



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

业绩大幅预喜，关注旺季需求释放

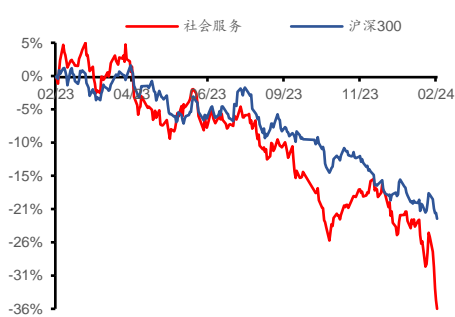
——社服行业周报（2024.01.29-02.02）

增持（维持）

行业： 社会服务
日期： 2024年02月04日

分析师： 翟宁馨
Tel: 021-53686140
E-mail: zhainingxin@shzq.com
SAC 编号: S0870523100005

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《中新签证互免政策落地，出境游恢复趋势有望超预期》

——2024 年 01 月 28 日

《春节假期出行或创新高，关注旺季催化》

——2024 年 01 月 21 日

《“网红”城市进入 4.0 产业时代，流量经济助推消费市场升级》

——2024 年 01 月 14 日

主要观点

春节消费需求全面释放，关注旺季催化。据华住集团数据，截至 2024 年 1 月 29 日，2024 年春节假期的酒店预订率同比大幅增长近 3 倍，其中北京、上海、广州、深圳、泉州、哈尔滨、厦门、洛阳、柳州等城市在春节假期期间的预订率都迎来大涨。九毛九集团旗下餐饮品牌预订情况较往年有较大幅度增长。其中，九毛九西北菜广州门店年夜饭均已订满，怂重庆火锅厂在春节期间的预订量已超过一千桌。海底捞将有超 600 家门店、超 400 个外送站点在除夕夜和大年初一持续营业。二线城市预订火热，郑州、沈阳等多个门店的预订年夜饭已经爆满。我们认为，春节假期消费是上半年消费经济中最重要的消费节点，从人口流动来看，2024 年春节档的人口流动数量和频率要远高于往年，旅游市场的快速复苏也在一定程度上助推了餐饮消费。从元旦到春节期间，旅游的旺盛消费需求带动了跨区域的消费者，春节假期消费景气度有望获得延续。春节期间出行热度持续的确定性明确，春节也是餐饮及酒店业全年最重要销售旺季之一，看好 2024 年春节假期消费表现有望催化市场对服务消费的乐观预期。

餐企业绩显著修复，行业迎强势回暖。全聚德发布业绩预告，预计 2023 年归母净利润为 5600 万元-6600 万元，同比扭亏；扣非净利润为 4200 万元 - 5200 万元。同庆楼公告，预计 2023 年净利润为 2.73-3.2 亿元，同比增长 191.45%-242.13%。公司预计 2023Q4 实现营业收入为 6.81-7.53 亿元，预计未来公司业绩将保持快速攀升状态。国家统计局发布的数据显示，2023 年 12 月，全国餐饮收入 5405 亿元，同比增长 30%；限额以上单位餐饮收入 1252 亿元，同比增长 37.7%。2023 年全年，全国餐饮收入 52890 亿元，同比上升 20.4%；限额以上单位餐饮收入 13356 亿元，同比上升 20.9%。2023 年，在线下消费场景恢复，以及各地促消费政策频出背景下，餐饮行业实现大幅回暖，尤其是节假日期间，餐饮消费更是掀起了小高峰。我们认为，2023 年餐饮收入首破 5 万亿元，餐饮行业回暖趋势强劲，经营韧性凸显，行业景气度有望延续，头部连锁餐企以及区域特色餐企有望迎来进一步发展。建议关注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的同庆楼。

RevPAR 指标持续向好，酒店企业全年业绩大幅预喜。锦江酒店发布 2023 年年度业绩预告，预计 2023 年实现净利润为 9.5-10.5 亿元。与

上年同期相比，将增加 8.37-9.37 亿元，同比增长 737%-825%。2023 年度境内酒店整体 RevPAR 比上年同期增长 46.87%，为 2019 年同期的 106.28%。首旅酒店公告，预计 2023 年实现净利润为 7.7-8.3 亿元，同比扭亏。2023Q4，公司不含轻管理酒店的全部酒店 RevPAR 恢复至 2019 年同期的 100.3%；2023 年全年，公司不含轻管理酒店的全部酒店 RevPAR 恢复至 2019 年同期的 106.5%。华住集团公告，2023 年全年，华住中国 RevPAR 达到 2019 年水平的 122%。在休闲及商旅需求持续复苏的下，公司 2023 年第四季度的 RevPAR 恢复至 2019 年水平的 120%。2023Q4 新开 460 家酒店并关闭 225 家酒店，于 2023 年全年净增 852 家酒店。我们认为，消费复苏，酒店先行。酒店人工成本、能耗、餐饮成本、差旅预算、国际关系以及新增供给等因素，都为酒店行业带来新的挑战；消费群体变化，新技术驱动和区域差异也为酒店行业注入新的机遇。休闲游及商务差旅消费需求明显释放，境内酒店市场信心逐步恢复，酒店经营显著复苏，酒店业绩或迎来进一步修复，建议关注打造连锁化品牌矩阵，向中高端化升级迭代的锦江酒店、首旅酒店。

过去一周市场表现 (2024.01.29-02.02) :

过去一周申万社会服务行业指数下跌 15.08%，板块整体跑输沪深 300 指数 10.46pct。沪深 300 下跌 4.63%，上证指数下跌 6.19%，深证成指下跌 8.06%，创业板指下跌 7.85%。在 31 个申万一级行业中，社会服务排名第 30 名。申万社会服务各二级行业中，酒店餐饮下跌 15.70%，旅游及景区下跌 12.96%，教育下跌 18.11%，专业服务下跌 14.86%。

■ 投资建议

酒店板块建议关注华住集团-S、首旅酒店；餐饮板块建议关注海底捞；旅游及景区板块建议关注长白山、中青旅；免税板块建议关注中国中免；专业服务板块建议关注米奥会展、科锐国际；潮流零售板块建议关注名创优品。

■ 风险提示

宏观经济下行风险、政策变化风险、行业竞争加剧风险、门店拓展不及预期风险。

目 录

1 过去一周市场回顾 (2024.01.29-02.02)	4
1.1 板块行情回顾	4
1.2 个股行情回顾	4
1.3 行业要闻及公告	5
2 行业数据跟踪	10
2.1 出行数据跟踪	10
2.2 酒店数据跟踪	11
2.3 海南旅游数据跟踪	12
2.4 餐饮数据跟踪	12
3 附表	13
4 风险提示	13

图

图 1: 过去一周市场表现 (2024.01.29-02.02) (%)	4
图 2: 申万社会服务子行业表现 (%)	4
图 3: 申万一级行业表现 (社服) (%)	4
图 4: 板块个股涨幅 Top10 (社服) (%)	5
图 5: 板块个股跌幅 Top10 (社服) (%)	5
图 6: 全国交通月度客运量及同比 (亿人, %)	10
图 7: 国内主要航空公司月度客座率 (%)	10
图 8: 国内主要机场月度旅客吞吐量 (万人)	11
图 9: 中国执行航班数量 (架次)	11
图 10: IATA 月度客座率 (%)	11
图 11: 上海平均客房出租率及同比 (%)	11
图 12: 主要城市星级酒店平均房价 (元/夜)	11
图 13: 海南旅游消费价格指数	12
图 14: 海南旅客吞吐量 (万人) 及同比 (%)	12
图 15: 北京餐饮门店数量 (家)	12
图 16: 部分餐饮企业近一年开店数量 (家)	12

表

表 1: 社会服务建议关注个股 (至 2024.02.02 收盘)	13
---	----

1 过去一周市场回顾 (2024.01.29-02.02)

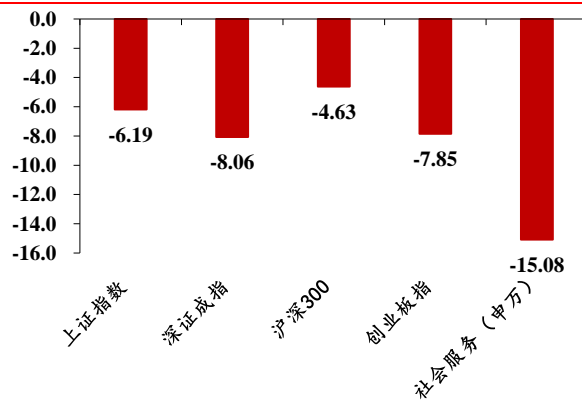
1.1 板块行情回顾

过去一周申万社会服务行业指数下跌 15.08%，板块整体跑输沪深 300 指数 10.46pct。沪深 300 下跌 4.63%，上证指数下跌 6.19%，深证成指下跌 8.06%，创业板指下跌 7.85%。

在 31 个申万一级行业中，社会服务排名第 30 名。

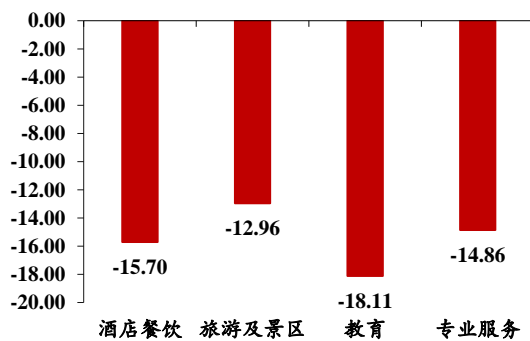
过去一周申万社会服务各二级行业中，酒店餐饮下跌 15.70%，旅游及景区下跌 12.96%，教育下跌 18.11%，专业服务下跌 14.86%。

图 1：过去一周市场表现 (2024.01.29-02.02) (%)



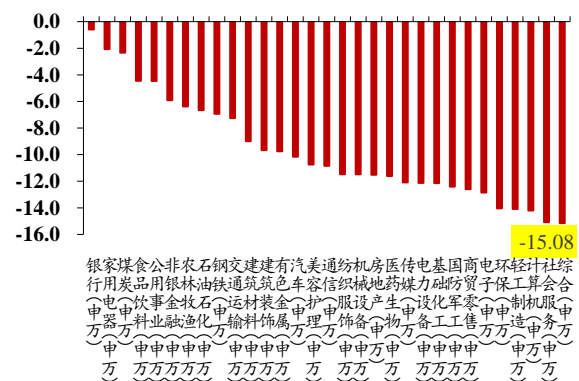
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 2：申万社会服务子行业表现 (%)



资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 3：申万一级行业表现 (社服) (%)



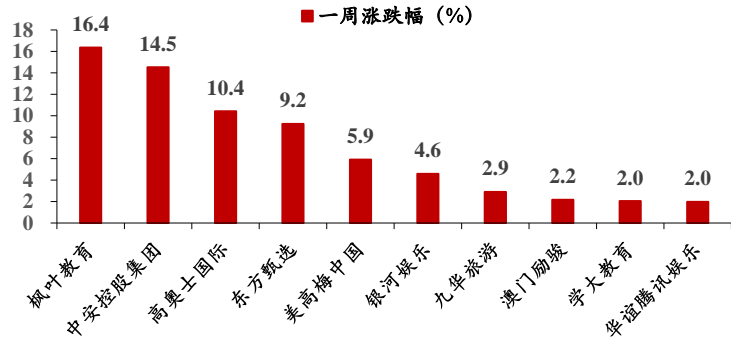
资料来源: Wind, 上海证券研究所

1.2 个股行情回顾

汇总申万社会服务指数成分股及港股社服标的，过去一周 (2024.01.29-02.02) 社会服务行业涨幅排名前五的个股分别为枫叶教育上涨 16.36%、中安控股集团上涨 14.52%、高奥士国际上

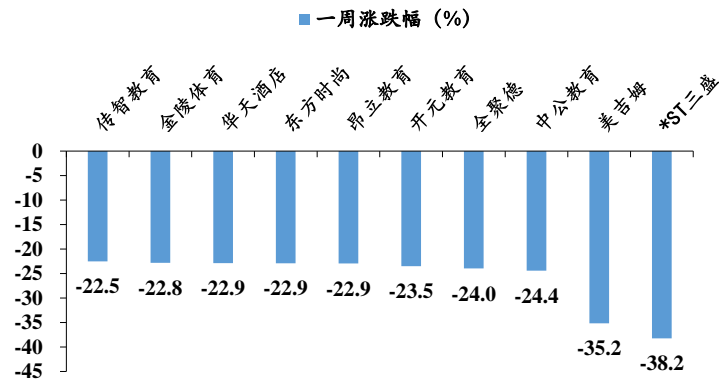
涨 10.42%、东方甄选上涨 9.23%、美高梅中国上涨 5.92%；排名后五的个股分别为*ST 三盛下跌 38.25%、美吉姆下跌 35.17%、中公教育下跌 24.40%、全聚德下跌 23.97%、开元教育下跌 23.51%。

图 4：板块个股涨幅 Top10（社服）（%）



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：板块个股跌幅 Top10（社服）（%）



资料来源：Wind，上海证券研究所

1.3 行业要闻及公告

1.3.1 行业新闻

1. 2023 年全球连锁餐饮品牌门店数 TOP100

1 月 26 日据窄门餐眼报道，2023 年年底窄门餐眼整理了全球连锁餐饮品牌门店数 TOP100 榜单，本次榜单中新上榜国内品牌共 8 个，分别为：库迪咖啡、喜茶、霸王茶姬、蜜鸡王、茉酸奶、蒙自源、奈雪的茶、临榆炸鸡腿。最年轻的连锁餐饮品牌变为库迪咖啡，门店 7064 家，同时直接晋级前 30，排名增长最快。相比上一期的榜单数据，门店数增长最大的要属“雪王”蜜雪冰城，国内

超 32000 家门店，海外超 4000 家门店，一年时间增长超万店。中国餐饮市场连锁化进程不断加速，巨大的市场，持续诞生连锁的千店甚至万店品牌。此次榜单中中国品牌占有 53 席，相比 2022 年增加 2 席，同时将上榜门槛从 1210 家提高到 1455 家。当然，门店规模不代表营收规模，我们也期待中国品牌不断走向全球，在营收规模上排到前列。（来源：窄门餐眼）

2. 同程旅行牵手长白山上线“一机游”智慧平台，共推春节花样玩法

1 月 29 日据同程旅行发言人报道，今年冬季以来，东北冰雪旅游一直是旅游市场的热门话题，“南方小土豆”、“小砂糖橘”……一次次让东北成为全网焦点，由此带动长白山旅游热度持续上涨。为更好的助力长白山及东北冰雪旅游，1 月 26 日起，同程旅行联合长白山景区在“长白山一机游”小程序推出 Citywalk 打卡抽盲盒、原创摄影大赛、文旅红包券等多种玩法，让游客实现“一机畅游长白山”。长白山一机游智慧平台由同程旅行携手长白山天成政务、吉旅控股共同建设，并于去年 12 月 26 日正式上线。三方通过对长白山景区进行数字化和智慧化升级，结合三方资源优势，打造了长白山“吃、住、行、游、购、娱”一站式旅游服务平台。平台上线以来，一方面为用户游览长白山提供方便好用的智能化平台，另一方面能够助力长白山的好景、好物、好风光走出去。2024 年元旦假期，长白山主景区共接待游客 2.2 万人次，同比增长 96%，较 2019 年同期增长 121.7%。同程旅行平台数据显示，截至 1 月 26 日，长白山的春节假期旅游热度同比涨幅超过 100%，预计长假前后将迎来长达 3 周左右的游客高峰。（来源：同程旅行发言人）

3. 黄山旅游与新东方签署战略合作协议

1 月 29 日据黄山旅游 600054 报道，1 月 28 日，黄山旅游股份有限公司与新东方集团在合肥签署战略合作协议。自去年 8 月起，黄山旅游启动与新东方的合作接洽，先后就旅游资源服务商、教育实践基地和双方战略合作意向等多维度进行探讨交流。时隔 5 个月，双方签署战略合作协议，接下来双方将利用各自品牌 IP，独特的教培资源和文旅资源，直播和新媒体资源等，围绕黄山目的地主题实践教学、中高端银发休闲度假、视觉中国行走黄山、朝看东方联名文创、教育直播营地建设和大美黄山文化行等方面开展具体合作，共同推进黄山目的地文化旅游学样板的打造，为大黄山世界级休闲度假康养旅游目的地建设贡献力量。（来源：黄山旅游

600054)

4. 不存在财政支出收缩、养老金按时足额发放 财政部公布 2023 年财政收支情况

2月1日据中国网报道，国务院新闻办就2023年全年财政收支情况举行新闻发布会，财政部副部长王东伟表示，2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，也是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。财政部门按照党中央、国务院的决策部署，加大财政宏观调整力度，扎实实施积极的财政政策，促进经济回升向好和高质量发展。继续安排一定规模的地方政府专项债券，适当增加中央预算内投资规模。从投资和消费两个方面发力扩大国内需求。从投资看，要扩大有效益投资。今年将用好相关国债资金，继续安排一定规模的地方政府专项债券，适当增加中央预算内投资规模等，发挥好政府投资的带动放大效应。从消费看，要激发有潜能的消费。2024年将围绕居民消费升级方向，推动壮大文化、旅游、教育、养老等新的增长点，加大社会保障、转移支付等调节，增加城乡居民收入，提高消费意愿和能力。（来源：中国网）

5. 高调收购十年后 阿里与银泰商业要“分家”？梳理“新零售”合作始末

2月2日据财联社报道，近日有媒体报道称，阿里巴巴集团正在考虑出售旗下百货和购物中心运营商银泰商业。报道重称，早在2023年底蔡崇信出任阿里董事会主席时，出售计划就已启动。目前，阿里已经接触了几家拥有潜在收购意向的公司。有猜测认为，此举或许是阿里2023年初提出“1+6+N”组织变革后，针对“新零售”战略进行的调整。在阿里积极关注“新零售”的过程中，外部电商、消费环境也在发生巨大变化。“新零售”的模式虽然新颖、竞争十分激烈，但2018年后，大部分消费者的目光很快被飞速崛起的“直播电商”吸引。随着2020年末阿里因收购银泰商业未依法申报，违反《反垄断法》相关规定被处罚50万元，叠加2020年后疫情的迅速席卷，主张打通线上线下的“新零售”也逐渐陷入尴尬境地。实际上，阿里近期并非首次被传有意出售部分业务。此前，盒马、饿了么都被传正在考虑出售，但很快被官方辟谣。对于银泰而言，“新零售”战略仍然有持续践行的价值。现任银泰董事长陈晓东近期在接受媒体采访时表示，从前是做“物以类聚”的生意，今后要做“人以群分”的生意，在这过程中数字化必不可少。目前，银泰商业仍在积极通过“人、货、

场”的数字化重构，整合优化供应链，创新新零售。（来源：财联社）

6. 刘德华与董宇辉一起“直播带票”，票务市场迎变局？

2月2日据中国新闻网报道，1月31日晚，刘德华与宁浩现身董宇辉的“与辉同行”直播间。随后，“刘德华在董宇辉直播间唱恭喜发财”“刘德华董宇辉同框 30万张电影票秒光”等多个话题登上了热搜。据媒体报道，此次刘德华与宁浩对谈董宇辉的背景是，由宁浩执导、刘德华主演的电影《红毯先生》将于2月10日大年初一上映。这意味着，对谈不仅仅是对谈，更是一场为电影票举行的直播带货。“刘德华+董宇辉”这一组合引发的化学反应，也体现在“直播卖票”数据上。据董宇辉透露，直播刚开始时，直播间观看人次就超过了150万，并在持续增加。而一开始上线的30万张电影票代金券也被瞬间抢光；直播结束时，60万张《红毯先生》电影票代金券已全部售罄。60万张电影票代金券抢售一空，不仅有明星效应，更有“薅羊毛”的诱惑。对于电影宣发来说，直播平台足够下沉，在网红直播间粉丝+明星粉丝的双倍加成下，能够更好的吸引电影院外的流量。但也有业内人士指出，看电影属于情感消费，“直播卖票”的转化率仍值得商榷。（来源：中国新闻网）

7. 需求释放催热演出市场 春节档“热辣滚烫”

2月2日据中国证券报报道，1月31日，2024春节档电影预售开启。当日，中国证券报记者在北京西单大悦城西单电影院走访调研时看到，影院内已经挂满了新春装饰，春节档的电影海报已经“登场”。观影需求进一步释放，随着春节档逐渐来临，观影需求进一步释放。据猫眼专业版数据，截至2024年2月1日10时43分，2024年春节档新片预售总票房破8300万，《飞驰人生2》《热辣滚烫》《第二十条》分列春节档新片票房榜前三。中央财经大学教授刘春生认为，随着电影市场复苏，观众观影需求可能会进一步释放，整体票房可能会创新高。部分演出门票要靠“抢”，不仅是电影市场，春节期间，戏曲、舞台剧、音乐会等演出市场也“热辣滚烫”。据中国演出行业协会票务信息采集平台最新数据监测，2月1日至2月29日，目前各大票务平台在售演出项目2200余个，场次超8500场，较去年新春档期显著增长。春节档作为中国电影市场的重要档期之一，具有较高的关注度和票房号召力。（来源：中国证券报）

1.3.2 公司公告

1. 【中公教育】中公教育(002607.SZ)1月31日发布2023年度业绩预告,公司预计2023年度归属于上市公司股东的净利润为亏损17,500.00万元—22,500.00万元,较2022年度亏损110,205.98万元减亏92,705.98万元—87,705.98万元,减亏幅度84.12%—79.58%。大幅减亏的主要原因为,报告期内,随着经营环境的改善,公司继续推进2022年以来一直开展的经营提振计划,积极调整市场战略,从规模向效益转变,聚焦以利润实收为主,进一步优化产品结构,提升公司的盈利能力;同时,强化精细化管理,重塑组织架构,继续加强成本管控,优化公司运营效率。
2. 【国新文化】国新文化(600636.SH)1月31日发布国新文化控股股份有限公司2023年年度业绩预亏公告,经财务部门初步测算,预计2023年年度实现归属于母公司所有者的净利润为-1.79亿元到-1.50亿元,与上年同期(法定披露数据)相比,将出现亏损。预计2023年年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为-1.84亿元到-1.55亿元。
3. 【九华旅游】九华旅游(603199.SH)1月30日发布2023年年度业绩预增公告,安徽九华山旅游发展股份有限公司(以下简称“公司”)预计2023年度实现归属于母公司所有者的净利润为17,500万元左右,与上年同期相比增加18,870万元,同比增加1,377%,实现扭亏为盈。预计2023年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为16,600万元左右,与上年同期相比增加18,970万元,同比增加801%。
4. 【名创优品】名创优品(MNSO.N)1月30日发布公告,公司于2024年1月30日斥资2031万港元回购62.52万股,最低成交价为31港元,最高成交价为33.2港元。
5. 【美吉姆】美吉姆(002621.SZ)1月31日发布关于公司股票交易可能被实施退市风险警示的提示性公告,大连美吉姆教育科技股份有限公司(以下简称“公司”)于2024年1月31日披露了《2023年度业绩预告》(公告编号:2024-004),预计2023年度扣除非经常性损益前后的净利润孰低者为负值,且扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入

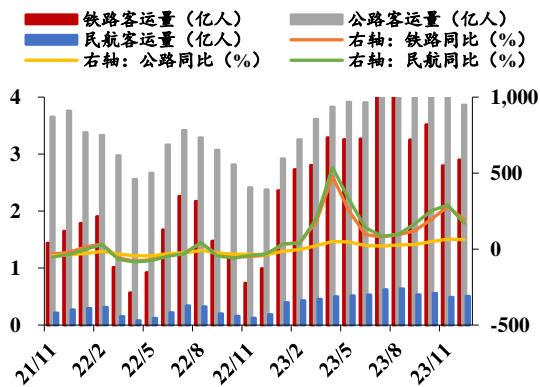
后的营业收入可能低于 1 亿元，2023 年年末净资产可能为负值。若公司 2023 年度经审计的财务数据触及上述相关情形，在披露公司 2023 年度报告后，深圳证券交易所将对公司股票交易实施退市风险警示（股票简称前冠以“*ST”字样）。

6. 【传智教育】传智教育（003032.SZ）2 月 2 日发布关于对全资子公司大同好学增资的进展公告，2024 年 1 月 29 日，江苏传智播客教育科技股份有限公司（以下简称“公司”）召开第三届董事会第十五次会议，审议通过了《关于对全资子公司大同好学增资的议案》。为满足公司 2023 年向不特定对象发行可转换公司债券（以下简称“本次发行”）募集资金投资项目暨大同互联网职业技术学院建设的资金需求，保障募集资金投资项目的顺利实施及大同互联网职业技术学院前期的正常运营，公司以自有资金人民币 26,000.00 万元向全资子公司大同好学教育科技有限公司（以下简称“大同好学”）增资。在本次发行募集资金到位后，将按照相关法律、法规规定的程序以募集资金置换先期投入的所有自有资金。

2 行业数据跟踪

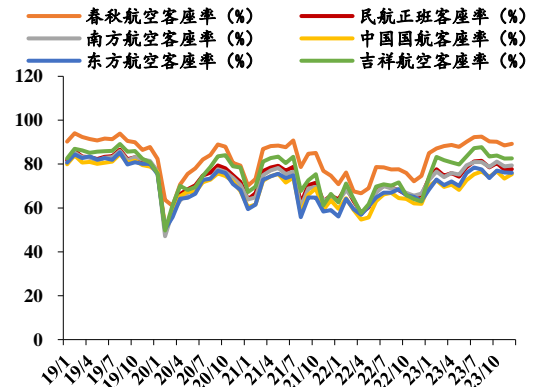
2.1 出行数据跟踪

图 6：全国交通月度客运量及同比（亿人，%）



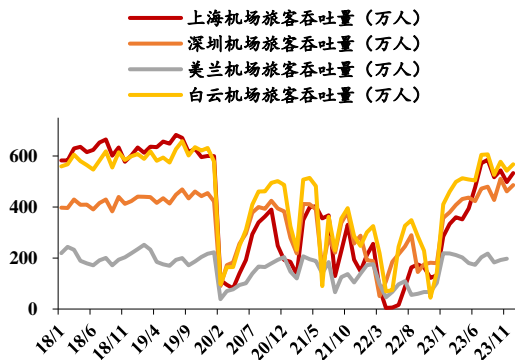
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：国内主要航空公司月度客座率（%）



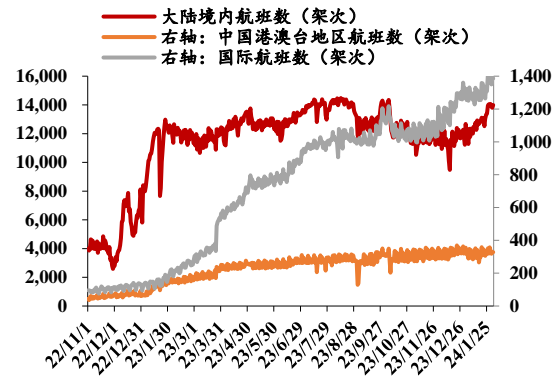
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 8：国内主要机场月度旅客吞吐量（万人）



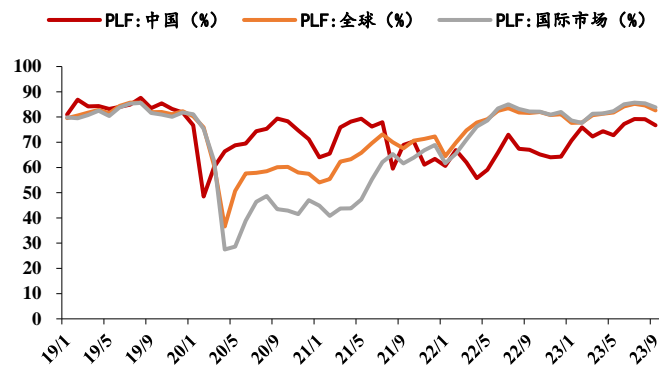
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：中国执行航班数量（架次）



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 10：IATA 月度客座率（%）

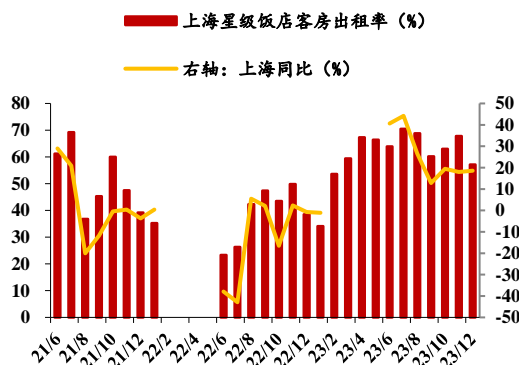


资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 酒店数据跟踪

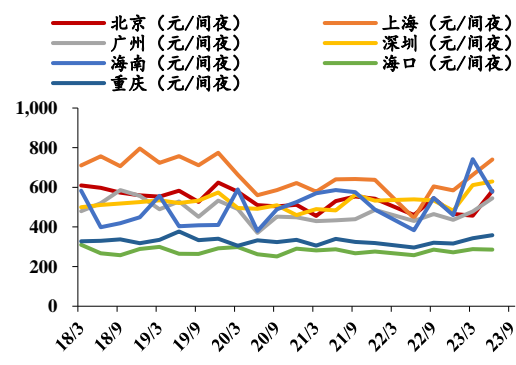
2023 年 12 月上海星级饭店平均客房出租率为 57.10%，同比上升 18.60pct，恢复至 2019 年同期 95.81%。

图 11：上海平均客房出租率及同比（%）



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 12：主要城市星级酒店平均房价（元/夜）

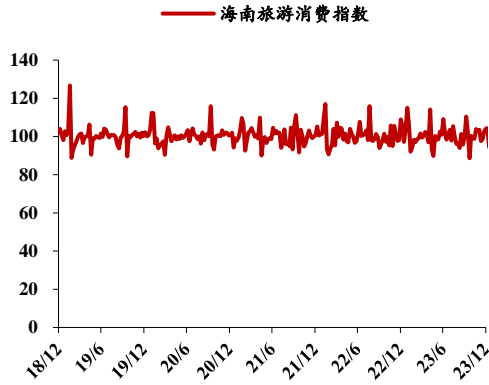


资料来源：Wind，上海证券研究所

2.3 海南旅游数据跟踪

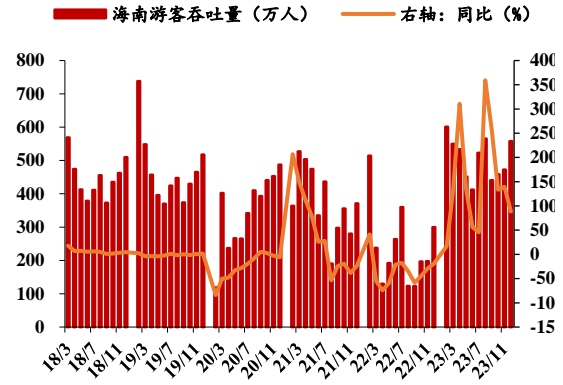
2023 年 12 月海南旅客吞吐量 557.79 万人，同比增加 88.40%，比 2019 年同期增加 7.83%。

图 13: 海南旅游消费价格指数



资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 14: 海南旅客吞吐量(万人)及同比(%)



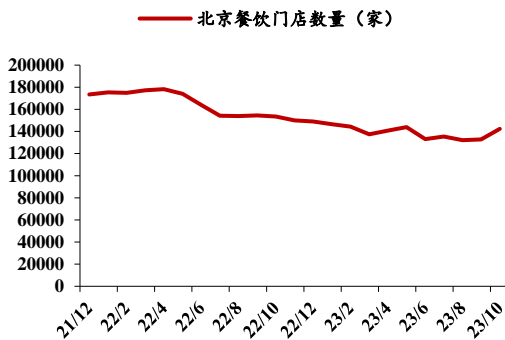
资料来源: Wind, 上海证券研究所

2.4 餐饮数据跟踪

2023 年 10 月北京餐饮门店数量为 142389 家，环比增加 7.22%，较 2022 年 10 月减少 7.22%。

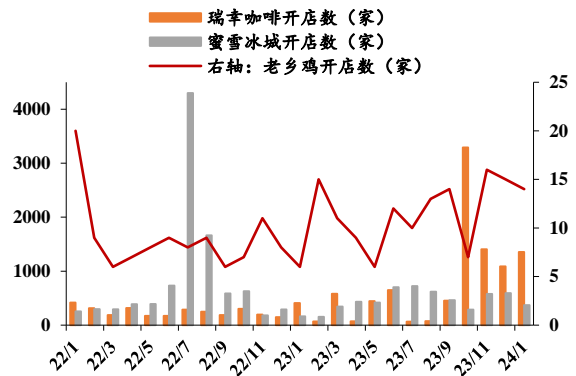
蜜雪冰城 2024 年 01 月开店 371 家，同比增长 127.61%，2023 全年共开店 5475 家。瑞幸咖啡 2024 年 01 月开店 1355 家，同比增长 230.49%，2023 全年共开店 8602 家。老乡鸡 2024 年 01 月开店 14 家，同比增长 133.33%，2023 全年共开店 134 家。

图 15: 北京餐饮门店数量(家)



资料来源: 窄门餐眼, 上海证券研究所

图 16: 部分餐饮企业近一年开店数量(家)



资料来源: 窄门餐眼, 上海证券研究所

3 附表

表 1: 社会服务建议关注个股 (至 2024.02.02 收盘)

股票代码	股票名称	总市值 (亿元人民币)	2022 年净利润 (百万元人民币)	YoY (%)
300795.SZ	米奥会展	47.75	50.39	187.41
9896.HK	名创优品	409.44	638.17	145.10
6862.HK	海底捞	700.09	1374.48	133.02
300662.SZ	科锐国际	37.00	290.69	15.11
603099.SH	长白山	70.53	-57.39	
601888.SH	中国中免	1606.00	5113.96	-47.42
1179.HK	华住集团-S	811.46	-1821.00	
600138.SH	中青旅	72.60	-333.55	

资料来源: Wind, 上海证券研究所

4 风险提示

宏观经济下行风险、政策变化风险、行业竞争加剧风险、门店拓展不及预期风险。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可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。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也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责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。