



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](mailto:peiyf@avicsec.com)

## 社服行业周报： 疫情反复，预制菜成餐桌“心头好”

行业分类：社会服务

2022年05月22日

行业投资评级	增持
<b>基础数据（2022.05.20）</b>	
社会服务（申万）指数	9026.23
周涨跌幅	+1.25%
年涨跌幅	-18.25%

**近一年休闲服务行业指数走势**

资料来源：同花顺，中航证券研究所

### ➤ 上周行情：

社会服务（申万）板块指数周涨跌幅为+1.25%，在中万一级行业涨跌幅中排名 25/31。

上证指数（+2.02%）、深证成指（+2.64%）、沪深 300（+2.23%）和创业板指（+2.51%）。

子行业涨跌幅排名：SW 旅游及景区（+4.34%）、SW 教育（+3.22%）、SW 体育 II（+1.76%）、SW 专业服务（+1.46%）、SW 酒店餐饮（+1.10%）。

社会服务行业涨幅前五：\*ST 西域（+24.13%）、ST 开元（+18.22%）、中公教育（+14.97%）、三特索道（+14.52%）、大连圣亚（+13.49%）；

社会服务行业跌幅前五：ST 凯撒（-7.89%）、金陵饭店（-5.52%）、ST 明诚（-5.47%）、\*ST 易尚（-4.52%）、锦江酒店（-2.92%）。

### ➤ 核心观点：

近期，国内疫情多点散发，对传统线下消费短期影响较大的同时也催生了一些新型的生活方式。餐饮方面，受制于疫情宅家的影响，预制菜成为越来越多居家办公人员的餐桌新宠。艾媒数据显示，2022 年以来，预制菜销量大增，盒马 2022 年货消费数据预制年菜销售同比增长 345%；叮咚买菜春节期间高端预制菜的销量同比增长超过 3 倍，7 天卖出了 300 万份预制菜，而且客单价同比增长 1 倍；淘宝上的预制菜销量同比增长超 100%。央视网的报道指出，疫情爆发以来上海预制菜订单呈爆发式增长。某零售集团食品生鲜事业部负责人向央视表示，3 月份全国预制菜销售额同比增增长超 100%，上海地区近半个月同比增幅则超过 250%。随着消费对预制菜的认知度提升和消费习惯的培育，有望进一步催化行业的快速发展。NCBD（餐宝典）数据显示，2021 年中国预制菜市场规模超过 3000 亿元，预计到 2025 年将会突破 8300 亿元，其中在 C 端市场的规模占比将接近 30%。据《中国烹饪协会五年（2021-2025）工作规划》，目前国内预制菜渗透率只有 10%-15%，预计在 2030 年将增至 15%-20%。而在日本，预制菜的渗透率已经达到 60%以上，与日本饮食文化有一定相似程度的中国餐饮市场，预制菜的渗透率仍有较大提升空间，建议关注上下游产业链【千味央厨、味知香、广州酒家】。

**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

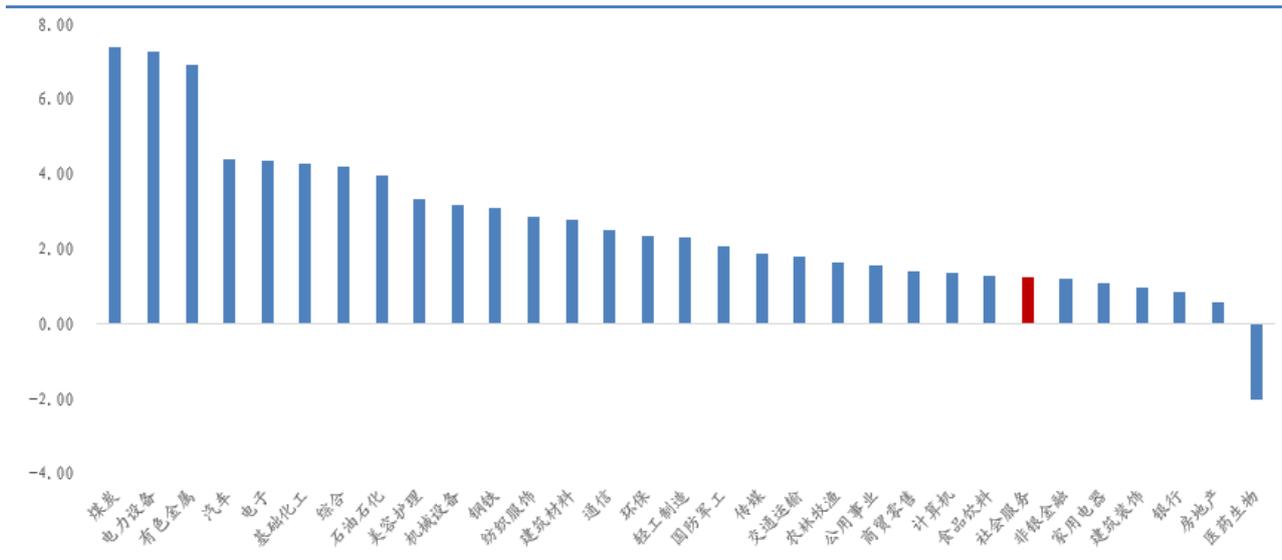
联系地址：北京市朝阳区望京街道望京东园四区2号楼中航产融大厦中航证券有限公司  
公司网址：[www.avicsec.com](http://www.avicsec.com)  
联系电话：010-59562524  
传真：010-59562637

## 一、市场行情回顾（2022.05.16-2022.05.20）

### 1.1 上周社会服务行业位列申万一级行业涨跌幅第 25

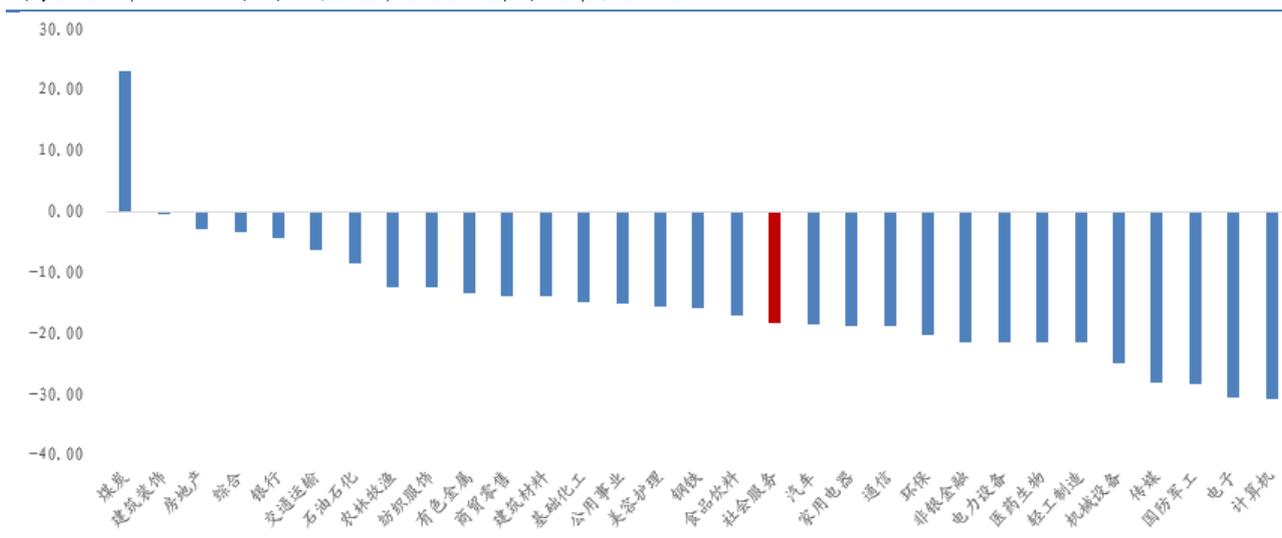
社会服务（申万）板块指数周涨跌幅为+1.25%，在申万一级行业涨跌幅中排名 25/31。

图表 1：申万一级子行业板块周涨跌幅排行（单位：%）



数据来源：同花顺、中航证券研究所

图表 2：申万一级子行业板块年涨跌幅排行（单位：%）



数据来源：同花顺、中航证券研究所

各基准指数周涨跌幅情况为：上证指数（+2.02%）、深证成指（+2.64%）、沪深 300（+2.23%）和创业板指（+2.51%）。

图表 3: 各基准指数涨跌幅情况

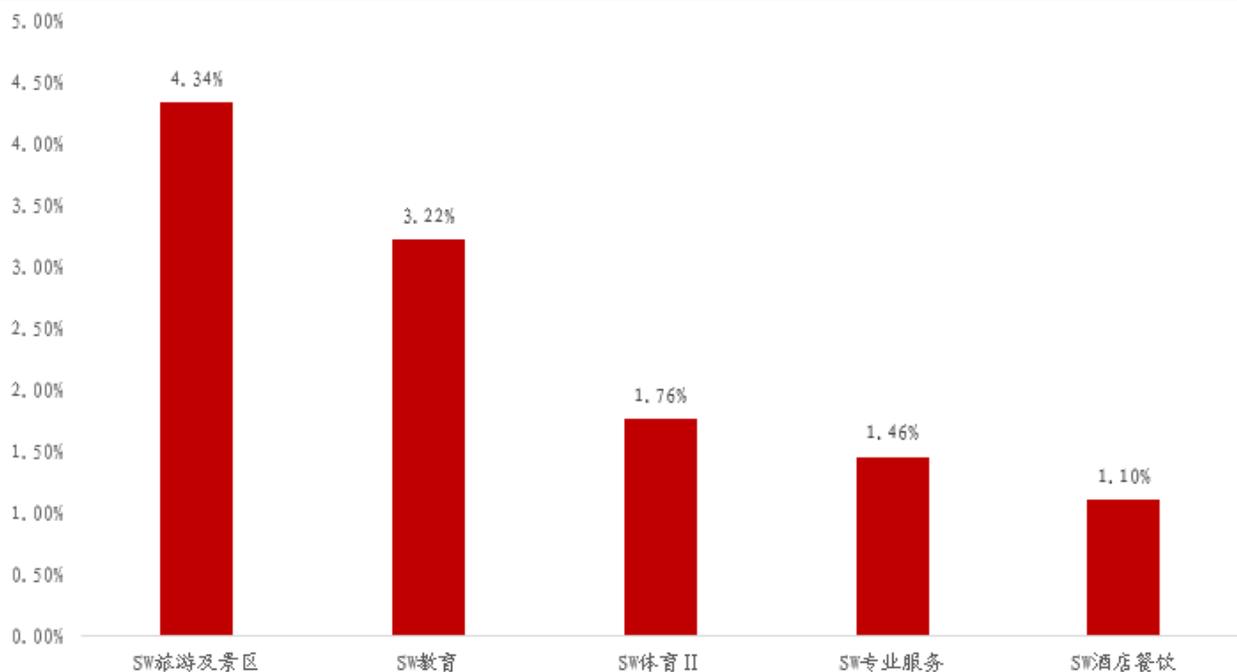
证券简称	收盘价	周涨跌幅 (%)	年涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)
社会服务(申万)	9026.23	1.25%	-18.25%	385.57
上证成指	3146.57	2.02%	-13.55%	18148.03
深证指数	11454.53	2.64%	-22.90%	22590.61
沪深 300	4077.60	2.23%	-17.46%	10874.52
创业板指	2417.35	2.51%	-27.25%	7274.25

数据来源: 同花顺、中航证券研究所

## 1.2 上周细分行业表现

分子行业来看, 本周社会服务各子行业涨跌幅排名: SW 旅游及景区 (+4.34%)、SW 教育 (+3.22%)、SW 体育 II (+1.76%)、SW 专业服务 (+1.46%)、SW 酒店餐饮 (+1.10%)。

图表 4: 本周社会服务 (申万) 子行业涨跌幅排名

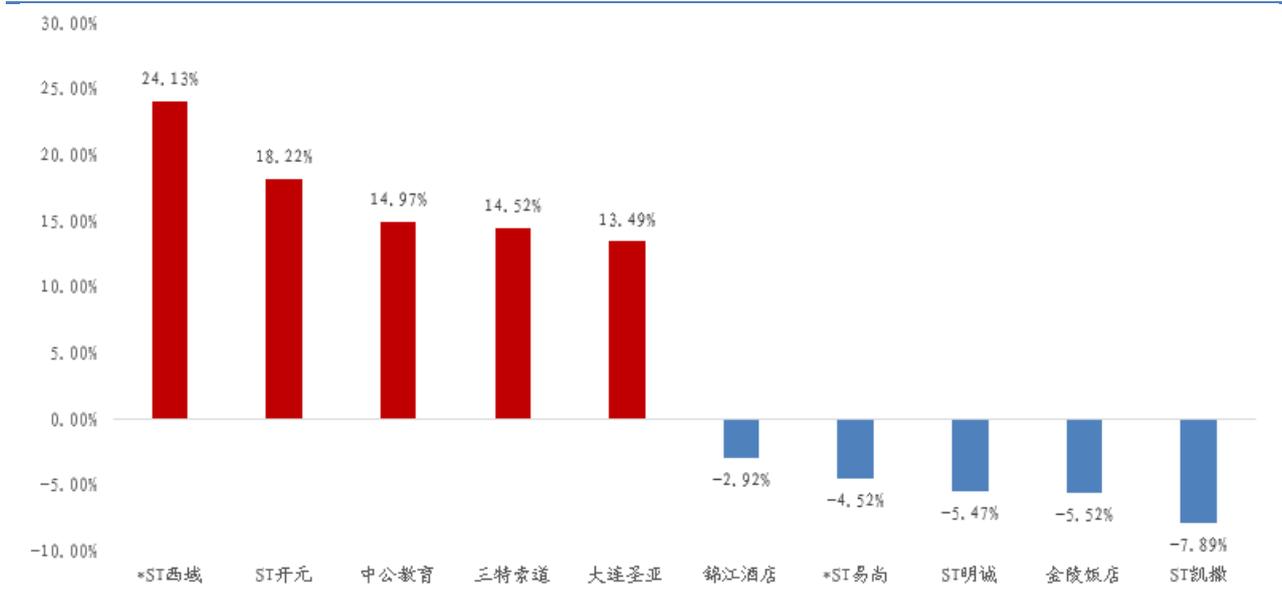


数据来源: 同花顺、中航证券研究所

## 1.3 上周个股表现

**社会服务行业涨幅前五:** \*ST 西域 (+24.13%)、ST 开元 (+18.22%)、中公教育 (+14.97%)、三特索道 (+14.52%)、大连圣亚 (+13.49%)；

**社会服务行业跌幅前五:** ST 凯撒 (-7.89%)、金陵饭店 (-5.52%)、ST 明诚 (-5.47%)、\*ST 易尚 (-4.52%)、锦江酒店 (-2.92%)。

**图表 5：本周社会服务（申万）个股涨跌幅前五名**


数据来源：同花顺、中航证券研究所

## 二、核心观点

**上海疫情进展：**在 22 日举行的上海市新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会上，上海市卫健委副主任赵丹丹表示，上海将分两个阶段进一步做好社区疫情防控工作。

第一阶段：从目前至 5 月 31 日，单日新增阳性感染者数进一步减少，不断缩小封控区和管控区范围；第二阶段：全市实施疫情风险地区划分，若区域内无封控区、管控区，则该区域可视作为低风险地区，解除防范区。“三区”管控措施方面，封控区封闭管理期间实行“区域封闭、足不出户、服务上门”。管控区实行“人不出小区(单位)，严禁聚集”；防范区实行“强化社会面管控，严格限制人员聚集规模”。

在第二阶段，原则上，疫情中高风险地区以居民小区、自然村、单位等作为最小划定范围，可适当扩大至毗邻风险区域。在划定为疫情中高风险地区后，将实施 14 天封闭管理，人员足不出户，服务上门；每天进行 1 次核酸检测。区域内报告最后一例阳性感染者后，如连续 14 天无新增阳性感染者，该区域降为疫情低风险地区。

**北京疫情进展：**北京市疾病预防控制中心副主任刘晓峰 22 日在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上介绍，5 月 22 日 0 时至 15 时，北京市新增本土新冠肺炎病毒感染者 67 例。自 5 月 21 日发布会后（5 月 21 日 15 时至 22 日 15 时），新增本土新冠肺炎病毒感染者 94 例。其中，管控人员 77 例，社会面筛查 17 例。全市目前生活必需品货源充足，供应稳定。各封管控小区内超市门店、生鲜电商前置仓正常营业，能够保障市民生活必需品供应需求。

近期，国内疫情多点散发，对传统线下消费短期影响较大的同时也催生了一些新的生活方式。餐饮方面，受制于疫情宅家的影响，预制菜成为越来越多居家办公人员的餐桌新宠。艾媒数据显示，2022年以来，预制菜销量大增，盒马2022年货消费数据预制年菜销售同比增长345%；叮咚买菜春节期间高端预制菜的销量同比增长超过3倍，7天卖出了300万份预制菜，而且客单价同比增长1倍；淘宝上的预制菜销量同比增长超100%。央视网的报道指出，疫情爆发以来上海预制菜订单呈爆发式增长。某零售集团食品生鲜事业部负责人向央视表示，3月份全国预制菜销售额同比增长超100%，上海地区近半个月同比增幅则超过250%。

预制菜品的定义理解，它是指以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，经预加工（如：分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味）而成的成品或半成品。疫情以来，京东七鲜、美团买菜、饿了么、盒马、每日优鲜、叮咚买菜等先后入局预制菜市场。对于B端餐饮企业，受疫情的影响经营困难，而预制菜的制作成本低、利润率更高；对于C端消费者，疫情催生“宅经济”，预制菜兼备方便、快捷、口味多样等优势，成为越来越多家庭餐桌上的新宠儿，销量大增。

**投资建议：**随着消费对预制菜的认知度提升和消费习惯的培育，有望进一步催化行业的快速发展。NCBD（餐宝典）数据显示，2021年中国预制菜市场规模超过3000亿元，预计到2025年将会突破8300亿元，其中在C端市场的规模占比将接近30%。据《中国烹饪协会五年（2021-2025）工作规划》，目前国内预制菜渗透率只有10%-15%，预计在2030年将增至15%-20%。而在日本，预制菜的渗透率已经达到60%以上，与日本饮食文化有一定相似程度的中国餐饮市场，预制菜的渗透率仍有较大提升空间，建议关注上下游产业链【千味央厨、味知香、广州酒家】。

### 三、行业新闻动态

#### ➤ 北京暂停堂食后 餐饮巨头线上订单激增 远超去年同期

近期国家统计局数据显示，4月份全国餐饮收入2609亿元，同比下降22.7%，餐饮业亟待复苏。为遏制疫情，5月1日以来北京暂停提供堂食服务，餐饮业再度遭受冲击。疫情之下不少餐饮企业自发应对，采取多种举措渡过难关，多家餐饮巨头线上订单量激增。麦当劳和汉堡王订单量都超过去年同期水平，海底捞5月上旬北京外送订单量和销售额，环比4月份增长达260%。（来源：每日经济新闻）

#### ➤ 《旅游景区解说服务规范》拟新增解说服务认证

5月18日，全国旅游标准化技术委员会对其发布的《旅游景区解说服务规范》（修订稿）（以下简

称《规范》)公开征求意见。《规范》规定了旅游景区人员解说服务、电子解说服务、解说服务认证、解说服务的组织与管理等质量要求,适用于全国各类旅游景区在接待旅游团(者)过程中提供的解说服务及相关旅游服务。

针对人员解说服务,《规范》提出,掌握法律法规知识、旅游常识、旅游景区管理规章制度知识、政治经济和社会知识,旅游景区历史、地理、文化和民俗知识,心理学知识、美学知识等,了解和掌握旅行团(者)游览目的地概况及经济社会和旅游发展基本情况;具备一定的安全急救能力,能妥善处理解说过程中发生的特殊疑难问题和突发事件。

《规范》指出,具有一定规模的旅游景区,应有计划地对解说服务工作进行认证,建立健全旅游景区解说服务质量的检查机构,以提升解说员的解说服务质量和解说服务能力。申请者必须在笔试、游客满意度调查 2 个项目的评估中,均获得“合格”的成绩,才被认定为通过旅游景区解说服务认证。(来源:北京商报)

#### ➤ 消费者出游行为迎转变 “露营”成新投资热地

“五一”假期首日,携程平台上的“露营”访问热度就达到历史峰值,搜索热度环比上周增长 90%;去哪儿大数据平台上,假期露营相关产品(住宿、出游)的预订量也是去年的 3 倍,可以露营的公园门票销量同比去年涨幅超 4 成,部分城市露营地周边酒店预订量同比去年涨幅达 1.5 倍;飞猪假日期间露营订单量环比也较上月增长超 350%,90 后年轻用户和 80 后亲子人群成为主力。露营旅行的辐射效应也直接带动了露营地周边的旅游商家热度,对目的地旅游经济亦产生带动效应。去哪儿平台上部分城市露营地周边酒店预订量同比去年涨幅也高达 145%;携程平台上带有“露营”标签的相关酒店、民宿订单量较清明假期增长 153%。以露营地发展较快的湖州市为例,假期的整体旅游产品订单量增长 54%,酒店、民宿订单量分别增长 57%、144%。

热潮之下,便携小家电也迎来了新的需求场景。小电锅、烧水壶、多功能锅,咖啡机等,纷纷被大众玩家“解锁”新场景。记者从美的集团了解到,近期美的生活电器的便携水壶、随行杯、便携式小风扇等产品,都有着不错的市场表现。来自苏宁易购小长假消费数据显示,露营相关的烧烤炉销量同比上涨 131.06%,多功能料理锅同比上涨 670.7%,帐篷、天幕、吊床、野餐垫等小单品的销量也同比上涨 284.3%。来自企查查数据显示,近十年来,我国“露营地”相关企业注册量逐年上升,目前我国共有超过 4.1 万家相关企业。2021 年新增相关企业 2.1 万家,同比增长 139.50%,是近十年来相关企业注册量最多的一年。露营地相关企业注册资本多分布于 500 万以内。(来源:经济参考报)

### ➤ 云南省发布系列奖补实施方案促进旅游市场恢复

5月18日，云南省文化和旅游厅就“旅行社通过包机、专列组织省外游客入滇”“旅游协会和企业赴省外开展市场营销活动”“州、市人民政府举办大型节庆活动”“新媒体平台开展营销推广”等四个方面发布相应的奖补实施方案，切实促进旅游市场恢复，提振行业信心与活力。奖补实施方案进一步落实落细云南省人民政府办公厅印发的《关于精准做好疫情防控加快旅游业恢复发展若干政策措施》（以下简称《若干政策措施》）相关精神。

《若干政策措施》鼓励各类主体“引客入滇”，对通过包机、专列等方式，组织省外游客入滇且上座率达50%以上的旅行社，省财政按照每架（趟）次给予一次性3万元的奖励；对参加省、州（市）组织的赴省外开展市场营销推广活动的旅游协会和企业，省财政按照每次每家补助1万元，同一协会和企业最多每年累计补助5万元。按程序批准的以州、市人民政府名义举办的节庆活动，对游客参与度较高的，省财政给予每个活动50万元补助；对有重大推广传播贡献的账号，省财政给予一次性最高5万元奖励；对有现象级推广传播贡献的账号，省财政给予一次性最高100万元奖励。（来源：云南网）

### ➤ 预制菜行业“区域性团体标准”渐次出台 头部企业引领行业不断升级

近段时间，预制菜“江湖”相继有不同“门派”发布“门规”。如广东省成立了预制菜产业联合研究院，发布7项团体标准；山东潍坊喊出“打造中华预制菜产业第一城”口号后，下辖“中国蔬菜之乡”的寿光市近日相继出台4项团体标准，并于5月18日举办了一场区域性的预制菜行业“英雄大会”。

作为预制菜产业大省的广东省近日成立了预制菜产业联合研究院并发布了7项团体标准，意在增强广东预制菜的核心竞争力，并将重点开展粤菜三大菜系预制菜产业链标准体系建设工作。（来源：证券日报网）

## 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替行使独立判断。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。