



中航证券研究所
分析师: 裴伊凡
证券执业证书号: S0640516120002
电话: 010-59562517
邮箱: peiyf@avicsec.com

社会服务行业周报：疫情负面影响缓解，暑期国内旅游景气度稳步提升

行业分类：社会服务

2021年07月11日

行业投资评级	增持
基础数据 (2021.07.09)	
休闲服务(申万)指数	11674.01
周涨跌幅	-4.91%
PE (TTM)	71.92
PB (LF)	7.14

近一年休闲服务行业指数走势

资料来源: wind, 中航证券研究所

本周行情:

休闲服务(申万)板块指数周涨跌幅为-4.91%，在中万一级行业涨跌幅中排名第28。

上证综指(+0.15%)、深证成指(+1.18%)、沪深300(-0.23%)和创业板指(+2.26%)。

休闲服务行业涨幅前五：*ST腾邦(+15.63%)、锦江B股(+8.22%)、*ST东海A(+6.18%)、*ST米奥(+5.82%)、西藏旅游(+5.62%)；

休闲服务行业跌幅前五：大连圣亚(-10.91%)、首旅酒店(-8.54%)、*ST西域(-7.45%)、凯撒旅业(-6.11%)、众信旅游(-5.89%)。

行业新闻动态:

- 2021年上半年我国夜游人均消费187元；
- 行业深度！2021年中国健身俱乐部行业市场现状与发展趋势分析，付费用户提升空间大；
- 文旅部：创新景区监管手段，鼓励旅企广泛应用5G等技术；
- 奢侈品与酒店业破圈共融：华住与保时捷推出奢华酒店品牌；
- 市场要闻 | 中高端酒店品牌桔子水晶迎来升级，锚定新生代商旅人群。

核心观点:

旅游： 同程旅行综合考虑各方面因素及最新的数据，2021年暑期全国民航旅客发送量有望恢复至疫情前水平，即7月和8月的旅客总量有望达到或超过1.2亿人次，与2019年同期持平或略有增长；暑期火车旅行在7月份的客流量预计较2020年同期增长60%，整个暑期（7月及8月）的客流量预计较2019年同期的恢复比例介于95%至100%之间。**建议关注新人口和新业态驱动下的休闲旅游上下游产业链：首旅酒店、锦江酒店、中国中免、宋城演艺。**

颜值经济： 八部门发布《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》，合力打击非法医疗美容服务。行业监管趋严，利好上下游的头部正规企业，有望提升行业集中度。医美渗透率有望持续提升，行业景气度依旧高，医美人群不断扩大，**建议关注上游持证正规医美产品上市公司华熙生物、爱美客、贝泰妮；中游正规医美机构朗姿股份、奥园美谷。**

➤ **风险提示：** 全球疫情的控制；国家政策的调控；宏观经济的影响

股市有风险 入市须谨慎

请务必阅读正文后的免责条款部分

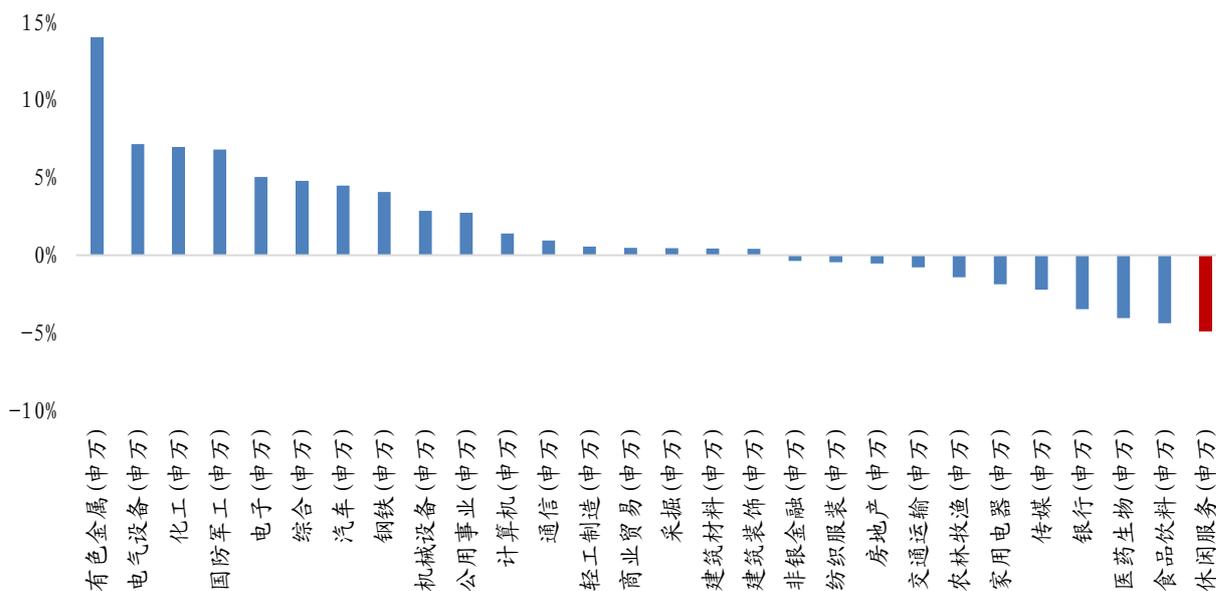
联系地址：北京市朝阳区望京街道望京东园四区2号楼中航资本大厦中航证券有限公司
公司网址：www.avicsec.com
联系电话：010-59562524
传真：010-59562637

一、市场行情回顾（2021.07.05-2021.07.09）

1.1 本周休闲服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 28

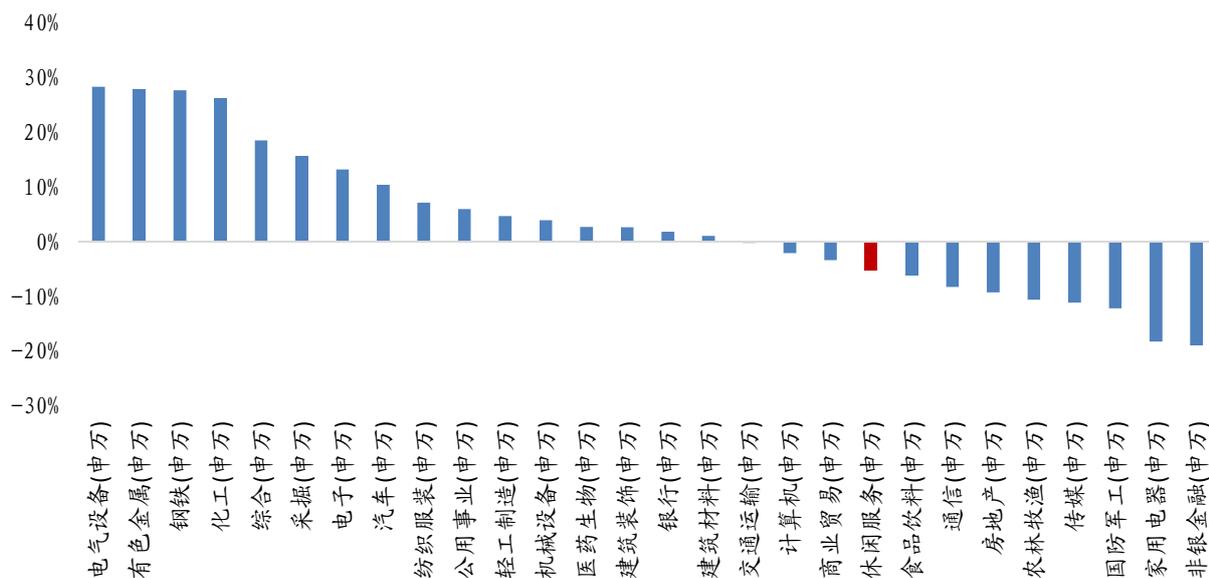
休闲服务（申万）板块指数周涨跌幅为-4.91%，在申万一级行业涨跌幅中排名第 28。

图表 1：本期申万一级子行业板块涨跌幅排行（单位：%）



数据来源：WIND、中航证券研究所

图表 2：年初至今申万一级子行业板块涨跌幅排行（单位：%）



数据来源：WIND、中航证券研究所

各基准指数涨跌幅情况为：上证综指（+0.15%）、深证成指（+1.18%）、沪深300（-0.23%）和创业板指（+2.26%）。

图表 3：各基准指数周涨跌幅（单位：%）、周成交额（单位：亿元）、PE(TTM)、年涨跌幅（单位：%）

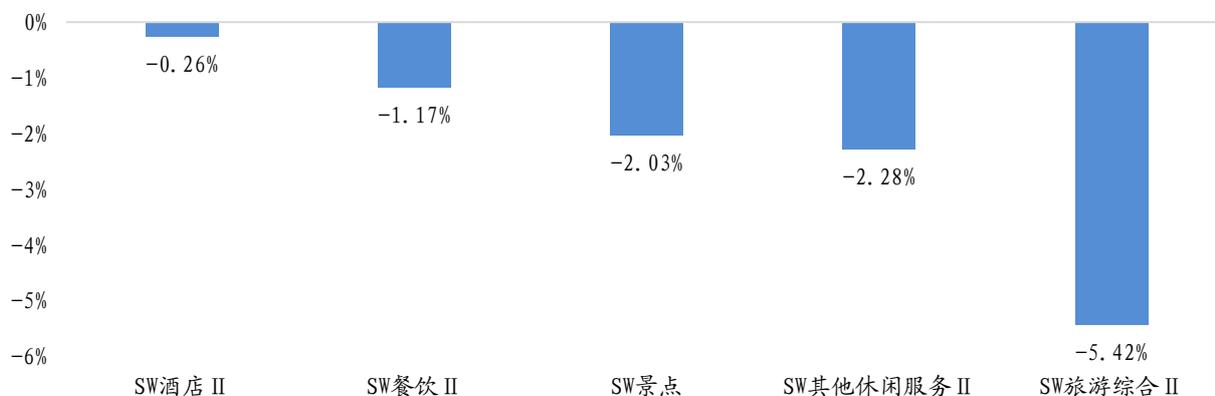
证券简称	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	PE(TTM)	年涨跌幅 (%)
休闲服务(申万)	-4.91	268.44	71.92	-5.13
沪深300	-0.23	17854.84	14.33	-2.72
上证指数	0.15	24158.06	14.22	1.47
深证成指	1.18	30856.91	28.97	2.58
创业板指	2.26	13100.32	61.39	14.94

数据来源：WIND、中航证券研究所

1.2 本周细分行业市场表现

分子行业来看，本周休闲服务各子行业涨跌幅由高到低分别为：酒店（-0.26%）、餐饮（-1.17%）、景点（-2.03%）、其他休闲服务（-2.28%）、旅游综合（-5.42%）。

图表 4：本周休闲服务（申万）子行业涨跌幅情况



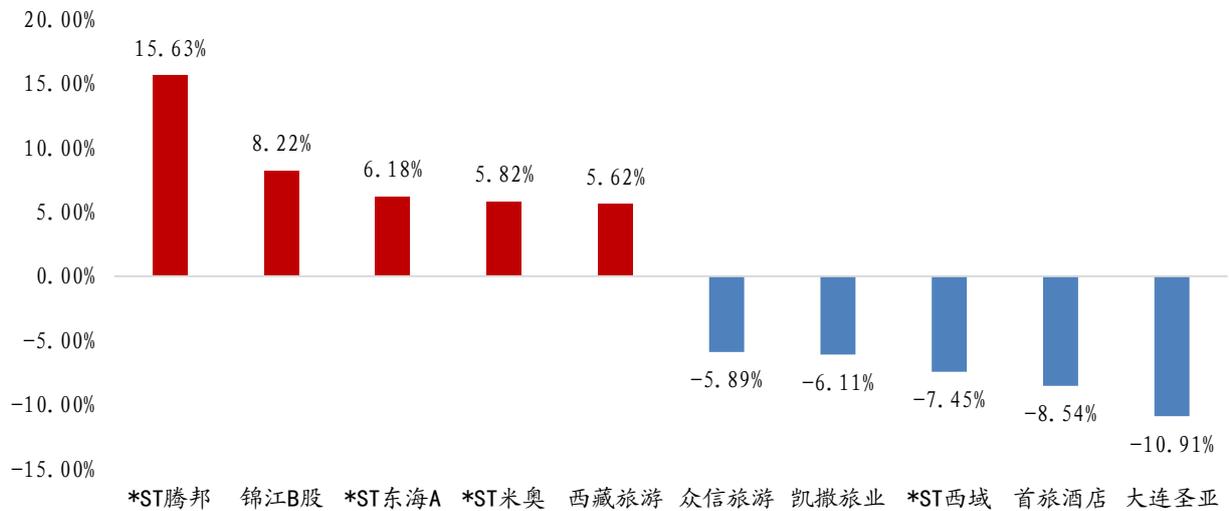
数据来源：WIND、中航证券研究所

1.3 本周个股表现

休闲服务行业涨幅前五：*ST腾邦（+15.63%）、锦江B股（+8.22%）、*ST东海A（+6.18%）、*ST米奥（+5.82%）、西藏旅游（+5.62%）；

休闲服务行业跌幅前五：大连圣亚（-10.91%）、首旅酒店（-8.54%）、*ST西域（-7.45%）、凯撒旅游（-6.11%）、众信旅游（-5.89%）。

图表 5: 本周休闲服务(申万)板块涨跌幅前五名



数据来源: WIND、中航证券研究所

二、核心观点

旅游: 同程旅行综合考虑各方面因素及最新的数据, 2021年暑期全国民航旅客发送量有望恢复至疫情前水平, 即7月和8月的旅客总量有望达到或超过1.2亿人次, 与2019年同期持平或略有增长; 暑期火车旅行在7月份的客流量预计较2020年同期增长60%, 整个暑期(7月及8月)的客流量预计较2019年同期的恢复比例介于95%至100%之间。

政策劲风吹不停, 国内旅游市场复苏加速。 7月5日, 文化和旅游部正式发布《中华人民共和国文化和旅游部2020年文化和旅游发展统计公报》(简称《公报》)。根据《公报》数据, 2020年末, 纳入统计范围的全国各类文化和旅游单位34.16万个, 比上年末减少0.63万个。其中, 各级文化和旅游部门所属单位66555个, 减少221个; 从业人员69.98万人, 增加0.46万人; 2020年末, 全国共有艺术表演团体17581个, 比上年末减少214个; 从业人员43.69万人, 增加2.44万人。其中各级文化和旅游部门所属艺术表演团体2060个, 占11.7%, 从业人员10.75万人, 占24.6%; 全年全国艺术表演团体共演出225.61万场, 比上年下降24.0%; 国内观众8.93亿人次, 下降27.4%; 演出收入86.63亿元, 下降31.7%。《公报》指出努力克服新冠肺炎疫情严重影响, 强化政策应对力度, 扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务, 我国文化建设和旅游发展取得积极进展。

之前, 文化和旅游部印发关于《“十四五”文化和旅游科技创新规划》的通知: 研究5G、大数据、人工智能、物联网、区块链等新技术在各类文化和旅游消费场景的应用, 未来, 满足不同细分圈层人群的多元化旅游形式是行业新的亮点, 周边游、亲子游、文化游、民宿、露营等多样化旅游形式迎来发展契机。**建议关注新人口和新业态驱动下的休闲旅游上下游产业链: 首旅酒店、锦江酒店、中国中免、宋城演艺。**

颜值经济: 八部门发布《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》, 合力打击非法医疗美容服务。

行业监管趋严，利好上下游的头部正规企业，有望提升行业集中度，利于行业的中长期健康有序发展。据 Frost&Sullivan 统计，2019 年中国医美市场规模为 1769 亿元，2014 年-2019 年复合增长率为 22.5%，在经济水平提升、社交媒体和电商的共同驱动下，“颜值经济”盛行，医美渗透率有望持续提升，医美人群不断扩大，医美行业是未来 5-10 年快速发展的黄金赛道。**建议关注上游持证正规医美产品上市公司华熙生物、爱美客、贝泰妮；中游正规医美机构朗姿股份、奥园美谷。**

三、行业新闻动态

➤ 2021 年上半年我国夜游人均消费 187 元

近日，携程发布《2021 上半年旅游夜经济报告》。报告内容显示，在全国各地积极探索发展文化和旅游消费“夜经济”的背景下，2021 年上半年，携程夜游景区及玩乐门票销量同比增长 469%，较 2019 年同期增长 106%。尤其是在法定节假日期间，夜游趋势更为显著，今年“五一”黄金周、端午节夜游门票订单量比 2019 年同期分别增长 1.5 倍、3 倍左右。

此外，夜游更容易吸引本地及周边市场游客。数据显示，在今年上半年夜游订单中，周边游订单占比约四成，较 2019 年增长 120%。

从携程夜游景区门票及玩乐产品的订单来看，夜游人均消费达 187 元，同比提升 25%。上海海昌海洋公园披露的数据显示，夜场产品成为景区收入的重要增量，同比增幅达 37%。

携程研究院行业分析师方泽茜表示，随着“夜经济”日渐成熟，大力发展夜间旅游已是大势所趋，这不仅是满足人们对美好生活的需求，也是扩大消费，助力经济高质量发展的内在要求。相信在已经到来的暑假市场中，夜游会成为大批游客的出游之选。

<http://www.ocn.com.cn/shujuzhongxin/202107/furl109111616.shtml>

➤ 行业深度！2021 年中国健身俱乐部行业市场现状与发展趋势分析 付费用户提升空间大

近年来，随着全民健身观念的普及，我国健身俱乐部得到了飞速的发展。2020 年受疫情影响，全国健身房都经历了不同时间的暂停营业，少则 2 个月，多则长达半年之久，这期间淘汰了不少经营状态欠佳的健身房。随着疫情得到有效控制，各地健身房恢复全面复工状态，全国健身产业逐渐复苏，曲线开始爬坡上扬。

随着人们健康意识增强，出于对自身健康的考虑，人们愿意在运动健身上投入更多的时间和精力。对 2020 年中国健身人群调查显示，约 43% 的男性拥有健身房会员资格，而女性比例为 50%，主要是由于女性对健身的环境的舒适度的追求高于男性，所以女性在选择上更为优先选择健身房进行健身。

2020年，全国健身房总体营收规模为630.5亿，健身活跃用户的规模已达到2340万。根据《2020精炼中国健身行业报告》数据显示，2020年全年综合健身房营收规模为530亿，占比达到83%，工作室总营收规模为107.5亿，占比17%。

总体来看，健身活跃用户的规模已达到2340万。综合健身房的仍是主要的消费场景，总占比达86%，活跃用户规模达2020万，健身工作室占比为14%，活跃用户规模达320万。总体来看，无论从营收规模上还是用户数量上，综合健身房仍然是主要的消费场景。

<https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/210709-19930207.html>

➤ 文旅部：创新景区监管手段，鼓励旅企广泛应用5G等技术

【环球旅讯】近日，文化和旅游部发布《“十四五”文化和旅游市场发展规划》（以下简称《规划》）。《规划》提出，到2025年，文化和旅游市场监管机制进一步完善，市场主体活力进一步增强，服务质量进一步提升，市场治理能力进一步提高，文化市场综合执法改革深入推进，综合执法效能进一步增强，高标准现代文化和旅游市场体系基本建成，为社会主义文化强国建设打下坚实基础。展望2035年，文化和旅游市场监管体制机制更加完善，市场主体活力显著增强，服务质量显著提升，市场治理能力明显提高，综合执法效能显著增强，高标准现代文化和旅游市场体系更加完善，市场更加繁荣，为建成社会主义文化强国提供有力支撑。

《规划》要求，培育壮大市场主体。推动市场主体转型升级，创新旅游景区监管手段，落实“错峰、预约、限量”要求，提高智慧化监管水平。培育发展新型市场主体，加强对体验式演艺、沉浸式娱乐、在线演出、在线艺术品拍卖、自助式上网、电竞酒店、电竞娱乐赛事等新业态新模式及综合性文化娱乐场所的引导、管理和服务，培育新型文化市场主体。推动线上线下融合发展，推动文化和旅游市场主体数字化转型，鼓励文化和旅游企业广泛应用5G、大数据、云计算、人工智能等技术，创新产品和服务供给，提升服务水平。推动文化和旅游市场融合发展，坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游企业、产品和服务深度融合。

<https://www.traveldaily.cn/article/146608>

➤ 奢侈品与酒店业破圈共融：华住与保时捷推出奢华酒店品牌

近日，华住集团旗下子公司施柏阁股份公司与保时捷设计精品集团（以下简称“保时捷设计”）宣布将于全球范围内的国际大都市共同打造联名奢华生活方式品牌：施柏阁保时捷设计酒店（Steigenberger Porsche Design Hotels）。

施柏阁保时捷设计酒店定位于奢华型生活方式（Luxury Lifestyle）酒店类别，是全球首家顶级汽车厂牌和顶尖豪华酒店的跨界联名酒店品牌。此次，保时捷设计与施柏阁联手首次涉足酒店行业，正是旨在打通奢侈品行业与酒店业的跨界融合路径，满足日益增长的新型高端旅行者对于极致和独特住宿体验的追求。

华住集团执行副总裁、全球高端品牌事业部 CEO 夏农表示：“随着高净值人群的不断壮大，对于奢华旅行和极致体验的需求也在不断提升。兼具保时捷的卓越设计，施柏阁品牌的悠久的德国基因，以及华住集团的创新管理技术和能力的施柏阁保时捷设计酒店，将对奢华酒店做全新的定义。

据悉，第一家施柏阁保时捷设计酒店计划将于 2024 年以前开业。未来，华住将持续大力布局高端酒店市场，与更多品牌共生共荣。

<https://www.traveldaily.cn/article/146642>

➤ 市场要闻 | 中高端酒店品牌桔子水晶迎来升级，锚定新生代商旅人群

华住集团桔子家族事业部 CEO 曹娟表示，未来三年，桔子水晶将力争达到 400 家店的规模，主要聚集在一二线城市核心的物业位置，随着用户的审美和对于体验感的追求逐步提高，桔子水晶也会考虑下沉到三线市场。

前瞻产业研究院数据显示，2016 年-2018 年，我国中端连锁酒店规模增速分别为 15.73%、31.43%、32.6%，增速远高于经济型连锁酒店。

在消费升级的推动下，国内中高端酒店依旧拥有广阔的市场空间。据东兴证券推算，国内中高端酒店占比将持续扩大并稳定于 43.8%，高速增长期至少还有 3-8 年，客房量较当前仍有 76%-120% 的增长空间。

对于手握桔子水晶、漫心、花间堂、禧玥等中高档品牌的华住来说，这无疑是扩张的关键时期。面对高增长、高回报的诱惑，入局中高端酒店的玩家不止华住一家。除了锦江、首旅等连锁酒店品牌外，携程、美团、同程等 OTA 也在近年来先后入局，向中高端酒店业务推进。

<http://www.36kr.com/p/1303102489889157>

四、风险提示：

全球疫情的控制；国家政策的调控；公司治理风险；商誉减值损失。

投资评级定义

我们设定的上市公司投资评级如下：

- 买入：未来六个月的投资收益相对沪深300指数涨幅10%以上。
- 持有：未来六个月的投资收益相对沪深300指数涨幅-10%~10%之间
- 卖出：未来六个月的投资收益相对沪深300指数跌幅10%以上。

我们设定的行业投资评级如下：

- 增持：未来六个月行业增长水平高于同期沪深300指数。
- 中性：未来六个月行业增长水平与同期沪深300指数相若。
- 减持：未来六个月行业增长水平低于同期沪深300指数。

分析师简介

裴伊凡（证券执业证书号：S0640516120002），英国格拉斯哥大学经济学硕士，中航证券社会服务行业分析师，覆盖互联网传媒、教育、医美、免税、餐饮、旅游等行业。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告清晰、准确地反映了分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示：投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，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。

免责声明：

本报告并非针对意图送发或为任何就送发、发布、可得到或使用本报告而使中航证券有限公司及其关联公司违反当地的法律或法规或可致使中航证券受制于法律或法规的任何地区、国家或其它管辖区域的公民或居民。除非另有显示，否则此报告中的材料的版权属于中航证券。未经中航证券事先书面授权，不得更改或以任何方式发送、复印本报告的材料、内容或其复印本给予任何其他人。

本报告所载的资料、工具及材料只提供给阁下作参考之用，并非作为或被视为出售或购买或认购证券或其他金融票据的邀请或向他人作出邀请。中航证券未有采取行动以确保于本报告中所指的证券适合个别的投资者。本报告的内容并不构成对任何人的投资建议，而中航证券不会因接受本报告而视他们为客户。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被中航证券认为可靠，但中航证券并不能担保其准确性或完整性。中航证券不对因使用本报告的材料而引致的损失负任何责任，除非该等损失因明确的法律或法规而引致。投资者不能仅依靠本报告以取代行使独立判断。在不同时期，中航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。本报告及该等报告仅反映报告撰写日分析师个人的不同设想、见解及分析方法。为免生疑，本报告所载的观点并不代表中航证券及关联公司的立场。

中航证券在法律许可的情况下可参与或投资本报告所提及的发行人的金融交易，向该等发行人提供服务或向他们要求给予生意，及或持有其证券或进行证券交易。中航证券于法律容许下可于发送材料前使用此报告中所载资料或意见或他们所依据的研究或分析。