



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

“五一”假期出行热度确定性高，行业内卷下餐饮品牌陆续开放加盟

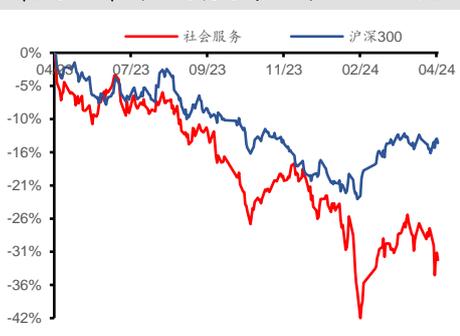
——社服行业周报（2024.04.15-04.19）

增持（维持）

行业： 社会服务
日期： 2024年04月21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：

《中高端酒店进入红利期，关注旅游旺季催化》

——2024 年 04 月 14 日

《餐企业绩强势修复，掘金假日经济》

——2024 年 04 月 07 日

《中国中免盈利能力优化，假期旅游消费需求持续释放》

——2024 年 03 月 31 日

主要观点

“五一”假期出行热度确定性高，关注旺季催化。根据去哪儿数据，“五一”期间多条热门国内旅游航线的经济舱座位目前均已售罄。去哪儿数据显示，自 4 月 6 日起，“五一”假期热门城市机票预订量迅速增长，单日预订量已超过 2023 年同期；机票平均支付价格已追平 2023 年，上海至大理、北京至大理等热门旅游航线的经济舱均已售罄，预计“五一”旅客量将再创新高。根据携程数据，“五一”大陆境内机票搜索热度同比增长近 20%，较 2019 年同期增长近 30%。其中，中长线旅游成为“五一”假期主角，占比达 56%。“五一”假期县域市场酒店预订订单同比增长 68%，景区门票订单同比增长 151%。预计“五一”假期出游人数将大幅超过过去几年。航旅纵横数据显示，“五一”假期国内机票的预订量较 2023 年增长 21%，较 2019 年增长 41%。在出境游方面，多家 OTA 平台数据显示，出境游也将在“五一”假期迎来迸发。春秋旅游表示，今年“五一”假期最大的变化是，出境游预订人次同比增长近两倍，尤其是欧洲长线团，4 至 5 月期间的团量基本上恢复到 2019 年水平。入境游方面，扩大公民可免签入境国名单以及扩大支付平台涵盖范围以包含国际信用卡，与泰国、马来西亚和新加坡的互免签证协议也增加了中国作为旅游目的地的吸引力。我们认为，春节和清明节期间的快速回升表明旅游市场在即将到来的‘五一’假期将出现增长，出行热度持续的确定性明确，新兴文旅目的地的涌现与旅游产品供给增加有望刺激全年旅游需求释放，旅游市场将进一步修复，建议关注出行链相关企业有望实现全年收益和品牌建设的双重增长。

餐饮品牌陆续开放加盟，同质化隐忧下创新升级有望再提升。根据红餐网《中国餐饮发展报告 2023》显示，中国餐饮市场连锁化率从 2018 年的 12%到 2020 年的 15%，再到 2022 年的 19%，再到去年的 21%，加盟品牌在此过程中发挥了关键作用。中国餐饮连锁百强品牌中，加盟阵营占据压倒性席位，足以证明加盟模式在推动行业规模化发展中的核心地位。其中，茶饮赛道最为明显，茶饮目前以 49%的连锁化率占各品类之首，众多品牌都是借助加盟模式迅速扩张冲刺万店规模。预计 4 月 23 日港股上市的茶百道，截至 2023 年底，其门店总数已超过 7800 家，当年新开店近 1500 家，99%以上为加盟店。同样发展强势的

古茗也以加盟为主导，门店数已突破 9000 家，一年内新增门店 2300 余家，同样实现了 99% 的高加盟比例。火锅行业中，2024 年 2 月 4 日，九毛九发布公告称，集团将引进加盟及合作模式至太二酸菜鱼及山的山外面酸汤火锅。3 月，海底捞也宣布将着手推行海底捞餐厅的加盟特许经营模式。曾官宣停止加盟业务的珮姐重庆火锅也在公众号表示，寻找城市合伙人，正式开放特许加盟。国家统计局数据显示，2023 年，全国餐饮收入 5.29 万亿元，同比上升 20.4%；限额以上单位餐饮收入 1.34 万亿元，同比上升 20.9%，餐饮行业收入首次突破 5 万亿元。2024 年 1-2 月，全国餐饮收入 9481 亿元，同比增长 12.5%；限额以上单位餐饮收入 2374 亿元，同比增长 12.4%。我们认为伴随餐饮消费潜力的快速释放以及政策对于“扩大餐饮服务消费”的明确扶持，利好餐饮消费快速回升、持续扩大。在假期的带动下，餐饮消费需求有望大幅释放，对于提振全年消费信心起到了重要支撑作用。加盟及合作模式将有望加快品牌扩张及区域渗透，降低自营模式下的营运风险。头部餐企有望乘势而上加速布局开店，再次迎来发展红利。

过去一周市场表现 (2024.04.15-04.19):

过去一周申万社会服务行业指数下跌 6.09%，板块整体跑输沪深 300 指数 7.98pct。沪深 300 上涨 1.89%，上证指数上涨 1.52%，深证成指上涨 0.56%，创业板指下跌 0.39%。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 12.09%，旅游及景区下跌 8.26%，教育下跌 6.25%，专业服务上涨 0.40%。

■ 投资建议

酒店板块建议关注华住集团-S；餐饮板块建议关注海底捞；旅游及景区板块建议关注中青旅、长白山；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 (2024.04.15-04.19)	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	13
2.1 出行数据跟踪	13
2.2 酒店数据跟踪	14
2.3 海南旅游数据跟踪	14
2.4 餐饮数据跟踪	14
3 附表	15
4 风险提示	15

图

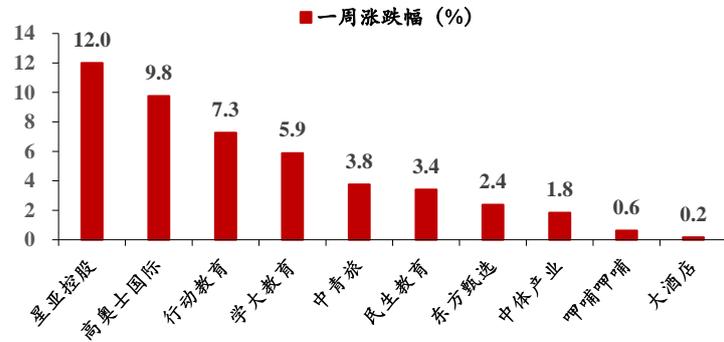
图 1: 过去一周市场表现 (2024.04.15-04.19) (%)	4
图 2: 申万社会服务子行业表现 (%)	4
图 3: 申万一级行业表现 (社服) (%)	4
图 4: 板块个股涨幅 Top10 (社服) (%)	5
图 5: 板块个股跌幅 Top10 (社服) (%)	5
图 6: 全国交通月度客运量及同比 (亿人, %)	13
图 7: 国内主要航空公司月度客座率 (%)	13
图 8: 国内主要机场月度旅客吞吐量 (万人)	13
图 9: 中国执行航班数量 (架次)	13
图 10: IATA 月度客座率 (%)	13
图 11: 上海平均客房出租率及同比 (%)	14
图 12: 主要城市星级酒店平均房价 (元/夜)	14
图 13: 海南旅游消费价格指数	14
图 14: 海南旅客吞吐量 (万人) 及同比 (%)	14
图 15: 北京餐饮门店数量 (家)	15
图 16: 部分餐饮企业近一年开店数量 (家)	15

表

表 1: 社会服务建议关注个股 (至 2024.04.19 收盘)	15
---	----

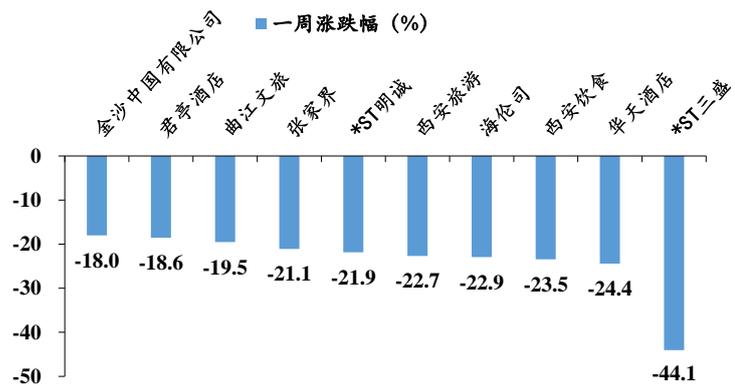
7.27%、学大教育上涨 5.88%、中青旅上涨 3.75%；排名后五的个股分别为*ST 三盛下跌 44.06%、华天酒店下跌 24.41%、西安饮食下跌 23.46%、海伦司下跌 22.95%、西安旅游下跌 22.67%。

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. 火锅行业创新迭代有望再提升，规模突破、内卷加剧下品牌相继按动加盟键

4月19日据财经网报道，复盘创新举措，海底捞2023年业绩公告显示，之于产品创新和形式创新方面，海底捞去年推出全国性新品共29款，升级全国性菜品13款，新开发或更新优化本地菜品超过300款，其中包括30多款特色锅底；同时，海底捞也努力尝试门店的形式创新，推出海底捞牛肉工坊、海鲜工坊、羊肉

工坊，提供更具地区特色餐饮体验；在新业态开拓中，海底捞全国首家露营火锅店去年 9 月于上海正式营业，同年 10 月，海底捞还在西安推出首家校园火锅创新试点，以丰富用餐场景。另据海底捞知食局公众号，今年 3 月，海底捞首家企业餐厅在西安华为研究所正式开业，该店具有独立空间近 400 平方米。“2023 年，火锅因其社交性突出，成了不少创业者青睐的赛道。与此同时，火锅赛道的创新活力亦达到了一个新高度，无论是锅底口味、菜品类型，还是商业模式、品牌传播方式等，都出现了新玩法。”红餐品牌研究院在《火锅品类发展报告 2023》中指出。细分至不同层面来看，据《火锅品类发展报告 2023》显示，在味型上，重庆老火锅味道和酸香味型，已成为近年来行业内公认的火锅味型流行趋势，其中，重庆火锅赛道的珮姐老火锅、楠火锅、朱光玉火锅馆、萍姐火锅等品牌正在崛起，而主流火锅品牌陈记顺和牛肉火锅、湊湊火锅也引入冬阴功锅底；其次，在产品引入过程中，随着消费者需求升级，“火锅+”的趋势愈演愈烈，从之前的茶饮、甜品，到如今的卤味小吃，甚至各种主食也开始轮番上阵；再者，在门店商业模式开发下，部分火锅品牌选择把火锅作为主菜，搭配其他正餐菜品，例如广顺兴主打“猪肚鸡火锅+粤菜”；此外，在场景创新方面，当下的火锅品牌更注重以情绪价值切入，笨姐居民楼火锅、山城十八号·天台火锅店把门店开在居民楼、天台中，殷火锅则把门店开在公园里。创新意识愈发强烈，也在一定程度上反映出火锅行业背后的同质化现象正在成为企业需克服的问题之一。（来源：财经网）

2. 奈雪的茶：2024 年第一季度净新增 23 间奈雪的茶直营门店，关停 28 间直营门店

4 月 19 日据财经网报道，4 月 18 日，奈雪的茶发布 2024 年第一季度运营情况。当中披露，2024 年第一季度内，集团录得净新增 23 间奈雪的茶直营门店，关停 28 间奈雪的茶直营门店。截至 2024 年 3 月 31 日，集团共经营 1597 间奈雪的茶直营门店，另有 205 间奈雪的茶加盟门店，主要集中在中、低线城市。加盟业务方面，2024 年 2 月，加盟商要求优化，门店店型更灵活，面积要求有所下降，单店投资金额也下降到人民币 58 万元。这将帮助降低加盟商的资金压力，助力加盟业务持续增长。（来源：财经网）

3. Tims 天好中国去年营收增长 55.9%至 15.76 亿元，Tims 天好咖啡和 Popeyes 门店数达 912 家

4 月 19 日据财经网报道，近日，Tim Hortons 中国业务及炸

鸡汉堡品牌 Popeyes 中国业务公布 2023 年第四季度及全年财报。财报显示，公司第四季度总营收达到 3.91 亿元，同比增长 29.8%。2023 年全年营收 15.76 亿元，同比增长 55.9%。同时，Tims 天好中国第四季度自营门店层面经调整后 EBITDA 为 1590 万，同比增长 23.9%，已经连续 6 个季度为正。另据财报披露，第四季度新开门店 149 家，其中加盟店 109 家，单季度拓店数量创上市以来新高。截至 2023 年 12 月 31 日，Tims 天好咖啡和 Popeyes 全国门店数达到 912 家，同比增长 47.8%。其中自营门店 629 家，加盟店 283 家，已覆盖全国 68 个城市。（来源：财经网）

4. 茶颜悦色开起小酒馆，首批 5 家店于 4 月 15 日开业

4 月 19 日据财经网报道，4 月 14 日，茶颜悦色官宣开酒馆——“昼夜诗酒茶”艺文小酒馆。昼夜诗酒茶是茶颜悦色旗下一家以艺文/诗歌为主题的休闲型兴趣酒馆，首批将有 5 家店同时开业，集中在长沙五一商圈，分别为昼夜 7mall 外街店、昼夜太平粮仓店、昼夜突兀店、昼夜星月楼西北角店、昼夜世纪情三层店，开业时间为 4 月 15 日。（来源：财经网）

5. 茶百道预计 4 月 23 日挂牌上市，发行 1.48 亿股，发售价每股 17.5 港元

4 月 19 日据财经网报道，4 月 15 日，茶百道发布公告，宣布拟全球发售股份约 1.48 亿股，4 月 15 日至 4 月 18 日进行招股，发售价为每股 17.50 港元，预计 4 月 23 日于港交所主板挂牌上市。（来源：财经网）

6. 新股消息 | 传东郊到家拟香港 IPO 拥有 1000 万以上注册用户和 2.5 万以上签约技师

4 月 19 日据智通财经报道，拥有逾 2.5 万按摩技师的上门按摩服务平台东郊到家拟香港 IPO，创始人汤帆在重庆首届 O2O 行业发展大会上透露，截至 2023 年底，东郊到家完成了部分 IPO 的规划实施及合规准备工作，合作的上市中介机构为业内顶级团队，为 IPO 奠定了坚实基础。4 月 17 日，有媒体致电汤帆，确认东郊到家 IPO 确实正在推进中，未来计划在香港上市。据官网介绍，东郊到家为重庆聚米网络科技有限公司旗下品牌，于 2018 年成立，是国内领先的上门推拿 O2O 服务平台，提供专业、正规、安全、便捷的 24 小时上门推拿服务。客户群以商旅人士、本地高端消费人士为主。作为行业领头羊，东郊到家目前在 22 个人口过千万的城市开通运营中心，拥有 1000 万以上注册用户和 2.5 万以上签约

技师。有财经媒体报道，预计其 2024 年营收达 38 亿元，2025 年升至 65 亿元，现估值 35 亿元。（来源：智通财经）

7. 好多素教与好未来、中科星图签署战略合作协议

4 月 19 日据 36 氪报道，4 月 18 日，2024 好多素教全国合作伙伴大会在重庆召开。会上，好多素教分别与好未来、中科星图签署战略合作协议，在课后服务产品设计、课程研发等方面全力合作。据介绍，截至 2024 年春季学期，好多素教服务已覆盖 26 个省份，300 多个区县，6000 多所学校，服务学生超 600 万，储备老师超 16 万名。（来源：36 氪）

1.3.2 公司公告

1. 【九华旅游】九华旅游(603199.SH)4 月 19 日发布 2023 年年报，公司实现营业收入 7.24 亿元，同比增长 117.94%；实现归属于母公司净利润 1.75 亿元，较上年同期实现扭亏为盈。公司作为国内知名的旅游企业，致力打造“创造旅游生活新方式”的经营理念，为游客提供专业、精品的旅游综合服务。报告期内，公司主要业务包括酒店、索道缆车、客运、旅行社，构建了完整的旅游产业体系。具体情况如下：1. 酒店业务：公司在景区及周边经营聚龙大酒店、东崖宾馆、西峰山庄、大九华宾馆、平天半岛大酒店、五溪山色大酒店和九华山中心大酒店等七家酒店，均在本地中高端市场上占据主导地位，是公司打造精品服务、树立品牌形象的重要窗口。2. 索道缆车业务：公司在景区内经营天台索道、百岁宫缆车和花台索道等三条索道缆车，提供运客观光服务，其区位优势独特，是公司重要而稳定的收入来源。3. 客运业务：公司下属的客运公司，拥有景区内的客运专营权，为游客提供景区内外部的客运、旅游车辆租赁等服务，是公司产业联动、整合内外部资源的有机链条。4. 旅行社业务：公司拥有中旅分公司、国旅分公司、九之旅分公司等六家旅行社，作为本地的龙头企业，以九华山以及池州市区域旅游资源为依托，重点开发会议、团队以及定制化旅游产品，在各自的定位市场中具有稳定的客源和完善的营销网络。公司旗下九华山旅游在线电子商务分公司，自主运营在线旅游平台——“九华旅游 603199”微信公众平台以及电商旗舰店，是九华山对接大型 OTA 落地服务平台和区域旅游企业综合服务电商平台。公司下属的预订中心平台，是接洽九华山目的地接客市场的重

要服务平台。

2. 【九华旅游】九华旅游(603199.SH)4月19日发布2024年第一季度报告,2024年第一季度实现营业收入1.8亿元,同比下降6.13%;实现归母净利润5208.15万元,同比下降15.80%;基本每股收益0.47元;加权平均净资产收益率为3.61%,减少1.24个百分点。
3. 【复兴旅游文化】复兴旅游文化(1992.HK)4月18日发布2023年年报,随著疫情放开后旅游出行需求的强劲释放,复星旅文全球业务全面复苏。2023年,集团录得旅游运营的营业额(按一致汇率计)达人民币18,125.1百万元,同比增长19%,较疫情前的2019年增长28%。经调整EBITDA达人民币3,729.9百万元,同比增长59%。集团收入增长至人民币17,151.8百万元,同比增长24%。归属于股东之利润为人民币307.2百万元,同比大幅增长156%,实现扭亏为盈。Club Med全球业绩创历史新高,营业额达人民币15,122.5百万元,同比增长19%,欧非中东、美洲、亚太三大区域市场均恢复至疫情前水平。凭借度假村升级战略的有效推进,平均每日床位价格持续提升,Club Med盈利能力大幅增强,经调整EBITDA同比增长47%,达人民币3,207.9百万元。中国业务在经历了艰难的2022年后迎来了旅游市场的报复性反弹。Club Med中国区在出境游复苏较缓的情况下营业额同比增长86%,其中中国境内度假村营业额超过2019年的40%。三亚亚特兰蒂斯创历史新高,凭著住宿、餐饮、MICE、乐园及娱乐等多元业态的一同发力,营业额首次达到人民币1,674.9百万元,平均入住率维持高位,达82%,到访客户人次达608万。2023年,太仓阿尔卑斯国际度假区盛大揭幕。项目包含阿尔卑斯雪世界、地中海白日方舟·太仓度假村、阿尔卑斯时光境商业街区等主题体验区,从2019年开工到顺利开业,克服了三年疫情的种种困难,实属不易。这些努力也得到了市场认可,受益于近年来蓬勃兴起的城市度假和冰雪旅游需求,项目表现稳步提升,已成为长三角一个新晋的网红打卡胜地。2024年,预期全球旅游市场会延续良好复苏势头。根据联合国世界旅游组织的预测,国际旅游业将在2024年完全恢复至疫情前的水平,尤其是中国近期推出的一系列签证便利化政策,将加速整个亚太地区旅游市场的复苏。截至2024年3月2日,Club Med录得2024年上半年的累计预订量(按一致汇

率以住宿、旅行及服务之营业额计)较 2023 年同期增长约 14%，较 2022 年同期增长约 53%。2024 年首两月，三亚亚特兰蒂斯录得营业额人民币 464.2 百万元，较 2023 年同期增长 17%，平均客房入住率达 95%，平均客房价格达人民币 2,988.9 元。

4. 【海伦司】海伦司 (9869.HK) 4 月 18 日发布 2023 年年报，2023 年度，随著 COVID-19 疫情管控措施的取消，我们的酒馆门店陆续恢复正常经营，我们的经营溢利得到了显著提升。2023 年度，我们录得人民币 12.1 亿元的收入，较 2022 年度收入人民币 15.6 亿元减少，主要系公司向轻资产模式进行战略转型，主动调整直营门店网络，大力发展合伙人门店网络所致。2023 年度，我们门店层面贡献毛收益率达 70.1%，较 2022 年度的贡献毛收益率 64.0%有所提升。尽管收入减少，2023 年度我们录得经调整净利润 280.2 百万元，经调整净利润率达 23.2%，而我们 2022 年度经调整净亏损为人民币 240.8 百万元。2023 年，为适应经济环境的复杂变化，公司坚定向平台型公司、轻资产模式进行战略转型，主动调整存量门店网络，大力发展合伙人门店网络，以充分调动社会优质资源，重新进行长期的市场布局。截至 2023 年 12 月 31 日，我们的酒馆网络从 2022 年 12 月 31 日的 767 家减少至 479 家。随著「嗨啤合伙人」计划的快速顺利推进，截至 2024 年 3 月 19 日，公司酒馆门店网络数量增长至 503 家，并将继续重新加速扩张。「嗨啤合伙人」计划的成功，反映了我们广阔的市场需求及品牌的行业领先地位。截至 2024 年 3 月 28 日，「嗨啤合伙人」门店已累计签约 383 家，其中已开业 188 家；覆盖从一线城市至县级城市共 136 个城市，其中有 69 个系存量市场，67 个系新进市场。「嗨啤合伙人」计划的成功，更体现了新单店模型与市场环境的契合。一方面，低保本点（即维持门店盈亏平衡所需的每日营业额）的单店模型，能更好的适应经济环境的波动，提高门店的抗风险能力；另一方面，通过调动合伙人的外部优质资源，例如优质的门店选址丰富的获客资源、适合当地市场的灵活营销渠道等，可以实现双方优势互补，亦能提升门店经营业绩，实现更高的门店坪效，还可灵活及时应对市场竞争，有利于门店的长期稳定发展。
5. 【奈雪的茶】奈雪的茶(1569.HK) 4 月 18 日发布 2024 年第一季度运营情况，在本季度内，本集团录得净新增 23 间奈雪的茶

茶直营门店，关停 28 间奈雪的茶直营门店。截至 2024 年 3 月 31 日，本集团共经营 1,597 间奈雪的茶直营门店，另有 205 间奈雪的茶加盟门店，主要集中在中、低线城市。受气温较低等因素影响，本季度为本集团业务淡季，我们并未看到需求快速恢复的迹象。尽管如此，「奈雪八香」系列仍然取得了不错的表现。另外，2023 年初，受到疫情结束及公共卫生管控措施放松等因素影响，门店表现出色。我们预计，这一基数影响将至少持续至 2024 年 4 月。加盟业务方面，2024 年 2 月，我们优化了对加盟商的要求，门店店型更灵活，面积要求有所下降，单店投资金额也下降到人民币 58 万元。这将帮助降低加盟商的资金压力，助力加盟业务持续增长。

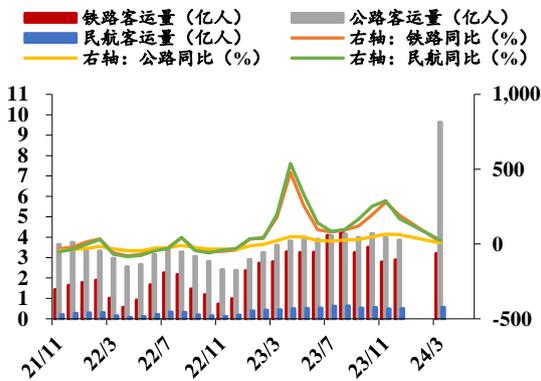
6. 【行动教育】行动教育(605098.SH)4月16日发布2023年度年报，2023年，公司实现营业收入67,224.11万元，较上年增长49.08%；实现净利润22,026.53万元，较上年增长96.54%；截至2023年12月31日，公司总资产209,647.93万元，较上年同期增长7.48%；归属于上市公司股东的净资产95,906.69万元，较上年同期下降10.05%，主要是公司进行了2022年度每10股派发现金红利20元（含税）和2023年半年度每10股派发现金红利8元（含税）的权益分派，共派发现金红利33,062万元（含税）。公司始终围绕“忠于用户价值，提升企业家的管理能力”，通过三个维度积极提升自身竞争力：1、产品升级——引入世界级课程、大师级导师，涵盖组织发展、人才发展、梯队建设、人力资源改革和创新，提升公司实效教育的核心竞争力；2、研发创新——自主研发，知识产权创新，针对“专精特新”、“小巨人”以及围绕“如何帮助企业加速成为第一”研发系列课程；3、渠道拓展——高质量发展人才梯队，提升人效，加强团队建设，提升人效。
7. 【华谊腾讯娱乐】华谊腾讯娱乐(0419.HK)4月16日发布2023年度年报，2023年本集团持续经营业务收入录得1,344,031,000港元（2022年：1,581,391,000港元），较2022年减15%，其中一个主要原因是「娱乐及媒体」分部目前并无计划投资新的娱乐及媒体项目，导致年内收入大幅减少99.5%至约682,000港元（2022年：150,964,000港元）。年内，本集团其中一个主要收入来源为医疗产业数字化运营服务「医智诺」，占本集团全年收入70%（2022年：38%），

「医智诺」收入大幅增加 56%至约 943,936,000 港元（2022 年：606,218,000 港元）。医智诺向医药企业提供的数字化运营服务（包括数字化管理系统、线上营销及推广服务、临床科研服务以及苻蓉 SaaS 平台）现经证明属可持续增长的一种成功模式，与医智诺签署合约的医药企业数目大幅增加 53% 至 245 家（2022 年：160 家），反映「医智诺」提供的服务获得广大药企客户认可。另一方面，为提高毛利率及减少经营亏损，「獐哥健康」管理层有意削减医疗服务业务及毛利率较低的健康消费收入来源并专注于探索毛利率较高的新产品/服务。虽然因此来自「獐哥健康」业务之收入减少 52% 至约 399,413,000 港元（2022 年：824,209,000 港元），其毛利实质大幅上升 75% 至 28,529,000 港元（2022 年：16,282,000 港元）。娱乐及媒体业务方面，本集团于 2023 年内没有投资新的影视项目，分部业绩实现转亏为盈，录得分部盈利 3,550,000 港元（2022 年：分部亏损 122,882,000 港元）。本公司持股 30.77% 的韩国 HB 娱乐则于年内推出两部电视剧「幸福对决」及「我的男神丘比特」，使得韩国 HB 娱乐的收入比去年大幅增长，录得相当于 245,352,000 港元（2022 年：33,283,000 港元），本集团分占的亏损收窄 68% 至约 1,556,000 港元（2022 年：分占亏损 4,817,000 港元）。本集团也逐步剥离非核心业务以更优化配置集团资源，健康及养生服务「北湖 9 号俱乐部」已于 2023 年 10 月 5 日终止业务，此后本集团不再从事「北湖 9 号俱乐部」的营运。年内录得收入约 92,271,000 港元（2022 年：110,670,000 港元）。年内上述已终止业务之亏损为 5,787,000 港元（2022 年：溢利 1,103,000 港元）。总括而言，本集团「医智诺」及「獐哥健康」业务于年内均减少约一半的亏损金额，加上「娱乐及媒体」分部转亏为盈，使得本集团全年亏损大幅收窄至 125,354,000 港元（2022 年：316,598,000 港元），同比亏损下降逾 60%。

2 行业数据跟踪

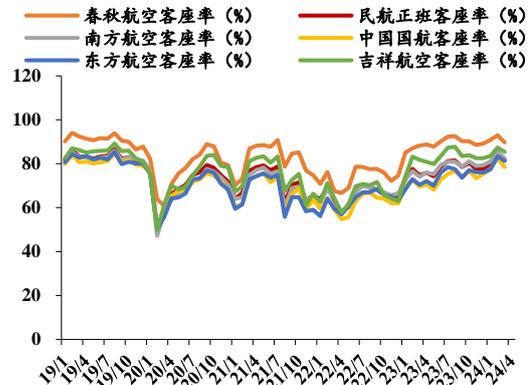
2.1 出行数据跟踪

图 6：全国交通月度客运量及同比（亿人，%）



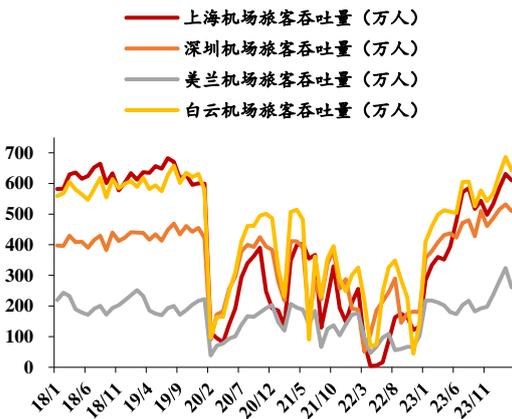
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：国内主要航空公司月度客座率（%）



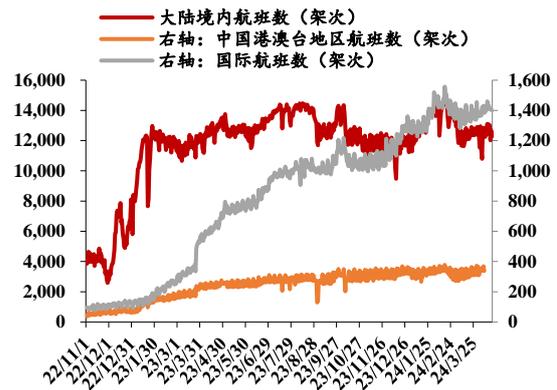
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 8：国内主要机场月度旅客吞吐量（万人）



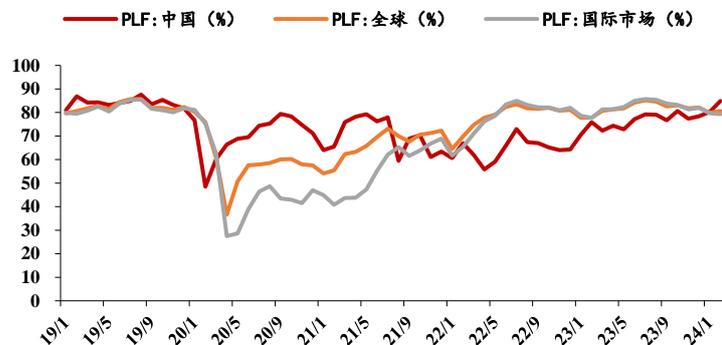
资料来源：Wind，上海证券研究所

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（%）

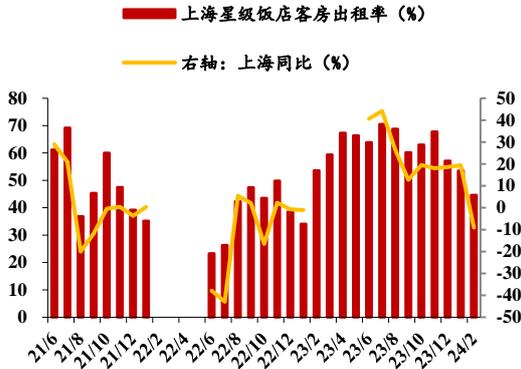


资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 酒店数据跟踪

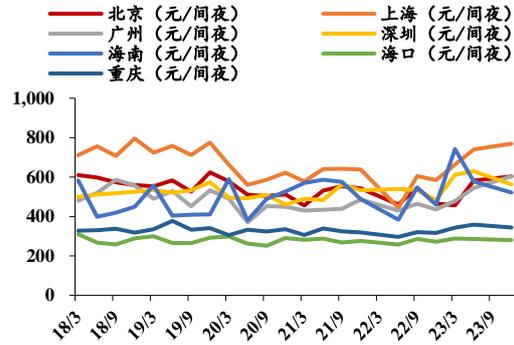
2024年2月上海星级酒店平均客房出租率为44.60%，同比下降9.00pct，恢复至2020年同期874.51%。

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)

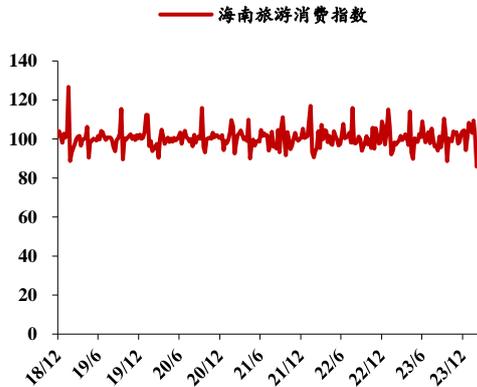


资料来源: Wind, 上海证券研究所

2.3 海南旅游数据跟踪

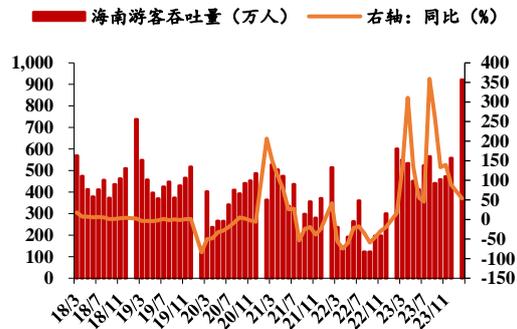
2024年2月海南旅客吞吐量为922.06万人，同比增加53.50%，比2020年同期增加677.52%。

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

2024年3月北京餐饮门店数量为137680家，环比增长5.49%，较2023年3月增长1.87%。

蜜雪冰城2024年3月开店274家，同比下降20.35%，2023全年共开店5656家。瑞幸咖啡2024年3月开店380家，同比下降34.71%，2023全年共开店8970家。老乡鸡2024年3月开店

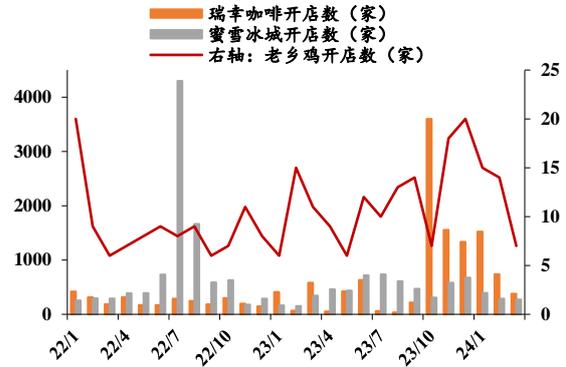
7家，同比下降36.36%，2023全年共开店141家。

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 2024.04.19 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	52.40	50.39	187.41
9896.HK	名创优品	509.90	638.17	145.10
6862.HK	海底捞	889.61	1374.48	133.02
300662.SZ	科锐国际	35.74	290.69	15.11
603099.SH	长白山	53.87	-57.39	
601888.SH	中国中免	1479.39	5113.96	-47.42
1179.HK	华住集团-S	946.98	-1821.00	
600138.SH	中青旅	86.06	-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。