



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：国庆期间周边游和品质游受热捧，海南旅游回暖带动离岛免税购物热情

行业分类：社会服务

2021年10月10日

行业投资评级	增持
基础数据 (2021.10.08)	
休闲服务(申万)指数	11691.33
周涨跌幅	+3.88%
PE (TTM)	60.40
PB (LF)	7.00



本周行情:

休闲服务(申万)板块指数周涨跌幅为+3.88%，在申万一级行业涨跌幅中排名第2。

上证综指(+0.67%)、深证成指(+0.73%)、沪深300(+1.31%)和创业板指(-0.04%)。

休闲服务行业涨幅前五：*ST米奥(+10.39%)、凯撒旅业(+8.94%)、华天酒店(+7.12%)、众信旅游(+6.38%)、福成股份(+5.63%)；

休闲服务行业跌幅前五：天目湖(-1.36%)、*ST东海B(-1.23%)、同庆楼(-1.07%)、*ST海创B(-0.78%)、三特索道(-0.09%)。

行业新闻动态:

- 文旅部：国庆假期国内游出游5.15亿人次 恢复至疫前同期的70.1%
- 国庆“补偿式出游”需求强劲，主题乐园带动北京成最热门目的地
- 抢滩数字化，中餐连锁品牌的“诗和远方”
- 黄金周跨境直邮火了，天猫国际日本潮玩手办、欧美小众香薰热销
- 玩情怀！这家国际巨头在中国连建三座主题乐园，你会去吗？

核心观点:

旅游类型来看，国庆期间深度周边游和品质游增长快。受疫情因素的限制，短距离、少切换的周边深度游和品质游受热捧，带动高档酒店、餐饮消费、特色民宿以及乡村旅游景区需求保持较大增长。近年来，伴随着国力日益强盛，民族自信的增强引领“新国潮”从快消领域席卷年轻人关注的各个行业。

海南客流回暖，免税行业景气度高涨。今年国庆假期期间，海南离岛免税购物持续火爆，据海口海关统计，10月1日至7日，海口海关共监管离岛免税购物金额14.7亿元，购物件数200万件，购物人数18万人次，同比分别增长66.9%、136%和61.6%。传统景区通过结合当地的特色文化，形成了以特色民宿、文创产品以及海上书房等一批新的旅游吸引物，令传统景区焕发出了新活力，以新玩法带动了景区客流的爆发式增长。

风险提示：全球疫情的控制；国家政策的调控；行业监管风险；经济下行压力加大。

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

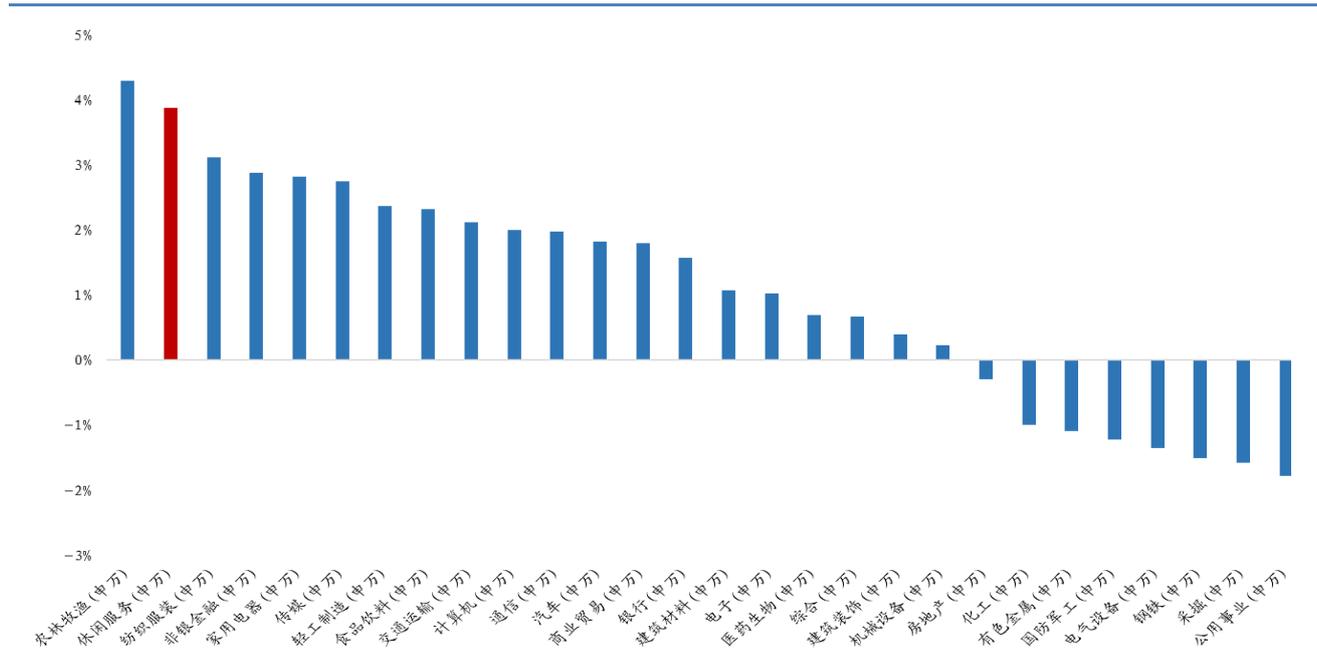
联系地址：北京市朝阳区望京街道望京东园四区2号楼中航产融大厦中航证券有限公司
公司网址：www.avicsec.com
联系电话：010-59562524
传真：010-59562637

一、市场行情回顾（2021.10.04-2021.10.08）

1.1 本周休闲服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 2

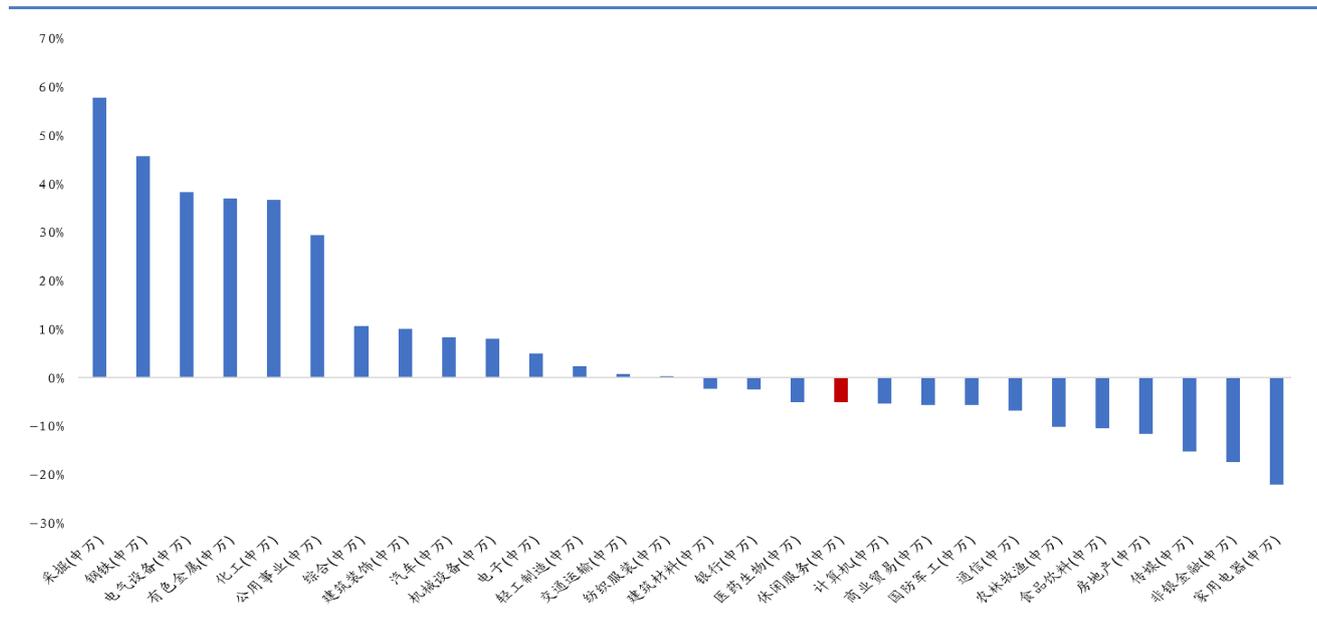
休闲服务（申万）板块指数周涨跌幅为+3.88%，在申万一级行业涨跌幅中排名第 2。

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（+0.67%）、深证成指（+0.73%）、沪深300（+1.31%）和创业板指（-0.04%）。

图表 3：年初至今申万一级子行业板块涨跌幅排行（单位：%）

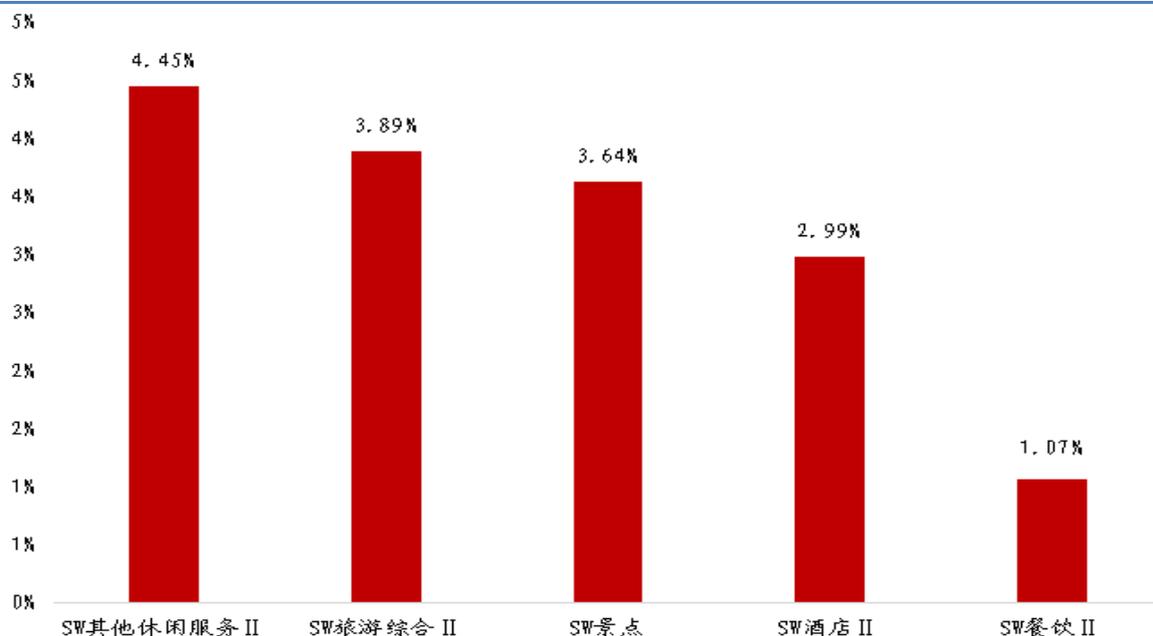
证券简称	周涨跌幅（%）	周成交额（亿元）	PE(TTM)	年涨跌幅（%）
休闲服务(申万)	3.88	72.10	60.40	-4.99
沪深300	1.31	3436.36	13.27	-5.40
上证指数	0.67	4929.65	13.76	3.43
深证成指	0.73	5677.07	27.03	-0.39
创业板指	-0.04	1975.95	56.73	9.34

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：其他休闲服务（+4.45%）、旅游综合（+3.89%）、景点（+3.64%）、酒店（+2.99%）、餐饮（+1.07%）。

图表 4：本周休闲服务（申万）子行业涨跌幅前五名



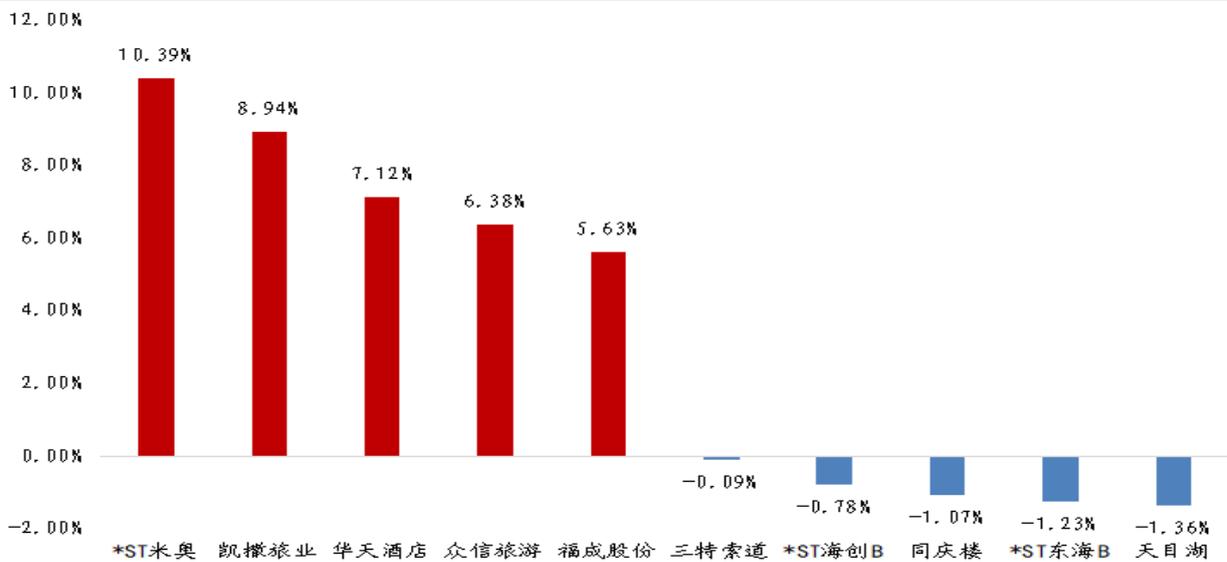
数据来源：WIND、中航证券研究所

1.3 本周个股表现

休闲服务行业涨幅前五：*ST米奥 (+10.39%)、凯撒旅业 (+8.94%)、华天酒店 (+7.12%)、众信旅游 (+6.38%)、福成股份 (+5.63%)；

休闲服务行业跌幅前五：天目湖 (-1.36%)、*ST东海B (-1.23%)、同庆楼 (-1.07%)、*ST海创B (-0.78%)、三特索道 (-0.09%)。

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

据文化和旅游部消息，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，经文化和旅游部数据中心测算，10月1日至7日，全国国内旅游出游5.15亿人次，按可比口径同比减少1.5%，按可比口径恢复至疫前同期的70.1%。实现国内旅游收入3890.61亿元，同比减少4.7%，恢复至疫前同期的59.9%。

旅游类型来看，国庆期间深度周边游和品质游增长快。受疫情因素的限制，短距离、少切换的周边深度游和品质游受热捧，带动高档酒店、餐饮消费、特色民宿以及乡村旅游景区需求保持较大增长。近年来，伴随着国力日益强盛，民族自信的增强引领“新国潮”从快消领域席卷年轻人关注的各个行业。从旅游人群来看，依然以年轻人为主，而“新国潮”文旅将文化场景与实景旅游相融合，营造沉浸式的多样化场景体验开辟了满足年轻消费群体精神需求的旅游新模式。

海南客流回暖，免税行业景气度高涨。今年国庆假期期间，海南离岛免税购物持续火爆，据海口海关统计，10月1日至7日，海口海关共监管离岛免税购物金额14.7亿元，购物件数200万件，购物人数18万人次，同比分别增长66.9%、136%和61.6%。10月6日购物金额为2.74亿元，为国庆假期7天中最高的一天，同时也创历史单日销售新高。传统景区通过结合当地的特色文化，形成了以特色民宿、文创产品以及海上书房等一批新的旅游吸引物，令传统景区焕发出了新活力，以新玩法带动了景区客流的爆发式增长。

旅游经济运行复苏向上的基本面基本稳固，旅游经济指数正在从“相对景气”步入“景气”通道。**建议关注：【首旅酒店】加速拓店创新高、环球影城内两家酒店管理注入；【锦江酒店】境内业务复苏加速；【中国中免】海南旅游回暖，免税龙头地位稳固，景气度高涨；【中青旅】景区业务恢复势头良好。**

三、行业新闻动态

➤ 文旅部：国庆假期国内出游5.15亿人次 恢复至疫前同期的70.1%

e公司讯，据文化和旅游部消息，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，经文化和旅游部数据中心测算，10月1日至7日，全国国内旅游出游5.15亿人次，按可比口径同比减少1.5%，按可比口径恢复至疫前同期的70.1%。实现国内旅游收入3890.61亿元，同比减少4.7%，恢复至疫前同期的59.9%。游客满意度达85.5。假日市场总体安全平稳有序。

<http://www.egsea.com/news/detail?id=981953>

➤ 国庆“补偿式出游”需求强劲，主题乐园带动北京成最热目的地

10月7日，多个在线旅游平台发布国庆出游报告，均显示“补偿式出游”需求强劲，带动国内旅游市场在今年暑期遇冷后首次出现增长。飞猪披露的数据显示，10月1日至10月3日，飞猪门票出票量同比劲增超100%。从整个长假来看，携程数据显示，携程门票、租车、主题游较2019年同期增长分别为19%、43%、47%。

值得关注的是，多家在线旅游平台的数据均显示，与往年国庆假期不同，2021年国庆假期呈现出“决策时间短、返程提前”的现象。此外，携程研究院高级研究员谢晓青表示，今年国庆出游总体呈现周边、长线两开花的局面，城市微度假、周边深度游、省内长线游、跨省长线游等玩法多样。携程数据显示：省内游和跨省游出行占比各半，一地深度探索更受欢迎。

主题乐园带动效应明显，北京酒店预订热度同比提升五成。目的地方面，各在线旅游平台发布的报告均显示，在北京环球度假区的带动下，北京稳居国庆最热门出游目的地“C位”。携程数据显示，受北京环球度假区带动的关注度提升，北京超越上海拔得今年国庆目的地头筹，此外成都再次回升至国庆目的地前三，重庆今年首次进入国庆TOP 5城市行列。飞猪平台数据显示，今年国庆期间北京环球度假区人气爆

棚，其飞猪官方旗舰店粉丝数已达 45 万。

红色旅游、博物馆游旅游人次均大幅增长。今年国庆期间的另一亮点是“红色旅游”。同程旅行数据显示，今年国庆假期红色旅游出游人次同比增长了 230%。同程旅行大数据显示，今年国庆期间，嘉兴、延安、井冈山、湘潭和大同红色旅游热度较高。此外，“文博游”也成为假期出游的新主题。

<https://www.thepaper.cn/newsDetail-forward-14803961>

➤ 抢滩数字化，中餐连锁品牌的“诗和远方”

从疫情爆发至今，中小型中餐连锁企业面临的困境最难，数字化转型的痛点最突出。据《中国连锁经营协会》发布的 2021 餐企数据显示，90% 的中小餐饮企业都面临如何保持快速扩张和高品质之间的平衡，推进供应链的应用，从前台的营销、引流，到数字化技术、大数据应用推进到整个餐饮管理体系中。

大品牌有西贝、海底捞扛起了餐饮数字化转型的旗头，肯德基、麦当劳作为西式快餐杠把子也迅速跟上节奏，喜茶、奈雪等茶饮品牌造浪不断，咖啡界星爸爸和瑞幸的比拼仍未拉开距离，

但在中餐行业，中小企业的连锁餐饮品牌转型，正面临“破茧成蝶”前的关键时刻。对于中小餐饮企业而言，很难直接投入上亿元去做全盘的数字化建设。而非标准化的产品、用户生态的改变，人力成本的激增，每一项都在考验着老板们数字化转型的决心。

对标国外肯德基等连锁企业，国内在数字化工具应用方面，暴露出太大短板。根据《餐饮连锁报告》最新数据显示，目前国内餐饮企业共有 960.8 万家，其中进行数字化升级的餐饮企业不到 20%，且主要集中在一二线城市的品牌连锁餐饮店。除一二线的品牌连锁餐饮店普及扫码点餐服务外，三四五线城市还有 80% 以上的餐饮店没有普及。

<http://www.myzaker.com/article/615ed8898e9f092a45340e63>

➤ 黄金周跨境直邮火了，天猫国际日本潮玩手办、欧美小众香薰热销

此前，中国消费者经常在出境游时淘海外当地好物，或者通过代购购买。但疫情后，通过电商平台跨境直邮买小众特色商品，成为新的消费习惯。

数据显示，今年 10 月 1 日-10 月 7 日，天猫国际海外直购成交同比增长 380%。日本仓直邮的潮玩手办、日本威士忌、二手奢侈品，欧美仓直邮的特色香氛、小众咖啡豆等，成为黄金周跨境消费的热门。

以销售最火爆的日本仓为例，今年国庆黄金周成交同比增长超 10 倍。“赴日旅游必淘的游戏机、全球发售的 Switch OLED、代购一货难求的日本威士忌，都是黄金周的爆款。”天猫国际海外直购日本仓负责人介绍称。

在天猫国际美国仓，小众咖啡豆、小众特色香薰品如 Diptyque、Antica Farmacista、Voluspa 等需求显著增长，推动食品、家居类目成交额同比增长超 20 倍。韩国本土仓的网红美发梳 Tangle Teezer 的多个型号也都售罄了。

此外，出境游必买的箱包服饰也增长显著。从日本仓直购大牌中古商品开始流行，LV、Dior、CELINE、LOEWE、TIFFANY&Co 等品牌最受欢迎。随着国内天气转凉，秋冬服装鞋靴也在十一黄金周热卖，欧洲仓的 Moncler 羽绒服、香港仓 Fendi 字母袜靴、Kenzo 羽绒棉服等一度卖断码。

<http://tech.china.com.cn/roll/20211009/381450.shtml>

➤ 玩情怀！这家国际巨头在中国连建三座主题乐园，你会去吗？

随着迪士尼和环球影城在中国开园，由英国默林娱乐集团（下称默林娱乐）运营的乐高乐园加速了其在中国市场的布局。

近日，上海乐高乐园有限公司顺利摘牌位于上海金山区枫泾镇的一块主体项目用地。据上海市规划和自然资源局官网披露，该地块出让面积约 31.8 万平方米，出让总价约为 6.99 亿元人民币。另据金山区融媒体中心报道，上海乐高乐园度假区投资额为 5.5 亿美元（约合 36 亿元人民币），计划于 2021 年年内开工建设，2024 年初正式开园。

实际上，乐高已在深圳和四川投建了两家主题乐园。今年 7 月，位于深圳大鹏新区的乐高乐园已开工建设，预计 2024 年开园。而位于眉山市仁寿县清水镇的四川天府新区乐高乐园已于去年开工，预计 2023 年开业，或将成为中国第一家乐高主题乐园。值得一提的是，北京房山青龙湖还有一个乐高项目，不过目前尚处于前期规划阶段。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云认为，目前乐高的品牌价值和产品吸引力达不到迪士尼和环球影城的水平，未来，它的门票价格可能介于中国本土主题乐园品牌和迪士尼、环球影城之间。

吴丽云分析称，随着环球影城、迪士尼、乐高等娱乐主题公园巨头在中国布局，对中国的主题乐园来说，可能会形成倒逼效应，推动品质升级。“同国外的几大品牌相比，中国本土主题乐园最缺乏的是 IP，没有相关配套的创意产业作为支撑，所以在整个主题乐园产业链的构建上，缺少持续性和影响力。”吴丽云指出，作为国际娱乐巨头，环球影城和迪士尼无论是动漫形象，还是影视作品，都可以做到持续不断的输出，相对而言，乐高在打造 IP 方面的实力要弱于前两者，但与中国本土品牌的主题乐园相比，依然有一定的品牌优势。

<https://www.163.com/money/article/GLF3831M00259DLP.html>

四、风险提示：

全球疫情的控制；国家政策的调控；行业监管风险；经济下行压力加大。

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, 覆盖餐饮、旅游、医美、免税、互联网传媒等新消费领域。

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。