餐饮



## 行业重大事件

- 1、4月11日，工信部、文旅部联合印发《关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知》，提出，到2025年我国旅游场所5G网络建设基本完善，旅游景区、度假区、休闲街区、夜间消费集聚区等重点旅游场所5G网络覆盖水平不断提升。5G+智慧旅游应用场景逐步丰富，打造一批5G+5A级智慧旅游标杆景区和5G+智慧旅游样板村镇，培育一批5G+智慧旅游创新企业和创新项目。此外，智慧旅游产业生态环境初步形成，培育一批5G+智慧旅游解决方案供应商，落地30个5G+智慧旅游应用解决方案。
- 2、五一旅游市场预订数据：1) 携程：4月上旬，内地出境游订单同比增长超18倍，五一假期出境机票搜索量同比去年增长超9倍，出境单程机票均价为2564元，同比去年下降58%。“出境游迎来了今年第一波的增长高峰，将带动航司复航、当地服务人员基础服务能力的快速恢复，出境游有望在年底恢复至80%。而跨境航班架次1-3月中上旬份恢复至2019年同期的10%、15%、21%。2) 美团、大众点评：截至4月10日，五一假期国内旅游订单较2019年同期增长约200%。3) 木鸟民宿：截至4月12日，木鸟民宿五一假期的预订量已达到2019年五一假期整体订单的2.3倍，预计最终有望达到2019五一订单的4.2倍。
- 3、中国航协：预测第二季度的整体客运航班量将恢复至疫情前的98%以上，旅客运输量恢复至85%左右。第二季度国内市场的“补偿性旅游”需求正转化为实际消费，有存量需求集中释放的因素，国际客运市场将保持恢复态势。
- 4、咖啡行业动态：1) 天猫Q1速溶咖啡品类GMV下滑，咖啡豆品类继续上涨：2023年第一季度天猫“冲调咖啡”品类GMV较去年同期下降7.1%，其中，GMV占比超60%的品类“速溶咖啡”下降4.4%，自去年第四季度开始，已连续下滑两个季度。占比第二的品类“咖啡豆”则逆势增长了14%、已实现5个季度以上的连续增长，但增速较去年第四季度略有下滑。品牌上来看，瑞幸咖啡平台零售GMV同比去年增长了171%。三顿半过去四个季度GMV同比增速均为负值。雀巢尽管增速回正，但22Q1-Q4的增速也为负值。2) 古茗产品品类从鲜果茶延伸至鲜果咖啡，全国门店上新闪萃咖啡系列。3) 茶百道关联公司四川百茶百道实业股份有限公司申请注册多枚“COFFREE”商标。
- 5、4月13日美团企业版发布，并发布全新品牌形象及App应用程序，着力解决企业消费中报销流程复杂、消费不透明、成本管控难、供给资源单一等问题，覆盖企业用户福利用餐、招待用餐、定制化团餐、企业差旅等场景。

## 重要个股公告

- 1、锦江酒店：1) 2022年实现营收110.08亿元，yoy-3.44%；归母净利润1.13亿元，yoy+18.67%；扣非归母亏损2.04亿元，较上年同期增亏0.85亿元。2) 1月份及2月份整体平均RevPAR已分别恢复至2019年同期的88%及115%。
- 2、首旅酒店一季度业绩预告：预计2023年第一季度归母净利润同比扭亏为盈，为6000万-8000万；扣非后归母净利润为4,000万-5,500万。



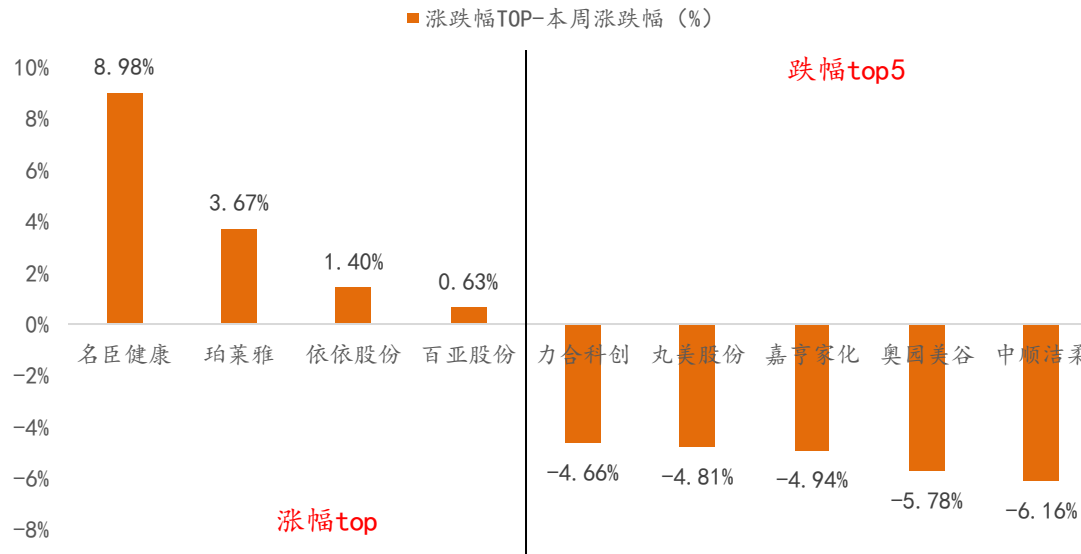
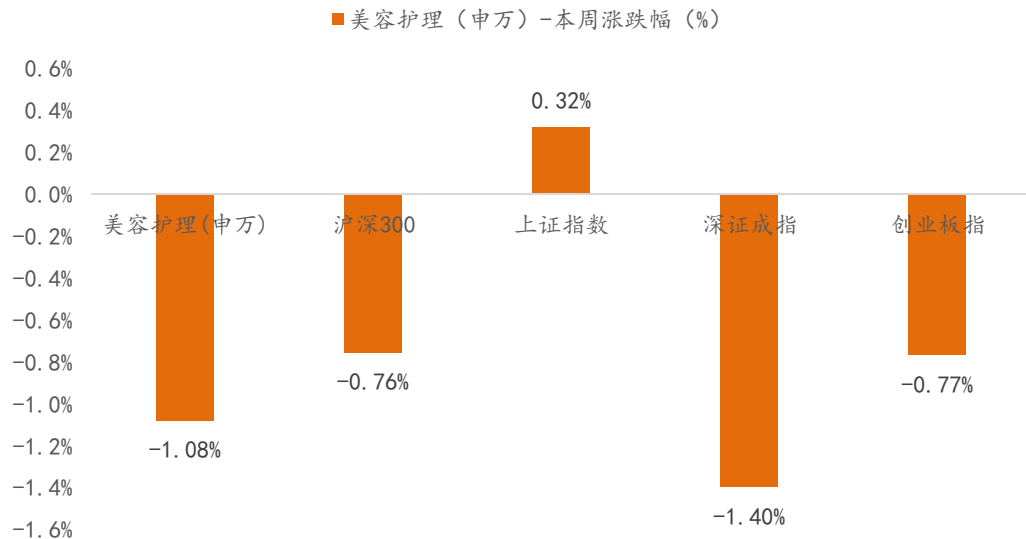
# 社服教育周报-美容护理

## 本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-1.08%。

涨幅TOP：名臣健康（+8.98%）、珀莱雅（+3.67%）、依依股份（+1.40%）、百亚股份（+0.63%）。

跌幅TOP5：中顺洁柔（-6.16%）、奥园美谷（-5.78%）、嘉亨家化（-4.94%）、丸美股份（-4.81%）、力合科创（-4.66%）。



# 社服教育周报-美容护理

## 行业重大事件

- 1、化妆品进口数据：**据海关总署，2023年1-3月全国美容化妆品及洗护用品类进口量为89624.3吨，同比下滑8%；进口金额为350.6亿元，同比上升1.2%。
- 2、奢侈品集团LVMH、爱马仕2023年Q1业绩超预期，中国市场表现佳：**1) LVMH：得益于中国市场的大幅反弹，一季度销售收入同比增长17%至210.35亿欧元，在有机基础上增长17%，增速是分析师预期的两倍多。2) 爱马仕：尽管提价+全球市场动荡，但由于中国和欧洲的富裕消费者对奢侈品的强劲需求，推动集团一季度综合收入同比增长22.3%至33.8亿欧元（按固定汇率：+23%），超出市场预期。
- 3、海南市场及离岛免税：**1) 2023年一季度海南全省接待游客2680万人次，增长20.2%，实现旅游总收入530亿元，增长25%；离岛免税店总销售额为203亿元，增长29%。2) 此次消博会3382个消费精品品牌参展，较第二届增加19%，资生堂表示将加速布局海南旅游零售市场。
- 4、逸仙电商：**1) 功效护肤品牌达尔肤启动痤疮研究基金，并成立专家委员会，为全国年轻医研人才培养及临床研究落地提供支持，开展痤疮领域的前沿探索及应用研究。2) 完美日记发布新品限定芭蕾小细跟口红，与中央芭蕾舞团联名，天猫折后价109元。
- 5、品牌及新品动态：**1) 薇诺娜推出屏障特护霜，宣称采用311防生补脂科技，添加青刺果油、胆甾醇等成分，能加速屏障修复，天猫旗舰店预售价为298元/50g。2) 米蓓尔将入驻全国3000+屈臣氏门店。3) 韩束官宣拥有3600万粉丝的快手超头瑜大公子为品牌星推官。

## 重要个股公告

- 1、珀莱雅：**发布2022年度业绩快报，全年营业总收入63.85亿元，同比增长37.82%；归母净利润8.17亿元，同比增长41.88%。Q4营收24.23亿元，同比增长50%，归母净利润3.22亿元，同比增长52%。
- 2、贝泰妮：**拟利用闲置自有资金，作为有限合伙人认购三正基金10,000万元的合伙份额，投资方向为医疗健康领域，包括但不限于制药、生物技术、医疗器械、医疗健康服务（包括医院）、与医疗健康相关的互联网及信息技术、大健康相关技术及产业。
- 3、海南机场：**2023年3月三亚凤凰机场国内航线起降12366架次，同比增长127.15%，1-3月累计增长24.69%；国内航线旅客吞吐量200.31万人次，同比增长266.08%，1-3月累计增长51.14%。

数据来源：wind，公司公告，青眼，聚美丽，海关总署，华丽志，品牌官微，天猫，平安证券研究所

# 社服教育周报-教育人服

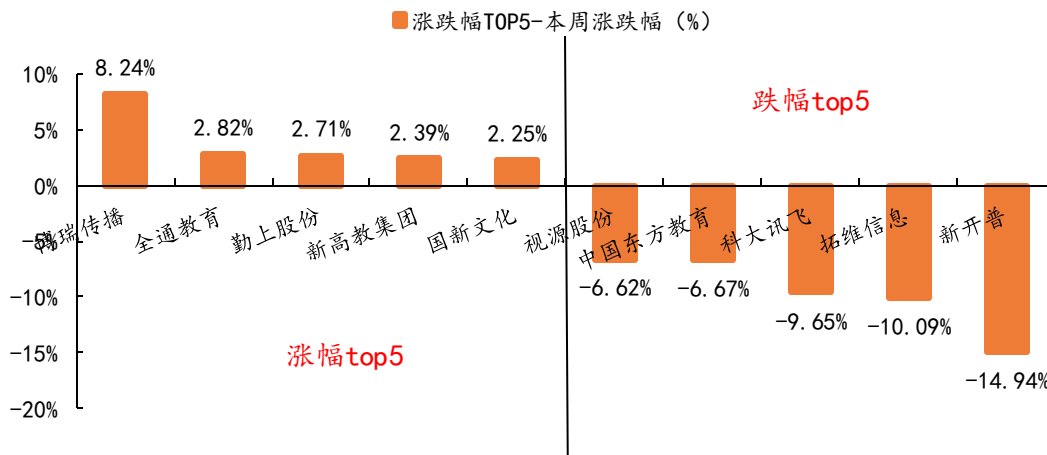
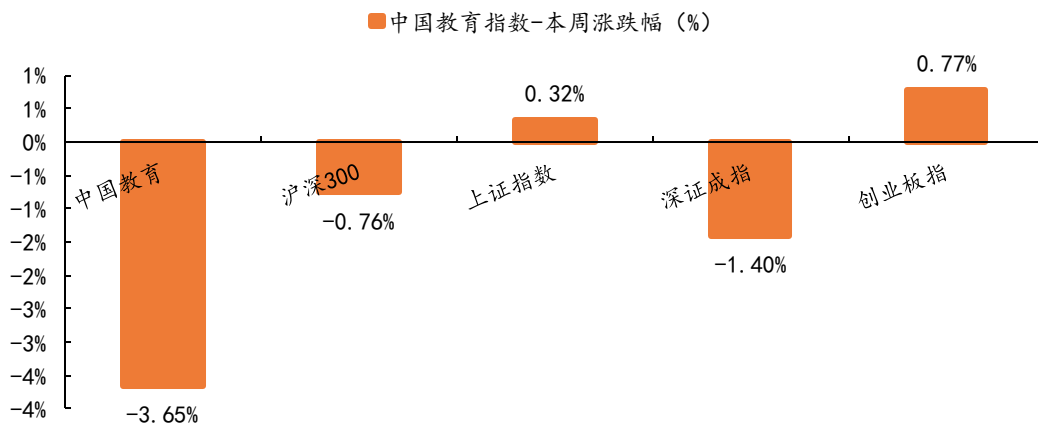
## 本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-3.65%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：博瑞传播（+8.24%）、全通教育（+2.82%）、勤上股份（+2.71%）、新高教集团（+2.39%）、国新文化（+2.25%）。

跌幅TOP5：新开普（-14.94%）、拓维信息（-10.09%）、科大讯飞（-9.65%）、中国东方教育（-6.67%）、视源股份（-6.62%）。





# 社服教育周报-教育人服

## 行业重大事件

- 1、高途考研发布考研智能助手类应用“高途考研AICan”：**据高途考研产品负责人吴祥介绍，“高途考研AICan”是基于高途考研多年积累的数据进行的专项模型梳理，并引入AI智能模型进行融合，用户可通过对话沟通解决多种备考问题。未来，高途考研将不断丰富应用问答库。
- 2、科大讯飞副总裁、研究院执行院长刘聪透露：**科大讯飞“1+N认知智能大模型”将在5月6日发布。“1”是通用认知智能大模型算法研发及高效训练底座平台，“N”是应用于教育、医疗、人机交互、办公、翻译、工业等多个行业领域的专用大模型版本。同时，“N”个场景的示范性应用产品也将随之呈现。
- 3、前搜狗CEO王小川日前召开了新公司“百川智能”的媒体沟通会。**从定位来看，百川智能是一家研发并提供通用人工智能服务的中国公司，旨在打造中国版的OpenAI基础大模型及颠覆性上层应用。沟通会上，王小川表示，百川智能将借助语言AI的突破，构建中国最好的大模型底座，并在搜索、多模态、教育、医疗等方面增强，帮助大众轻松、普惠的获取世界知识和专业服务。
- 4、火花编程确定了“在趣味课程中培养少儿的编程思维能力”的教学理念。**针对编程“一学九练”的独特属性，火花编程做了相匹配的设计。比如，采用了“AI+真人互动”教学模式，采用闯关的模式让孩子高频练习；用趣味动画导入情境，构建沉浸式的学习体验，且每节课都配备了思维导图和流程图，培养孩子的编程思维；同时，配备专属老师辅导答疑，老师与孩子可以双向互动。

## 重要个股公告

- 1、东方甄选股权激励：**向154名合格参与者(承授人)授出股份奖励3045.9万股。按东方甄选当天收盘价29港元计算，本次股份奖励总价值约8.83亿港元(约合7.74亿元人民币)。包括东方甄选董事会主席俞敏洪、行政总裁孙东旭、财务总监尹强及其他雇员参与者 151人。其中，俞敏洪、孙东旭、尹强分别获得150万股、300万股、60万股，合占公司已发行股份总数的0.5%。
- 2、思考乐转型：**思考乐与MCN机构百家星耀签约战略合作协议，思考乐董事长陈启远介绍，双方将在直播电商、扶农助贫、达人孵化以及知识付费领域开启相关合作。

# 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。