

# 社服教育周报一

## 2月6日内地与香港全面通关，出入境板块仍然值得期待

2023年02月05日



### 行业评级

社服行业 强于大市（维持）

### 证券分析师

易永坚 投资咨询资格编号:S1060520050001  
电子邮箱:YIYONGJIAN176@pingan.com.cn

徐熠雯 投资咨询资格编号:S1060522070002  
电子邮箱:xuyiwen393@pingan.com.cn

### 团队成员

付丹婷 一般证券业务:S1060121070088  
电子邮箱:fudanting380@pingan.com.cn

李华熠 一般证券业务:S1060122070022  
电子邮箱:lihuayi330@pingan.com.cn

# 社服教育周报-观点

## 酒旅餐饮

本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅-5.51%/-4.11%。涨跌幅较大个股分别为：香格里拉（亚洲）（+14.68%）、中科云网（+8.16%）、海底捞（-13.06%）、九毛九（-12.41%）、海伦司（-10.77%）、同程旅行（-10.20%）、携程集团-S（-9.94%）。

观点：春节假期酒旅餐饮显著复苏，前期布局的部分资金获利了结，本周板块指数及部分行业头部公司均下跌。2月6日起，内地与港澳实现全面通关，目前出境游复苏势头强劲，酒旅餐饮板块进入业绩兑现期，推荐以下主线：1) 受益于疫后复苏及国家政策的免税板块，春节假期海南免税销售火爆，重点推荐中国中免；2) 机场口岸的信息化板块，建议关注盛视科技和航空软件服务商中国民航信息网络等；3) 跨区流动相关港股标的，推荐复苏弹性大的出境游龙头携程集团-S、业绩恢复领先的酒店龙头华住集团-S；4) 关注餐饮复苏和低估值中概。

## 美容护理

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-0.72%。涨跌幅较大的个股分别为：丸美股份（+18.65%）、倍加洁（+16.15%）、青松股份（+12.39%）、中顺洁柔（-6.64%）。

观点：1) 2022年大盘整体承压，2023年随着疫情防控优化、社交场景增加，化妆品市场有望迎来恢复。2) 本土企业市占率偏低，看好基于消费者洞察&供应链快反&渠道资源&研发能力增强的市占率提升。3) 美妆上市公司中，头部品牌在政策趋严、疫情冲击下展现较强的抗风险能力和发展韧性，持续看好。同时积极关注去年同期受疫情冲击较大、基数较低的恢复机会，以及部分品牌产品升级、渠道转型机会，积极关注逸仙电商。

## 教育人服

本周中国教育指数累计涨跌幅-2.66%。涨跌幅较大个股分别为：传智教育（+20.81%）、同道猎聘（+17.24%）、科大讯飞（+15.79%）、行动教育（+15.77%）、豆神教育（+15.43%）、新东方在线（-15.55%）、中教控股（-13.08%）、Boss直聘（-12.52%）。

观点：1) 教育方面，新东方在线投资东方甄选自营烤肠的工厂扩建，系公司宣布加大农业投资后首次在农业产业链的具体投资案例，同时新东方在线已正式更名为“东方甄选”，意味着公司业务重点已正式转向直播电子商务。2) 人服方面，12月全国城镇调查失业率录得5.5%，比上月下降0.2个百分点。建议积极关注经济复苏带来的招聘受益股，估值处于低位的同道猎聘。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **盛视科技**，本周累计涨跌幅+8.55%。观点：1) 公司主营智慧口岸整体解决方案，口岸基础设施建设需求在疫情3年被递延，特别是改扩建需求，这部分订单有望在国门开放后释放，行业进入启动周期；2) 海南2023年封关需求，2023年海南需要具备封关的初步要求，封关的本质就是口岸建设，订单已开始落地，公司目前已经中标近6个亿；3) 行业竞争格局清晰，公司处于龙头地位且竞争者少；公司目前估值较为安全，建议积极关注。
- ◆ **逸仙电商**，本周累计涨跌幅-8.59%。观点：1) 公司正从流量彩妆到品牌护肤转型，OCF已连续2个季度转正。2) 目前护肤收入已连续2个季度占比超30%，Q4预计超过40%，营收结构拐点有望显现。三大中高端护肤品牌现均处于良性发展轨道，双11三大品牌GMV均实现破亿。3) 彩妆主品牌完美日记22年处调整期（清库存、控折扣、线下门店优化），现逐步企稳，2023年推新有望加快，叠加彩妆行业恢复，建议积极关注。
- ◆ **瑞幸咖啡**，本周累计涨跌幅+19.09%。观点：我们认为瑞幸是国内咖啡行业具有领先优势的公司，经营数据稳步向上，财务造假带来的系列问题得以基本解决，并已进入高质量发展阶段。1) 公司近况：22Q3继续保持高增，实现营收38.95亿（yoy+65.7%）；自营门店经营利润大幅改善，22Q2自营门店经营利润率继续保持在高位，达29.2%（同比+4.0pct）；同店增速19.4%；新开门店满12个月的存活率由2019年的63%增长至2021年的93%；造假问题得以基本解决，公司治理回归正常，2022年8月赎回境外债券后不再承担任何有息负债，现有业务进入“现金牛”开启阶段。2) 咖啡行业高增长；城镇化等因素带动咖啡因需求增加；依赖性强、消费粘性高等特点使咖啡成为现制饮品行业内的极佳赛道。从门店规模及渗透、产品口感及价格、运营能力及商业模式等角度分析，瑞幸咖啡已经成为平价咖啡头部品牌，门店已渗透至县区，全国范围内“穿透”能力强。3) 从单店、PS角度对瑞幸咖啡进行重估，公司目前估值处于低位，如能转板成功，估值修复空间较大。4) 机会与挑战并存：一二线城市加密仍有空间但竞争激烈，而下沉市场发展瑞幸具备优势；但白热化的咖啡赛道竞争将为公司发展带来挑战。持续强烈推荐。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **同道猎聘**，本周累计涨跌幅+17.24%。观点：1) 预期2023年经济复苏的背景下，招聘行业有望迎来强势反弹，高粘性的招聘2B模式利润弹性较大；2) 传统平台前程无忧&智联招聘面向大众，新型平台Boss直聘主攻大众及蓝领招聘，猎聘则主要面向中高端招聘，中高端招聘领域几乎没有竞争对手，护城河极深；3) 公司目前估值低，市值不到60亿人民币（21年营收26.52亿元），同期Boss直聘市值700多亿元（21年营收42.59亿元），性价比极高，我们强烈看好公司的市场领先地位和盈利能力。4) 另外需持续关注小非减持动向。
- ◆ **分众传媒**，本周累计涨跌幅-3.14%。观点：1) 经济先导指标，预期经济复苏的背景下，企业主有望提前开启广告投放，我们认为分众广告的复苏有望早于普通消费品，近期包括白酒在内的品牌广告上刊提升显著；2) 公司2022年归母净利润区间预计为27.71-28.51亿元，同比增长52.98%-54.30%；3) 分众的商业模式和需求趋势依然强势，我们坚信消费品牌的未来就是分众的未来，继续坚定推荐，维持“强烈推荐”。
- ◆ **携程集团-S**，本周累计涨跌幅-9.94%。观点：1) 携程是跨境OTA的绝对龙头，2017年就已超越booking成为全球最大的OTA平台（交易额口径），在疫情前的2019年，公司酒店住宿/航空票务/度假海外业务占比分别为23.4%/42.6%/53%，另外公司还有Skyscanner等纯海外平台业务，遥遥领先于国内其他跨境OTA。2) 携程海外独立平台天巡、trip.com均已强势复苏，22Q3国际平台整体机票预定量同比增长超100%，国际平台海外酒店预订较19年增长超45%；3) 国内出境游强势复苏，春节假期出境游整体订单同比增长640%，内地旅客预订境外酒店订单量同比增长超4倍，跨境机票订单增长4倍以上；截至1月30日，携程已上线近700条出境团队游产品，覆盖15个目的地国家/地区，有望充分享受出境游复苏红利。我们对OTA平台的跨境票务、酒店预订抱有乐观预期，维持推荐。
- ◆ **华住集团-S**，本周累计涨跌幅-6.51%。观点：1) 公司产品韧性强，经营恢复处于行业领先地位，春节假期华住国内平均revpar恢复至2019年春节7天假期的95%左右。2) 后疫情时代商旅出行将迎来恢复，节假日对休闲旅游市的催化等均带动酒店住宿需求加速修复。3) 据盈蝶咨询数据，2021年与2019年相比，非连锁酒店数/非连锁客房数分别减少了31.8%/33.2%，疫情下行业出清明显，我们对酒店龙头的连锁、集中趋势保持乐观预期，坚定长期看好，维持推荐。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **中国中免**，本周累计涨跌幅-8.48%。观点：1) 公司是国内免税行业龙头，2021年市占率86%，在海南离岛免税市场份额约90%，具有先发优势和强规模优势，充分受益海南自贸港政策红利；2) 门店布局牢牢占据国内免税核心流量，覆盖中国前十国际机场中的9家、离岛免税辐射90%+离岛客流；3) 合作品牌数量超过1200个，处于世界一流水平。2023年春节假期海南离岛免税销售额创新高，实现开门红，cdf海口国际免税城新店接待游客超过27万人次，场面火爆。此外，随着跨境游的重启，口岸免税出现一定恢复。维持推荐。
- ◆ **家联科技**，本周累计涨跌幅-0.44%。观点：1) 公司全年归母净利润区间1.68亿-1.92亿，预计同比增长135.96%-169.67%；Q4归母净利润为0.23亿-0.47亿元，去年同期0.22亿元；2) Q4海外需求一般，等待海外消费复苏；3) 公司正大幅扩增产能，不断拓宽业务范围，包括新建PLA改性材料产能及甘蔗渣制品产能；同时公司近期收购海外塑料家居制品公司，家居用品开始向海外商超供货，建议持续关注公司新产能落地进展。
- ◆ **新东方在线**，本周累计涨跌幅-15.55%。观点：1) 政策&业务经营负面已出清，2023财年半年报业绩扭亏为盈，FY2023H1实现收入20.80亿元/yoy: 262.7%，归母净利润5.85亿元，去年同期亏损4.19亿元；2) 业务成功向直播转型，东方甄选热度持续，22年多月居于抖音带货榜榜首，旗下已有4个破百万粉丝账号；3) 电商业务横移复制到天猫等平台，直播业务成为公司当前最具潜力业务，近期拟更名为“东方甄选”；4) 新东方的人力、物力依然强势，账面可用资金充裕。建议积极关注。
- ◆ **鸿合科技**，本周累计涨跌幅+6.12%。观点：1) 海外教育信息化政策利好不断，2021年公司海外营收同比增长91.15%，22H1同比增长47.14%；2) Q3及此前几个季度，毛利修复显著，22Q3同比+10.0pct，但是上游原材料面板持续下降的空间已经非常有限；3) 2022年预计全年归母净利润4.3-4.5亿元，同比+154.50% ~+168.11%，扣非净利润3.5-3.7亿元，同比+166.14%~+183.58%；4) 2023年可以关注学校信息化硬件采购和课后服务市场的拓展，建议积极关注。
- ◆ **锦江酒店**，本周累计涨跌幅-1.25%。观点：1) 后疫情时代商旅出差、休闲旅游等酒店住宿需求将加速修复；2) 疫情下行业出清明显，我们对酒店龙头的连锁、集中趋势保持乐观预期，坚定长期看好。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **同程旅行**，本周累计涨跌幅-10.20%。观点：1) 后疫情时代酒旅市场强势复苏，公司业绩韧性强，营收恢复在行业中领先，2023年春节假期国内机票预订量较2019年同期增长129%，汽车票预订量较2019年同期增长230%，火车票预订量较2019年同期增长18%；2) 同程在腾讯系的流量独占优势明显，在下线城市及地区有相对先发优势，运营模式较轻，在疫后旅游复苏的背景下恢复领先。建议关注。
- ◆ **海底捞**，本周累计涨跌幅-13.06%。观点：1) 防疫放开及春节假日催化下，火锅等线下聚集消费场景迎来经营修复，海底捞在初二至初六的5天内，共计接待顾客超650万人次，比上周同期客流增长20%；2) 公司关店等内部组织调整基本到位，计划择机启动“硬骨头”门店重开计划，企业管理运营良好，并积极筹备节后集中招聘，迎接新一轮消费复苏；3) 海底捞依然是国内最好的餐饮连锁品牌，依然是普通居民的聚餐首选之一，中长期来看其品牌、单店、管理等在国内餐饮行业均属于“标杆”。建议关注。
- ◆ **九毛九**，本周累计涨跌幅-12.41%。观点：1) 防疫放开及春节假日催化餐饮迎来经营修复，看好疫后复苏公司旗下餐饮品牌表现；2) 太二单店模型优异，门店可复制性强，拓店空间仍存，品牌仍具较强吸引力，2023年开店指引120家；3) 其他品牌来看，九毛九经调整后，门店经营利润率已有明显回升，怂火锅发展势头初显，单店模型持续打磨中，公司最新指引2023年怂新开门店数至25家。建议关注。
- ◆ **Tims咖啡 (TH International)**，本周累计涨跌幅+30.55%。观点：公司主打“咖啡+暖食”的大店模型且有市场需求；管理团队背景优异，且半数来自汉堡王；笛卡尔资本、RBI&3G资本、红杉、腾讯等蓝筹股东为其发展提供长期支持；目前处于高速拓店成长期，门店规模效应有望带来收入高增及利润改善。建议积极关注。
- ◆ **科拓生物**，本周累计涨跌幅+2.36%。观点：1) 益生菌行业处于高速发展期，应用领域从乳制品扩展到医疗保健、药品、化妆品等众多市场；2) 国内益生菌原材料菌粉或菌种80%以上依赖进口；3) 国产益生菌原料正在起步，科拓作为国产龙头的地位日益显著，其下游B端客户刚开始放量。22年公司的益生菌业务+动植物微生态业务合计占比将达50%，23年单益生菌业务有望超过50%，益生菌业务高增速将带动公司整体高增，建议积极关注。

# 个股观点

## 个股观点

- ◆ **贝泰妮**，本周累计涨跌幅-2.13%。观点：1) 主品牌薇诺娜定位敏感肌护理，用户粘性强、复购率高，2019年成为国内皮肤学级护肤品第一大品牌，与第二、三名差距持续拉大，通过产品推新、全渠道扩张、营销破圈，快速成长，双11已连续5年蝉联天猫美妆前十；2) 副品牌薇诺娜baby逐渐爆发，下半年推出分阶护理、升级产品线，2022年双11天猫婴童护肤排名升至第四；新高端抗衰品牌AOXMED逐步推向市场，已在线下医美、百货，线上小红书、微博等种草平台亮相，并开出天猫旗舰店，有望成为新增长点；3) 公司依托云南特色植物，医研共创优势明显，产品研发及渠道拓展能力强，成长性佳。建议积极关注。
- ◆ **珀莱雅**，本周累计涨跌幅-2.29%。观点：1) 2018年公司线上运营取得突破，2020年成功由渠道驱动转型产品驱动，疫情以来线上持续高增带动整体业绩保持较快增长，此次双十一登顶国货第一，再次验证品牌实力；2) 大单品策略成效显著，品牌复购率、客单价上升，客群年轻化趋势显著；3) 线上多平台运营能力强，天猫主阵地持续高增，抖音平台排名稳居前列，京东、唯品会等平台稳步增长；4) 彩棠、off&relax、悦芙媞等新品牌起量较快，今年纷纷扭亏为盈。中长期看，主品牌珀莱雅品牌势能提升，规模远未到单品牌天花板，中小品牌孵化有所成效，逐步验证平台能力。建议积极关注。
- ◆ **农夫山泉**，本周累计涨跌幅+1.25%。观点：1) 公司坚持包装水+饮料双翼发展，包装水业务是行业龙头，自2016年起至今，一直稳居行业第一的宝座；饮料业务贡献显著增速，茶饮、功能饮料、果汁及其他饮料产品2021年增速均超过30%。2) 公司注重水源建设，目前已建有11大优质水源，在同行业中遥遥领先，并且在同价位包装水产品中，是少有的全部产品都采用天然水源的品牌。3) 公司广告语传播力极强，先后推出过“农夫山泉有点甜”、“我给孩子喝的水”、“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”、“什么样的水源，孕育什么样的生命”等多个朗朗上口的广告语，为公司品牌传播带来强助力。

# 社服教育周报-酒旅餐饮

## 本周回顾

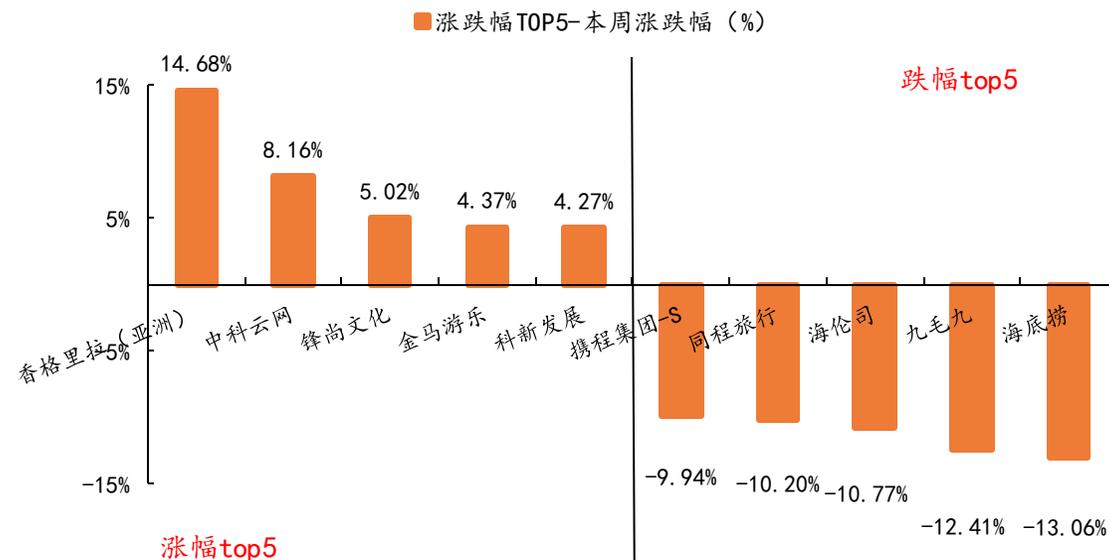
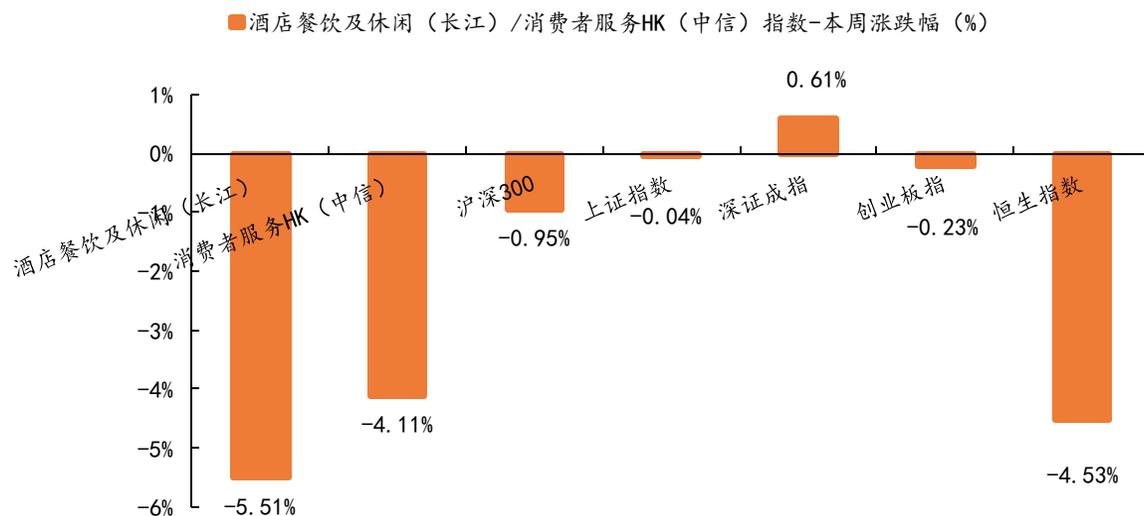


本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK(中信)指数累计涨跌幅-5.51%/-4.11%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：香格里拉（亚洲）（+14.68%）、中科云网（+8.16%）、锋尚文化（+5.02%）、金马游乐（+4.37%）、科新发展（+4.27%）。

跌幅TOP5：海底捞（-13.06%）、九毛九（-12.41%）、海伦司（-10.77%）、同程旅行（-10.20%）、携程集团-S（-9.94%）。



# 社服教育周报-酒旅餐饮

## 行业重大事件

**1、内地与港澳全面通关，旅行社经营内地与港澳出入境团队旅游业务将恢复：**1) 自2月6日零时起，全面恢复内地与港澳人员往来；取消经粤港陆路口岸出入境预约通关安排，不设通关人员限额；恢复内地居民与香港、澳门团队旅游经营活动等。2) 文旅部宣布，2月6日起恢复旅行社经营内地与港澳出入境团队旅游业务。

**2、主要公司出境游业务陆续启动：**1) 截至1月30日，携程共上线近700条出境团队游产品，覆盖15个目的地国家/地区；其中携程自营产品近400条，覆盖9个目的地国家。2) 岭南控股旗下广之旅2月6日出发的出境游首发团有多条线路已收满，目前各试点国家的重启首团报名已进行最后召集阶段。3) 凯撒旅游出境业务全面启动。

**3、咖啡行业动态：**1) 1月30日，瑞幸开启2023年新一轮合作伙伴招募，招募城市覆盖15省80个城市，较上一轮加盟（2022年12月5日）9省41个城市相比进一步扩大。2) 2月3日，星巴克公布2023Q1业绩：星巴克Q1净营收87.1亿美元，同比+8.2%；净利润为8.55亿美元，同比+4.8%。中国Q1营收6.22亿美元，同比-31%，占总收入7.13%，中国可比店收入同比-29%；截至2023年1月1日，星巴克中国门店数达6090家。

**4、1月25日，呷哺呷哺海外首店在新加坡试营业，并计划今年内新增6家门店延伸至马来西亚。**此外，集团旗下的湊湊火锅于2022年1月进入新加坡，目前已在新加坡开出3家店。

## 重要个股公告

**1、华住集团-S：**（不包括征用酒店）2022年国内全年综合revpar为157元，同比-8.8%，恢复至2019年同期的79.5%。国内综合OCC为66.7%，同比-5.5pct，较2019年下降17.7pct（2019年综合OCC为84.4%）。国内综合ADR为236元，同比-1.3%，较2019年增长0.6%。

**2、首旅酒店：**预计2022年归母净利润为-5.2亿至-6亿元，2021年为5,568万元。预计2022年归母扣非净利润为-6.2亿元至-7亿元，2021年为1,095万元。

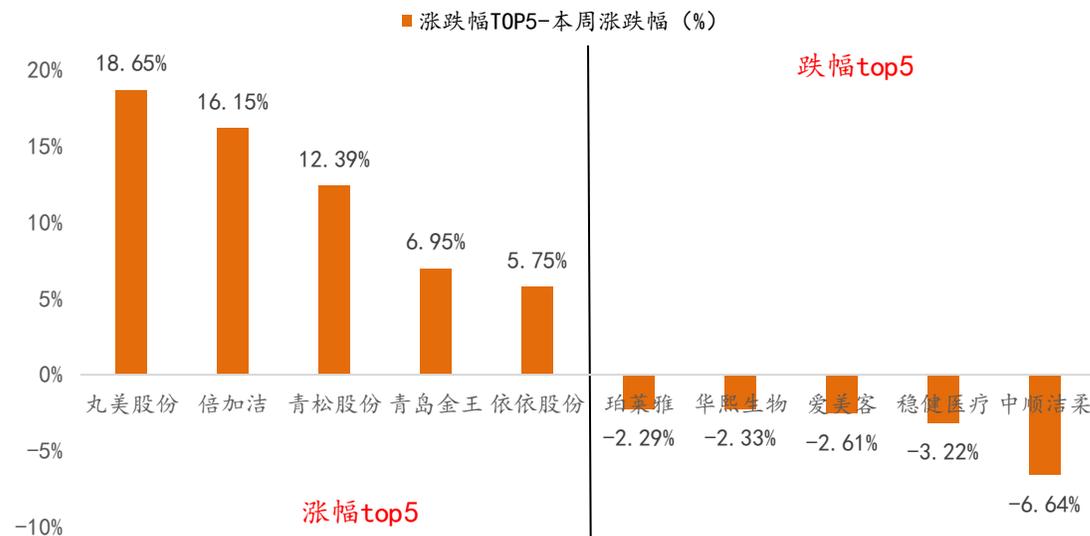
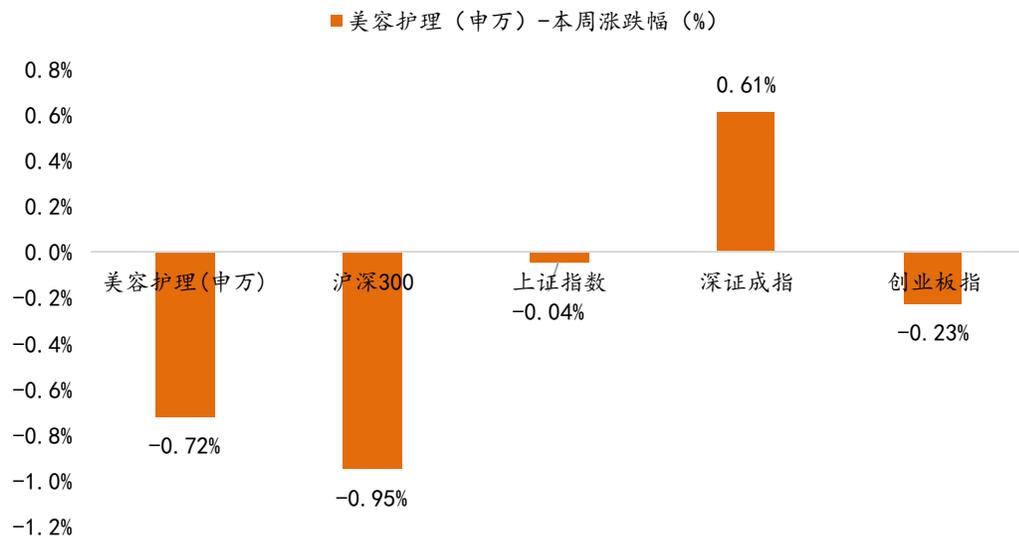
# 社服教育周报-美容护理

## 本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-0.72%。

涨幅TOP5：丸美股份（+18.65%）、倍加洁（+16.15%）、青松股份（+12.39%）、青岛金王（+6.95%）、依依股份（+5.75%）。

跌幅TOP5：中顺洁柔（-6.64%）、稳健医疗（-3.22%）、爱美客（-2.61%）、华熙生物（-2.33%）、珀莱雅（-2.29%）。



# 社服教育周报-美容护理

## 行业重大事件

- 2023年1月美妆榜单：**1) 抖音：美妆品牌TOP5为兰蔻、欧莱雅、花西子、AMIRO、珀莱雅，自播占比分别为55%、66%、71%、42%、83%。2) 天猫：护肤品牌TOP5为兰蔻、雅诗兰黛、珀莱雅、欧莱雅、海蓝之谜。
- 国家药监局发布《重组人源化胶原蛋白》医疗器械行业标准：**规定了重组人源化胶原蛋白的质量控制、技术要求、稳定性、生物学评价等内容。
- 海外美妆集团业绩：**1) 雅诗兰黛：2022年10-12月净销售额同比下滑17%至311亿元，净收益同比下滑64%至26亿元。其中护肤同比下滑25%，彩妆同比下滑9%。亚洲/太平洋地区净销售额为106亿元，同比下滑17%。2) 爱茉莉太平洋：2022年总销售额247亿元，同比下滑16%，营业利润15亿元，同比下滑24%，中国区销售额下滑30%。
- IPO动态：**1) 广州环亚：创业板IPO审核状态变更为已问询。2022年1-6月公司营收9.86亿元，净利润1.37亿元。2) 远想生物：拟A股上市，目前上市辅导已进行到第四期。公司成立于2008年，旗下拥有伊肤泉、无敏氏等多个美容品牌。主品牌伊肤泉引入并推动了国内微针行业主导标准的制定，其产品主要通过微针疗法结合细胞再生技术，针对性解决痘痘、色斑、敏感肌等肌肤问题。微针等院线产品的主要销售渠道为医疗美容机构。
- 重要新品：**1) 珀莱雅推出红宝石面膜2.0，宣称添加六胜肽，采用微压轻透膜布，可抗皱淡纹，天猫售价149元/5片。2) 珀莱雅旗下头皮护理品牌off&relax推出头皮轻盈凝露，宣称采用创新三效表活，可深层清洁头皮，天猫售价180元。
- 海南：**1) 第三届消博会将于2023年4月11日至15日在海口市开幕。2) 王府井上线海南免税线上商城，目前入驻品牌共47个，其中香化33个、酒水9个，此外还有苹果、松下、倍轻松等数码家电品牌。3) cdf海口国际免税城多个品牌新开业，包括YSL、江诗丹顿等。

## 重要个股公告

- 中国中免：**1) 彭辉先生因退休原因申请辞去董事长、董事职务，选举李刚先生为董事长。2) 选举陈国强先生为副董事长。3) 2022年总营收544.63亿元，同比下降19.52%；归属于上市公司股东的净利润50.25亿元，同比下降47.95%。

# 社服教育周报-教育人服

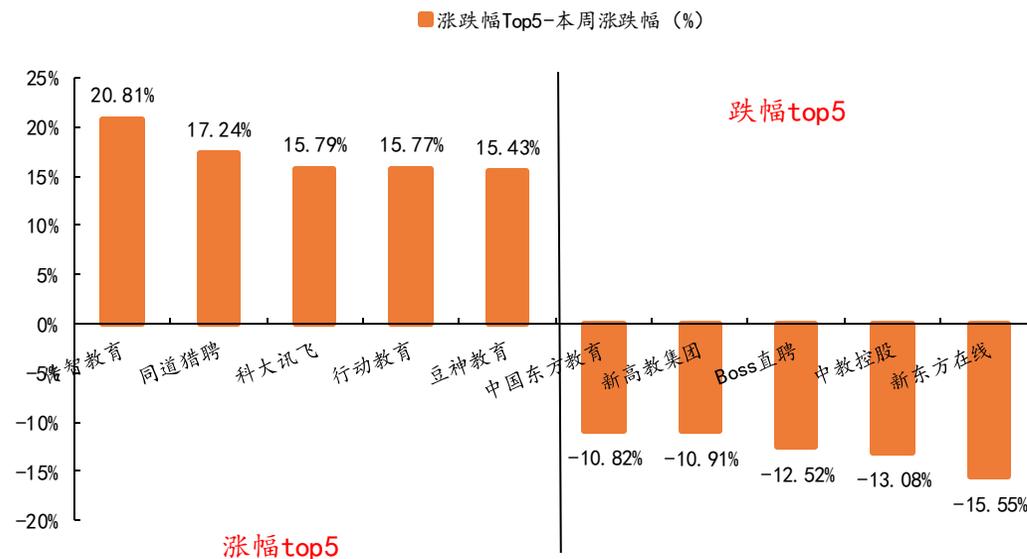
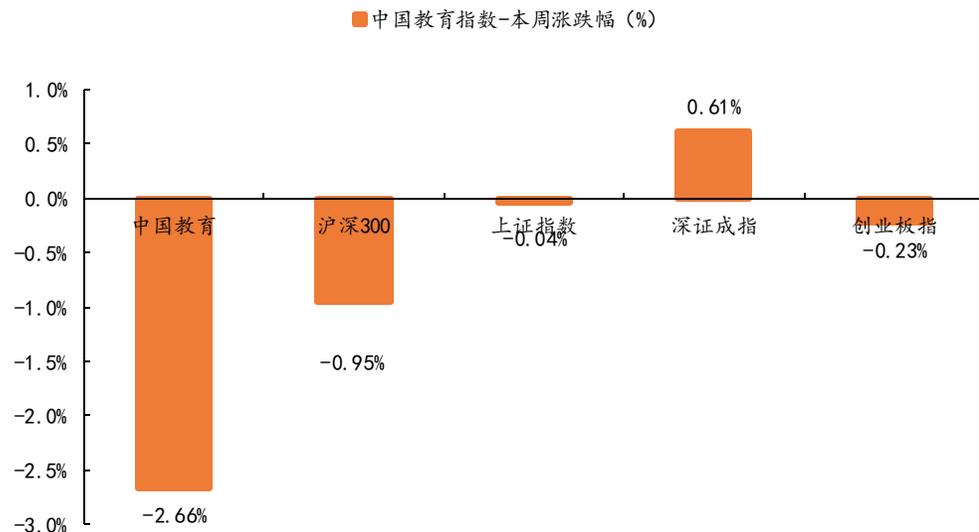
## 本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-2.66%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：传智教育(+20.81%)、同道猎聘(+17.24%)、科大讯飞(+15.79%)、行动教育(+15.77%)、豆神教育(+15.43%)。

跌幅TOP5：新东方在线(-15.55%)、中教控股(-13.08%)、Boss直聘(-12.52%)、新高教集团(-10.91%)、中国东方教育(-10.82%)。



# 社服教育周报-教育人服

## 行业重大事件

**1、新东方最新动态：**1) **新东方在线正式更名为东方甄选：**1月31日，新东方在线发布公告称，已在当天举行的股东特别大会上投票通过了公司名称更改的决议——将公司名称“新东方在线科技控股有限公司”更改为“东方甄选控股有限公司”，英文名称由“Koolearn Technology Holding Limited”更改为“East Buy Holding Limited”。2) **东方甄选首次投资农产品上游企业：**东方甄选宣布投资1752万元，用于东方甄选自营烤肠的工厂(位于河南焦作，占地1.4万平方米)扩建。东方甄选表示，已与东方甄选自营烤肠生产方签订协议，双方拟共同成立合资公司。东方甄选在合资公司持股比例为30%，出资方式为现金出资，资金主要用于生产车间建设、设备采购等。3) **新东方正式发布2023年度“归巢计划”：**新东方面向离职员工，释放超过1500余个岗位，“新东方校友课堂”小程序内还为其提供500余门内部培训课程资源。此外，新东方方面还为离职员工提供诸多权益权限，包括为离职员工提供提前48小时开放最新岗位查看权益、简历优先处理全流程高效应聘体验、首次开通离职材料申请绿色通道、首次开放衣食住行系列福利、首次开放重要活动参与权益等。

**2、学而思将推Xpad智能学习机：**近日，学而思智能推出了新品学而思学习机，某平台官方旗舰店首发价4599元，2月6日首发。商品介绍页面，课程内容全部由原学而思老师讲授、录制老师中95%为原学而思S级老师，“S级老师”指在学而思内部通过六步标准化体系考核、各学段学科综合排名前10%的教师。

**3、粉笔注册“粉笔甄选”等商标：**北京粉笔蓝天科技有限公司申请注册“粉笔甄选”“粉笔精选”“粉笔好物”“粉笔龙哥”“粉笔小龙”“粉笔龙龙”等商标，国际分类涉及社会服务、通讯服务、科学仪器、广告销售等，当前商标状态均为注册申请中。

**4、教育部留学服务中心发布了《关于调整疫情期间对跨境远程文凭证书特殊认证规则的公告》，**其中表示根据国家有关政策，**跨境远程国(境)外学历学位证书和高等教育文凭暂不在教育部留学服务中心认证范围内。**公告发布后，在2023年春季学期(南半球秋季学期)及以后仍然采用跨境在线方式学习(包括新入学和继续教育的情况)获颁的文凭证书，将不能获得认证。

## 重要个股公告

**1、科大讯飞：**预计2022年实现营收183.14亿元-201.45亿元，较上年同期增长0%-10%；预计净利润为4.67亿元-6.23亿元，同比下降60%-70%。截至2022年底，公司经营活动产生的现金流量净额超5亿元；销售回款正向增长。

**2、中公教育：**预计2022年净亏损9亿元至12亿元，同比减亏62.02%-49.36%；扣非净亏损9.2亿元-12.2亿元。

# 风险提示

## 风险提示：

- ◆ **政策变化风险：**国家及产业等政策变化或将对行业、公司发展及公司股价造成较大影响。
- ◆ **疫情反复风险：**大范围疫情传播，导致防疫政策趋严变化，顾客出行及到店消费受阻。
- ◆ **国内消费持续下行，消费者信心不足：**疫情反复也导致宏观经济不景气，国内消费持续下行，消费者信心受到影响。
- ◆ **突发事件冲击风险：**外部突发事件冲击或将对公司盈利及发展带来较大不确定性。
- ◆ **新品推广不及预期风险：**为培育新增长点，公司往往需要进行新品的研发及资源投入，而新品推广不及预期或将对公司盈利造成不利影响。
- ◆ **中美双方对审计底稿的监管风险：**尽管中美审计监管合作取得积极成效，PCAOB已撤销2021年作出的无法检查或调查中概股会计师事务所的裁定，但审计监管仍在持续进行，检查报告尚未最终确定，风险仍存。

## 股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现20%以上）

推 荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现10%至20%之间）

中 性（预计6个月内，股价表现相对市场表现在±10%之间）

回 避（预计6个月内，股价表现弱于市场表现10%以上）

## 行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于市场表现5%以上）

中 性（预计6个月内，行业指数表现相对市场表现在±5%之间）

弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于市场表现5%以上）

## 公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

## 免责声明：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2023版权所有。保留一切权利。