

社会服务行业跟踪周报

五一假期消费环比企稳，本地&周边游主导 增持（维持）

2022年05月05日

证券分析师 汤军

执业证书：S0600517050001
021-60199793

tangj@dwzq.com.cn

研究助理 李昱哲

执业证书：S0600120110012
liyzzh@dwzq.com.cn

投资要点

- **五一节前疫情管控趋严，五一表现平稳。**为保障五一假期前后人员有序流动，防止疫情扩散，五一前后重点地区如北京等地防控政策针对性优化。非重点地区严控跨省流动，受此影响，文旅部测算2022年“五一”假期5天，全国国内旅游出游1.6亿人次（yoy-30.2%），按可比口径恢复至疫情前同期的66.8%；实现国内旅游收入646.8亿元（yoy-42.9%），恢复至疫情前同期44.0%，恢复程度环比清明提升4.8pct，人均消费404.3元（同比-17.9%，环比清明+61.4%），消费支出提升主要与假期时间更长，居民外出消费意愿更强、节前消费券刺激政策等有关。我们认为短期疫情冲击居民消费意愿与信心，但居民文旅消费需求潜力依然旺盛。
- **假期本地&周边游趋势显著，“露营+自驾”持续火爆。**携程数据显示，五一周边游前三热门城市为广州、成都、深圳，其中成都预计五一假期共发送旅客188.0万人，预计恢复至2021年的64.7%，客流以中短途、探亲为主。据马蜂窝数据，“都江堰露营”热度涨幅高达240%，贵阳“周边露营”涨幅50%+，露营辐射效应凸显亦带动周边酒店、目的地热度，近一周自驾游热度提升近70%。年轻消费者主导本地游持续火热，五一假期携程本地游订单占比40%，较2020、2021年同期显著提升10+pct，本地游用户中，00后、90后占比60%。去哪儿平台五一假期全国酒店同城订单占比近6成。整体来看，高星酒店均价降幅达到10%以上的有20个城市，中低星酒店均价降幅达10%以上的有16个城市。据同程数据显示，平台酒店订单平均间夜价格较2021年同期下降50%。
- **消费券持续刺激本地消费，提振供给景气。**4月25日国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，主要包含促进消费有序恢复发展、全面创新提质着力稳住消费基本盘、完善支撑体系不断增强消费发展综合能力、持续深化改革全力营造安全放心诚信消费环境、强化保障措施夯实消费高质量发展基础等五大方面。临近假期深圳、石家庄等地陆续出台进一步促进消费措施，通过大型互联网平台如京东、支付宝等发放数字化消费券，聚焦于餐饮、文旅、零售、酒店、体育等领域。
- **投资建议：**当前，疫情防控形势与政策为制约我国服务消费的核心变量。严格落实常态化防控措施，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响乃我国防疫政策主旋律。伴随防疫、检测手段多样化、我国医疗救治能力和疫苗接种率的提升、新冠特效药出炉等因素，我们认为未来疫情形势仍将稳中向好，在行业景气持续提升背景下，我们看好中期复苏带来的边际改善和业绩具有较大向上弹性的优质服务消费板块，如餐饮、酒店、景区、OTA、出境游等。长期来看，顺周期服务消费掘金潜力较大，疫情冲击下凸显龙头核心价值，建议坚守优质赛道中的龙头个股，推荐九毛九、锦江酒店，首旅酒店、宋城演艺、天目湖，建议关注百胜中国-S、华住集团-S。
- **风险提示：**疫情持续蔓延、宏观经济波动、政策变化、行业竞争激烈、业务转型、市场开拓、产能提升等方面进度低于市场预期的风险。

行业走势



相关研究

- 《破局与新生，观疫后新消费》
2022-04-24
- 《短期防疫压力仍大，中长期持续常态化防控》
2022-04-17
- 《清明文旅表现平淡，高品质本地游趋势显著》
2022-04-06

内容目录

1. 五一消费环比企稳，本地&周边游主导消费趋势.....	4
1.1. 节前疫情管控趋严，五一表现平稳.....	4
1.2. 各省市出游人数有所下降，旅游景区因疫情原因限流.....	6
1.3. 假期本地&周边游趋势显著，“露营+自驾”持续火爆.....	8
1.4. 消费券持续刺激本地消费，提振供给景气.....	9
2. 核心观点	10
3. 板块涨跌幅回顾（2022年4月25日至4月30日）	11
4. 行业动态	13
5. 上市公司重要公告	17
6. 风险提示	20

图表目录

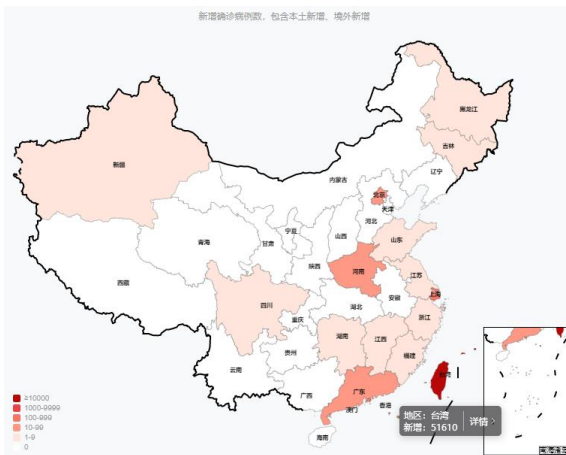
图 1:	全国新增确诊病例分布.....	4
图 2:	全国累计确诊病例分布.....	4
图 3:	2020-2022 年文旅数据复苏情况 (较 2019 年同期相比恢复程度, %)	5
图 4:	五一周边游热度排行 TOP10	8
图 5:	五一假期热门露营地 TOP10	9
图 6:	五一假期热门自驾路线 TOP10	9
图 7:	本周市场涨跌幅 (2022 年 4 月 25 日至 4 月 30 日)	11
图 8:	板块单周涨跌幅前十的股票 (2022 年 4 月 25 日至 4 月 30 日)	11
图 9:	板块单月涨跌幅前十的股票 (2022 年 4 月 1 日至 4 月 30 日)	12
图 10:	板块年涨跌幅前十的股票 (2022 年 1 月 1 日至 4 月 30 日)	12
表 1:	重点防控地区政策梳理.....	4
表 2:	非重点地区政策.....	5
表 3:	历年公众假期出游数据统计.....	6
表 4:	各省市出游人数.....	7
表 5:	各景点旅客人数.....	7
表 6:	各省市消费券发放金额及可消费领域.....	10

1. 五一消费环比企稳，本地&周边游主导消费趋势

1.1. 节前疫情管控趋严，五一表现平稳

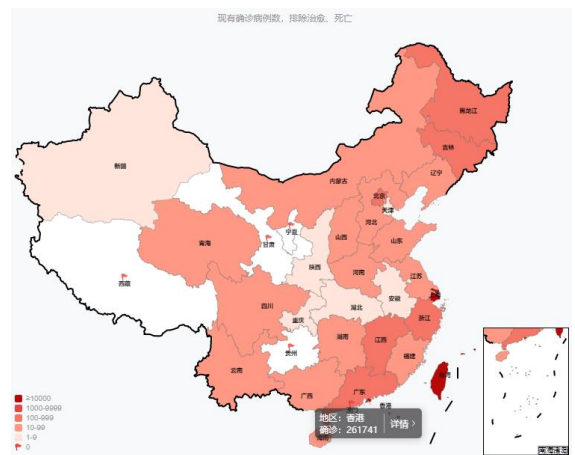
五一前后重点区域管控趋严。为保障五一假期前后人员有序流动，防止疫情扩散，重点地区针对性的对防控政策进行优化。**1) 北京：**暂停餐饮堂食及娱乐场所，自5月5日起进入公共场所、乘坐交通工具须持7日内核酸证明，严控“四类人员”出京，入京须持48小时核酸检测阴性证明。此外，北京市民每周须进行一次核酸检测。**2) 上海：**仍保持全域静止，非必要不离沪，“三区”中防范区人数已超一千五百万，但若周边封控区较多，则进行提级管理。

图1: 全国新增确诊病例分布



数据来源：百度，东吴证券研究所

图2: 全国累计确诊病例分布



数据来源：百度，东吴证券研究所

表1: 重点防控地区政策梳理

地区	政策
北京	暂停餐饮堂食及娱乐场所，自5月5日起进入公共场所、乘坐交通工具须持7日内核酸证明，严控“四类人员”出京，入京须持48小时核酸检测阴性证明。此外，北京市民每周须进行一次核酸检测。
上海	保持全域静止，非必要不离沪，“三区”中防范区人数已超一千五百万，但若周边封控区较多，则进行提级管理。
吉林	吉林省继续保持禁止跨省，跨地区流动，进行本省疫情“扫尾”工作。
山东	严格限制高风险地区人员出行，低风险地区非必要不出行，健康码“黄码”人员需要积极配合检测。对全省人民常态化核酸检测免费，如7天内没有核酸检测阴性记录则给予健康码“亮黄牌”。

数据来源：百度，东吴证券研究所

非重点地区严控跨省流动，省内流动不额外加码。在华南地区、西南地区等疫情形势较为缓和的地区，管控策略相应较为宽松，省内低风险地区大多可凭借绿码流动，无需额外进行核酸检测。跨省市流动方面管控较严，严防外地疫情输入。

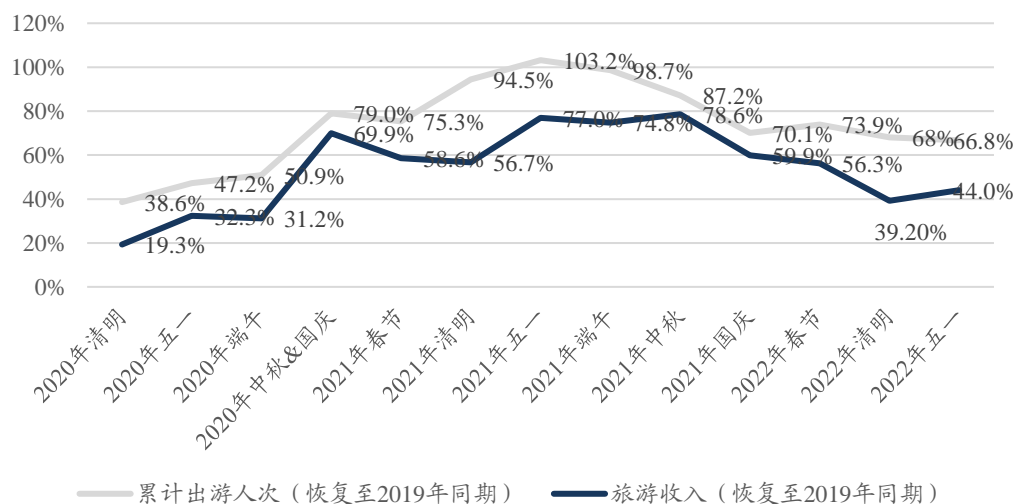
表2: 非重点地区政策

地区	政策
广东	广东省对省外来穗人员实施 3 天 2 检和 11 天健康监测。对有本地疫情地区来穗人员根据风险等级实施“3+11”，“7+7”，居家隔离或集中隔离 14 天等政策。
贵州	四川省对省外来川人员查验 48 小时核酸阴性证明，健康码、行程码等，入川 24 小时内须在川进行 1 次核酸检测。对全国各地分为 A、B 类地区，分等级进行 7 天集中隔离、7 天居家隔离或 3 天 2 检措施。
四川	贵州省对省外人员要求提前报备，持核酸证明，并在抵黔后 48 小时内再做一次核酸检测。若行程码带星须“五天三检”，对疫情重点地区人员实行“7+7”政策。

数据来源：百度，东吴证券研究所

受此影响，文旅部测算 2022 年“五一”假期全国国内旅游出游 1.6 亿人次 (yoy-30.2%)，按可比口径恢复至疫情前同期的 66.8%；实现国内旅游收入 646.8 亿元(yoy-42.9%)，恢复至疫情前同期的 44.0%，恢复程度环比清明提升 4.8pct，人均消费 404.25 元(同比-17.9%，环比清明+61.4%)，消费支出提升主要与五一假期更长，居民外出消费意愿更强、节前消费券刺激政策等有关。**我们认为短期疫情冲击居民消费意愿与信心，但居民文旅消费需求潜力依然旺盛。**

图3: 2020-2022 年文旅数据复苏情况 (较 2019 年同期相比恢复程度, %)



注：部分增速数据为剔除历年假期天数差异后的同口径可比数据

数据来源：中国文化和旅游部，东吴证券研究所

表3: 历年公众假期出游数据统计

假期	接待游客 (亿人次)	yoy	旅游收入 (亿元)	yoy	人均消费 (元)
2019 年					
元旦	1.47	10.7%	827.5	9.6%	562.93
春节	4.15	7.6%	5,139.0	8.2%	1238.31
清明	1.1	8.9%	428.0	1.7%	389.09
五一	1.95	13.7%	1,176.7	16.1%	603.44
端午	0.96	7.7%	393.3	8.6%	409.69
中秋	1.05	7.6%	472.8	8.7%	450.29
国庆	7.82	7.81%	6,497.1	8.47%	830.83
2020 年					
清明	0.43	-61.4%	82.6	-80.7%	192.09
五一	1.15	-52.8%	475.6	-67.7%	413.57
端午	0.49	-49.1%	122.8	-68.8%	250.61
中秋&国庆	6.37	-21.0%	4665.6	-30.1%	732.43
2021 年 (yoy 数据与 2019 年同期相比, 即疫前)					
春节	2.56	恢复至疫前 75.3%	3011.0	恢复至疫前 58.6%	1176.17
清明	1.02	恢复至疫前 94.5%	271.68	恢复至疫前 56.7%	266.35
五一	2.30	恢复至疫前 103.2%	1132.3	恢复至疫前 77%	492.30
端午	0.89	恢复至疫前 98.7%	294.3	恢复至疫前 74.8%	330.17
中秋	0.88	恢复至疫前 87.2%	371.5	恢复至疫前 78.6%	421.38
国庆	5.15	恢复至疫前 70.1%	3890.61	恢复至疫前 59.9%	755.46
2022 年					
春节	2.51	恢复至疫前 73.9%	2891.98	恢复至疫前 56.3%	1152.18
清明	0.75	恢复至疫前 68%	187.8	恢复至疫前 39.2%	250.40
五一	1.6	恢复至疫前 66.8%	646.8	恢复至疫前 44.0%	404.25

注: 部分增速数据为剔除历年假期天数差异后的同口径可比数据
数据来源: 中国文化和旅游部, 东吴证券研究所测算

1.2. 各省市出游人数有所下降, 旅游景区因疫情原因限流

五一各省市出游人数有所下降, 客流主要为中短途。成都预计五一假期 5 天共发送旅客 188.0 万人, 日均 23.5 万人, 预计恢复至 2021 年的 64.7%, 客流以中短途、探亲为主, 长沙预计五一 4 月 29 日至 5 月 4 日长沙火车南站发送旅客 42 万人次(yoy-44.7%), 日均发送旅客 7 万人次。

表4: 各省市出游人数

深圳	4月30日广铁发送27.8万人, 5月1日广铁深圳北站发送旅客15.5万人次
重庆	5月4日预计发送旅客8万人。
长沙	预计五一4月29日至5月4日长沙火车南站发送旅客42万人次, 日均发送旅客7万人次, yoy-44.7%。
贵州	5月3日进出港旅客1.27万人次; 铁路进出站客运列车329车次, 进出站人数9.32万人次, 其中高铁进出站客运270车次, 进出站人数8.23万人次; 高速公路进向车流123.56万辆, 出向车流112.42万辆。
成都	预计五一假期5天发送旅客188.0万人, 日均23.5万人, 预计恢复至2021年的64.7%, 客流以中短途旅游、探亲为主
青岛	五一假期前三天青岛64家A级景区纳客68.44万人次, 监测星级饭店66家, 平均入住率21.45%。
海南	海口美兰机场进出港航班1000多架次, 航班正常率达95%, 共10.3万人次旅客安全出行

数据来源: 政府网站, 东吴证券研究所

五一期间各景区人数限流, 旅客人数同比下滑。由于疫情各地景点纷纷限流, 如广东省要求广州、深圳、珠海、佛山等地切实督促本区域内的景点景区进一步夯实防控举措, 在游客出游需求转旺的情况下, 严格控制接待量不超过核定承载量的75%。具体景点表现来看, 北京公园5天共接待477.7万人次(yoy-37.7%), 5月2日安徽西递、宏村接待游客同比下降99.54%/98.45%, 门票收入同比下降99.65%/98.28%。

表5: 各景点旅客人数

湖南省张家界	4月30日至5月2日上午10点, 四大景区累计接待人数 53270 人, 5月3日四大景区接待 38,261 人
其中: 武陵源核心景区	接待游客12992人, 同比下降36.62%
天门山景区	接待游客13846人, 同比下降51.49%。
张家界大峡谷景区	接待游客9064人, 同比下降16.16%。
九天峰恋	接待游客2359人, 同比增长62.35%。
四川省	
其中: 峨眉山	截至5月2日晚6点, 峨眉山景区“五一”小长假已累计接待游客 38189 人次
九寨沟	4月30日购票人数1149人
深圳蛇口邮轮母港	4月30日-5月4日共接待游客逾 6 万人次
北京公园	5天假期, 北京重点监测公园共接待游客 477.7 万人次, 与2021年同期相比减少 37.7% , 其中10家市属公园和国家植物园共接待 109.15 万人次, 比2021年同期减少 53.52% 。
安徽西递、宏村	5月2日黟县全县景区共接待游客775人, 同比增长-98.37%; 门票收入4.3972万元, 同比增长-98.49%。其中: 西递接待游客44人, 同比增长-99.54%, 门票收入0.2387万元, 同比增长-99.65%; 宏村接待游客426人, 同比增长-98.45%, 门票收入3.3098万元, 同比增长-98.28%。
杭州	5月1日杭州市共接待游客 62.67 万人次。
贵州省	5月3日, 乌江寨、大方油杉河、乌蒙大草原、中铁双龙镇巫山峡谷、马岭河峡谷等31家纳入监测的景区接待游客突破1万人次。
青岛	5月2日共接待 68.44 万人次, 五星级饭店入住率为23.37%, 四星级饭店入住率为22.22%,

三星级饭店入住率为 13.87%。

其中：崂山风景区 2.57 万人次

数据来源：政府网站，东吴证券研究所

1.3. 假期本地&周边游趋势显著，“露营+自驾”持续火爆

五一本地&周边游趋势显著。据中国国家铁路集团有限公司数据显示，2022 年 4 月 30 日至 5 月 4 日，“五一”假期全国铁路预计发送旅客 1595.5 万人次，相较 2021 年 5 月 1 日至 5 月 5 日发送旅客 7850.28 万人次下降 **79.7%**。在疫情频发，多地倡导“非必要不出省”情况下，周边游、本地游满足消费者出行需求，携程数据显示，五一周边游前三热门城市为广州、成都、深圳，TOP10 均为全域低风险城市。其中，第一名广州的周边游日均订单量较清明假期增长 123%。

图4：五一周边游热度排行 TOP10



数据来源：携程，东吴证券研究所

“露营”“自驾”成顶流，自然条件优越地区火热。据马蜂窝五一出行数据显示，因自然风光优美且疫情可控的川渝地区露营涨幅最高，其中“都江堰露营”热度涨幅高达 240%。北纬 23° 8 森林营地成为五一热门露营地 TOP1，贵阳“周边露营”涨幅 50%+，同时“露营”趋势也带动近一周“自驾游”热度提升近 70%，其中重庆自驾游热度涨幅高达 228%。露营辐射效应凸显亦带动周边酒店、目的地热度，广州“精致露营”拉动下，携程酒店及民宿累计订单量较清明假期增长 130%。

图5: 五一假期热门露营地 TOP10



数据来源: 马蜂窝, 东吴证券研究所

图6: 五一假期热门自驾路线 TOP10



数据来源: 马蜂窝, 东吴证券研究所

年轻消费者主导本地游持续火热, 景区免票拉动消费活力。五一假期携程本地游订单占比 40%, 较 2020、2021 年同期显著提升 10+pct, 本地游用户中, 00 后、90 后占比 60%。平台五一假期一日游订单中有近 1/3 来自本地。从产品内容来看, 用户更加偏爱踏青、海滨等户外特色的一日游, 西安太平国家森林公园、翠华山以及深圳较场尾线路成为假期销量居前。来自本地的携程旅拍订单同比增长约 50%, 其中 30 岁以下的用户接近半数。此外, 为拉动本地假日文旅消费活力, 大理、成都、西安等多个旅游城市及景区开启门票减免活动。

多城市星级酒店五一假期不同程度降价促销。去哪儿平台五一假期全国酒店同城订单占比近 6 成。整体来看, 高星酒店均价降幅达到 10% 以上的有 20 个城市, 中低星酒店均价降幅达 10% 以上的有 16 个城市。平台上北京、川渝、西安等城市部分高星酒店价格仅需 2021 年一半以下的价格。北京中建雁栖湖景酒店、重庆解放碑威斯汀酒店、三亚亚龙湾美高梅度假酒店最低价较 2021 年五一降幅约 60+~70+%。据同程数据显示, 平台酒店订单平均间夜价格较 2021 年同期下降 50%, 疫情打折促销及用户平均出游半径的缩短, 共同导致酒店价格的下降。

1.4. 消费券持续刺激本地消费, 提振供给景气

国务院提出保供稳价消费品, 促进新型消费发展等多项措施。4 月 25 日国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》, 主要包含五个方面: 1) 应对疫情影响, 促进消费有序恢复发展; 2) 全面创新提质, 着力稳住消费基本盘; 3) 完善支撑体系, 不断增强消费发展综合能力; 4) 持续深化改革, 全力营造安全放心诚信消费环境; 5) 强化保障措施, 进一步夯实消费高质量发展基础。

消费券刺激助力餐饮文旅领域逐步回暖。临近五一假期, 各地陆续出台进一步促进

消费的若干措施，多通过大型互联网平台如京东、支付宝等发放数字化消费券。消费券聚焦于餐饮、文旅、零售、酒店、体育等领域，以积极活跃消费市场，如深圳、石家庄、惠州、云南、贵州等地消费券均可用于文旅板块，促进五一小长假消费。

表6: 各省市消费券发放金额及可消费领域

地区	总额 (百万元)	可消费领域	使用渠道	使用附加条件
江西省	2,000	汽车、家电、成品油、商超百货、餐饮	/	/
广州市	1,000	日用消费品、餐饮、酒旅、线下娱乐、体育、汽车	多个电商平台	/
深圳市	500	零售、餐饮、文体旅游、健身、电子产品	美团、京东	/
石家庄市	104	文体、旅游、餐饮、汽车、家电、电子产品、商超	云闪付 APP、建行生活 APP	实际消费金额必须满足消费券面值 4 倍及以上才能核销
湖北省	100	景区、酒店	旅游湖北平台	/
惠州市	60	餐饮、零售、文旅、酒店	/	/
长沙市	30	百货商超、餐饮、家电、美容美发、医疗保健、母婴生活	/	/
肇庆市	30	餐饮、零售、文旅、酒店	“肇庆西江网”“肇庆发布”“肇庆商务”微信公众号	最低消费金额限制
云南省	20	成品油、文旅消费	/	/
贵州省	10	旅游	/	/

数据来源：政府公告，东吴证券研究所整理

2. 核心观点

当前，疫情防控形势与政策为制约我国服务消费的核心变量。近期我国防疫压力增加，全国疫情多点散发下的短期防疫政策趋严或对消费再度造成冲击。同时，中长期来看，严格落实常态化防控措施，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响乃我国防疫政策主旋律。伴随防疫、检测手段多样化、我国医疗救治能力和疫苗接种率的提升、新冠特效药出炉等因素，我们认为中长期防疫政策新路径的探索与边际调整趋势仍在。同时，在需求端居民消费信心与意愿有望持续回暖。

长期来看，疫后顺周期和服务消费成长是主旋律，亦是十四五规划消费内循环核心。对比海外，我国服务消费占比仍有较大差距，提升空间广阔。同时，我国正值人均 GDP 从 1 万美元向 1.5 万美元提升的关键时期，城镇化、经济增长、消费结构等多因素将刺激服务消费需求显著提升。

我们认为未来疫情形势仍将稳中向好，居民文旅消费潜力与需求仍然旺盛，在行业景气持续提升背景下，布局正当时。我们看好中期复苏带来的边际改善和

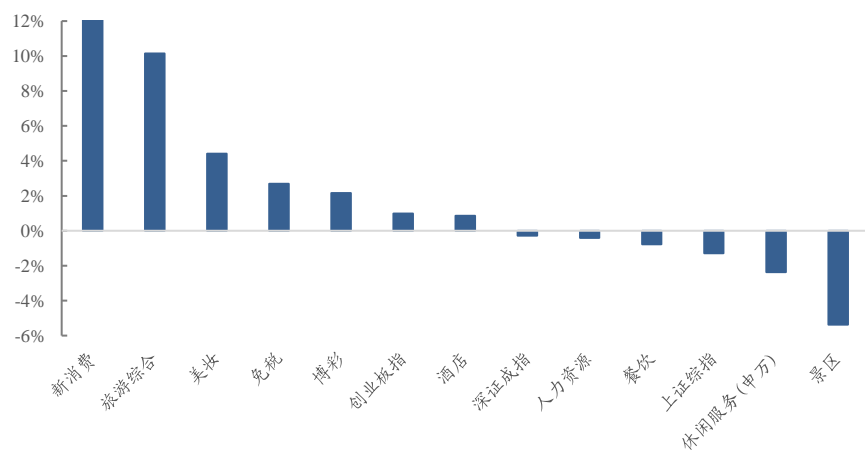
业绩具有较大向上弹性的优质服务消费板块，如餐饮、酒店、景区、OTA、出境游等。长期来看，顺周期服务消费掘金潜力较大，疫情冲击下凸显龙头核心价值，建议坚守优质赛道中的龙头个股，推荐九毛九、锦江酒店，首旅酒店、宋城演艺、天目湖，建议关注百胜中国-S、华住集团-S。

3. 板块涨跌幅回顾（2022年4月25日至4月30日）

本周（2022年4月25日至4月30日）上证综指下跌1.29%，收于3,047.06点。深证成指本周下跌0.27%，收于11,021.44点。创业板指本周上涨0.98%，收于2,319.14点。行情整体表现低迷。本周社服板块（申万）整体下跌2.37%。

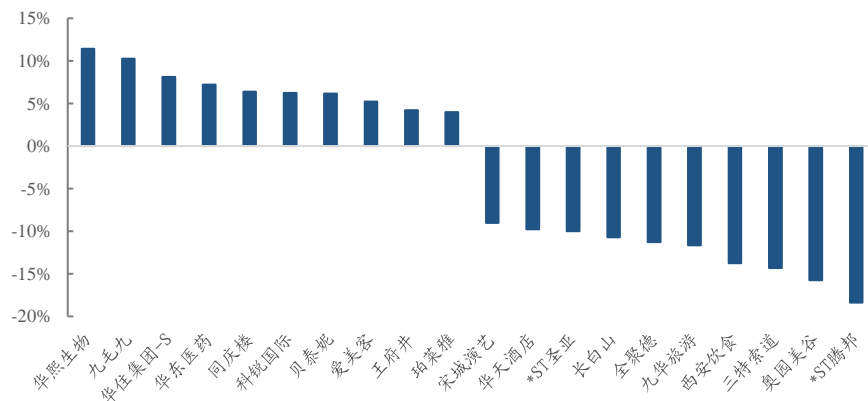
个股方面表现分化，前期估值低位九毛九（+10.28%）、华住集团-S（+8.11%）、同庆楼（+6.40%）涨势较好。周度跌幅前五分别为：*ST腾邦（-18.37%）、奥园美谷（-15.76%）、三特索道（-14.31%）、西安饮食（-13.76%）、九华旅游（-11.67%）。

图7：本周市场涨跌幅（2022年4月25日至4月30日）



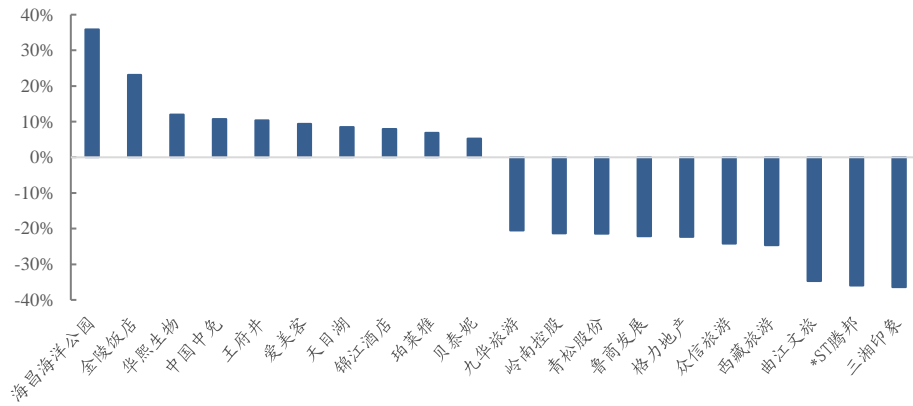
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图8：板块单周涨跌幅前十的股票（2022年4月25日至4月30日）



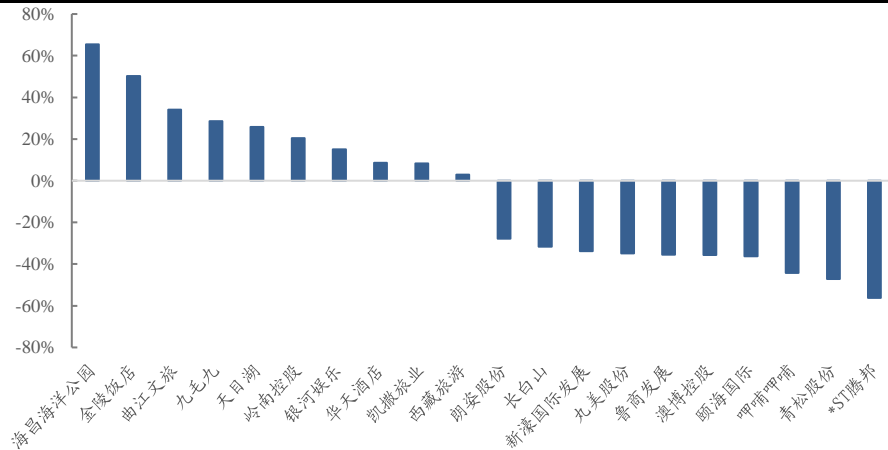
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图9: 板块单月涨跌幅前十的股票 (2022年4月1日至4月30日)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图10: 板块年涨跌幅前十的股票 (2022年1月1日至4月30日)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

4. 行业动态

五一酒店价格创 5 年新低，多城市豪华酒店预订价格仅为 2021 年的一半

长达五天的五一假期即将来临，去哪儿大数据显示，2022 年五一多城市酒店价格创 5 年新低，攀枝花、海口、自贡、玉溪等城市高星级酒店，黔东南、成都、济南、重庆等城市的中低星酒店，其平均价格均创近五年来同期价格新低。北京、成都、重庆、西安、杭州、三亚等城市五一部分豪华酒店预订价格仅需 2021 年的一半。据去哪儿平台显示，五一期间可以露营的公园门票销量同比 2021 年涨幅超 5 成，部分城市露营地周边酒店预订量同比 2021 年涨幅达 1.5 倍，2022 年露营相关产品（住宿、出游）的预订量是 2021 年的 3 倍左右。与此同时，截至 4 月 21 日，五一假期铁路省内预订出行旅客占比近 8 成，成都东站将为五一发送旅客最多的火车站。为方便旅客五一假期出行，去哪儿首家上线铁路疫情提醒服务功能。

FoodPlus《2021 年中国食品消费品年度创业投资报告·完整版》

2021 年属于食品消费品投资较为活跃的一年，全年投资事件约 311 起，投融资总金额约 586 亿元。投资事件数量以早期种子轮至 A 轮为主，约占全年投资事件数量的 75%；投资金额较高的轮次为 A 轮，金额约为 115 亿元，占全年总投融资金额的 21%。2021 年度食品饮料行业共发生融资事件 311 起，从赛道角度看，CR3 占比近 30%（融资数量排前三的赛道贡献了近 30%的融资事件），CR6 近 50%。融资数量方面，功能性食品/营养保健品稳居第一，共有 30 起融资；第二到第六名依次是休闲零食，方便食品，低度酒，儿童食品，及调味品。从 2021 年各月融资事件数量和融资额来看，下半年 8 月开始市场热度逐渐降温，9 月融资额大幅回升也是由于发生了一笔金额较大的并购事件（方源资本以约 68 亿元收购老牌宠物食品品牌 Ziwi Peak），因此可以看到整个一级市场在下半年的节奏骤然放缓。

免税、降租、补贴...疫情下各省市的酒店业纾困政策，落地效果如何？

本轮上海纾困政策的基本特点是没有饭店业的针对性政策，以及普遍反映惠利力度不如 2020 年。对目前疫情下酒店的困境，新的诉求包括：1、加大力度；减免社会保险费，落实房土两税减免 2、建议在行业稳岗补贴政策方面加大力度；200 人以上高星级酒店业给予政策倾斜。3、组织职业技能等级认定评定，提高饭店就业荣誉，重回朝阳产业。4、建议在现有政策扶持基础上，加大力度，进一步降低企业用能成本。

五一小长假期间，甘肃继续暂停跨省团队旅游

据通报，2022 年五一小长假期间，甘肃省将继续暂停跨省团队旅游及“机票+酒店”业务，暂停跨省自驾游、自由行旅游业务。

去哪儿：五一假期露营产品预定量是 2021 年 3 倍

据去哪儿平台显示，五一期间可以露营的公园门票销量同比 2021 年涨幅超 5 成，部分城市露营地周边酒店预订量同比 2021 年涨幅达 1.5 倍，2022 年露营相关产品（住宿、出游）的预订量是 2021 年的 3 倍左右。

半年狂揽 3.7 亿投资，喜姐炸串加速狂奔的秘诀是什么？

喜姐炸串通过聚焦在 20-30 平方米的小门店；以份为单位，改变售卖形式，提高利润率，以“九宫格炸炉”提升效率；总部建立全套供应链，产品配送上门，标准化输出产品。这些更轻、更高效的门店模型，让品牌起跑更快。得益于外卖&外带的独特模式，疫情之下的喜姐呈现出了较快的恢复速度，不仅门店销量未受影响，还在 3 月份新增了 144 家店。当下，喜姐已经在全国建立了 9 个总仓，覆盖了 29 个省级行政区域和 304 座城市，随着门店属性的增长，运转中心辐射能力将会得到大幅提升，喜姐也将凭借规模优势获得更多的成本话语权。

新消费上市一年：谁是亏损之王？谁是赚钱机器？

近期，五只新消费“第一股”陆续交出了 2021 年的成绩单。它们是美妆第一股逸仙电商、潮玩第一股泡泡玛特、功能性护肤品第一股贝泰妮、新茶饮第一股奈雪的茶和酒馆第一股海伦司。其中逸仙电商，奈雪出现亏损。因为这两家的营收增速都恢复有限，扭亏为盈无疑会难度加大。海伦司和泡泡玛特，赚钱效率一路下滑。海伦司的净利率到 2021 年，降至 5.4%。原本属于高利润企业的泡泡玛特，经调整净利率从 2019 年的 27.9% 降到 2021 年的 22.3%。表现相对稳定的是贝泰妮，净利率一直保持在 20% 以上，毛利率水准也很高。不过，纵向对比，它近五年的毛利率开始缓慢下降，从 80% 以上降至 76%。不论是继续亏损，还是赚钱变慢，都折射出了“新消费”的某种困境。

携程五一露营订单较清明增 5 倍，聚焦“帐篷经济”产品服务标准

数据显示，目前携程露营产品已覆盖 28 个省市 120 个城市，已经成为平台上近年来增长最迅猛的品类之一；而在即将到来的五一假期，携程露营旅行订单较清明假期增长了 5 倍，站内相关关键词四月日均搜索量环比上升约一倍。

云南省文化和旅游厅联合同程旅行启动首期文旅消费券发放

首期消费券发放时间为 4 月 25 日至 5 月 25 日，包括了“文旅消费券”与“文旅加油券”两大类，涵盖多重福利优惠，可支持消费者交通出行、住宿、景区、线路、旅游演艺休闲、自驾出游等文旅消费。4 月 25 日上午 10 点起，消费者可通过同程旅行 APP 领券下单。

携程：“五一”超一半出游用户选择省内游，7 成旅途超 2 天

在多地收紧疫情防控政策的情况下，“省内游”成为这个五一假期的主流出行方式。截至 4 月 25 日，在携程平台上预订五一出行的订单中有 52% 为省内游，广东、四川、浙江、重庆等地的省内游订单比例超过 60%；其中广东、四川的省内游订单占比接近 8

成，省内酒店订单同比增长 30%。携程数据显示，在五一“省内游”TOP10 热门省市中，约 72% 的用户出游日程为 2 天及以上，与日常的周末游有着显著差异——这意味着省内游用户的出行热情，依然带有鲜明的假日特征。从携程酒店搜索热度来看，珠三角、成渝城市群在五一假期期间热度最高，其用户也成为本次五一“最能玩”的群体：对比清明假期，两大城市群的旅游产品订单量分别增长了 89% 和 45%。值得一提的是，一些全域低风险的城市未受疫情影响，一些用户仍选择长线出行，一赴初夏和晚春的美好。携程数据显示，热门长线出行目的地城市 TOP10 为成都、重庆、广州、深圳、武汉、天津、杭州、长沙、昆明、青岛，均为低风险城市。

携程发布五一出游预测：本地游升温，一日游订单较清明增长 80%

近日，携程发布《2022 五一假期出游趋势预测报告》，与疫情前比较，2022 年五一旅游市场的复苏程度较清明假期有所回暖，酒店、机票、民宿、租车等品类均较清明有逾 10 个百分点的增长。报告还对露营、乡村游等热门玩法做了分析。除了去近郊外，还有不少用户选择在假期里探索生活城市的深处。携程平台上，预订五一期间一日游产品的人次较清明增长 80%，其中，天津、深圳、杭州等地的一日游产品最为热门。在本地游中，文博游在这个假期也十分热门。来自本地的博物展馆五一门票预订较清明增长 260%。

民航局：预计“五一”假期民航将运输旅客同比下降 77%

4 月 28 日，民航局举行 4 月第二场新闻发布会。民航局相关负责人介绍，当前，全国新冠肺炎疫情防控形势严峻复杂。受疫情影响，旅客出行意愿较低，预计“五一”期间民航旅客运输量将较 2021 年同期大幅减少。从截至目前的机票预订情况来看，预计“五一”假期民航将运输旅客 200 万人次，日均约 40 万人次，同比下降 77%。

北京疫情涉及旅游团，这些问题引发关注

4 月 22 日以来，北京突发数起疫情，涉及学校、旅行团及多个家庭。4 月 24 日，北京市文化和旅游局下发通知，在全市范围内暂停北京市旅行社经营市民“在京团队旅游”业务。此次疫情发生后，北京多家旅行社收到了游客延期出游或退订的要求，相关事项正在有序处理。有业者表示，2019 年疫情发生以来，旅行社已经形成了一整套成熟的退订流程和标准，并且根据游客需求，推出了无损退订、二次预约等多种方案供游客选择。

交通运输部：预计“五一”假期全国客运量 1 亿人次 较 2021 年同期下降 62% 左右

根据预测，客流量较 2021 年将会明显下降。预计假期全国客运量 1 亿人次，日均 2000 万人次，较 2021 年同期下降 62% 左右。客流呈现“两头高、中间低”态势。预计假期出发客流将集中在首日，达到 2250 万人次，较 2021 年下降 61% 左右。客流出行以“就地、就近出游”为主。受疫情形势和各地防控政策影响，假期群众旅行半径较正常

时期明显减小。

预制菜混战，这场仗要怎么打？

在中国这个市场起点上，目前预制菜企业已经有2万家之多了，但整个市场很分散，这些企业平均年销售额也就是1500万，等于市场规模有3000亿了。而且在2021年以前，这些企业主要还是把半成品菜卖给餐厅、公司、学校、政府这些机构客户，也就是B端。同时也有一些赛道玩家跳出框架，越来越高频地开始卖给大众消费者，即C端。具体来看，影响B端和C端的因素有所不同，B端主要是需求增多、成本提升而被迫降本增效；C端则主要受消费者的消费观念、消费能力、消费结构的影响。尽管如此，国海证券仍然有个非常乐观的推算，它认为未来六七年，中国的预制菜行业规模能够超过1万亿，长期看能够超过3万亿。所以，预制菜是万亿规模的大市场，而且是农产品的深加工。对此杜国楹曾提到过一个精辟的观点：越深加工，越容易形成品牌。从加工的深度来看，预制菜品牌的出现只是时间的问题。

北京局集团公司五一小长假预计发送旅客105.5万人

据“北京铁路”微信公众号消息，2022年全国铁路五一小长假运输期限自4月28日至5月5日，为期8天，北京局集团公司预计发送旅客105.5万人，其中北京地区六大站发送旅客51.2万人。

同程旅行与中新经纬联合发布“Z世代”青年旅行消费报告

“Z世代”青年在旅行消费多元化方面正在发挥着越来越大的影响力，在一些细分领域正成为潮流的引领者，对旅行行业供需结构的变革发挥着越来越大的影响力。“Z世代”青年更加多元的消费需求正成为旅游供给“弹性化”、“碎片化”、“非标化”的重要推动力量。住宿消费领域的民宿、电竞酒店，休闲度假领域的深度游、“网红打卡地”等等，这些新消费潮流的兴起都离不开“Z世代”的贡献。作为一个可以“平视”世界的新时代青年，“Z世代”青年有着更强的文化自信，他们已经成为红色旅游产品的绝对消费主力，同时，他们“互联网原住民”的时代身份也在重塑红色旅游的产品创新趋势和产业格局。

4月新开业34家，国际本土酒店先后落地22城

据不完全统计，2022年4月新开业34家高端酒店，其中包括希尔顿酒店、皇冠假日酒店、万豪度假酒店等国际酒店品牌和以华天精选酒店、朗丽兹酒店等为代表的本土酒店品牌。

5. 上市公司重要公告

【宋城演艺】(300144.SZ) 2021 年年度报告

公司公布 2021 年年度报告，营业收入 11.85 亿元 (yoy+31.27%)，归母净利润 3.15 亿元 (yoy+117.98%)。

【宋城演艺】(300144.SZ) 2022 年一季报

公司公布 2022 年第一季度报告，营业收入 8,530.40 万元 (yoy-72.16%)，归母净利润-3,858.65 万元 (yoy-129.15%)

【科锐国际】(300662.SZ) 泰永康达收购科锐国际总结报告

泰永康达已完成收购北京翼马持有公司 35.74%股份，收购完成后，泰永康达成为公司直接股东。

【天目湖】(603136.SH) 合资公司关联进展公告

公司与天目湖控股集团共同出资设立动物王国旅游合资公司，近期已签订投资合作协议并完成了工商登记手续。

【豫园股份】(600655.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 122.38 亿元 (yoy+12.00%)，归母净利润 3.34 亿元 (yoy-42.18%)。

【广州酒家】(603043.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 7.47 亿元 (yoy+11.51%)，归母净利润 0.53 亿元 (yoy+10.36%)。

【科锐国际】(300662.SZ) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 21.92 亿元 (yoy+50.92%)，归母净利润 0.53 亿元 (yoy+35.57%)。

【*ST 腾邦】(300178.SZ) 终止上市风险通知

公司收到深交所终止上市事先告知书，存在股票终止上市风险。

【巴比食品】(605338.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 3.10 亿元 (yoy+22.38%)，归母净利润 145.28 万元 (yoy-89.46%)。

【凯撒旅业】(000796.SZ) 关于公司股东实际控制人变更暨权益变动的提示

海航旅游实际控制人变更为无实际控制人，海航航空集团实际控制人变更为方威先生，海航旅游与航空集团不再构成一致行动关系。

【金沙中国有限公司】(1928.HK) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 5.47 亿美元 (yoy-29.05%)，净利润为-3.36 亿美元 (yoy-57.75%)。

【新濠国际发展】(0200.HK) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报，营业收入 156.39 亿港元 (yoy+16.5%)，归母净利润为-38.09 亿港元 (yoy+39.92%)。

【海昌海洋公园】(2255.HK) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报，营业收入 24.60 亿元 (yoy+110.59%)，归母净利润为 8.45 亿元 (yoy+158.20%)。

【华住集团】(1179.HK) 2022 年第一季度经销业绩

公司公布 2022 年一季度经营业绩，截至 Q1 酒店数目 7868 家，其中 1299 家被政府征用，在营酒店日均房价 224 元 (yoy+7.2%)，入住率 59.2% (yoy-7.0pct)。海外方面，DH 客房收入持续回升，到 3 月恢复至 2019 年 65% 水平。

【首旅酒店】(600258.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 12.12 亿元 (yoy-4.64%)，归母净利润为-2.32 亿元 (yoy-27.73%)。

【天目湖】(600136.SH) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报，营业收入 4.19 亿元 (yoy+11.86%)，归母净利润为 0.52 亿元 (yoy-6.17%)。

【天目湖】(600136.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 5,613.01 万元 (yoy-28.05%)，归母净利润为-2,149.03 万元 (yoy-371.27%)。

【同庆楼】(605108.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报，营业收入 4.24 亿元 (yoy+5.04%)，归母净利润为 0.23 亿元 (yoy-27.67%)。

【同庆楼】(605108.SH) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报，营业收入 16.08 亿元 (yoy+24.11%)，归母净利润为 1.44 亿元 (yoy-22.17%)。

【云南旅游】(002059.SZ) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 1.98 亿元 (yoy-13.03%), 归母净利润为-924.93 万元 (yoy-330.19%)。

【复星旅游文化】(1992.HK) 授出期权及授出股份单位

公司以 10.69 港元/股价格授出 565.4 万份期权, 其中 122 万份授予 5 名公司董事; 公司授出 308.3 万份股份, 其中 124.6 万份授予公司及附属公司董事。

【味知香】(605089.SH) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报, 营业收入 7.65 亿元 (yoy+22.84%), 归母净利润为 1.33 亿元 (yoy+6.06%)。"

【味知香】(605089.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 1.86 亿元 (yoy+14.17%), 归母净利润为 0.36 亿元 (yoy+21.9%)。

【锦江酒店】(600754.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 23.22 亿元 (yoy+0.97%), 归母净利润为-1.20 亿元 (yoy+34.31%)。

【中青旅】(600138.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 13.81 亿元 (yoy-1.2%), 归母净利润为-1.12 亿元 (yoy-71.90%)。

【金陵饭店】(601007.SH) 2021 年年报

公司发布 2021 年年报, 营业收入 13.74 亿元 (yoy+20.5%), 归母净利润为 0.28 亿元 (yoy-35.39%)。

【金陵饭店】(601007.SH) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 3.79 亿元 (yoy+17.3%), 归母净利润为-928.42 万元 (yoy+31.71%)。

【岭南控股】(000524.SZ) 2022 年一季报

公司发布 2022 年一季报, 营业收入 1.87 亿元 (yoy-35.01%), 归母净利润为-0.76 亿元 (yoy-35.74%)。

6. 风险提示

可能存在疫情持续蔓延、宏观经济波动、政策变化等风险。餐饮、旅游行业整体受宏观经济波动影响，个人可支配收入以及消费能力对餐饮、旅游支出具有影响，旅游差旅需求也对酒店需求具有影响；免税行业受政策影响显著，税收、免税和海南等各方面政策均对行业有显著影响，可能存在政策落地不及市场预期等风险，对免税龙头的业务规模及盈利能力具有影响。

可能存在行业竞争激烈的风险。餐饮、旅游行业可能存在进入门槛低、竞争者进入导致竞争加剧的风险，导致上市公司也能面临业务规模受挤压、盈利水平降低的风险。

可能存在业务转型、市场开拓、产能提升等方面进度低于市场预期的风险。产业龙头积极进行业务扩展，但受到行业背景、资金情况以及战略落地等各方面影响，战略落地有进度低于市场预期的风险，导致业绩低于市场预期。

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

- 买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15% 以上；
- 增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5% 与 15% 之间；
- 中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -5% 与 5% 之间；
- 减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -15% 与 -5% 之间；
- 卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 -15% 以下。

行业投资评级：

- 增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5% 以上；
- 中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘 -5% 与 5%；
- 减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5% 以上。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

