

海南离岛免税迎来“五一”消费热潮，旅游需求复苏势头强劲

——休闲服务行业周观点(04.26-05.05)

强于大市(维持)

2021年05月06日

行业核心观点:

上周(4月26日-4月30日)上证综指下跌0.79%、申万休闲服务指数上涨2.82%，休闲服务指数跑赢上证综指3.6个pcts，上周休闲服务主要子板块涨跌互现：餐饮-3.13%、酒店1.61%、旅游综合3.56%、景点1.03%、教育服务-2.89%。据海口海关的初步统计，从5月1日至4日，离岛免税销售额超过7亿元，其中4日的离岛免税销售额为2.49亿元；海南自贸港居民免税清单上半年或将公布，与离岛免税清单区别较大。休闲服务行业逐渐恢复，且疫情使得行业重新洗牌，但仍需关注国内疫情复发态势。短期来看，受压抑的旅游需求转向国内市场，景区、酒店业绩改善明显，看好各细分板块布局国内旅游市场的龙头企业，尤其看好酒店、景区、旅行社等弹性大的板块龙头。中长期来看，我们看好具备优质成长性的免税、演艺主题公园板块龙头。

- 1、旅游：**建议关注：1) 受益于旅游和商务出行活动逐步恢复的酒店龙头；2) 受益于旅游活动逐步恢复的景区龙头；3) 积极转变发展模式且与免税合作的头部旅行社；4) 受益消费回流和免税新政的免税板块。
- 2、教育：**随着正常教学秩序的逐步放开与竞赛活动的回温，建议关注教育资源优质、有效控制获客与授课成本的在线培训机构、职教龙头。

投资要点:

- **行情回顾：**上周(4月26日-4月30日)上证综指下跌0.79%、申万休闲服务指数上涨2.82%，休闲服务指数跑赢上证综指3.6个百分点，在申万28个一级行业指数涨跌幅排第2。年初至今上证综指下跌0.75%、申万休闲服务指数上涨11.48%，申万休闲指数跑赢上证综指12.23个百分点，在申万28个一级子行业中涨幅排名第2。
- **行业相关新闻：**1) **旅游：**“五一”期间，4天7个亿！海南离岛免税继续火爆；海南自贸港居民免税清单上半年或将公布，与离岛免税清单区别较大。2) **教育：**天津消协发布K12在线教育标准：避免提供学前超前教育培训；教育部印发通知部署“五一”假期教育系统疫情防控工作。
- **上市公司重要公告：**长白山、锋尚文化、首旅酒店、*ST米奥、*ST西域、峨眉山A、曲江文旅、云南旅游、天目湖、三特索道、九华旅游、张家界、学大教育、文化长城、美吉姆、传智教育、中公教育业绩披露。
- **风险因素：**1、自然灾害和安全事故风险。2、政策风险。3、投资并购整合风险。

行业相对沪深300指数表现



数据来源：聚源，万联证券研究所

相关研究

海南离岛免税购物政策实施十周年，日揽金过亿元成为“常态”

海南非法代购遭打击，五一跨省游预定量激增

离岛免税“邮寄送达”业务收寄量逐月攀升，总量已超过7.5万件

分析师：陈雯

执业证书编号：S0270519060001

电话：18665372087

邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理：王鹏

电话：15919158497

邮箱：wangpeng1@wlzq.com.cn

研究助理：李滢

电话：15521202580

邮箱：liying1@wlzq.com.cn

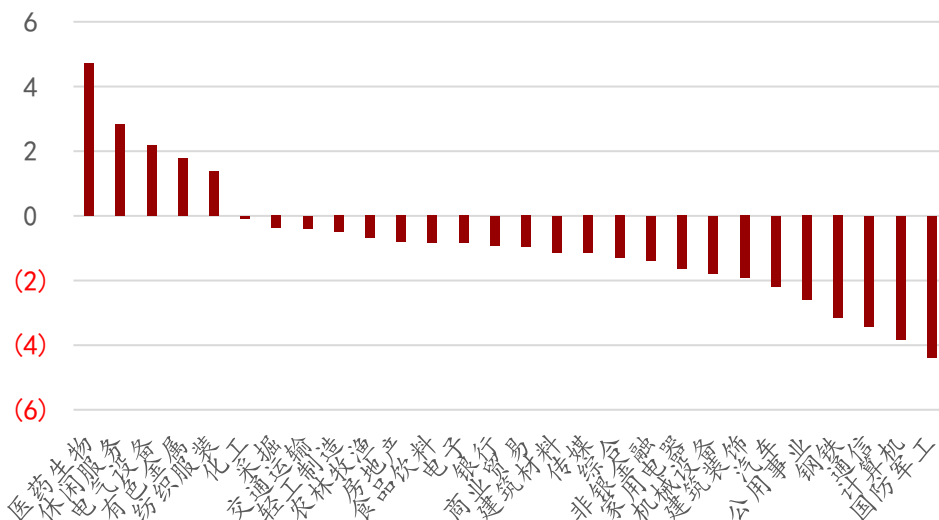
正文目录

1 行情回顾	3
2 行业重要事件	4
2.1 旅游	4
2.2 教育	10
3 过去一周上市公司重要公告	12
4 投资建议	14
5 风险提示	14
图表 1: 上周休闲服务板块涨跌幅 (%) 位列第 2	3
图表 2: 年初至今休闲服务板块涨跌幅 (%) 位列第 2	3
图表 3: 子板块周涨跌幅 (%) 情况	3
图表 4: 子板块 PE 估值情况_20210430	4
图表 5: 个股涨跌情况_20210430	4
图表 6: 过去一周上市公司重要公告	12

1 行情回顾

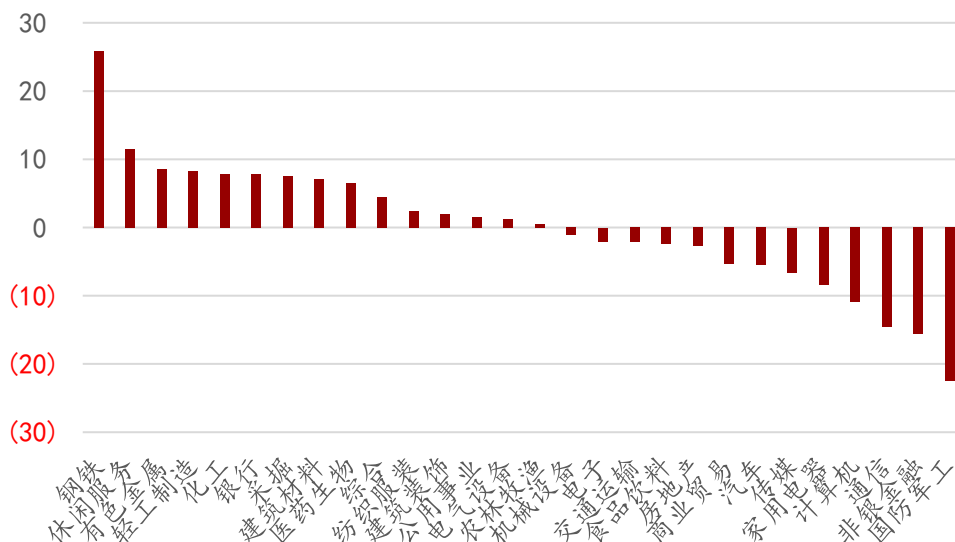
上周（4月26日-4月30日）上证综指下跌0.79%、申万休闲服务指数上涨2.82%，休闲服务指数跑赢上证综指3.6个百分点，在申万28个一级行业指数涨跌幅排第2。年初至今上证综指下跌0.75%、申万休闲服务指数上涨11.48%，申万休闲指数跑赢上证综指12.23个百分点，在申万28个一级子行业中涨幅排名第2。

图表1：上周休闲服务板块涨跌幅（%）位列第2



资料来源：Wind，万联证券研究所

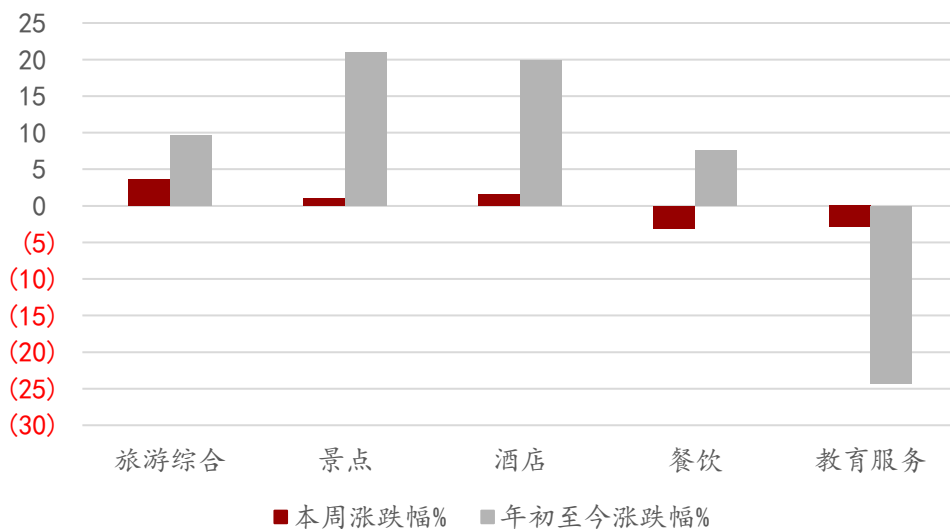
图表2：年初至今休闲服务板块涨跌幅（%）位列第2



资料来源：Wind，万联证券研究所

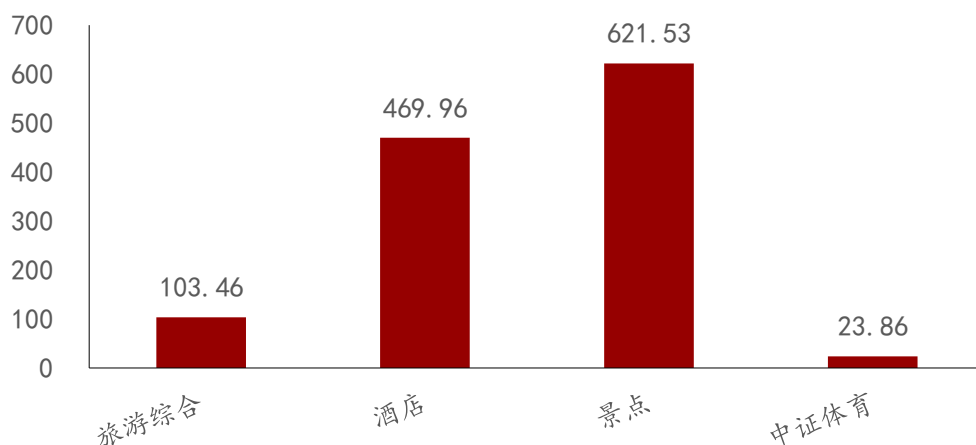
上周休闲服务主要子板块涨跌互现：餐饮-3.13%、酒店1.61%、旅游综合3.56%、景点1.03%、教育服务-2.89%。板块的PE估值为酒店469.96、景点621.53、旅游综合103.46。

图表3：子板块周涨跌幅（%）情况



资料来源: Wind, 万联证券研究所

图表4: 子板块PE估值情况_20210430



资料来源: Wind, 万联证券研究所

图表5: 个股涨跌情况_20210430

板块名称	领涨股票 (%)	领跌股票 (%)
休闲服务	金陵饭店 (11.40)	*ST 西域 (-28.71)
	大连圣亚 (10.65)	*ST 腾邦 (-19.77)
	中国中免 (4.24)	锋尚文化 (-14.28)
教育服务	美吉姆 (3.47)	传智教育 (-10.91)
	中国高科 (-0.22)	科德教育 (-10.87)
	昂立教育 (-0.77)	竞业达 (-9.18)

资料来源: Wind, 万联证券研究所

2 行业重要事件

2.1 旅游

“五一”期间，4天7个亿！海南离岛免税继续火爆

“五一”小长假，海南依然是广大游客的目的地之一，除了海南的自然和人文美景，“离岛免税”这张金字招牌更是吸引了大量游客，成为来琼旅行购物的决定性因素之一。

据航空部门估计，“五一”小长假期间，海南三家机场将完成4100多架次的航班起降，运输旅客也可能接近67万人次。其中，海口美兰机场平均每日起降航班460余架次，运送旅客7万人次。同时根据飞猪的统计，海南的三亚和海口，也是目前国内热门的租车旅行的目的地。

据海口海关的初步统计，从5月1日至4日，离岛免税销售额超过7亿元，其中4日的离岛免税销售额为2.49亿元。特别是5日下午，海南各家离岛免税店又迎来了“离岛小高峰”，大部分的购物者还是以香水和化妆品为主，可谓是离岛返程的又一波狂欢。

首届中国国际消费品博览会即将于5月7日至10日在海南国际会展中心举行，很多各地的参展商和专业观众也纷至沓来。据DFE了解，5月10日是消博会的社会公众开放日，目前三批合计5万张门票（2万+1.5万+1.5万）已经售罄。有关方面此前公布的消息确认，消费者在本届消博会购买的参展商品，享受免税购物待遇，并不占用离岛免税额度——DFE认为，这是吸引了众多消费者抢票的重要原因之一。（DFE）

<https://mp.weixin.qq.com/s/uQq9SWokn51ZesSQMLJLHg>

海南自贸港居民免税清单上半年或将公布 与离岛免税清单区别较大

在海南离岛免税掀起消费热潮的同时，海南岛内居民日用消费品免税清单何时公布备受各方关注。对此，海南省商务厅厅长陈希独家回应《中国经营报》记者：“乐观预计今年上半年可能可以推出。”

陈希告诉记者，因为清单涉及的范围比较广，从国家到地方都非常重视。经过各相关部委的研究，并广泛征求各方意见，目前正按程序报批。

根据《海南自由贸易港建设总体方案》，2025年前实行部分进口商品零关税政策（即免进口关税、进口环节增值税和消费税），也就是我们常说的“一负三正”零关税清单。岛内居民消费的免税进境商品正面清单就属于其中之一。

这份清单将与离岛免税清单有明显不同。“现在的离岛免税清单主要针对中高端消费群体，大家喜欢在海外买的东西，我们的离岛免税清单中大部分都会有。而日用消费品的清单主要针对岛内居民，会以日用生活必需品为主。”陈希说。

“国内有充足供应、有替代品的，一些价值非常高的、明显不属于日用消费品的，我们不会放在清单中。”陈希透露，“我们主要考虑到要让岛内居民有一种获得感。”

记者了解到，清单公布后将进行动态滚动调整。“我们会先推出第一版（清单），以后根据需要再做一些增加或者减少，跟离岛免税清单还是有比较大的区别。”陈希告诉记者。

对于届时如何识别岛内居民身份，陈希表示，我们运用大数据的手段和技术，基本上凭借有效的身份证明就可以购买，包括一些在岛内工作，但身份证地址不在岛内的人士，也可以购买。

相较于离岛免税经营资质“一照难求”，岛内居民免税品的经营门槛将不会太高。陈希告诉本报记者：“经营岛内居民免税品的企业，我们主要考虑准入即准营，只要达到一些条件就能够进入。我们欢迎符合条件的经营主体都来参与。”

对于经营条件的公布时间，陈希说：“省里正在制定一个管理办法，海关监管部门也在制定相关的监管办法，这些会同步按照相应的时间来推出。”

一位国内大型免税企业的人士告诉本报记者，目前正在与海南方面接洽经营岛内居民免税品的相关事宜。“虽然岛内居民日用消费品跟现有的离岛免税产品差异明显，但经营岛内居民免税品可以引流。”

“有意向的企业可以跟海南的主管部门沟通，做一些提前的准备。但最后的要求和标准要以国家的政策公布为准。”陈希说。（DFE）

<https://mp.weixin.qq.com/s/WXKbMOZMy0C9Lig9cJFnZw>

2021年“五一”假期文化和旅游市场平稳有序

文化和旅游部认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神和中央领导同志重要指示批示要求，按照党中央、国务院决策部署，统筹做好新冠肺炎疫情防控和假日市场工作。综合各地文化和旅游部门、通讯运营商、线上旅行服务商数据，经文化和旅游部测算，2021年“五一”假期，全国国内旅游出游2.3亿人次，同比增长119.7%，按可比口径恢复至疫前同期的103.2%；实现国内旅游收入1132.3亿元，同比增长138.1%，按可比口径恢复至疫前同期的77.0%。全国文化和旅游系统未发生重特大安全生产事故，未发生疫情通过文化和旅游系统传播事件。假期游客满意度达84.8，处于“满意”水平。

一、狠抓落实，严格做好疫情防控工作

各地认真贯彻落实国务院联防联控机制《关于做好“五一”假期旅游出行疫情防控工作的通知》，以及文化和旅游部“五一”假期旅游出行疫情防控工作电视电话会议精神，严格落实“限量、预约、错峰”要求，重点抓好旅游景区景点疫情防控工作，严格做好旅游各环节疫情防控工作。科技赋能助力旅游治理和旅游服务水平提升，各地依托智慧旅游平台、网站、微信公号等，对客流进行精准预测和精准管理。华山、泰山、黄山、九寨沟、八达岭长城等重点景区提前发布票务信息，有效疏导、分流游客，管控成效明显。中国旅游研究院调查显示，32.0%的游客体验了在线预订，33.0%的游客体验了扫码、刷脸等无纸化入园，98%的游客认可景区预约。加大场所管理力度，天津、吉林、黑龙江、安徽、江西、湖南、甘肃等地指导文化和旅游场所科学合理设置健康码查验、测体温、入园验票等区域、引导分流游览，河北、山西、辽宁、西藏、青海、宁夏、新疆等地指导文化和旅游场所通过提示牌、电子屏、网站宣传等多种方式，提醒游客不扎堆不聚集、佩戴口罩、注意做好个人健康防护。

二、紧盯重点，切实做好安全生产工作

“五一”期间，全国共约1.2万家A级旅游景区正常开放，约占全国A级旅游景区总数的90%，全国5A级旅游景区接待游客约4800万人次。各地紧盯景区特种设备、旅游大巴、文化娱乐场所消防安全等重点领域，开展安全隐患排查和治理。各地派出了300余个检查督导组深入景区、旅行社等一线实地检查督导。内蒙古、浙江、福建、江西、湖北、重庆等地党委政府主要领导或分管领导，采取多种形式检查督导文化和

旅游疫情防控和安全生产工作。山东、四川等地采取厅班子成员包市督查方式，北京、河南、海南、贵州、云南、陕西等地由厅（局）领导带队，对相关市（县、区）进行疫情防控和安全生产检查。上海、江苏、广东、广西等地积极采取措施，做好大风、暴雨天气安全防范工作。假日期间，各地以文化和旅游市场秩序、疫情防控、安全生产等为重点，加大执法力度，4月30日至5月4日，全国共检查文化市场经营场所8.2万余家次，其中上网服务场所4.7万余家次、娱乐场所3.2万余家次、演出场所2200余家次；共巡查景区1.6万余家次，检查旅行社及其分支机构1.7万余家次、旅游团队6599个，针对发现的疫情防控和安全生产隐患及时督促整改落实。“五一”假期，广大游客遵守公共秩序、保护文物古迹、关爱自然生态、杜绝餐饮浪费，文明旅游蔚然成风。

三、红色旅游彰显爱国情怀，夜间旅游拓展消费空间

今年正值建党一百周年，红色主题游备受欢迎。今年劳动节连着青年节，更多的年轻人参加红色旅游，新时代的红色旅游呈年轻化趋势，红色旅游+生态游、民俗游、研学游、乡村游等新线路、新产品不断丰富旅游业态。湘赣闽红色旅游区迎来大批旅游者，上海中共一大纪念馆、江西于都红军长征出发地纪念馆等红色旅游热潮涌动，广东多个文化场馆、旅行社推出形式多样的红色主题活动，吸引大量游客和研学学生参观游览、打卡、了解和学习党史，感悟红色文化、厚植爱国主义情怀。夜间灯光、展演等技术的成熟为游客夜间旅游提供更多可能，夜间消费成新常态，武汉市“劳动最光荣”主题灯光秀、《知音号》《夜上黄鹤楼》等夜游项目深受追捧。广西推出“文化夜市”“夜游景区”“美食夜市”“夜游文化街区”等吸引了大量游客游览观光、参与体验。福建泉州市用“一街、一碗、一楼、一馆、一店、一宿、一演出”串出7条“市井烟火”路线，为市民游客提供夜间休闲体验。浙江杭州临安推出大型沉浸式主题夜游项目“狐妖小红娘”，开启动漫+科技+夜游的古镇全新体验模式。

四、中西部旅游市场热度攀升，三四线城市和乡村旅游市场活跃

各地发布景区预约限流信息后，游客选择避开热门目的地、错峰出行。中西部地区气候适宜，踏青、自然风光欣赏、美食和网红打卡吸引众多游客到访，旅游市场热度攀升。习近平总书记刚刚到访的广西象山景区“五一”假期向游客免费开放，大量游客前来打卡。四川稻城亚丁景区迎来成功创建国家5A级旅游景区后首个客流高峰，景区安全平稳有序。全国各地游客慕名探访新疆天山托木尔大峡谷，参加徒步穿越峡谷、赏天山奇景感民族风情、篝火晚会等活动。疫情常态化下，游客主动错峰出行，三四线城市逐渐成为更多游客目的地。越来越多游客选择到山水田野间感受清静和悠闲，体验乡村慢生活，登山、赏花、采摘、烧烤、垂钓等体验式旅游项目受到欢迎。小镇青年、农村居民也越来越多参与旅游出行。文化和旅游部大数据监测显示，乡村地区居民出游率达14.3%，农民参与旅游的比例越来越高。

五、文化丰富旅游内涵，市场走向品质化

文化元素成为增强旅游目的地吸引力和提升游客体验的重要因素，高品质的文化活动有效提升了广大游客的参与度和获得感。“五一”假期，全国各地举办20余场音乐节，《山河令》主题演唱会带动苏州旅游热度高涨，江西葛仙村、河南樱桃沟、成都五凤溪以传统古镇文化为依托，运用创意+科技+文旅的体验式场景打造网红打卡新地标，让乡村旅游焕发新彩。文化娱乐、图书休闲、文博旅游成为假日休闲热点，图书馆、博物馆、文化馆游客增幅明显，中国国家博物馆、广汉三星堆、南京总统府、上海自然博物馆等迎来大批参观者。国家大剧院、北京京剧院、梅兰芳大剧院、成都博物馆、广西民族博物馆等文化场馆为中老年游客带来丰富多彩的文化盛

宴。游客出行更加看重休闲度假类品质出行，私密化、定制化、小型化成为主流，高星级酒店房源备受游客青睐，长沙、西安、杭州、成都等热门网红城市酒店的特色房型一房难求，杭州、青岛、长沙等地的高等级度假民宿入住率较高，部分订单甚至排到了6月末，全国旅游监管服务平台监测数据显示，“五一”团队游团均人数14.67人，较2019年减少25%，小团游趋势明显。（文旅部）

https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202105/t20210505_924179.htm

同程：“五一”大交通、景区、住宿预订量反超疫前

在刚刚结束“五一”假期，国内景区、目的地重现人潮汹涌的假日景象。5月5日，同程旅行发布的《2021年“五一”假期出行报告》显示，2021年“五一”假期期间，国内景区、住宿、大交通等各类旅游消费均实现大幅增长，大交通（含机票、火车票、车船票）服务人次同比上涨133%，酒店预订间夜量同比上涨218%，平台景区门票预订量同比增长441%。同程旅行平台各项业务预订量业务指标不但远超去年同期水平，并已全面反超疫情前的2019年同期的水平，国内旅游产业呈现出强劲的复苏态势。

报告指出，红色旅游正逐步成为年轻游客旅行消费新风尚，以红色文化为主的名人故居类景点门票订单量相比2019年上涨859%，长沙橘子洲等户外红色旅游景点也在“五一”假期期间出现预约客满的情况。与此同时，同程旅行倡导消费者出行注意科学防疫，鼓励有条件的游客错峰出行，尽量避免人员聚集。

“五一”假期里，国内机票、火车票、汽车票等大交通需求率先爆发。同程旅行通过“机票盲盒”等深受年轻人喜爱的营销活动，更是点燃了消费者的出行热情，推动了目的地文旅产业的复苏。

客源地方面，广州、重庆、成都、北京、西安、上海、深圳、长沙、杭州、郑州的居民出游热情最高。

“五一”假期期间，同程旅行大交通（含机票、火车票、车船票）服务人次同比上涨133%，超过去年一倍以上。相比疫情前的2019年同期也实现15%的增长。2021年4月30日，同程旅行大交通业务率先迎来了历史高峰，单日服务人次突破413万。

近年来，同程旅行以“技术下沉”推动中国非一线城市汽车票的数字化，打通低线城市消费者交通出行的“毛细血管”。随着2021年“五一”期间，非一线城市游客周边游需求爆发式增长，同程旅行平台汽车票服务人次同比增长443%，相比2019年同期增长263%。

与此同时，“五一”期间，民航机票也实现“量价齐升”。同程旅行机票服务人次同比增长60%，相比2019年同期增长47%。在价格方面，机票客单价同比增长47%，基本恢复至2019年同期水平。

“五一”假期前夕，同程旅行的“机票盲盒”活动将假期期间出行的机票放入盲盒，让游客在机票普遍提价的假期里拥有超值的出行体验，赢得了中国年轻游客的广泛好评。根据数据显示，机票盲盒消费者中18-35岁用户占比超过94.8%。“五一”假期期间，同程旅行“机票盲盒”还为游客上线了开出98元往返含税机票的机票盲盒活动，鼓励游客科学防疫，错峰出行。

“五一”假期期间，同程旅行酒店预订间夜量同比上涨218%，增幅度超2倍，相比疫情前的2019年同期也实现66%的增长。4月30日、5月1日，同程旅行平台酒店住宿间

夜量连续两日突破历史新高。5月1日当天，同程旅行平台酒店住宿间夜同比增长200%，相比疫情前的2019年同期上涨54%。

在区域方面，全国有25个旅游城市酒店预订量涨幅200%+。其中，预订涨幅最高的分别为哈尔滨、武汉、长春、北京、呼和浩特、晋中、沈阳、洛阳、郑州和太原——中国北方的非一线城市酒店需求呈现出较强的复苏态势。

数据显示，重庆、北京、成都、广州、上海、西安、深圳、长沙、武汉、杭州成为“五一”期间最热门的住宿预订城市。其中，武汉在经历了2020年的疫情后，旅游业迅速恢复，住宿预订同比增长708%，相比2019年同期增幅也达到49%。北京、广州等城市的住宿预订量同比增幅均超过100%。兼具红色文化与潮流文化的长沙也进入榜单前10。此外，作为目前唯一开放的出境游目的地，中国澳门的住宿预订量相比2019年同期也实现了14%的增长。

在酒店位置选择方面，交通便利和性价比仍是“五一”期间游客选择酒店住宿的重要考量——21%的游客选择住在机场、火车站等交通枢纽周边。

在酒店类型选择方面，随着“酒店即目的地”这一观念的深入人心，“宅酒店”成为年轻游客假期出行的新玩法，休闲类酒店热度持续上涨，较去年同期上涨99%。而随着景区周边酒店的火爆，也有越来越多消费者选择性价比更高的商旅类酒店，商旅类酒店的订单涨幅同样达到93%。

值得关注的是，电竞酒店的热度在2021年“五一”期间也得到了快速增长。假期期间，同程旅行还联合王者荣耀“五五开黑节”为年轻游客提供了电竞房主题优惠活动，优质电竞酒店低至6折起，还有电竞房专属红包等福利。

五一假期，“西安大唐不夜城地铁口排百米长龙”，“敦煌景区骆驼排队上山”等新闻轮流登上微博热搜话题，全国各大景区再现人流涌动的景象。同程旅行大数据显示，2021年“五一”假期，平台景区门票预订量同比增长441%，增幅高达4倍，相比疫情前的2019年也实现了152%的增长。5月1日和5月2日，同程旅行平台景区单日出票量连续突破历史新高，5月2日单日出票量同比上涨482%。

数据显示，今年“五一”假期，名人故居类景区受到年轻游客追捧，预订量相比疫情前的2019年同期上涨859%。同程研究院首席研究员程超功分析，红色旅游已经成为年轻游客的旅游消费新风尚，红色旅游核心人群中21至30岁的“00后”、“90后”占比超过四成，其次是“80后”人群，占比近三成，整体40岁以下人群占比89.1%。红色旅游和红色文化的辐射效应正在逐步发挥出来，“五一”期间热门红色旅游景点对周边住宿及文旅消费的拉动效应显著。

此外，“CITY WALK”等新潮玩法的出现，带动了城市观光类景点门票订单上涨，标志性高层建筑的观景台成为年轻游客拍照打卡的热门选项。海洋馆、游乐园等亲子游热门景点也迎来大幅上涨。

假期期间，各地景区都基于疫情防控要求实施了限额预约制度，故宫博物院、中国国家博物馆、陕西历史博物馆等热门室内景区早在节前就几乎约满，5月2日当天，连橘子洲、黄山等户外景区也发布了“约满”公告，呼吁游客错峰出游。同程旅行也在全国30多个景区为游客免费发放口罩，助力景区疫情防控。

同程研究院首席研究员程超功表示：同程旅行倡导消费者出行注意科学防疫，鼓励有条件的游客错峰出行，选择相对小众的旅行目的地和景区，尽量避免人员聚集。

（品橙网）

<https://www.pinchain.com/article/246419>

2.2 教育

天津消协发布K12在线教育标准：避免提供学前超前教育培训

4月30日，天津消费者协会在全国团体标准信息平台发布了《K12在线教育服务与评价》（以下简称《标准》）。《标准》就K12阶段在线教育机构的准入标准、师资要求、收退费流程等多个方面进行了要求。其中提出，如消费者提出退费要求，在线教育培训机构应无条件退还当期未完成课程的实际学费，并在15个工作日内完成退费；培训结束时间不应晚于20:30，不得针对学龄前儿童开设小学课程预习辅导。

《标准》规定，K12在线教育企业应当依法向市场监管、教育、税务、民政等部门登记注册，取得属地省级教育行政部门备案，相关APP应取得教育部备案。同时，要具有合法的经营资质，具有与培训项目及规模相适应的办学场所及设施设备，具有配备的教师队伍、培训计划、课程教材，具备完整健全的组织机构和部门等等。

在师资方面，除了必要的教师资格证和相应的学历、技术等级资格证书之外，《标准》还提出，教师应有良好的精神状态和思想品德，具有良好的沟通能力。而在师资之外，还应设置负责咨询接待、反馈处理等的工作人员。根据《标准》，在线教育培训机构的师资队伍同线下机构一样不得聘用中小学在职教师。从事英语教学的外籍教师，来源应为以英语为母语或官方语言为英语的国家。

在一次性收费不得超过60课时、时间跨度不得超过3个月的基础规定上，《标准》另外要求：

在线教育培训机构需有清晰的产品介绍、服务价格明示，官网、招生简章、APP等对外宣传途径应保持价格及收费信息统一；

在线教育培训机构应向用户说明支付的有关信息并达成一致，主要包括：全部费用及明细、支付方式等；

在线教育培训机构开展单用途卡、预付费经营活动的，应当建立与单用途卡、预付费经营活动相适应的自有业务处理系统或者单用途卡、预付费公共基础业务处理系统（以下统称业务处理系统），业务处理系统应当具备单用途卡发行管理、预收资金清结算、交易记录保存、消费者信息查询等功能，并与协同监管服务平台信息对接。在线教育培训机构应当及时、准确、完整地传送单用途卡、预收资金以及预收资金余额等信息；

在线教育培训机构推广时禁止引导用户使用消费贷（分期信贷方式），建议机构不与消费贷公司进行合作，不采取消费贷相关的课程费用支付方式。

而关于退费，《标准》则提出，合同有效期内，如消费者提出退费要求，在线教育培训机构应无条件退还当期未完成课程的实际学费（特殊情况按双方签署的协议执行），并在15个工作日内完成退费；因停业、歇业等原因影响合同履行的，应当提前三十日发布告示，并以电话、短信、电子邮件等形式通知用户，用户有权按照单用途卡、预付费章程或者合同约定要求继续履行或者退回预付款余额。

在宣传和合同签订等流程上，《标准》规定，宣传中不得含有虚假或引人误解的内容；涉及专利产品或专利方法的，应标明专利号和专利种类；不得贬低其他经营者的商品服务，损害竞争对手的商业信誉；合同签订应在双方平等、自愿前提下进

行；不得以格式条款、通知、声明等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易，格式条款、通知、声明等含有上述内容的，其内容无效。

在教学内容上，《标准》要求，在线教育机构的培训结束时间不应晚于20:30，不组织、不主办任何形式的学科类等级考试、竞赛及进行排名；避免针对学前儿童的超前教育培训，不得针对学龄前儿童开设小学课程预习辅导。

《标准》还提出，在线教育机构应对用户注册、登录并使用的账号名称、头像和简介、注册信息，以及用户发布的内容及使用产品的行为等进行审核，维护网络环境，确保不存在以虚假信息骗取账号名称注册的情形；建立在线教育培训机构服务过程监督与信息披露制度，设立专门的团队全程跟进与评价指导，审核在线教育培训机构发布的各类资料和信息合法性，对不符合国家法律规定的予以撤销；从教学各个环节正确评价教学质量和效果，针对教学工作中的重大问题进行调查，并给予指导或实行奖惩机制。

《标准》也就用户的个人隐私保护方面做出了规定，在线培训机构应在内部建立从用户数据采集、生产、存储、使用、传输、备份、恢复到销毁的全生命周期安全规范，严格落实网络安全等级保护制度、网络安全预警通报制度和用户信息保护制度，具有完善的安全保护技术措施，做好用户和数据安全防护，防治泄露隐私；不得将用户个人信息数据加以泄露、转售或与其他机构进行交换；用户行为日志须留存1年以上等等

相应的，《标准》也注意到了在线教育机构的版权难题，提出保护知识产权，禁止用户在未经在线培训机构允许情况下，以任何形式或任何方式对所购课程内容进行修改、出租、租赁、出借、出售、分发、复制、创作衍生品或用于任何商业用途。

《标准》由天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会、北京大学电子商务中心、中国消费者报社、北京市律师协会、51Talk、作业帮、猿辅导、网易有道、掌门教育、北京颐和中鸿律师事务所等机构起草提出，适用于在线教育培训行业的自律，以及提供线上教育培训服务的企业进入教育培训行业的准入参考。（芥末堆）

<https://www.jiemodui.com/N/124350.html>

教育部印发通知部署“五一”假期教育系统疫情防控工作

4月28日，教育部印发通知部署各地教育部门和学校统筹做好2021年“五一”假期期间师生出行和校园疫情防控。

通知指出，要正确认识疫情防控形势。“五一”假期来临，各地教育部门和学校要高度重视“五一”假期疫情防控，坚持常态化精准防控和应急处置相结合，巩固拓展疫情防控成果，确保广大师生安全快乐度假。

通知强调，要切实强化旅途防护指导。各地教育部门和学校要教育引导师生遵守学校所在地和出行目的地疫情防控规定，践行勤洗手、常通风、戴口罩、少聚集等公民防疫基本行为准则。多形式多渠道教育引导师生做好旅途防护，主动配合交通场站做好体温检测、查验“健康码”等防控措施，乘坐交通工具时全程戴口罩。

通知要求，要有力保障留校师生假期生活需要。各地教育部门和学校要强化校园服

务供给，开放教室、图书馆、实验室和体育场馆等，充分保障留校师生学习、工作和生活需求。加强校园安全管理，确保师生身心健康、校园和谐稳定。

通知强调，要严格落实常态化疫情防控举措。各地教育部门和学校要落实国家卫生健康委、教育部印发的《关于印发高等学校、中小学校、托幼机构春季学期新冠肺炎疫情防控技术方案（第三版）的通知》，加强“五一”假期期间校园活动疫情防控。坚持“人”“物”和环境同查、同防，多病共防，加强来访人员登记和体温检测，按照“早预防、早发现、早报告、早隔离、早治疗”要求，全面细致落实校园常态化疫情防控举措。

通知要求，要分类加强健康监测。各地教育部门和学校要坚持“日报告”“零报告”制度，动态精准掌握师生健康状况和出行去向，做到留校人数、离校行程轨迹等健康管理信息底数清、情况明。引导师生主动加强健康监测，如发现疑似症状，及时向社区（村）和学校报告，并到具有发热门诊（诊室）的医疗机构就诊。

通知强调，要认真做好值班值守与应急准备。各地教育部门和学校要认真履行防控责任，加强“五一”假期值班值守，确保疫情防控领导体制、应急机制、指挥体系正常运行。要完善应急预案，做好口罩、洗手液、消毒剂、非接触式温度计等防疫物资储备。一旦出现新冠肺炎病例，迅速启动应急预案并做好处置。（教育部官网）

http://www.moe.gov.cn/jyb-xwfb/gzdt-gzdt/s5987/202104/t20210428_529023.html

3 过去一周上市公司重要公告

图表6：过去一周上市公司重要公告

社服行业上市公司公告			
业绩披露	4月27日	长白山	长白山 2021 年 4 月 26 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润亏损 3919.72 万元，上年同期净亏损 2945.44 万元，亏损扩大；营业收入 1030.61 万元，同比减少 25.65%；基本每股收益-0.15 元，上年同期基本每股收益-0.11 元。
业绩披露	4月27日	锋尚文化	锋尚文化 2021 年 4 月 26 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 2856.8 万元，同比增长 41.04%；营业收入 1.05 亿元，同比减少 6.05%；基本每股收益 0.4 元，同比增长 8.11%。
业绩披露	4月27日	首旅酒店	首旅酒店 2021 年 4 月 26 日晚间发布 2020 年年报称，2020 年归属于母公司所有者的净利润亏损 4.96 亿元，上年同期净利润 8.85 亿元，由盈转亏；营业收入 52.82 亿元，同比减少 36.45%；基本每股收益-0.5074 元，上年同期基本每股收益 0.9031 元。
业绩披露	4月27日	*ST 米奥	公司 2021 年第一季度实现营业收入为 2647.88 万元，同比增长 118.71%；归属于上市公司股东的净亏损为 1845.91 万元，上年同期亏损 2070.46 万元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净亏损为 1894.34 万元，上年同期亏损 2315.74 万元；基本每股亏损为 0.18 元/股。
业绩披露	4月27日	*ST 西域	公司发布 2020 年年报称，2020 年归属于母公司所有者的净利润亏损 4325.66 万元，上年同期净利润 7355.04 万元，由盈转亏；营业收入 5118.71 万元，同比减少 78.76%；基本每股收益-0.33 元，上年同期基本每股收益 0.63 元。

业绩披露	4月28日	峨眉山 A	峨眉山 A 2021 年 4 月 27 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 120.13 万元，上年同期净亏损 9588.93 万元，扭亏为盈；营业收入 1.32 亿元，同比增长 95.2%；基本每股收益 0.0023 元，上年同期基本每股收益-0.182 元。
业绩披露	4月28日	曲江文旅	曲江文旅 2021 年 4 月 27 日晚间发布 2020 年年报称，2020 年归属于母公司所有者的净利润亏损 7186.33 万元，上年同期净利润 4502.67 万元，由盈转亏；营业收入 10.77 亿元，同比减少 17.5%；基本每股收益-0.33 元，上年同期基本每股收益 0.21 元。
业绩披露	4月28日	云南旅游	云南旅游 2021 年 4 月 27 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 401.81 万元，上年同期净亏损 2715.92 万元，扭亏为盈；营业收入 2.27 亿元，同比增长 5.24%；基本每股收益 0.004 元，上年同期基本每股收益-0.0268 元。
业绩披露	4月29日	天目湖	天目湖 2021 年 4 月 28 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润亏损 456.01 万元，上年同期净亏损 2639.88 万元，亏损缩窄；营业收入 7801.4 万元，同比增长 268.95%；基本每股收益-0.04 元，上年同期基本每股收益-0.23 元。
业绩披露	4月29日	三特索道	三特索道 2021 年 4 月 28 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润亏损 1233.58 万元，上年同期净亏损 7842.33 万元，亏损缩窄；营业收入 8893.68 万元，同比增长 198.19%；基本每股收益-0.07 元，上年同期基本每股收益-0.57 元。
业绩披露	4月29日	九华旅游	九华旅游 2021 年 4 月 28 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 1754.17 万元，上年同期净亏损 2708.72 万元，扭亏为盈；营业收入 1.01 亿元，同比增长 369.24%；基本每股收益 0.1585 元，上年同期基本每股收益-0.2447 元。
业绩披露	4月29日	张家界	张家界 2021 年 4 月 28 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润亏损 3161.88 万元，上年同期净亏损 3671.78 万元，亏损缩窄；营业收入 2677.35 万元，同比增长 145.41%；基本每股收益-0.0781 元，上年同期基本每股收益-0.0907 元。

教育行业上市公司公告

业绩披露	4月27日	学大教育	学大教育 2021 年 4 月 26 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 536.69 万元，上年同期净亏损 1603.43 万元，扭亏为盈；营业收入 6.92 亿元，同比增长 15.31%；基本每股收益 0.0519 元，上年同期基本每股收益-0.1667 元。
业绩披露	4月27日	文化长城	文化长城 2021 年 4 月 27 日发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润亏损 2192.06 万元，上年同期净亏损 565.71 万元，亏损扩大；营业收入 1913.02 万元，同比增长 18.33%；基本每股收益-0.0456 元，上年同期基本每股收益-0.0118 元。
业绩披露	4月28日	美吉姆	美吉姆 2021 年 4 月 27 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 759.11 万元，上年同期净亏损 471.33 万元，扭亏为盈；营业收入 8009.43 万元，同比增长 39.32%；基本每股收益 0.01 元，上年同期基本每股收益-0.01 元。
业绩披露	4月28日	传智教育	传智教育 2021 年 4 月 27 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 649.92 万元，上年同期净亏损 234.94 万元，扭亏为盈；营业收入 1.39 亿元，同比减少 6.13%；基本每股收益 0.017 元，上年同期基本每股收益-0.007 元。

业绩披露

4月29日

中公教育

中公教育 2021 年 4 月 28 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 1.41 亿元，同比增长 21.0%；营业收入 20.52 亿元，同比增长 66.79%；基本每股收益 0.02 元，同比增长 0.0%。

资料来源：公司公告，万联证券研究所

4 投资建议

上周（4月26日-4月30日）上证综指下跌0.79%、申万休闲服务指数上涨2.82%，休闲服务指数跑赢上证综指3.6个pcts，上周休闲服务主要子板块涨跌互现：餐饮-3.13%、酒店1.61%、旅游综合3.56%、景点1.03%，教育服务-2.89%。据海口海关的初步统计，从5月1日至4日，离岛免税销售额超过7亿元，其中4日的离岛免税销售额为2.49亿元；海南自贸港居民免税清单上半年或将公布，与离岛免税清单区别较大。休闲服务行业逐渐恢复，且疫情使得行业重新洗牌，但仍需关注国内疫情复发态势。短期来看，受压抑的旅游需求转向国内市场，景区、酒店业绩改善明显，看好各细分板块布局国内旅游市场的龙头企业，尤其看好酒店、景区、旅行社等弹性大的板块龙头。中长期来看，我们看好具备优质成长性的免税、演艺主题公园板块龙头。

1、**旅游**：建议关注：1）受益于旅游和商务出行活动逐步恢复的**酒店龙头**；2）受益于旅游活动逐步恢复的**景区龙头**；3）积极转变发展模式且与免税合作的**头部旅行社**；4）受益消费回流和免税新政的**免税板块**。2、**教育**：随着正常教学秩序的逐步放开与竞赛活动的回温，建议关注教育资源优质、有效控制获客与授课成本的**在线培训机构、职教龙头**。

5 风险提示

1. **自然灾害和安全事故风险**。游客流动性和异地性，造成旅游行业面临自然灾害和全事故时应对更加复杂困难，游客接待量是影响旅游行业的主要因素，自然灾害、重大疫情、大型活动、安全事故等因素将会对旅游行业经营业绩产生负面影响。
2. **政策风险**。主要包括免税专营政策变化、签证政策变化风险。口岸进境免税店通过招标方式确定经营主体，进境免税业务的争夺进入了市场化阶段，免税行业面临国家免税专营政策逐步放开的风险、签证政策变化的风险，给免税企业预期经营收益带来不确定性。如果签证政策收紧，可能影响免税和出境游业务。
3. **投资并购整合风险**。行业近年来并购增加，尤其是龙头公司大都通过并购延伸产业链或扩大规模，随着并购数量的增加，投后并购整合难度增大，进入新的业务领域和团队面临团队融合的风险和企业经营的风险。

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；

同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；

弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；

增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；

观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；

卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。

基准指数：沪深300指数

风险提示

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

本报告仅供万联证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本公司是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。在法律许可情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或类似的金融服务。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。研究员任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。

未经我方许可而引用、刊发或转载的，引起法律后果和造成我公司经济损失的，概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海浦东新区世纪大道 1528 号陆家嘴基金大厦

北京西城区平安里西大街 28 号中海国际中心

深圳福田区深南大道 2007 号金地中心

广州天河区珠江东路 11 号高德置地广场