

社服教育周报-

GPT-4已进入教培应用，强烈建议关注AI+教育

2023年04月23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

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-5.44%/+3.69%。涨跌幅较大个股分别为：西安旅游（+7.76%）、美团-W（+6.33%）、三特索道（-13.88%）、众信旅游（-12.59%）、ST凯撒（-11.58%）、岭南控股（-11.08%）、首旅酒店（-10.22%）。

观点：关注五一旅游催化，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)五一节假日催化下，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；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-5.03%。涨跌幅较大个股分别为：豪悦护理（+24.08%）、科思股份（+17.28%）、奥园美谷（-27.58%）、洁雅股份（-11.51%）、登康口腔（-10.54%）、珀莱雅（-10.46%）。

观点：1)化妆品行业整体处于弱复苏阶段，随着消费信心恢复、产品推新加速、促销活动临近，大盘有望逐步回暖。2)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+2.71%。涨跌幅较大个股分别为：新东方-S（+24.01%）、佳发教育（+23.11%）、东方甄选（+5.83%）、拓维信息（+5.20%）、网龙（+3.38%）、传智教育（-15.30%）、豆神教育（-13.58%）、国新文化（-9.41%）、中公教育（-9.26%）、竞业达（-8.72%）。

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、欧玛软件等。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-5.48%。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。
- ◆ **瑞幸咖啡**，本周累计涨跌幅-4.57%。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+3.20%。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。
- ◆ **佳发教育**，本周累计涨跌幅+23.11%。观点：1) 员工持股计划落地；2) 2023年公司主业有望迎来新一轮需求周期，标考业务下的身份认证、防作弊软硬件等均有望实现突破；3) 公司旗下考试安检门、智慧体育、智慧高校等业务有望迎来订单落地；4) 英语机考是公司落地AI的主要方向，已经在部分地区落地运用；5) 新管理层履职。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-7.30%。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+3.93%。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+1.78%。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-0.27%。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-4.35%。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-3.52%。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。
- ◆ **逸仙电商**，本周累计涨跌幅-18.25%。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。
- ◆ **东方甄选**，本周累计涨跌幅+5.83%。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。
- ◆ **锦江酒店**，本周累计涨跌幅-5.83%。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+2.92%。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-4.35%。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-4.12%。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-16.41%。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。
- ◆ **分众传媒**，本周累计涨跌幅-2.01%。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”。

个股观点

个股观点

- ◆ **珀莱雅**，本周累计涨跌幅-10.46%。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-5.68%。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-1.63%。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。

社服教育周报-酒旅餐饮

本周回顾



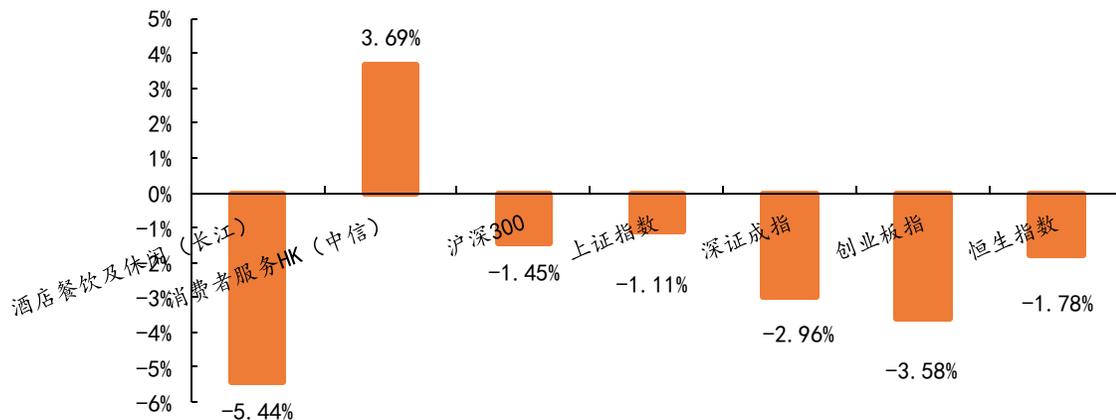
本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅-5.44%/+3.69%。

指数成分及关注个股中：

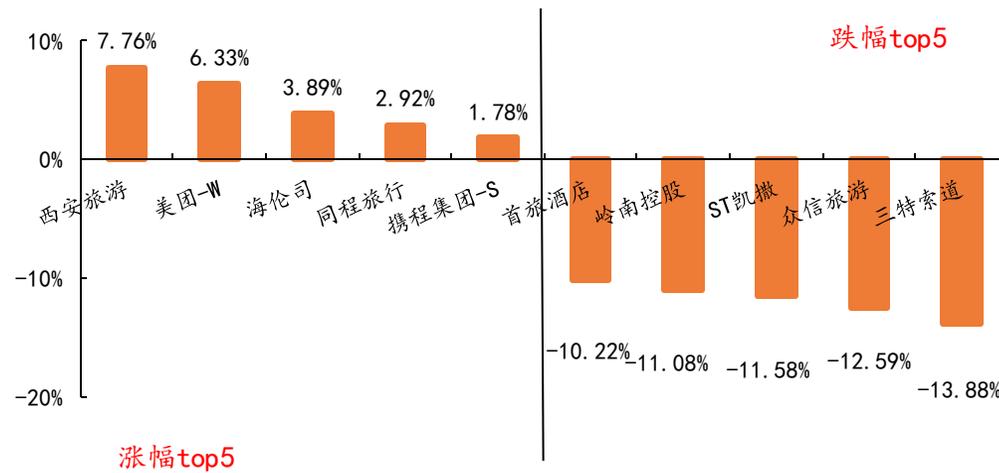
涨幅TOP5：西安旅游（+7.76%）、美团-W（+6.33%）、海伦司（+3.89%）、同程旅行（+2.92%）、携程集团-S（+1.78%）。

跌幅TOP5：三特索道（-13.88%）、众信旅游（-12.59%）、ST凯撒（-11.58%）、岭南控股（-11.08%）、首旅酒店（-10.22%）。

酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数-本周涨跌幅（%）



涨跌幅TOP5-本周涨跌幅（%）



社服教育周报-酒旅餐饮



行业重大事件

1、五一民航市场国内航线预计恢复至2019年同期水平：据民航局透露，从机票预订数据看，今年“五一”假期订票已超600万人次，市场热度基本恢复至2019年同期水平。预计“五一”假期民航将运输旅客约900万人次。其中，国际方面，中外航空公司预计执行3500班国际客运航班，恢复至2019年同期的30%；国内方面，预计国内客运航班将达到6.5万班，可提供1200余万个座位，运力供给超过2019年同期。

2、一季度酒旅餐饮市场表现：1) 国家统计局：经初步核算，一季度住宿和餐饮业GDP为4511亿元，同比增长13.6%。2) 据国家统计局数据，3月餐饮收入3707亿元，增长26.3%；限额以上餐饮收入1077亿元，同比增长37.2%。2023年1-3月份，餐饮收入12136亿元，增长13.9%；限额以上餐饮收入3065亿元，同比增长18.3%。3) 文旅部根据国内旅游抽样调查统计结果显示，2023年一季度，国内旅游总人次12.16亿，比上年同期增加3.86亿，同比增长46.5%。国内旅游收入(旅游总花费)1.30万亿元，比上年增加0.53万亿元，增长69.5%。4) 据民航局数据，一季度，全行业共完成旅客运输量1.29亿人次，同比增长68.9%，相当于2019年同期的80.0%；分航线结构看，国内航线完成1.26亿人次，同比增长66.6%，相当于2019年同期的88.6%；国际航线完成224.2万人次，同比增长717.0%，规模相当于2019年同期的12.4%。

3、咖啡行业动态：1) 瑞幸4月10日新品冰吸生椰拿铁上市首周销量突破666万杯，创首发新品销量新高。2) 库迪小程序/APP提价：小程序/APP单杯咖啡价格上涨4-5元不等，不同城市涨价幅度略有差异，但新用户仍采用9.9元、11.9元等低价促销策略。但抖音8.8/9.9元券继续发放。3) COSTA预计今年中国的销售将再创历史新高，达到2019年3倍左右，未来几年COSTA咖啡门店数量将冲刺1000家以上。4) NOWWA咖啡官宣已与海南头部餐饮连锁企业「拾味集团」达成战略合作，预计未来3年海南新增门店将达100家。

4、酒旅公司动态：1) 4月18日携程线下近200家门店宣布同时开业。近三个月，携程新签约超过1300家门店，其中正式营业的已有约500家，遍布20个省(直辖市)。2) 携程商旅推出「国际打车服务」，针对用户海外出差用车需求，该服务资源覆盖60+国家与600+城市。3) 中国航信与美团酒店达成合作，双方通过技术通道合作方式，完成系统无缝对接，实现美团酒店的房价、房态和订单信息实时传输和全流程销售。4) 众信旅游近期十余家零售门店在京集中开业，预计到五一前，众信旅游门店还将持续增开至20家左右。

重要个股公告

1、首旅酒店：携程上海出于自身的资金需要，拟通过集中竞价和大宗交易方式减持所持公司股份，减持数量不超过33,565,400股，即不超过首旅酒店总股本的3%。

2、奈雪的茶：一季度新增38间奈雪的茶门店，暂停9间，截至一季度末，在营1,106间奈雪的茶茶饮店。Q1客单价较上一季度有10-20%的提升；同时上调全年开店计划至600家。



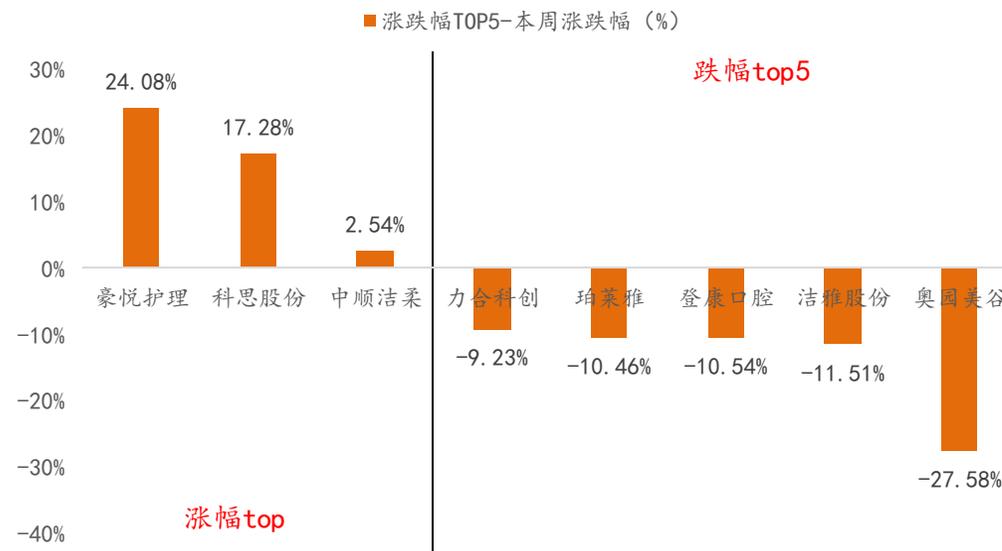
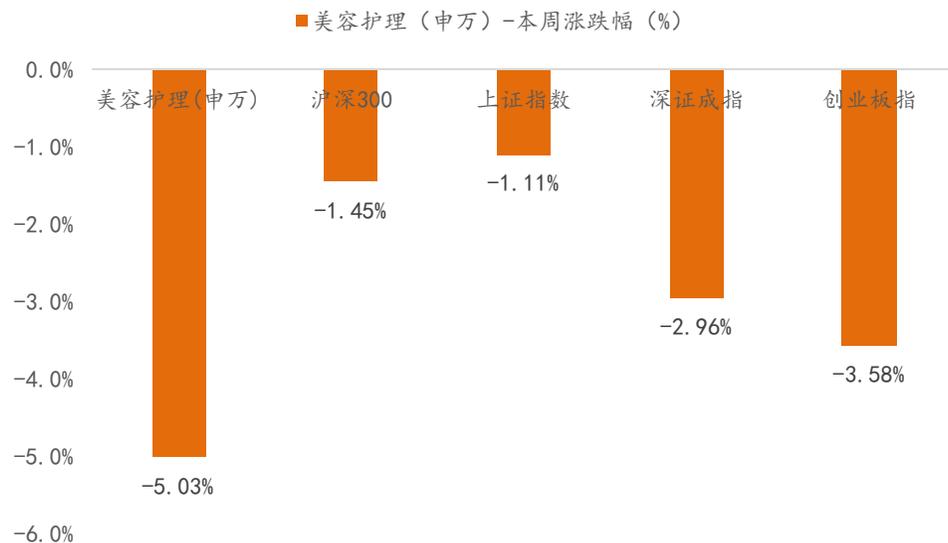
社服教育周报-美容护理

本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-5.03%。

涨幅TOP：豪悦护理（+24.08%）、科思股份（+17.28%）、中顺洁柔（+2.54%）。

跌幅TOP5：奥园美谷（-27.58%）、洁雅股份（-11.51%）、登康口腔（-10.54%）、珀莱雅（-10.46%）、力合科创（-9.23%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

- 1、化妆品社零数据：**据统计局，1-3月份社零总额114922亿元，同比增长5.8%，3月份社零总额37855亿元，同比增长10.6%；1-3月份化妆品零售总额1043亿元，同比上涨5.9%，3月份化妆品零售总额393亿元，同比上涨9.6%。
- 2、欧莱雅集团发布一季度业绩：**23Q1集团销售额为103.8亿欧元（约合人民币783亿元），可比口径同比增长13.0%。分地区看，除北亚外，其它市场均实现两位数的增长。以中国为区域总部的北亚区域仅同比增长1.9%，销售额为28.3亿欧元（约合人民币213亿元）。从去年底到今年初，中国市场表现受到疫情持续干扰，但2月以来，中国消费者对美容产品的需求逐步复苏，2-4月实现双位数增长。
- 3、雅诗兰黛集团旅游零售亚太区物流中心及中国区总部落地海南自贸港。**
- 4、逸仙电商：**向中山大学教育发展基金会捐赠1000万元，设立“中山大学-逸仙电商科研发展基金”，助力中山大学在海洋学科、中国式现代化研究等领域的工作。
- 4、新品动态：**1) 圣歌兰推出亚洲专研「紫原霜」，宣称首次运用植物类A醇“补骨脂酚”，搭配三重胜肽，能实现温和抗皱。天猫旗舰店售价为499元/50g。2) 兰蔻推出菁纯「光导」淡纹精华，宣称采用菁纯专研抗老配方和双重光波技术，能淡纹抚痕。天猫旗舰店其套装（含美容仪）售价为3920元。

重要个股公告

- 1、珀莱雅：**2022年营收、归母净利润分别为63.85亿元(+37.82%)、8.17亿元(+41.88%)；其中22Q4营收、归母净利润分别为24.23亿元(+49.51%)、3.22亿元(+52.05%)。23Q1营收、归母净利润分别为16.22亿元(+29.27%)、2.08亿元(+31.32%)。此外，公司控股股东&实控人侯军呈（持股比例34.45%）、董事兼CEO方玉友（持股比例15.02%）计划6个月内以大宗交易方式减持不超过1.5%，副总经理&董秘兼CFO王莉（持股比例0.08%）、副总经理金衍华（持股比例0.08%）计划6个月内以集中竞价方式减持不超过0.02%。
- 2、贝泰妮：**臻丽咨询（持股比例7.60%）计划3个月内以集中竞价或大宗交易方式减持不超过3%，红杉聚业（持股比例14.58%）计划3个月内以大宗交易方式减持不超过3%。

社服教育周报-教育人服

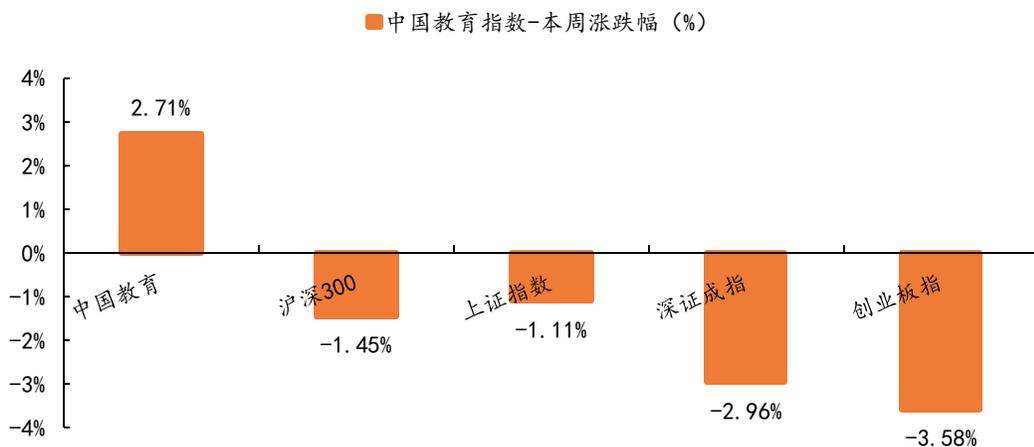
本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅+2.71%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：新东方-S (+24.01%)、佳发教育 (+23.11%)、东方甄选 (+5.83%)、拓维信息 (+5.20%)、网龙 (+3.38%)。

跌幅TOP5：传智教育 (-15.30%)、豆神教育 (-13.58%)、国新文化 (-9.41%)、中公教育 (-9.26%)、竞业达 (-8.72%)。



社服教育周报-教育人服

行业重大事件

- 1、出门问问宣布内测探索大模型「序列猴子」，在出门问问创始人、CEO李志飞看来，大模型的最好工作，是做人类的CoPilot/助理，因此发布了CoPilot产品矩阵，包含了四款AIGC产品，分别为AI写作平台“奇妙文”、AI绘画平台“言之画”、AI配音平台“魔音工坊”、数字人视频与直播平台“奇妙元”。
- 2、猿力科技集团旗下教育数字化品牌飞象星球在展会前夕发布“双十亿计划”，即未来三年，将投入10亿资金聚焦AI研发，持续把人工智能的前沿技术应用在教育教学场景，为政府及学校提供教育教学所需的智能软件、硬件、系统及整体解决方案；同时投入10亿资金完成战略合作伙伴生态体系搭建，扶持战略合作伙伴开拓和市场，共建教育数字化新生态。
- 3、网龙发布公告，公告表示，公司已与纽约证券交易所上市公司启今教育(Gravitas Education Holdings Inc., GEHI)签订合并协议，网龙将通过子公司将其核心海外教育业务(“网龙海外教育业务”)与GEHI合并，网龙海外教育业务的估值为7.5亿美元，合并后实体的估值为8亿美元。合并实体将在交易完成时更名为MYND.AI，以反映本公司通过人工智能(AI)改变教育的新方向。
- 4、新东方发布《2024中国大学生考研白皮书》。报告显示，2023年考研真实报录比约6:1，考研难度相对稳定。招生人数大比例地增长，即研究生报名人数持续走高与招生规模的扩大呈正相关，其中，专业型硕士招生增幅更加明显，2021年专业型硕士招生占比已达61.8%。在关于“学硕”与“专硕”的选择，白皮书认为，在国家政策引导下，专业型硕士研究生招生人数占比将进一步提升。此外，白皮书预计，“二战”或在职考生群体占比将继续增加。

重要个股公告

- 1、新东方公布其截至2023年2月28日的2023财年Q3未经审核财务业绩。2023财年Q3，新东方营收7.542亿美元，同比增长22.8%；股东应占净利润8164.8万美元，上年同期净亏损1.22亿美元。
- 2、传智教育发布2022年年报。2022年，传智教育营收8.03亿元，同比增长20.93%；归属于上市公司股东的净利润1.81亿元，同比增长135.26%；扣非净利润1.42亿元，同比增长190.39%。

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。