

# 社服教育周报一

## 可选消费持续分化，“AI+教育”依旧值得期待

2023年05月14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-6.17%/-3.35%。涨跌幅较大个股分别为：曲江文旅（+9.68%）、\*ST凯撒（-20.00%）、呷哺呷哺（-10.94%）、特海国际（-10.65%）、中国中免（-8.62%）、奈雪的茶（-8.48%）。

观点：五一旅游需求迎来释放，关注消费复苏进程，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) 国际航班供给恢复持续，关注复苏进程稳步提升的出境游OTA龙头；3) 看好酒店行业集中度提升，龙头优势持续巩固，关注行业复苏近况；4) 机场口岸的信息化板块。

## 美容护理

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-2.01%。涨跌幅较大个股分别为：中顺洁柔（+4.16%）、可靠股份（+3.70%）、丸美股份（+3.38%）、名臣健康（-7.79%）、贝泰妮（-5.36%）、豪悦护理（-4.79%）、水羊股份（-3.29%）。

观点：1) 化妆品行业弱复苏，五一期间化妆品社零增速超16%，恢复渐进，618大促在即，超头直播间陆续预告选品，5月26日开启预售，关注需求变化及品牌表现。2) 趋势上，大众品牌、超高端品牌增速强于大盘，重组胶原蛋白风口持续，重视细分领域机会。3) 近两年本土企业纷纷转向产品驱动、优化渠道，实现品牌升级，同时积极探索多品牌矩阵经营，持续看好本土市占率提升。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

本周中国教育指数累计涨跌幅-0.12%。涨跌幅较大个股分别为：国新文化（+40.06%）、中国高科（+22.19%）、佳发教育（+16.46%）、全通教育（+10.03%）、科大讯飞（+8.94%）。东方甄选（-9.14%）、宇华教育（-6.96%）、竞业达（-6.55%）、拓维信息（-6.27%）、中教控股（-5.92%）。

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**，本周累计涨跌幅-3.60%。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-14.58%。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**，本周累计涨跌幅-3.43%。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+11.78%。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-1.68%。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-11.00%。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-1.15%。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**，本周累计涨跌幅-6.94%。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**，本周累计涨跌幅-8.62%。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**，本周累计涨跌幅+0.06%。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-12.88%。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-9.14%。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-6.72%。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**，本周累计涨跌幅-4.36%。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**，本周累计涨跌幅-3.77%。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**，本周累计涨跌幅-6.20%。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-12.71%。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**，本周累计涨跌幅-3.72%。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-1.06%。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，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、循环系列等新品上市，有望贡献新增量；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。公司连续两个季度业绩超预期， $\alpha$ 属性强、成长趋势明显。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-5.36%。观点：1) 主品牌薇诺娜稳居皮肤学级护肤品龙头，23年拓展泛敏感肌人群，近期屏障系列已在全渠道上线，有望进一步打开增量；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；3) 新高端品牌AOXMED定位皮肤年轻化专家，以专利成分美雅安缇为核心，产品与渠道逐步完善；4) 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；5) 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-1.32%。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

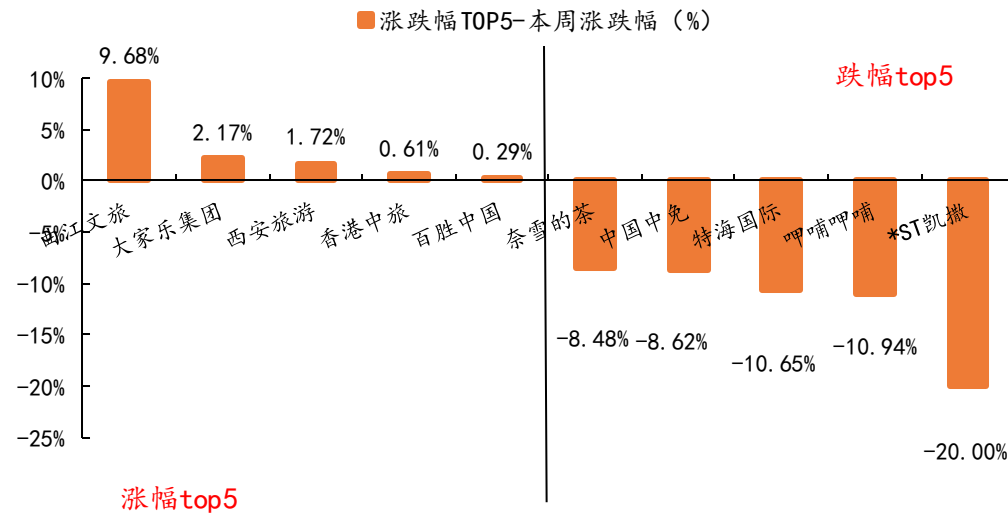
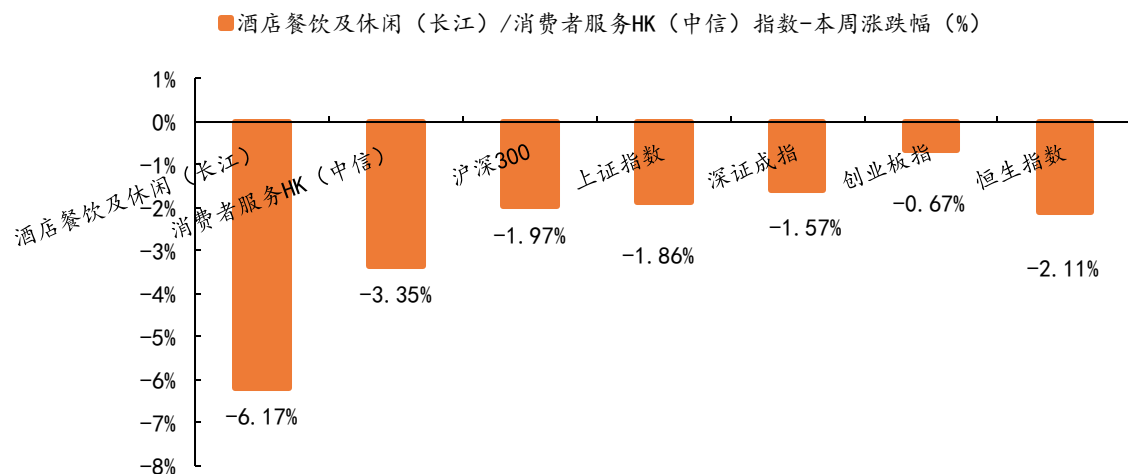


本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅-6.17%/-3.35%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：曲江文旅（+9.68%）、大家乐集团（+2.17%）、西安旅游（+1.72%）、香港中旅（+0.61%）、百胜中国（+0.29%）。

跌幅TOP5：\*ST凯撒（-20.00%）、呷哺呷哺（-10.94%）、特海国际（-10.65%）、中国中免（-8.62%）、奈雪的茶（-8.48%）。





# 社服教育周报-酒旅餐饮



## 行业重大事件

- 1、国家移民管理局自2023年5月15日起进一步调整优化出入境管理政策措施：1) 全面恢复实行内地居民赴港澳团队旅游签注“全国通办”。2) 实施内地居民申办赴港澳地区探亲、工作、学习证件“全国通办”。3) 调整在中国澳门就读的内地学生逗留签注有效期。4) 全面恢复口岸快捷通关。
- 2、4月国内民航旅客运输情况：2023年4月航班管家测算全民航旅客运输量约为4945万人次，同比2019年下降6.9%；其中国内客流量超过2019年同期，恢复至2019年的104.3%。4月民航整体运力恢复到了2019年同期的96.4%，国内运力达到2019年同期的113.8%。
- 3、同程旅行酒店预订等服务接入微信搜一搜，这是同程旅行继将“机票”“火车票”“汽车票”“景点门票”等业务接入微信搜一搜后，又一次重要服务升级。至此，用户可以通过微信搜一搜享受到同程旅行所提供的主要出行服务。
- 4、印度最大在线旅游公司MakeMyTrip宣布与微软达成技术合作，将ChatGPT等生成式AI集成在产品矩阵中，简化旅游预订流程并增强用户体验。
- 5、Expedia近日推出了ABS技术（产品标签化定价），通过该集团旗下平台预订住宿的旅客可以选择早餐、停车和可退款预订等自选项目。Expedia称自己是第一家拆分酒店产品价格的OTA，其技术能够让旅客比较单独的住宿成本和额外服务的费用，并有机会为酒店带来更多收入。Expedia表示，公司目前的ABS技术还无法让旅客自己选择客房属性，如所在楼层和房号等，但今年计划对该功能进行开发测试。
- 6、PCAOB于5月10日发布了就内地毕马威华振会计师事务所和香港的普华永道会计师事务所的调查报告：称流程合规、存在缺陷；发现的缺陷与PCAOB在全球其他地区首次检查中发现缺陷的类型和数量一致；首次发布的检查报告不包括质量控制的内容，“事务所有一年的时间来弥补这方面的缺陷”。



## 重要个股公告

- 1、锦江酒店：为全资子公司海路投资提供担保，本次担保金额4,000万欧元，截至本公告日，公司为海路投资担保的余额为9.11亿欧元。

# 社服教育周报-咖啡



## 行业重大事件

- 1、2023年4月国际咖啡组织（ICO）咖啡综合价格月度平均价格指数上涨5%至178.57美分/磅，全月价格在168.14美分至187.29美分之间波动。基本面支撑了4月的咖啡价格上涨，主要是全球咖啡市场的供应紧张。
- 2、据36氪及亿欧数据，2023年第一季度，咖啡行业共发生14起融资事件。据业内人士估算，融资合计金额超过5亿元人民币。融资标的以盲盒咖啡、花果香咖啡、特色性较强等新生代咖啡品牌为主。



## 重点公司跟踪

### 瑞幸咖啡

- 1、每周开店：4.24-5.7（上两周）新开门店166家，一二线城市合计占52%，下沉市场合计占48%。
- 2、产品：1）本周回归两款产品：夏日青提拿铁、夏日青提小铁。2）近期上新：SOE云南红蜜系列。
- 3、ASP折扣：库迪周边门店每周9.9元活动持续；部分门店“天天9.9元”。
- 4、供应链：5月瑞幸埃塞俄比亚办公室成立。

### 库迪咖啡

- 1、每周开店：据抖音，本周净增219家。公司宣称“目前库迪门店数已达2500家，加上装修中的门店，预计7月底门店总数将达到5000家。”
- 2、产品：本周上新，马蹄爆脆生椰拿铁。
- 3、ASP跟踪：1）抖音端：8.8/9.9元活动持续；2）小程序端：据我们5月12日跟踪，价格普遍提升至11-15元不等；3）APP端：“夏日冰饮季”每日可领取全场9.9元券。
- 4、营销活动变更：5月10日暂停原营销活动（1、新店促销价活动；2、拉新裂变；3、新客下载APP赠券活动。）；5月11日-7月30日开启“夏日冰饮季活动”，即库迪咖啡APP用户登陆APP，每日可领取一张9.9元全场任饮品券。

## 其他品牌动态

	星巴克中国	Tims 中国	Manner	Nowwa	幸运咖
产品 推新	5月6日上新：冰镇浓缩ISE系列产品包含： 椰椰双打ISE、黄油啤酒风味ISE（燕麦奶） 5月11日即饮上新：燕麦拿铁&派克市场黑咖啡	1) 本周上新：芒果生椰冷萃 2) 本周回归：爆打柠檬冷萃	1) 限定上新：桃子冰拿铁 2) 限定SOE：黄油蔓越莓咖啡	上新：冰激凌芝士拿铁	上新：冰吸椰椰拿铁

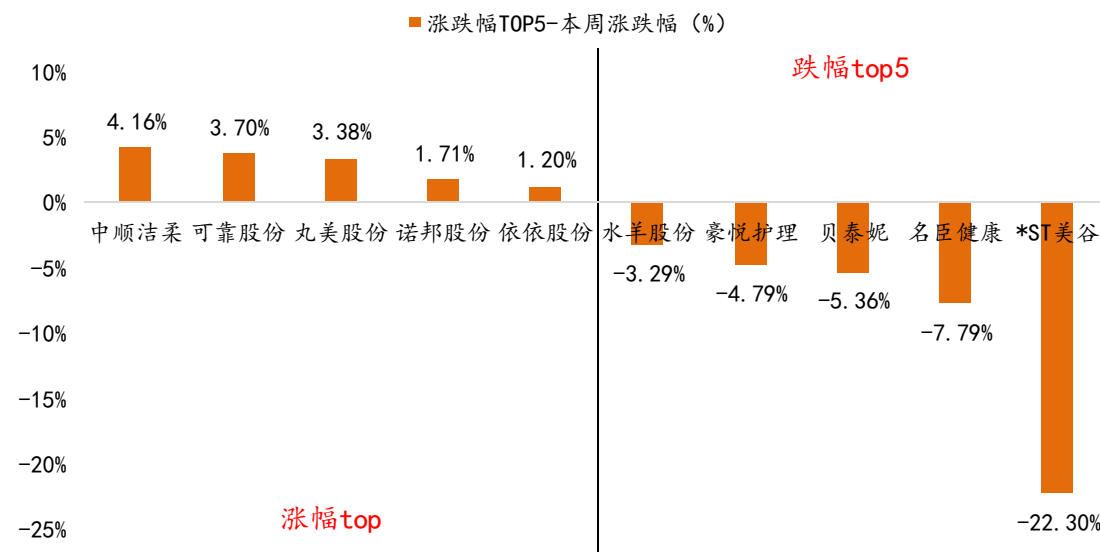
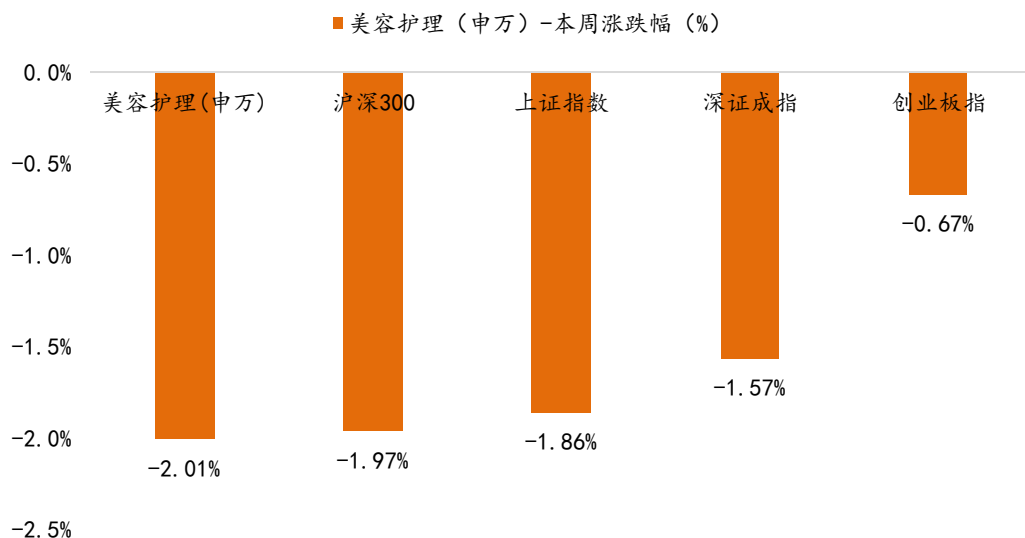
# 社服教育周报-美容护理

## 本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-2.01%。

涨幅TOP5：中顺洁柔（+4.16%）、可靠股份（+3.70%）、丸美股份（+3.38%）、诺邦股份（+1.71%）、依依股份（+1.20%）。

跌幅TOP5：ST美谷（-22.30%）、名臣健康（-7.79%）、贝泰妮（-5.36%）、豪悦护理（-4.79%）、水羊股份（-3.29%）。



# 社服教育周报-美容护理

## 行业重大事件

- 2023年天猫618活动：**1) 时间节奏分为3个阶段，①5月26日晚8点开始预售，②5月31日晚8点第一轮开卖直至6月3日晚24点结束，③6月15日晚8点第二轮开卖直至6月20日晚24点结束；2) 商家及商品参与规模再创新高，预计6000万件商品参与打折，300万新品首发，145万商家参与；3) 满减额度延续去年（满300-50），首推聚划算直降场（8折）；4) 23年投入历史最大，预计全周期实现600亿流量曝光，为100万商家提供百亿流量支持。
- 抖音发布618好物节活动招商规则：**商品基础要求为近30天商品品退率≤所属类目近30天商品品退率门槛等。618期间将推出定金预售、跨店每满减（商家出资）品牌混资新人礼金、好物直播间、618短视频搜索带货打榜赛等玩法。
- 内地奢侈品消费：**中国内地奢侈品市场快速发展，2022年中国新开门店数仍占全球总份额的41%，排行第一，预计2023年中国奢侈品消费同比将实现30%的增长。4月中国消费者有约62%的奢侈品支出发生在境内，高于2019年同期的41%。有消息称，法国奢侈品巨头LVMH集团计划将旗下部分品牌的总部从香港迁至内地。
- 新品动态：**1) 可复美推出「OK乳」，添加专利稀有人参皂昔CK成分，达到控油功效，官方活动价259元/80ml；2) 珀莱雅推出全新循环系列，含水、乳、霜3款产品，添加专研成分Encorelanem，重建肌肤稳态自循环，天猫活动价为179-209元；3) 米蓓尔推出蓝绷带2.0，添加超活蓝铜胜肽PRO等成分，具有修护抗老功效，天猫售价为149元/110g。
- 青岛海关缉私局破获2起海南离岛免税“套代购”走私案：**涉及走私化妆品等免税品，抓获犯罪嫌疑人2名，案值约1100余万元。

## 重要个股公告

- 锦波生物：**23Q1营收1.28亿元，同比增长98.28%；归母净利润4300.43万元，同比增长180.94%；EPS 0.69元，同比增长176.0%。
- 鲁商发展：**拟将证券简称由“鲁商发展”变更为“福瑞达”，证券代码“600223”不变。
- 敷尔佳：**23Q1营收37,301.95万元，同比增长5.38%，净利润15,933.26万元，同比变动-1.42%。预计23H1实现营收81,000.00万元至88,000.00万元，同比变动-0.9%至7.7%，归母净利润32,500.00万元至36,500.00万元，同比变动-9.1%至2.1%。



# 社服教育周报-教育人服

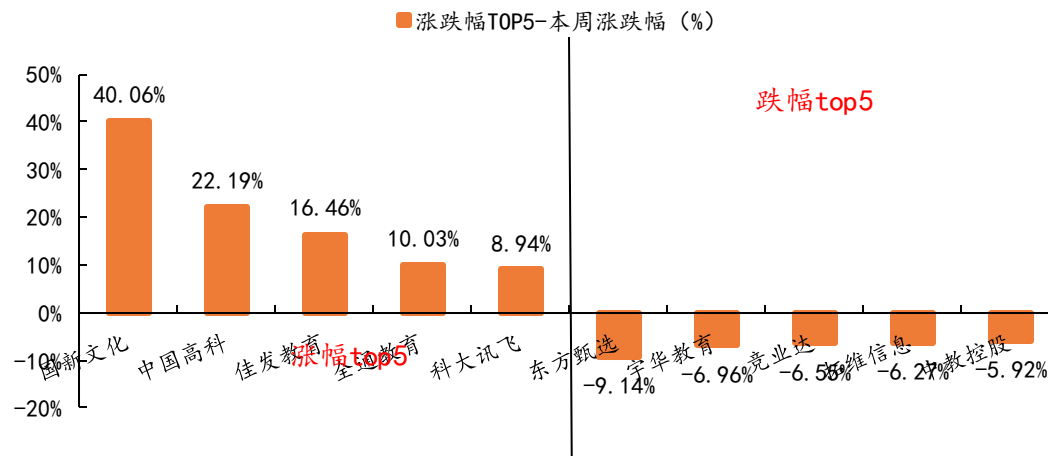
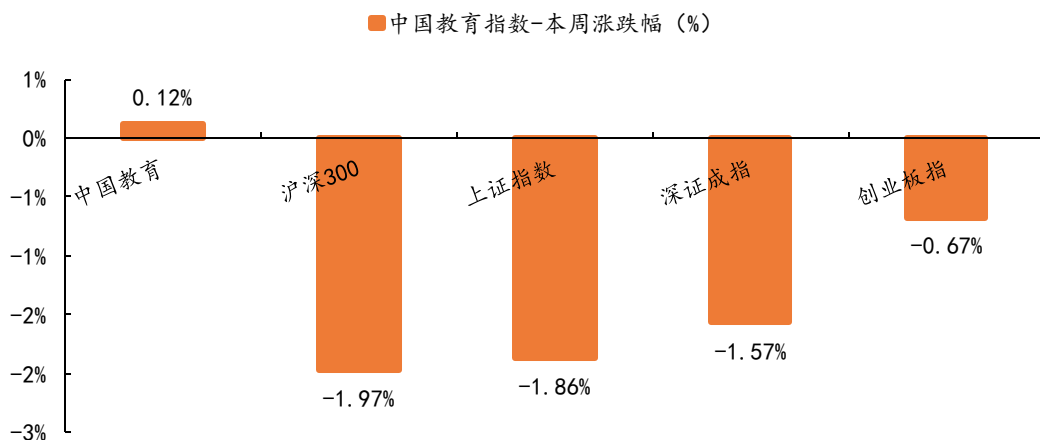
## 本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-0.12%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：国新文化（+40.06%）、中国高科（+22.19%）、佳发教育（+16.46%）、全通教育（+10.03%）、科大讯飞（+8.94%）。

跌幅TOP5：东方甄选（-9.14%）、宇华教育（-6.96%）、竞业达（-6.55%）、拓维信息（-6.27%）、中教控股（-5.92%）。



# 社服教育周报-教育人服



## 行业重大事件

- 1、在人工智能技术快速发展丰富互联网内容生态的同时，人工智能生成内容也带来了虚假信息、侵权等问题。对此，抖音官方公众号今日发布十一条关于人工智能生成内容的平台规范与行业倡议。
- 2、谷歌I/O大会上，谷歌发布了全新一代的大语言模型 PaLM2，根据介绍，他们用了大量数学和科学数据集对 PaLM 2 进行训练，相比 2022 年的 PaLM 模型，PaLM 2 在多语言处理、推理和编码能力上有了很大的提升。
- 3、洪恩推出儿童启蒙成长领域类ChatGPT式应用—洪恩智能AI，后者以洪恩十万问App的【AI问答】板块的拟人化AI问答机器人“小雨点”为载体，孩子可以和“小雨点”讨论神奇动物、人体奥秘、自然现象、科技生活、宇宙奥秘等各方面的科普知识。
- 4、在讯飞星火认知大模型成果发布会的分论坛上，淘云科技推出儿童认知大模型——阿尔法蛋儿童认知大模型正式发布。此外，基于该模型打造的阿尔法蛋儿童GPT机器人也亮相了，可以实现帮孩子练表达、塑情商、启创造、助学习等功能。



## 重要个股公告

- 1、Duolingo(多邻国)发布2023年第一季度财报，这也是接入GPT-4后的首份财报：1) 2023年Q1营收为1.2亿美元，同比增长42%；2023年Q1净亏损为260万美元，调整后季度 EBITDA（税息折旧及摊销前利润）为1510万美元。2) 2023年第一季度，Duolingo的DAU同比增长了62%，达到2030万；MAU同比增长了47%，达到7260万。3) Duolingo面向学习者的Birdbrain机器学习模型帮助用户实现个性化学习，而Duolingo English Test（多邻国英语测试，简称DET）产品从内容规模生成、管理、打分和测试都采用了AI技术。Duolingo表示，DET自2021年开始已经与OpenAI合作，远早于GPT成为家喻户晓产品之前。

# 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，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。