

强于大市

社会服务行业周报

免税寻求线上突破，金融支撑文旅复苏

上周(2022.7.25-2022.7.29)行情回顾：上周沪指首日低开下探后收跌，第二日低开高走，回升至第三日收涨，第四日高开微涨后，大幅下探至第五日收跌。深指首日低开震荡后收跌，第二日低开回升后小幅震荡至第三日收涨，第四日高开低走至第五日收跌。上证综指累计下跌 0.51%，报收 3,253.24。上周社会服务子板块及旅游零售板块中 5 个下跌，涨跌幅由高到低分别为：专业服务(-0.60%)，教育(-1.78%)，酒店餐饮(-2.01%)，旅游零售(-2.20%)，旅游及景区(-5.01%)。上周申万(2021) 31 个一级行业中 16 个上涨，涨幅最大的五名是房地产、汽车、机械设备、煤炭、石油石化，其中社会服务板块下跌 2.24%，在申万一级 31 个行业排名中位列第 29。社会服务行业跑输沪深 300 指数 0.63pcts。线下免税店销售火热，免税企业探索线上新渠道；金融支持文旅复苏，乡村旅游值得期待；餐饮收入稳定回暖，转型升级增强行业韧性。

- 离岛免税蓄力中长线发展，电商化或成行业新趋势。中国(海南)改革发展研究院、中国特色自由贸易港研究院共同发布《海南免税消费市场现状与趋势》研究报告，提出着眼于中长期将海南打造成为全球最大免税消费市场。此外，京东国际与海旅免税、国药中服免税等达成战略合作升级，遥望网络与海旅免税正式达成战略合作。在行业竞争日益加剧的同时，线上渠道的探索成为未来发展切入点，叠加政府中长期目标的加持，预计免税行业将延续良好复苏势头。
- 主题出行持续升温，政策助力旅游市场快速回暖。据携程数据，进入暑期后农庄订单量环比增长 147%。7 月以来同程平台“夜游”搜索量翻番。此外，文旅部推出 128 条乡村旅游精品线路，央行、文旅部印发《关于金融支持文化和旅游行业恢复发展的通知》，联手推动金融支持文化和旅游行业恢复发展。夏日炎炎，夜游、乡村旅游等主题旅游火爆依旧，随着政策推进乡村旅游、乡村民宿高质量发展，叠加金融行业为文旅企业纾困，预计乡村旅游将有相当潜力静待释放。
- 餐饮消费企稳回升，白皮书助力行业数字化转型。据赶集直招发布的《餐饮商家经营状况调研报告》，招工难仍是餐饮行业核心痛点之一。同时，微盟智慧餐饮联合世界中餐业联合会、红餐网重磅发布《2022 餐饮行业私域运营白皮书》，为餐饮企业数字化转型升级建言献策。鉴于疫情常态化以及未来态势的不稳定性，数字化、智能化发展可有效实现开源节流、降本增效，增强餐饮企业抵御风险能力。随着行业规模扩张的脚步不停歇，叠加疫情趋于稳定，预计餐饮业将保持长期复苏。

投资建议：

- 政府助力，叠加当前火热的线上卖货双重推进，免税行业恢复向好；金融降低融资困难，预计旅游市场加速恢复；餐饮收入有序回升，企业转型升级降本增效，看好行业保持长期复苏态势。我们继续推荐满足多元旅游零售消费需求的免税龙头企业中国中免；国门暂未开启，周边游、近郊游持续升温，推荐布局重点经济区域周边游景区的中青旅、天目湖；乡村旅游前景光明，推荐已在民宿业态提前发力的丽江股份，避暑胜地长白山及众信旅游、岭南控股、首旅酒店、锦江酒店、宋城演艺等酒店、景区、旅游综合服务标的；疫情趋稳增加餐饮消费需求及企业灵活用工需求，推荐快乐家庭消费标的豫园股份及综合人服领军企业科锐国际。建议关注乡村旅游、民宿露营等行业标的及自然景区住宿业态提升。

风险提示：

- 新冠病毒疫情反复，行业复苏不及预期、政策落地及执行不及预期。

相关研究报告

《两部门“关于金融支持文化和旅游行业恢复发展的通知”点评：金融精准支持，纾困助力复苏》20220726

《社会服务行业周报：离岛免税销售回暖，旅游餐饮加速复苏》20220724

《《国民旅游休闲发展纲要(2022-2030)》点评：供给需求两侧培育，激发旅游休闲创新动力》20220722

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

社会服务

证券分析师：张译文

yiwen.zhang@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300520090004

联系人：李小民

一般证券业务证书编号：S1300120090024

联系人：宋环翔

一般证券业务证书编号：S1300122070014

目录

1、上周行业表现.....	4
1.1 申万（2021）社会服务上周涨幅	4
1.2 社会服务子板块市场表现.....	4
1.3 个股市场表现.....	5
1.4 子行业估值.....	5
1.5 沪深港通持股变动情况	6
2、行业公司动态及公告	7
2.1 上周行业重要新闻：	7
2.2 上周上市公司重点公告：	21
3、国内外疫情与我国入境政策跟踪.....	23
4、投资建议.....	25
5、风险提示	26
6、附录.....	27

图表目录

图表 1. 申万（2021）一级行业涨跌幅排名	4
图表 2. 社会服务子板块周涨跌幅	4
图表 3. 社会服务行业个股涨跌幅排名	5
图表 4. 2020 年初至今申万（2021）社会服务指数变化	5
图表 5. 2020 年初至今社会服务行业 PE（TTM）变化情况	5
图表 6. 2020 年初至今社会服务行业子板块 PE（TTM）变化情况	6
图表 7. 个股沪深港通持股变动情况	6
图表 8. 上市公司重要公告	21
续图表 8. 上市公司重要公告	22
图表 9. 全国新冠肺炎每日新增确诊病例（不含港澳台）	23
图表 10. 全球新冠肺炎每日新增确诊病例	23
图表 11. 新冠疫苗接种总量	23
图表 12. 每百人新冠疫苗接种量	23
图表 13. 我国各地入境隔离政策	24
附录图表 14. 报告中提及重点上市公司估值表	27

1、上周行业表现

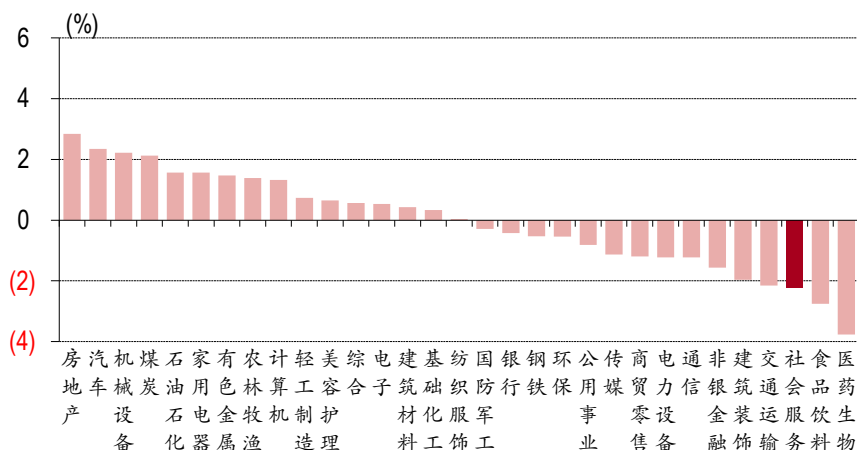
1.1 申万（2021）社会服务上周涨幅

上周（2022.7.25-2022.7.29）行情回顾：上周沪指首日低开下探后收跌，第二日低开高走，回升至第三日收涨，第四日高开微涨后，大幅下探至第五日收跌。深指首日低开震荡后收跌，第二日低开回升后小幅震荡至第三日收涨，第四日高开低走至第五日收跌。上证综指累计下跌 0.51%，报收 3,253.24。沪深 300 上周下跌 1.61%，报收 4,170.10。创业板上周累计下跌 2.44%，报收 2,670.45。上证 50 指数累计下跌 1.97%，报收 2,792.33。创业板 50 累计下跌 2.72%，报收 2,670.86。科创 50 上周上涨 0.36%，报 1088.91。上周沪深两市成交额 45,878.96 亿元，周成交量 36,659,331.58 万股。

板块表现：上周申万（2021）31 个一级行业中 16 个上涨，涨幅最大的五名是房地产、汽车、机械设备、煤炭、石油石化，其中社会服务板块下跌 2.24%，在申万一级 31 个行业排名中位列第 29。社会服务行业跑输沪深 300 指数 0.63pcts。

沪深港通：北向资金上周累计净买入 11.48 亿人民币，其中沪股通合计净买入 31.78 亿元，深股通合计净卖出 20.30 亿元。南向资金上周累计净买入 5.36 亿港元，其中沪港通净卖出 0.75 亿港元，深港通净买入 6.11 亿港元。

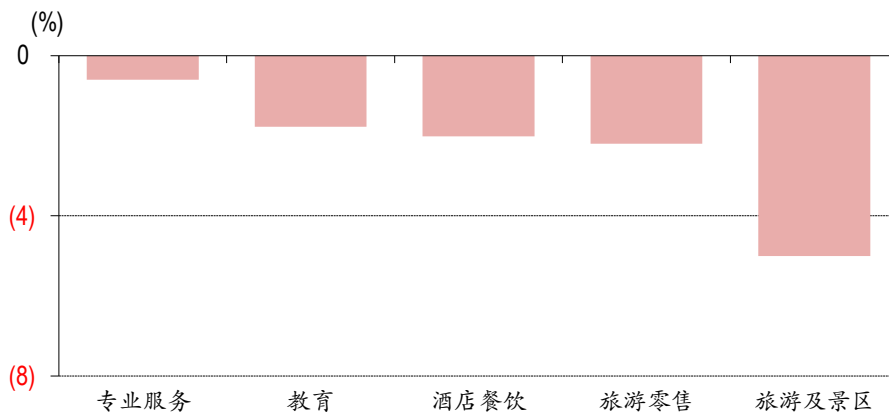
图表 1.申万（2021）一级行业涨跌幅排名



资料来源：ifind，中银证券

1.2 社会服务子板块市场表现

图表 2.社会服务子板块周涨跌幅



资料来源：ifind，中银证券

上周社会服务子板块及旅游零售板块中 5 个下跌，涨跌幅由高到低分别为：专业服务(-0.60%)，教育(-1.78%)，酒店餐饮(-2.01%)，旅游零售(-2.20%)，旅游及景区(-5.01%)。（注：社会服务行业还涵盖体育子板块，该板块无指数）

1.3 个股市场表现

图表 3. 社会服务行业个股涨跌幅排名

一周涨幅前十				一周跌幅前十			
证券简称	周涨跌幅 (%)	年初至今 (%)	所属申万三级行业	证券简称	周涨跌幅 (%)	年初至今 (%)	所属申万三级行业
信测标准	14.08	(16.01)	检测服务	西域旅游	(12.52)	37.52	自然景区
美吉姆	10.86	23.74	培训教育	天目湖	(12.30)	25.88	人工景区
广电计量	8.39	(11.74)	检测服务	ST 文化	(9.57)	(31.31)	培训教育
中科云网	7.01	1.82	餐饮	首旅酒店	(5.73)	(19.98)	酒店
东方时尚	6.12	(28.43)	培训教育	九华旅游	(5.58)	5.11	自然景区
当代文体	5.42	(68.06)	体育	众信旅游	(5.58)	14.01	旅游综合
安车检测	4.42	(24.46)	检测服务	桂林旅游	(5.45)	13.02	自然景区
三盛教育	3.59	(29.87)	教育运营及其他	岭南控股	(5.43)	26.17	旅游综合
易尚展示	3.12	(63.91)	会展服务	宋城演艺	(5.40)	(10.61)	人工景区
大连圣亚	2.98	18.55	人工景区	峨眉山 A	(5.33)	13.03	自然景区

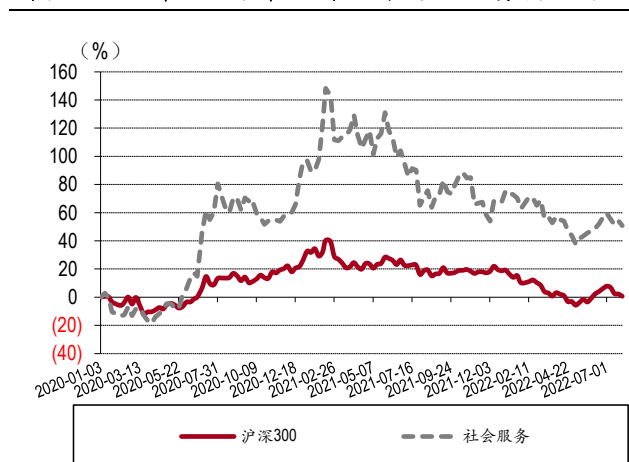
资料来源：ifind，中银证券，以 2022 年 7 月 29 日收盘价为基准

上周社会服务行业板块中个股涨跌幅中位数为-0.96%。A 股社会服务板块及旅游零售子板块 76 家公司有 21 家上涨，信测标准涨幅最大，涨幅为 14.08%。涨幅前五的个股为信测标准 (+14.08%)，美吉姆 (+10.86%)，广电计量 (+8.39%)，中科云网 (+7.01%)，东方时尚 (+6.12%)。跌幅前五的个股为西域旅游 (-12.52%)，天目湖 (-12.30%)，ST 文化 (-9.57%)，首旅酒店 (-5.73%)，九华旅游 (-5.58%)。

1.4 子行业估值

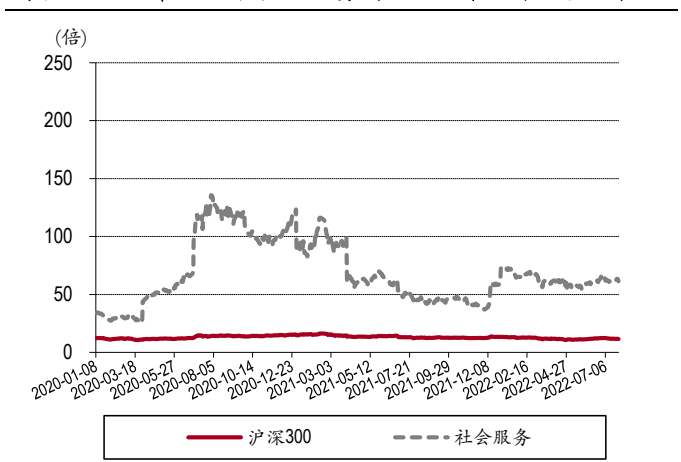
截止 2022 年 7 月 29 日社会服务行业 PE (TTM) 为 61.35 倍，处于历史分位 89.14%。沪深 300 PE (TTM) 为 11.48 倍，处于历史分位 26.30%。创业板 PE (TTM) 为 44.26 倍，处于历史分位 42.32%。中证 500 PE (TTM) 为 16.57 倍，处于历史分位 3.28%。

图表 4. 2020 年初至今申万（2021）社会服务指数变化



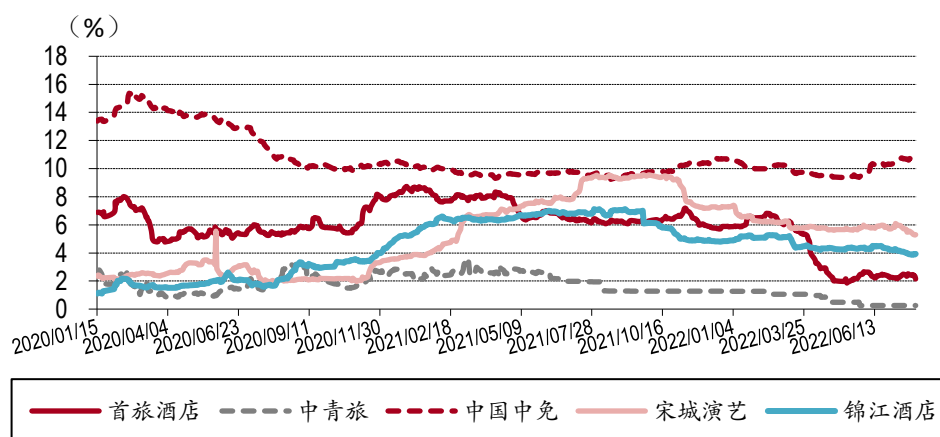
资料来源：ifind，中银证券（截止日 2022/7/29）

图表 5. 2020 年初至今社会服务行业 PE (TTM) 变化情况



资料来源：ifind，中银证券（截止日 2022/7/29）

图表 6. 2020 年初至今社会服务行业子板块 PE (TTM) 变化情况

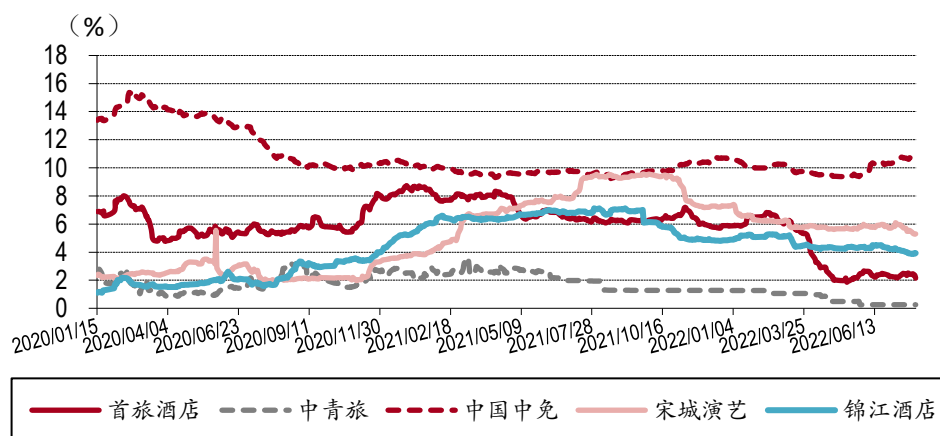


资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/7/29)

注: 自 2021/12/13 起景点与旅游综合子板块合并为旅游及景区板块, 新板块无历史数据, 故为呈现年初至今情况图表未更改

1.5 沪深港通持股变动情况

图表 7. 个股沪深港通持股变动情况



资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/7/29)

前一周北上资金减持首旅酒店 0.26pcts 至 2.16%, 维持中青旅为 0.26% 不变, 减持中国中免 0.01pcts 至 10.69%, 减持宋城演艺 0.13pcts 至 5.29%, 增持锦江酒店 0.07pcts 至 3.93%。

2、行业公司动态及公告

2.1 上周行业重要新闻：

免税

【聚焦消博会|报告：建言在海南打造全球最大免税消费市场】在 27 日举行的“中国消费大趋势——第二届中国消费论坛”上，中国(海南)改革发展研究院、中国特色自由贸易港研究院共同发布《海南免税消费市场现状与趋势》研究报告。报告提出，着眼于中长期将海南打造成为全球最大免税消费市场。以此为目标，推动形成免税消费政策体系和服务管理体系，发挥其在海南国际旅游消费中心建设中的“王牌”作用。近年来，在政策利好等因素推动下，海南离岛免税消费市场实现了快速发展，但也面临一些亟需解决的问题。报告称，若能有效提升免税购物渗透率和客单价，到 2025 年，海南离岛免税消费市场规模将有望突破 1600 亿元，届时海南离岛免税销售额将超过 2019 年韩国免税市场规模，成为全球最大的免税消费市场。在今天的论坛上，多位专家和业内人士为做大做强海南免税市场建言献策。国务院发展研究中心市场经济研究所副所长刘涛认为，超大规模市场是我国新发展阶段的比较优势。随着中等收入群体规模不断扩大，我国建设全球最大免税消费市场具备诸多有利条件。但需要把握好四个着力点，一是拓宽免税消费场所；二是提高免税商品的价格和品类的吸引力；三是增强对国产品牌的带动作用；四是提升对相关消费产业的带动力。如何更高质量地建设好全球最大免税消费市场？在中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)国际所所长杨劲松看来，需要用更加开放的眼光看待免税消费市场建设，在政策端、需求端、供给端发力。同时以综合系统的方式推动免税消费市场建设，加强免税消费市场建设的可持续性。为实现打造全球最大免税消费市场的中长期目标，报告建议，推进海南免税消费市场全面开放，放宽市场准入限制促进免税消费市场充分竞争，丰富国际品牌的同时增加国内名优品牌商品，推动免税品范围由中高端商品向日用消费品拓展。此外，进一步明确封关运作后海南免税行业征税办法，以强化各类市场主体预期。在对标国际打造一流免税消费环境方面，报告提到，海南可充分借鉴国际知名消费目的地的成功经验、管理模式，尽快在服务标准、管理、人才、平台等领域实现重大突破，增强海南免税消费市场的国际竞争力、吸引力和影响力。报告还重点提出，海南可与中国香港联手共建免税购物产业链，争取支持在海南建立以免税消费为主题的琼港合作园区，实现琼港免税消费市场服务体系的全面对接，发挥琼港互补优势，实现海南免税市场管理服务体系的实质性突破。

资料来源：中新网

【京东国际与海旅免税、国免达成战略合作升级】作为京东集团国际化战略布局重点业务之一，在第二届中国国际消费品博览会上，京东国际宣布将继续升级在免税领域的布局。此次消博会，京东国际将与海南旅投免税品有限公司（以下简称“海旅免税”）、国药中服免税（以下简称“国免”）等免税持牌企业达成战略合作升级，在此前合作的基础上，围绕全渠道能力共建、免税业务生态布局、数智化营销运营方案升级等方面，进行一系列战略升级，同时，京东国际也与 BALMAIN、中国香港物产通等多家知名品牌达成战略合作。实际上，从 2021 年京东国际开始布局免税业务以来，京东国际陆续与海旅免税、国免、深圳免税公司等免税持牌公司共建多家线上免税店铺，并联合包括拉格代尔、西安大悦城等多家知名企业，以及烟台等地方政府部门，分别在三亚、烟台、西安等多地开设线下免税门店以及跨境体验店。积极推动并完善线上线下全渠道一体化建设。目前，京东国际已获得了 72 个国际品牌的免税授权，品牌囊括了母婴、个护家清、美妆护肤、食品饮料、家电、宠物等多个品类，进一步完善了差异化供应链体系。

资料来源：联商网

【海旅免税与遥望网络“联姻”优势互补探路直播带货】把直播间搬进“海旅免税城”，带大家“云逛”免税城，是遥望网络（下文统称“遥望”）旗下多个明星主播，自 2021 年 12 月底以来就在做的事情。在与海南旅投免税品有限公司（下文简称“海旅免税”）合作摸索直播电商带货模式大半年后，7 月 26 日，遥望与海旅免税正式达成战略合作。双方公司董事长谢如栋与谢智勇现身消博会现场，签署战略合作协议并宣布，双方未来将共享各自资源，在抖音、快手双平台通过直播电商模式以及其他营销服务，协同推广销售海旅免税城的品牌商品。当天，遥望旗下主播瑜大公子被海旅免税正式授予“海旅免税会员购快手首席推荐官”称号。除了上述达人主播，遥望的明星主播沈涛也在海旅免税城的两场直播中，收获了总 GMV 近 6000 万的成绩。基于此前的合作基础，遥望与海旅免税才决定今年在流量和平台方面展开纵深式战略合作。实体商场与直播相关机构展开合作已经非常普及，“大部分合作多是营销性质，以品牌推广为主。”调皮电商创始人冯华魁对经济观察网记者说。在直播电商场景中的“货”，尤其是跨境商品，存在真假掺卖、难以溯源、鱼目混杂等难题。以抖音、快手双平台作为目标阵地的遥望，拥有明星主播与达人主播的直播矩阵，同时，还建立了一个超 2 万个国内外知名品牌入驻的供应链体系和仓储体系。牵手海旅免税，遥望方面也表示，将进一步完善平台的供应链货品池，为旗下的明星和达人主播们，提供更多来自海外的选品资源。为海旅免税在线上拓销路。“一方需要好货，而另外一方需要更多卖货的人。”互联网商业模式与企业战略专家游五洋认可海旅免税的供应优势，但他也指出其存在“线上新零售方面的能力和经验不足”。由于海旅免税的销售渠道主要是靠岛内免税实体商店，“比较单一”，游五洋认为，在后疫情时代，特别是旅游经济下行的大背景下，海旅免税特别需要找到一个提高销售规模的新型商业模式。在他看来，选择遥望作为战略合作方，可以为“海旅免税城”这个品牌在直播消费群体中带来影响力。对此，海旅免税表示，未来在抖音和快手双平台，遥望的头部明星主播和达人主播矩阵资源、直播运营经验等，能带动海旅免税城的线下经济增长，为其拓展商业模式。

资料来源：经济观察网

【免税店将入驻宜昌三峡机场】7 月 25 日，2022 年中国国际消费品博览会在海口正式开幕，在当天的消博会宜昌专场推介会上，宜昌市政府、中免集团、三峡机场共同签署宜昌三峡机场免税店项目战略合作协议。此次合作将以宜昌三峡机场为平台，积极推动免税商品和跨境电商业务在宜昌的快速发展，并以此为契机全面提升宜昌三峡机场国际旅客购物的档次和水平，打造国内一流的免税商业和跨境电商营商环境及服务品牌形象。宜昌三峡机场于 2005 年 7 月经国务院批准为对外开放航空口岸（限中国籍飞机出入境），2007 年 11 月 25 日通过国家口岸验收，2018 年宜昌三峡机场国际旅客进出港总人数首次突破 5 万人次，2019 年国际旅客进出港总人数达到 6.09 万人次，国际旅客客流量已符合国家对机场开设离境免税店需“国际旅客客流量不低于 5 万人次/年”的开设要求，2019 年 3 月，国务院批复同意宜昌航空口岸扩大对外国籍飞机开放。在宜昌市委、市政府的大力支持和关心推动下，三峡机场以 T2 航站楼转场投运和航空口岸扩大开放为契机，积极招商引资，与中免集团对接协调，对机场免税店选址等进行全面规划，大力引入免税业务，填补机场及城市商业业态空白，进一步提升宜昌口岸开放质量。目前宜昌三峡机场 T1 航站楼正在全力、全速改造为国际航站楼，确保 2023 年 3 月通过国家口岸验收，其中 T1 国际航站楼控制区内已规划设置了面积为 118.8 平米的离境免税店。中国免税品（集团）有限责任公司（简称“中免集团”）成立于 1984 年，是经国务院授权，在全国范围内开展免税业务的国有专营公司。经过 30 余年的快速发展，中免集团先后与全球逾 1000 个世界知名品牌建立了长期稳定的合作关系，每年为近 2 亿人次的国内外游客提供免税商品服务，已发展成为中国免税行业的代表和旗舰企业，是中国最大的奢侈品运营商。本次合作建设的宜昌三峡机场免税店项目，主要业务包括进口烟草、酒水、香水化妆品、服装、皮具、首饰、手表、太阳镜、食品、保健品等免税商品，以及中国特色产品、退税国产品等，此外，还将就跨境电商业务进行合作。下一步，三方将紧密围绕本次签署的协议内容加快推进宜昌三峡机场免税店项目的报批、建设、品牌授权等工作，全力打造三峡机场全新的免税商业形象。

资料来源：民航资源网

【专访珠免集团总经理陈辉：免税行业进入有序竞争将使价格更亲民，让消费者得到更多实惠】近日，珠海免税集团总经理陈辉在第二届消博会现场接受《每日经济新闻》记者采访时表示，上半年，疫情对免税行业的影响是客观存在的。尽管经济形势面临一定压力，公司依然在这个阶段加大了改革力度，优化供应链，加大供应链信息化、数字化建设，加紧修炼内功。他认为，国家逐步放开免税牌照以后，免税行业处于有序竞争状态，价格将会更加贴近消费者，让消费者得到更多实惠。一些好的、新的产品正在进入国内免税消费市场。比如过去新款产品一般在海外发布，如今就搬到了消博会的展台上。

资料来源：凤凰网

酒店

【尚客优酒店荣获 2021 年度经济型酒店 MBI 影响力品牌】2022 年 7 月 28 日，由迈点研究院、迈点网、迈居主办的 2022 年中国旅游住宿业 MBI 品牌与投资峰会于杭州顺利举办。此届行业峰会邀请 1000+ 来自旅游住宿行业的意见领袖、投资机构、政府领导、行业研究人士以及媒体代表。围绕文旅融合下酒店品牌发展、新消费业态、投资布局、存量市场、品牌加盟等热点核心话题，探索旅游住宿业未来趋势发展。尚美数智科技集团 CEO 马博受邀参加此次峰会，并在仲量联行大中华区酒店及旅游地产事业部董事总经理周涛的主持的圆桌论坛上，与中饭协酒店资产管理专委会常务副理事长夏国跃、华住酒店集团开发高级副总裁黄慧星、杭州黄龙饭店总经理程翔共同探讨酒店的资产管理故事。马博指出，下沉市场是高度分散的，而尚美集团对下沉市场的挖掘则得益于设计、智能、会员三大中台能力。通过设计对酒店房间进行概念重构，用百变多样的房间满足不同需求；通过数字化平台链接，重构生产关系；通过会员，重构和用户的关系。作为本次峰会压轴，2021-2022 年度中国旅游住宿业 MBI 研究成果发布盛典在当天下午隆重举行。尚客优酒店凭借下沉市场的高覆盖率、在营门店数量的优势、投资人及用户的高美誉度荣获 2021 年度经济型酒店 MBI 影响力品牌。迈点品牌指数 MBI，是从媒体、搜索、运营、点评 4 大维度，对全国 6000 多家酒店品牌进行一整年的大数据监测，以年度综合排名进行评选。尚客优酒店 CEO 谢厚利指出，2021-2022，旅游及大住宿业面临着多重压力和挑战。对尚客优酒店来说，这是挑战与机遇并存的一年。“我们通过一系列运营赋能方式，实现了品质升级、收益提升；通过设计驱动、产品领先，实现了品牌升维；通过好酒店·好生意专线传播，唤醒了市场的投资信心”……未来，尚客优酒店将持续深耕下沉市场，坚持快速迭代、高效筹建，在“精致旅居”的时代号角下，为“小镇青年”提供精致住宿体验，为“小镇创业青年”提供梦想平台。

资料来源：凤凰网

【2022 金融街丽思卡尔顿酒店资产支持专项计划获上交所受理】7 月 25 日，上交所公司债券项目信息平台显示，“2022 金融街丽思卡尔顿酒店资产支持专项计划”获上交所受理。据悉，该债券品种为 ABS，拟发行金额为 10.51 亿元，原始权益人为北京华融综合投资有限公司，计划管理人为平安证券股份有限公司。据乐居财经查阅，北京华融综合投资有限公司成立于 1992 年 7 月 8 日，法定代表人为李晔，注册资本为 301507.170046 万元人民币，经营范围包括投资管理；资产管理；投资咨询；经济贸易咨询等。该公司由北京金融街投资（集团）有限公司持股 100%；北京金融街投资（集团）有限公司由北京金融街资本运营集团有限公司持股 62.0618%，由北京市西城区人民政府国有资产监督管理委员会持股 37.9382%；北京金融街资本运营集团有限公司由北京市西城区人民政府国有资产监督管理委员会持股 100%。目前，有 19 家对外投资企业，其中房地产业有 5 家。

资料来源：乐居财经

【疫情防控下如何让旅游复苏？上海已建成 775 家数字酒店】在抓好疫情防控的同时，旅游业与住宿业如何顺应形势发展，实现数字化转型？基于国际化背景下的泛服务业人才培养将走向何方？由中国商务部主办、上海商学院酒店管理学院和商务部国际商务官员研修基地（上海）承办的“一带一路”旅游接待业新形势下创新管理国际论坛昨天在线举行。本次论坛作为商务部国际商务官员研修基地（上海）“拉美、加勒比、南太地区疫情防控形势下的旅游业复苏政策研修班”的互动研讨环节，汇集了旅游行业政产学研的专家学者和行业精英共同交流。自新冠肺炎疫情发生以来，旅游业作为聚集性、流动性、接触性较强的行业，持续受到影响。然而，旅游业依然酝酿着新机遇。各国开放边境以促进跨境旅游的愿望，以及疫情平稳时期国内旅游市场的复苏，加上微度假、本地游、周边游等的走热，无不彰显出旅游市场需求的内在活力。为了充分把握住这一机遇，上海市文化和旅游局致力于通过数字景区全面推进文旅数字化转型。据悉，所谓数字景区，就是综合运用物联网、大数据、云计算、人工智能等现代信息技术，建立有效统一的管理、服务、营销等信息系统，实现旅游要素数字化、运营管理智慧化、旅游服务个性化，以提升景区游客体验度和满意度，实现可持续发展的一类景区。据上海市文化和旅游局张旗副局长介绍，上海市文化和旅游局组织 8 家单位起草上海市地方标准《数字景区建设技术指南》。上海还建立了市区联合培育机制，进一步加大数字景区建设力度。经各区文旅局推荐，结合数字景区工作专班的梳理，从全市 3A 级及以上景区中遴选出 25 家作为数字景区试点单位进行重点培育。在此基础上，上海已启动建设上海数字文旅中心，打造“一码畅游”应用场景；截至 2021 年年底，上海已建成 775 家数字酒店。新冠疫情引发的“蝴蝶效应”，不仅使得国内包括旅游业在内的多行业发展按下“暂停键”，更使得大量以旅游业为支柱产业的国家步履维艰。如何在这场全球性风暴中站稳脚跟，多米尼加共和国旅游部负责人爱梅·阿比纳德·希门尼斯分享了该国旅游业管理的优秀经验。实际上，如何培养适应业态发展的泛服务业精英人才，也一直是上海商学院酒店管理学院建设过程中关注的方向。在学院院长姜红看来，“多元化的学生成长成才通道”“面向泛服务业的高水平师资”“全产业链国际化的课程体系”“多业态高质量的产教融合体”这四个关键词是学院人才培养的核心所在。上海商学院副校长贺瑛表示，从指向“复苏”的疫情纾困政策，到指向“发展”的数字化转型，文旅业在后疫情时代展现出了积极的应对姿态与强大的生命力。本次论坛将进一步推动中国与拉美、加勒比、南太地区国家旅游业复苏与发展。

资料来源：新民晚报

【每间客房均摊面积 10 年增了 30 m²！酒店业多项指标下滑】仲量联行《2022 年中国酒店资产管理白皮书》显示，多项数据指标受疫情影响下滑，国内酒店品牌尚存提升空间。此次调查针对近百位酒店业主进行了问卷调查，涵盖疫情前后（2019 年和 2021 年）的 13 项重要的酒店运营指标和资产管理指标。参与调查的酒店遍布全国各主要区域，大部分为规模在 200 至 400 个房间，提供全服务的国际或国内连锁品牌酒店，其中 70% 为全权委托管理，自营和第三方管理各占 17%，特许经营占 5%。其中反映酒店运营管理和资产管理水平的资产周转率和资产报酬率，在 2021 年均低于国资委考核分配局编制的《企业绩效评价标准值》中记载的住宿和餐饮业全行业的平均值。如在当前“三条红线”下，资产报酬率也将作为判断新酒店项目可行性的一个重要指标。根据国资委考核分配局编制的《2020 年企业绩效评价标准值》，住宿和餐饮业全行业的平均值是 2.7%，良好值是 5.7%，优秀值是 7.9%。再如人均创收和人均创利，它是一个从资产管理的视角来看酒店运营的指标。根据本次的调查回收的结果，2021 年的国际品牌酒店和国内品牌酒店的人均创收和人均创利，较 2019 年都有不同程度的下降，充分反映了疫情对酒店行业的影响。虽然跌幅似乎并不大，但这是在人房比大幅下调的前提下实现的，因此每家酒店的总收入和经营毛利 GOP 额的跌幅要远远大于人均创收和人均创利下跌的数值。另一个现象值得行业人士深思：2019 年国内品牌酒店的人均创收只有国际品牌酒店的 55%；人均创利更低，只有 41%。每间客房均摊面积 10 年增加 30 m²。报告还显示，越新的酒店均摊面积越大。同时酒店的员工人均人力成本、总人力成本占比等指标有所上升，给管理工作带来挑战。16 年以上的酒店每间客房均摊面积为 131 平方米，11-15 年的酒店略大为 133 平方米，6-10 年的酒店再略大至 137 平方米，而 5 年以下的酒店猛增至 161 平方米，即相比 10 多年前建的酒店，均摊到每间房的面积足足增加了 30 平方米。当前，中国经济正在从追求“量”向重视“质”转变，酒店行业也是如此。

资料来源：奥一网

【携程度假农庄：超四成亲子用户来避暑 清凉乡村旅行热度高】 暑期热度正浓，全国乡村旅游迎来旺季。近日，携程集团旗下乡村振兴品牌携程度假农庄公布了落地一周年运营数据。据介绍，过去一年，携程共考察 24 省，156 个项目，先后落地 9 家农庄，累计接待客源已覆盖全国 30 个地区。进入暑期后各地农庄迎来“避暑大军”，农庄订单量环比增长 147%，逐渐摆脱上半年因疫情影响出现的“满房”状态。数据还显示，相比普通乡村民宿，高端乡村民宿能够为目的地带来更强有力的标杆效应，带动目的地周边民宿转型升级和相关消费的增长。“增加农村就业岗位、拓宽增收渠道、重振特色文化，乡村高端民宿成为助力乡村振兴和集聚各种资源要素的新业态。”携程集团 CEO 孙洁说。截至 2022 年 7 月，携程共踏勘走访 24 省、54 市、77 区县，考察 156 个项目，在政府部门、行业合作伙伴的合力支持下，先后在安徽、河南、新疆、江西等多省落地 9 家携程度假农庄，并在陕西佛坪、福建永泰等地开启多家新农庄的建设。数据显示，通过接收溢出客源，提升服务标准和质量，农庄周边部分特色民宿的平均间夜价格提升了约 30%。9 家携程度假农庄平均间夜价格达 1340 元。从客源地来看，华中、华东地区的农庄主要客源地以省内 2 小时旅行半径辐射范围为主。如安徽金寨农庄，其客源地排名前三分别是合肥、六安、阜阳，累计占比超 56%。河南林州农庄，来自安阳、郑州两地的用户合计 74%。而新疆农庄则尤其被北京、上海及深圳的用户青睐，携程度假农庄新疆喀纳斯店这三地的用户超 40%。很多旅行者直言“这是一份超过 4000 公里的热爱”。和新疆类似，广西洋朔农庄的跨省游客数量较多，来自深圳、广州、上海等地的住客占比超 45%。受疫情影响，当下旅行住宿预订方式愈发灵活。根据 9 家携程度假农庄统计，24% 的用户会选择当日订当日住，27% 的用户会选择提前 1-2 天预订。对比这些游客的“即订即住”，另一半游客则大多通过“直播囤房券”来安排出行。从订单来看，55% 的农庄之行由女性决策，超 42% 的用户会带娃入住，26% 的用户会选择亲子套房。树屋、家庭房车、临水观景房、半山观景房等特色房型更受欢迎，特别是暑期订单，“享乡间避暑”为大部分用户选择农庄的主要原因。除亲子用户外，“团建住宿”正在成为乡村高端民宿的另一大主要客群来源。如携程度假农庄济源店在去年一年接待团建住客约占总用户的三成。从 2021 年“国家乡村振兴局”成立，到 2022 年的文化和旅游部等 6 部门联合发布“文化产业赋能乡村振兴”相关意见，在乡村振兴、共同富裕的目标和一系政策推动下，包括携程度假农庄在内的众多乡村民宿，关注度水涨船高。携程数据显示，自去年 7 月起“度假农庄”关键词搜索量逐月上升，携程站内农庄相关内容累积曝光超 3 亿，点赞数超 2500 万。视频、图文分享及直播等渠道，已成为民宿爱好者们寻找、了解、预订乡村民宿的主要渠道。

资料来源：北京商报

【携程私家团上线“核酸无忧”服务，7 月私家团订单量环比增长超 3 倍】 随着暑期进入高峰，国内旅游市场不断升温。近日响应各地防疫政策，为游客提供更好的行中服务体验，7 月 10 日，携程私家团推出“核酸无忧”服务，针对平台上自营、代理、主题游、游学业务的私家团产品，地接服务人员按照当地政府的防疫要求，妥善为客人安排行中相应核酸检测，并由司导等地接服务人员支付核酸检测费用。截至目前，携程平台 21 万条私家团产品均覆盖了“核酸无忧”服务。“通过定期跟踪消费者反馈，我们发现许多游客，尤其老年人、亲子家庭人群对长线产品，不同地区核酸政策有担忧。例如如何查询当地核酸政策、去哪里做核酸、需要注册什么信息才能做核酸等复杂流程，令游客对远途跨省行程产生顾虑。而私家团‘核酸无忧’服务恰好解决了行程中的核酸痛点，进一步为游客舒适体验减负。”江文介绍。自疫情以来，独立成团、私密不聚众的私家团产品逐渐受到消费者追捧，而“核酸无忧”服务的推出，更是进一步催生了私家团的热度。携程数据显示，7 月至今携程私家团销售额同比 2019 年增长 74%，订单量环比 6 月增长超 3 倍；截止目前，携程私家团产品规模是 2019 年同期的 10 倍有余。携程私家团数据显示，今年 6、7 两个月，最受游客喜爱的私家团目的地有：乌鲁木齐、呼伦贝尔、丽江、贵阳、三亚、西宁、西双版纳、张家界、拉萨和大理。从线路来看，内蒙古热门线路最多，例如呼伦贝尔一地、呼伦贝尔+阿尔山、海拉尔一地均排在热门私家团线路前十名。其次，甘肃+青海环线、北疆一地、西双版纳一地、黄果树+西江苗寨+荔波等私家团线路报名热度攀升。

资料来源：环球旅讯

【同程旅行：暑期“夜游”持续升温，云南景区夜游订单量周环比增长 300%】正值暑期旅游旺季，夜经济持续走热。7月27日，同程旅行(00780)发布《2022年暑期夜游报告》(下称“报告”)。数据显示，7月以来，同程旅行平台上以“夜游”为关键词的搜索量翻倍，其中周末“夜游”搜索量最高，较日常“夜游”搜索量增长超2成。从用户关注区域来看，江苏省、湖北省、浙江省、广东省、海南省成为5个最关注景区夜游的省份。同程旅行平台数据显示，近一周的夜游景区类型中，主题公园以占比88%的绝对优势成为首选，动植物园、自然风光、人文古迹、城市观光等类型紧随其后。2022年暑期夜间旅游消费活跃度较高的主要城市同样是拥有热门主题公园的城市，例如广州、武汉、西安、北京、苏州等。在景区游玩项目上，水上乐园、游船等项目受到了人们的青睐。其中，“音乐节”、“演艺”等重头IP活动成为景区夜游项目中最吸引游客的活动。以最近火爆的“横店水上音乐节”为例，自活动启动以来，每日的音乐节门票预订量持续创新高，2人成团的订单量日环比更是最高增长近2倍。除了音乐节门票，“水上音乐节”活动同时带动了横店影视城的门票销量。同程旅行上线的玩新计划“Fun肆夜游”活动数据显示，泰州凤城河画舫游船、杭州京杭大运河游船、宜昌长江夜游游船、长沙湘江游轮橘洲之星、苏州金鸡湖游船是2022年自暑期以来热度最高的城市夜游船产品。《报告》显示，从近一周的全国景区订单来看，云南省、湖北省、江苏省、广东省、湖南省成为订单量增长速度最快的省份。其中，云南省景区夜游订单量较上周同期环比增长300%。昆明融创海世界、云南民族村、七彩云南欢乐世界排名前三。包含特色演艺夜场活动的西双版纳印象澜沧江邮轮，也是非常受用户追捧的游玩产品。夜游经济的繁荣不仅带动景区自身发展，也有效拉动了景区周边住宿、餐饮以及城市用车等多种业态发展。同程旅行数据显示，在晚7点至10点的夜游“黄金时段”，东莞近一周的景区夜间打车订单周环比上升了57%；青岛啤酒节期间，青岛的城市夜间打车订单量周环比上升最高，为67.2%；西安和广州的夜间打车订单周环比则保持了21%的增长。酒店方面，玉溪抚仙湖·星光夜市、西双版纳·星光夜市等热门景区周边的酒店订单量也呈现了明显上涨。同程旅行相关负责人表示，“夜经济”是城市生活的重要部分，不仅可以满足市民多元化的精神文化需求，还可以有力的提升城市活力，激发新的消费热情。各地打造具有地方特色的“夜经济”模式，可以有效助力地方形成新的城市旅行名片，促进当地文旅市场的快速复苏。

资料来源：智通财经

【飞猪：收到多个航司通知，将调整国内航班燃油附加费征收标准】7月29日，记者从飞猪获悉，飞猪已收到东方航空、上海航空、多彩贵州航空等国内航司的通知，将于2022年8月5日0时(出票日期)起，调整国内航班燃油附加费征收标准，调整后的标准为，成人旅客：800公里(含)以下航段每位旅客收取80元燃油附加费，800公里以上航段每位旅客收取140元，相较于调整前分别降低了20元、60元。这也是今年2月国内航司再次恢复征收燃油附加费以来的首次下调。此次调整后，成人票国内航线的机建及燃油附加费，800公里以下的航线为130元，800公里以上的航线为190元。飞猪方面表示，为进一步降低旅客出行成本，将对此前推出的燃油费补贴进行升级，8月起每周三10点将定时上线燃油费5折卡，最高可减300元。

资料来源：澎湃新闻

【飞猪：云南多个城市酒店订单量同比翻倍增长】7月27日电，飞猪数据显示，近一周(7月19日至7月25日)，西双版纳、大理等多个城市酒店订单量同比去年均实现翻倍增长，其中西双版纳酒店订单量同比增超4倍，大理酒店订单量同比增1.3倍。云南暑期跟团游预订量已恢复并超过去年同期。新疆旅游同样呈现井喷态势。飞猪数据显示，近一个月，新疆目的地的酒店成交额以周均30%的同比增幅保持强劲复苏态势。

资料来源：凤凰网

旅游

【文旅部推出 128 条乡村旅游精品线路】为满足群众暑期出游需求，丰富乡村旅游产品供给，持续助企惠民、促进消费、振兴乡村，文化和旅游部、中国关心下一代工作委员会近日联合推出“乡村是座博物馆”全国乡村旅游精品线路 128 条。此次线路推广以内涵丰富、类型多样的线路产品更好满足大众特色化、多层次旅游需求。同时，注重发挥乡村旅游综合带动作用，带动周边民宿景区、特色农产品、文创产品等销售，更好服务乡村经济社会发展。线路主题策划聚焦暑期出游需求，适应青少年特点，推出了一批乡土乡情、红色文化、考古遗址、自然科普、农耕文明、历史文化、非遗体验等适合青少年出游的精品线路，将乡村旅游打造为青少年生活、学习和成长新方式，让“到乡村过暑假，察乡情涨知识”成为暑期新风尚。通过线路推广，引导青少年走近乡村、热爱乡村、建设乡村。在畅游乡村的过程中，既可以聆听红色故事、传承红色基因，增强爱国意识和爱国情怀；又可以领略祖国乡村大美风光，体验源远流长的农耕文明，感受新时代乡村振兴卓越成效；还可以亲近土地，开展劳动和生产实践，促进青少年全面发展。此次“乡村是座博物馆”精品线路专题将通过文字介绍和图片、视频整体呈现，线路文字中不仅有对行程路线、主要乡村旅游点、最佳游览季节等基本信息的介绍，还特别增加了特色民宿、美食、农产品、创意产品推荐和自驾、公共交通信息。同时通过多种形式对线路进行立体化展示、互动式推广，满足游客“吃、住、行、游、购、娱”全方位需求，带动周边乡村旅游产品、农产品、文化创意产品销售。

资料来源：光明网

【国内旅游市场加速回暖！各地发布文旅消费券补贴金额达数十亿】随着暑期游旺季的到来，国内旅游目的地市场加速回暖，各地相继发布文旅消费券和惠民旅游卡。据不完全统计，已经有超过 20 个省份发放了多领域消费券，累计发放金额超 100 亿元。其中文旅领域消费券补贴金额达数十亿，涉及广东、浙江、云南、贵州、青海、浙江、海南、安徽、湖南、湖北、河南、西藏、山东等多个省（自治区），覆盖了酒店民宿、景区门票、度假线路、免税购物等各类旅行场景。随着暑期游旺季的到来，国内旅游目的地市场加速回暖。其中，作为毗邻中国澳门的国际休闲旅游岛，珠海横琴表现亮眼。携程平台数据显示，暑期以来，横琴相关搜索热度同比实现翻倍，增长幅度达到 102%。为进一步激发暑期文旅市场消费潜力，促进消费市场加速回暖，加大市场主体纾困力度，横琴粤澳深度合作区已于 7 月 22 日正式启动“横琴欢乐购”促消费专项活动，通过微信支付、银联等渠道派发共计 5000 万消费券。市民可通过“文旅横琴”微信公众号，了解活动详情。作为重头戏之一，携程将于 7 月 27 日上午 10 点开始加入行列，协助横琴粤澳深度合作区经济发展局，面向全国旅客派发千万文旅消费券。消费者在携程平台预订横琴地区酒店及景区等相关产品时，可以线上领取消费券，单笔酒店订单享受 5 折优惠，单笔门票订单享受 7 折优惠，单笔最高补贴不超过 300 元。活动将持续到 12 月 31 日。优惠券每日 0 点发放，同一用户可领取并使用酒店及景点门票优惠券各 1 张。消费券的使用有效期为领取当天，过期作废。消费者可在携程 APP 首页搜索“横琴消费券”活动页面，了解活动详情。7 月 27 日，广东省文化和旅游厅在阳江发布了 2022-2023 年粤西智慧旅游惠民年卡，市民及游客成功购卡后，可免费游览阳湛茂三市 21 家知名景区，并免费获赠阳湛茂三市 20 家特色民宿的消费券（每卡每月发民宿 100 元消费券）。惠民卡首期计划发行 1 万张，有望带动 45 万人次出游。记者还了解到，杭州将于 7 月 28 日起发放总金额为 1000 万元的杭州文旅消费券，助力行业复苏，营造消费氛围，邀请市民及游客发现“新天堂”，自在杭州游。据介绍，“杭州文旅消费券”的使用场景包含景区景点、酒店住宿和餐饮、民宿住宿和餐饮、旅游线路和旅游演艺五大类，覆盖杭州行政区域内超过 3000 余家文旅商户的 6000 余件文旅产品。为方便市民游客用券消费，“杭州文旅消费券”通过飞猪旅行、高德地图、大麦、橙柿互动四大平台面向杭州市民和国内游客进行发放。“杭州文旅消费券”共分三期发放，从 7 月 28 日持续至 10 月 31 日。“杭州文旅消费券”单张面额设置 10 元、30 元、50 元、80 元、150 元共五个档次，用户在上述平台购买杭州文旅产品时，在享受原有优惠的基础上，结算金额满 30 元，即可获得平台自动生成的相应档次的杭州文旅消费券进行抵扣。

资料来源：南方都市报

【北京：休闲农业带火乡村旅游】近日，北京市启动了休闲农业推介活动，精选了一批京郊特色优质农产品进行展示，并对乡村民宿、休闲园区、精品休闲线路等展开推介。据统计，今年上半年，北京市以乡村民俗户、乡村民宿等为代表的乡村旅游实际经营单位达 6497 家，已经恢复至 2019 年的 88.3%。

资料来源：中国财经报

【央行文旅部联手 推动金融支持文化和旅游行业恢复发展】央行、文化和旅游部印发《关于金融支持文化和旅游行业恢复发展的通知》提出，要进一步拓宽文化和旅游企业的融资渠道，加大对符合条件的文化和旅游企业发行债券的支持力度。探索建立文化和旅游企业资产及产品评估体系，支持盘活文化和旅游企业资产。鼓励采取多种措施稳定文化和旅游行业从业人员队伍，改善对文化和旅游行业从业人员的征信服务。运用再贷款、再贴现等货币政策工具，引导银行业金融机构改善和加强对文化和旅游企业的信贷服务。鼓励各级文化和旅游行政部门加大对受疫情影响的企业提供贴息支持，发挥政府性融资担保体系在降低文化和旅游企业融资成本中的作用。

资料来源：金融界

餐饮

【赶集直招洞察餐饮业发展趋势：商家收入企稳回升，行业规模有望扩大】作为拉动消费和事关保障民生政策的重要行业，餐饮市场也在不断攀升的气温中开始迅速复苏，不少餐饮门店迎来久违的排队取号用餐的场面。根据赶集直招发布的《餐饮商家经营状况调研报告》显示，预期 2022 年餐饮规模会继续扩大，超 6 成从业者对餐饮消费预期较为乐观。近年来，餐饮行业犹如过山车一般，在“黑天鹅”的盘桓之际，餐饮行业一度陷入窘境，从赶集直招发布的调研报告来看，2020 年受疫情影响，餐饮业受到明显波及，全国多个地区的餐饮堂食遭遇阶段性停摆，以致餐饮规模环比增长率降至 -15.4%。所谓“山重水复疑无路”，日益壮大的外卖商家和骑手队伍随即开辟了餐饮业的“又一村”。同时，大部分餐企并没有自怨自艾，而是拼尽全力自救。一些外部力量也开始关注餐饮业，通过共享员工等方式，持续为餐饮业复苏增添新动力，助力行业破局，重燃餐饮人的信心。报告显示，2021 年餐饮业累计收入值达 46894.9 亿元，已回到疫情前收入水平，随着疫情常态化管控政策实施，预期 2022 年餐饮规模会继续扩大。调研报告指出，对于从业者而言，开展多场景融合经营方式可有效缓解疫情带来的经营压力，堂食+外卖的线上线下并进式发展是餐饮业的主流趋势。受疫情零散爆发影响，2022 年 3 月社会消费品零售总额、餐饮收入同比下降，4 月份进一步震荡。一位餐饮从业者强调，暂停堂食后，餐厅除了运营外卖，还通过市集摆摊、参与露营等活动零售餐酒的方式，维持餐厅的人气和收入。赶集直招的调研报告显示，随着高效统筹疫情防控措施落地，疫情进入常态化管控阶段，国民经济企稳回升，5 月份社会消费品零售总额、餐饮收入降幅收窄，行业基本盘进一步恢复，“烟火气”正在大街小巷重新升腾。不难看出，在消费需求的带动下，餐饮商家收入仍具有较大发展空间，从业者普遍持乐观情绪。赶集直招数据显示，近五成餐饮业受访者表示对 2022 年餐饮消费发展有信心，67.86% 的餐饮业受访者认为 2022 年餐饮消费可以基本持平或呈现增长趋势，其中有 33.57% 的受访者认为 2022 年餐饮消费会出现增长。随着消费多元化和消费需求越来越细分，除了充满烟火气和人情味的传统夜宵场所，更加便利、融合的餐饮新业态，也在无形中不断助推餐饮消费的复苏。风浪过后，餐饮从业者正通过有弹性的商业模式，重新激发居民餐饮消费热情。

资料来源：东方网

【疫情常态化 餐饮行业加速数字化转型】疫情的不确定性正加速传统餐饮行业向数字化转型的脚步。7月27日，字节跳动旗下在线办公协同平台飞书城市峰会北京站正式举行。会上，飞书与西贝餐饮集团、昆仑万维有限公司等多家企业完成签约。西贝餐饮集团的签约似乎成为一个信号，越来越多的传统餐饮行业正跑步开启数字化转型。自今年2月以来，夸父以每月100家的速度增加门店。面对这样的扩展速度，夸父开发了机器人“夸父开店”，总部可以每天了解到新店是否按时交付，目标完成率等重要数据。据夸父炸串创始人袁泽陆介绍，飞书成功帮助夸父解决了订货、选址、巡店排查等多方面运营痛点，这使得夸父在疫情期间业绩不降反增，门店数量持续增长。据夸父介绍，这些机器人一年来已为夸父节约了4000万人力成本。在数字化变革年代，餐饮行业如何实现效率转型是一个亟待解决的管理命题。西贝餐饮集团CEO助理魏骅然在谈到使用飞书的感受时表示，总部与全国门店之间的办公协同有了明显提效，从日常的高管信息传递、总结，组织线上及时沟通、视频会议、复盘、文档协作共创，到客户发票信息填写、汇总流转、进度跟进，这些流程都已经可以在线上轻松完成。数字化转型后，西贝将所有员工的信息和操作一一汇总，从此告别了多个系统的割裂工作流程，每一名员工都实现了在同一体系下高效协同工作。魏骅然表示，“西贝餐饮集团与飞书的深度协同在第一阶段取得了突破性进展，未来还将进行战略协同提效的探索。”记者注意到，疫情催热了在线办公赛道。脱胎于字节跳动内部办公系统的飞书也是在疫情暴发后迅速走入公众视野，如今已成为字节跳动重要的ToB业务板块。而梳理近两年飞书的用户名单，不难发现除了一些互联网公司，出现了餐饮、银行、保险等越来越多行业企业的身影。据悉，除西贝、夸父炸串，飞书还与沪上阿姨、膳心记等知名餐饮企业签约，数字化流程已经渗透到了餐饮行业开店、人事、巡检、客服、费控、招聘培训等各个流程。

资料来源：东方网

【微盟发布 2022 餐饮行业私域运营白皮书】7月27日，微盟智慧餐饮联合世界中餐业联合会、红餐网重磅发布《2022 餐饮行业私域运营白皮书》（简称《白皮书》）。微盟智慧餐饮围绕“开源节流长效增长”的行业关切，率先在业内聚焦私域场景下餐饮行业的发展趋势。本次发布的《白皮书》聚焦餐饮行业私域运营方法论及增长新思路，不仅提出了为餐饮行业数字化转型量身定制的“四力模型”，也在会员运营、企微运营、成本管控，以及公域流量运营上提供了超30个实战案例、超100张运营链路图，完整呈现餐饮私域运营成长的新路径，全景式点出餐饮企业在私域运营中的痛点与误区，帮助餐企在防疫常态化下降低试错成本，加速恢复自我造血能力。今年以来，疫情反弹让私域运营热度居高不下，众多餐企纷纷入局，整体却成效寥寥，关于私域运营的认知误区至今仍在困扰餐饮从业者。《白皮书》开篇序言中提到，有关“私域的价值？国际巨头的私域战略？何时布局私域合适？有工具、有会员是否就是私域？”等相关问题，依然在影响餐饮行业私域运营人员的判断，因此很多餐企常常将私域视为“安慰剂”，疫情冲击时决心布局，疫情缓解后抛诸脑后。与此同时，国际餐饮巨头却从私域中实现淘金。据百胜中国财报显示，肯德基及必胜客会员计划2021年会员数累积超3.6亿人，较去年增长20%，全年数字化订单带来的销售额超70亿美元，超过公司餐厅收入的85%。在重点发力私域运营下，肯德基来自会员的线上订单几乎和线下堂食平分秋色，共同驱动了营收的逆势增长。同样是私域运营，但却带来了迥然不同的私域成效，私域运营的不确定性，抬高了餐企入局的决策门槛，已成为餐饮人亟待解决的问题。基于微盟智慧餐饮长期的私域运营经验和行业观察，针对“激活复购、裂变拉新”这两大餐企私域运营的薄弱环节，《白皮书》针对性地提出“三店一体，开源节流”解决方案，为餐企提供一套完整的运营体系，助力餐企实现运营升级、管理升级。在这套体系中，《白皮书》为餐企提供两大参考模型。一方面，其将餐饮行业私域运营划分为“行动期、完善期、成长期”三大阶段，并提炼出组织力、产品力、商品力、运营力“四力模型”，为餐企私域运营提供参考坐标，从组织管理上回答多数餐企将私域运营局限在工具、会员数量等关键指标的常见误区，帮助餐饮从业者更深层地理解私域运营，有章可循地找到构建有效私域的方法。

资料来源：联商网

交通

【交通运输部：上半年全国农村公路固定资产投资增长 15.9%】据交通运输部数据，上半年，全国农村公路完成固定资产投资 1836.5 亿元，同比增长 15.9%。全国新改建农村公路 6 万公里，同比增长 17.7%。实施农村公路安全生命防护工程 2.9 万公里，同比增长 23.7%。改造农村公路危桥 3283 座，同比增长 9.2%。要想富、先修路，道路通、百业兴。交通运输部公路局副局长顾志峰表示，交通运输部计划在提前完成今年原定任务目标基础上，再新增完成新改建农村公路 3 万公里、实施农村公路安全生命防护工程 3 万公里、改造农村公路危桥 3000 座。预计 2022 年累计完成新改建农村公路 15 万公里、实施农村公路安全生命防护工程 8 万公里、改造农村公路危桥 8000 座。与此同时，农村公路建设在服务乡村振兴，助力稳就业方面意义重大。上半年，全国农村公路采取以工代赈方式实施项目数量 2458 个，总投资额 51.6 亿元，发放劳务报酬总额 4.7 亿元，吸纳农村劳动力 4.9 万人次，其中脱贫户 1.2 万人次。下一步，交通运输部将指导各地进一步在交通基础设施建设和管护领域推广以工代赈方式，扩大实施范围和受益对象，带动当地农村劳动力就地就近就业增收。同时，指导各地加大农村公路管护岗位开发力度，统筹用好农村公路管护领域公益性岗位等各类就业岗位，安置农村就业困难人员。

资料来源：光明网

【交通运输部：上半年完成营业性货运量 242.7 亿吨 客运量 27.6 亿人】28 日，交通运输部在 7 月份例行新闻发布会上通报了上半年交通运输经济运行情况，具体来看，完成营业性货运量 242.7 亿吨，完成营业性客运量 27.6 亿人，集装箱吞吐量完成 1.4 亿标箱，完成交通固定资产投资超过 1.6 万亿元。交通运输部新闻发言人舒驰介绍称，总体来看，上半年，随着物流保通保畅等各项措施落实到位，交通运输主要指标在经历 4 月份短暂波动后逐步恢复，特别是货运量基本恢复至去年的同期水平，港口外贸集装箱吞吐量保持增长，交通投资、快递业务量总体回归到正常发展轨道。一是货运量逐步恢复。上半年，完成营业性货运量 242.7 亿吨，同比下降 2.2%，其中 6 月份降幅进一步收窄、基本恢复至去年同期水平。分方式看，公路货运量持续恢复，完成 177 亿吨，同比下降 4.6%；水路完成 41 亿吨，同比增长 4.5%。二是客运量低位运行。受新一轮疫情冲击影响，上半年，完成营业性客运量 27.6 亿人，同比下降 37.2%。全国 36 个中心城市完成客运量 206.7 亿人，同比下降 22.1%。高速公路小客车出行量达到了 84.7 亿人，同比下降 23.2%。三是港口集装箱吞吐量保持增长。上半年，集装箱吞吐量完成 1.4 亿标箱，同比增长 3%；其中外贸集装箱吞吐量超过 8500 万标箱，同比增长 6.1%。完成港口货物吞吐量 75.8 亿吨，同比下降 0.8%，其中，内贸吞吐量增长 0.5%，外贸吞吐量下降 3.7%，主要受煤炭、原油、铁矿石等大宗物资进口减少影响。四是投资继续保持高位运行。上半年，完成交通固定资产投资超过 1.6 万亿元，同比增长 6.7%。其中，公路完成投资 12704 亿元，同比增长 9.7%；水路完成投资 739 亿元，同比增长 4.7%。

资料来源：中国经济网

【交通运输部：全国货运物流有序运行，铁路、港口水运持续增长】7 月 25 日，交通运输部显示，根据国务院物流保通保畅工作领导小组办公室监测汇总数据，7 月 24 日，全国货运物流有序运行，铁路、港口水运持续增长，其中国家铁路货运继续保持高位运行，运输货物 1069.8 万吨，环比增长 0.67%；全国高速公路货车通行 631.76 万辆，环比下降 9.81%；监测港口完成货物吞吐量 3282.5 万吨，环比增长 4.5%，完成集装箱吞吐量 79 万 TEU，环比增长 1.7%；民航保障货运航班 680 班（其中国际货运航班 490 班，国内货运航班 190 班），环比下降 7%；邮政快递揽收量约 2.95 亿件，环比下降 2.0%；投递量约 3.03 亿件，环比下降 1.6%。

资料来源：Wind

【交通运输部：我国高速公路里程已位居世界第一，但未来公路网仍需稳定适度超前发展】7月25日，交通运输部举行专题新闻发布会，深入解读《国家公路网规划》，并回答记者提问。会上，交通运输部规划研究院副院长石良清介绍，改革开放四十多年来，特别是党的十八大以来，我国公路交通建设取得了历史性成就。2021年年底我国公路总里程达到528万公里，路网规模已位居世界前列，特别是高速公路里程位居世界第一。但综合考虑人口和面积等因素后，我们与发达国家相比还存在一定的差距。据介绍，我国每万人拥有公路里程37.4公里、拥有高速公路里程1.2公里，分别为美国的18%和50%，公路综合密度仅为美国的37%，日本、法国的25%左右。在通达深度方面，我国高速公路基本覆盖了城镇人口20万以上的城市，而美国州际公路、德国高速公路连接了所有5万人口以上的城市，日本高速公路网则连接了所有10万人口以上的城市。石良清表示，从国际对比和发展规律判断，尤其是面向第二个百年奋斗目标，加快建设交通强国的更高要求看，未来我国公路网仍需要保持稳定适度的超前发展，进一步完善公路交通网络，提高发展质量和效率。

资料来源：红星新闻网

教育

【教育部：全面提升高校科技助力乡村振兴水平】7月26日，教育部召开“教育这十年”“1+1”系列发布采访活动第九场新闻发布会，教育部科学技术与信息化司司长雷朝滋介绍了高等学校乡村振兴科技创新行动计划实施进展情况。雷朝滋介绍，教育部于2018年出台了《高等学校乡村振兴科技创新行动计划（2018-2022年）》，五年来，高等学校充分发挥科技创新优势，围绕乡村振兴战略，结合科教兴国、人才强国、创新驱动发展等战略实施，加快构建高校支撑乡村振兴的科技创新体系，为乡村产业发展和产业振兴提供了技术支撑、成果供给和人才支撑，筑牢巩固脱贫攻坚成果、推动乡村振兴、实现农业农村现代化的产业基础，以产业振兴带动人才、文化、生态、组织全面振兴，实施高校服务乡村振兴七大行动。雷朝滋表示，为全面总结行动计划实施成效，结合前期工作，已经梳理形成了578个高校科技支撑乡村振兴典型案例。同时，教育部拟于近期开展“十四五”高校科技助力乡村振兴示范工程项目。示范工程旨在总结前期工作经验基础上，充分发挥高校科技人才优势，研发新技术、探索新机制，形成可示范推广的典型经验，全面提升高校科技助力乡村振兴水平，为实施乡村振兴战略、推进农业农村现代化提供坚实的科技支撑、人才支撑。雷朝滋表示，乡村振兴是一个系统工程，高校科技创新可为农村产业发展提供有效技术供给、有力人才保障，从而促进产业兴旺，带动乡村全面振兴。“十四五”期间，教育部将通过开展高校科技助力乡村振兴示范工程项目，引导各高校充分发挥科研优势、人才优势，在高效育种、智慧生产、现代化加工等农业前沿领域加快部署，加快关键技术研究转化，帮助深挖农业农村多元功能和价值。“我们也将不断总结并做好典型经验的宣传推广，强化高校智库功能，辐射带动更多高校和师生投身于乡村振兴战略，积极探索乡村振兴的中国模式和路径，有效推动农业升级、农村进步、农民发展。”

资料来源：光明网

【十年来，教育部各直属高校累计投入和引进帮扶资金44.35亿】教育部今天（26日）召开新闻发布会，介绍党的十八大以来直属高校定点帮扶工作成效。十年来形成了高校内外联动的帮扶局面，教育部各直属高校累计投入和引进帮扶资金44.35亿元，购买和帮助销售贫困地区农产品44.01亿元，帮助引入企业663个，引入企业实际投资额151.6亿元。十年来累计培训教师11.64万人次，不断提升帮扶县教育教学质量。十年来累计培训基层干部和技术人员77.76万人次，帮助制定规划类项目1352项，落地实施科研项目1949项。十年来不断提高当地医疗服务水平，一大批帮扶县历史上第一次有了三级医院。复旦大学在云南为2.5万余名乡村儿童开展免费先心病筛查及手术，四川大学在藏区开展包虫病义诊3.4万余人。十年来累计购买和帮助销售贫困地区农产品44.01亿元，在国家消费帮扶“832”平台购买额度始终处于中央单位的前列。

资料来源：央视

【教育部：高校服务乡村振兴，5年创造经济效益超710亿元】7月26日，记者在教育部召开的发布会上获悉，五年来，各高校服务乡村振兴，共转移转化先进适用农业技术成果超1.8万项，创造经济效益710亿元以上。据悉，教育部于2018年出台了《高等学校乡村振兴科技创新行动计划（2018-2022年）》。教育部科学技术与信息化司司长雷朝滋表示，五年来，高等学校充分发挥科技创新优势，为乡村产业发展和产业振兴提供了技术支撑、成果供给和人才支撑。雷朝滋介绍，科学研究支撑方面，行动计划实施以来，高校在农业农村领域获得国家自然科学奖8项、国家技术发明奖20项、国家科学技术进步奖46项。同时，实施技术创新攻关行动，助力农业关键核心技术突破。五年间，高校围绕现代农业提质增效的重大需求，在节水农业、循环农业、气候智慧型农业等领域科技支撑成效显著。成果推广转化方面，各高校建立技术转移中心、技术转移服务平台超过500个，打通转移转化通道，实现科技成果转化应用。雷朝滋称，据不完全统计，五年间，共转移转化先进适用农业技术成果超1.8万项，创造经济效益710亿元以上，极大推动了农业农村现代化发展进程。人才培养方面，高校依托“科技特派员”、“博士服务团”等项目，累计派出师生超17万人次，深入乡村振兴一线；采取“线上线下”结合、“请过来与送过去”多种方式深化科教结合、产教融合，据不完全统计，共培训农业技术人员及基层干部165万余人次。此外，雷朝滋介绍，五年间，各高校共建成服务乡村振兴相关领域分子设计育种前沿科学中心、教育部重点实验室、教育部工程研究中心、国家野外科学观测研究站等各级各类科研平台200余个，成立近800个教授工作站、乡村振兴基地、科技服务点等乡村振兴对接点，深度推进校地、校企合作，助力产业转型升级和区域创新发展。

资料来源：新京报

体育

【体育产业加速数字化发展】日前，中国系统Meta Sports品牌与战略发布会在第五届数字中国建设峰会期间举行，中国系统发布Meta Sports数字体育品牌及产品。会上举行了中国系统与中体产业集团股份有限公司战略合作签约仪式及Meta Sports城市体旅云动赛事发布仪式。数字经济时代下，体育产业的数字化发展成为大势所趋。中国系统Meta Sports总经理甘健介绍，Meta Sports研发虚拟赛事平台，旨在建立中国专业数字公路综合赛事，引入国际权威认证积分体系，全面适配主流运动设备，并在超过100个城市建立赛事社群运营体系。据介绍，中国系统作为数字孪生服务提供商，基于丰富的数字城市业务经验，落地超1万平方公里数字孪生面积，为赛事提供实时、真实体验。Meta Sports将通过赛事平台的内容软件、运营平台，探索数字IP产品开发。同时，基于安全可信技术，Meta Sports将搭建数字藏品交易平台，结合DCEP数字人民币全程链上交易，推进数字人民币在城市级赛事应用中的落地。立足“数字体育助力城市经济发展”的使命，Meta Sports筛选公路自行车、马拉松等热门赛事，与城市携手，通过分布式赛点布局，推广体育赛事运动，助推赛事全民化。同时，赛事采用数字化方式呈现和打造地方城市的特色景点，并通过集群式宣发传播，共建国际体旅运动赛事平台，协助政府打造城市超级名片。

资料来源：经济日报

【2022年上海体育消费券启动配送 安排资金约2000万元】财联社7月25日电，2022上海体育消费券今日配送正式启动。7月25日起至12月，上海市体育局安排资金约2000万元。市民实名注册参与，每人每周可限量领取与使用。此外，2022上海体育消费券还将陆续推出游泳、冰雪运动、羽毛球、助老等针对特定运动项目、特定人群的专项体育消费券，满足市民多样化健身需求。消费券可在上海市16个区的600多家定点体育场馆使用，享受直接抵扣优惠。

资料来源：财联社

【体育消费升温 北京将新增 100 处足球、篮球场】北京正迎来越来越多的体育场景和体育消费，加速国际消费中心城市的培育建设。7 月 25 日，北京商报记者了解到，北京市体育局在落实全民健身设施补短板五年行动计划中，推进潞城全民健身中心和副中心城市绿心体育设施项目建设。北京将创建 10 个全民健身示范街道和体育特色乡镇，新建 100 处足球、篮球等体育健身活动场所，维护更新 1000 处室外公共体育设施。通过不断丰富体育消费促进活动，加快补齐体育健身场地设施短板。目前，北京正在筹办第三届 8.8 北京体育消费节、服贸会体育服务专题展等。通过组织开展体育产业示范基地、体育旅游精品项目、体育消费系列品牌等评选，促进体育消费。同时，利用疏解腾退空间、废旧工业厂房、边角地、闲置用地等资源，北京将因地制宜增设全民健身场地设施。推动建成潞城全民健身中心，配齐体育器材设施并开放运营。此外，借助体旅等业态融合发展，提升体育消费能级。北京还将继续推出生态型、郊野型、都市型骑行线路，推动体育与旅游、民宿等业态融合发展，带动户外运动休闲消费。坚持体商融合，开展夜间赛事活动，助力夜间消费。据悉，北京在 2021 年已经建成 367 处体育健身活动场所，创建 41 个全民健身示范街道和体育特色乡镇。在体育赛事方面，市级及以上赛事活动 2000 余场次，直接参与人次达到 200 万。组织开展在线健身服务，受众约 1.38 亿人次。今年冰雪季期间，全市 70 家冰雪场馆共接待 296.5 万人次，总收入 5.3 亿元，同比增长 69.3%。

资料来源：北京商报

【“5G+全体育”助力数字经济发展】7 月 24 日，在第五届数字中国建设峰会期间，以“数字+冬奥”“看见体育未来”为主题的数字体育分论坛在福州举办。中国移动咪咕公司副总经理颜忠伟出席本次论坛，进行了主题为《科技打造沉浸式冬奥之旅》的演讲，并分享了咪咕全面升级“5G+全体育”，赋能用户美好生活元动力、助推数智体育产业新发展的愿景。据了解，中国移动咪咕于 7 月 20 日对外正式发布了“5G+全体育”理念，以满足人民日益增长的美好生活需要，赋能用户美好生活元动力。对照马斯洛需求层次理论，即人的需求从生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求向自我实现逐级延展，覆盖从活着、活动、运动、竞技演进到体育的全过程。基于人们在不同阶段的实际需要，咪咕以中国移动算力网络为基础，通过“连接+算力+能力”新型信息服务体系，依托“内容+科技+融合创新”，面向全年龄、全生命周期用户，提供全场景、全时空体育内容，打造体育元宇宙，讲好全球化故事，全心全意为人民服务。以 2018 年世界杯为起点，中国移动咪咕持续布局体育领域，在欧洲杯、东京奥运会、北京冬奥会等顶级赛事中屡屡破圈。与此同时，咪咕还聚合了超 30 项体育版权内容，全年赛事运营超过 8000 场，日均赛事超 20 场，是用户的首选体育赛事观赛平台。咪咕升级后的“5G+全体育”，将为广大用户带来更健康、更快乐的生活方式。比如，咪咕推出“5G 全民健身-全民热练”线上健身内容专区，为用户提供 3600 小时专业训练课程，通过 7×24 小时的运动健身服务，全天候不间断带来健身陪伴。数据显示，我国未成年人网民达到 1.83 亿人，未成年互联网普及率 94.9%，互联网已经成为新一代社会化的“第一站”。咪咕积极响应体育强国、全民健身的要求，结合当前青少年喜爱的运动场景与方式，打造优质的全体育内容，为未成年用户提供健康、积极的全场景沉浸式体育体验，帮助未成年人塑造积极的世界观、人生观、价值观，培育终身体育的良好习惯和生活方式，让体育成为美好生活元动力。据介绍，咪咕以元宇宙的 MIGU 演进路线图为指引，以美好生活元动力为目标，通过体育赛事、生活方式、数智人等内容呈现，形成现实与虚拟相互融合的“平行时空”全体育元宇宙。咪咕将 5G+科技与健身、公益相结合，结合企业、家庭、校园、社区等不同场景，提供多样化的全民健身解决方案。通过举办丰富多彩的线上线下活动，开展全民健身进企业、进家庭、进校园、进网格、进门店，推动全民健身走进千家万户、千行百业。

资料来源：经济日报

人力资源

【人社部：启动实施离校未就业毕业生服务攻坚行动】7月22日，人社部召开2022年二季度新闻发布会。发布会上针对高校毕业生就业问题，人社部予以回应。《每日经济新闻》记者注意到，教育部数据显示，2022届高校毕业生规模预计达1076万人，同比增加167万人。毕业生人数首次突破千万大关。人社部就业促进司司长张莹在发布会上表示，人社部门始终把促进高校毕业生就业作为重中之重，以离校前公共就业服务进校园、离校后未就业毕业生服务攻坚为抓手，进一步加大政策支持、服务助力、权益保障、困难帮扶，全力做好高校毕业生就业工作。张莹在发布会上提到，当前正值高校毕业生的离校季，人社部门从7月份开始，启动实施了离校未就业毕业生服务攻坚行动，集中对未就业毕业生进行就业帮扶。在推进服务亮相方面，统筹各地人社部门服务力量，运用各种渠道，集中亮出线上线下求助途径、招聘平台、服务机构目录和政策服务清单。“目前，各省份普遍面向毕业生发布了公开信，人社部已经开放了未就业毕业生求职登记小程序，超过20万未就业毕业生登记了求职意愿。”在推进精准服务方面，张莹提到，人社部门将对信息移交、主动登记、走访摸排掌握的未就业高校毕业生，进行主动联系，了解他们的求职意向和服务需求，提供针对性的职业指导、岗位推介、技能培训和就业见习岗位。有就业需求的未就业毕业生可以主动到当地人社部门寻求帮助。在推进政策快办方面，围绕服务高校毕业生的高频事项，实施就业创业一件事“打包办”，分类推出基层就业、企业吸纳、自主创业、灵活就业、培训见习等政策礼包，集中兑现税收减免、创业担保贷款、资金补贴等政策，确保高校毕业生能够及时足额享受到政策红利。另外，在强化岗位推送方面，高频举办百日千万网络招聘、大中城市联合招聘等系列线上线下招聘活动，不间断为毕业生提供就业岗位信息。“目前，各地已开展线上招聘活动1.1万场，举办现场活动1500余场。加快推进事业单位公开招聘，实施‘三支一扶’等基层服务项目，做实公共部门岗位招录工作。”山东师范大学电气自动化专业应届硕士生张洋通过微信告诉《每日经济新闻》记者：“线上线下的招聘会、就业宣讲会对同学们就业积极性的提升和帮助很大，招聘会、宣讲会等可以增加大家对就业情况的了解。”

资料来源：凤凰网

2.2 上周上市公司重点公告：

图表 8.上市公司重要公告

公告日期	股票代码	公司名称	公告摘要	主要内容
2022/7/26	300282.SZ	ST 三盛	关于证券事务代表辞职的公告	三盛智慧教育科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会于近日收到公司证券事务代表池雨坤先生提交的辞职报告，池雨坤先生因个人原因申请辞去证券事务代表职务，辞职报告自送达公司董事会之日起生效，池雨坤先生辞职后将不再担任公司任何职务。截至本公告日，池雨坤先生未直接或间接持有公司股份，其负责的工作已顺利交接，不会影响公司相关工作的正常开展。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关规定，公司将尽快聘任符合任职资格的人员担任证券事务代表一职，并及时履行信息披露义务。
2022/7/26	600661.SH	昂立教育	关于协议转让部分交大昂立股份的进展公告	2021年9月29日、2021年10月15日，经上海新南洋昂立教育科技股份有限公司（以下简称“公司”）第十届董事会第三十一次会议、2021年第一次临时股东大会审议通过，同意公司以人民币3.8元/股的价格向上海新诚新健康科技发展有限公司或其指定主体协议转让40,476,450股上海交大昂立股份有限公司（以下简称“交大昂立”）股份，具体内容详见公司披露的《关于拟出售部分交大昂立股份的公告》（公告编号：临2021-061）、《2021年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：临2021-070）。
2022/7/28	601888.SH	中国中免	2022年半年度业绩快报公告	报告期内，国内疫情多点散发、多地频发，客流大幅下降，门店和物流运营出现中断，公司3-5月份的经营受到了很大冲击。面对挑战，公司采取优化商品供给、提升供应链效率、强化营销推广、改善客户服务等一系列举措，最大限度降低疫情对公司经营的影响。报告期内，公司实现营业总收入276.51亿元，较上年同期下降22.17%；实现归属于上市公司股东的净利润39.38亿元，较上年同期下降26.49%。自5月下旬开始，随着国内疫情缓解，特别是上海地区复工复产、海南等多地消费券发放等一系列刺激消费和稳增长政策的密集出台，国内跨省旅游的恢复，公司门店销售得到明显回升。进入6月，公司销售环比大幅提升，当月营收同比增长13%。
2022/7/29	603199.SH	九华旅游	2022年半年度报告	2022年上半年，国际环境复杂严峻，国内疫情多发散发，不利影响加大，国民经济面临“供给冲击、内需收缩和预期走弱”三重压力，经济恢复势头放缓，上半年国内生产总值同比增长2.5%，在国内严控疫情、“清零”政策的大方针下，旅游业不确定性明显增加，3月下旬至5月中旬波动显著，6月以来，随着各项政策措施持续发力，疫情得到有效控制，各地文化和旅游活动逐步恢复，市场开始缓慢复苏，但旅游企业经营仍承受较大压力。公司位于九华山风景名胜区核心景区，已经形成了涵盖“食、住、行、游、购、娱”的全旅游产业链条，具备了规模化发展格局，在九华山乃至池州市旅游市场中位于主导地位。
2022/7/30	002621.SZ	美吉姆	关于持股5%以上股东的一致行动人减持计划减持时间过半的进展公告	大连美吉姆教育科技股份有限公司（以下简称“公司”或“美吉姆”）于2022年6月8日收到持股5%以上股东俞建模先生等人的一致行动人张源女士的《股份减持计划告知函》，张源女士计划自减持股份预披露公告发布之日起三个交易日后的三个月内以大宗交易方式减持公司股份不超过16,300,000股，占公司股份总数的比例为1.98%。具体内容详见披露于巨潮资讯网和《证券日报》《证券时报》《中国证券报》的《关于持股5%以上股东的一致行动人减持计划期限届满未减持股份及后续减持计划的预披露公告》（公告编号：2022-068）。
2022/7/30	000796.SZ	ST 凯撒	关于2022年度日常关联交易预计的更正公告	凯撒同盛发展股份有限公司（以下简称“公司”）于2022年4月29日召开了第九届董事会第四十二次会议，并在巨潮资讯网上刊登了《关于2022年度日常关联交易预计的议案》（公告编号：2022-030）。因2021年年度报告日常关联交易发生额有部分数据调整，本次仅更正日常关联交易2021年实际发生额及差异比例，2022年预估额不变，与审议额度一致，现将公告更正如下。

资料来源：公司公告，中银证券

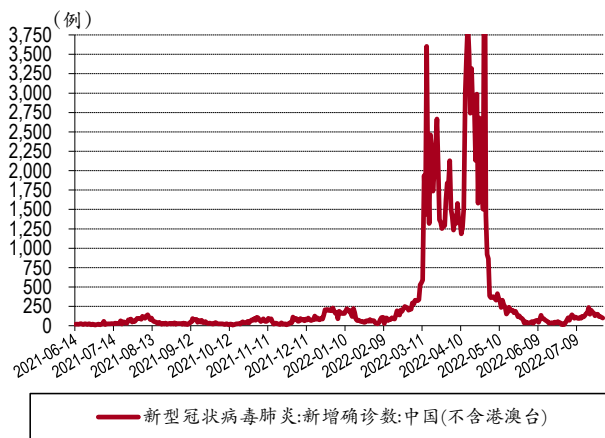
续图表 8.上市公司重要公告

公告日期	股票代码	公司名称	公告摘要	主要内容
2022/7/30	000796.SZ	ST 凯撒	关于 2021 年年度报告的补充更正公告	凯撒同盛发展股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）2021 年年度报告已于 2022 年 4 月 30 日在公司指定信息披露媒体及巨潮资讯网上刊登，根据监管要求，同时经公司对年度报告自查后，现对有关事项补充、更正披露如下。
2022/7/30	000796.SZ	ST 凯撒	2021 年年度报告全文(更正后)	公司旅游业务秉承“服务无界 创新无限”的服务理念，以“用户需求为中心”，依托营销网络的全球化以及旅游服务的标准化，致力于打造“境内外零时差一体化”以及“线上线下一体化”的服务体验。近年来，凯撒旅游紧抓机遇，不断提升服务接待能力，已四次承接世界旅游城市联合会香山旅游峰会项目，多次在各种高规格国际交流活动的接待服务中出色完成任务。

资料来源：公司公告，中银证券

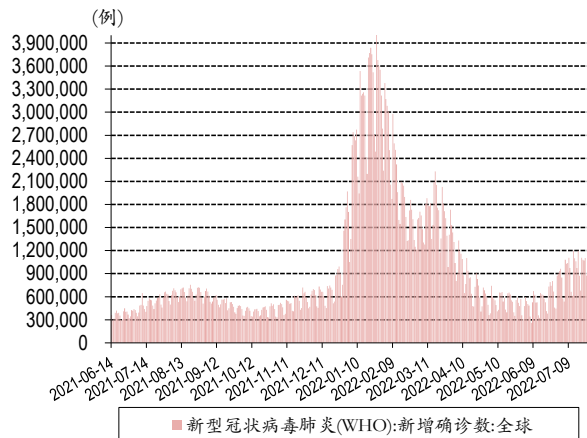
3、国内外疫情与我国入境政策跟踪

图表 9.全国新冠肺炎每日新增确诊病例（不含港澳台）



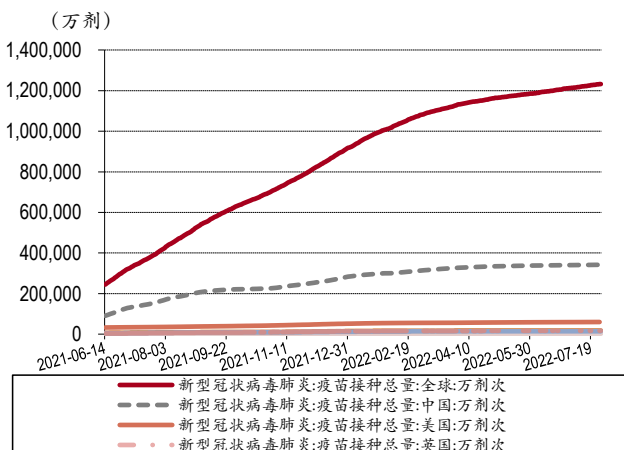
资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/7/29)

图表 10.全球新冠肺炎每日新增确诊病例



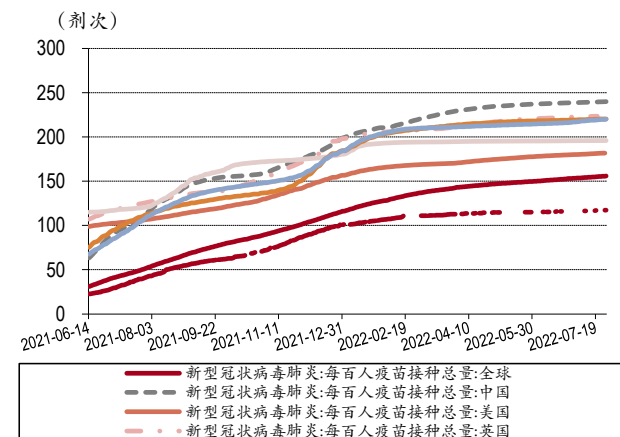
资料来源: ifind, WHO, 中银证券 (截止日 2022/7/29)

图表 11.新冠疫苗接种总量



资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/7/27)

图表 12.每百人新冠疫苗接种量



资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/7/27)

上周新冠肺炎新增病例境外与本土病例均有所上升, 截至 7 月 29 日, 全国新型冠状病毒肺炎传播涉及多个地区, 其中上海、江苏、北京、广东等地区出现一定规模本土疫情, 总体来看新增确诊人数出现上升趋势, 出现疫情的省市迅速流调摸排, 详细摸清病例活动轨迹, 全力追踪密接、次密接人员, 坚决防止疫情扩散蔓延。据 WHO 数据, 截止至 2022 年 7 月 29 日, 全球新冠肺炎每日确诊病例 997,348 例, 受变种病毒影响, 病例数连续高增长。目前各国持续推进疫苗接种工作, 不过要注意全球各地变种病毒的发展状况, 且全球疫苗供应仍旧受限。因此, 还需继续保持对新冠疫情反弹的常规管控。

图表 13.我国各地入境隔离政策

省	市	入境隔离政策
北京	北京	7 天第一入境地集中隔离+3 天第一入境地居家健康监测；
天津	天津	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
河北	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天第一入境地居家健康监测；
山西	全省各市	第一入境地隔离期满+7 天居家健康监测
内蒙古自治区	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天居家健康监测；
辽宁	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
吉林	长春/吉林/白城	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
黑龙江	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
上海	上海	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
江苏	南京/扬州	7 天集中隔离+7 天居家隔离；
	无锡等市	7 天集中隔离+3 天居家健康监测；
浙江	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
安徽	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
福建	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天居家健康监测；
江西	全省各市	7 天第一入境地集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
山东	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
河南	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
湖北	全省各市	7 天第一入境地集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
湖南	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天居家健康监测；
广东	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天居家健康监测；
广西壮族自治区	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
海南	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
重庆	全省各市	7 天第一入境地集中隔离+3 天居家健康监测；
四川	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
贵州	全省各市	7 天集中隔离+3 天居家健康监测；
云南	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
西藏自治区	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
陕西	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
甘肃	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
青海	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
宁夏回族自治区	全省各市	7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；
新疆维吾尔自治区	全省各市	7 天第一入境地集中隔离医学观察+3 天居家健康监测；

资料来源：中国政府网，北京、天津、河北、山西、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、广西、海南、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆等各地本地宝，中银证券（截止日 2022/7/29）

注：未提及地区入境隔离措施需向当地防疫办致电报备后研判

自 6 月 28 日国务院联防联控机制发布第九版新冠肺炎防控方案以来，各省市陆续调整当地入境隔离政策，截至 7 月 29 日，大部分省市将入境人员隔离管控时间调整为“7 天集中隔离医学观察+3 天居家健康监测”，核酸检测措施调整为“集中隔离医学观察第 1、2、3、5、7 天和居家健康监测第 3 天核酸检测，采集口咽拭子”，解除集中隔离医学观察前不要求双采双检。由此，上周我国各省市入境隔离政策陆续有所放宽调整。目前我国各省市持续严格推进疫情防控措施，不过要注意各地疫情反弹情况，继续保持对新冠疫情的常规管控。

4、投资建议

政府助力，叠加当前火热的线上卖货双重推进，免税行业恢复向好；金融降低融资困难，预计旅游市场加速恢复；餐饮收入有序回升，企业转型升级降本增效，看好行业保持长期复苏态势。我们继续推荐满足多元旅游零售消费需求的免税龙头企业中国中免；国门暂未开启，周边游、近郊游持续升温，推荐布局重点经济区域周边游景区的中青旅、天目湖；乡村旅游前景光明，推荐已在民宿业态提前发力的丽江股份，避暑胜地长白山及众信旅游、岭南控股、首旅酒店、锦江酒店、宋城演艺等酒店、景区、旅游综合服务标的；疫情趋稳增加餐饮消费需求及企业灵活用工需求，推荐快乐家庭消费标的豫园股份及综合人服领军企业科锐国际。建议关注乡村旅游、民宿露营等行业标的及自然景区住宿业态提升。

5、风险提示

新冠病毒疫情反复：全球来看，新冠肺炎每日确诊病例数量受变种病毒影响持续上升，每日新增 200 多万例，形势依然严峻。疫苗方面，多款疫苗上市，各国持续推进疫苗接种工作，疫苗接种总量超过 110 亿支，但疫苗供应持续受限。总体来说，需谨慎防范新冠病毒的反复。

行业复苏不及预期：文旅部出台国内景区接待量取消限制政策，由当地疫情防控形势确定，出入境旅游若年内仍无法预期有序启动，国际旅游复苏、口岸免税恢复等仍将持续承压。

政策落地及执行不及预期：文旅部出入境旅游政策尚未出台，市内免税店政策虽有进展，仍暂未落地，且政策落地后的执行也存在一定不确定性。

6、附录

附录图表 14.报告中提及重点上市公司估值表

公司代码	公司简称	评级	股价	市值	每股收益(元/股)		市盈率(x)		最新每股净资产 (元/股)
			(元)	(亿元)	2021A	2022E	2021A	2022E	
601888.SH	中国中免	买入	209.90	4,098.25	4.94	5.79	44.38	36.25	16.43
600138.SH	中青旅	买入	10.85	78.54	0.03	0.24	353.86	45.21	8.61
600258.SH	首旅酒店	买入	20.91	234.48	0.05	0.31	526.28	67.45	9.69
300144.SZ	宋城演艺	买入	12.80	334.68	0.12	0.20	118.82	64.00	2.92
603136.SH	天目湖	买入	22.18	41.32	0.28	0.35	63.74	63.37	6.16
600655.SH	豫园股份	买入	8.35	324.91	0.99	1.10	10.38	7.59	8.86
300662.SZ	科锐国际	买入	42.98	84.60	1.28	1.66	48.50	25.89	10.77
002033.SZ	丽江股份	增持	8.76	48.14	(0.07)	0.14	(90.27)	62.57	4.34
000524.SZ	岭南控股	增持	9.40	63.00	(0.19)	0.31	(39.07)	30.32	3.20
002707.SZ	众信旅游	增持	6.43	58.28	(0.51)	(0.02)	(11.01)	(321.50)	0.23
600754.SH	锦江酒店	增持	61.84	565.24	0.09	0.34	623.18	181.88	15.41
603099.SH	长白山	增持	8.34	22.24	(0.19)	0.01	(56.62)	834.00	3.49
000796.SZ	ST 凯撒	未有评级	5.28	42.40	(0.86)	-	(8.88)	-	0.06
600054.SH	黄山旅游	未有评级	10.48	53.79	0.06	0.05	163.93	210.22	5.77
300651.SZ	金陵体育	未有评级	23.33	30.04	0.20	-	137.85	-	5.48
600158.SH	中体产业	未有评级	8.14	78.10	0.06	0.07	264.16	113.19	2.59
000428.SZ	华天酒店	未有评级	4.20	42.79	0.08	-	38.11	-	2.04
301073.SZ	君亭酒店	未有评级	63.46	76.67	0.46	0.58	74.87	113.84	6.09
000610.SZ	西安旅游	未有评级	9.15	21.66	(0.31)	-	(26.80)	-	3.31
605108.SH	同庆楼	未有评级	19.99	51.97	0.55	0.66	33.03	30.47	7.65
600706.SH	曲江文旅	未有评级	9.99	25.48	0.03	0.06	249.01	159.25	4.55
000430.SZ	张家界	未有评级	6.35	25.71	(0.33)	-	(17.04)	-	3.23

资料来源: ifind, 中银证券

注: 股价截止日 2022 年 7 月 29 日, 未有评级公司盈利预测来自 ifind 一致预期。

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20%以上；
增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；
中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；
减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；
中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；
弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不得以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人士，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告期内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构：

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话：
中国网通 10 省市客户请拨打：10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打：10800 1521065
新加坡客户请拨打：800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371