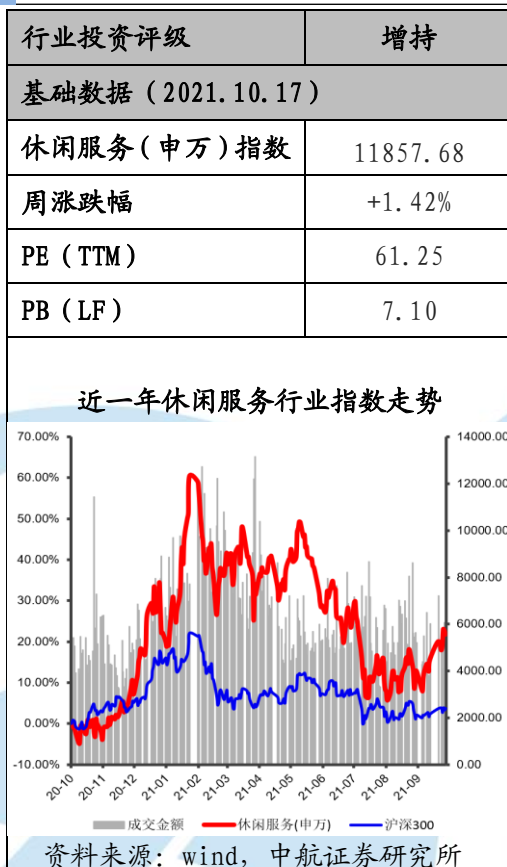


中航证券研究所
 分析师：裴伊凡
 证券执业证书号：S0640516120002
 电话：010-59562517
 邮箱：peiyf@avicsec.com

社会服务行业周报：新电商格局下的“双十一”

行业分类：社会服务

2021 年 10 月 17 日



本周行情：

休闲服务(申万)板块指数周涨跌幅为+1.42%，在申万一级行业涨跌幅中排名第7。

上证综指(-0.55%)、深证成指(+0.01%)、沪深300(+0.04%)和创业板指(+1.02%)。

● **休闲服务行业涨幅前五：**长白山(+18.80%)、首旅酒店(+9.95%)、锦江酒店(+9.73%)、科锐国际(+9.23%)、福成股份(+8.58%)；

● **休闲服务行业跌幅前五：***ST海创(-9.04%)、中科云网(-3.23%)、*ST海创B(-3.15%)、国旅联合(-2.26%)、西安饮食(-1.99%)。

行业新闻动态：

- 今年全球入境游下降80%，明年下半年全球旅游有望逐步开放
- 新茶饮增速或将阶段性放缓 品牌如何守好食品安全底线？
- AECOM：2020年主题公园和博物馆指数报告
- 内卷火锅赛道，增长却难破“网红”局
- 主题公园的“四化”发展之路

核心观点：

上周，医美美妆板块强势反弹，周二医美概念股掀起涨停潮，苏宁环球、常山药业、金发拉比、哈三联、朗姿股份、爱美客、贝泰妮等多股纷纷大涨。需求端，九月末以来，医美消费需求火爆，据美呗医美提供的数据显示，国庆前一周，医美咨询人次相比去年提升了33.18%。政策端，5月以来，针对医美行业的规范整治政策陆续推出，对广告宣传投放进一步规范，严厉打击医美贷类产品，监管新政利于行业长期规范化向好发展，加速行业出清，提升头部医美机构的市占率和夯实龙头品牌地位。

临近双十一，今年的竞争格局除了传统的电商之外，还有短视频平台强势加入鏖战，开启线上消费新生态。过去一年，淘抖快电商创作者和人均收入规模持续高速增长，淘宝直播作为基于淘系生态的发现式电商，是原有淘宝电商的强大补充，具备基础设施的资源优势；抖音定位“兴趣电商”，基于兴趣推荐技术，精准链接商品与潜在用户；快手定位“信任电商”，充分发掘“老铁经济”的私域价值，不断加强主播和消费者之间的联系，提升销售转化率和产品复购率。

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

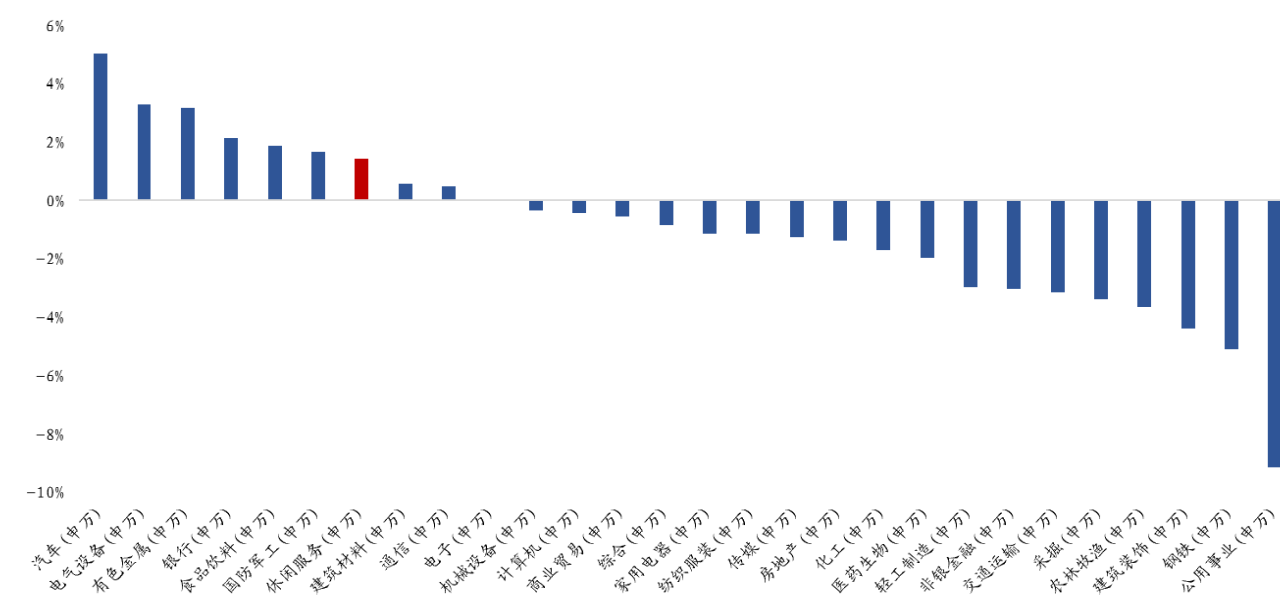
联系地址：北京市朝阳区望京街道望京东园四区2号楼中航产融大厦中航证券有限公司
 公司网址：www.avicsec.com
 联系电话：010-59562524
 传真：010-59562637

一、市场行情回顾（2021.10.11-2021.10.15）

1.1 本周休闲服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 7

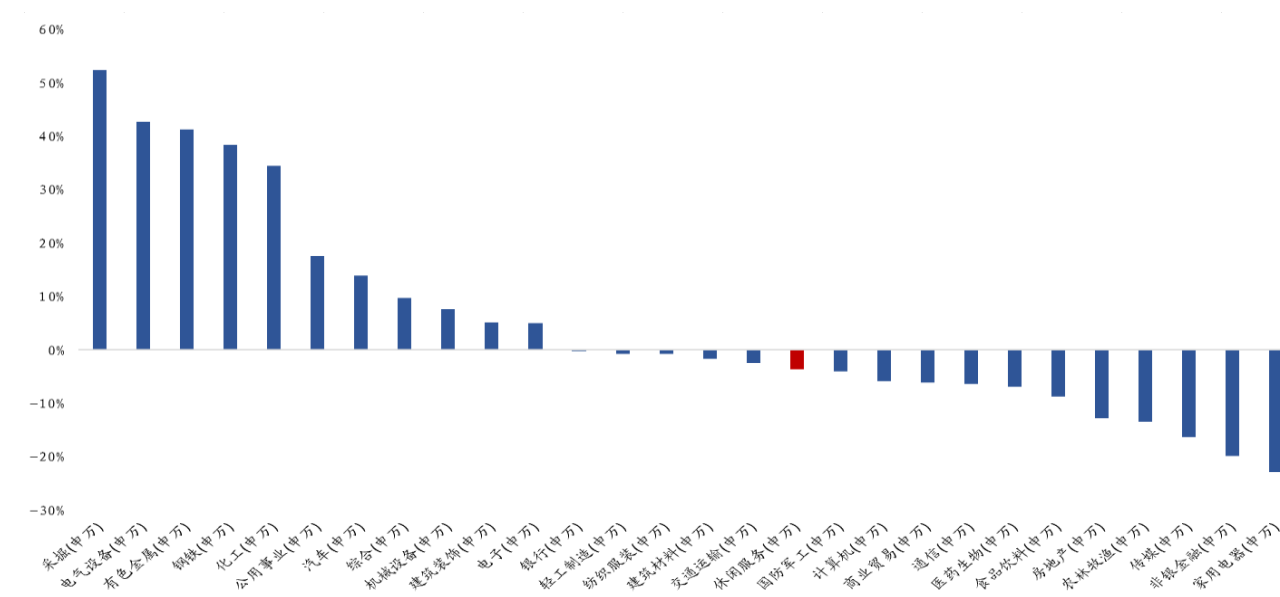
休闲服务（申万）板块指数周涨跌幅为+1.42%，在申万一级行业涨跌幅中排名第 7。

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（-0.55%）、深证成指（+0.01%）、沪深300（+0.04%）和创业板指（+1.02%）。

图表 3：年初至今申万一级子行业板块涨跌幅排行（单位：%）

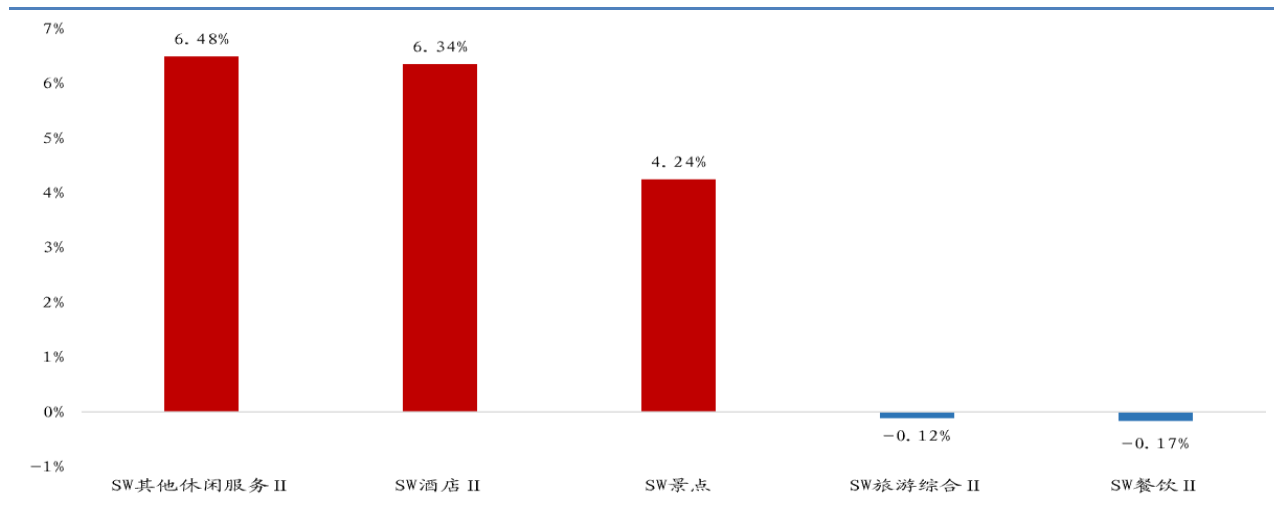
证券简称	周涨跌幅（%）	周成交额（亿元）	PE (TTM)	年涨跌幅（%）
休闲服务(申万)	1.42	258.53	61.25	-3.63
沪深300	0.04	14445.35	13.26	-5.36
上证指数	-0.55	21391.21	13.68	2.86
深证成指	0.01	25892.19	26.98	-0.38
创业板指	1.02	9387.18	57.07	10.45

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（+6.48%）、酒店（+6.34%）、景点（+4.24%）、旅游综合（-0.12%）、餐饮（-0.17%）。

图表 4：本周休闲服务（申万）子行业涨跌幅前五名



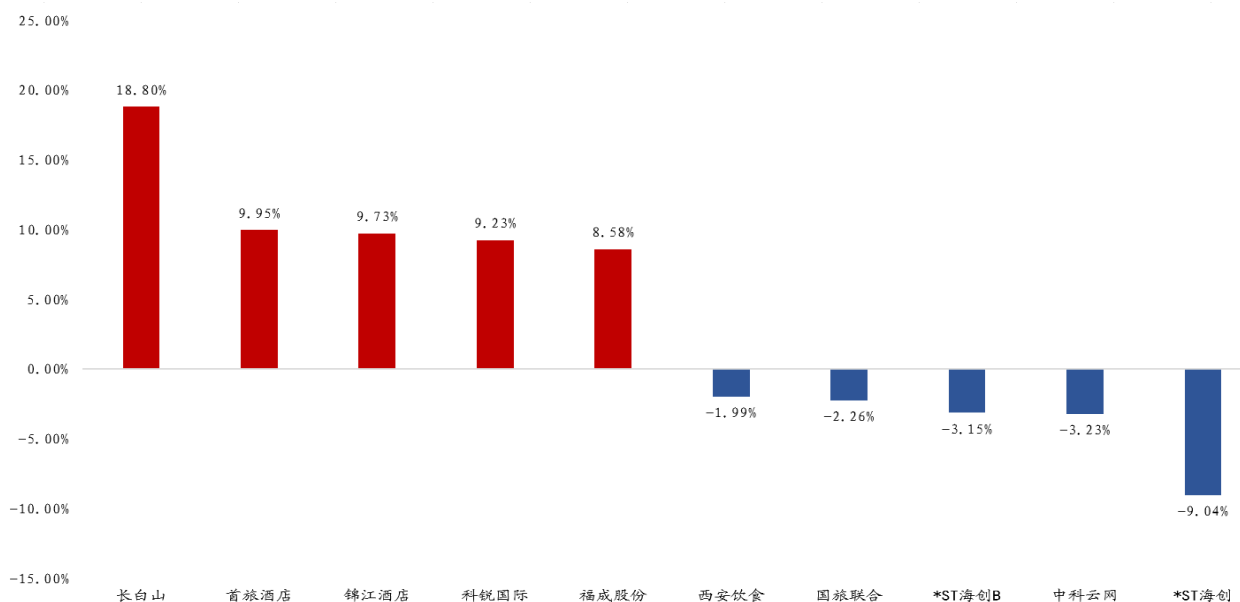
数据来源：WIND、中航证券研究所

1.3 本周个股表现

休闲服务行业涨幅前五：长白山（+18.80%）、首旅酒店（+9.95%）、锦江酒店（+9.73%）、科锐国际（+9.23%）、福成股份（+8.58%）；

休闲服务行业跌幅前五：*ST海创（-9.04%）、中科云网（-3.23%）、*ST海创B（-3.15%）、国旅联合（-2.26%）、西安饮食（-1.99%）。

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

上周，医美美妆板块强势反弹，周二医美概念股掀起涨停潮。需求端，九月末以来，医美消费需求火爆，据美呗医美提供的数据显示，国庆前一周，医美咨询人次相比去年提升了 33.18%。政策端，5 月以来，针对医美行业的规范整治政策陆续推出，对广告宣传投放进一步规范，严厉打击医美贷类产品，监管新政利于行业长期规范化向好发展，加速行业出清，提升头部医美机构的市占率和夯实龙头品牌地位。进入 Q4 医美消费旺季，叠加医美品类的更新迭代加速，医美板块公司业绩有望稳步提升。爱美客 Q3 营收 3.9 亿元，同比+75.1%，归母净利润 2.8 亿元，扣非净利润 2.6 亿元，同比增长 86.0%，进一步证明医美行业的基本面稳固。

临近双十一，今年的竞争格局除了传统的电商之外，还有短视频平台强势加入鏖战，开启线上消费新生态。过去一年，淘抖快电商创作者和人均收入规模持续高速增长，淘宝直播作为基于淘系生态的发现式电商，是原有淘宝电商的强大补充，具备基础设施的资源优势；抖音定位“兴趣电商”，基于兴趣推荐技术，精准链接商品与潜在用户，根据《2021 年抖音电商生态发展报告》显示，2021 年 1 月抖店交易额较去年同期增长超 50 倍，同时应采儿、胡海泉、戚薇等明星入驻抖音通过自身的影响力帮助品牌带货，打开抖音电商新的增量；快手定位“信任电商”，充分发掘“老铁经济”的私域价值，不断加强主播和消费者之间的联系，提升销售转化率和产品复购率。

投资主线：

- ① **美妆：**颜值经济兴起，爱美人群不断扩大，产品愈加多元化，叠加新媒体营销驱动，行业增长不断实现新的突破。中国化妆品行业连续多年保持增长，用户向年轻群体转移，男性占比提升，赛道成长性高，建议关注【贝泰妮】专注敏感肌的国产化妆品龙头、【水羊股份】“自主+代理”的互联网美妆企业。
- ② **医美：**我们坚定看好医美行业中长期的高景气度，建议重点关注上游医美公司【爱美客、华熙生物】、中游公司【奥园美谷、朗姿股份】。
- ③ **电商：**以短视频、直播等社交媒体驱动的营销生态正在颠覆传统的电商格局，建议关注【壹网壹创】全域电商服务商、【值得买】内容代购龙头、前三季度预计盈利 1.02-1.15 亿元，同比增 20%-35%、【星期六】直播电商业务稳步增长、【天下秀】深耕红人经济营销。

三、 行业新闻动态

➤ **今年全球入境游下降 80%，明年下半年全球旅游有望逐步开放**

“随着新冠疫苗接种较为顺利，我们乐观估计明年下半年可能全球旅游市场有望逐步重新开放。”2021 年 10 月 15 日，世界旅游城市联合会常务副秘书长李宝春在 2021 全球旅行商（湖北）大会上公开表示。

当日，中国社会科学院研究员、中国社会科学院旅游研究中心名誉主任、联合国世界旅游组织特聘专家张广瑞在发言中指出，世界旅游组织官方发布的晴雨表报告，和 2019 年相比，2021 年全世界入境旅游已经下降了 80%。

“形势最不好是过去增长力最强的亚太地区，亚太地区这两年来已经减少了 90%，很多地方超过了 95%。”张广瑞指出。入境旅游是衡量一个国家旅游国际竞争力的重要标准，是世界旅游强国的重要标志之一，因此发展入境旅游是大多数国家旅游发展长期坚持的国策。

北京第二外国语学院教授、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员、中国旅游集团专家委员会委员厉新建在演讲中指出，如果涉及到入境旅游，中国在全球排在第四位，6570 万过夜游客；如果纯粹讲入境游客，2019 年约 1 亿 4500 万，其中有 6570 万是过夜游客。不过，厉新建称，中国入境旅游总格局不错，但是过夜比例可能比较低，除了港澳台地区之外，（到中国其他地区的）外国游客数量可能会比较低，在 1 亿 4500 万中有 3588 万是外国游客。

全球最大的在线旅游平台之一，Expedia 华北及华东大区市场总监、入境业务中国区负责人周雪爽指出，进入今年三季度以来，根据 Expedia 的调研，市场信心有所恢复，通过对全球 8 个国家 8000 名用户

的调研，有 60% 的人表示在接下来 12 个月还会进行一次本土游，27% 仍计划进行一次国际旅游。

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_14920992

➤ 新茶饮增速或将阶段性放缓 品牌如何守好食品安全底线？

中国连锁经营协会日前发布的《2021 新茶饮研究报告》预测，未来 2-3 年，新茶饮增速阶段性放缓，调整为 10%-15%。从企业端看，面对竞争加剧、房租较高、人才储备有限、食品安全管理有待进一步加强、外卖占比高利润低等因素的叠加，快速增长将有很大的管理性风险。

近年来资本追捧之下，新茶饮赛道的竞争也愈加白热化。但作为新茶饮的防守底线——食品安全也频频被爆出问题。不少知名茶饮品牌被监管部门点名或被媒体曝光存在食品安全问题。市场高速扩张之下如何做好“食安”问题的回防，是考验这一批新茶饮品牌能否行稳致远的关键因素之一。

<http://www.nbd.com.cn/articles/2021-10-15/1948682.html>

➤ AECOM: 2020 年主题公园和博物馆指数报告

AECOM 发布了“2020 年主题公园和博物馆指数报告”，描绘并讨论了 2020 年新冠大流行对该行业的影响，以及随后的复苏迹象和已经开始的创新。

在美国，大多数主题公园和水上公园在 2020 年 1 月 1 日开放，但在 3 月中旬关闭。北美前 20 大主题公园的游客总数下降了 72%。

在亚太地区，2020 年排名前 20 位的主题公园的游客总数下降了 58%。如果只看中国，游客人数往往更为有利。中国在新冠大流行的早期就受到打击，因此在 2020 年率先实施限制和关闭。尽管如此，中国在新冠大流行期间增加了约 20 个主题公园。最近开放了包括北京环球度假区、香港海洋公园的新水上乐园、华侨城和方特连锁的新公园以及长隆欢乐世界的扩建。

在欧洲、中东和非洲地区，2020 年前 20 家主题公园的总游客人数下降了 66%，前 10 家水上公园的总游客人数下降了 61%。主要面向区域市场的公园的游客人数下降幅度小于那些更依赖旅游业的公园。总体而言，该行业在大流行肆虐的 2020 年表现相对较好，并有望比其他一些公园更快地恢复，仅仅是因为欧洲的公园偏向于区域性。

<http://www.199it.com/archives/1320782.html>

➤ 内卷火锅赛道，增长却难破“网红”局

美团发布的《2021 年国庆黄金周消费趋势报告》显示，今年国庆期间，一线城市火锅品类订单量环比节前均实现上涨，广州火锅订单量增长 78%、深圳火锅订单量增长 65%、上海火锅订单量增长 34%、北京火锅订单量增长 26%。

2020 年以来，火锅店、火锅食材超市、自热火锅和火锅底料等成为热门赛道。企查查数据显示，2021 年 1-9 月中旬火锅企业注册量达 50762 家。

据《中国餐饮品类与品牌发展报告 2021》数据显示，2020 年全国火锅的市场规模近 6000 亿元，门店近 60 万家。中商产业研究院数据也显示，预计 2021 年，火锅市场规模将达到 5218 亿元。资本纷纷进入火锅市场，也正是看到了火锅背后的千亿级市场。

据公开数据不完全统计，近半年来，近 30 亿元涌入火锅行业，火锅行业上下游企业接连融资，背后不乏 IDG 资本、字节跳动、高榕资本、黑蚁资本等专注消费的一线投资机构。

<http://www.36kr.com/p/1441938699230469>

➤ 主题公园的“四化”发展之路

中国劳动关系学院文化旅游政策研究中心副主任、中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山、新时代文旅研究院研究员王显韬评论，伴随北京环球影城开门迎客，国内主题公园市场再掀热潮，中国已经成为全球主题公园投资的一片沃土。

历经 30 多年发展，我国主题公园从无到有、从有到优，数量激增，大型主题公园日益成为城市经济转型和区域旅游发展的发动机和助推器。主题公园以其独有的文化内涵、丰富的科技含量和强大的娱乐功能，成为文旅产业深度融合的典型代表。

虽然中国主题公园发展前景广阔，但其质量和内容还有巨大的提升和创新空间。本土主题公园普遍缺乏文化内涵、故事创新、产权保护及产业链深耕，对中华优秀传统文化的挖掘和融合能力仍然较弱，同质化、弱 IP 等问题仍是国内主题公园的普遍问题。从行业格局看，“外有强敌环伺，内有群雄逐鹿”是国内本土主题公园生存环境的真实写照。

国内主题公园未来发展，应着力做好“四化”：

一是主题公园主题化；二是主题公园产业化；三是主题公园商业化；四是主题公园科技化。

https://news.gmw.cn/2021-10/17/content_35237863.htm

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。