

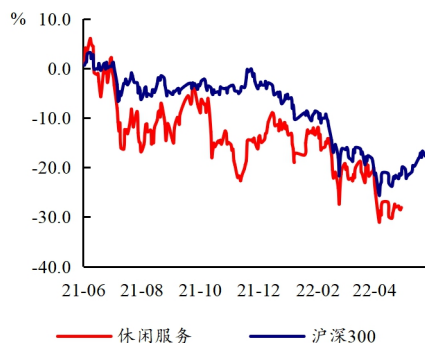


评级 推荐（维持）

报告作者

 作者姓名 汪玲
 资格证书 S1710521070001
 电子邮箱 wangl665@easec.com.cn

股价走势



相关研究

《【社服】政策助力跨省游回暖，期待618节日催化_20220613》2022.06.13
 《【社服】端午出行热情回补，免税或将迎来加速发展期_20220606》2022.06.07
 《疫情影响不改长期增长逻辑，疫情形势转好后有望加速复苏》2022.05.24
 《国货崛起正当时，有望与免税行业发展形成良性循环》2022.05.23
 《海口国际免税城将于国庆节前开业，中免“三亚+海口”守望布局前景可期》2022.05.16

数字藏品风口正盛，赋能文旅 IP 流量新窗口——社服行业周报

上周行情回顾：

上周（06.13-06.17）社会服务板块（申万）上涨2.08%，上证综指上涨0.97%，深证成指上涨2.46%，沪深300上涨1.65%，社会服务板块上周跑赢上证综指1.10个百分点，在申万34个一级子行业周涨跌幅中排名第12位。

核心观点：

数字藏品风口正盛，赋能文旅 IP 流量新窗口。数字藏品与国家文化数字化战略相契合，运用新型技术和创新的交易平台将优秀文化创新融合，打造数字化文化消费新场景。目前行业处于加速发展的初期阶段，据中国科学网《2021年中国数字藏品（NFT）市场分析总结》，不完全统计中，2021年国内数字藏品（NFT）发行平台多达38家，各发售平台发售物品数量约456万个，总发行量市值约1.5亿。据头豹研究院测算，中国 NFT 市场规模在2026年将达到295.2亿元，行业市场发展空间广阔。对于文旅企业，数字+文化塑造强 IP 引流，地域特色历史及文化以数字藏品作为载体将线上流量转化为线下流量，部分景区通过数字藏品附带景区门票等方式，实现数字+文化+旅游相融合。此外数字藏品拍卖的稀缺性、其所具有的低成本高毛利的优势，可作为其他收入丰富文旅企业收入结构。在行业发展初期，初创企业层出不穷，具备数字藏品交易平台资质及国资背景的平台具备长期持续发展的天然优势。

投资建议

建议关注三条主线：1）具备丰富 IP 内容，通过数字藏品途径，丰富 IP 内容变现形式，实现 IP 流量转化，盘活实体价值的部分文旅企业及传媒公司；2）以参股或战略合作的方式与文交所共同开展数字藏品相关业务战略合作的企业；3）部分专注数字藏品平台型企业。相关标的：曲江文旅、黄山旅游、三人行、视觉中国、三七互娱等。

公司公告及行业信息：

九华旅游：2021 年年度权益分派实施公告：本次利润分配以方案实施前的公司总股本110,680,000股为基数，每股派发现金红利0.17元（含税），共计派发现金红利18,815,600元。**云南旅游变更公司董事长：**云南旅游股份有限公司董事会于近日收到公司董事长张睿先生的书面辞职报告。张睿先生因工作变动，申请辞去公司董事长、董事职务，并同时辞去公司董事会战略委员会召集人职务。张睿先生辞职后未在公司担任任何职务。**大学生暑期旅行人均消费增长40%：**携程平台数据显示，上

周暑期旅行产品搜索热度较前一周继续提升 60%，较上月同期提升超过 9 倍。更细分来看，18-22 岁的高中毕业生至大学生群体已成为暑期旅行的“先行军”，6 月上旬订单量环比上月同期增长达 83%，人均消费同比提升近 40%。同时，暑期亲子出游意愿也呈攀升趋势，近两周亲子机票订单出现强劲复苏，环比前两周上涨 209%，将远途旅行规划在暑期亲子游日程中的家庭逐步扩大。

上海迪士尼乐园酒店间夜量增长超 4 倍：6 月 16 日起，上海迪士尼小镇、上海迪士尼乐园酒店恢复运营。飞猪数据显示，官宣恢复营业当日，上海迪士尼飞猪官方旗舰店访问量较前一日快速拉升 227%。6 月 15 日，上海迪士尼乐园酒店间夜量与 3 月正常营业期的日均间夜量相比，增长超 4 倍。

民航局：正与部分国家商谈，逐步、稳妥增加定期国际客运航班：疫情以来，民航局按照党中央国务院决策部署，采取科学、精准、动态的国际客运航班调控措施，在保持与 54 国定期国际客运航线基本通联的同时，有效防止疫情跨境传播。在确保防疫安全前提下，有序安排国际航班运行既有利于我国经济发展和中外人员往来，也是实现航空运输业可持续发展的需要。目前，在国务院联防联控机制统筹下，民航局正在与部分国家商谈，逐步、稳妥增加定期国际客运航班，满足人员往来需要。

风险提示：

政策风险：目前行业仍处于发展初期，政策有待细化，针对数字藏品金融属性弱化的相关规范或日趋严格，部分企业相关业务的开展和合作或将在政策导向下，进展预期受阻。

技术风险：区块链及相关技术或存在漏洞，造成交易、版权归属、流动、投机等相关风险损失。

市场风险：行业目前高速发展，产业链上中下游，各企业争相入局，市场秩序规范难度增大，部分企业在竞争中优势减弱，造成收入不及预期。

正文目录

1. 数字藏品创新起步，广阔市场未来可期.....	4
1.1. 稀缺属性加成，国内市场加速发展.....	4
1.2. 政策保驾护航，获 Z 世代消费者群体青睐.....	4
2. 数字藏品风生水起，数字+文化+旅游模式开启文旅企业 IP 流量转化新进程.....	5
2.1. 国资系入场及文交所战略合作的达成，有助规范行业发展秩序.....	6
3. 投资建议.....	6
4. 板块行情分析.....	7
4.1. 板块总体行情.....	7
4.2. 重点覆盖子板块行情.....	8
4.3. 个股行情.....	8
4.4. 板块沪深港通活跃个股情况.....	9
4.5. 重点标的沪港通持股占流通 A 股、港股比例.....	9
4.5.1. 中国中免沪股通持股占流通 A 股比例.....	9
4.5.2. 锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例.....	10
4.5.3. 首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例.....	10
4.5.4. 海底捞港股通持股占港股总股数比例.....	11
4.5.5. 呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例.....	12
4.6. 板块估值水平.....	12
5. 近期股东大会提醒.....	12
6. 重点公司公告.....	13
7. 重点行业新闻.....	14
8. 风险提示.....	17

图表目录

图表 1. 上周社服板块跑输上证综指、沪深 300、深证成指(%).....	7
图表 2. 上周 (06.06-06.10) 社会服务板块在申万行业涨跌幅中排名 17/34.....	7
图表 3. 上周社会服务板块跑赢酒店餐饮、人工景点、自然景点、旅游综合板块指数.....	8
图表 4. 呷哺呷哺、中国中免、海底捞涨幅居前.....	9
图表 5. *ST 东海 B、*ST 东海 A、*ST 腾邦跌幅居前.....	9
图表 6. 上周社会服务板块沪股通活跃个股情况.....	9
图表 7. 中国中免沪股通持股占流通 A 股比例.....	10
图表 8. 锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例.....	10
图表 9. 首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例.....	11
图表 10. 海底捞港股通持股占港股总股数比例.....	11
图表 11. 呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例.....	12
图表 12. 社服板块 PE 周度环比下降.....	12
图表 13. 近期社会服务行业上市公司股东大会提醒.....	13

1. 数字藏品创新起步，广阔市场未来可期

1.1. 稀缺属性加成，国内市场加速发展

数字藏品是使用区块链技术通过唯一标识确认权益归属的数字作品、艺术品和商品。其形式包括但不限于数字画作、图片、音乐、视频、3D 模型等各种形式，能够在区块链对其所有者进行确权，并对后续的流转进行追溯。数字藏品起源于国外的 NFT（Non-Fungible Token），即为“非同质化代币”，其本质为一种储存在区块链上的不可交换的数据单位。进入国内市场后，NFT 弱化其交易属性，更多以“数字藏品”身份出现。

数字藏品具有三大核心价值：数字内容资产化、数字资产确权化、创作回报持续性。之前用户只能享受数字内容使用权，区块链技术赋予数字藏品的唯一性使数字内容真正成为一项资产。同时，这种技术能够进行确权，对后续的流转进行追溯。而数字藏品独特的交易方式，提高了内容创作者的商业地位，从而作者能够从后续的流转中获得持续的版税收益。同时数字藏品具有三大属性：社交性、故事性、落地性。目前数字藏品的主要消费群体为年轻人，因此企业考虑年轻人身份象征和社交价值，通过圈层归属增加游客的认同感和归属感，打造其社交性。故事性来自于产品自身的文化属性和企业的 IP 打造。落地性指企业通过数字藏品的开发，实现线上线下的转化，最终服务于实体经济。

仍处发展初期，中国数字藏品百亿蓝海市场空间广阔。2021 年，数字藏品市场总市值已达 1.5 亿。据中国科学网《2021 年中国数字藏品（NFT）市场分析总结》，不完全统计中，2021 年国内数字藏品(NFT)发行平台多达 38 家，各发售平台发售物品数量约 456 万个，总发行量市值约 1.5 亿，平均售价约 33.33 元。Acumen Research and Consulting 发布报告称，2021 年，全球 NFT 市场的规模为 160 亿美元，预计到 2030 年将达到 2120 亿美元，2022 年至 2030 年期间复合年均增长率（CAGR）为 33.7%。据头豹研究院测算，中国 NFT 市场规模在 2026 年将达到 295.2 亿元。

目前数字藏品国内市场火热，各大公司相继开始赛道布局。2021 年 6 月，支付宝联合敦煌美术研究所，在“蚂蚁链粉丝粒”的支付宝小程序上全球限量发布了“敦煌飞天”和“九色鹿”两款 NFT 皮肤。同年 8 月，腾讯上线了国内首个 NFT 交易 App “幻核”。按照藏品的发行质量、数量、平台流量、藏品文化内涵、区块链技术水平等综合因素考虑可将发售平台可分为三个梯队，而第一梯队有 8 家，分别为：鲸探、幻盒、灵稀数字藏品、嗨易购、红宇宙、洞壹远典、红洞数藏、丸卡，这 8 家平台背后都有上市公司的身影。

1.2. 政策保驾护航，获 Z 世代消费者群体青睐

今年 5 月，中办国办印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，

利好数字藏品长期发展。《意见》明确，要加快文化产业数字化布局，在文化数据采集、加工、交易、分发、呈现等领域，培育一批新型文化企业，引领文化产业数字化建设方向。在未来发展过程中，数字藏品优势在于利用了区块链等新兴技术和创新的交易平台，同时可以与优秀文化创新融合，从而打造数字化文化消费新场景，契合了国家战略的未来发展方向。因此，从长远来看，数字藏品与国家文化数字化战略不谋而合，政策扶持将成为其技术进一步发展、市场进一步扩大的强力保障。

数字藏品成功获得 Z 世代消费者群体青睐。大多数数字藏品的发行者把目标受众投向“Z 世代”，即出生于 1995 年至 2009 年的年轻人，他们对数字艺术充分接纳。对“Z 世代”而言，数字藏品所带来的“虚拟时尚”是新鲜与潮流的体现，这些数字藏品虽然“摸不着”，但发朋友圈、晒图既能满足年轻人的社交需求，又能吸引更多年轻人“入圈”数字藏品。

2. 数字藏品风生水起，数字+文化+旅游模式开启文旅企业 IP 流量转化新进程

IP 价值为数字藏品核心竞争力，线上线下联动，提高品牌吸引力。文旅选择发售数字藏品产品时，除了出售给公司业务带来的额外营收之外，数字藏品可与线下联动，形成“线上获客，线下消费”的闭环。通过线上售卖形式提高品牌知名度和消费者的认可程度，结合线下兑换权益产生线下流量的附加价值。博物馆、旅游景区推出的文旅数字藏品受到消费者热捧，部分产品出现“秒售罄”现象。文旅企业以文物、景区、戏曲等文化衍生品为根据制造数字藏品，可以让消费者近距离收藏和欣赏。通过数字藏品赋予企业年轻化的标签，拉近企业与年轻消费者之间的距离，此外，近年来景区受到疫情冲击，客流量大幅下降，在空白期推出数字藏品能够刺激消费者出游欲望，助力景区业务复苏。

以曲江文旅为例，近两年，公司利用旗下 IP，与其他公司联合开发多个系列数字藏品，其中仅大唐不夜城就开发了多个系列数字藏品。2021 年 11 月，大唐不夜城与西安数字光年软件开发有限公司联合打造的“大唐开元”系列数字藏品上线，系列包含两个数字藏品“大唐开元·钟楼”“大唐开元·小雁塔”上线，每个数字藏品共发行 10000 份，上线后数秒全部售完。之后，大唐不夜城又相继上线不同系列的数字藏品，今年 2 月，大唐不夜城联合潮文创，打造寅虎年生肖五福之“虎一喵”数字藏品；2 月 5 日大唐不夜城联合曲江文旅限量发售“2022 中国年·迎财神数字藏品”；3 月，大明宫联合杭州旭航网络科技有限公司限量发售“O 宇宙·千宫系列”数字藏品，3 万份藏品累计 9 分钟全部售罄；4 月 27 日起，曲江文旅联合大唐芙蓉园、大唐不夜城、大明宫发售的大唐盛世系列主题数字藏品正式上线。这些限量数字藏品受到消费者的喜爱，在开售之后几秒至几分钟的时间内全部售罄。丰富的数字藏品给公司带来了可观的额外收入和品牌效

应。

2.1. 国资系入场及文交所战略合作的达成，有助规范行业发展秩序

国资系入场及文交所战略合作的达成，有助于引导数字藏品交易平台发展规范。行业发展初期，具备数字藏品交易平台资质及国资背景的平台具备长期持续发展的天然优势。当前国内数字藏品相关平台超过 300 多家，由于开发数字藏品技术壁垒不高，除头部阿里、腾讯旗下数字藏品交易平台外，初创企业争先涌入，行业鱼龙混杂。部分平台开设二级市场，行业规范及监管条例仍有待完善。此外，根据 4 月 13 日中国互联网金融协会、中国银行业协会和中国证券业协会联合发布《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》，NFT 金融化证券化倾向将被坚决遏制，未来随行业监管细化，不合规的交易平台将被出清。根据杭州日报，杭州市国资企业杭数交旗下专注数字藏品的子品牌虚猕数藏亮相，国资系平台入场，有望规范行业发展模式。数字藏品正处于高速发展的初期，其正面价值受到人民日报的肯定，拥有广阔的市场前景。文交所全称文化产权交易所，是国有文化企业产权交易的主要场所，也有望成为文化数据要素市场的重要组成部分。企业以参股或战略合作的方式与文交所共同开展数字藏品业务，未来发展前景可观。部分地区文交所通过战略合作等方式共同创建数字藏品交易平台。2022 年 1 月，浙文互联与浙江文交所进行战略合作会议，将联手打造 NFT 数字藏品艺术社区。山东文化产权交易所联合山东省互联网传媒集团建设了山东首个国有数字藏品交易服务平台“海豹数藏”。三人行与北京文交所签订《战略合作框架协议》，共同建立数字文化创意产品交易平台。2021 年 6 月博瑞传播实现成都文交所 45% 的参股比例，致力于成都文交所数字文化资源交易平台的打造。

3. 投资建议

数字藏品与国家文化数字化战略相契合，运用新型技术和创新的交易平台将优秀文化创新融合，打造数字化文化消费新场景。目前行业处于加速发展的初期阶段，市场空间广阔。对于文旅企业，数字+文化塑造强 IP 引流，地域特色历史及文化以数字藏品作为载体将线上流量转化为现下流量，实现数字+文化+旅游相融合。此外数字藏品拍卖的稀缺性、其所具有的低成本高毛利的优势，可作为其他收入丰富文旅企业收入结构。在行业发展初期，初创企业层出不穷，具备数字藏品交易平台资质及国资背景的平台具备长期持续发展的天然优势。

建议关注三条主线：1) 具备丰富 IP 内容，通过数字藏品途径，丰富 IP 内容变现形式，实现 IP 流量转化，盘活实体价值的部分文旅企业及传媒公司；2) 以参股或战略合作的方式与文交所共同开展数字藏品相关业务战略合作的公司；3) 部分专注数字藏品平台型企业。相关标的：曲江文旅、

三人行、视觉中国、三七互娱等。

4. 板块行情分析

4.1. 板块总体行情

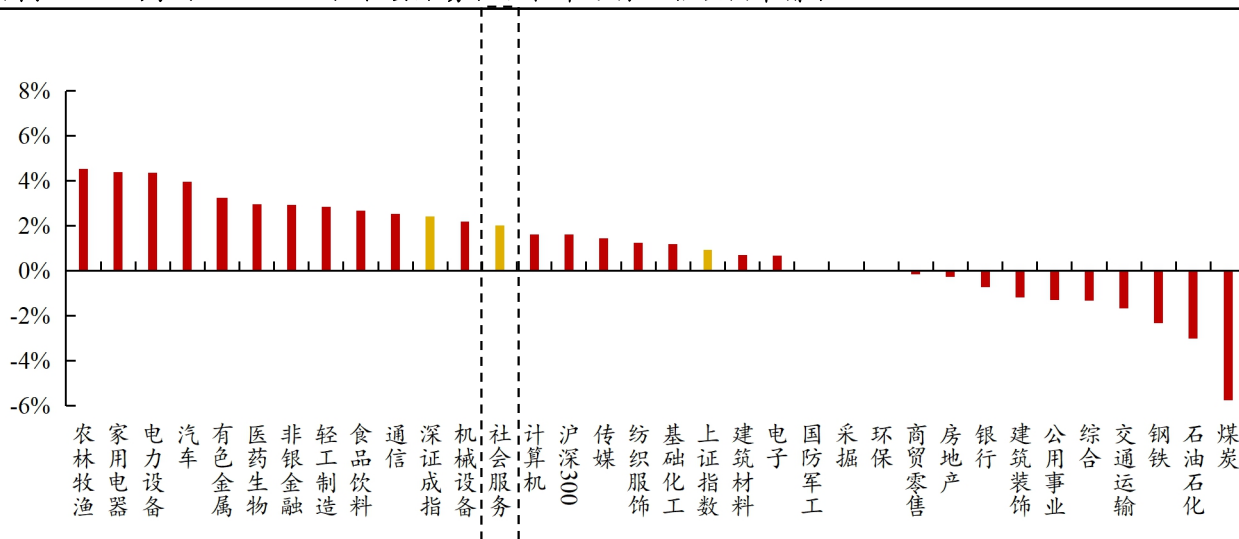
上周(06.13-06.17)社会服务板块(申万)上涨2.08%，上证综指上涨0.97%，深证成指上涨2.46%，沪深300上涨1.65%，社会服务板块上周跑赢上证综指1.10个百分点，在申万34个一级子行业周涨跌幅中排名第12位。

图表 1. 上周社服板块跑输上证综指、沪深300、深证成指(%)

板块	上周(06.13-06.17)		本月(06.01-06.17)		2022年初至今(01.01-06.17)	
	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益
上证综指	0.97	1.10	4.09	-2.38	-8.87	-4.58
深证成指	2.46	-0.38	6.97	-5.26	-17.00	3.55
沪深300	1.65	0.42	5.32	-3.60	-12.78	-0.68
社会服务	2.08		1.71		-13.45	

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

图表 2. 上周(06.13-06.17)社会服务板块在申万行业涨跌幅中排名 12/34

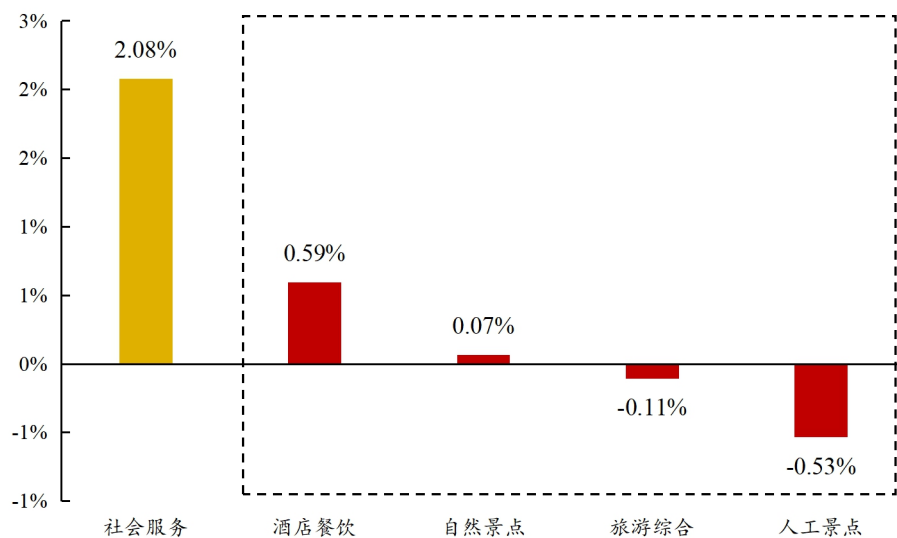


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4.2. 重点覆盖子板块行情

分子行业来看，上周社会服务各重点覆盖子板块酒店餐饮、自然景点上涨，旅游综合、人工景点下跌。子板块涨跌幅依次为酒店餐饮（0.59%）、自然景点（0.07%）、旅游综合（-0.11%）、人工景点（-0.53%）。

图表 3. 上周社会服务板块跑赢酒店餐饮、人工景点、自然景点、旅游综合板块指数

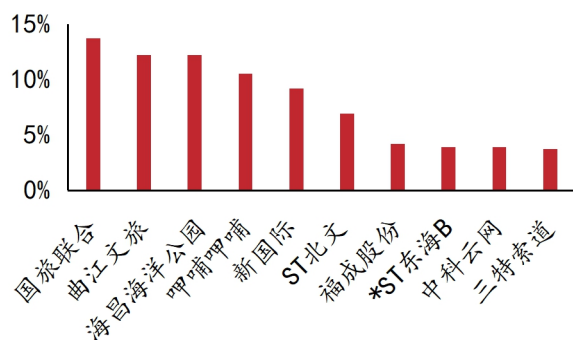


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4.3. 个股行情

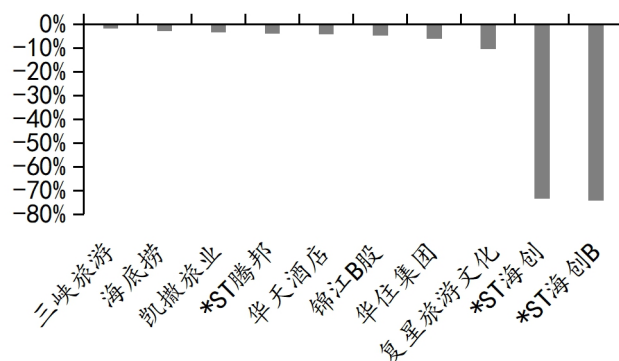
个股方面，上周国旅联合、曲江文旅、海昌海洋公园涨幅居前，复星旅游文化、*ST 海创、*ST 海创 B 跌幅居前。

图表 4. 国旅联合、曲江文旅、海昌海洋公园涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表 5. 复星旅游文化、*ST 海创、*ST 海创 B 跌幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.4. 板块沪深港通活跃个股情况

上周(06.13-06.17), 沪深港通各自前十大活跃个股中社会服务行业公司共计一家, 其中沪股通 1 家: 中国中免; 深股通 0 家。中国中免上周净买入额为 1.17 亿元。

图表 6. 上周社会服务板块沪股通活跃个股情况

日期	沪股通上榜公司	成交净买入(亿元)	合计(亿元)
06.13	中国中免	-2.68	-2.68
06.14	中国中免	0	0
06.15	中国中免	1.61	1.61
06.16	中国中免	0	0
06.17	中国中免	2.24	2.24

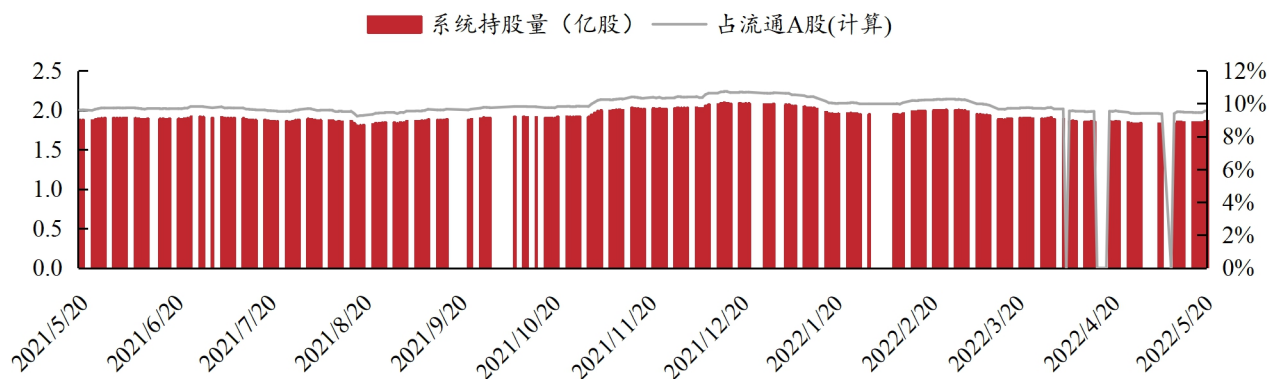
资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5. 重点标的沪港通持股占流通 A 股、港股比例

4.5.1. 中国中免沪股通持股占流通 A 股比例

中国中免沪股通持股占流通 A 股比例自 2021 年初至 8 月中旬呈下降趋势, 2021 年 8 月下旬开始快速上升, 2021 年 12 月下旬开始呈下降, 近日有所上升。截至 2022 年 6 月 17 日, 中国中免沪股通持股占流通 A 股比例为 10.39%。

图表 7. 中国中免沪股通持股占流通 A 股比例

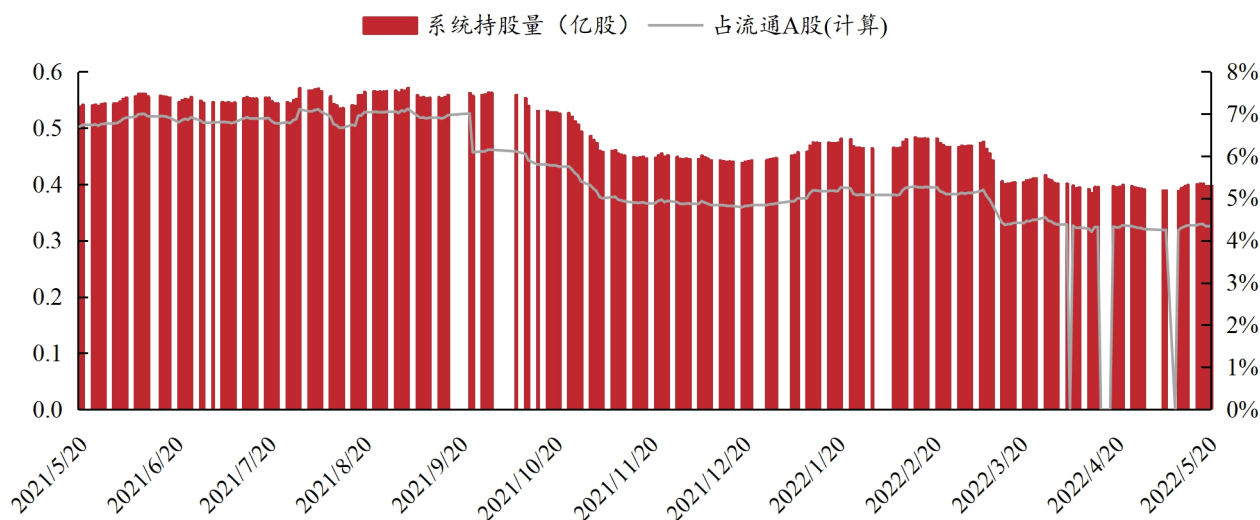


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5.2. 锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例

锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例自 2021 年初以来较为稳定, 保持在 6.5% 左右, 10 月中旬至 11 月中旬有所下降, 而后稳定在 5% 左右, 2022 年三月下旬有所下降, 截至 2022 年 6 月 17 日锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例为 4.47%。

图表 8. 锦江酒店沪股通持股占流通 A 股比例



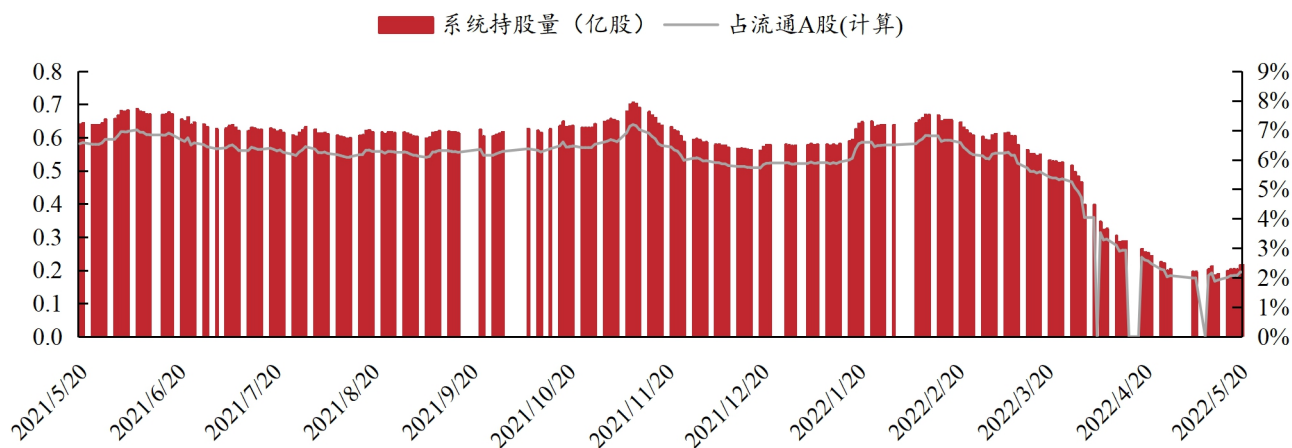
资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5.3. 首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例

首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例自 2021 年初以来呈下降趋势, 2021 年 11 月中旬达到 7.19% 迎来短期内峰值, 随后持续下降至 2021 年最

低值 5.71% 后小幅回升，随后持续下降，截至 2022 年 6 月 17 日首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例为 2.39%。

图表 9. 首旅酒店沪股通持股占流通 A 股比例

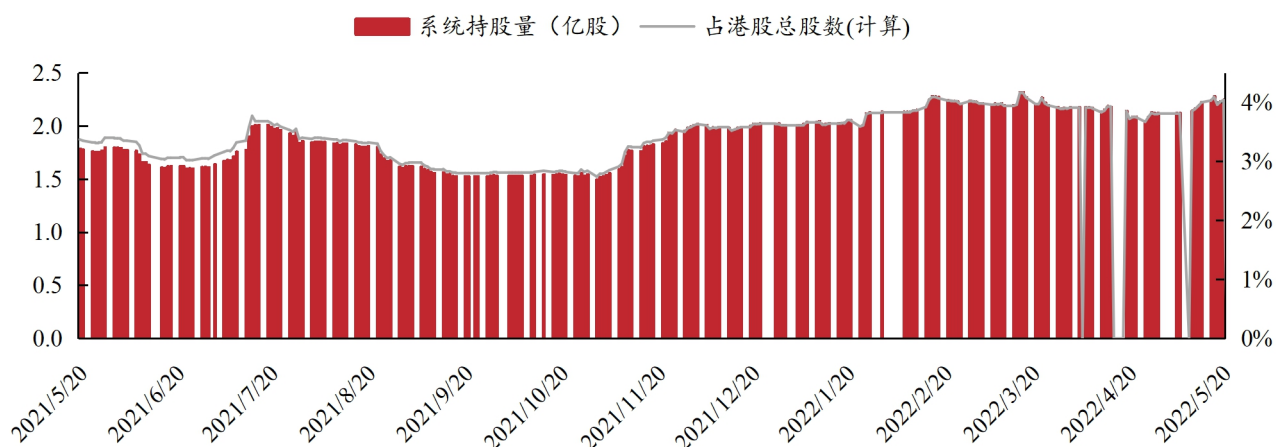


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5.4. 海底捞港股通持股占港股总股数比例

海底捞港股通持股占港股总股数比例整体浮动较大，自 2021 年 11 月以来快速上升至 3.6% 左右，12 月整体比例维持在 3.5% 左右，截至 2022 年 6 月 17 日，海底捞港股通持股占港股总股数比例为 4.26%。

图表 10. 海底捞港股通持股占港股总股数比例

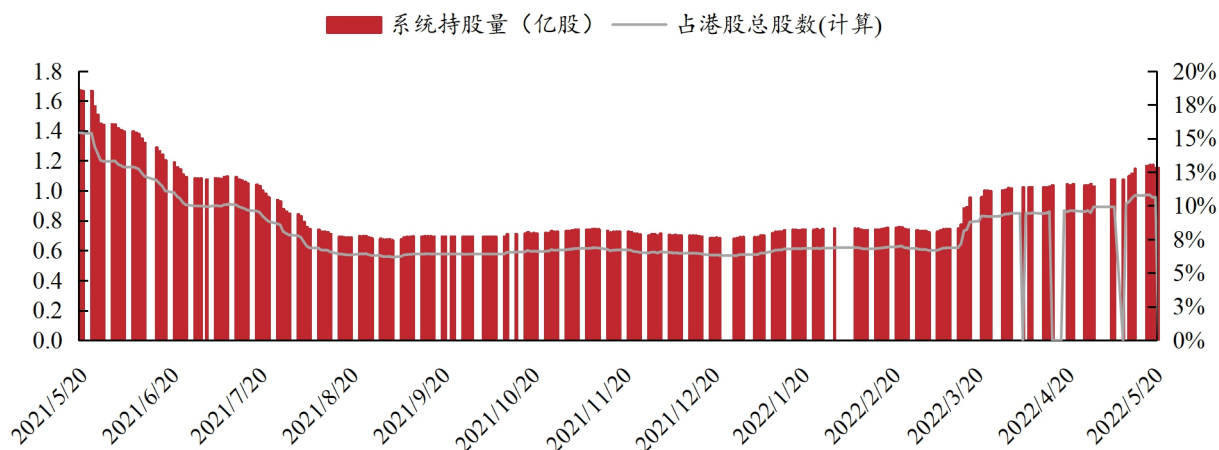


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5.5. 呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例

呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例自 2021 年初以来至 2021 年 4 月维持上升趋势，4 月中旬由 19.43% 快速降至 9 月初的 6.18%，降幅高达 68.19%，9 月中旬开始至今保持在 6.5% 左右。截至 2022 年 6 月 17 日，呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例为 10.48%。

图表 11. 呷哺呷哺港股通持股占港股总股数比例

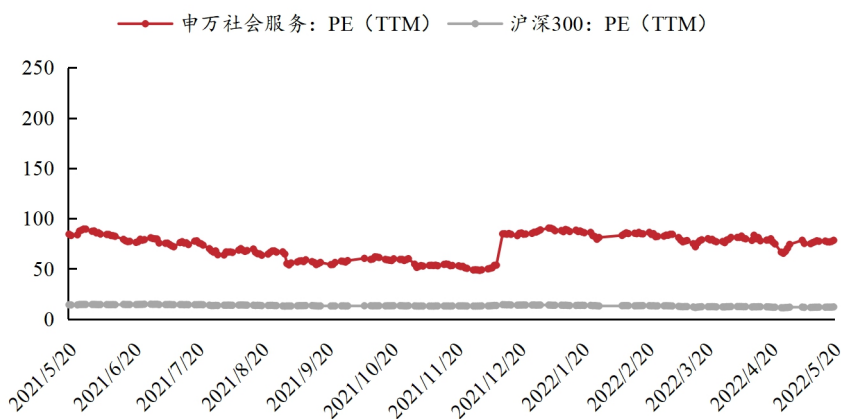


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4.6. 板块估值水平

从整体的板块估值水平来看，目前社会服务整体估值 PE (TTM) 约为 82.96，周度环比下降 2.8%，沪深 300 整体估值 PE (TTM) 约为 12.61。

图表 12. 社服板块 PE 周度环比下降



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

5. 近期股东大会提醒

图表 13. 近期社会服务行业上市公司股东大会提醒

公司	日期	事件
君亭酒店	2022.06.22	股东大会召开
华住集团-S	2022.06.24	股东大会召开
中青旅	2022.06.27	股东大会召开
长白山	2022.06.28	股东大会召开
大连圣亚	2022.06.29	股东大会召开
金陵饭店	2022.06.30	股东大会召开

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

6. 重点公司公告

【中青旅控股股份有限公司关于光大集团增持公司股份的提示性公告】2022年6月17日，中青旅控股股份有限公司接到控股股东中国青旅集团有限公司之股东光大集团通知，自2020年12月31日公司披露《关于光大集团增持股份达到1%的提示性公告》（临2020-047）后，光大集团自2021年1月7日至2022年6月17日，通过上海证券交易所集中竞价交易累计增持公司股份7,077,942股，占公司总股本的0.98%（下称“本次增持”）。本次增持的资金来源为光大集团自有资金。本次增持不会使公司控股股东及实际控制人发生变化。本次增持前，光大集团直接、间接合计持有公司21.14%股份。其中，光大集团直接持有公司股份8,238,364股，占公司总股本的1.14%，通过其100%持股的青旅集团及青旅集团控制的中青创益投资管理有限公司间接持有公司股份144,780,000股，占公司总股本的20%。本次增持后，光大集团直接、间接合计持有公司22.12%股份。其中，光大集团直接持有公司股份15,316,306股，占公司总股本的2.12%，通过其100%持股的青旅集团及青旅集团控制的中青创益投资管理有限公司间接持有公司股份144,780,000股，占公司总股本的20%。

【天目湖：股东减持股份进展公告】本次减持计划实施前，江苏天目湖旅游股份有限公司（以下简称“公司”）股东陶平先生持有公司股份7,417,620股，占公司总股本的3.98%。上述股份来源均为公司首次公开发行前取得及上市后以资本公积金转增股本方式取得。公司于2022年5月7日披露了《江苏天目湖旅游股份有限公司股东减持股份计划公告》，股东陶平先生拟通过竞价交易、大宗交易的方式减持不超过其直接持有的公司股份1,854,400

股，即不超过公司股份总数的 1.00%，减持价格按市场价格确定。截至 2022 年 6 月 15 日，陶平先生通过集中竞价交易的方式减持其所持有的公司股份 937,620 股，占公司总股本的 0.50%。集中竞价交易减持数量过半，减持计划尚未实施完毕。

【九华旅游:2021 年年度权益分派实施公告】本次利润分配以方案实施前的公司总股本 110,680,000 股为基数，每股派发现金红利 0.17 元(含税)，共计派发现金红利 18,815,600 元。

【首旅酒店:非公开发行限售股上市流通公告】本次限售股上市流通数量为 88,177,340 股。本次限售股上市流通日期为 2022 年 6 月 17 日。根据《批复》，首旅酒店向北京首都旅游集团有限责任公司（以下简称“首旅集团”）、招商基金管理有限公司、广发证券股份有限公司等 13 名投资者共发行人民币普通股（A 股）134,348,410 股，募集资金总额 2,999,999,995.30 元，该等新增股份已于 2021 年 12 月 16 日在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理完毕股份登记手续，股份性质为有限售条件的流通股。根据《上市公司证券发行管理办法》与《上市公司非公开发行股票实施细则》的有关规定，除首旅集团认购本次非公开发行的 46,171,070 股股票的限售期为 18 个月外，其余 12 名发行对象认购的股票限售期为 6 个月。

【金陵体育:关于调整公司 2021 年股票期权激励计划行权价格的公告】江苏金陵体育器材股份有限公司于 2022 年 6 月 17 日召开第六届董事会第二十八次会议和第六届监事会第二十八次会议，审议通过了《关于调整公司 2021 年股票期权激励计划行权价格的议案》。本激励计划股票期权的行权价格调整为 $P=44.98-0.09999=44.88$ 元/份。本次对本激励计划股票期权行权价格的调整不会对公司的财务状况和经营业绩产生重大影响，且不影响公司股票期权激励计划的继续实施。

7. 重点行业新闻

【通航消费迎来发展提速 携程短途运输航线覆盖超疫情前 200%】6 月 13 日，民航局发布《“十四五”通用航空发展专项规划》(以下简称《规划》)，《规划》聚焦公益服务、新兴消费、短途运输、无人机应用和传统业态等五大重点领域，明确了下一阶段我国通用航空发展主要目标、重点任务和相关保障措施等。携程通航产品负责人马天驰介绍，拓展新兴消费是本次

规划的一大亮点,《规划》提出,将支持地方政府发展“通用航空+旅游”,同时鼓励企业创新通用航空消费服务,积极拓展新兴消费业态,满足多样化通用航空消费需求,这将有力推动通航产业的加速发展,也为旅游服务企业带来新的机遇。据了解,携程在通用航空领域早有布局,马天驰介绍,2017年底携程便启动短途通勤航线的运营,目前平台有航线226条,对比2019年同期增长超过2倍。同时,随着多元化消费崛起,旅游包机、商务包机、低空游览等个性化产品规模也持续壮大。今年以来,携程平台定制包机业务的线上咨询日均单量同比上涨超过100%。(携程黑板报)

【从海航到锦江,再经历分拆:丽笙美洲如今将被Choice酒店收购】

当地时间6月13日,美国Choice酒店集团宣布已签订协议,将以6.75亿美元的价格收购锦江旗下丽笙酒店集团所分拆出来的美洲区业务(Radisson Hotel Group Americas,简称RHGA)。按照协议,丽笙旗下9个品牌在美洲区的酒店加盟/运营业务/知识产权将归属于Choice酒店,包括624家酒店、超过6.8万间客房的业务。Choice的业务主要聚焦于经济型板块,通过此次收购,Choice将拓展其在高端和核心中高端酒店领域的业务,并扩大其在加拿大、拉美和加勒比地区的版图。Choice最近向投资者公布的报告称,此次收购将推动Choice的高端和中高端客房数量分别增长64%和17%。该收购计划已经获得Choice董事会的同意,预计到今年下半年完成交易,目前在等待监管机构审批。(环球旅讯)

【上海迪士尼乐园酒店间夜量增长超4倍】6月16日起,上海迪士尼小镇、上海迪士尼乐园酒店恢复运营。飞猪数据显示,官宣恢复营业当日,上海迪士尼飞猪官方旗舰店访问量较前一日快速拉升227%。6月15日,上海迪士尼乐园酒店间夜量与3月正常营业期的日均间夜量相比,增长超4倍。(环球旅讯)

【民航局:正与部分国家商谈,逐步、稳妥增加定期国际客运航班】6月17日,从民航局获悉,疫情以来,民航局按照党中央国务院决策部署,采取科学、精准、动态的国际客运航班调控措施,在保持与54国定期国际客运航线基本通联的同时,有效防止疫情跨境传播。在确保防疫安全前提下,有序安排国际航班运行既有利于我国经济发展和中外人员往来,也是实现航空运输业可持续发展的需要。目前,在国务院联防联控机制统筹下,民航局正在与部分国家商谈,逐步、稳妥增加定期国际客运航班,满足人员往来需要。(环球旅讯)

【大学生暑期旅行人均消费增长40% 携程开启“夏日畅游节”力促旅

业复苏】随着夏日气温逐渐升高、各地防疫形势呈向好趋势，大众对暑期出行的向往也逐步被唤醒。携程平台数据显示，上周暑期旅行产品搜索热度较前一周继续提升 60%，较上月同期提升超过 9 倍。更细分来看，18-22 岁的高中毕业生至大学生群体已成为暑期旅行的“先行军”，6 月上旬订单量环比上月同期增长达 83%，人均消费同比提升近 40%。同时，暑期亲子出游意愿也呈攀升趋势，近两周亲子机票订单出现强劲复苏，环比前两周上涨 209%，将远途旅行规划在暑期亲子游日程中的家庭逐步扩大。为顺应用户日益高涨的暑期旅行热情，6 月 16 日，携程正式启动 2022“夏日畅游节”暑期营销活动；在活动中，携程将联动目的地、酒店、景区组成‘复苏者联盟’，以“夏日畅游节”为主题推出硬核补贴、爆款闪购、限时低价等多种玩法。（携程黑板报）

【“旅游+电竞”再迎爆点 携程与腾讯王者人生、长沙铜官窑古镇联手举办系列线下活动】根据《2022 中国电竞行业研究报告》，2021 年中国电竞市场规模达到 1673 亿元，2021 年中国电竞用户规模超过 5 亿人。发展迅猛的电竞市场也迅速衍生出了各类新兴业态，其中，“旅游+电竞”模式就为用户开启了跨界融合的新体验，吸引了众多目光。在近年愈发热闹的“旅游+电竞”市场，其火热趋势在暑假期间尤为明显。根据携程数据，过去两年中，携程平台上的电竞酒店产量上涨超过了 500%。截至 6 月 15 日，近两周预订今年暑假期间电竞酒店的订单量环比增长 257%。在此背景下，正值第五届王者荣耀全国大赛总决赛即将开幕之际，携程旅行将联合腾讯王者人生、长沙铜官窑古镇，在 6 月 18 日-7 月 3 日期间，举办“迎全国大赛 赴荣耀之旅”系列线下活动，为本次决赛预热造势。（携程黑板报）

【携程发布父亲节旅行大数据 亲子游男性预订占比超四成 父亲带娃潮流涌起】父亲节将至，携程发布父亲节旅行大数据：80 后“奶爸”最多，父亲带娃的远途订单比母亲多 43%，近期“父亲节”旅游产品热度增长 50%，携程门店迎来“子女陪同热潮”，老年人私家团订单量上涨近两倍。近几年父亲带娃旅行的地位逐渐凸显。携程数据显示，今年上半年的亲子游订单中，男性预订者的比例超过了四成。在以往“妈妈说了算”的旅行重地，男性的参与感话和话语权逐渐突出。从年龄来看，带娃旅行的订单中，男性年龄集中于 80、70 后，80 后几乎占据半壁江山，上半年 80 后男性带娃订单占比 48%，其次是 70 后占比 23%，90 后占比 19%。值得一提的是，父亲更喜欢带娃“去远方”。上半年父亲带娃的旅游订单中，远途订单占比 42%。比母亲 38%的比例多出四个百分点。上半年父亲预订远途亲子游的订单量也

比母亲多 43%。携程数据显示，上半年奶爸们最喜欢“遛娃”的目的地是：北京、成都、广州、上海、重庆、深圳、杭州、三亚、武汉、长沙。此外，父亲带娃旅行更喜爱订高星酒店，从亲子酒店数据来看，父亲预订高星酒店的订单量比女性高 61%。从景区类型来看，父亲更喜欢带娃去户外、山岳类景区拥抱大自然，母亲则更喜欢带娃逛博物馆、展览。本周日将迎来父亲节，多家旅游企业相继推出父亲节专属孝亲礼产品，近期，携程“父亲节”相关跟团产品搜索热度增长 50%，越来越多的年轻人通过送父亲一趟旅程作为父亲节特别礼物。近一周 50、60 后出行的旅游订单量环比上一周增长 41%。50、60 后出行的私家团订单量环比上涨 193%。6 月份 50、60 后老人报名乌鲁木齐、张家界、桂林、拉萨、贵阳等地的私家团最多。（携程黑板报）

【抖音俯拾皆是的无边泳池，中高端酒店抢滩流量洼地】在疫情影响还未消退的当下，在抖音看山看水，成为不少消费者的共同选择。内容社交媒体异军突起的时代，优质旅游内容不再局限于 OTA 等传统渠道。《2022 抖音旅行生态报告》显示，2021 年，抖音旅行兴趣人数（指在一个月内点赞旅行内容 5 次及以上的用户）超 2.7 亿人，同比增长 14%。在旅游资讯渠道选择方面，42.5%的受访者选择抖音等短视频平台。在旅游信息浏览偏好方面，31%的抖音用户会主动搜索和关注旅游相关信息，42%的抖音用户会浏览系统推送的旅游信息，20%的抖音用户会浏览朋友推荐的旅游信息。抖音正在逐步成为用户获取旅游信息的重要渠道。（环球旅讯）

8. 风险提示

政策风险：目前行业仍处于发展初期，政策有待细化，针对数字藏品金融属性弱化的相关规范或日趋严格，部分企业相关业务的开展和合作或将在政策导向下，进展预期受阻。

技术风险：区块链及相关技术或存在漏洞，造成交易、版权归属、流动、投机等相关风险损失。

市场风险：行业目前高速发展，产业链上中下游，各企业争相入局，市场秩序规范难度增大，部分企业在竞争中优势减弱，造成收入不及预期。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，东亚前海证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。

因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师声明

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及东亚前海证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

分析师介绍

汪玲，东亚前海证券研究所大消费组长兼食品饮料首席。中央财经大学会计系。2021年加入东亚前海证券，多年消费品研究经验，善于从行业框架、产业发展规律挖掘公司价值。

投资评级说明

东亚前海证券行业评级体系：推荐、中性、回避

推荐：未来6—12个月，预计该行业指数表现强于同期市场基准指数。

中性：未来6—12个月，预计该行业指数表现基本与同期市场基准指数持平。

回避：未来6—12个月，预计该行业指数表现弱于同期市场基准指数。

市场基准指数为沪深300指数。

东亚前海证券公司评级体系：强烈推荐、推荐、中性、回避

强烈推荐：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅在20%以上。该评级由分析师给出。

推荐：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅介于5%—20%。该评级由分析师给出。

中性：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数变动幅度介于-5%—5%。该评级由分析师给出。

回避：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数跌幅在5%以上。该评级由分析师给出。

市场基准指数为沪深300指数。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

免责声明

东亚前海证券有限责任公司经中国证券监督管理委员会批复，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告由东亚前海证券有限责任公司（以下简称东亚前海证券）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或意图违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

东亚前海证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给东亚前海证券客户的，属于机密材料，只有东亚前海证券客户才能参考或使用，如接收人并非东亚前海证券客户，请及时退回并删除。

本报告所载的全部内容只供客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。东亚前海证券根据公开资料或信息客观、公正地撰写本报告，但不保证该公开资料或信息内容的准确性或完整性。客户请勿将本报告视为投资决策的唯一依据而取代个人的独立判断。

东亚前海证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。东亚前海证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告所载内容反映的是东亚前海证券在发表本报告当日的判断，东亚前海证券可能发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但东亚前海证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。东亚前海证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的东亚前海证券网站以外的地址或超级链接，东亚前海证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

东亚前海证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。东亚前海证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

除非另有说明，所有本报告的版权属于东亚前海证券。未经东亚前海证券事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式更改、复制、传播本报告中的任何材料，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为东亚前海证券的商标、服务标识及标记。

东亚前海证券版权所有并保留一切权利。

机构销售通讯录

地区	联系人	联系电话	邮箱
北京地区	林泽娜	15622207263	linzn716@easec.com.cn
上海地区	朱虹	15201727233	zhuh731@easec.com.cn
广深地区	刘海华	13710051355	liuhh717@easec.com.cn

联系我们

东亚前海证券有限责任公司 研究所

北京地区：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座二层
上海地区：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号27楼
广深地区：深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场第一座第23层

邮编：100086
邮编：200120
邮编：518046

公司网址：<http://www.easec.com.cn/>