

社服教育周报一

五一假期消费数据符合预期，“AI+教育”产品持续落地

2023年05月07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

4月24日-5月5日酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK(中信)指数累计涨跌幅-7.09%/-3.68%。涨跌幅较大个股分别为：金马游乐(+18.92%)、九华旅游(+15.91%)、三特索道(+14.90%)、特海国际(+6.56%)、峨眉山A(+6.54%)、西安旅游(-26.44%)、西安饮食(-19.89%)、全聚德(-16.51%)、西藏旅游(-15.41%)、曲江文旅(-15.08%)。

观点：“五一”假期旅游及餐饮消费数据火爆且符合市场预期，板块在4月末及五一节后获利兑现，持续关注后续旅游消费市场修复的持续性，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) 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。

美容护理

4月24日-5月5日美容护理（申万）指数累计涨跌幅+0.06%。涨跌幅较大个股分别为：丸美股份(+14.64%)、拉芳家化(+11.82%)、水羊股份(+11.33%)、倍加洁(-14.21%)、名臣健康(-12.40%)、依依股份(-8.76%)、华熙生物(-4.99%)。

观点：1) 化妆品行业处弱复苏阶段，618大促蓄水进行时，5月底将开启预售，关注需求变化。2) 过去两年外部环境压力较大，行业格局有所优化，拥有强产品及渠道能力的本土品牌快速成长，同时国内美妆集团积极探索多品牌矩阵经营，持续看好本土企业市占率提升。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。4) 线下美容行业迎来疫后修复，监管趋严背景下，关注中高端医美渠道的成长价值。

教育人服

4月24日-5月5日中国教育指数累计涨跌幅-3.26%。涨跌幅较大个股分别为：国新文化(+30.39%)、中公教育(+26.68%)、竞业达(+12.08%)、中教控股(+5.41%)、全通教育(+5.28%)。宇华教育(-16.67%)、东方甄选(-13.13%)、新东方-S(-9.75%)、视源股份(-7.01%)、鸿合科技(-6.49%)。

观点：1) 教育方面，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，讯飞、有道、好未来近期均有相关产品落地，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**，4.24-5.5累计涨跌幅-5.43%。观点：1) 公司主营智慧口岸整体解决方案，口岸基础建设需求在疫情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**，4.24-5.5累计涨跌幅-3.07%。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：23Q1营收44.37亿元，yoy+84.5%；GAAP经营利润6.78亿元，对应利润率15.3%；Q1自营同店增速达29.6%，自营门店经营利润率为25.2%；Q1月均交易客户数约为2949万。建议积极关注。
- ◆ **美丽田园**，4.24-5.5累计涨跌幅-9.62%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅+14.94%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-6.00%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-5.67%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-9.14%。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%。携程海外资源优势深厚，在跨境机票及酒店市场恢复下，强势复苏节奏将开启，维持推荐。
- ◆ **华住集团-S**，4.24-5.5累计涨跌幅-5.49%。观点：1) 疫后商旅出行迎来恢复，节假日对休闲旅游市的催化等均带动酒店住宿需求回暖，华住一季度国内综合revpar为210元，同比+58.3%，恢复至19年117.6%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-8.55%。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年一季度公司营收稳步增长，利润受汇率变动等因素影响有所承压，五一期间海南市场稳步恢复。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-6.08%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-4.73%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-13.13%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-3.68%。观点：1) 疫后商旅出差、休闲旅游等酒店住宿需求将加速修复，公司一季度国内酒店平均revpar已恢复至2019年同期的103%；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**, 4.24-5.5累计涨跌幅-8.96%。观点: 1) 疫后酒旅市场逐步回暖, 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, 公司低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**, 4.24-5.5累计涨跌幅+0.95%。观点: 1) 疫后火锅等线下聚集消费场景逐步迎来经营修复; 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**, 4.24-5.5累计涨跌幅-4.42%。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)**, 4.24-5.5累计涨跌幅-4.44%。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, 公司23Q1自营同店增长8%, 叠加咖啡行业β行情, 建议积极关注。
- ◆ **分众传媒**, 4.24-5.5累计涨跌幅+14.35%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-0.37%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-2.63%。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**，4.24-5.5累计涨跌幅-1.30%。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

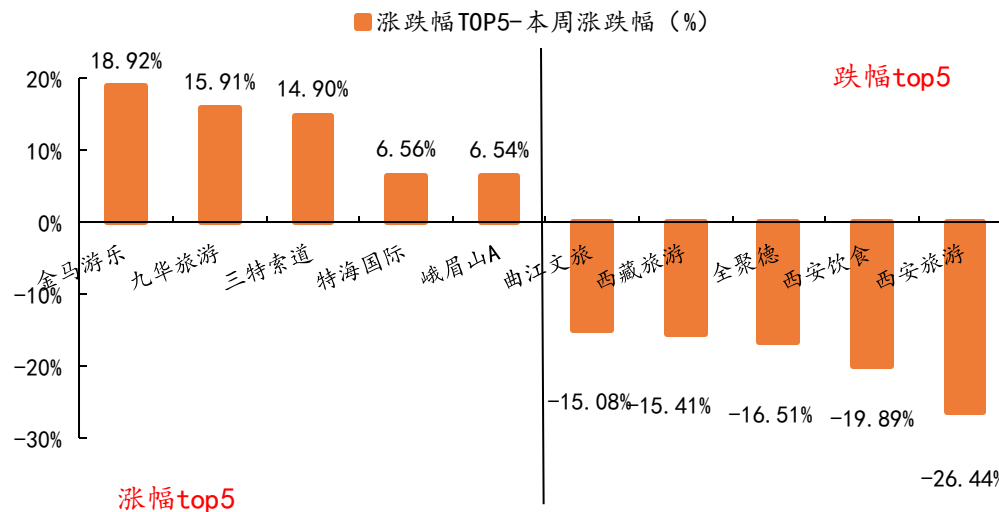
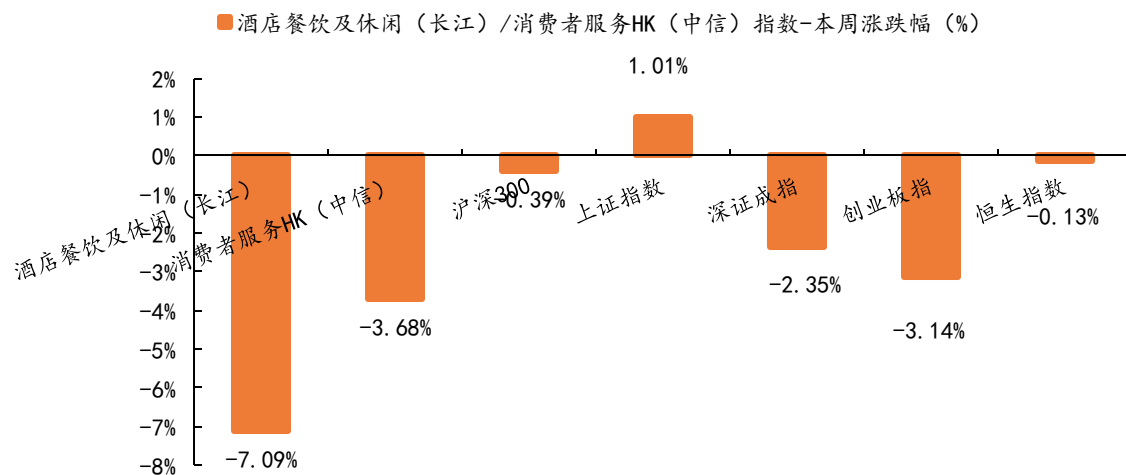
市场回顾

4月24日-5月5日酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK(中信)指数累计涨跌幅-7.09%/-3.68%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：金马游乐（+18.92%）、九华旅游（+15.91%）、三特索道（+14.90%）、特海国际（+6.56%）、峨眉山A（+6.54%）。

跌幅TOP5：西安旅游（-26.44%）、西安饮食（-19.89%）、全聚德（-16.51%）、西藏旅游（-15.41%）、曲江文旅（-15.08%）。



社服教育周报-酒旅餐饮



行业重大事件

- 五一旅游数据:** 经文化和旅游部数据中心测算,“五一假期”全国国内旅游出游合计2.74亿人次,同比增长70.83%,按可比口径恢复至2019年同期的119.09%;实现国内旅游收入1480.56亿元,同比增长128.90%,按可比口径恢复至2019年同期的100.66%。
- 五一交通数据:** 4月29日至5月3日(劳动节假期期间),全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量27019万人次,日均发送5403.8万人次,比2019年同期(劳动节假期期间)日均下降19.3%,比2022年同期日均增长162.9%。
- 五一出入境数据:** 1) 据国家移民管理局,2023年“五一”假期期间,全国边检机关共查验出入境人员626.5万人次,日均125.3万人次,较去年“五一”同期增长约2.2倍,是2019年“五一”同期的59.2%。2) 据支付宝,2023年五一出境人均消费金额比2019年五一增长40%。
- 五一假期全国餐饮休闲消费显著复苏:** 据商务部商务大数据监测,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长18.9%。全国示范步行街客流量、营业额同比分别增长121.4%和87.6%。餐饮休闲消费持续火热,重点餐饮企业销售额同比增长57.9%。
- 世界卫生组织于5月5日宣布,新冠疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”。**
- 现制饮品行业动态:** 1) 瑞幸五一假期销量破纪录,实现销量2307万杯,同比提升113%; 2) 乐乐茶宣布即将对外开放加盟业务; 3) 雀巢23Q1咖啡整体营收下降,其中速溶咖啡的营收增长被即饮咖啡的营收下滑所抵消。
- 携程集团海外子公司Trip.com与亚马逊云科技公司AWS达成合作,**双方将建立一个聚焦人工智能、航班业务、酒店业务、国际业务的联合创新实验室,开发新技术,以提升在线旅游供应商的旅游产品和服务。Trip.com已经将其400多个国际业务的微服务迁移至AWS。



重要个股公告

- 瑞幸咖啡一季报:** 实现营收44.37亿元, yoy+84.5%; GAAP经营利润6.78亿元, 对应利润率15.3%; GAAP净利润5.65亿元, 对应净利率12.7%; Q1自营同店增速达29.6%; 自营门店经营利润率为25.2%。
- 锦江酒店一季报:** 实现营收29.22亿元, yoy+25.22%(调整后); 归母净利润1.30亿元, 上年同期亏损1.22亿元(调整后); 扣非后利润0.92亿元, 上年同期亏损2.17亿元(调整后)。经营活动现金流13.13亿元, 上年同期为0.91亿元。
- 华住集团一季度经营情况:** 国内综合revpar为210元, 同比+58.3%, 恢复至19年117.6%; 综合OCC为75.6%, 同比+16.4pct, 19年同期为80.6%; 综合ADR为277元, 同比+23.9%, 较19年增长25.4%。
- ST西域:** 自4月28日起西域旅游被实施“退市风险警示”特别处理, 公司股票简称变更为“*ST西域”, 证券代码不变。

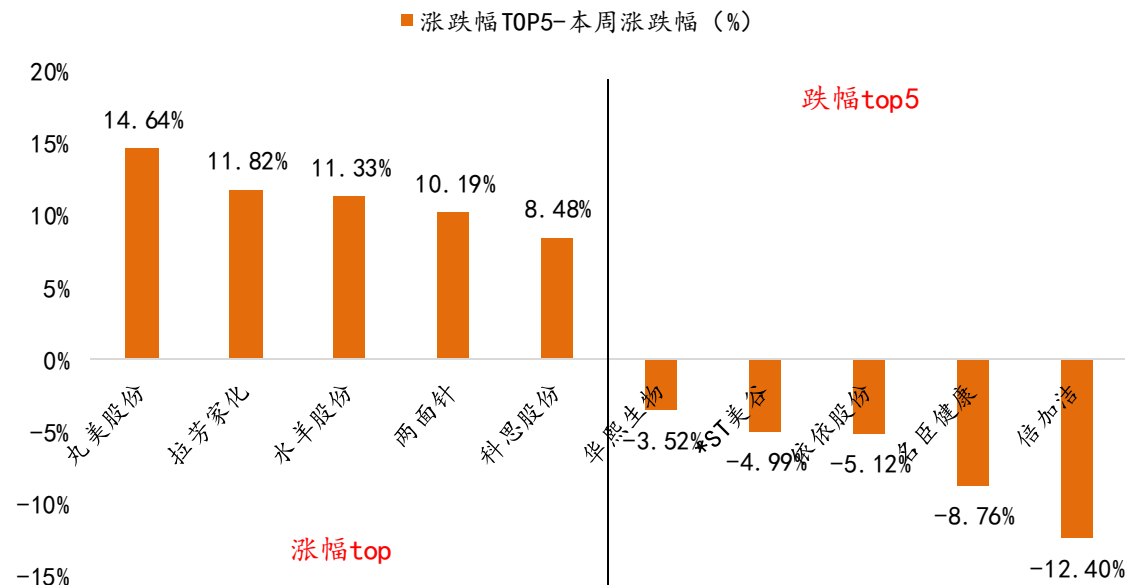
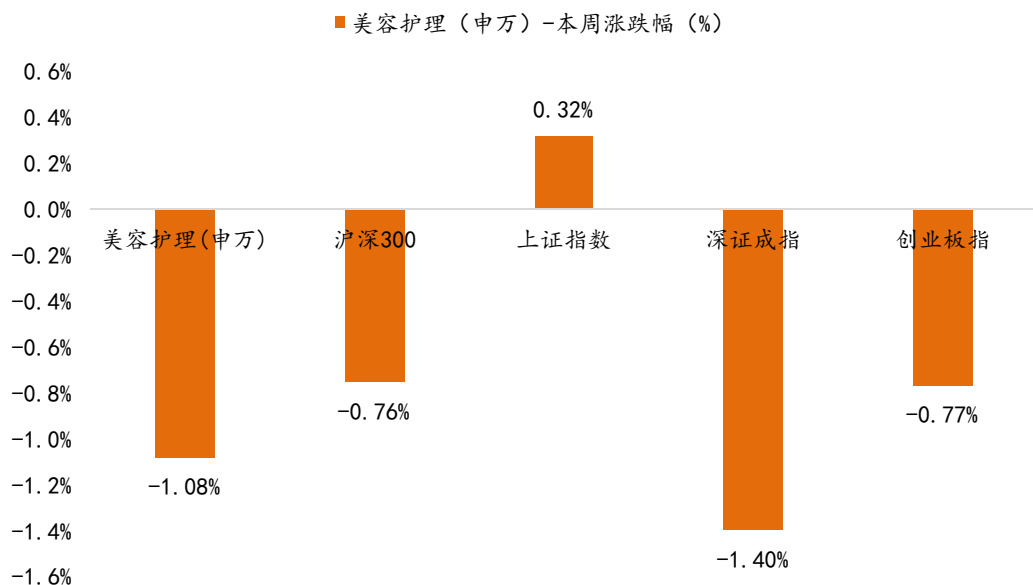
社服教育周报-美容护理

本周回顾

4月24日-5月5日美容护理（申万）指数累计涨跌幅+0.06%。

涨幅TOP5：丸美股份（+14.64%）、拉芳家化（+11.82%）、水羊股份（+11.33%）、两面针（+10.19%）、科思股份（+8.48%）。

跌幅TOP5：倍加洁（-14.21%）、名臣健康（-12.40%）、依依股份（-8.76%）、*ST美谷（-5.12%）、华熙生物（-4.99%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

- 1、国家进一步加强医美监管：**国家市场监督管理总局等11个部门联合发布关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见，提出强化关疗美容机构资质审核，未依法取得《医疗机构执业许可证》或“诊所备案凭证”不得开展医疗美容服务。
- 2、五一消费表现：**1) 据商务部，五一期间化妆品销售额同比增长16.5%。2) 据海口海关，五一期间海南离岛免税购物金额8.83亿元，比22年同期上涨120%，比21年同期下降11%；购物人次10.9万，比22年同期增长158%，比21年同期下降10%；日均销售额1.77亿元，21年同期为1.99亿元。海南免税店销量前三的商品品类为化妆品、首饰、手表。
- 3、雅诗兰黛23Q1业绩：**23Q1净销售额259.2亿元，同比下降12%，可比口径同比下降9%。营收下滑主要受海南和韩国旅游零售市场拖累，海南市场尽管人流回暖，但高端护肤消费转化尚未恢复，预计影响持续到23年底。中国大陆Q1可比口径低个位数增长，1月双位数下滑，2月、3月均实现双位数增长。
- 4、2023年4月美妆线上数据：**1) 天猫护肤4月GMV同比下降11%，1-4月累计同比下降14%；2) 天猫护肤前五品牌分别为珀莱雅、兰蔻、欧莱雅、OLAY、薇诺娜，同比增速+30%/-10%/-33%/-4%/+1%；抖音美妆前五品牌分别为欧莱雅、韩束、珀莱雅、面玑时光、极萌，其中欧莱雅GMV超过2.5亿，其余均超过1亿。
- 5、天猫美妆：**2022年天猫美妆有25个品牌成交额破10亿、201个品牌成交额破亿，同时有186个新品牌成交额破千万，还有163款成交额过亿的超级单品和398款成交过千万的新品，引领美妆消费。

重要个股公告

- 1、贝泰妮：**22年营收/归母50.14/10.51亿元，同比+24.65%/+21.82%，拟每10股派现8元（含税）。23Q1营收/归母8.63/1.58亿元，同比+6.78%/+8.41%。并公布股权激励草案，拟授予298名激励对象635.4万股（占总股本1.5%），公司层面业绩考核目标为23-25年营收及归母同增不低于28%、26%、24%，首次授予价格62.10元/股。
- 2、中国中免：**22年实现营收/归母净利润544.33/50.30亿元，同比-19.57%/-47.89%，拟每10股派现8元（含税）。23Q1实现营收/归母净利润207.69/23.01亿元，同比+23.76%/-10.25%。

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

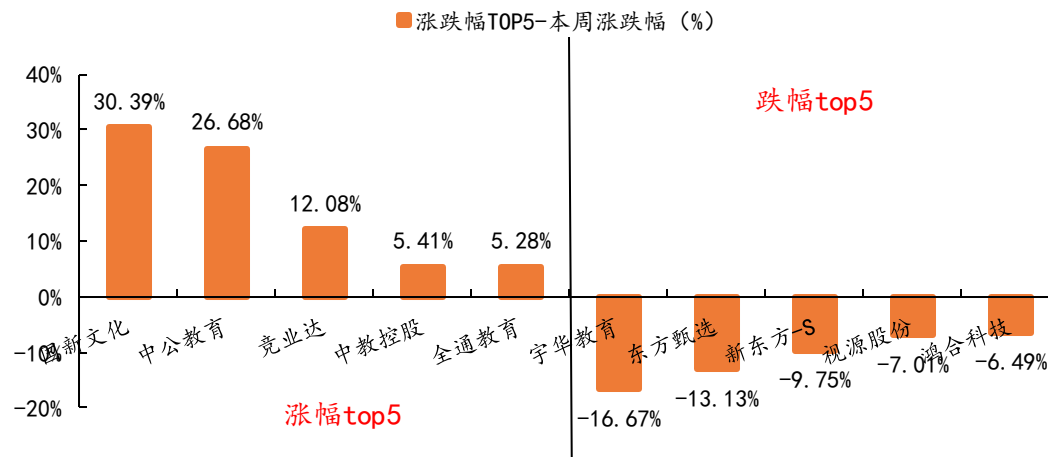
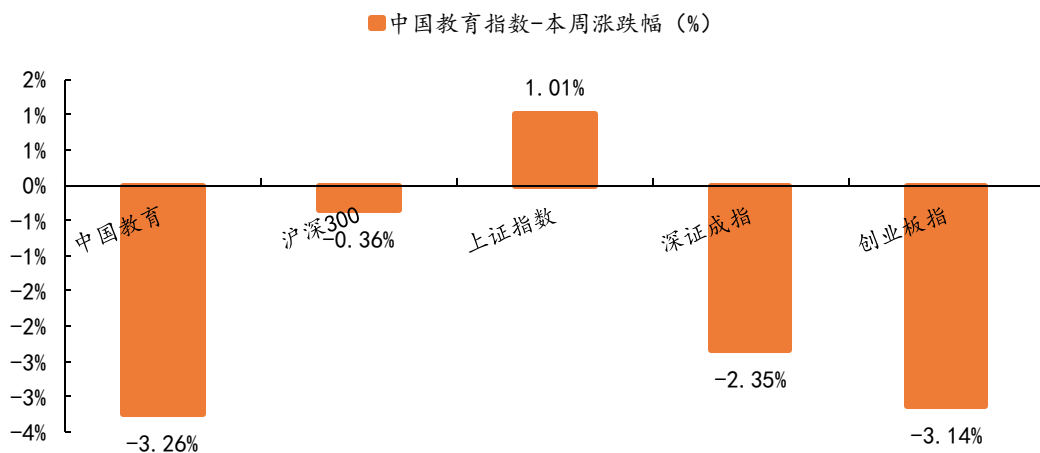
本周回顾

4月24日-5月5日中国教育指数累计涨跌幅-3.26%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：国新文化（+30.39%）、中公教育（+26.68%）、竞业达（+12.08%）、中教控股（+5.41%）、全通教育（+5.28%）。

跌幅TOP5：宇华教育（-16.67%）、东方甄选（-13.13%）、新东方-S（-9.75%）、视源股份（-7.01%）、鸿合科技（-6.49%）。



社服教育周报-教育人服



行业重大事件

- 1、科大讯飞举行了星火认知大模型成果发布会，讯飞星火认知大模型是科大讯飞自主研发的基于深度学习算法的认知智能大模型，其具备跨领域多任务上类人的理解和生成能力，可以模拟人类大脑对自然语言的理解和生成过程，实现对语音、图像、文本等多种信息形态的理解和处理。
- 2、学而思研发面向全球数学爱好者大模型MathGPT，MathGPT面向全球数学爱好者和科研机构，以数学领域的解题和讲题算法为核心，目前已经取得阶段性成果，并将于年内推出基于该自研大模型的产品级应用。
- 3、网易有道官方发布了基于“子曰”大模型开发的AI口语老师剧透视频，根据视频内容，网易有道AI口语老师能提供多种练习场景，同时会根据用户需求扮演多种角色，进而引导用户进行多轮对话、解决长期困扰中国学习者的“开口难”的问题。
- 4、美国教育服务公司Chegg发布了2023年第一季度财报，Chegg首席执行官Dan Rosensweig (丹·罗森斯威格)在财报电话会议上提到“ChatGPT影响了公司业绩增长”。这是全球范围内首家公司承认是ChatGPT的直接受害者，很快引发了连锁反应，财报会后，Chegg周二股价腰斩，收于 9.08 美元，市值缩水10亿美元。

美国在线学习平台Coursera公布了一季报。财报显示，Coursera推出了新的生成式人工智能工具Coursera Coach，这是一款AI助教，可以使学习更具互动性并提供个性化反馈，以及人工智能辅助课程构建，帮助教育工作者快速创建更具吸引力的内容。

重要个股公告



- 1、中公教育发布年报及一季报。1) 2022年营收48.25亿元，增速-30.19%，归母净利润为-11.02亿元；2) 2023年Q1营收8.89亿元，增速为-26.73%，归母净利润为0.24亿元，扣非后归母净利润为0.23亿元。
- 2、鸿合科技发布年报及一季报。1) 2022年营收45.49亿元，增速-21.72%，归母净利润为3.96亿元，增速为134.44%；2) 2023年Q1营收为6.53亿元，增速为-27.90%，归母净利润为0.23亿元，增速为-44.57%。
- 3、好未来发布Q4财报。营收从上年同期的5.41亿美元下降到本季的2.69亿美元，同比降幅为50.3%；归属于好未来的净亏损为3941.7万美元，上年同期归属于好未来的净亏损为1.08亿美元，同比降幅为63.5%。

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。
- ◆ **消费者信心不足，消费复苏不及预期：**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。

免责条款：

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。