

社服教育周报一

可选消费等待持续性修复，重点观察618电商消费

2023年05月21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-2.14%/-1.44%。涨跌幅较大个股分别为：君亭酒店（+6.26%）、长白山（+4.39%）、九毛九（-9.99%）、海伦司（-8.62%）、曲江文旅（-8.32%）、呷哺呷哺（-6.14%）、复星旅游文化（-5.14%）。

观点：餐饮酒旅消费等待持续性修复，下一个重点观察窗口是暑期，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-0.11%。涨跌幅较大个股分别为：名臣健康（+20.06%）、科思股份（+10.79%）、ST美谷（-22.66%）、丸美股份（-9.16%）、贝泰妮（-4.66%）。

观点：1) 化妆品行业弱复苏，618预热进行中，从超头直播间看，珀莱雅、可复美等品牌加购表现亮眼，持续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-3.86%。涨跌幅较大个股分别为：涨幅TOP4：新开普（+9.14%）、拓维信息（+7.37%）、鸿合科技（+3.32%）、威创股份（+0.82%）。国新文化（-29.40%）、中国高科（-14.40%）、全通教育（-12.03%）、中公教育（-11.37%）、佳发教育（-10.27%）。

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+3.63%。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-0.79%。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-5.42%。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-10.27%。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-4.47%。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+0.79%。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+0.54%。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-2.13%。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-3.25%。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+1.50%。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+4.04%。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-5.95%。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-1.35%。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+0.39%。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-1.74%。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-9.99%。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-11.20%。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-4.44%。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+2.06%。观点提升，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。：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，α属性强、成长趋势明显。中长期看，主品牌珀莱雅品牌势能
- ◆ **贝泰妮**，本周累计涨跌幅-4.66%。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+4.24%。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

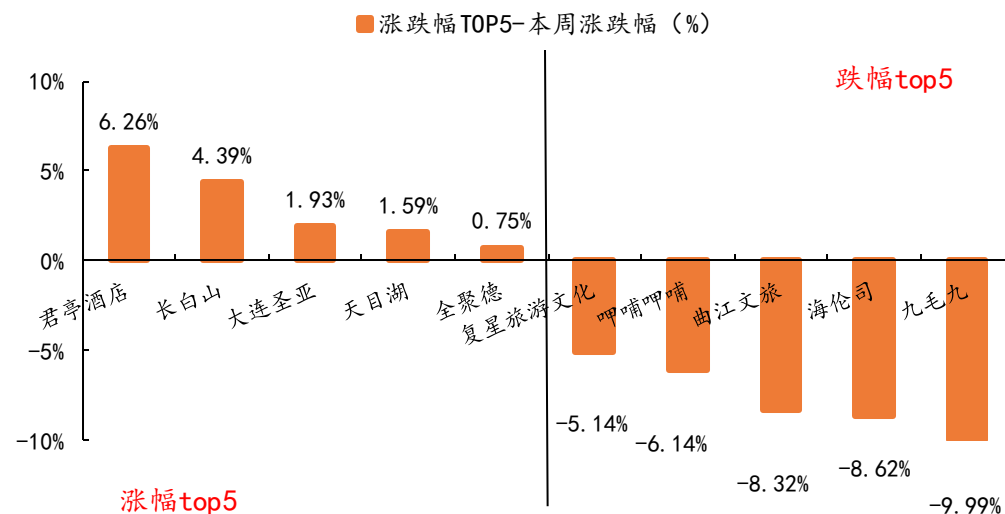
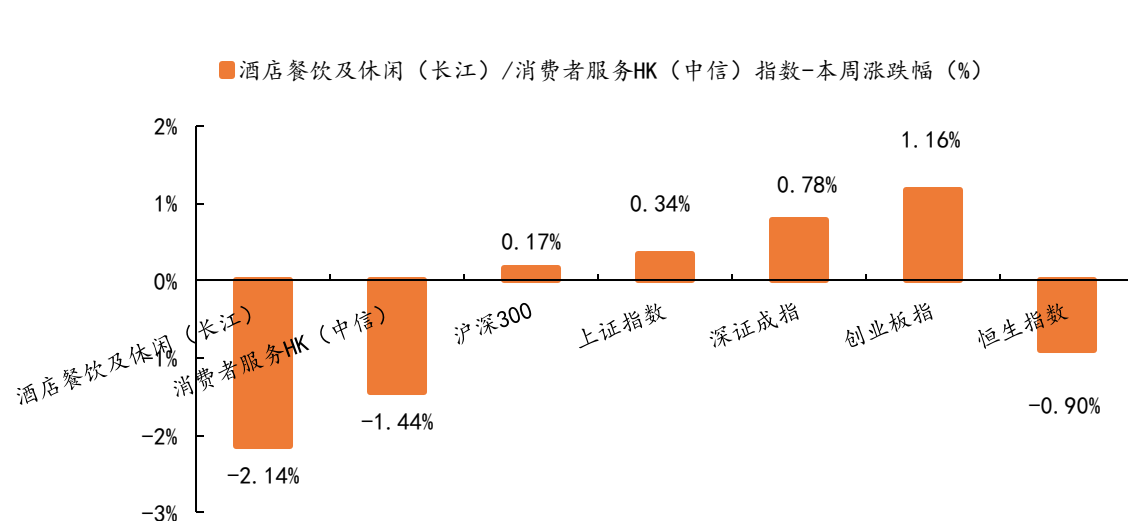
本周回顾

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-2.14%/-1.44%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：君亭酒店（+6.26%）、长白山（+4.39%）、大连圣亚（+1.93%）、天目湖（+1.59%）、全聚德（+0.75%）。

跌幅TOP5：九毛九（-9.99%）、海伦司（-8.62%）、曲江文旅（-8.32%）、呷哺呷哺（-6.14%）、复星旅游文化（-5.14%）。



社服教育周报-酒旅餐饮



行业重大事件

- 1、4月餐饮社零：**4月餐饮社零收入3751亿元，yoy+43.8%，限额以上单位餐饮收入1011亿元，yoy+44.6%；1-4月餐饮社零收入15888亿元，yoy+19.8%，限额以上单位餐饮收入4017亿元，yoy+23.9%。
- 2、疫后出行确定性高，暑期出游预订窗口提前：**1) 携程：截至5月16日，今年暑期订单量已经全面超过2019年同期，为了降低用户出游决策成本、助力提前锁定暑期好价，66家航司、75家机场共同参与的携程626“嗨飞节”已正式上线。2) 飞猪：5月18日20点，飞猪618将正式启动。今年的飞猪618从5月18日起即上线开售，销售周期拉长至34天，以充分满足消费者提前锁定暑期热门服务、寻找出游灵感的需要。截至目前，报名参与飞猪618活动的旅行商品已有上万款，同比实现翻倍增长。
- 3、澳门一季度旅客消费情况：**5月17日，澳门统计暨普查局资料显示，在入境旅客人次较去年同期大幅增加1.6倍的带动下，澳门首季旅客总消费（不包括博彩）同比上升1.3倍至149.8亿澳门元；留宿旅客（123.4亿澳门元）及不过夜旅客（26.4亿澳门元）的消费分别录得1.3倍及1.1倍的升幅。第一季旅客人均消费为3027澳门元，同比下跌13.9%，留宿旅客（4677澳门元）减少40.3%，不过夜旅客（1141澳门元）的人均消费则上升8.1%。
- 4、携程旗下Trip.com国际品牌已经入驻ChatGPT插件商店，**可供ChatGPT PLUS会员在OpenAI官网的网页端接入使用，目前主要面向国际市场用户。
- 5、国台办发言人马晓光19日答记者问表示，5月19日起恢复旅行社经营台湾居民来大陆团队游业务。**
- 6、联合国世界旅游组织发布《世界旅游晴雨表》报告称，全球旅游已恢复到疫情前的80%。**2023年一季度世界各地的客流快速恢复，中东地区保持领先地位，超过疫情前水平的15%。此外，欧洲旅游已达到疫情前的90%，非洲达到88%，北美和南美达85%。
- 7、许留山全国大面积关店，**据天眼查，其旗下41家分支机构中39家已注销。



重要个股公告

- 1、亚朵公布今年第一季度财报：**本季度收入7.74亿元，同比增长71.2%；调整后净利润（非公认会计准则）为1.6亿元，同比增长2114.3%；调整后的EBITDA（非公认会计准则）为2.31亿元，同比增长584.8%。

数据来源：wind，国家统计局，携程，飞猪，澳门统计暨普查局，环球旅讯，平安证券研究所

社服教育周报-咖啡



行业重大事件

- 1、巴西国家供应公司发布最新巴西2023年咖啡产量预计5474万袋（每袋60公斤），相比去年的5092万袋增长7.5%。其中，阿拉比卡咖啡产量预计3793万袋，相比去年增长了15.9%，罗布斯塔咖啡产量预计1681万袋，相比去年减少了7.6%。去年发生的干旱和霜冻天气影响了咖啡生长，无法发挥其最大产量潜力，今年气候条件更好，产量有所恢复。
- 2、越南咖啡现货价格涨至15年来最高水平：由于供应紧张，越南国内咖啡现货价格继续上涨。印度尼西亚则受到产量不佳刺激，产区升水价格也在扩大。本周最新罗布斯塔咖啡现货价格为55,200越南盾/公斤-57,500越南盾/公斤（约合2.35美元至2.45美元），创下近15年来的最高水平。印度尼西亚咖啡最新的升水价格已经涨至170-200美元/吨，高于上周的100美元/吨的升水价格。



重点公司跟踪

瑞幸咖啡

- 1、每周开店：5.8-5.14（上周）新开门店123家，一二线城市合计占56%，下沉市场合计占44%。
- 2、产品：冰镇杨梅瑞纳冰回归。
- 3、ASP折扣：库迪周边门店每周9.9元活动持续；部分针对性门店活动加码，“天天9.9元”。
- 4、其他：1) 5.17-6.2上海咖啡文化周，luckin每日发放1万杯免费咖啡。2) 瑞幸520告白日单日销量突破550万杯。

库迪咖啡

- 1、每周开店：据抖音，本周净增207家（上周219家）。
- 2、产品：本周上新，蜜意茉茉粉椰、蜜意茉茉生酪拿铁、蜜意绵云库可冰。
- 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18日跟踪，平均价格为14.39元（我们选取3款热门商品+两款经典产品，1-5线城市各选取5家门店，加权平均计算而得）；3) 上周APP端全场每天可领取一张9.9元券。
- 4、营销活动变更：转变策略，即将采取针对性价格战，受影响门店针对性定价（甚至免费喝活动），未受影响门店提价。

其他品牌动态

	星巴克中国	Manner	Nowwa	Tims	幸运咖
品牌动态	本周上新：佛手柑柚柚气泡冷萃、粉上芭乐气泡冷萃、盐系青梅气泡冷萃	1) 全国上新：冰玫瑰拿铁 2) 限定SOE：伯爵白巧咖啡	上周新品冰激凌芝士拿铁单品单店销售突破300杯	进入银川、舟山、乌鲁木齐三个新城市	全国上新：茉莉花香拿铁

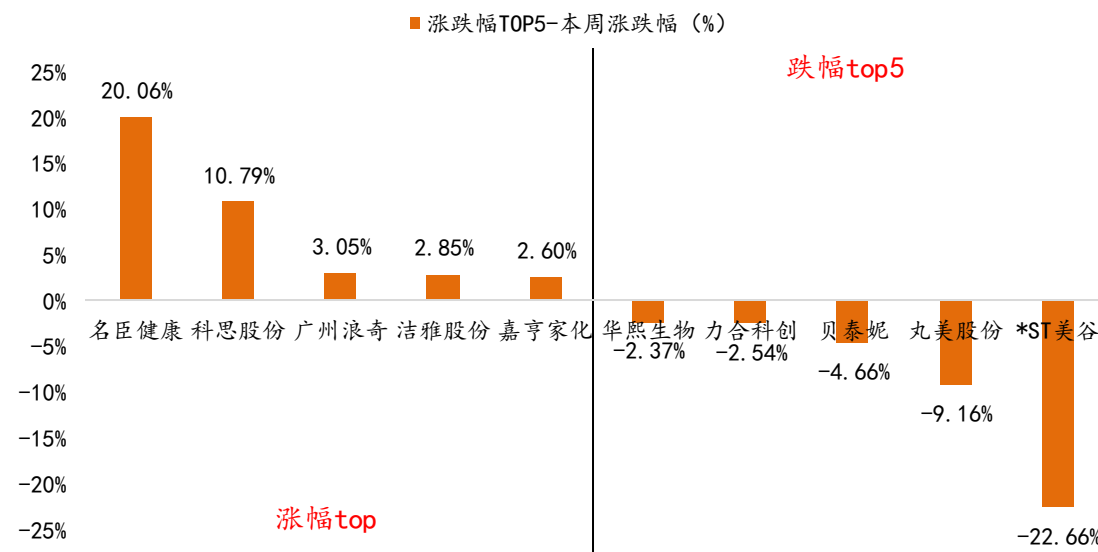
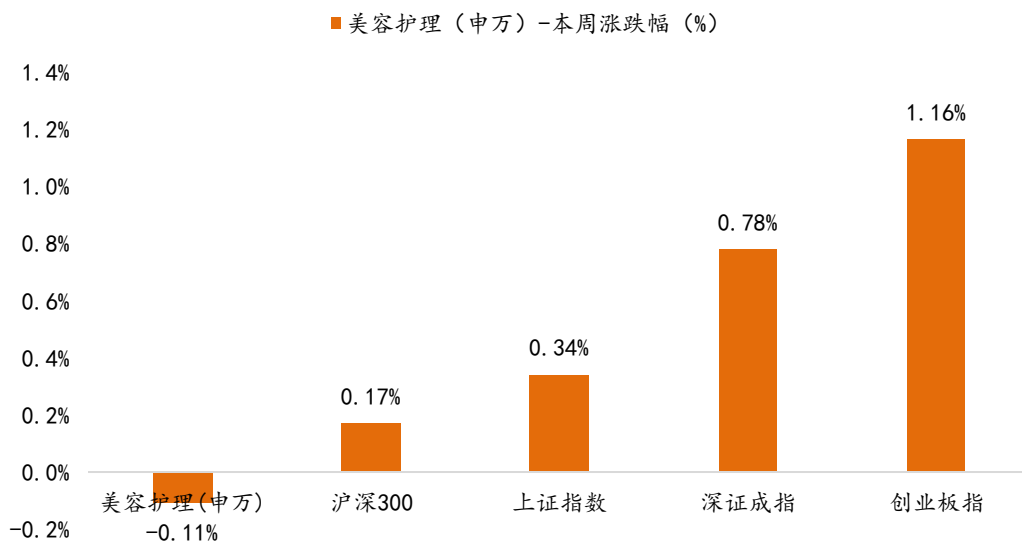
社服教育周报-美容护理

本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-0.11%。

涨幅TOP5：名臣健康（+20.06%）、科思股份（+10.79%）、广州浪奇（+3.05%）、洁雅股份（+2.85%）、嘉亨家化（+2.60%）。

跌幅TOP5：ST美谷（-22.66%）、丸美股份（-9.16%）、贝泰妮（-4.66%）、力合科创（-2.54%）、华熙生物（-2.37%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

- 1、社零数据：**2023年4月化妆品类零售总额为276亿元，同比增长24.3%。1-4月，化妆品类零售总额为1299亿元，同比增长9.3%。
- 2、抖音电商：**近一年平台GMV增幅超80%。其中，商城GMV同比增长277%，电商搜索GMV同比增长159%，货架场景GMV在平台GMV占比超30%。过去一年，抖音电商直播日均观看量超29亿次，电商意图日均搜索超4亿次，平台全年售出商品超300亿件。
- 3、快手电商：**618购物节将投入100亿平台流量和10亿商品补贴，推出直播间大牌大补、直播间消费金等玩法。2023年快手电商计划打造100+个年度规模破亿的美妆品牌，将在新供给、新分销、新基建等七大方面，为品牌营销提供全面助力。
- 4、腾讯视频号：**发布直播6.18大促激励计划，包括预约领券激励、GMV目标任务激励、技术服务费减免激励、榜单排名激励四类。
- 5、资生堂：**23Q1净销售额同比增长2.6%至2400亿日元（约合人民币122.46亿元），可比口径增长6.6%。中国市场由于1月份仍受疫情影响，Q1净销售额可比口径下降3%，不过形势在1月份触底反弹，从2月份开始出现复苏趋势。中国仍是集团除日本本土以外的第一大市场。
- 6、欧莱雅：**公开发行151亿元的债券，筹集的资金部分将用于收购伊索。
- 7、新品：**1) 完美日记推出新品丹宁假日系列，含名片口红、唇衣、眼影综合盘、散粉，添加了专利抗氧技术，可以在高温天、高湿度下持久锁妆，易梦玲为风格代言人。2) 韩束发布独家「环肽」技术，其结构更加立体，宣称具有更强的生理活性与稳定性，能达到修护肤、紧致肤、胶原肤等的三维抗衰功效的立体高能效果。3) 修丽可启动「皮肤健康管理-美护师」培训项目，旨在提升皮肤健康管理行业从业人员的专业素质和职业水平，持续为行业输出专业人才促进行业标准的建立。

重要个股公告

- 1、逸仙电商：**23Q1营收7.654亿元，同比下降14.1%，净利润5070万元。其中，护肤业务营收2.45亿元，同比增长34.2%，占总营收的32%。
- 2、海南机场：**三亚凤凰机场2023年4月旅客吞吐量183万人次，同比增长1093%，1-4月累计旅客吞吐量803万人次，同比增长89%。

社服教育周报-教育人服

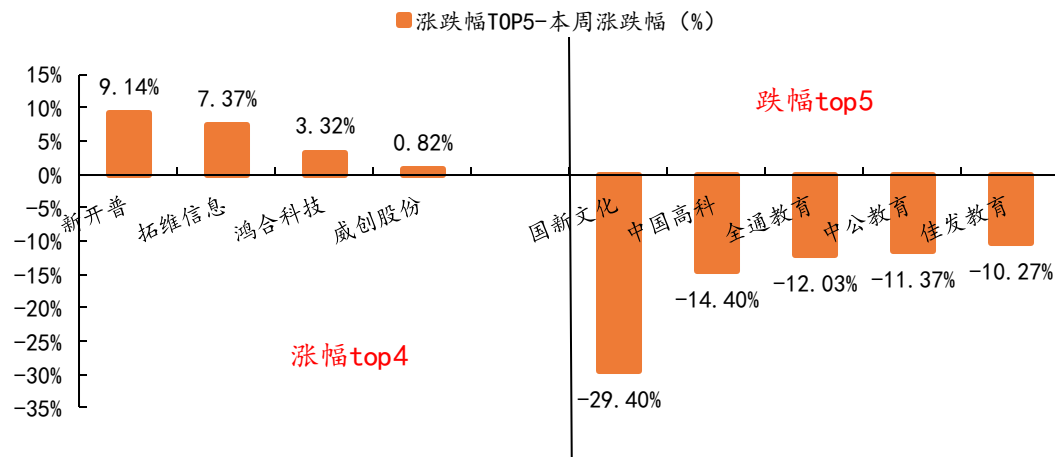
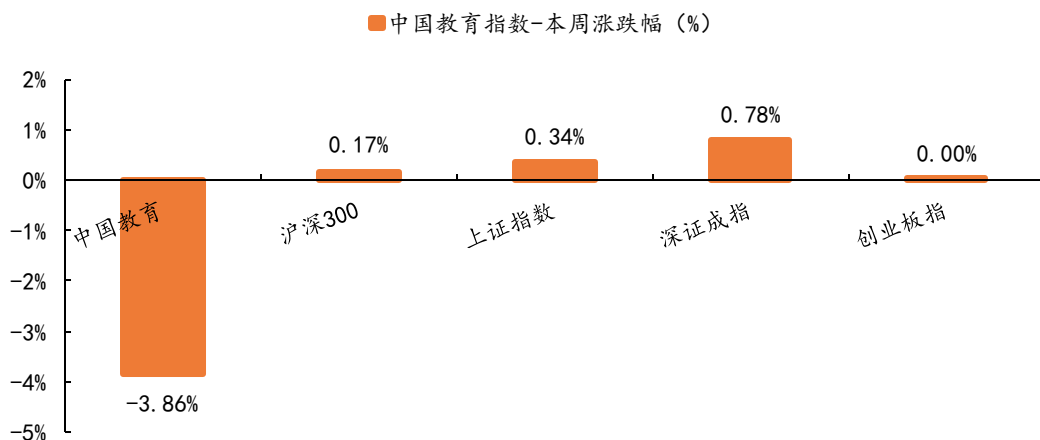
本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-3.86%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP4：新开普(+9.14%)、拓维信息(+7.37%)、鸿合科技(+3.32%)、威创股份(+0.82%)。

跌幅TOP5：国新文化(-29.40%)、中国高科(-14.40%)、全通教育(-12.03%)、中公教育(-11.37%)、佳发教育(-10.27%)。



社服教育周报-教育人服



行业重大事件

- 1、5月17日，小度宣布，计划于5月22日正式发布首款学习手机——小度青禾学习手机。其官方推文指出“一台青禾学习手机=手机+词典笔+电话手表+翻译机+听力宝+单词卡”，这是一个将大多数垂直教育功能硬件合而为一、灌注在同一个小硬件中的尝试。
- 2、好未来集团旗下学而思网校发布了2023年重磅产品——“学而思大阅读”。据介绍，这款产品是学而思网校与北大中文系战略合作、与“中国阅读三十人论坛”阅读专家共同打造的，希望通过提供一套365天全能阅读解决方案，提升孩子的阅读能力、创作能力，培养孩子受益一生的阅读能力。
- 3、人工智能研究公司OpenAI在其官网上宣布，在美国推出了聊天机器人ChatGPT的iPhone应用，并承诺未来也将为安卓手机提供相同的服务。这是该软件首次发布手机版本的应用。
- 4、作业帮旗下专注为孩子挑选成长好物的直播间“作业帮帮选”迎来首播，带货婴童用品、书籍杂志、纸品湿巾、学习用品等品类，如湿巾、驱蚊液、洗手液、儿童防晒喷雾、乳胶凉席等20多款产品。

重要个股公告



- 1、中公教育减持公告：持有本公司3.08亿股(占本公司总股本比例 5%)的股东拓牌私募基金计划在 2023 年 6 月 2 日起 3 个月内通过集中竞价方式减持数量合计不超过 61,673,900 股公司股份，不超过公司总股本的 1%。

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。