

强于大市

社会服务行业周报

租车夜游引领时尚出行，餐饮业保持稳定复苏

上周(2022.8.08-2022.8.12)行情回顾:上周沪指首日低开后小幅震荡至第三日,第四日低开高走,大幅回升后高位窄幅震荡至第五日收涨。深指首日低开后低位震荡至第三日收跌,第四日低开后大幅回升,第五日维持高位震荡。上证综指累计上涨1.55%,报收3,276.89。上周社会服务子板块及旅游零售板块中1个下跌,涨跌幅由高到低分别为:旅游及景区(+1.80%),教育(+1.74%),专业服务(+0.64%),酒店餐饮(+0.61%),旅游零售(-1.63%)。上周申万(2021)31个一级行业中29个上涨,涨幅最大的五名是煤炭、石油石化、综合、基础化工、纺织服饰,其中社会服务板块上涨1.16%,在申万一级31个行业排名中位列第24。社会服务行业跑赢沪深300指数0.34pct。主题酒店热度不减,下沉市场加速布局;自驾夜游日渐升温,旅游市场有序复苏;连锁化率加速提高,预制菜望保持增长空间;维持行业强于大市评级。

- **租车出行热度大涨,夜间旅游引领新风尚。**根据携程发布的《2022年暑期租车自驾报告》,今年暑期单均车日同比增长5.5%,平均续租天数为2.1天。此外,据携程数据,今年7月份夜游景区门票订单量环比上个月增长138%,出游人次环比上个月增长165%。80、90后成为租车自驾游主要群体,且续租意愿较强,同时夜游经济显著带动旅游消费,预计周边游将因此受益,延续增长势头,可关注夜游相关生态链发展。
- **连锁化率稳步提升,预制菜市场前景广阔。**据中国连锁经营协会与华兴资本联合发布的《2022中国连锁餐饮行业报告》,我国2019-2021年间绝大部分餐饮品类的连锁化率持续提升。据红餐网8月12日发布的《2022中国餐饮产业生态白皮书》,中国预制菜行业规模2021年为3459亿元,预计2022年将超过4000亿元。我国餐饮业连锁化率持续提升,但与发达国家仍有差距,考虑到疫情推动餐饮业数字化转型,同时预制菜成为站上风口,预计品牌连锁将加速发展。
- **政策聚焦行业监管,规范国内旅游市场秩序。**8月12日,文旅部发布《关于加强行业监管进一步规范旅游市场秩序的通知》,要求各地进一步加强旅游市场执法,依法查处“不合理低价游”等各类旅游市场违法违规行为。通知旨在提升服务质量,保障游客合法权益,同时要求科学精准实施跨省旅游经营活动管理“熔断”机制,从质量与安全两方面为旅游业的复苏保驾护航。

投资建议:

- 民宿与特色酒店持续火热,在住宿业态提升的前提下,预计酒店业有望保持整体中长期增长;周边游成为出行的主要支柱,夜间经济有望带动相关主题旅游产品发展;餐饮品牌连锁化率提升空间广阔,预制菜市场有望保持增长,餐饮业发展复苏动力体现。我们认为国门暂未开启,周边游、近郊游有望持续升温,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。建议关注民宿露营、预制菜等行业标的表现。

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

《2022中国连锁餐饮行业报告点评:餐饮行业底部回弹,连锁化率稳步提升》20220810

《社服22Q2基金持仓点评:持仓比例环比上升,较疫前仍处低位水平》20220807

《社会服务行业周报:突发疫情免税承压,浪漫七夕助力出行》20220807

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

(8621)20328901

xiaomin.li@bocichina.com

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：	19
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	19
续图表 8.上市公司重要公告.....	20
续图表 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

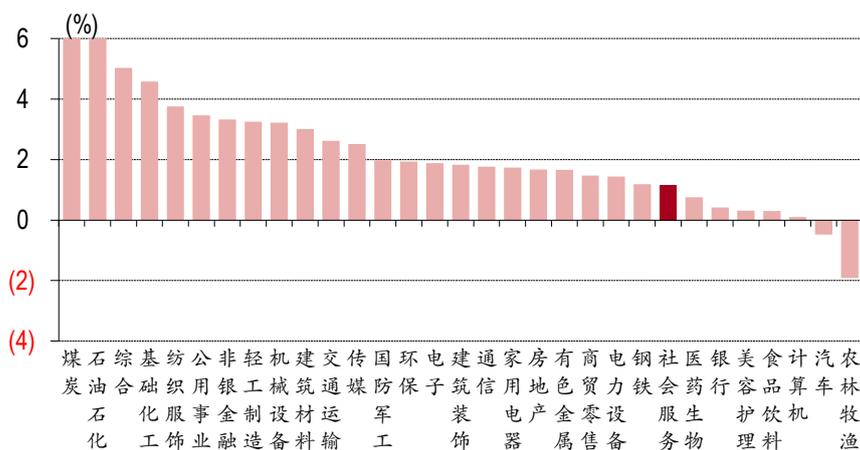
1.1 申万（2021）社会服务上周涨幅

上周（2022.8.08-2022.8.12）行情回顾：上周沪指首日低开后小幅震荡至第三日，第四日低开高走，大幅回升后高位窄幅震荡至第五日收涨。深指首日低开后低位震荡至第三日收跌，第四日低开后大幅回升，第五日维持高位震荡。上证综指累计上涨 1.55%，报收 3,276.89。沪深 300 上周上涨 0.82%，报收 4,191.15。创业板上周累计上涨 0.27%，报收 2,690.83。上证 50 指数累计上涨 0.81%，报收 2,796.89。创业板 50 累计上涨 0.46%，报收 2,691.99。科创 50 上周下跌 0.96%，报 1146.19。上周沪深两市成交额 49,407.01 亿元，周成交量 36,282,833.68 万股。

板块表现：上周申万（2021）31 个一级行业中 29 个上涨，涨幅最大的五名是煤炭、石油石化、综合、基础化工、纺织服饰，其中社会服务板块上涨 1.16%，在申万一级 31 个行业排名中位列第 24。社会服务行业跑赢沪深 300 指数 0.34pcts。

沪深港通：北向资金上周累计净买入 76.50 亿人民币，其中沪股通合计净买入 64.56 亿元，深股通合计净买入 11.94 亿元。南向资金上周累计净买入 24.39 亿港元，其中沪港通净买入 16.26 亿港元，深港通净买入 8.13 亿港元。

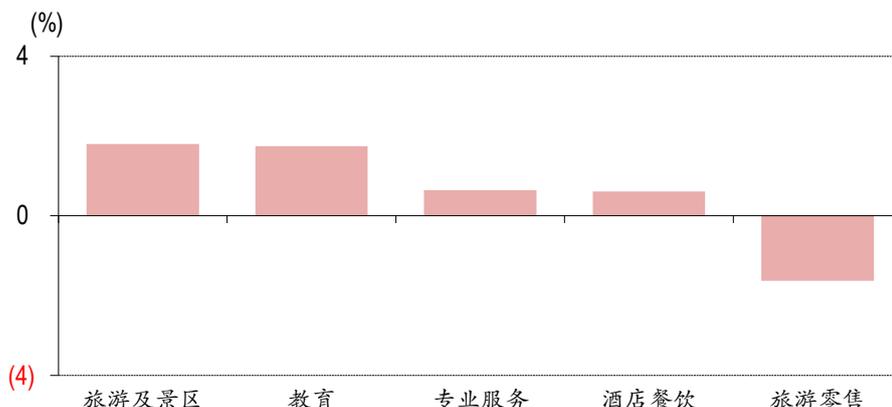
图表 1.申万（2021）一级行业涨跌幅排名



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 1 个下跌，涨跌幅由高到低分别为：旅游及景区(+1.80%)，教育(+1.74%)，专业服务(+0.64%)，酒店餐饮(+0.61%)，旅游零售(-1.63%)。（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 (%)	今年初至今 (%)	所属申万三级行业	证券简称	周涨跌幅 (%)	今年初至今 (%)	所属申万三级行业
ST 文化	13.64	(24.24)	培训教育	东方时尚	(5.86)	(32.00)	培训教育
美吉姆	13.63	17.93	培训教育	信测标准	(4.85)	(25.36)	检测服务
同庆楼	9.05	19.23	餐饮	易尚展示	(3.56)	(59.81)	会展服务
创业黑马	8.31	(46.16)	培训教育	西域旅游	(2.22)	22.79	自然景区
元隆雅图	6.81	(0.51)	会展服务	中国中免	(1.63)	(10.82)	旅游零售
金陵体育	6.00	(13.13)	体育	谱尼测试	(0.88)	(34.93)	检测服务
三特索道	5.93	4.57	自然景区	当代文体	(0.88)	(66.27)	体育
众信旅游	5.83	12.59	旅游综合	中公教育	(0.84)	(39.69)	培训教育
锋尚文化	5.22	(46.30)	会展服务	天目湖	(0.82)	30.25	人工景区
行动教育	4.94	(55.16)	培训教育	西藏旅游	(0.80)	10.00	自然景区

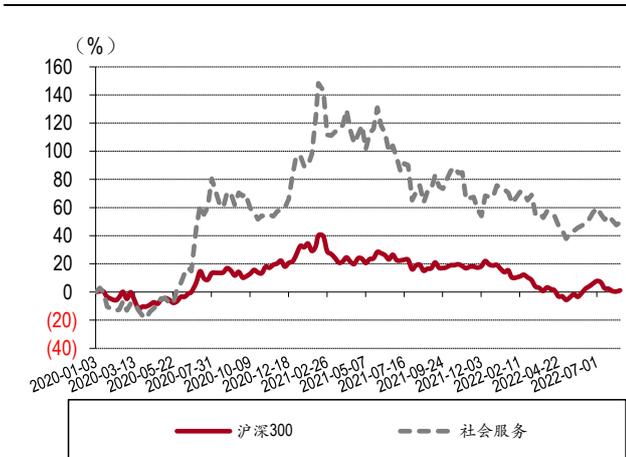
资料来源：ifind，中银证券，以 2022 年 8 月 12 日收盘价为准

上周社会服务行业板块中个股涨跌幅中位数为+1.19%。A 股社会服务板块及旅游零售子板块 76 家公司有 55 家上涨，ST 文化涨幅最大，涨幅为 13.64%。涨幅前五的个股为 ST 文化 (+13.64%)，美吉姆 (+13.63%)，同庆楼 (+9.05%)，创业黑马 (+8.31%)，元隆雅图 (+6.81%)。跌幅前五的个股为东方时尚 (-5.86%)，信测标准 (-4.85%)，易尚展示 (-3.56%)，西域旅游 (-2.22%)，中国中免 (-1.63%)。

1.4 子行业估值

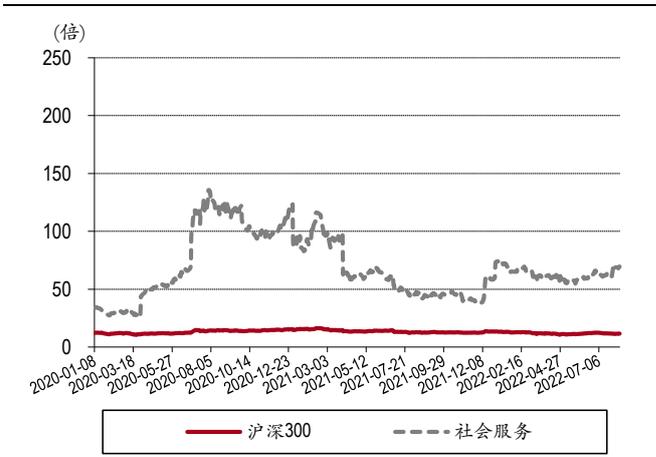
截止 2022 年 8 月 12 日社会服务行业 PE (TTM) 为 69.55 倍，处于历史分位 93.31%。沪深 300 PE (TTM) 为 11.53 倍，处于历史分位 27.57%。创业板 PE (TTM) 为 44.51 倍，处于历史分位 43.26%。中证 500 PE (TTM) 为 16.80 倍，处于历史分位 4.30%。

图表 4. 2020 年初至今申万 (2021) 社会服务指数变化



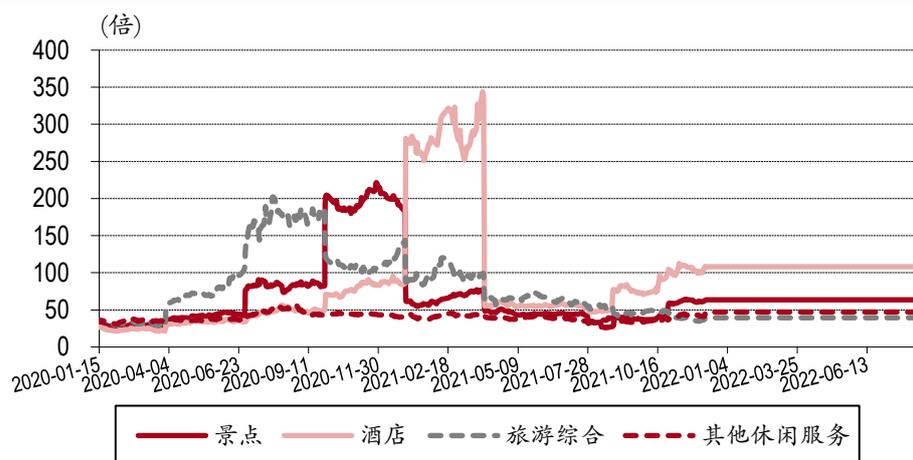
资料来源：ifind，中银证券（截止日 2022/8/12）

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 2022/8/12）

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

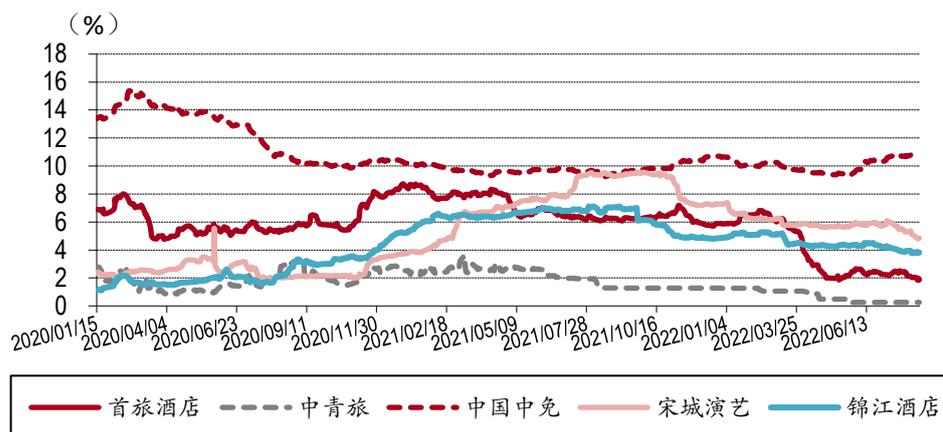


资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/8/12)

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 2022/8/12)

前一周北上资金减持首旅酒店 0.18pcts 至 1.88%, 维持中青旅为 0.26% 不变, 维持中国中免为 10.84% 不变, 减持宋城演艺 0.07pcts 至 4.84%, 减持锦江酒店 0.01pcts 至 3.81%。

2、行业公司动态及公告

2.1 上周行业重要新闻：

免税

【“免税茅”拟启动在港上市】有消息称，中国免税店龙头中国中免或于8月12日正式启动在中国香港上市计划，募资或逾215亿港元，有望超越天齐锂业（募资134.58亿港元），成为今年中国香港最大规模的IPO。据悉，中国中免计划在中国香港IPO出售5%的股份，H股的招股价较A股可能有所折让，未有最终决定。如果按中国中免10日收市市值约3827亿元人民币，按发行5%H股计算，此次中国香港IPO募资或将高达191.35亿元（222.22亿港元）。据透露，此次募集资金将用于巩固国内渠道、拓展海外渠道，包括投资8家机场免税店，20间其他口岸免税店和20间有税旅游零售项目，开设6间海外市内免税店，以及11家本土市内免税店，6间邮轮免税店，海口/三亚国际免税城的翻新与扩建等。招股书显示，中国中免拥有全国最多的免税店，中国中免2021年在国内市场份额达86.0%。截至2021年12月31日，公司是中国持有免税经营牌照的九组实体之一、持有免税经营牌照在全国经营免税口岸店的五组实体之一，并为持有经营牌照在中国经营所有种类免税店的唯一集团。

资料来源：深圳商报

【云南免税进口花卉品种超100种】记者8日从昆明海关获悉，目前，云南省通过免税进口花卉品种已扩大到100余种，受惠企业已增加至59家。今年以来减免税款约2612万元（人民币，下同）。云南省是全球三大新兴花卉产区之一、全球第二大鲜切花交易中心。为支持云南省花卉产业快速健康发展，自2000年起，国家给予云南省进口用于科研和种植的花卉种苗、种球和种籽（简称“花卉种子”）免征关税和进口环节增值税的优惠政策。“十四五”期间，符合条件的受惠企业进口花卉种子可继续享受免征进口关税和进口环节增值税的优惠。政策落地以来，取消了品种与数量的限制，作用发挥明显。目前，云南省通过免税进口花卉品种已扩大到100余种，受惠企业已增加至59家。云南花宏进出口有限公司副总经理李洁称，今年，公司花卉种球进口累计减免税款342.8万元，节省仓租、柜租等费用约24万元，公司资金压力得到大幅缓解。

资料来源：中新网

【三峡机场将迎来免税店】宜昌三峡机场即将迎来免税店。记者获悉，在7月25日举行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快速发展，全面提升宜昌三峡机场国际旅客购物的档次和水平。宜昌三峡机场离境口岸免税店选址于宜昌三峡机场T1国际航站楼，项目总投资约500万元。宜昌三峡机场离境免税店的设立，将有效弥补宜昌高档旅游购物场所的空白，促进宜昌旅游基础设施与国际先进水平接轨。

资料来源：三峡日报

酒店

【海南官方回应“三亚个别酒店先提价再打折”】海南省新冠肺炎疫情防控工作指挥部8月7日下午召开新闻发布会通报，为做好滞留旅客服务工作，海南省旅文部门主动做好滞留游客的住宿、餐饮和疫情防控物资保障，坚决杜绝发生游客无处住宿、酒店驱赶客人等现象，以真心、真情服务好广大游客。海南省旅游和文化广电体育厅副厅长刘成表示，对已接待滞留游客入住的酒店，自8月6日起，7天内统一按原入住价格的五折提供续住，续住的费用由入住游客承担。如果游客选择不再续住原入住酒店，由其从所在区域酒店自行选择。新入住酒店的游客，按携程官网公布的最低价格基础上给予半价优惠。更换酒店游客转运工作由交通部门负责调度保障工作。针对网上游客反映三亚个别酒店不按相关措施执行，有先提价再打折的情况，刘成回应，相关部门已派出专人赴现场处置。如果确实发生多收房款的现象，一定要退回。刘成表示，海南已建立反映问题台账，严厉打击违法违规行，切实保障广大游客切身利益。刘成透露，8月6日晚，三亚市已将滞留在三亚凤凰机场的2845名滞留旅客，妥善安置在三亚湾11家酒店并提供七天的酒店食宿服务。

资料来源：中新网

【重庆将大力发展品牌特色酒店 打造推出一批精品民宿】记者 11 日从重庆市政府新闻办获悉，重庆将大力发展品牌特色酒店，规范发展非标住宿业态，打造推出一批精品民宿。力争到“十四五”末，重庆住宿从业单位达到 2.5 万家，实现入境过夜游客人次及增幅、国内过夜游客人次及增幅双提升。为进一步提升重庆住宿业服务质量，发挥住宿业在促进消费、拉动经济增长、提升城市形象等方面的积极作用，重庆市人民政府办公厅近日印发了《关于推动住宿业规范发展的意见》(以下简称《意见》)。在规范发展非标住宿业态方面，《意见》引导重庆城市郊区和景区周边小城镇、旅游热点地区及休闲度假资源较为富集的乡村等地居民，充分利用自有宅基地、闲置住房资源，建设、改造和经营特色家庭旅馆、客栈、民宿、公寓、精品酒店、度假别墅、小木屋、帐篷、集装箱等非标住宿业态。鼓励农家乐、精品民宿集聚发展，充分发挥规模效益。《意见》提出，重庆将充分挖掘城市街区、乡村生态、民俗文化、古村古镇等特色资源，对照《旅游民宿基本要求与评价》明确的标准，推出一批具有民俗风情、人文底蕴、生态康养、旅游观光、休闲娱乐、户外运动等特色，符合治安、卫生、环境保护、安全等规定，取得营业执照、特种行业许可证、卫生许可证、食品经营许可证等相关证照的精品民宿。《意见》还明确指出，重庆将发展住宿业新业态新模式。推进住宿业与会展、文旅、体育、农业、医疗、康养、教育培训等产业融合发展，促进规模化、连锁化、品牌化、集团化发展。鼓励本地住宿业企业与国际品牌酒店探索开展合资经营、“特许经营+第三方管理”等模式。积极扶持有条件的住宿业企业加快电子商务和营销平台建设，鼓励其开展旅游住宿业在线服务、网络营销、网上预订、网上支付等业务。支持将符合条件的优质住宿业企业纳入全市上市和挂牌企业后备资源库进行管理。值得一提的是，《意见》还提出，重庆将大力提升住宿业智能化水平。充分利用重庆作为国家首批数字经济创新发展试验区的政策优势和产业优势，推动利用大数据完善酒店管理和服务，支持住宿业应用互联网、物联网、人工智能等新技术，推广智能酒店建设，提升行业服务效率与服务水平，有效提升住宿业流量获取效率和运营效率。充分利用大数据安全技术消除住宿业信息安全隐患，加强信息技术安全监管，推动智慧型安全监管平台建设，构建酒店隐私保护体系。重庆市商务委副主任彭和良称，住宿业是现代服务业的重要组成部分，对承载扩大消费、提升城市形象、保障改善民生具有重要意义。出台该《意见》，将进一步发挥住宿业在促进经济增长、提升城市形象等方面的积极作用，聚焦规范住宿业市场秩序，助推重庆住宿业跨越式发展。

资料来源：中新网

【瞄准二三四线 国际酒店集团在华加速圈地】在经历了去年业绩低谷后，国际酒店集团今年上半年迎来了强势复苏。截至 8 月 10 日，包括凯悦酒店、万豪、希尔顿、雅高等多家外资酒店集团均披露了上半年业绩数据，并呈现出进一步复苏的态势。与此同时，各大外资酒店集团也在加速“跑马圈地”，争夺下沉市场的份额。包括洲际酒店集团在内的国际巨头就将目光投向中国二至四线城市，不过在下沉市场的同时，低线城市消费力能否匹配，未来入住率能否持续保证也有待于进一步观察。数据显示，洲际酒店 2022 年一季度共在大中华区开业 5 家酒店(900+客房)，系统规模净增长 9.9%。尽管受到疫情挑战，一季度仍共签约 32 家新酒店，其中包括 10 家智选假日酒店和 12 家皇冠假日酒店。同时，二季度开业酒店数预计较一季度翻一番，增长势头强劲。华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱分析指出，我国的下沉市场潜力巨大，一线城市 4 座；新一线城市 15 座；二线城市 30 座；下沉市场三四线城市有 623 座。随着下沉市场的经济发展迅速，消费升级趋势也愈发明显。不过，在迎来新商机的同时，各国际酒店集团也会遇到竞争与挑战。出境游暂停下，消费出现回流，这也促使了各商家开始提升旅游品质。而在此背景下，下沉市场“内卷”不断加剧，不仅国际酒店巨头们在争抢下沉市场的份额，国内酒店集团也在“快马加鞭”地布局。在下沉市场，包括万达、华住、尚美、首旅如家以及开元等酒店集团也都在积极布局。赵焕焱认为，根据不同的地区和地块，酒店品牌也不受限制，除了比较多使用定位更低线的品牌外，也可以有高端品牌入驻。中端品牌一般会使用特许经营模式与本土公司合作进行发展。北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏表示，长远来看，中国的长期市场依然可期，在旅游流动、商务活动逐步恢复之后，市场就会快速恢复到常态，而在疫情期间，经营效益不好、品牌不能够适应市场的企业已经被筛选，而大企业就会迎来更好的发展机会。谈及接下来国际酒店集团的发展，赵焕焱认为，随着疫情防控措施的变化，旅游业会逐步向正常化发展，下半年情况会比上半年改善许多，因此下半年国际酒店的业绩改善是大概率的事情。

资料来源：北京商报

【盛天网络与美团酒店携手 助力电竞酒店场景革新】盛天网络与美团酒店于8月9日在武汉签署全面合作协议，双方将围绕品牌曝光、流量合作、电竞赛事内容管理、酒店信息管理等领域开展深度合作，实现优势互补、资源共享，共同推进电竞酒店产业高质量发展，共创年轻人喜爱的数字娱乐场景。电竞的大众化和酒店行业的多元化趋势是电竞酒店市场高速增长的驱动力。数据显示，2022年中国电竞用户规模已接近5亿，整体市场规模预计将超过1500亿元。随着亚运会开幕在即，国家对于电竞行业的扶持政策也持续加码，资本市场投资热度不断回升。而作为新常态下，全民电竞场景的承载者，电竞酒店获得了快速的发展——数据显示，2021年全国共有15000家电竞酒店，与2019年2600家相比，增长了5.7倍。电竞酒店用户主要以男性“Z世代”人群为主，集中分布于区域中心城市及中西部省会城市，比如成都、重庆、长沙、西安、武汉、郑州、杭州、深圳等，去电竞酒店“开黑”已成为深受年轻人欢迎的聚会方式，相关数据显示，2022年七夕期间，特色酒店备受热捧，其中，电竞房预订量同比增长161%。业内人士表示，资本与品牌的涌入，潜移默化地影响电竞酒店市场，更明确的定位、更专业的服务和更丰富的内容是电竞酒店市场的大势所趋。在此背景之下，美团旗下酒店数智化一站式解决方案别样红云PMS与盛天网络旗下针对电竞酒店市场研发的数字化营销平台易乐途开启了全面合作，并以此为契机，深度覆盖酒店电竞化衍生的内容、服务需求。双方将共同为电竞酒店打造定制一站式服务平台，全方位赋能电竞酒店场景。“线上游戏，更要线下社交，新的年轻人需要一个独立于家、学校、之外和好友相聚的场景的需求一直没有变化。”盛天网络商业策略总监邓建业在签约现场表示，盛天网络和美团酒店的主力消费群体都是年轻人，盛天网络深耕数字娱乐场景十余年，结合双方的优势与能力，期待未来盛天网络和美团别样红共同挖掘电竞酒店更广阔的场景价值。分析人士指出，后疫情时代，电竞酒店以其安全性、私密性和社交性，正成为年轻人线下娱乐场景和全民电竞摇篮。而不可忽视的是，目前酒店的泛娱乐化应用依然以线下为主，随着元宇宙、沉浸式体验等为代表的智能科技成为年轻潮人的新宠，电竞酒店场景价值有望再度提升。根据相关报告显示，目前元宇宙经济规模已超万亿，覆盖电子游戏、社交媒体等多板块，作为年轻人的又一聚集地，电竞+元宇宙+酒店或将开拓新的娱乐赛场。据盛天网络方面透露，以此次合作为契机，后续公司将与美团·酒店等产业链伙伴开展深度合作，接入游戏、IP、社交、剧本杀、VR/AR等多种业态，不断拓展服务品类，满足用户电竞、泛娱乐需求，将电竞酒店打造为年轻人真正喜爱的数字娱乐场景。

资料来源：发布易

OTA

【“发布微信状态，记录此刻旅程”，同程旅行推动全新旅行社交潮流】在旅行过程中，随时更新自己的旅行动态，和好友一起探索目的地，是当前年轻旅行者喜爱的旅行社交动作。近日，同程旅行基于当代年轻人的社交方式，推出了“微信状态X足迹地图”的旅行社交功能。在该功能支持下，用户分享旅行心情的同时，可以与微信好友共同探索目的地城市。通过这一功能，用户的“旅行+社交”体验将得到进一步丰富。“微信状态X足迹地图”功能是同程旅行基于年轻用户在旅行中爱分享、爱互动等特点推出的。用户只需要在同程旅行微信小程序中进行当日景区预订，点击订单详情页中“发布微信状态”的banner，便可一键发布微信状态，分享当时的旅行状态。为了进一步丰富旅行社交的体验感，同程旅行与微信状态打造了“足迹地图探索”玩法。用户本人基于景区订单发布微信状态后，其好友只需通过微信状态入口访问活动，便可探索发布状态所在目的地城市周边的景区信息，从而增加互动性。在探索过程中，好友还有机会获得由同程旅行随机发放的多种旅行红包，包含满899元减50元的迪士尼红包、满999元减60元的环球影城度假区红包、8元无门槛打车券、黑鲸年卡40元代金券等。同程旅行相关负责人表示：“相较于传统的被动社交，此次基于即时社交而衍生的‘微信状态X足迹地图’的旅行社交功能，进一步拉近了人与人之间的关系。年轻用户可以通过简单的分享方式，将旅行的快乐传达给每一位微信好友，同时，通过动态的社交体验和好友一起挖掘更多目的地的旅游乐趣。”同程旅行自2020年品牌升级以来，一直致力于用更年轻的方式服务更多用户。对“旅行+”模式的拓展，是同程旅行深入研究当代年轻人对新潮旅行玩法需求的结果。基于此，同程旅行此前推出了英雄联盟手游争霸赛、剧本杀主题航班、高校音乐潮玩节、荣耀飞行家争霸赛、NFT数字藏品等产品和活动，受到了众多年轻用户的追捧。

资料来源：智通财经

【马蜂窝发布《京张体育文化旅游带发展报告》：体育文化并举，释放旅游市场活力】近日，第二届京张体育文化旅游带发展论坛在京举办，中国旅游研究院与马蜂窝联合发布了《京张体育文化旅游带发展报告》(以下简称“报告”)，对近年来京张地区文化旅游发展现状进行了全面梳理。报告显示，以冰雪运动为代表的体育项目，长城、非遗等文化遗产，以及休闲度假项目，是游客赴京张体育文化旅游带时希望重点体验的领域。2022年初，中国文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局联合印发了《京张体育文化旅游带建设规划》，规划范围包括北京市东城区、西城区、朝阳区、海淀区、石景山区、昌平区、延庆区等7个市辖区和张家口市桥东区、桥西区、宣化区、下花园区、万全区、崇礼区、张北县、怀来县、涿鹿县、赤城县等10个区(县)，总面积2.48万平方公里，辐射北京市和张家口市全域范围。今年初的冬奥会是“京张体育文化旅游带”释放活力的主要因素，报告显示，除京津两地仍稳居京张地区客源地前两位之外，上海、深圳和成都等长途客源数量在冬奥效应带动下呈显著增长趋势。在马蜂窝平台上，90后以40.4%的绝对优势领跑赴京张旅行人群，年轻一代的涌入为京张地区带来了更多旅行玩乐新方式，新时代下的新旅游在京张体育文化旅游带的发展过程中得到了充分体现。

资料来源：中国网

【携程：暑期租车自驾游迎“巅峰时刻”，成都位列自驾热门目的地第一】今年暑期租车自驾游迎来全年的“巅峰时刻”，西部地区引领自驾游热潮。根据携程发布的《2022年暑期租车自驾报告》，暑期租车自驾热门目的地前十名有：成都、乌鲁木齐、昆明、西安、大理、重庆、贵阳、西宁、丽江、威海。其中，除威海以外，其他九个城市均在西部地区。携程租车 CEO 宋臻告诉红星资本局：“我们对8月的租车市场依旧比较看好，预计将出现不断突破单日订单峰值的盛况。目前看西北和云贵是自驾游的热门目的地，接下来环渤海的青岛、威海、大连以及潮汕地区有望接棒，成为暑期出游大热门。”随着暑期跨省游集中爆发，游客的自驾里程也越来越远。报告显示，今年暑期单均车日(每个订单租车的时长)同比增长5.5%。假期里租车自驾游2-3天的用户人数最多，占比达到38%；租车3-5天的用户占比18%；5天以上的用户则达到21%。值得一提的是，今年暑期自驾游客续租意愿较强，报告显示，近乎每十个租车订单中就有一个续租订单，平均续租天数为2.1天。今年暑期租车用户仍旧以80、90后为主，80后人群数量最多，占比41%，90后占比36%。而暑期的“亲子大军”一部分也涌入自驾游的阵营，迎来了“自驾遛娃”热潮。报告显示，7座、9座适合家庭出行的车型，暑期搜索热度高于日常2倍。从亲子类型订单数据来看，7月份暑期受亲子家庭追捧的自驾游目的地有：成都、昆明、贵阳、三亚和海口；以雪佛兰科沃兹代表的经济适用型、大众T-ROC探歌代表的SUV车型或者别克GL8-2021款等7座车为出行首选。随着“低碳出行”理念的深入人心，租车用户也将目光转向了新能源汽车。报告显示，7月份上海、杭州、深圳、广州等城市新能源车型需求较高；特斯拉、别克微蓝6、日产轩逸、丰田卡罗拉双擎、威马EX5、荣威Ei6等新能源车型最受租车用户青睐。“为满足用户不同种类的取还车需求，我们持续加强跨业务线交叉销售的投入。由于异地长途旅游用户为主的平台特性，机票和租车的交叉效果最为显著。针对本地周边旅游用户，我们也会持续投入酒店及目的地旅游产品和租车的交叉销售方面的服务。”携程租车营销增长负责人表示。

资料来源：金融界

【各大旅游平台发布三亚退改政策 包含酒店、机票等多项服务】 三亚目前正值暑期旅游高峰期，这几日，突如其来的疫情致游客滞留当地。8月8日，记者获悉，各大航司已更新涉及三亚进出港的退改政策，各大旅游平台也纷纷发布了最新相关退改政策。针对符合航空公司最新保障方案的用户，携程已开通自助退改服务通道。无需用户排队电话咨询客服，进一步降低用户退票退款等待时间。需要注意的是，目前各航司关于可免费退改的客票起始周期不尽相同，旅客请注意查看自己所购机票是否符合可免费退改的时间周期。酒店方面，除三亚市以外，携程已在海口市、儋州市、万宁市、琼海市、陵水黎族自治县同步启动城市保障服务，入住日期从即日起至8月14日的用户，可在平台自主申请退订。已在当地暂无法返程的用户，退订后携程平台将协助其在酒店前台以原预订价格的半价办理续住。在线旅游平台去哪儿表示，酒店方面，8月4日之前（不含8月4日）在平台下单预订，日期在8月4日至8月11日的入住订单，且符合酒店疫情政策的可申请免费取消，具体以酒店政策为准。消费者也可致电联系客服申请免费取消。飞猪已启动保障方案，对符合航空公司免费退改政策的客票，将协助有需要的旅客办理相关业务。酒店产品方面，在三亚等疫情所涉及的地区，飞猪已启动安心退保障服务，如因疫情导致无法入住，可在入住前21天内（含入住当天）自助免费取消订单。在景区门票与度假产品方面，用户如受疫情影响在行程中面临景区关闭、线路无法继续进行等情况，飞猪将按照有关部门的最新规定为用户办理退改。针对已经预订尚未出行的景区门票与度假产品，用户如受疫情影响无法使用，也将与旅行社等合作伙伴协调，严格按照法律法规为用户办理退改。用户在8月4日前通过同程旅行各平台下单且入住日期在8月4日—8月14日的三亚市酒店订单，同程旅行已开启疫情取消保障，因疫情无法出行，未入住可免费取消订单。

资料来源：东方网

旅游

【夜游经济带动旅游消费 海昌海洋公园持续丰富产品生态体系】 夜游经济对旅游消费的带动作用显著。近日，携程数据显示，近5年，暑假期间夜游景区门票订单量较平时日均订单量高出120%。以2022年暑期7月份数据为例，夜游景区门票订单量环比上个月增长138%，出游人次环比上个月增长165%。今年以来，下单夜游类景区门票的用户中，近5成也在该目的地订购其他旅行产品。“在内循环消费升级的作用下，夜经济产品格局正在重塑，逐渐由单一化娱乐产品向综合型、多元化业务生态转变。”8月12日，海昌海洋公园执行总裁张建斌接受《证券日报》记者的采访时表示，海昌海洋公园正在构建“主题公园运营”、“文旅服务和解决方案”以及“IP运营与新消费”三足鼎立的业务生态，而“夜经济2.0”正是主题公园运营业务的重要组成部分。根据艾媒咨询数据，截至2020年底，中国夜间经济规模突破30万亿元，预计2022年将突破40万亿元。海昌海洋公园方面介绍，今年以来上海海昌海洋公园夜场门票订单量已完全恢复并超越疫情前水平，较2019年同期增长了17%。其继去年曾与携程共同推出“海昌·夜时光”产品生态体系之后，今年双方再度联手打造夜经济产品生态体系2.0，将子品牌从去年的6个扩容为9个，包含夜游、夜宿、夜绘、夜游、夜秀、夜娱、夜购、夜赏和夜营，利用多样的互动娱乐玩法，覆盖夜游经济全产业链，丰富游客一站式夜游体验。体验消费的转化效果肉眼可见，进入暑期后，公园衍生消费收入超过2019年同期，酒店入住率持续攀高，周末均处于满房状态；随着夜经济被点亮，消费者在夜游方面出手更阔绰，公园2022年夜场二次消费客单较2019年提升超五成。多地开始深入布局夜游经济。中国旅游研究院数据显示，目前全国有200多个城市推出了夜游线路、夜间演艺和展演等夜间文旅振兴计划。海昌海洋公园表示，从数据来看，年轻用户更愿意为体验性夜游产品买单。今年在上海海昌海洋公园夜场消费的人群中，有35%均为90后、00后。中国旅游研究院院长戴斌对《证券日报》记者表示，本地市场中青年，特别是青少年往往会成为主题公园的消费主力军。文旅企业需要对年轻人的喜好和消费需求进行深入研究。“海昌海洋公园的诸多项目举措总体上是领先于全国的，无论是通过DTM电音节，还是奥特曼互动场景的设置等等，都最大限度地让自己的产品和消费场景贴近市场的需求，吸引年轻人到访。”“目前海昌2.0夜经济产品生态体系已覆盖上海、大连、烟台、三亚和重庆5座城市，未来我们还将继续丰富夜间的各类创意体验，提升玩法互动性和娱乐性，助力夜游经济加快成熟发展。”张建斌表示。

资料来源：证券日报网

【文旅部：加强行业监管，进一步规范旅游市场秩序】2022年8月12日，文旅部发布《关于加强行业监管进一步规范旅游市场秩序的通知》，各地要进一步加强旅游市场执法，依法查处“不合理低价游”、指定具体购物场所、导游强迫或者变相强迫购物等各类旅游市场违法违规行为，及时发布指导案例，震慑违法违规经营行为，进一步规范旅游市场秩序。通知要求，各地要科学精准实施跨省旅游经营活动管理“熔断”机制，指导督促旅行社严格执行《旅行社新冠肺炎疫情防控工作指南（第四版）》，密切关注跨省旅游熔断区域更新情况，及时调整团队行程，强化关键环节管理，从细从实落实各项疫情防控措施。

资料来源：Wind

【广东首批7个省级夜间文化和旅游消费集聚区出炉】夜间文旅消费集聚区是文旅消费的新场景和活跃程度的“晴雨表”，也是城市活力的新标志。广东省文化和旅游厅11日公布首批广东省夜间文化和旅游消费集聚区名单。入选该名单的分别为深圳南头古城、深圳华侨城甘坑古镇、珠海海韵城大剧院文旅综合体、梅州市客都人家文化旅游区、东莞寮步香市文旅夜间集聚区、江门市环五邑华侨广场商圈和清远市清城区北江两岸夜间文化和旅游消费集聚区。其中，深圳南头古城有近1700年的历史，是深圳经济特区成立前宝安县政府所在地，被誉为“深港历史文化之根”“粤东首府、港澳源头”，是深圳城市的原点，承载见证了深圳中心的“迁移与回归”。作为古城改造和利用的成功范例，南头古城已成为一个历史文化底蕴深厚、文化创意业态多元、夜间消费活力旺盛的城市创意街区。梅州市客都人家文化旅游区以“记忆梅州、饕餮梅州、风物梅州、乐活梅州”为四大主题版块，是集客家文化展示、特色风情民宿、客家非遗文创、客家特色美食、亲子休闲娱乐等业务体验项目于一体的客家风情古街。江门市环五邑华侨广场商圈在2021年成功创建成为第二批省级示范特色步行街(商圈)，专家评价其为“粤港澳大湾区西翼核心商圈之一，广东侨乡文化浓厚，网红品牌集中度较高，政府对夜经济扶持力度大”。据广东省文旅厅有关负责人介绍，为大力发展粤式夜间文化和旅游经济，培育“粤夜粤美”文旅品牌，促进广东省文旅消费提质升级，广东省文化和旅游厅今年上半年启动首批广东省夜间文化和旅游消费集聚区评选。此次首批入选的7个集聚区中，既有老牌热门景区，亦有多业态融合的文商旅综合体和历史文化街区。据悉，广东省文化和旅游厅今年年初出台《广东省夜间文旅消费集聚区建设指南(试行)》《广东省夜间文旅消费集聚区评价指标(试行)》，随即又组织首批省级夜间文化和旅游消费集聚区申报评选。在政策利好推动下，广东全省各地正积极打造各类夜间文化和旅游消费集聚区，夜间文化和旅游经济发展势头良好，已涌现出“Young城Yeah市”“夜佛山越夜越精彩”“夜色惠精彩”“夜侨都”等一批等具有浓郁地方特色、在省乃至全国叫得响的品牌项目。据介绍，广东省文化和旅游厅将在做好新冠疫情防控与安全生产的前提下，继续统筹推动夜间文化和旅游消费集聚区建设，丰富文旅业态与产品供给，完善公共服务，加强品牌建设，规范文化和旅游市场秩序。

资料来源：中新网

【大连旅游业强劲反弹重现繁荣】大连市文化和旅游局局长马涛8月8日在大连市政府新闻办召开的新闻发布会上表示，今年以来，大连市文旅部门在做好“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的前提下，精准推动文旅产业融合发展，全市文旅市场明显升温，尤其是进入7月份旅游黄金季，入连游客数量大幅增加，部分景区的接待量超过2019年同期水平，一些酒店和民宿出现“一房难求”热度，整个文旅市场已达到疫情前正常年份水平。马涛介绍说，7月份入连游客人数创疫情以来新高。共接待游客926.89万人次，同比增长80.18%；实现旅游综合收入107.76亿元，同比增长93.50%。其中，机场、火车站、码头等口岸来连旅客共137.8万人次，比6月份增加58.1万人次；高速公路出口客车流量220万台次，比6月份增加6.7万台次；移动、联通、电信通讯运营商省外漫入人数225.6万人次，比6月份增加89.6万人次。据悉，大连构建起“1+5+1”规划体系，推动旅游产业复苏；推动文旅国企改革，深化园区体制创新；出台《大连市助企纾困推动经济平稳健康发展若干政策措施》《大连市提振文化旅游市场消费工作方案》等多项扶持政策，实施文旅消费助企惠民行动，支持市场主体发展；加强产业资金政策引导和扶持，设立旅游专项资金1500万元，开展乡村旅游发展三年行动，疫情以来暂退旅行社质保金1.06亿元，发放“引客入辽”“引客入连”补贴资金1230万元，促进产业恢复。

资料来源：中华工商时报

【哈尔滨铁路7月发送旅客629万人次 旅游专列开行量同比增一倍】中国铁路哈尔滨局集团有限公司9日发布消息,7月份,累计发送旅客629万人次,日均发送旅客20.3万人次,环比6月份增长65.7%,与今年春运日均客流相比增幅达79.6%,7月31日发送旅客24.6万人次,迎来今年以来旅客单日发送量最高峰,暑期客流呈持续上升趋势。暑运以来,铁路部门采取“一日一图”精准安排运力,省外直通方向开行旅客列车69对。省内列车实现满图运行,其中动车组开行数量达61对,铁路部门采取加开临客列车、动车组列车重联等措施增加客座能力,满足旅客短途出行需求。7月份,哈尔滨局集团公司共开行伊春、漠河、海拉尔等方向20余趟旅游专列,接待游客近万人次,与去年同期相比开行数量超过1倍。目前,铁路部门以日均1列的频率加开旅游专列,平均3天就能集满客源。“我们加开的跨省旅游专列,报名游客超过700人,创造了今年旅游专列单趟集客量的最高记录。”哈尔滨铁路文旅集团有限公司旅行社经理路世明介绍。哈尔滨站、哈尔滨西站日最高发送旅客量超过7万人次,漠河、海拉尔、伊春等传统旅游城市铁路日最高接待到达游客人数合计超过7000人次,接近往年旺季同期水平。哈尔滨局集团公司以哈尔滨2-3小时经济圈为重点,增加动车组开行频次,哈齐高铁、哈牡高铁、哈佳铁路、牡佳高铁最短间隔不到10分钟便开行一趟动车组,便利高铁沿线城市旅客出行和经济发展。积极协调地方政府相关部门,在较大车站做好城市交通与铁路列车时刻有效接驳,服务旅客“最后一公里”。

资料来源:中新网

【云南旅游“火了”租车市场“热了”】今年夏日,“彩云之南”适宜的气候吸引着半个中国的人都来云南观光、避暑。随着云南暑期旅游的日渐升温,私密性好、出行灵活的自驾游成为众多游客的出行选择。近日,记者从多家租车行了解到,7月以来租车市场迎来预订高峰,热门车型出现“一车难求”的情况。自云南旅游市场复苏以来,6月底起云南租车市场价格日渐攀升。7月以来,云南的租车市场从过去的“想要什么车型都有”变成了如今的“一车难求”,而自驾游依旧是不少省外游客到云南的出行选择。来自四川的游客王浩阳告诉记者,尽管今年的租车价格快达到去年的两倍,但时间灵活,出行个性化的自驾游依旧是他选择租车的理由。此外,记者从多家租车行了解到,目前云南租车市场主要有两种计费方式。一种是全包式计价,所付费用包含车辆租赁费、油费、路桥费等所有费用,结合行驶里程、用车天数、实际驾驶时间计算总费用。另一种是半包式计价方式,租车公司仅收取每天的车辆租赁费,油费、路桥费等费用由租赁方负责。随着学生假期的到来及云南旅游的热度不减,家庭出游成为今年租车市场的主要风向。据携程发布的《2022年暑期租车自驾报告》显示,暑期昆明租车订单量同比增长61%,人均花费增长六成;大理租车订单量同比增长67%,人均花费增长54%。其中,“亲子大军”涌入自驾游的阵营,7座、9座适合家庭出行的车型,搜索热度高于日常2倍。而近乎每十个租车订单中就有一个续租订单,平均续租天数为2.1天。此外,记者从携程发布的《2022年暑期租车自驾报告》了解到,相比亲子家庭更注重车的经济适用性,年轻人则更想“豪一把”。暑期Z世代租车搜索热度同比上涨八成,奔驰C级、宝马2系、大众迈腾、WEY坦克300、别克英朗成为今夏Z世代最中意的“坐骑”。云南鼎泰汽车服务有限公司负责人张先生告诉记者:“尽管新能源汽车可以避免高昂的油价,也符合众多年轻人低碳环保的出行理念。但目前由于新能源汽车在云南各地州的充换电站及维修站点较少,出行存在很多不便,因此车行内的车辆还是以传统汽车为主。”

资料来源:云南经济日报

餐饮

【《2022 中国餐饮产业生态白皮书》发布，预制菜市场加速发展】8 月 12 日，新京报记者获悉，《2022 中国餐饮产业生态白皮书》(以下简称“白皮书”)正式发布，白皮书显示，中国预制菜行业规模 2021 年为 3459 亿元，预计 2022 年将超过 4000 亿元。2021 年至 2022 年上半年，共有 450 余起餐饮相关的融资事件，其中供应链、餐饮服务商、调味品、植物基、物流配送的融资事件共计占比 43.4%，单次融资金额最高达 8 亿美元。该白皮书由红餐网发布。美团数据显示，从 2019 年到 2021 年，中国餐饮市场连锁化率从 13%提高到 18%，两年增长了 5 个百分点。但目前美国和日本的餐饮连锁化率分别达 54%和 49%，中国餐饮市场连锁化较成熟市场仍有较大差距。随着餐饮企业的连锁化率持续提升，餐饮企业对于菜品标准化的需求日益高涨，加上消费市场对于半成品、成品食物的需求不断增大，带动了餐饮产业的新一轮升级。在预制菜赛道方面，白皮书显示，2019 年中国预制菜市场规模约 2445 亿元，B 端(企业用户商家)市场为 1956 亿元，C 端(个人用户)市场 489 亿元，中国预制菜行业规模 2021 年为 3459 亿元，预计 2022 年将超过 4000 亿元。但是由于我国预制菜行业起步较晚，产业建设尚处初级阶段，产业园、冷链网络等基础设施还有待加强，且目前行业龙头企业较少，市场集中度较低。随着预制菜的热度一路走高，资本也在加速入场。红餐大数据显示，2021 年至 2022 年预制菜领域共计发生 40 余起融资事件，还诞生了预制菜赛道首个上市公司，2021 年 4 月，味知香在 A 股挂牌上市，成“预制菜第一股”。针对后餐饮发展趋势，白皮书显示，数字化增长将成为餐饮企业和其他品牌竞争的重要壁垒。在消费端，疫情的影响已经使消费观念、习惯、行为等发生变化，越来越多的企业依托数字化工具和手段，提供线上、线下多场景融合的产品与服务；在产业端，勇于探索的先行品牌正在构建以消费者为中心的全新的触达、交互、服务和履约模式，引导渠道、伙伴、终端共同梳理新的商业模式，提升全程效率和用户体验。同时，随着餐饮行业标准化、规模化程度的逐步提高，企业数字化渗透率不断增强。

资料来源：新京报

【粤港澳大湾区在线餐饮交易连续十年走高】8 月 9 日，2022 大众点评必吃榜颁奖盛典暨大湾区美食之夜在深圳举行。据悉，这是 2022 深圳购物季活动的重要组成部分，旨在通过本地优质的餐饮供给激发餐饮市场潜力，力促消费回补、经济回暖。活动当天，美团发布《粤港澳大湾区餐饮消费报告》指出，“数字化”已成为全国餐饮发展关键词，全国在线餐饮交易额占比持续十年走高，其中大湾区线上餐饮本地消费额占比超过 89%，深圳本地消费额占比更是高达 92%。报告显示，2020-2022 年期间，粤港澳大湾区及全国餐饮大盘连锁化率均持续攀升，品牌餐饮连锁化率跑赢全国大盘。2022 年 1-6 月，全国餐饮线上订单量 TOP5 城市中，大湾区广深两市均有上榜，其中深圳实体餐饮线上化率达到 45%，上半年餐饮线上订单量位居全国第三。作为大湾区的核心引擎城市，深圳餐饮消费持续升温，多元餐饮供给辐射周边，促进大湾区在餐饮消费领域的联动发展。针对深圳餐饮发展特点，报告指出，今年 6 月，深圳餐饮线上订单量创今年以来新高，同比增长 12.9%，接近当月深圳社会消费品零售总额的同比增长率。此外，基于深圳融合创新的餐饮发展特点，深圳融合菜商家数量在大湾区各城市中排名第一；在深圳，更受年轻人偏爱的饮品店、烧烤、面包甜点和火锅品类占比更是超过一线城市平均水平；深圳饮品门店数也高于一线城市均值，其中饮品门店数高出均值 435 家，饮品品牌数量高出近 100 种。此外，近 3 年来，深圳线上餐饮增速最快的商户绝大部分属国际美食范畴，而深圳的国际美食餐饮商户数占比高于全国大盘，具体占比从 2021 年的 4.73%增长至 2022 年的 4.98%，国际化属性较大湾区及全国大盘更为突出。今年上半年，深圳已发布“纾困 30 条”和“促消费 30 条”等政策，形成相互支撑、长短结合的系列政策组合拳。7 月 6 日，深圳再推“稳增长 30 条”，促消费政策再次加码，更大力度挖掘消费市场潜力，培育数字消费，带动消费市场快速回暖。借助数字消费券，新的消费场景和零售模式被激发，深圳走出一条带动新消费到孵化新产业的促消费新模式。今年上半年，深圳即时零售等新业态迅速壮大，有望成为新的消费增长点。数据显示，深圳各类商超百货、美妆日化等实体零售门店的线上外卖订单量位居全国第三。其中，社区百货的线上订单量同比增长 109%。

资料来源：经济日报

【富士通中台解决方案助力餐饮行业数字化转型】 新冠疫情给餐饮行业带来了诸多挑战，也迫使企业需要重新审视自身的抗风险能力、危机应对能力以及线上经营能力。在后疫情时代，餐饮企业思考核心问题是如何让业务实现可持续发展？毫无疑问，数字化转型（DX）是应对这一课题的关键手段。对于餐饮企业来说，DX的真正目的是利用数字化手段，将交易、管理、结算、组织、决策等各个方面从人工化转变为自动化，从而达到优化体验、降本增效等目标。而在这一过程中，许多餐饮都导入了多个前台应用，水平参差不齐，管理效率低下；同时每个前台都对应单独的后台系统，导致各系统之间相互割裂，数据无法打通共享，从而形成信息孤岛。因此，随着餐饮行业的数字化发展，构建“中台”的重要性也逐渐凸显。为此，富士通为餐饮企业打造了一套面向DX的中台解决方案，能够帮助餐饮企业实现系统的平台化链接协同，以及系统间的数据信息互通共享，为餐饮企业数字化转型赋能。富士通餐饮中台为客户提供了多渠道链接，能够实现前端Web应用以及移动APP等渠道的集成；针对不同渠道交易过程中产生的大量数据，提供了数据汇集中心，能够通过统一的规范对数据进行有效管理和利用。围绕前端功能，富士通餐饮中台提供了包括商品中心、订单中心、结算中心、人员组织中心以及评价中心在内的丰富功能。在后端技术方面，富士通餐饮中台能够支持包括H5、VUE、eCharts等在内的多样化的展示方式，提供全程事件监控功能以及访问层的高可用性，同时支持多种接口以及多种类型的数据存储。富士通餐饮中台还提供了全方位的安全性保障，从多个维度实现传输、数据、应用以及运维的安全管理。利用中台解决方案，富士通正在帮助诸多餐饮行业客户加速数字化转型。富士通能够为客户提供从咨询到数据整合/分析、关键业务系统集成及运营维护等全方位的服务。富士通将帮助客户利用数据与顾客建立紧密的数字化联系，为客户的数字化转型赋能。

资料来源：美通社

【报告称餐饮行业连锁化率持续提升】 中国连锁经营协会联合华兴资本近日共同对外发布的《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示，餐饮行业连锁化率持续提升，饮品、面包甜点以及国际美食连锁化率位居前3。中餐品类门店比重稳步上涨，品牌连锁呈现加速发展态势。根据美团的数据，饮品、面包甜点以及国际美食3个品类的连锁化率位居前3，2021年连锁化率分别为41.8%、25.8%和23.8%。从连锁化率增速情况来看，饮品店的连锁化率提升最快，从2019年的31.5%提升至2021年的41.8%，一方面是因为餐饮行业回暖，饮品品类获得投资机构青睐，另一方面是由于饮品独特的零售产业特性，能够迅速实现标准化复制。新茶饮头部品牌喜茶是连锁饮品品牌代表之一。喜茶相关负责人表示，连锁化经营可助推品牌势能扩大，品牌势能又促使新店“开业即爆单”，因为连锁直营的喜茶可提供“全国同款”的“真品质，不昂贵”的产品体验。上半年，喜茶在长春、哈尔滨、龙岩等多个城市开出“新城首店”，慕名而来的当地消费者开业当天在门口排出长龙。此外，伴随着餐饮数字化工具的加持，一些地方性的烧烤和小吃快餐品类更容易为消费者提供独特的用餐体验，也得到了迅速发展。2021年烧烤及小吃快餐连锁化率分别增长3.9个百分点以及3.7个百分点。从不同品类连锁门店数同比增长的情况看，特色菜、烧烤、其他地方菜是2021年增长比例最高的3个品类。

资料来源：新华网

交通

【交通运输部：昨日监测港口完成货物吞吐量3026万吨，环比下降6.2%】 据交通运输部公众号，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，8月11日，全国货运物流有序运行，其中：国家铁路货运继续保持高位运行，运输货物1015.5万吨，环比增长0.88%；全国高速公路货车通行720.73万辆，环比增长0.36%；监测港口完成货物吞吐量3026万吨，环比下降6.2%，完成集装箱吞吐量68.8万TEU，环比增长2.8%；民航保障货运航班720班（其中国际货运航班503班，国内货运航班217班），环比下降5.6%；邮政快递揽收量约2.92亿件，环比下降7.6%；投递量约2.97亿件，环比增长3.1%。

资料来源：证券时报网

【交通运输部：昨日监测港口完成货物吞吐量 2979 万吨，环比下降 12.1%】据交通运输部公众号，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，8月9日，全国货运物流有序运行，航空货运加快恢复，其中：国家铁路货运继续保持高位运行，运输货物 998.0 万吨，环比下降 3.45%；全国高速公路货车通行 715.42 万辆，环比增长 1.62%；监测港口完成货物吞吐量 2979 万吨，环比下降 12.1%，完成集装箱吞吐量 70.6 万 TEU，环比下降 11.0%；民航保障货运航班 708 班（其中国际货运航班 495 班，国内货运航班 213 班），环比增长 41%；邮政快递揽收量约 3.25 亿件，环比增长 10.2%；投递量约 2.83 亿件，环比下降 2.7%。

资料来源：证券时报网

【交通运输部拟鼓励用自动驾驶从事客运经营】8月如火，自动驾驶政策和商业化也在这个炎热的季节加速落地。8月8日，交通运输部网站发布《自动驾驶汽车运输安全服务指南（试行）》（征求意见稿）公开征求意见，意见反馈截止日期为9月7日。具体来看，征求意见稿对于自动驾驶公共客运车、出租车、货运车等运行进行了基本约束，围绕着车辆资质、保险、运营人员资格、安全保障、车辆动态监控、车辆数据信息管理等各个维度，提出了具体要求。征求意见稿指出，在保障运输安全的前提下，鼓励在封闭式快速公交系统等场景使用自动驾驶汽车从事城市公共汽（电）车客运经营活动，在交通状况简单、条件相对可控的场景使用自动驾驶汽车从事出租汽车客运经营活动，在点对点干线公路运输、具有相对封闭道路等场景使用自动驾驶汽车从事道路普通货物运输经营活动。审慎使用自动驾驶汽车从事道路旅客运输经营活动。禁止使用自动驾驶汽车从事危险货物道路运输经营活动。其中对车辆保险和人员的要求是，从事运输经营的自动驾驶汽车应当投保机动车交通事故责任强制保险、安全生产责任保险及保险金额不少于 500 万元的机动车第三者责任保险。从事道路旅客运输、网络预约出租汽车客运的自动驾驶汽车还应当按照国家有关规定投保承运人责任险。人员方面，从事运输经营的有条件自动驾驶和高度自动驾驶汽车应当配备驾驶员，从事运输经营的完全自动驾驶汽车应当配备远程驾驶员或安全员。百度有关人士告诉第一电动，前者指的是辅助自动驾驶汽车需要配备驾驶员。后者即 L4 级及以上的自动驾驶汽车可以将安全员设在云端。此外，征求意见稿提出，运输经营者在制定运输安全保障方案时，应当明确自动驾驶汽车运行线路远离学校、医院、大型商超等人员密集场所；在雨雪冰冻等恶劣天气时，应当按规定停止使用自动驾驶汽车从事运输经营活动。从事运输经营的自动驾驶汽车应当具备车辆运行状态记录、存储和传输功能，向运输经营者和属地交通运输主管部门及时传输相关信息。在车辆发生事故或自动驾驶功能失效时，自动记录和存储事发前至少 90 秒至事发后至少 30 秒的运行状态信息。运行状态信息至少包括：车辆基本信息、控制模式变化情况、接收的远程控制指令情况、运行状态、人机交互及车内外影像情况等。

资料来源：第一电动网

【交通运输部：昨日监测港口完成货物吞吐量 3387.2 万吨，环比增长 6.6%】据交通运输部公众号，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，8月8日，全国货运物流有序运行，总体恢复向好，其中：国家铁路货运继续保持高位运行，运输货物 1033.7 万吨，环比增长 0.57%；全国高速公路货车通行 704.05 万辆，环比增长 13.35%；监测港口完成货物吞吐量 3387.2 万吨，环比增长 6.6%，完成集装箱吞吐量 79.3 万 TEU，环比增长 7.5%；民航保障货运航班 502 班（其中国际货运航班 370 班，国内货运航班 132 班），环比下降 19%；邮政快递揽收量约 2.95 亿件，环比增长 5.4%；投递量约 2.91 亿件，环比增长 2.1%。

资料来源：证券时报网

教育

【教育部等多部门：引导鼓励高校毕业生到基层建功立业】引导和鼓励高校毕业生到基层就业，是一项系统工程，需要政府、高校、社会力量多方联动。教育部指导各地各高校统筹推进，会同相关部门和地方，加大政策力度、深化就业育人、强化培养使用、优化服务保障，引导鼓励高校毕业生到基层建功立业，让青春之花绽放在祖国最需要的地方。中央基层项目具有重要的示范引领作用。今年以来，教育部会同人社部、财政部、共青团中央等部门，共同做好“特岗计划”“三支一扶”“西部计划”等中央基层项目招录工作。2022年“三支一扶”计划招募高校毕业生3.4万名；“特岗计划”全国招聘6.7万名；“西部计划”招募3.67万人。重点向乡村振兴重点帮扶县等地区倾斜，更好服务乡村教育、医疗卫生、社会治理等工作，助力乡村振兴。各地各高校加大政策挖潜力度，为毕业生拓展就业空间。宁夏实施城乡社区、学前教师、乡村医生、司法辅助等基层服务专项计划，共招聘2000名应届高校毕业生到基层工作；“三支一扶”计划由3000个增加到4100个；“西部计划”由380个增加到640个。引导毕业生把个人的理想追求融入党和国家事业之中，教育部面向2022届毕业生推出《基层就业、成就梦想》《志存高远、脚踏实地》等“互联网+就业指导”公益直播课42期，累计观看人次达1.2亿。在“就业促进周”期间，组织推动各地和高校开展基层主题宣传4824场。组织举办高校毕业生就业创业政策宣传月活动，发布普通高校毕业生基层就业政策公告，宣讲基层就业政策，引导毕业生，扎根基层、拼搏奉献。各地各高校加强就业育人主题教育，引导学生树立正确的成才观、职业观和就业观，积极到基层建功立业。6月，人社部、财政部印发通知，要求继续实施“三支一扶”人员能力提升专项计划，2022年中央财政支持培训8000人次，其中乡村振兴主题培训5000人次。要求各地认真落实专项培训计划，健全全服务周期的培训制度，强化岗位锻炼，为“三支一扶”人员锻炼成长提供有利条件。各地各高校结合实际需要，加强对毕业生的岗前能力培训。下得去、干得好，还要留得住。教育部会同相关部门推出优惠政策，指导各地各高校健全、优化服务保障，为高校毕业生在基层成长成才创造良好条件，激发高校毕业生到基层一线就业创业的热情。教育部、财政部联合印发通知，要求落实特岗教师待遇保障，强调各地要确保特岗教师工资按时足额发放，按规定参加社会保险，保证三年服务期满、考核合格且愿意留任的特岗教师及时入编并落实工作岗位。对高校毕业生在城乡社区服务领域创业的，教育部、民政部等四部委联合印发通知，要求各地按规定落实税费优惠、一次性创业补贴、创业担保贷款等政策；社区综合服务设施为相关提供社区服务的机构给予必要的场地支持。

资料来源：新华网

【教育部2022年将遴选1000门左右职业教育国家在线精品课】8月10日，记者获悉，教育部将开展2022年职业教育国家在线精品课程遴选工作，2022、2023年分两批遴选不少于2000门职业教育国家在线精品课程，其中2022年遴选1000门左右。带动分批遴选建设不少于3000门省级在线精品课程和一大批优质校级在线精品课程。教育部在通知中明确，申报课程应为纳入中等职业学校（以下简称中职）、高等职业学校（以下简称高职，含高职专科、高职本科）相关专业人才培养方案并在教学中实际开设的课程，包括公共基础课程、专业（技能）课程（含实训实习），以及其他特色课程。申报要求为，课程设计科学，教学目标清晰，内容符合政治性、科学性、先进性、适用性、规范性要求，有机融入课程思政要求，体现职教特色；课程总学时不低于32学时，至少在课程平台上完成两（学）期的在线教学或线上线下混合式教学实践，在同类课程中教学效果良好，有省级课程或教学项目建设基础的优先。教育部指出，按照申报、初选、推荐、遴选开展工作。入选的国家在线精品课程将统一接入国家职业教育智慧教育平台，同时鼓励省级在线精品课程和优质校级在线精品课程经审核后接入。国家在线精品课程须每学年动态更新教学资源，并提供入选后不少于5年的教学服务。据悉，国家职业教育智慧教育平台将对接入的各类在线精品课程运行情况进行持续监测，对于未按要求持续提供教学服务、出现严重质量问题、课程团队成员出现师德师风等问题的课程，将按规定追责问责。

资料来源：新京报

体育

【北京经开区多个商业、体育消费项目即将开业】8月11日，北京商报记者从北京经济技术开发区商务金融局了解到，龙湖北京亦庄天街目前已经竣备，预计今秋将在经开区开业。该项目将引入多家北京首店品牌店、旗舰店、创新概念店。另外，今年10月，67万平方米的南海子体育休闲产业园将竣工开园。该园区围绕国际消费中心城市建设核心功能，展示北京的国际交往中心的担当，形成体育+文化、体育+科技、体育+旅游等产业链条，建设成为城市复合型业态园区，树立体育产业升级的新标杆，打造北京体育文化交流新名片。截至目前，南海子体育休闲产业园项目 B04 地块已完成项目封顶，与英国利物浦足球俱乐部等 10 余家品牌项目签署合作协议。

资料来源：新浪

【中国移动简勤：推动“5G+全体育”，打造“体育元宇宙”】8月8日，在中国移动全民健身主题日活动上，中国移动副总经理简勤在致辞中表示，作为党和国家在信息通信领域的重要力量，中国移动服务着 9.7 亿移动客户，2.5 亿有线宽带客户。中国移动将系统打造以 5G、算力网络、智慧中台为重点的新型信息基础设施，创新构建“连接+算力+能力”新型信息服务体系，并以“两个新型”为基础，通过“内容+科技”融合创新，推动“5G+全体育”，打造全方位服务人民群众的“体育元宇宙”，助力体育强国，添彩健康中国。“近年来，全民健身设施更加完善，全民健身活动广泛开展，参与全民健身的人群不断增加，全民健身理念深入人心，全民健身热潮涌动大江南北、长城内外。”国家体育总局群体司司长丁东在通过“云视频”方式致辞时表示，“下一步，我们把构建更高水平的全民健身公共服务体系作为中心任务，将与包括中国移动在内的各个方面加强合作，不断激发和调动人民群众参与体育健身的热情和积极性，使运动健身真正成为百姓生活的重要组成部分。”活动上，中国自行车运动协会与中国移动共同宣布就自行车电竞赛项目数智骑行赛达成深度合作，以动感单车为切入点，结合 5G+VR/XR 等创新技术，打造突破时空限制、数字化呈现的骑行体验。发布会上，“2022 年全民健身线上运动会-中国虚拟自行车联赛”正式启动，华南赛区首发赛同步开启报名。此前，在体育总局指导下，中国移动上线了“5G 全民健身-全民热练”健身内容专区，并借助 5G、AI、元宇宙等技术优势赋能用户健身体验。目前，该专区已经囊括近 2000 小时体育总局指导健身资源、15 大健身类型、3600 多小时健身内容、20 多位冠军健身课程、50 多位大咖在线教学、88 场全民健身活动。本次发布会上，刘畊宏被授予“中国移动 5G 全民健身推广大使”、全球通“型动计划”总教练称号，为用户带来专业、流行的健身内容，带动更多人参与到健身中来。发布会现场，刘畊宏还与动感地带全新品牌代言人橙络络、元宇宙格斗数智人尤子希展开“跨次元”互动，体现新技术形式带动全民健身的积极作用。

资料来源：新京报

人力资源

【国家邮政局、人社部联合印发方案 实施邮政快递业职业技能提升工程】财联社 8 月 12 日电，《方案》提出八方面主要任务，包括要强化行业职业体系建设。推动构建多层次职业标准，加快速递新职业（工种）及国家职业标准开发，完善行业人才信息服务。要持续开展职业技能培训。完善行业技能人才培养、使用、评价、激励机制，大力推进终身职业技能培训制度。深入实施“151”邮政快递业从业人员职业技能提升行动，即到“十四五”期末，累计开展补贴性职业技能培训不少于 100 万人次；新增取得职业资格证书或职业技能等级证书不少于 50 万人次，其中新增高技能人才 10 万人次。

资料来源：财联社

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
2022/8/08	300859.SZ	西域旅游	关于持股 5%以上股东减持时间过半的进展公告	西域旅游开发股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 04 月 13 日披露了《关于持股 5%以上股东减持期限届满后续减持计划股份预披露的公告》(公告编号: 2022-008), 持股 5%以上股东海南湘疆创业投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“湘疆投资”)计划自减持计划预披露公告之日起 15 个交易日后的 6 个月内以集中竞价方式或者大宗交易方式合计减持其所持本公司股份 7,526,800 股, 占公司总股本比例 4.856%。 公司半年度营业收入 78,971,350.70 元, 同比减少 60.97%, 归属上市公司股东的净利润-53,419,670.78 元, 同比减少 631.24%。十大流通股股东中, 兴业银行股份有限公司-中欧新趋势股票型证券投资基金(LOF)、中国建设银行股份有限公司-中欧新蓝筹灵活配置混合型证券投资基金为新流通股股东。
2022/8/09	002033.SZ	丽江股份	2022 年半年度报告摘要	丽江玉龙旅游股份有限公司(以下简称“本公司”或“公司”)成立于 2001 年 10 月 18 日, 是经云南省经济贸易委员会《关于变更设立丽江玉龙旅游股份有限公司的批复》(云经贸企改[2001]526 号)批准, 以丽江玉龙雪山旅游索道有限公司 2001 年 6 月 30 日经审计后的净资产 74,323,048 元按照 1: 1 的比例折合股份 74,323,048 股, 整体变更设立股份有限公司。 本集团财务报表以持续经营假设为基础, 根据实际发生的交易和事项, 按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定, 以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定(2014 年修订)》的披露规定编制。 正常经营年度, 每年的三季度恰逢学生暑期长假, 游客喜欢将旅游时间安排在暑假, 以便于全家出游, 亲子游、毕业游、避暑游集中, 为传统旅游旺季, 是客流量最大的季节, 公司的主营业务中索道运输、印象表演和餐饮服务有一定季节性, 历年来, 第三季度是丽江玉龙雪山景区接待游客最多的季节, 也是公司接待人数最多的季节, 公司历年第三季度的收入及利润占全年比重均较大且相对稳定。2020 年以来, 受疫情影响, 公司游客接待量主要取决于疫情情况, 在疫情散发少的时间段, 游客多, 公司收入及盈利情况好, 反之, 收入及盈利情况差。
2022/8/09	002033.SZ	丽江股份	2022 年半年度财务报告	本集团财务报表以持续经营假设为基础, 根据实际发生的交易和事项, 按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定, 以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定(2014 年修订)》的披露规定编制。 正常经营年度, 每年的三季度恰逢学生暑期长假, 游客喜欢将旅游时间安排在暑假, 以便于全家出游, 亲子游、毕业游、避暑游集中, 为传统旅游旺季, 是客流量最大的季节, 公司的主营业务中索道运输、印象表演和餐饮服务有一定季节性, 历年来, 第三季度是丽江玉龙雪山景区接待游客最多的季节, 也是公司接待人数最多的季节, 公司历年第三季度的收入及利润占全年比重均较大且相对稳定。2020 年以来, 受疫情影响, 公司游客接待量主要取决于疫情情况, 在疫情散发少的时间段, 游客多, 公司收入及盈利情况好, 反之, 收入及盈利情况差。
2022/8/09	002033.SZ	丽江股份	半年报财务报表	本集团财务报表以持续经营假设为基础, 根据实际发生的交易和事项, 按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定, 以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定(2014 年修订)》的披露规定编制。 正常经营年度, 每年的三季度恰逢学生暑期长假, 游客喜欢将旅游时间安排在暑假, 以便于全家出游, 亲子游、毕业游、避暑游集中, 为传统旅游旺季, 是客流量最大的季节, 公司的主营业务中索道运输、印象表演和餐饮服务有一定季节性, 历年来, 第三季度是丽江玉龙雪山景区接待游客最多的季节, 也是公司接待人数最多的季节, 公司历年第三季度的收入及利润占全年比重均较大且相对稳定。2020 年以来, 受疫情影响, 公司游客接待量主要取决于疫情情况, 在疫情散发少的时间段, 游客多, 公司收入及盈利情况好, 反之, 收入及盈利情况差。
2022/8/09	002033.SZ	丽江股份	2022 年半年度报告	本集团财务报表以持续经营假设为基础, 根据实际发生的交易和事项, 按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定, 以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定(2014 年修订)》的披露规定编制。 正常经营年度, 每年的三季度恰逢学生暑期长假, 游客喜欢将旅游时间安排在暑假, 以便于全家出游, 亲子游、毕业游、避暑游集中, 为传统旅游旺季, 是客流量最大的季节, 公司的主营业务中索道运输、印象表演和餐饮服务有一定季节性, 历年来, 第三季度是丽江玉龙雪山景区接待游客最多的季节, 也是公司接待人数最多的季节, 公司历年第三季度的收入及利润占全年比重均较大且相对稳定。2020 年以来, 受疫情影响, 公司游客接待量主要取决于疫情情况, 在疫情散发少的时间段, 游客多, 公司收入及盈利情况好, 反之, 收入及盈利情况差。
2022/8/09	603199.SH	九华旅游	股东集中竞价减持股份进展公告	集中竞价减持计划的进展情况: 嘉润金地因自身经营需要计划自 2022 年 5 月 9 日起的 6 个月内, 通过集中竞价方式减持股份数量不超过 2,213,600 股, 约占公司股份总数的 2%, 减持价格按照市场价格确定。减持期间内, 在任意连续 90 日内, 通过集中竞价交易方式减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%。截止本公告披露之日, 本次减持股份计划时间区间已过半, 嘉润金地在减持计划实施期间通过集中竞价方式减持了九华旅游股份共计 1,100,000 股, 占公司总股本的 0.99%, 本次减持计划尚未实施完毕。
2022/8/09	300282.SZ	ST 三盛	关于公司独立董事辞职的公告	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独立董事刘胤宏先生的书面辞职报告。刘胤宏先生因个人工作原因, 申请辞去公司独立董事、薪酬与考核委员会主任委员及提名委员会委员职务, 辞职后将不在公司担任职务。刘胤宏先生的原定任期至 2023 年 12 月 28 日, 截至本公告日, 刘胤宏先生未持有公司股份。
2022/8/09	300338.SZ	ST 开元	关于子公司与海南彬蕾教育科技合伙企业(有限合伙)下属公司签订《特许经营合同》及相关协议的补充公告	公司全资子公司上海恒企教育培训有限公司拟与海南彬蕾教育科技合伙企业(有限合伙)下属的 14 家公司(以下简称“海南彬蕾下属公司”)签署《特许经营合同》, 并就公司前期市场推广补偿、场地装修补偿、固定资产租赁、委托培训签订相关协议。具体内容详见公司于 2022 年 8 月 5 日披露的《关于子公司与海南彬蕾教育科技合伙企业(有限合伙)下属公司签订<特许经营合同>及相关协议的公告》(公告编号: 2022-062), 现对本次公司全资子公司签订的协议做补充说明如下。

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
2022/8/09	300089.SZ	*ST 文化	关于公司代理董事长辞职及聘任公司董事长、董事会秘书、高级管理人员的公告	广东文化长城集团股份有限公司(以下称“公司”)于近日收到代理董事长许捷的辞职信,许捷先生辞职生效后仍在公司担任董事职务。公司于2022年8月7日召开了第五届董事会第十七次会议,审议通过了《关于推选李晓光为董事长的议案》、《关于提名黄德丰先生为公司董事会秘书的议案》《关于聘任周耀伟为副总经理的议案》《关于聘任魏炜为副总经理的议案》,公司董事会聘任李晓光先生担任公司第五届董事会董事长;周耀伟先生为副总经理,魏炜先生为副总经理,黄德丰先生为公司副总经理和董事会秘书;上述人员任期自本次董事会审议通过之日起至第五届董事会届满时止。
2022/8/10	600662.SH	外服控股	关于收购上海远茂企业发展股份有限公司部分股份并增资暨关联交易的进展公告	上海外服控股集团股份有限公司(以下简称公司)分别于2022年7月14日和2022年6月28日召开2022年第二次临时股东大会和第十一届董事会第九次会议,审议通过了《关于收购上海远茂企业发展股份有限公司部分股份并增资暨关联交易的议案》,下属子公司上海外服(集团)有限公司(以下简称上海外服)拟联合关联方上海东浩兰生人力资源产业股权投资基金合伙企业(有限合伙)通过协议受让上海远茂企业发展股份有限公司(以下简称远茂股份)45.90%股份,以及远茂股份向上海外服定向发行股份相结合的方式合计取得远茂股份51.00%的股份。
2022/8/10	603199.SH	九华旅游	关于持股5%以上股东减持股份超过1%的提示性公告	本次权益变动属于安徽九华山旅游发展股份有限公司(以下简称“九华旅游”“公司”)持股5%以上非第一大股东安徽嘉润金地企业管理有限公司(以下简称“嘉润金地”)通过集中竞价、大宗交易方式减持,不触及要约收购。本次权益变动后,嘉润金地持有九华旅游的股份数量9,170,000股,占公司总股本的8.29%。本次权益变动为持股5%以上非第一大股东减持,不会导致公司控股股东、实际控制人发生变化。
2022/8/10	000796.SZ	ST 凯撒	关于与中国金谷国际信托有限责任公司签署补充协议的公告	凯撒同盛发展股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年11月13日召开第九届董事会第二十七次会议,审议通过了《关于向中国金谷国际信托有限责任公司申请信托贷款的议案》,并签署了相关信托贷款及担保协议。基于近期与中国金谷国际信托有限责任公司(以下简称“金谷信托”)友好协商,对原协议部分事项拟定签署补充协议,现就协议内容公告如下。
2022/8/10	002841.SZ	视源股份	关于董事、监事和高级管理人员持股情况变动的报告	经中国证券监督管理委员会《关于核准广州视源电子科技股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可[2022]669号)核准,广州视源电子科技股份有限公司(以下简称“公司”或“视源股份”)向特定对象非公开发行人民币普通股29,466,839股,本次发行完成后,公司总股本由666,549,706股增加至696,016,545股。
2022/8/10	002841.SZ	视源股份	非公开发行A股股票发行情况报告书暨上市公告书(摘要)	本次非公开发行新增股份29,466,839股,将于2022年8月11日在深圳证券交易所上市。新增股份上市首日公司股价不除权,股票交易设涨跌幅限制。
2022/8/10	002841.SZ	视源股份	非公开发行A股股票发行情况报告书暨上市公告书	本次非公开发行新增股份29,466,839股,将于2022年8月11日在深圳证券交易所上市。新增股份上市首日公司股价不除权,股票交易设涨跌幅限制。
2022/8/10	601888.SH	中国中免	关于刊发境外上市外资股(H股)发行更新聆讯后资料集的公告	公司于2022年6月30日向中国香港联交所重新递交了本次发行上市的申请,并于同日在中国香港联交所网站刊登了本次发行上市申请资料。具体内容详见公司于2022年7月1日在《证券日报》、《上海证券报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《中国旅游集团中免股份有限公司关于重新向中国香港联交所递交境外上市外资股(H股)上市申请并刊发申请资料的公告》(公告编号:临2022-020)。
2022/8/11	600749.SH	西藏旅游	关于持股5%以上股东集中竞价减持计划完成暨减持结果公告	2022年8月10日,公司收到国风集团发来的《股份减持计划时间届满告知函》,2022年2月10日至3月10日期间,国风集团通过集中竞价减持公司股份2,269,600股,占公司总股本的1%,与此同时,国风集团于集中竞价减持计划实施期间,通过大宗交易累计减持7,189,738股,占公司总股本的3.17%。本次集中竞价减持计划实施完毕。

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
2022/8/11	003032.SZ	传智教育	关于股东减持计划期限届满及继续减持股份的预披露公告	公司于近日收到上海创稷出具的《关于股份减持计划期限届满及继续减持股份的告知函》。截止本公告披露日,上海创稷首期减持计划期限届满,累计减持公司股份 5,632,426 股,占公司总股本的 1.399543%,同时上海创稷拟实施下一期减持计划。根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等有关规定,现将有关内容公告如下。
2022/8/11	002059.SZ	云南旅游	关于公司独立董事任期届满六年辞职的公告	云南旅游股份有限公司(以下简称“公司”)独立董事龙超先生和王军先生均自 2016 年 8 月 10 日起担任公司独立董事,截至 2022 年 8 月 10 日,连续担任公司独立董事已届满六年。根据《上市公司独立董事规则》、《公司章程》等有关规定,独立董事连任时间不得超过六年,因此龙超先生、王军先生于近日向公司董事会提交了书面辞职报告,龙超先生申请辞去公司第七届董事会独立董事、公司董事会提名委员会召集人及战略委员会、薪酬与考核委员会委员职务;王军先生向公司董事会申请辞去公司第七届董事会独立董事、公司董事会审计委员会召集人及战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会委员职务。
2022/8/11	000430.SZ	张家界	关于董事辞职的公告	张家界旅游集团股份有限公司(以下简称“公司”)董事会近日收到公司董事陈秀红女士提交的书面辞职报告。陈秀红女士因工作变动原因,申请辞去公司第十一届董事会董事以及董事会风险控制委员会委员职务,辞职后不再担任公司任何职务。根据《公司法》、《公司章程》等有关规定,该辞职报告自送达公司董事会时生效。根据《公司法》和《公司章程》等有关规定,董事陈秀红女士的辞职未导致公司董事会成员低于法定人数,不会影响公司董事会的正常运行。公司对陈秀红女士任职期间勤勉尽责的工作和对公司发展所作出的贡献表示衷心的感谢。
2022/8/11	603199.SH	九华旅游	股东集中竞价减持股份进展公告	集中竞价减持计划的进展情况:嘉润金地因自身经营需要计划自 2022 年 5 月 9 日起的 6 个月内,通过集中竞价方式减持股份数量不超过 2,213,600 股,约占公司股份总数的 2%,减持价格按照市场价格确定。减持期间内,在任意连续 90 日内,通过集中竞价交易方式减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%。
2022/8/12	601888.SH	中国中免	章程(2022 年 8 月修订,待 H 股发行上市之日起生效并实施)	公司经中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)《关于核准中国国旅股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2009]798 号)核准,首次向社会公众发行人民币普通股 22,000 万股,于 2009 年 10 月 15 日在上海证券交易所上市。
2022/8/13	000526.SZ	学大教育	关于变更持续督导保荐代表人的公告	学大(厦门)教育科技集团股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到中邮证券有限责任公司(以下简称“中邮证券”)出具的《关于学大(厦门)教育科技集团股份有限公司 2020 年度非公开发行持续督导项目变更保荐代表人的报告》,中邮证券为公司 2020 年度非公开发行持续督导项目的保荐人,持续督导保荐代表人为李雪和程小勇,现程小勇因工作安排调整,中邮证券将委派保荐代表人杨明飞(相关简历见附件)接替其负责该项目后续的持续督导工作,相关业务已交接完毕
2022/8/13	600358.SH	国旅联合	关于证券事务代表辞职的公告	国旅联合股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 8 月 12 日收到公司证券事务代表汪龙龙先生的书面辞职报告。汪龙龙先生因个人原因,向公司申请辞去证券事务代表的职务,辞职后汪龙龙先生将不在公司担任任何职务。
2022/8/13	605098.SH	行动教育	关于 2022 年股票期权激励计划内幕信息知情人及激励对象买卖公司股票的自查报告	上海行动教育科技股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 7 月 20 日召开第四届董事会第七次会议、第四届监事会第六次会议审议通过了《关于<上海行动教育科技股份有限公司 2022 年股票期权激励计划(草案)>及其摘要的议案》等相关议案,并于 2022 年 7 月 21 日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露了相关公告。

资料来源:公司公告,中银证券

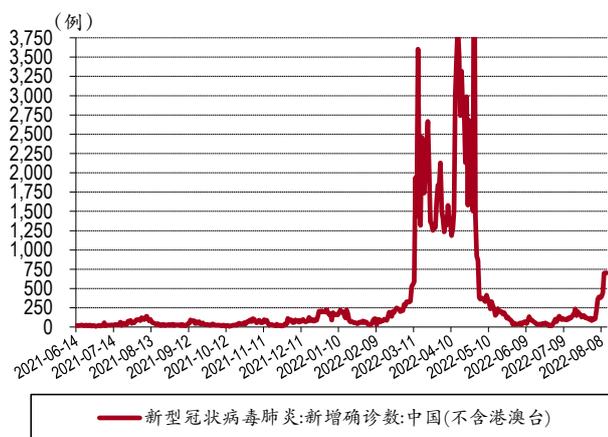
续图表 8.上市公司重要公告

公告日期	股票代码	公司名称	公告摘要	主要内容
2022/8/13	000610.SZ	西安旅游	2022 年半年度报告摘要	本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。
2022/8/13	000610.SZ	西安旅游	2022 年半年度报告	公司精准把握西安国际化大都市建设方向,进一步解放思想,落实顶层设计和发展战略,坚持改革与创新主基调,以扩大规模与提质增效并重为基本原则,做强做优传统主业,做大做实新兴业态,推动产业链向中高端发展,逐步构建由酒店民宿、智慧旅游、贸易物流、资本运作、景区管理、特色商业、教育培训、供应链管理 etc 组成的多元化产业集群。
2022/8/13	000610.SZ	西安旅游	2022 年半年度财务报告	公司半年度营业收入 236,277,544.63 元,同比减少 5.98%,归属上市公司股东的净利润-48,542,526.23 元。十大流通股东中,牛桂兰、宋秋玲、王正月、琚泽平为新进流通股东。
2022/8/13	000610.SZ	西安旅游	半年报财务报表	公司实现营业收入 2.36 亿元,同比下降 5.98%;归属于上市公司股东的净利润为-4854.25 万元,上年同期为-1799.74 万元;基本每股收益为-0.2050 元。
2022/8/13	603377.SH	东方时尚	2022 年半年度报告_摘要	公司半年度营业收入 507,862,608.78 元,同比减少 7.32%,归属上市公司股东的净利润 16,606,803.81 元,同比减少 80.32%。十大流通股东中,施卫新为新进流通股东。
2022/8/13	603377.SH	东方时尚	2022 年半年度报告	公司主营业务是机动车驾驶培训和航空驾驶培训,同时,公司通过不断创新服务模式,借助驾培服务行业成功的经验和积累的优势积极向汽车消费综合服务行业的其他子行业拓展业务,如整车销售、汽车租赁、定制保险、汽车维修、汽车美容、汽车检测、汽车金融等。公司积极推进 VR、人工智能等技术在驾培行业的应用,开展新能源智能训练车及全智能化驾驶培训的研究和产业化探索。
2022/8/13	300089.SZ	*ST 文化	关于公司董事、独立董事辞职的公告	广东文化长城集团股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于近日收到董事许捷先生、独立董事李想女士的书面辞职报告。许捷先生因个人原因申请辞去公司董事职务;辞职后,不再担任公司任何职务;许捷先生未持有公司股份。李想女士因个人原因申请辞去公司独立董事职务;辞职后,不再担任公司任何职务;李想女士未持有公司股份。
2022/8/13	300089.SZ	*ST 文化	关于公司董秘辞职的公告	广东文化长城集团股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于 2022 年 8 月 12 日收到公司副总经理、董事会秘书黄德丰先生的书面辞职报告,黄德丰先生因个人原因辞去公司副总经理、董事会秘书的职务。截止本公告披露日,黄德丰先生未持有公司股份。

资料来源:公司公告,中银证券

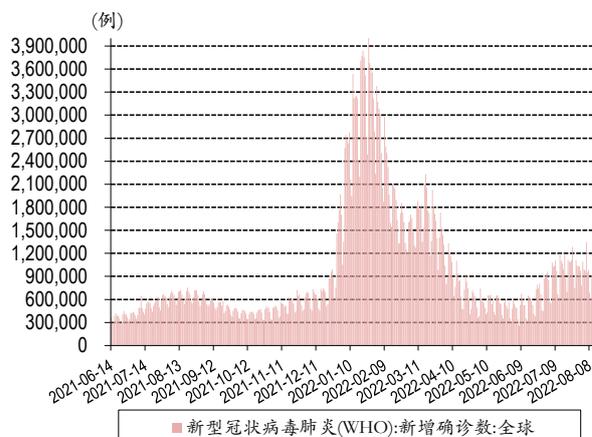
3、国内外疫情与我国入境政策跟踪

图表 9.全国新冠肺炎每日新增确诊病例（不含港澳台）



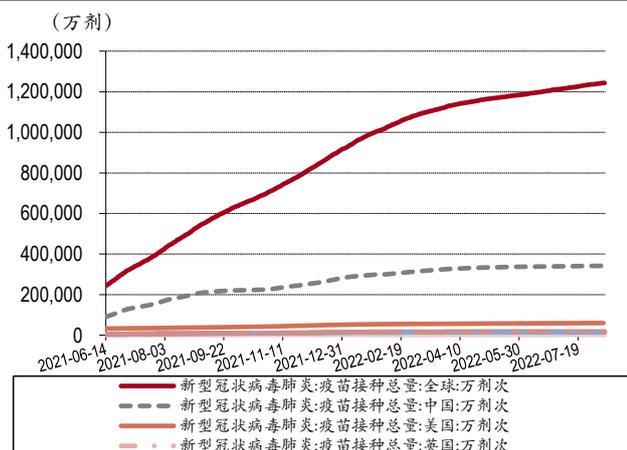
资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/8/12)

图表 10.全球新冠肺炎每日新增确诊病例



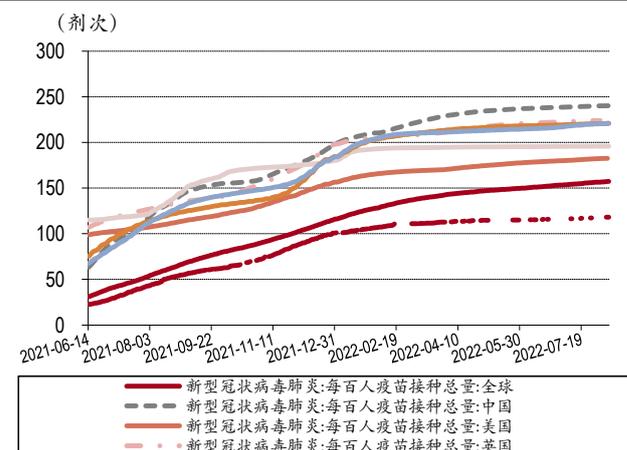
资料来源: ifind, WHO, 中银证券 (截止日 2022/8/12)

图表 11.新冠疫苗接种总量



资料来源: ifind, 中银证券 (截止日 2022/8/10)

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 2022/8/10)

上周新冠肺炎新增病例境外与本土病例均有所上升，截至8月12日，全国新型冠状病毒肺炎传播涉及多个地区，其中海南、新疆、浙江、江西、西藏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较为明显的上升趋势，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 8 月 12 日，全球新冠肺炎每日确诊病例 831,440 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	扬州	7天集中隔离+7天居家隔离；
	南京等市	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2022/8/12）

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8月12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

民宿与特色酒店持续火热，在住宿业态提升的前提下，预计酒店业有望保持整体中长期增长；周边游成为出行的主要支柱，夜间经济有望带动相关主题旅游产品发展；餐饮品牌连锁化率提升空间广阔，预制菜市场望保持增长，餐饮业发展复苏动力体现。我们认为国门暂未开启，周边游、近郊游有望持续升温，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。建议关注民宿露营、预制菜等行业标的表现。

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
			(元)	(亿元)	2021A	2022E	2021A	2022E	资产 (元/股)
600138.SH	中青旅	买入	10.58	76.58	0.03	0.24	353.86	44.08	8.61
600258.SH	首旅酒店	买入	20.51	230.00	0.05	0.31	526.28	66.16	9.69
300144.SZ	宋城演艺	买入	12.76	333.63	0.12	0.20	118.82	63.80	2.92
603136.SH	天目湖	买入	22.95	42.75	0.28	0.35	63.74	65.57	6.16
600655.SH	豫园股份	买入	8.24	320.63	0.99	1.10	10.38	7.49	8.86
300662.SZ	科锐国际	买入	42.46	83.58	1.28	1.66	48.50	25.58	10.77
002033.SZ	丽江股份	增持	8.26	45.39	(0.07)	0.14	(90.27)	59.00	4.34
000524.SZ	岭南控股	增持	9.32	62.46	(0.19)	0.31	(39.07)	30.06	3.20
002707.SZ	众信旅游	增持	6.35	57.56	(0.51)	(0.02)	(11.01)	(317.50)	0.23
600754.SH	锦江酒店	增持	59.70	545.68	0.09	0.34	623.18	175.59	15.41
603099.SH	长白山	增持	8.47	22.59	(0.19)	0.01	(56.62)	847.00	3.49
000796.SZ	ST 凯撒	未有评级	5.26	42.24	(0.86)	-	(8.88)	-	0.06
600054.SH	黄山旅游	未有评级	10.04	51.54	0.06	0.05	163.93	201.39	5.77
300651.SZ	金陵体育	未有评级	24.22	31.18	0.20	-	137.85	-	5.48
600158.SH	中体产业	未有评级	8.16	78.30	0.06	0.07	264.16	113.47	2.59
000428.SZ	华天酒店	未有评级	3.96	40.35	0.08	-	38.11	-	2.04
301073.SZ	君亭酒店	未有评级	61.71	74.55	0.46	0.58	74.87	110.70	6.09
000610.SZ	西安旅游	未有评级	8.84	20.93	(0.31)	-	(26.80)	-	3.31
605108.SH	同庆楼	未有评级	21.82	56.73	0.55	0.66	33.03	33.26	7.65
600706.SH	曲江文旅	未有评级	9.43	24.05	0.03	0.06	249.01	150.33	4.55
000430.SZ	张家界	未有评级	6.17	24.98	(0.33)	-	(17.04)	-	3.23

资料来源: ifind, 中银证券

注: 股价截止日 2022 年 8 月 12 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公开发表。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