

消费者服务

行业周报

春节出游预订升温，冰雪游热度延续

投资要点

◆ **2023年12月社零同比增长7.4%，低于市场一致预期，餐饮消费表现较好：**2023年1-12月，国内实现社会消费品零售总额47.15万亿元/+7.2%，其中，除汽车以外的消费品零售总额同比增长7.3%。2023年12月国内实现社零总额4.36万亿元/+7.4%，增速环比下降2.7pct，两年复合CAGR为+2.7%，环比增长1pct，表现低于市场一致预期。分消费类型看，服务消费当月增速表现优于商品零售消费。12月份，餐饮收入、商品零售同比增速分别为30%、4.8%，增速环比+4.2pct、-3.2pct，两年复合CAGR分别为+5.7%、+2.3%。2023年1-12月，餐饮收入、商品零售同比增速分别为20.4%、5.8%。

◆ **2024年春节出行预定大幅增长，冰雪游、避寒游热度较高：**OTA平台反馈数据显示，春节假期国内游、出境游、入境游订单均大幅增长。根据携程《2024春节旅游市场预测报告》数据统计，春节假期旅游订单同比增长超7倍。根据飞猪数据统计，截至1月16日，春节假期国内游预订量同比大幅增长，假期旅游搜索热度已全面超越2019年同期。从搜索热度来看，同程旅行平台上2月8日至2月17日之间出发的机票搜索热度同比上涨近2倍，其中国际机票搜索热度同比增长近7倍，超过2019年同期水平。出游方面，“北上滑雪”和“南下避寒”贯穿春节假期。

◆ **春节假期出境游有望加速修复：**伴随国际航空运力、签证等限制得到改善，出境游预计持续得到改善。根据同程旅行数据，2024年春节出境游机票在同城旅行平台的搜索量跟团游产品咨询量均超过2019年同期水平。根据飞猪数据统计，截至目前出境游预订量同比增长超15倍，预定节奏较去年提前半个多月，已接近2019年水平。出境游热门目的地包括日本、泰国、中国香港、韩国、马来西亚、澳大利亚、新加坡、中国澳门、越南、美国等。

◆ **投资建议：**人服板块：伴随宏观经济回暖及用工需求的恢复，叠加灵活用工渗透率提升，人服板块有望持续受益，建议关注**科锐国际、北京人力**。出境游板块：免签以及出境政策持续优化以及第三次放开的出境跟团游国家和地区再次扩容，叠加国际航班运力进一步恢复，出境跟团游相关旅行社及平台有望率先受益，建议关注**众信旅游、同程旅行、携程集团、复星旅游文化**。黄金珠宝板块：基于悦己性、礼品性需求的持续提升，以及消费人群年轻化趋势，同时头部企业持续扩店，有望实现持续增长，建议关注**周大生、老凤祥、菜百股份**。免税板块：海南旅游旺季来临，客流进一步提升有望带动离岛免税市场，建议关注离岛免税经营面积再扩的**中国中免**。出行链板块：景区板块，今年春节假期迎来史上最长的9天，有望提振国内长途旅游市场，建议关注冰雪旅游相关标的**长白山**；酒店板块，短期来看，2024年春节假日延长，因私出行需求有望持续释放，叠加伴随宏观经济回暖，商务需求有望改善，中长期来看，酒店行业连锁化率进程加速，建议关注**锦江酒店、首旅酒店、君亭酒店**。

◆ **风险提示：**疫情反复风险、居民消费意愿下滑风险、宏观经济增长不及预期等。

投资评级

领先大市-B维持

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	3.88	6.81	-20.63
绝对收益	3.04	-0.05	-42.44

分析师

吴东炬

 SAC 执业证书编号：S0910523070002
 wudongju@huajinsec.com.cn

相关报告



内容目录

一、本周行业观点	3
二、12月社零同比增长7.4%，春节出游预订升温	3
(一) 12月社零同比增长7.4%，低于市场一致预期	3
(二) 春节假期冰雪游、避寒游全面升温，出境游加速修复	6
三、市场表现	8
四、行业动态及重要公告	10
(一) 行业要闻	10
(二) 上市公司重要公告	12
五、风险提示	13

图表目录

图 1：社会消费品零售总额同比增速（%）	4
图 2：限额以上商品零售额同比增速（%）	4
图 3：商品零售同比增速（%）	4
图 4：餐饮收入同比增速（%）	4
图 5：实物商品线上零售额当月同比增速	5
图 6：实物商品线下零售额当月同比增速	5
图 7：“北上看雪”和“南下避寒”贯穿春节假期	7
图 8：国内游预订量较去年同期大幅增长	7
图 9：春节假期亲子出游占比为 47%	7
图 10：阖家旅行占比高	7
图 11：24 年春节出境游热门目的地	8
图 12：出境游预订量较去年同期增长超 15 倍	8
图 13：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	9
图 14：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	9
图 15：本周社会服务子板块涨跌幅（%）	9
图 16：年初至今社会服务子板块涨跌幅（%）	9
表 1：限额以上单位商品零售分品类	6
表 2：本周社会服务板块涨幅前 5 的公司	10
表 3：本周社会服务板块跌幅前 5 的公司	10

一、本周行业观点

- 1) **人力资源服务板块**：伴随宏观经济回暖及用工需求的恢复，叠加灵活用工渗透率提升，人服板块有望持续受益。我们看好未来灵活用工渗透率的提升以及龙头企业的壁垒优势及数字化转型持续赋能，建议关注**科锐国际、北京人力**。
- 2) **出境游**：免签以及出境政策持续优化，第三次放开的出境跟团游国家和地区名单数量远超前两批，随着出境游目的地的增加以及相关产品的持续丰富，叠加出入境航班的进一步修复，出境游相关标的有望持续受益。同时，根据飞猪数据统计，截至1月16日，受益于春节9天假期，出境游预订量同比增长超15倍，且出境游距离大幅拉长，建议关注**众信旅游、同程旅行、携程集团、复星旅游文化**。
- 3) **黄金珠宝板块**：2023年前三季度黄金产销实现双增长。短期来看，黄金类饰品有望凭借金融、悦己属性，叠加下半年为婚庆旺季，需求有望持续释放。中长期来看，基于悦己性、礼品性需求的渗透率提升，以及消费人群呈现年轻化趋势，同时头部企业持续拓店，有望实现持续增长，建议关注**周大生、老凤祥、菜百股份**。
- 4) **免税板块**：海南旅游旺季来临，客流有望进一步提升，有望带动离岛免税市场，建议关注离岛免税经营面积再扩的**中国中免**。
- 5) **出行链板块**：考虑到8天春节法定假期叠加不少单位除夕放假，今年春节假期迎来史上最长的9天，有望提振国内长途游、出境游市场。根据飞猪数据统计，截至1月16日，春节假期国内游预订量同比大幅增长。冰雪游热度有望从元旦延续至春节假期。分板块看，景区板块，建议关注冰雪旅游相关标的**长白山**；酒店板块，短期来看，2024年节假日延长，因私出行需求有望持续释放，叠加伴随宏观经济回暖以及入境旅游加速修复，商务需求有望持续改善，中长期来看，酒店行业连锁化率进程加速，建议关注**锦江酒店、首旅酒店、君亭酒店**。

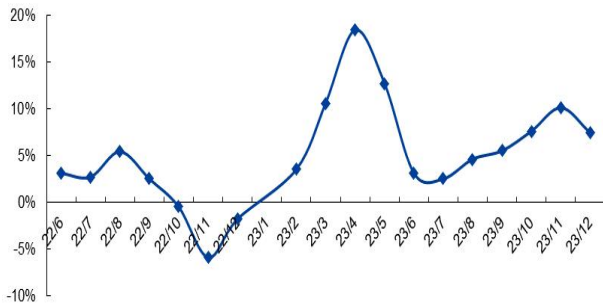
二、12月社零同比增长7.4%，春节出游预订升温

（一）12月社零同比增长7.4%，低于市场一致预期

事件：2024年1月17日，国家统计局发布2023年1-12月社零数据。

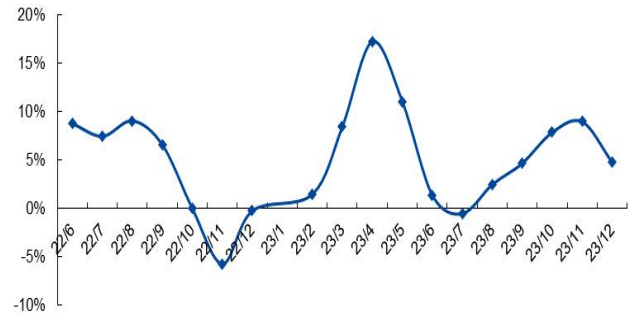
2023年12月社零同比增长7.4%，低于市场一致预期，餐饮消费表现较好：2023年1-12月，国内实现社会消费品零售总额47.15万亿元/+7.2%，其中，除汽车以外的消费品零售总额同比增长7.3%。2023年12月国内实现社零总额4.36万亿元/+7.4%，增速环比下降2.7pct，两年复合CAGR为+2.7%，环比增长1pct，表现低于市场一致预期（根据Wind，12月社零当月同比增速预测平均值为+8.19%）。分消费类型看，服务消费当月增速表现优于商品零售消费。12月份，餐饮收入、商品零售同比增速分别为30%、4.8%，增速环比+4.2pct、-3.2pct，两年复合CAGR分别为+5.7%、+2.3%。2023年1-12月，餐饮收入、商品零售同比增速分别为20.4%、5.8%。

图 1：社会消费品零售总额同比增速（%）



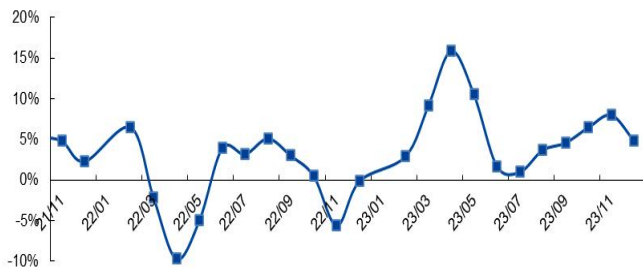
资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 2：限额以上商品零售额同比增速（%）



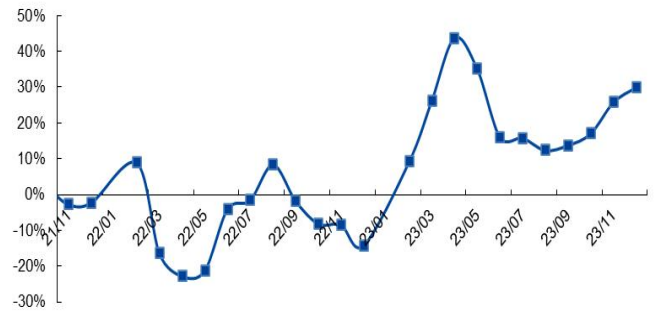
资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 3：商品零售同比增速（%）



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

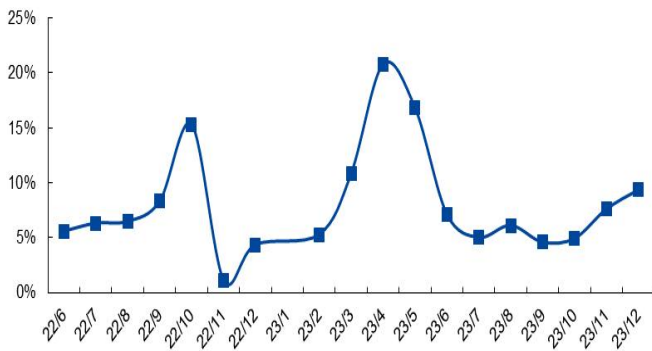
图 4：餐饮收入同比增速（%）



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

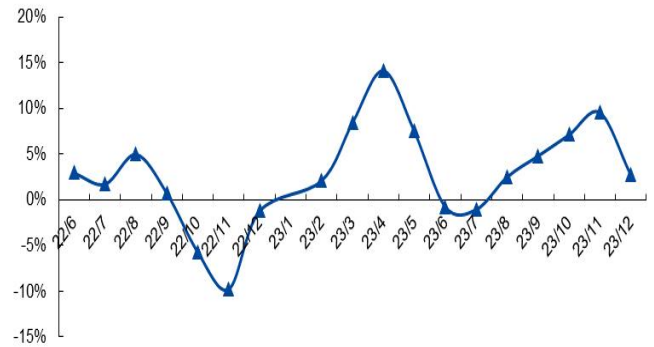
分渠道看，线上渠道表现较好，线下渠道单月增速环比走弱：线上方面，2023 年 1-12 月，实物商品网上零售额为 13.02 万亿元/+8.4%，实物商品网上零售额占社零比重为 27.6%，其中，吃类、穿类和用类商品分别增长 11.2%、10.8%，7.1%。单 12 月看，实物商品网上零售额实现 1.25 万亿元/+8%，占社零比重为 28.6%，两年复合 CAGR 为 11.7%，环比增长 5.7pct。线下方面，2023 年 1-12 月，实物商品线下零售额（商品零售社零-实物商品网上零售额）约为 28.84 万亿元/+4.45%，其中 12 月实物商品线下零售额约为 2.57 万亿元/+3.37%，增速环比下降 4.59pct，两年复合 CAGR 为-1.5%，环比增长 0.5pct。按零售业态分，2023 年 1-12 月限额以上便利店、专业店、品牌专卖店、百货店零售额同比分别增长 7.5%、4.9%、4.5%、8.8%，超市零售额同比下降 0.4%。

图 5：实物商品线上零售额当月同比增速



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 6：实物商品线下零售额当月同比增速



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

分品类看，12月必选品类中纺织服装表现较好，可选品类中金银珠宝表现相对亮眼：必选消费方面，12月，限上粮油食品类、服装纺织、日用品类同比+5.8%、+26.0%、-5.9%，增速分别环比+1.4pct、+4.0pct、-9.4pct，两年 CAGR 分别为 7.06%、2.94%、-6.15%。2023 年 1-12 月，限上粮油食品类、服装纺织、日用品类同比增长 5.2%、12.9%、2.7%。可选消费方面，12 月，限上化妆品、金银珠宝、体育娱乐用品类、通信器材类同比增长 9.7%、29.4%、16.7%、11.0%，增速分别环比+13.2pct、+18.7pct、+0.7pct、-5.8pct，两年 CAGR 分别为-2.7%、+2.5%、+4.5%、+5.7%。2023 年 1-12 月，限上化妆品、金银珠宝、体育娱乐用品、通信器材类同比分别增长 5.1%、13.3%、11.2%、7.0%。

表 1：限额以上单位商品零售分品类

限额以上品类		月度 yoy								
		2023 年 12 月	2023 年 11 月	2023 年 10 月	2023 年 9 月	2023 年 8 月	2023 年 7 月	2023 年 6 月	2023 年 5 月	2023 年 4 月
限额以上商品零售总额		4.8%	9.0%	7.9%	4.7%	2.5%	-0.5%	1.4%	11.1%	17.3%
餐饮收入		30.0%	25.8%	17.1%	13.8%	12.4%	15.8%	16.1%	35.1%	43.8%
商品零售		4.8%	8.0%	6.5%	4.6%	3.7%	1.0%	1.7%	10.5%	15.9%
剔除汽车以外		7.9%	9.6%	7.2%	5.9%	5.1%	3.0%	3.7%	11.5%	16.5%
必选	粮油、食品类	5.8%	4.4%	4.4%	8.3%	4.5%	5.5%	5.4%	-0.7%	1.0%
	服装纺织	26.0%	22.0%	7.5%	9.9%	4.5%	2.3%	6.9%	17.6%	32.4%
	日用品类	-5.9%	3.5%	4.4%	0.7%	1.5%	-1.0%	-2.2%	9.4%	10.1%
可选	化妆品类	9.7%	-3.5%	1.1%	1.6%	9.7%	-4.1%	4.8%	11.7%	24.3%
	金银珠宝类	29.4%	10.7%	10.4%	7.7%	7.2%	-10.0%	7.8%	24.4%	44.7%
	通讯器材类	11.0%	16.8%	14.6%	0.4%	8.5%	3.0%	6.6%	27.4%	14.6%
	饮料类	7.7%	6.3%	6.2%	8.0%	0.8%	3.1%	3.6%	-0.7%	-3.4%
	烟酒类	8.3%	16.2%	15.4%	23.1%	4.3%	7.2%	9.6%	8.6%	14.9%
地产相关	家用电器和音像器材类	-0.1%	2.7%	9.6%	-2.3%	-2.9%	-5.5%	4.5%	0.1%	4.7%
	家具类	2.3%	2.2%	1.7%	0.5%	4.8%	0.1%	1.2%	5.0%	3.4%
	建筑及装潢材料类	-7.5%	-10.4%	-4.8%	-8.2%	-11.4%	-11.2%	-6.8%	-14.6%	-11.2%
其他	石油及制品类	8.6%	7.2%	5.4%	8.9%	6.0%	-0.6%	-2.2%	4.1%	13.5%
	文化办公用品	-9.0%	-8.2%	7.7%	-13.6%	-8.4%	-13.1%	-9.9%	-1.2%	-4.9%
	汽车类	4.0%	14.7%	11.4%	2.8%	1.1%	-1.5%	-1.1%	24.2%	38.0%

资料来源：国家统计局，华金证券研究所

（二）春节假期冰雪游、避寒游全面升温，出境游加速修复

2024 年春节出行预定大幅增长，冰雪游、避寒游热度较高。2024 年春节有 8 天休假，叠加不少单位会在除夕前放假，国内游客将喜提 9 天得超长版春节假期，相比 2023 年春节假期增加了 1-2 天。OTA 平台反馈数据显示，春节假期国内游、出境游、入境游订单均大幅增长。根据携程《2024 春节旅游市场预测报告》数据统计，春节假期旅游订单同比增长超 7 倍。从搜索热度来看，同程旅行平台上 2 月 8 日至 2 月 17 日之间出发的机票搜索热度同比上涨近 2 倍，其中国际机票搜索热度同比增长近 7 倍，超过 2019 年同期水平。根据飞猪数据统计，截至 1 月 16 日，春节假期国内游预订量同比大幅增长，假期旅游搜索热度已全面超越 2019 年同期。同时，今年春节假期出游性价比有所提升，机票预定均价同比下降约 1 成，酒店预定均价同比下降约 2 成。出游方面，“北上看雪”和“南下避寒”贯穿春节假期。作为 2024 年冰雪游的“当红炸子鸡”，哈尔滨成为 2024 年春节假期最热门的旅游目的地，热度从元旦延续至春节假期，根据携程数据，截至 2024 年 1 月 15 日，哈尔滨旅游预定订单同比增长超 14 倍。三亚、昆明等北方游客喜爱的避寒游城市，截至 1 月 15 日，旅游预定订单同比增长分别超 2 倍、超 6 倍。

图 7：“北上看雪”和“南下避寒”贯穿春节假期



资料来源：携程旅行《2024 春节旅游市场预测报告》，华金证券研究所

图 8：国内游预订量较去年同期大幅增长



资料来源：飞猪《2024 春节假期出游风向标》，华金证券研究所

返乡、探亲、出游多重因素带动下，亲子游、阖家出游成为春节假期一大亮点。春节文化寄托着大家对家庭和睦的向往、对美好生活的期盼，阖家出游成为今年春节假期出游最显著的特征之一。根据携程数据统计，24 年春节出游游客中，亲子家庭占比 47%，较 23 年同期提升 5pct。租车、定制游、选择当地向导包车游也是举家出游的优先选择。定制游当中，携带 12 岁以下儿童出行的亲子家庭占比达 52%，60 岁以上老年人订单占比约 2 成。租车用户中，亲子家庭占比也达到 47%。根据飞猪数据统计，携家人出游的国内跟团游预订量同比去年大增 16 倍，含有婴童的机票订单占比环比上月提升超过 1 倍。此外，跟阖家出游强相关的包车游、定制游、乐园门票等预订量普遍录得同比去年 10 倍以上的增长。

图 9：春节假期亲子出游占比为 47%



资料来源：携程旅行《2024 春节旅游市场预测报告》，华金证券研究所

图 10：阖家旅行占比高

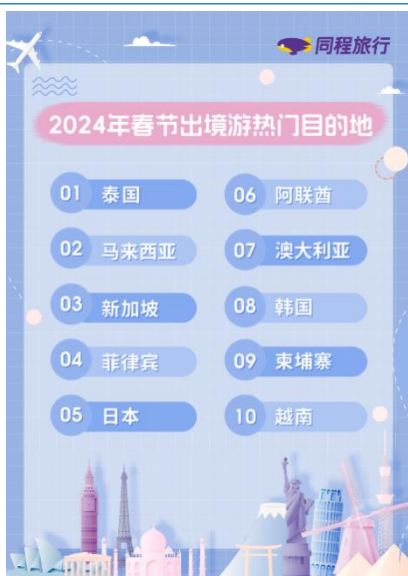


资料来源：飞猪《2024 春节假期出游风向标》，华金证券研究所

随国际航空运力、签证等因素限制逐步改善，春节假期出境游有望加速修复。2023/2024 年冬春航班季，各航司加大航班量及航线的开通，国际航班运力有望进一步修复，根据航班管家数据，2024 年春运国际地区计划进出港航班量恢复至 2019 年同期的 67.5%。伴随中美关系逐

步缓和，中国与欧美国家签证申请流程有望优化。同时，新马泰等东南亚国家陆续实施免签政策，吸引更多中国游客前往。伴随国际航空运力、签证等限制得到改善，出境游预计持续得到改善。根据同程旅行数据，2024年春节出境游机票在同城旅行平台的搜索量跟团游产品咨询量均超过2019年同期水平。根据飞猪数据统计，截至目前出境游预订量同比增长超15倍，预订节奏较去年提前半个多月，已接近2019年水平。出境游热门目的地包括日本、泰国、中国香港、韩国、马来西亚、澳大利亚、新加坡、中国澳门、越南、美国等。

图 11: 24 年春节出境游热门目的地



资料来源：同程旅行《2024年春节旅行趋势预测报告》，华金证券研究所

图 12: 出境游预订量较去年同期增长超 15 倍



资料来源：飞猪《2024春节假期出游风向标》，华金证券研究所

三、市场表现

本周，SW 社会服务板块下跌 2.99%，沪深 300 下跌 0.44%，社会服务板块落后大盘 2.56 个百分点。其中 SW 酒店餐饮下跌 0.38%，SW 旅游及景区上涨 3.54%，SW 教育下跌 5.36%，SW 专业服务下跌 8.51%。

年初至今，SW 社会服务板块下跌 5.23%，沪深 300 下跌 4.7%，社会服务板块落后大盘 0.53 个百分点。其中 SW 酒店餐饮下跌 2.9%，SW 旅游及景区上涨 7.55%，SW 教育下跌 7.32%，SW 专业服务下跌 14.71%。

本周涨幅前 5 的社会服务板块公司分别为：长白山（+16.72%）、九华旅游（+16.4%）、丽江股份（+10.1%）、峨眉山 A（+8.24%）、华天酒店（+8.03%）；本周跌幅前 5 的社会服务板块公司分别为：创业黑马（-13.41%）、传智教育（-11.21%）、美吉姆（-10.87%）、学大教育（-9.44%）、瑞幸咖啡（-8.49%）。

表 2：本周社会服务板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
603099.SH	长白山	16.72	36.78
603199.SH	九华旅游	16.40	32.51
002033.SZ	丽江股份	10.10	9.05
000888.SZ	峨眉山 A	8.24	10.38
000428.SZ	华天酒店	8.03	4.44

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 3：本周社会服务板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
300688.SZ	创业黑马	-13.41	25.96
003032.SZ	传智教育	-11.21	13.47
002621.SZ	美吉姆	-10.87	2.87
000526.SZ	学大教育	-9.44	43.92
LKNCY.OO	瑞幸咖啡	-8.49	23.51

资料来源：Wind，华金证券研究所

四、行业动态及重要公告

（一）行业要闻

今年春运上海预计到发客流总量 4237 万人次，铁路同比增长 47%

据上海市春运办预测，今年春运客流将呈现对外交通客流总量同比明显增长，市内交通客运量维持平稳，路网通行体量仍维持相对高位的特征。

对外交通方面，客流总量同比明显增长。预计春运到发客流总量达 4237 万人次，同比增长 49%，较 2019 年同期减少 5%。其中，铁路同比增长 47%，较 2019 年同期增长 13%，将创历年春运新高；民航同比增长 55%，较 2019 年同期减少 6%；道路客运同比增长 35%，较 2019 年同期减少 82%。（来源：环球旅讯）

业界预测：内地和港澳旅游市场今年或有 9%至 12%的同比增幅

亚洲旅游交流中心 18 日公布 2024 年度港澳地区旅游市场预测报告，综合分析经济形势、市场复苏的有利和不利因素、发展趋势等，预测 2024 年内地和港澳旅游市场将有 9%至 12%的同比增幅。

亚洲旅游交流中心在报告中指出，经过 2023 年的恢复发展，港澳与内地旅游经济形势持续向好。2023 年内地游客赴香港旅游人次约为 2676 万，已恢复至疫情前的 61.1%。而根据已发布的数据，预测 2023 年内地游客赴澳门旅游人次约为 1884 万，恢复至疫情前 67.5%；2023 年全年港澳游客赴内地旅游的人次数则分别恢复至疫情前的 64.5%和 95.8%。（来源：环球旅讯）

香港旅发局：将推动与内地城市“一程多站”式旅游开发

在 2023 中国国际旅游交易会上，香港旅游发展局副总干事叶贞德表示，香港具有“背靠祖国，面向世界，立足湾区”的优势，希望以此次旅交会为契机，推动香港与内地城市“一程多站”式旅游服务和产品的开发，助力粤港澳大湾区吸引全球瞩目。

2023 年 1-10 月，全球访港旅客达 2680 万人次，其中内地旅客累计达 2138 万人次。叶贞德透露，香港将继续通过发放美食、交通优惠券等方式，吸引中外游客赴港体验，并推动香港与内地城市“一程多站”式旅游服务和产品的开发，将香港以及粤港澳大湾区旅游资源、产品推介给更多中外游客。（来源：环球旅讯）

国家移民管理局：2023 年全国出入境人员超 4.24 亿人次

国家移民管理局召开新闻发布会。会上，国家移民管理局发言人张宁表示，全国移民管理机构全年累计查验出入境人员 4.24 亿人次，同比上升 266.5%；其中内地居民 2.06 亿人次、港澳台居民 1.83 亿人次、外国人 3547.8 万人次，同比分别上升 218.7%、292.8%、693.1%。（来源：环球旅讯）

马蜂窝 2024 春节趋势预测：家庭亲子客群占比超 40%

马蜂窝大数据显示，近一周，“春节去哪玩”热度上涨 350%，家庭亲子客群在春节出行人群中占比高达 42%。美食众多且年俗活动丰富的广东地区是国内反季旅游首选目的地。广州长隆野生动物世界以 154% 的热度涨幅成为春节期间国内最受关注的亲子游景区，带动广州进入国内热门城市前三。（来源：环球旅讯）

中国旅游研究院：2024 年国内游将突破 60 亿人次

在 2024 年 1 月 18 日举办的 2024 旅游业高质量发展大会上，中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）总统计师马仪亮预测，2024 年全年国内旅游人数达 60.25 亿人次，同比 2019 年的恢复率为 25%；入出境旅游人数将超过 2.64 亿人次。

马仪亮表示，2024 年旅游市场运行规模修复转向产业链修复，现金流修复转向投资修复，国内市场修复转向入出境市场修复；同时，内容竞争更加激烈，旅游成为另一个“抢人”战场。（来源：环球旅讯）

名创优品迪士尼联名主题店开业

1月16日，名创优品与迪士尼联名的IP主题店在武汉江汉路正式落地。

据悉，该店的外立面由迪士尼主导设计，以传奇经典的百年米奇、甜酷满分的草莓熊、调皮捣蛋的史迪奇、顽皮晃动的三眼仔等IP为主视觉要素，将主题店打造成武汉人“家门口的迪士尼”。店内无论是楼梯布置、主题货架还是拍照打卡点，都巧妙地融入了迪士尼IP元素，打造沉浸式的“迪士尼乐园”场景。截至目前，名创优品已与迪士尼、三丽鸥、漫威等全球近100个知名IP合作方达成深度合作，同时孵化了DUNDUN鸡、MINI FAMILY以及中国熊猫等自有IP。（来源：环球旅讯）

西安旅游：拟在未来3年内投资建设17家直营酒店

近日，西安旅游公告称，拟向不超过35名特定投资者发行合计不超过7102.44万股股份，股票数量不超过本次发行前公司总股本的30%，预计募资不超过6亿元。其中，4.21亿元用于直营酒店拓展项目，1.79亿元用于补充流动资金及偿还贷款。

西安旅游表示，酒店业务是公司三大核心业务之一，自2020年以来，在营酒店门店数与客房数均已取得突破。本项目拟在未来3年内，投资建设17家直营酒店。项目总投资4.36亿元，其中4.21亿元资金来源为向特定对象发行股票募集资金，其余为自筹资金。（来源：环球旅讯）

（二）上市公司重要公告

【华凯易佰】2023年度业绩预告

[2024-1-19] 公司发布2023年业绩预告，公司预计2023年归母净利润约为3.2亿元-3.55亿元，同比增长47.99%-64.18%；扣非归母净利润2.88亿元-3.23亿元，同比增长45.06%-62.69%。

业绩变动原因：

1、2023年，随着全球电商市场的不断扩大和消费者需求的不断变化，跨境出口电商行业迎来环境边际改善。报告期内，公司跨境电商主业全面布局新兴消费区域和电商平台，执行“泛品+精品+亿迈生态平台”三项业务协同驱动，针对不同产品类型和消费者偏好，充分发挥高性价比商品优势，适配全球消费降级趋势。同时，公司把握AIGC新机遇，提高运营效率、优化人均产出，经营业绩实现快速增长。

报告期内，全资子公司易佰网络预计实现营业收入约64-66亿元，预计实现净利润约4.9亿元-5.1亿元。依据《附条件生效的发行股份及支付现金购买资产盈利预测补偿协议》，易佰网络预计净利润超过2023年业绩承诺，全年计提超额业绩奖励约9,000万元，计提后易佰网络累计净利润约4亿元-4.2亿元。公司合并报表层面考虑少数股东损益以及确认可辨认无形资产后的摊销金额等影响后归属于上市公司利润约3.69亿元-3.89亿元。

2、母公司及全资子公司上海华凯预计全年发生亏损约 4,300 万元，主要系管理费用（含 2022 年员工持股计划股份支付费用约 1,137 万元）和新增的财务费用（并购贷款利息约 400 万元）等。报告期内，公司收回原空间环境艺术设计类应收款项约 1 亿元，应收账款减值损失较上年同期没有增加。

3、报告期内，影响净利润的非经常性损益金额约 3,200 万元，上年同期为 1,768.98 万元，主要系单独进行减值测试的应收款项减值准备转回约 1,600 万元和全资子公司易佰网络获得的政府补助约 1,200 万元、理财收益约 370 万元等。

【同庆楼】2023 年年度业绩预告

[2024-1-15] 公司发布 2023 年业绩预告，公司预计 2023 年归母净利润约为 27,278.93 万元至 32,023.10 万元，与上年同期相比，预计增加 17,919.08 万元至 22,663.25 万元，同比增长 191.45%至 242.13%。公司预计 2023 年年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为 22,964.46 万元至 26,958.28 万元，与上年同期相比，预计增加 15,510.25 万元至 19,504.07 万元，同比增长 208.07%至 261.65%。

业绩变动原因：

中国拥有十四亿人口，随着城市化进程加快，城市人口大量聚集，带来了巨大的餐饮消费市场。公司所聚焦的大众聚餐和宴会服务，是城市消费中的刚需，市场需求巨大，且百年不变。公司的餐饮服务区域未来可覆盖更多的长三角城市及县城，市场空间无限。

作为中国上市公司中餐饮行业的稀缺品牌，公司充分发挥同庆楼多年来在餐饮及宴会业务上的巨大优势，创新发展出以大型餐饮配套客房的宾馆业务新模式，提高酒店设施利用效率，形成叠加效应，从而使公司宾馆业务在市场上极具竞争力。此外，公司利用同庆楼作为餐饮美食品牌的天然优势，延伸产业链，大力发展食品业务，以中华老字号餐饮美食品牌+众多线下大型餐饮门店+众多厨师研发力量为基础，构建了同庆楼食品的竞争优势。餐饮、宾馆、食品三项业务互相驱动，互相促进，形成公司“三轮驱动”的发展战略。

四季度公司新增大型门店 5 家（新增门店面积 61,767.84 平方米），Q4 预计实现营业收入为 6.81 亿元至 7.53 亿元，营收再创历史新高。公司业务延续前 3 季度快速发展态势，随着公司新投资项目的不断投入运营以及“三轮驱动”战略相互推动效应的不断增强，预计未来公司业绩将保持快速攀升状态。

公司在各项业务上持续改革创新，不断自我加压，不断提高运营效率，在 2023 年消费市场总体不景气的情况下，经营业绩依然表现靓丽，验证了公司业务的市场刚需和团队的经营管理能力。

五、风险提示

- 1) 疫情反复风险。
- 2) 居民消费意愿下滑风险。
- 3) 宏观经济增长不及预期风险。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

吴东炬声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

办公地址：

上海市浦东新区杨高南路 759 号陆家嘴世纪金融广场 30 层

北京市朝阳区建国路 108 号横琴人寿大厦 17 层

深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 10 楼 05 单元

电话：021-20655588

网址：www.huajinsec.com