

社服教育周报一

出入境政策再度放宽，1-2月化妆品社零大盘重回正增长

2023年03月19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-0.48%/+2.24%。涨跌幅较大个股分别为：曲江文旅（+11.30%）、百胜中国（+9.16%）、携程集团-S（+6.86%）、大家乐集团（-9.51%）、君亭酒店（-8.85%）、呷哺呷哺（-6.93%）、三特索道（-6.83%）、特海国际（-6.64%）。

观点：外国人来华签证及入境政策逐步放开，出入境旅游市场加速修复；在线下消费逐步回暖的背景下，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-2.12%。跌幅较大个股分别为：百亚股份（-6.57%）、青松股份（-5.30%）、锦盛新材（-4.96%）、嘉亨家化（-4.05%）、可靠股份（-3.90%），上涨个股仅力合科创（+2.40%）、水羊股份（+1.90%）、奥园美谷（+1.76%）。

观点：1) 2023年1-2月化妆品社零大盘重回正增长，恢复渐进，品牌上新频率加快，有望刺激消费。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、彩妆逐步筑底的逸仙电商。

教育人服

本周中国教育指数累计涨跌幅-3.87%。涨跌幅较大个股分别为：视源股份（+11.21%）、科大讯飞（+9.76%）、好未来（-17.84%）、高途集团（-16.05%）、中教控股（-11.19%）、新东方-S（-9.27%）、网龙（-6.68%）。

观点：1) 教育方面，建议关注两条主线，一是类基建的教育细分行业，如教育信息化；二是持续关注转型中的传统教培巨头。2) 人服方面，2月全国城镇调查失业率为5.6%，比上月上升0.1个百分点。我们仍坚持看好今年招聘行业的复苏，建议积极关注在线招聘平台同道猎聘。

个股观点

个股观点

- ◆ **盛视科技**，本周累计涨跌幅+1.50%。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0.00%。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+3.86%。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-3.03%。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-3.53%。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-10.45%。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+6.86%。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+3.74%。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+1.96%。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。
- ◆ **东方甄选**，本周累计涨跌幅-0.14%。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-0.15%。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-6.05%。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-1.81%。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-2.33%。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+1.03%。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+0.26%。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-7.36%。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

- ◆ **珀莱雅**，本周累计涨跌幅-1.47%。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11国货第一，2023年38大促持续放量，超越国际品牌登顶天猫美妆第一；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-2.19%。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+0.45%。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+4.75%。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

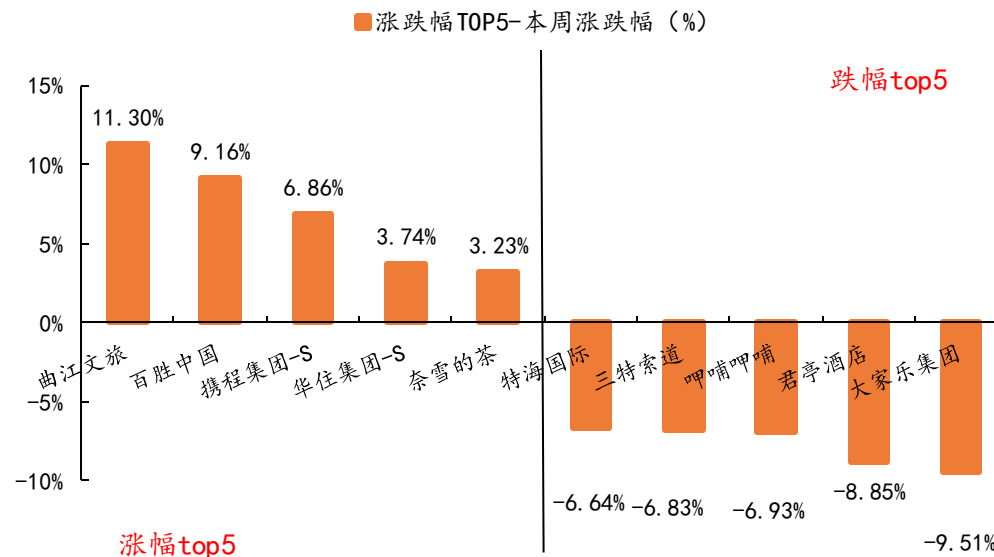
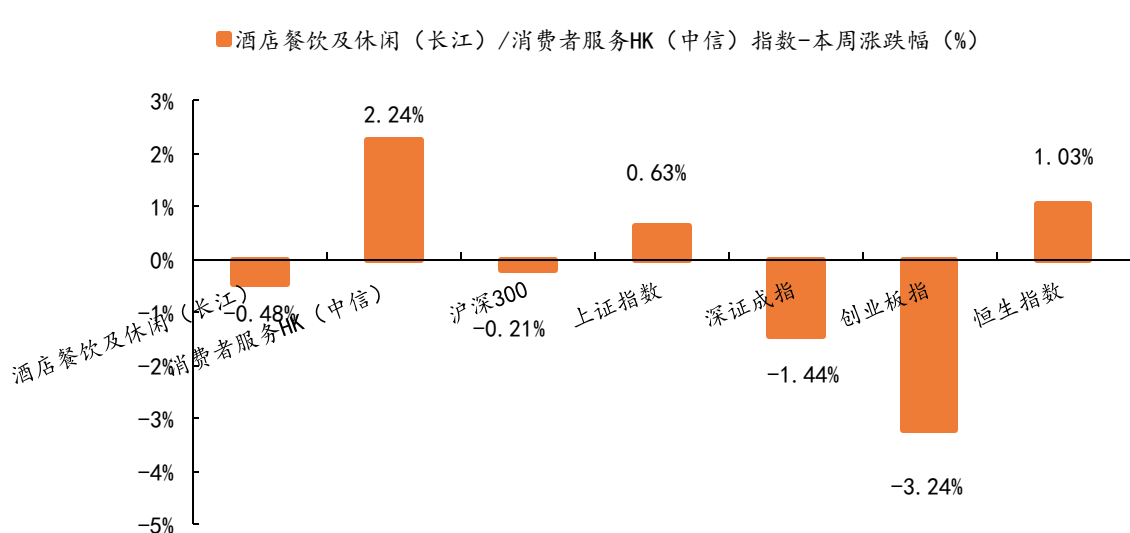


本周酒店餐饮及休闲（长江）/消费者服务HK（中信）指数累计涨跌幅-0.48%/+2.24%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：曲江文旅（+11.30%）、百胜中国（+9.16%）、携程集团-S（+6.86%）、华住集团-S（+3.74%）、奈雪的茶（+3.23%）。

跌幅TOP5：大家乐集团（-9.51%）、君亭酒店（-8.85%）、呷哺呷哺（-6.93%）、三特索道（-6.83%）、特海国际（-6.64%）。



社服教育周报-酒旅餐饮

行业重大事件

- 1、外国人来华签证及入境政策逐步放开：**自北京时间2023年3月15日零时起，1) 恢复2020年3月28日前签发且仍在有效期内的外国人签证入境功能；2) 驻外签证机关恢复审发外国人各类赴华签证；3) 口岸签证机关恢复审发符合法定事由的各类口岸签证；4) 恢复海南入境免签、上海邮轮免签、港澳地区外国人组团入境广东免签、东盟旅游团入境广西桂林免签政策。
- 2、中越跨境游恢复通关：**3月15日，广西凭祥友谊关口岸正式恢复团队跨境旅游通关业务。
- 3、今年港澳旅游市场预计复苏显著：**据亚洲旅游交流中心预测，内地赴港澳旅游人次今年上半年将恢复至疫情前约40%至50%，全年旅游人次可望恢复至疫情前的60%至80%。港澳赴内地旅游市场也将快速复苏，预计上半年旅游人次将恢复至疫情前的60%至80%，全年旅游人次恢复至疫情前的80%至90%。
- 4、文旅部3月20日起恢复对涉外营业性演出的受理和审批：**近日，文化和旅游部印发“关于优化涉外营业性演出管理政策的通知”，根据国务院联防联控机制有关工作要求，决定自2023年3月20日起，各地文化和旅游行政部门恢复对涉外营业性演出的受理和审批。
- 5、餐饮社零数据：**2023年1-2月，餐饮社零收入8429亿元，同比+9.2%；限额以上企业餐饮收入2002亿元，同比+10.2%。
- 6、华住会员忠诚度计划华住会（H Rewards）升级：**计划将国内的会员模式拓展至海外子公司德意志酒店集团。此次升级打通国内和海外的酒店，使超过2亿名会员将能够通过统一的平台预订，并享受例如预订海外酒店可以由工作人员中文服务等个性化服务。
- 7、飞猪平台五一预订热度高：**据飞猪，截至目前“五一”的国内外酒店预订量远超疫情前同期。在线办理签证的需求也在持续走高，近一周，飞猪签证搜索量同比增长886%，签证办理量同比增长680%。
- 8、咖啡以高增速成为2022年休闲食品行业最大趋势品类：**据京东超市3月15日发布的数据，咖啡以高增速成为2022年休闲食品行业最大趋势品类。2022年咖啡液以超过300%的增幅，领先咖啡各品类。其中，咖啡液、速溶黑咖啡、咖啡豆等三个细分品类，增速出现明显提升，成为增速三强。

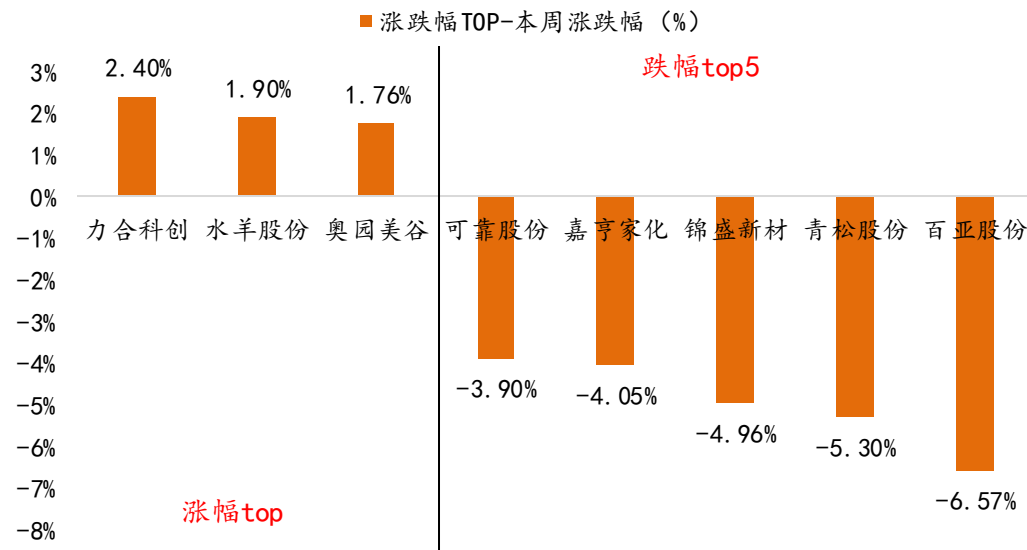
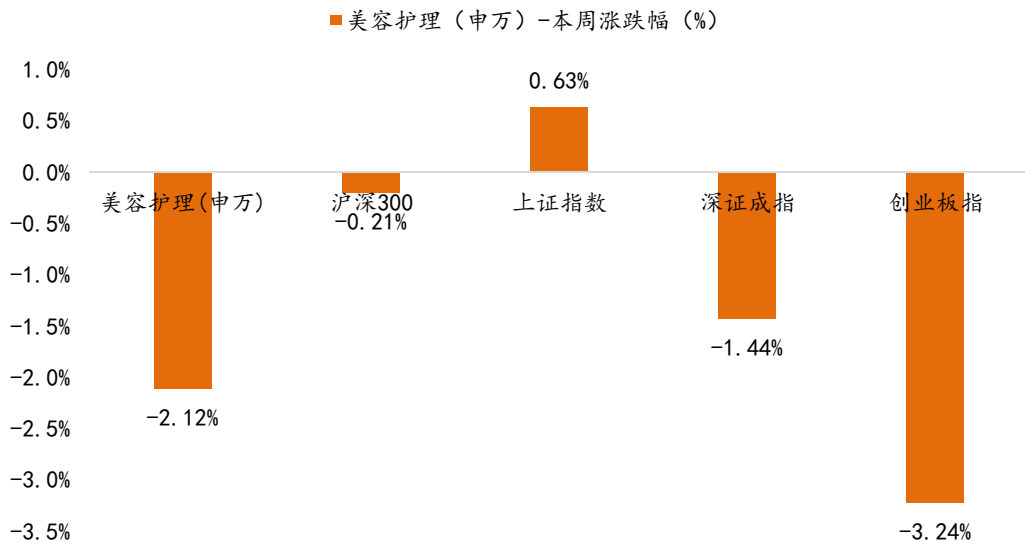
社服教育周报-美容护理

本周回顾

本周美容护理（申万）指数累计涨跌幅-2.12%。

涨幅TOP：力合科创（+2.40%）、水羊股份（+1.90%）、奥园美谷（+1.76%）。

跌幅TOP5：百亚股份（-6.57%）、青松股份（-5.30%）、锦盛新材（-4.96%）、嘉亨家化（-4.05%）、可靠股份（-3.90%）。



社服教育周报-美容护理

行业重大事件

- 1、社零数据：**1-2月份，社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%。化妆品零售方面，1-2月化妆品零售额为656亿元，同比增长3.8%，跑赢大盘，且开始由降转增，自去年8月以来首次正增长。
- 2、央视315曝光“打脸”美容针：**根据央视网的调查视频，在2022年7月武汉举办的展会上，多家生产美容医疗器械的厂家和化妆品公司展出用于注射的妆字号产品，并现场为顾客进行注射，且无执业医师资格。
- 3、屈臣氏中国：**2022年屈臣氏中国区营收175.79亿港元（约合154.69亿元人民币），同比下降23%，疫情影响下出现大量关店。中国地区门店数由2021年的4179家减少至2022年的3836家，关店数达343家。
- 4、巨子生物、上美股份入通：**沪港通下港股通股票名单发生调整，其中巨子生物、上美股份获调入，并自2023年3月13日起生效。
- 5、贝泰妮新中央工厂在昆明投产：**项目于2020年7月开工建设，2022年12月完成竣工验收。新中央工厂建设项目占地面积80亩，总建筑面积5.9万平米，投资近5亿元，集化妆品及医疗器械生产于一体，年产值达50亿元，新工厂同时配套建设现代化、产业化的技术研发平台。
- 6、重要新品：**完美日记推出全新波光名片唇釉，添加高保湿绿茶精粹成分，定价79元。

重要个股公告

- 1、珀莱雅：**2023年1-2月实现营收7.9亿元左右，同比增长25%左右，归母净利润0.8亿元左右，同比增长33%左右。2023年3月三八节活动期间，公司各品牌销售额取得较快增长，主品牌珀莱雅成交金额天猫美妆排名第一。
- 2、上海家化：**2022年营收/归母/扣非归母71.06/4.72/5.41亿元，同降7.06%/27.29%/20.01%；22Q4营收/归母增速分别为-3.49%/-30.58%。
- 3、锦波生物：**2022年营收/归母/扣非归母3.90/1.09/1.02亿元，同增67.16%/90.24%/108.26%；22Q4营收/归母增速分别为61.78%/81.49%。
- 4、中国中免：**将以非公开协议方式出资12.28亿元参与中出服的增资，交易完成后将持有后者49%的股权，不纳入合并报表范围。
- 5、海南机场：**2023年2月三亚凤凰机场国内航线旅客吞吐量204.54万人次，同比增长11.77%，1-2月累计419.23万人次，同比增长18.03%。

社服教育周报-教育人服

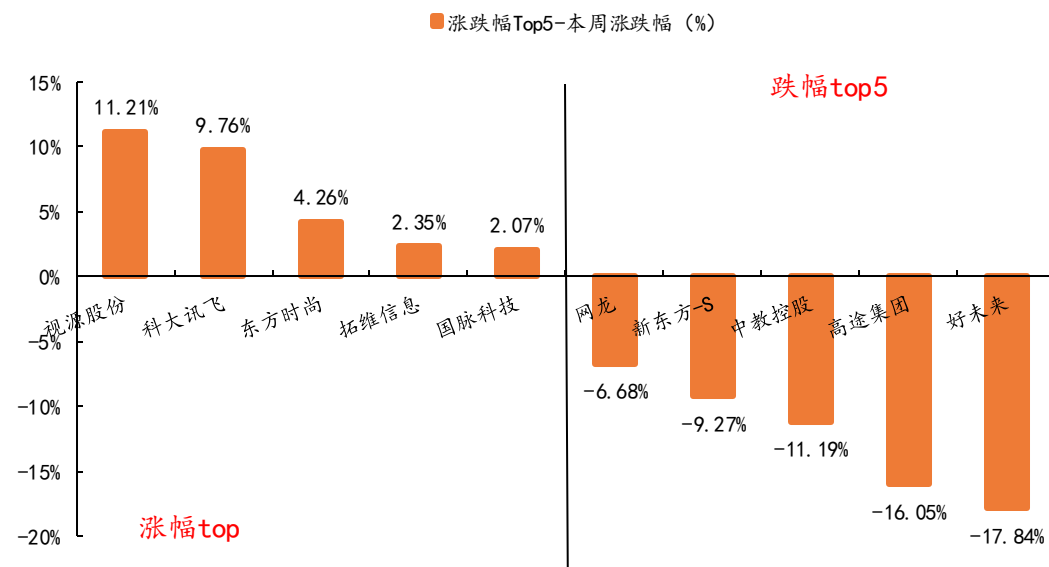
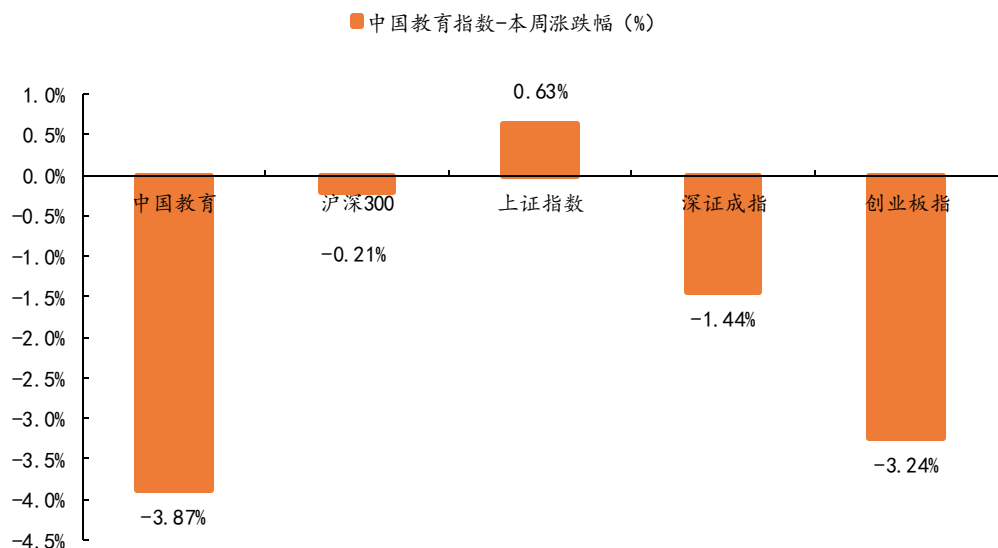
本周回顾

本周中国教育指数累计涨跌幅-3.87%。

指数成分及关注个股中：

涨幅TOP5：视源股份(+11.21%)、科大讯飞(+9.76%)、东方时尚(+4.26%)、拓维信息(+2.35%)、国脉科技(+2.07%)。

跌幅TOP5：好未来(-17.84%)、高途集团(-16.05%)、中教控股(-11.19%)、新东方-S(-9.27%)、网龙(-6.68%)。



社服教育周报-教育人服



行业重大事件

- 1、1-2月份，全国城镇调查失业率平均值为5.6%。2月，全国城镇调查失业率为5.6%，比上月上升0.1个百分点。其中，16-24岁、25-29岁劳动调查失业率分别为18.1%、4.8%。本地户籍劳动力调查失业率为5.4%；外来户籍劳动力调查失业率为5.9%，其中外来农业户籍劳动力调查失业率为6.0%。
- 2、中共中央、国务院印发了《党和国家机构改革方案》，其中指出将科学技术部的负责引进国外智力工作职责划入人力资源和社会保障部，在人力资源和社会保障部加挂国家外国专家局牌子。
- 3、据2023浙江数字教育大会消息，人工智能将成为浙江中小学基础性课程和必修课程，中小学科学、数学等学科，都将大篇幅融入人工智能教学内容。目前，信息技术已成为浙江省一门高考学科，中小学引入人工智能课程。
- 4、罗科仕拟纳斯达克IPO上市。近日，来自北京的人力资本管理服务提供商罗科仕科技(北京)股份有限公司的实质控股股东Lucas GC Limited在美国证监会(SEC)公开披露招股书，股票代码 LGCL，拟在美国纳斯达克IPO上市。
- 5、2024年起北京市6个艺术类专业实施统一专业考试：北京教育考试院发布了《北京市关于进一步加强和改进普通高等学校艺术类专业考试招生工作的通知》，其中明确北京市2024年将全面实施音乐、舞蹈、表(导)演、播音与主持、美术与设计、书法等6个艺术类专业全市统一专业考试。
- 6、国家卫生健康委人口家庭司发布关于《家庭托育点管理办法(试行)(征求意见稿)》，其中明确家庭托育点是指利用住宅，为3岁以下婴幼儿提供全日托、半日托、计时托、临时托等托育服务的场所，且收托人数不应超过5人。

重要个股公告



- 1、外服控股：为满足公司全资子公司上海外服业务发展和客户服务的需要，改善办公环境和条件，提升品牌形象，上海外服拟向中民外滩购买绿地外滩中心T3办公楼的6层、7层、9层、10层和12层(建筑面积13870.2平方米)及产权车位45个。交易标的的交易总价约13.43亿元，其中办公楼交易价格约13.07亿元，产权车位交易价格约3598.94万元。购置办公楼及车位的全部费用由上海外服自有资金承担。此次购置办公楼及车位为上海外服自持自用。

资料来源：wind，多知网，芥末堆，鲸媒体，人社部，平安证券研究所

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。