

社服教育周报一

38大促美妆品牌分化加剧，继续寻找困境反转标的

2023年03月12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%/-8.49%。涨跌幅较大个股分别为：特海国际（+1.39%）、曲江文旅（+1.39%）、呷哺呷哺（-24.41%）、九毛九（-14.91%）、全聚德（-12.25%）、海昌海洋公园（-10.82%）、众信旅游（-9.27%）。

观点：线下消费逐步回暖关注具备边际变化及业绩兑现个股，推荐以下主线：1) 持续建议关注消费最强赛道咖啡，精选瑞幸咖啡；2) 机场口岸的信息化板块，建议关注盛视科技；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，如怪兽充电等。

美容护理

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-5.49%。跌幅较大个股分别为：贝泰妮（-12.70%）、华熙生物（-9.24%）、水羊股份（-7.78%）、爱美客（-7.74%）、上海家化（-6.70%），上涨个股仅青松股份（+0.55%）、洁雅股份（+0.42%）。

观点：1) 38大促整体表现略弱，天猫大盘双位数下滑，抖音保持较好增长，品牌端表现分化较大，珀莱雅增速亮眼、可复美线上红利持续。2) 头部上市公司凭借较强的综合能力和抗风险能力，过去两年竞争优势进一步加强，持续看好主品牌升级破圈、多品牌矩阵成型的珀莱雅。3) 持续关注疫后恢复、产品升级、渠道转型等边际改善机会，积极关注护肤板块快速增长的逸仙电商。

教育人服

本周中国教育指数累计涨跌幅-10.23%。涨跌幅较大个股分别为：新东方在线（-19.76%）、Boss直聘（-17.29%）、好未来（-16.07%）、拓维信息（-13.32%）、中公教育（-12.95%）。

观点：《政府工作报告》中关于教育及就业的内容提到：2023年预期目标为城镇新增就业1200万人左右，城镇调查失业率5.5%左右；推进义务教育优质均衡发展和城乡一体化，大力发展职业教育，推进高等教育创新。落实落细就业优先政策，把促进青年特别是高校毕业生就业工作摆在更加突出的位置。职业教育延续政策鼓励基调，建议关注相关板块机会；人服方面，政策持续积极引导，叠加经济复苏传导招聘行业修复，建议积极关注在线招聘平台同道猎聘。

数据来源：wind，平安证券研究所，备注：中国教育指数涵盖A股、港股及中概股

个股观点

个股观点

- ◆ **盛视科技**，本周累计涨跌幅-5.54%。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-1.91%。观点：1) 公司正从流量彩妆到品牌护肤转型，OCF已连续3个季度转正，22Q4实现上市以来首次盈利（经调整净利润）。2) 22Q4护肤收入占比接近50%，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，22年全年增速达到99%。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-14.36%。观点：我们认为瑞幸是国内咖啡行业非常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已经解决，公司产品-价格-渠道-品牌-供应链持续强势，今年有望迎来戴维斯“双击”。公司近况：2022全年营收132.93亿元，同比增长66.9%，Non-GAAP净利润10.48亿元，对应利润率为7.9%，2022全年自营门店经营利润率达26.4%，自营同店实现20.6%的增长。建议积极关注。
- ◆ **美丽田园**，本周累计涨跌幅-1.41%。观点：1) 2023年线下业务显著修复，reopen对公司业务的修复影响极大，从短期数据跟踪来看，1-2月份已经实现双位数的增长；2) 生美&医美均属于高阶消费，上市标的相对有限，公司渠道具有一定的稀缺性；3) 中长期来看，公司也具有显著优势，市占率1%不到，无论是逐步开店还是整合，特别是疫情三年冲击了中小“供给”机构，空间足够大。公司较早引入资本和职业管理人机制，中长期来看在市场整合方面具有显著优势。从生美到医美，逻辑上和实际业务上也证明客户能够实现零成本转化，医美获客成本有优势。建议积极关注。

个股观点

个股观点

- ◆ **同道猎聘**，本周累计涨跌幅-8.27%。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。
- ◆ **怪兽充电**，本周累计涨跌幅0.00% 1) 疫情修复标的，疫情期间单充电宝单季度收入差不多是正常季度的1/2；2) 账面现金是市值的1倍以上，安全垫足够；3) 竞争格局全面改善，怪兽和竹芒第一梯队，CR2超60%，怪兽市占率超过30%；第三是美团，收缩直营改加盟；行业进入“低能耗生存”状态，优势点位基本被先发龙头占据，格局趋于稳定。
- ◆ **携程集团-S**，本周累计涨跌幅-5.53%。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，22Q4国际平台的整体机票预订同比增长超过80%，海外市场的本土酒店预订较2019年同期增长140%。3) 国内出境游强势复苏，22Q4出境酒店预订同比140%，出境机票预订同比200%。国内及出入境旅游市场有望在二三季度迎来高峰，携程海外资源优势深厚，在跨境票务及酒店市场恢复下，强势复苏节奏将开启，维持推荐。
- ◆ **华住集团-S**，本周累计涨跌幅-6.85%。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-7.31%。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-3.16%。观点：1) 预计2022全年归母净利润区间1.68亿-1.92亿，同比增长135.96%-169.67%；预计22Q4归母净利润为0.23亿-0.47亿元，去年同期0.22亿元；2) 22Q4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-19.76%。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-5.69%。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%，并有望维持稳步增长态势；2) 22Q3及此前几个季度，毛利修复显著，22Q3毛利率同比+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年教育信息化带来国内订单修复逻辑可期同时建议关注课后服务业务的拓展。建议积极关注。
- ◆ **锦江酒店**，本周累计涨跌幅-1.94%。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-7.10%。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-7.13%。观点：1) 疫后火锅等线下聚集消费场景有望迎来经营修复；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”。4) “啄木鸟计划”取得成效，公司预期2022年收入不低于346亿元，同比减少不超过15.8%，录得净利润不低于13亿元，对比上年度净亏损约41.61亿元。建议关注。
- ◆ **九毛九**，本周累计涨跌幅-14.91%。观点：1) 餐饮消费逐步复苏，看好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，2023年开店指引120家；3) 其他品牌：九毛九经调整后，门店经营利润率已明显回升，怂火锅发展势头初显，单店模型持续打磨中。4) 公司预期2022年收入约40.06亿元，同比约-4.2%；预期归母净利润不低于0.47亿元，同比约-86.2%。建议关注。
- ◆ **Tims咖啡 (TH International)**，本周累计涨跌幅-24.15%。观点：1) 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。2) 2月8日公司宣布董事会批准同意与炸鸡品牌Popeyes中国进行合并，未来两个品牌或将能在成本管控及品牌发展中实现协同效应。建议积极关注。
- ◆ **科拓生物**，本周累计涨跌幅+3.37%。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

- ◆ **珀莱雅**，本周累计涨跌幅-1.15%。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，2022年双十一登顶国货第一，验证品牌实力，2023年38大促持续放量；2) 大单品策略成效显著，红宝石面霜、源力系列等新品接力增长，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。
- ◆ **贝泰妮**，本周累计涨跌幅-12.70%。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，2022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。
- ◆ **农夫山泉**，本周累计涨跌幅+1.14%。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。
- ◆ **分众传媒**，本周累计涨跌幅-5.95%。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”。

社服教育周报-酒旅餐饮

本周回顾

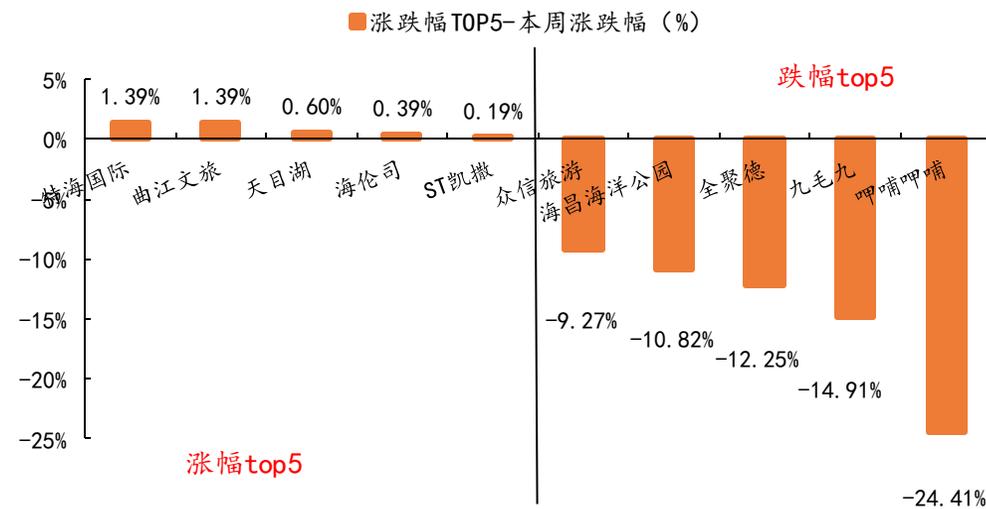
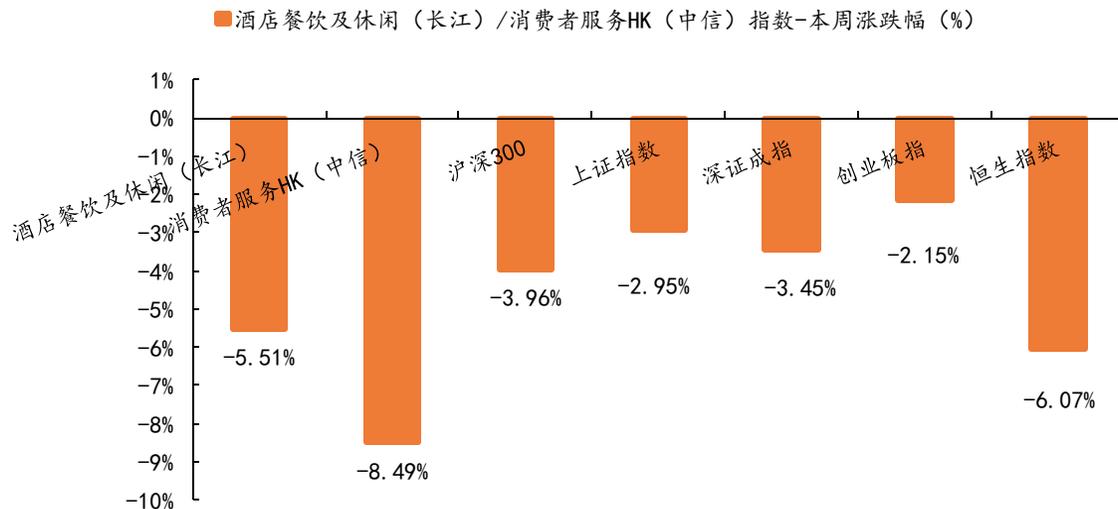


本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK(中信)指数累计涨跌幅-5.51%/-8.49%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：特海国际（+1.39%）、曲江文旅（+1.39%）、天目湖（+0.60%）、海伦司（+0.39%）、ST凯撒（+0.19%）。

跌幅TOP5：呷哺呷哺（-24.41%）、九毛九（-14.91%）、全聚德（-12.25%）、海昌海洋公园（-10.82%）、众信旅游（-9.27%）。



社服教育周报-酒旅餐饮

行业重大事件

- 1、出境团队游试点增至60个：**文旅部宣布自2023年3月15日起，试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家（第二批）出境团队旅游和“机票+酒店”业务，同时公布了40国出境游名单，加上第一批试点恢复出境游和相关业务的20个国家，截至目前恢复出境团队游的国家已达60个。
- 2、中国驻美国大使馆增加发放签证预约号量：**据中国驻美国大使馆微信号3月4日凌晨消息，为更好满足当前形势下签证申请需求，进一步优化服务，使馆自即日起在每个工作日22:00发放预约号量的基础上，于每个工作日10:00和15:00分别增加发放下一个工作日的预约号量，并根据需要延长证件大厅对外办公时间。
- 3、受益于商旅回暖，锦江2月一线城市商旅预定量超疫情前11%：**据锦江酒店(中国区)经营数据，2023年2月北京、广州和深圳等一线城市的商旅预定量环比提升近60%，整体出租率也已超过2019年同期11%；以成都、武汉、合肥、南京为代表的新一线及省会中心城市商旅预订量环比增长近40%。
- 4、餐饮公司动态：**1) 喜茶放开海外加盟，包括日本、新加坡、泰国、越南、马来西亚、美国、加拿大、澳大利亚等海外区域。2) 3月8日，达势股份有限公司（达美乐中国）再次披露通过聆讯后的资料集，并计划在2023年、2024年分别开设约180家新店和约240家新店。2020年至2022年，达美乐中国的营收分别为11.04亿元、16.11亿元和20.21亿元，净亏损分别为2.74亿元、4.71亿元及2.23亿元，经调整净亏损2亿元、1.43亿元及1.14亿元。

重要个股公告

- 1、携程集团：**四季度净收入50亿元，同比+7%，环比-27%。归母净利润21亿元，上年同期亏损8.34亿元，若不计股权报酬及包含在其他收入中的公允价值变动实现归母净利润4.98亿元，上年同期为3.09亿元；经调整EBITDA2.86亿元，对应利润率为6%，上年同期为0.54亿元，对应利润率为1%。2022全年净收入200亿元，同比保持稳定；归母净利润14亿元，上年同期亏损5.5亿元，若不计股权报酬及公允价值变动实现归母净利润13亿元，上年同期为14亿元；经调整EBITDA21.51亿元，对应利润率为11%，上年同期为12.91亿元，对应利润率为6%。
- 2、呷哺呷哺：**预计2022年实现营收47.2亿元，较上年同期减少23.1%。预计实现净亏损3.2亿至3.4亿元，上年同期亏损2.83亿元。

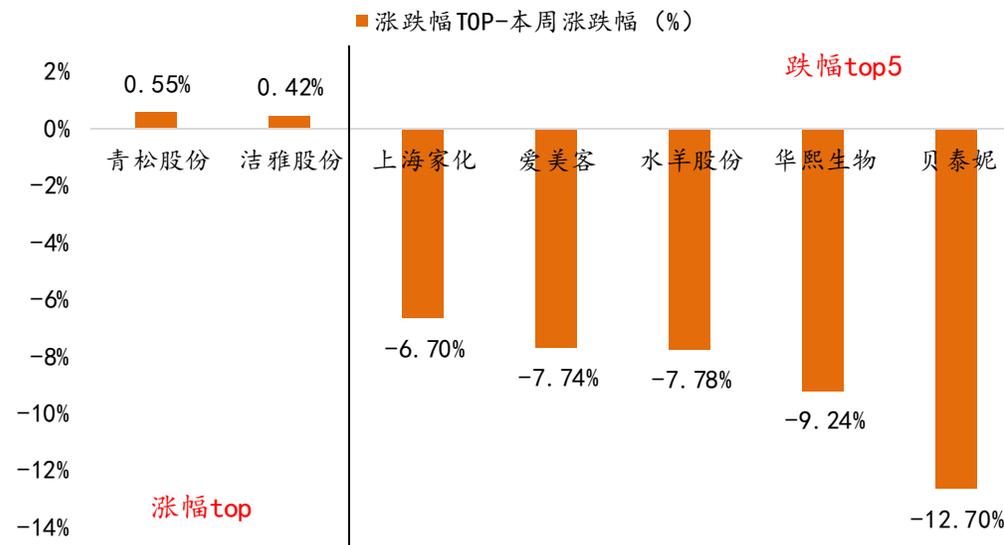
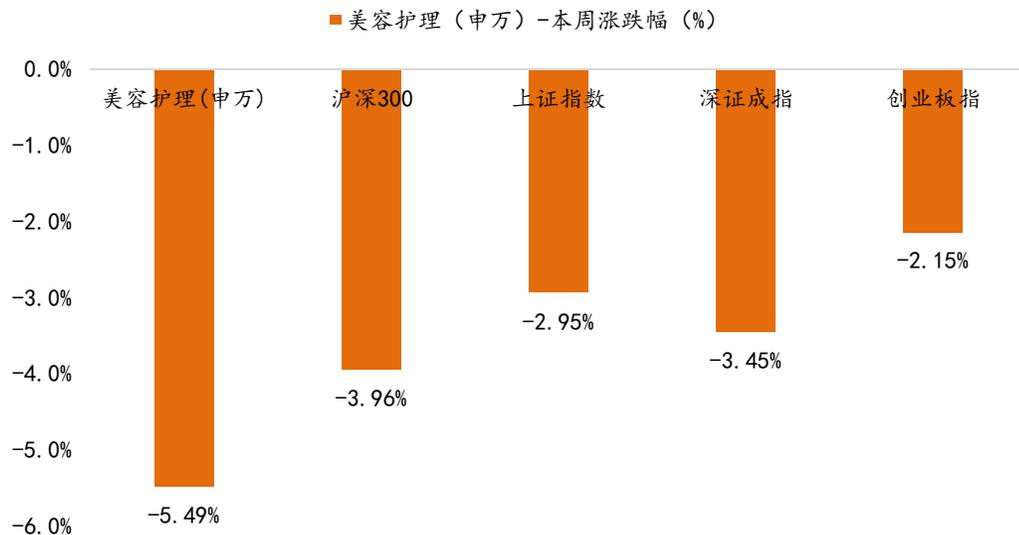
社服教育周报-美容护理

本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-5.49%。

涨幅TOP：青松股份（+0.55%）、洁雅股份（+0.42%）。

跌幅TOP5：贝泰妮（-12.70%）、华熙生物（-9.24%）、水羊股份（-7.78%）、爱美客（-7.74%）、上海家化（-6.70%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

- 1、38大促：**1) 天猫美妆（2月24日-3月8日）GMV同比下降11%，其中高端/大众美妆分别下滑18%/8%，抖音此次大促时间跨度长，预计保持较好增长。2) 天猫38期间护肤TOP3品牌为珀莱雅（yoy+56%）、欧莱雅（yoy+4%）、兰蔻（yoy-23%），抖音38当天护肤TOP3为珀莱雅、雅诗兰黛、欧莱雅，韩束、夸迪、可复美第4、5、8，彩妆TOP3位花西子、朱莉欧、卡姿兰，彩棠第6。
- 2、抖音：**据聚美丽，抖音平台今年或有几大调整，1) 肃清杂牌白牌，将白牌迁移到极速版，极速版对标拼多多；2) 上线子母链，品牌可以和达人共建高权重超级链接，帮助品牌自播间更快冷启动；3) 自播成为品牌标配；4) 上线直通车等货架电商玩法，今年抖音商城目标占比达到50%。
- 3、阿里巴巴：**2022年10-12月，淘宝和天猫的线上实物商品GMV（剔除未支付订单）同比录得中单位数下降。其中，GMV下降主要由于服饰品类需求疲软所致，不过部分被保健品、宠物护理和生鲜产品的加速增长，以及消费电子品类的降幅收窄所抵销。
- 4、逸仙电商：**官宣承静女士为集团首席科学官，承静女士在美妆拥有超过25年的研发经验，以及丰富的从业履历，曾在雅诗兰黛集团工作了17年，2014年起担任集团亚太研发中心研发副总裁。
- 5、重要新品：**玉泽推出新品油敏霜，主打皮肤屏障修护，售价288元。

重要个股公告

- 1、爱美客：**1) 22年营收19.4亿，同增33.9%，归母净利润12.6亿，同增31.9%，扣非净利润12.0亿，同增30.9%；22Q4营收4.5亿，同增5.8%，归母净利润2.7亿，同增9.0%，扣非净利润2.3亿，同增5.03%。2) 发布2023年股权激励草案，拟授予限制性股票总量不超过41.73万股，约占总股本的0.19%，计划授予价格为282.99元/股，面向141名激励对象，包括董事、高级管理人员、中层管理人员及核心技术（业务）人员。业绩考核目标为2023-2025年营收同比增长率不低于45%/40%/35%；扣非归母净利润（剔除股份支付费用影响）同比增长率不低于40%/35%/30%。
- 2、逸仙电商：**22年营收37.06亿元，同降36.54%，净亏损8.15亿元，同比收窄47.08%；22Q4营收10.05亿元，同降34.19%，净亏损0.52亿元，同比收窄88.96%，Non-GAAP净利润0.38亿元，上市以来首次盈利。

数据来源：wind，公司公告，青眼，聚美丽，平安证券研究所

社服教育周报-教育人服

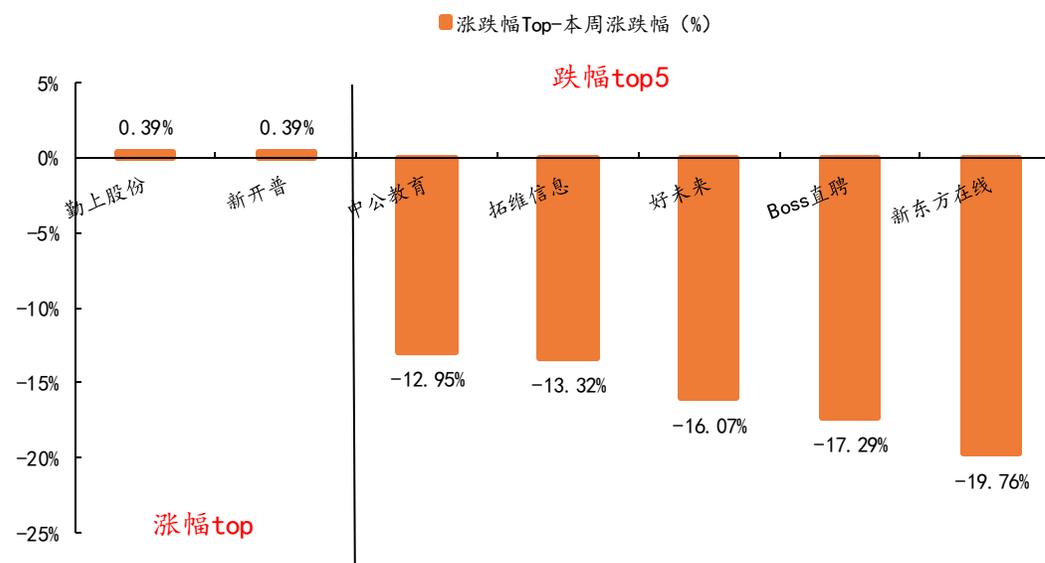
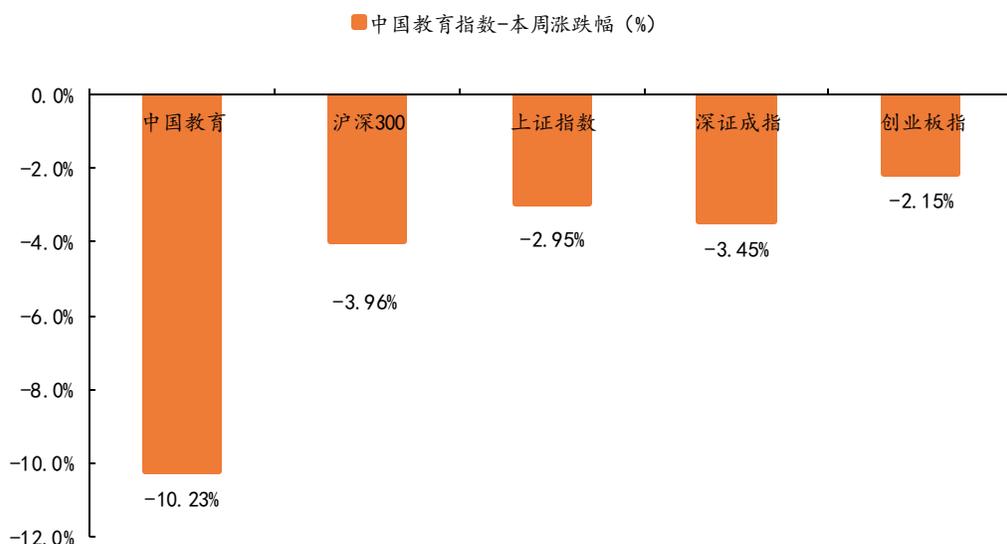
本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-10.23%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP：勤上股份（+0.39%）、新开普（+0.39%）。

跌幅TOP5：新东方在线（-19.76%）、Boss直聘（-17.29%）、好未来（-16.07%）、拓维信息（-13.32%）、中公教育（-12.95%）。



社服教育周报-教育人服

行业重大事件

- 1、2023年考研国家线公布：**3月10日，2023考研国家线公布，与去年的分数线普涨相比，今年除哲学、体育学等上升外，其他专业类下降或保持平稳。如2023年经济学下降14分，法学下降9分，教育学下降1分，历史学下降1分，文学下降4分，理学下降11分，管理学降13分。
- 2、政府工作报告提出大力发展职业教育：**3月5日，第十四届全国人民代表大会第一次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强作政府工作报告。谈及对今年政府工作的建议，有关教育、就业、养老、生育方面，2023年预期目标为城镇新增就业1200万人左右，城镇调查失业率5.5%左右；推进义务教育优质均衡发展和城乡一体化，大力发展职业教育，推进高等教育创新。落实落细就业优先政策，把促进青年特别是高校毕业生就业工作摆在更加突出的位置，切实保障好基本民生。
- 3、猎聘×360智慧商业元宇宙招聘季上线：**360智慧商业联合猎聘重磅打造的「2023职场“元”梦记」——360N世界元宇宙招聘季正式上线。在360N世界元宇宙招聘季，求职者可以选择自己喜欢的虚拟形象线上逛展，通过展馆资讯、视频内容，掌握行业发展趋势及热门职位。求职者还可以在线完成职位浏览、简历投递，实时与职场专家及求职者交流，互换求职心得。此外，场馆还设置了职业教育专区，语言、财会、税务、互联网运营等海量实用课程帮助求职者全方位提升专业技能，助力求职加速度。
- 4、河南：启动建设中小学智慧教育平台。**近日，河南省教育厅办公室发布了《2023年教育信息化和网络安全工作要点》的通知，其中提到要夯实基础教育数字化转型根基，启动建设中小学智慧教育平台；加快职业教育和高等教育数字化转型，推动教师利用微课、慕课等多种在线开放课程资源创新课堂教学。持续推进虚拟仿真实验教学体系建设，提升实验教学的信息化、智能化和现代化水平。
- 5、北京将建80个左右高校产学研协同育人平台：**近日，北京市教委发布了关于《开展北京本科高校产学研深度协同育人平台建设工作》的通知，其中提到将在高校中遴选80个左右形式多样的产学研深度协同育人平台。通知表示，通过产学研深度协同育人平台建设，推动高校主动对接科技发展和产业需求，吸引科研机构、行业企业深度参与人才培养，促进教育链与科技链、产业链、创新链的有效衔接，为经济社会高质量发展提供人才和智力支撑。
- 6、科大讯飞：智能硬件翻译机等在日韩市场预计2023年销量30万台。**科大讯飞在接受机构调研时表示，智能硬件翻译机、录音笔在日韩市场初具规模，2022年销量5万台，2023年预计销量30万台。科大讯飞介绍称，讯飞人工智能开放平台已拓展客户17家，调用量6000w，覆盖日韩、中东、新加坡等国。

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：**如果出现第二轮疫情传播，顾客出行及到店消费将受阻。
- ◆ **消费者信心不足，消费复苏不及预期：**尽管疫情已经放开，消费逐步回暖，若消费者信心不足，消费复苏或将不及预期。
- ◆ **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。

免责条款：

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。