



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

政策强力背书，旅游市场供需两旺

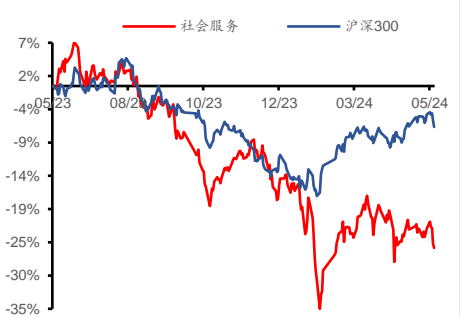
——社服行业周报（2024.05.20-05.24）

增持（维持）

行业： 社会服务
日期： 2024年05月26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：

《旅游业获“旅游强国”重要指示，县域旅游假期表现突出》

——2024年05月19日

《五一出游需求全面释放，关注假日经济投资机会》

——2024年04月28日

《“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》

——2024年04月21日

主要观点

政策强力背书，旅游市场供需两旺。5月24日，国家发展改革委、住房城乡建设部、文化和旅游部、国家电影局、广电总局、国家文物局联合对外发布《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，提出力争到2027年，引导推动全国文化和旅游领域更新一批设施设备，保持相关投资规模持续稳定增长，全面提升服务质量，推动文化和旅游高质量发展。《方案》部署了8方面行动：一是实施观光游览设施更新提升行动，更新升级游客运载设备、旅游观光设备。二是实施游乐设施更新提升行动。三是实施演艺设备更新提升行动。四是实施智慧文旅改造提升行动，更新升级智能管理服务设备、沉浸式体验设备。五是实施文物保护利用能力提升行动，加快替换博物馆老旧设备，更新升级文物勘察、科研和展示设备。六是实施电影产业高新促进行动，推动电影拍摄水平提质升级，提高电影制作整体水平，推进电影放映技术自主创新。七是实施高清超高清设备更新提升行动，提升超高清频道制播和传输覆盖能力，加快内容制播传输发射设备升级。八是实施历史文化名城和街区保护行动，更新升级保护管理和监测设备。《方案》明确，各地要统筹多渠道资金，给予积极支持。鼓励文化和旅游领域企事业单位运用自有资金积极进行设备更新，提高服务质量。将符合条件的重点项目纳入超长期特别国债等资金支持范围。引导政策性、商业性金融机构加强对文化和旅游领域设备更新的支持。我们认为，旅游持续获得政策强力背书有望自上而下有效激活旅游市场，带动旅游产业发展，高景气度有望延续。同时，一年之中时间最长暑期旅游旺季也即将来临，建议关注旅游出行产业链相关上市公司。

出海业务增长超内地，东南亚成新增长引擎。潮玩品牌发布的财报显示，海外市场的营收增长显著。泡泡玛特2024Q1显示，其港澳台及海外营收同比增长245%—250%。东南亚是公司目前发展最快的一个区域市场，2023年年底线下门店数量达到15家，公司计划在2024年进驻印尼、越南、菲律宾等国家补齐东南亚版图。截至2024年3月底，名创优品已在全球构建了超6600家门店的零售网络，其中海外市场近2600家。公司24Q1海外市场的收入同比增长52.6%。根据最新发布的《2023全球授权市场报告》，2022年全球授权商品及服务零售额增长至3408亿美元，较2021年增长8.02%，在零售、娱乐、体育等多个类别中，授权商品的全球销售额持续增长。在这背后，其实是品牌利用IP经济，不断提高创新能力，以文化的新质生产力走出国门，逐渐

增大了在国际市场中的竞争力和影响力。看好潮玩品牌海外门店扩张加速和品牌 IP 变现潜力，建议关注泡泡玛特、名创优品。

过去一周市场表现 (2024.05.20-05.24):

过去一周申万社会服务行业指数下跌 3.98%，板块整体跑输沪深 300 指数 1.90pct。沪深 300 下跌 2.08%，上证指数下跌 2.07%，深证成指下跌 2.93%，创业板指下跌 2.49%。在 31 个申万一级行业中，社会服务排名第 23 名。申万社会服务各二级行业中，酒店餐饮下跌 4.79%，旅游及景区下跌 2.90%，教育下跌 3.00%，专业服务下跌 5.23%。

■ 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 (2024.05.20-05.24)	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	14
2.1 出行数据跟踪	14
2.2 酒店数据跟踪	15
2.3 海南旅游数据跟踪	15
2.4 餐饮数据跟踪	15
3 附表	16
4 风险提示	16

图

图 1: 过去一周市场表现 (2024.05.20-05.24) (%)	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, %)	14
图 7: 国内主要航空公司月度客座率 (%)	14
图 8: 国内主要机场月度旅客吞吐量 (万人)	14
图 9: 中国执行航班数量 (架次)	14
图 10: IATA 月度客座率 (%)	14
图 11: 上海平均客房出租率及同比 (%)	15
图 12: 主要城市星级酒店平均房价 (元/夜)	15
图 13: 海南旅游消费价格指数	15
图 14: 海南旅客吞吐量 (万人) 及同比 (%)	15
图 15: 北京餐饮门店数量 (家)	16
图 16: 部分餐饮企业近一年开店数量 (家)	16

表

表 1: 社会服务建议关注个股 (至 2024.05.24 收盘)	16
---	----

1 过去一周市场回顾 (2024.05.20-05.24)

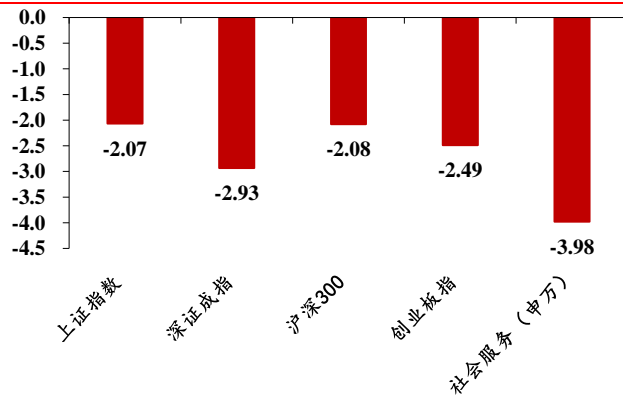
1.1 板块行情回顾

过去一周申万社会服务行业指数下跌 3.98%，板块整体跑输沪深 300 指数 1.90pct。沪深 300 下跌 2.08%，上证指数下跌 2.07%，深证成指下跌 2.93%，创业板指下跌 2.49%。

在 31 个申万一级行业中，社会服务排名第 23 名。

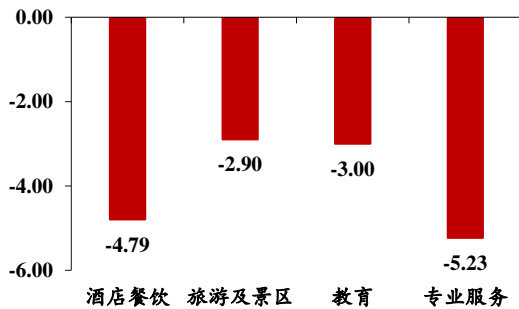
过去一周申万社会服务各二级行业中，酒店餐饮下跌 4.79%，旅游及景区下跌 2.90%，教育下跌 3.00%，专业服务下跌 5.23%。

图 1：过去一周市场表现 (2024.05.20-05.24) (%)



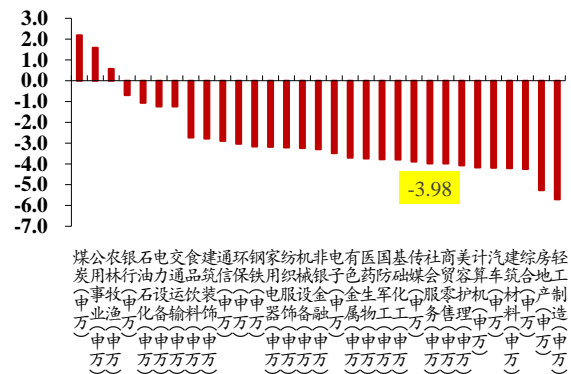
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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) (%)



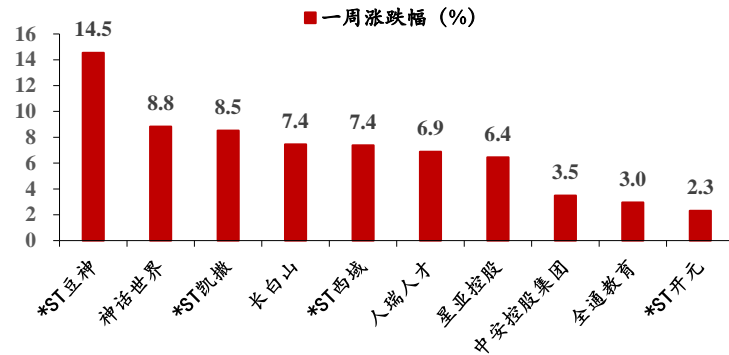
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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 (2024.05.20-05.24) 社会服务行业涨幅排名前五的个股分别为 *ST 豆神上涨 14.55%、神话世界上涨 8.82%、*ST 凯撒上涨 8.52%、

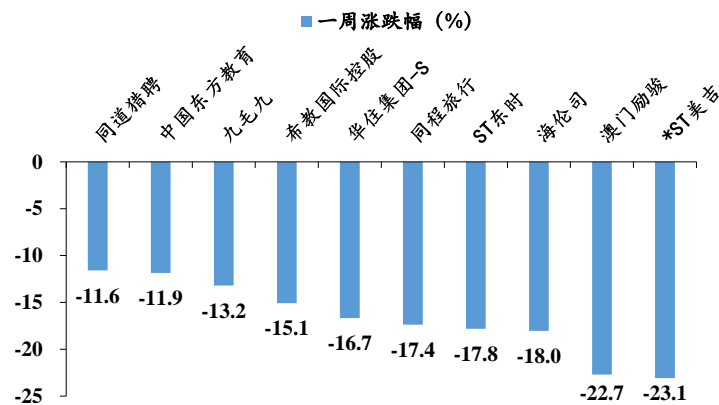
长白山上涨 7.45%、*ST 西域上涨 7.38%；排名后五的个股分别为 *ST 美吉下跌 23.08%、澳门励骏下跌 22.71%、海伦司下跌 18.03%、ST 东时下跌 17.81%、同程旅行下跌 17.37%。

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 年我国餐饮食材消费规模同比增长 20.45%

5 月 24 日据科创板日报报道，中国物流与采购联合会发布《中国食材供应链发展报告（2024）》。报告显示，2023 年我国食材消费规模增速显著。餐饮食材消费规模达到 2.12 万亿元，同比增长 20.45%。零售食材消费规模达到 7.25 万亿元，同比增长 7.66%。得益于餐饮市场的恢复发展，餐饮业连锁化率不断提升，我国食材消费由“数量驱动”逐渐转向“质量驱动”。（来源：科

创业板日报)

2. 烧烤赛道烽烟又起！木屋烧烤3年布局110+卫星店

5月24日据餐饮老板内参报道，作为直营连锁规模最大的烧烤品牌，木屋烧烤近几年相当低调。不过其官网数据仍掩不住其“野心”，目前总门店数约340+家，外卖店数量已经飙升到了110+家，均为直营门店。距离“百城千店”又更近了一步。在“堂食+外卖”双主场的大时代下，品牌外卖店，即“品牌卫星店”，已经成为当下餐饮市场流行的一种新商业模式。多家头部品牌都积极投身卫星店的探索，木屋烧烤便是其中一位“先行者”。其实这些外卖店也并非“一口气”开出来的。木屋烧烤早在2020年底就已经在深圳试水了5家外卖店，先踏踏实实打造了外卖模式下的运作流程、人员结构、评估考核等系统。将时光的指针回拨到2021年，创始人隋政军振臂一呼：“去外卖，停折扣！”而这里的“去外卖”，其实是停止堂食店的外卖业务。当时的木屋烧烤，已经明白外卖就是一把“利刃”，能救门店于“水火之中”。彼时木屋烧烤全国近150家门店被迫关闭堂食，通过发力线上外卖、社区团购等消费场景，短短2个月营业额就恢复了95%。隋政军在2021年就做出了颇有远见的判断：堂食和外卖分离将是所有正餐、休闲餐饮等以线下体验为主的餐饮的大趋势。外卖占比到了一定程度之后，会严重冲击堂食的运营秩序。外卖单在堂食店的系统中，全部是‘第一优先’，也就是说堂食的顾客会一直处于‘被插队’状态。外卖单量少无所谓，当外卖单量越来越多，对堂食顾客的影响就会越来越大。如今看来，木屋烧烤堂食店+外卖店，两条腿走路的策略，仍在稳步践行中。（来源：餐饮老板内参）

3. 全球旅业复苏 中外OTA平台一季度财报谁更出彩？

5月24日据中国网科技报道，5月3日，Booking、Expedia等国际OTA平台相继发布2024年第一季度财报。5月21日，携程发布2024年第一季度财报。至此，国内外主要OTA平台一季度成绩单均已披露。受益于全球旅游市场复苏，三家OTA平台一季度营收同比均正向增长。增长之下，增长快慢及增长质量，各家还是略有差异。国际化程度更高的Booking、Expedia依然保持全球领先态势。2024年第一季度，Booking总收入为44亿美元，Expedia总收入为29亿美元，携程则为16亿美金。从绝对值看，前者是携程收入近3倍，后者是近2倍。不过，背靠中国市场，携程正在快速追赶。文旅部的数据显示，2024年一季度，国内出游人次14.19亿，同比增长16.7%。国内游客出游总花费1.52万

亿元，同比增长 17.0%。在高速增长的市场上，携程一季度营收同比增速达到 29%，而 Booking 一季度收入同比增长 16.9%，Expedia 同比增长 8.4%。环比维度看，Booking、Expedia 收入环比前一季度增速分别为-7.7%、0.1%，携程则为 15%。如果把时间拉长，看 2023 年整体增速，携程也同样领跑。23 年全年，Booking 收入同比增长 25%，Expedia 为 10%，携程则高达 122%。在国内旅游市场高速增长的基础上，国际业务也给携程提供新动力。随着签证简化、国际航班恢复等措施落地，中国出入境旅游需求从今年加速释放。一季度，相比国内酒店和机票预订同比 20% 的增速，携程出境酒店和机票预订同比增速均超 100%，入境游预订同比增长更是超过 4 倍。财报电话会议上，携程集团 CEO 孙洁透露，携程国际版 Trip.com 一季度总收入同比增长约 80%，入境游对 Trip.com 的收入贡献达 20%，而 Trip.com 对携程集团一季度收入的贡献约 10%，其中超 70% 来自亚洲市场。根据携程的规划，未来 3-5 年内，将成为亚洲最领先的在线旅行平台，以及全球最领先的在线交通票务平台。国际业务的补足，将对于携程追赶国际巨头大有裨益。作为撮合商家与用户交易的平台，佣金是 OTA 企业主要的收入来源，即用户在 OTA 平台订酒店、订机票，酒店、航司会给 OTA 一部分佣金。于是，佣金率就成为行业比较关心的话题。合理的佣金率，能够兼顾 OTA 平台和旅游业商家的利益，实现共赢，过高或者过低，都不利于双方平衡，也不利于行业可持续发展。目前来看，国内 OTA 平台佣金率远低于国际同行，更加合理。不论是酒店住宿还是机票预订，国际 OTA 平台佣金率都普遍高于国内平台。仍以 Booking、Expedia、携程三巨头为例。鉴于广告、保险等增值服务，对 OTA 平台收入贡献较低，三家的整体佣金率可简单用平台收入除以平台交易额计算。2023 年，Expedia 集团收入为 128.4 亿美元，交易额为 1040.8 亿美元，整体佣金率约 12.3%；Booking 集团收入 213.6 亿美元，交易额 1506.3 亿美元，整体佣金率约 14.2%。携程 2023 年收入为 62.7 亿美元，交易额 1600 亿美元，包含交通、酒店、度假等业务的整体佣金率仅为 4% 左右。相比之下，国际巨头整体佣金率普遍为携程的 3 倍及以上。OTA 与旅游商家是荣辱与共的利益共同体，不可能存在某一方持续好，某一方持续坏的情况。当下，携程 4% 的整体佣金率，兼顾了 OTA 平台和旅业商家的利益，使得前者能投入更多技术创新，持续消除信息不对称，带动行业效率提升；也能使后者更多资金投入产品与服务创新，不断优化供给侧水平。

（来源：中国网科技）

4. 刮刮乐缺货？官方回应：仍需一段时间缓解

5月24日据证券时报网报道，多地网友表示彩票店的刮刮乐出现缺货的情况，引发关注。多位经营者表示，近期各面值的刮刮乐确实出现货源短缺，暂时没有接到恢复正常供货的通知。据了解，去年年末以来，三里屯商圈周边新增了多个彩票销售点。值得一提的是，除了普通商铺新增彩票销售来增加收入外，著名餐饮品牌海底捞也开始售卖彩票。目前北京多个海底捞门店都有相关业务，该服务自去年11月推出以来备受欢迎，甚至“半年卖光了一年内的存货”。除了娱乐，刮刮乐近期也成为了“送礼佳品”：不少年轻人购买一整本的刮刮乐用作礼物或包装成花束送出，既有新鲜感，也兼顾实用性。针对缺货，中国福利彩票表示，最近即开票市场需求旺盛，生产供应跟不上，导致缺票，这个问题还需要一段时间来缓解。中国福彩中心已针对该情况进行了解，并督促和指导省市彩票机构进一步优化机制，保障即开票的供应。近日财政部公布的数据显示，1至3月全国共销售彩票1494.66亿元，同比增加246.42亿元，增长19.7%。彩票类型中，刮刮乐也就是即开型彩票的增幅最多，销售总额达389.75亿元，同比增加174.85亿元，增幅81.4%。2023年彩票销售数据同样体现该趋势，2023年全国共销售彩票5796.96亿元，同比增长36.5%。其中，即开型彩票销售1190.21亿元，同比增加595.74亿元，增长100.2%。（来源：证券时报网）

5. 靠“奥特曼”回血，游族创始人朱伟松携布鲁可赴港上市

5月24日据蓝鲸财经报道，5月17日，港交所官网显示，布鲁可集团有限公司（以下简称“布鲁可”）向港交所递交招股说明书，拟主板挂牌上市，高盛和华泰国际担任联席保荐人。当今拼搭类玩具市场中，第一梯队的乐高和万代拥有一众忠实粉丝，在二级市场中，也有奥飞娱乐、泡泡玛特、TOP TOY、彩星玩具等多家涉及玩具业务的上市公司深受资本追捧。有着游族网络的创业经验，在朱伟松专注带领下，布鲁可逐渐成长为中国最大、全球第三大的拼搭角色类玩具企业。据弗若斯特沙利文的资料，2023年布鲁可实现约18亿元GMV，同比增长超过170%，是全球增速最快的规模化玩具企业。目前，布鲁可的玩具产品主要分为“拼搭角色类玩具”和“积木玩具”两类。“拼搭角色类玩具”中，“奥特曼”、“宝可梦”、“变形金刚”等知名IP深受市场欢迎。2023年，布鲁可收入暴增，业绩扭亏为盈。招股书显示，2021年至2023年，布鲁可录得收入3.30亿元、3.26亿元、8.77亿元；经调整后的期间利润分别为-3.56亿元、-2.25亿元、7288.2万元。能够发生

如此大的业绩转变，主要源于布鲁可拿到了知名 IP “奥特曼” 并进行了业务转型。2021 年以前，布鲁可仅销售“积木玩具”，收入占比达 97.5%，2021 年，布鲁可与“奥特曼”的 IP 授权方签订了授权协议，获得了在中国设计、开发、生产及销售奥特曼拼搭角色类玩具的授权，并于 2022 年开始正式销售“拼搭角色类玩具”。2022 年，“积木玩具”的收入下滑超 1 亿元，而新增销售的“拼搭角色类玩具”则填补了这 1 亿元，使得 22 年玩具产品的总收入与 21 年整体持平。期间，布鲁可先后推出了 6 个系列的“奥特曼”产品，上市首季度销量在 14.01 万件至 80.35 万件之间。2023 年第一季度，布鲁可的“奥特曼”推出第七系列，该系列销量暴增，上市首季度销量直接突破百万，达到 127.49 万件。同年，布鲁可顺势推出第八、第九、第十系列，上市首季度销量分别达到 224.79 万件、289.94 万件、422.68 万件。在产品定价上，布鲁可的主流产品价格 19.9 元至 399 元不等，2023 年，“拼搭角色类玩具”的平均售价为 21 元。从“积木玩具”转向“拼搭角色类玩具”后，布鲁可的毛利率有了明显提升。2021 年至 2023 年，布鲁可的毛利率分别为 37.4%、37.9%、47.3%，2023 年，“拼搭角色类玩具”的毛利率为 48.4%，而“积木玩具”仅为 38.7%。借力“奥特曼”这个大 IP，布鲁可业绩大增，2023 年，“拼搭角色类玩具”反超“积木玩具”，收入占比达 87.7%。截至 2024 年 3 月 31 日，布鲁可拥有的授权 IP 超过 30 个，包括奥特曼、变形金刚、火影忍者、小黄人、名侦探柯南、凯蒂猫等知名 IP，共计 227 款基于授权 IP 的在售 SKU。2022 年至 2024 年 3 月，授权 IP 获得的收入分别为 1.16 亿元、7.05 亿元、3.82 亿元，占拼搭角色类玩具收入的比例分别为 98.4%、91.7%、84.2%。此次 IPO，布鲁可募集所得资金净额将主要用于增强产品设计和开发相关的研发能力；进一步丰富 IP 矩阵；以及投资核心生产资源和专注拼搭角色类玩具的自有规模化工厂。（来源：蓝鲸财经）

6. 瑞幸咖啡宣布董事会变动

5 月 25 日据科创板日报报道，日前，瑞幸咖啡发布公告称，查扬已通知董事会由于个人原因，他选择不再连任公司董事，但同意继续作为公司的外部战略顾问。此外，其他董事会成员已获董事会续任为董事，任期为两年。经过上述变动，瑞幸咖啡董事会将由 9 人组成。资料显示，查扬为瑞幸独立董事，专注于公司财务、公司治理研究及发展；他还担任多家风险投资公司的风险合作伙伴，专注于处于初期的科技初创企业。（来源：科创板日报）

7. 力争到 2027 年引导推动全国文化和旅游领域更新一批设施设备

5 月 25 日据科创板日报报道，国家发展改革委等六部门印发《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，坚持事业产业协调发力，对于产业领域，主要依靠市场提供多样化供给；对于公共服务领域，加大政策和资金支持力度。坚持设备水平与服务水平同步提升，统筹设备更新和体制机制完善、配套资源投入，切实让人民群众对设备更新成果可感可知。坚持尽力而为、量力而行，优先更换年久失修的设备，严防债务风险，并确保可持续应用。力争到 2027 年，引导推动全国文化和旅游领域更新一批设施设备，保持相关投资规模持续稳定增长，全面提升服务质量，推动文化和旅游高质量发展。（来源：科创板日报）

8. 上海迪士尼将启用六级票价结构 基础和最高票价均保持不变

5 月 25 日据科创板日报报道，5 月 24 日，上海迪士尼度假区在官网发布通知称，上海迪士尼乐园将于 2024 年 11 月 24 日启用新票价结构。方案称，自 2024 年 11 月 24 日起，上海迪士尼度假区的上海迪士尼乐园门票将在目前的四级票价结构上增加两级票价，从而调整为六级票价结构。在新的六级票价结构中，基础票价和最高票价均保持不变，仍分别为 475 元人民币和 799 元人民币。（来源：科创板日报）

1.3.2 公司公告

1. 【峨眉山 A】峨眉山 A (000888.SZ) 5 月 25 日公告，公司与国网四川省电力公司乐山供电公司、乐山电力股份有限公司签署了《关于协同推进峨眉山市旅游业高质量发展合作协议》，拟在推进旅游行业与电力行业的深度融合方面展开合作。本次签订《发展合作协议》有利于加强各方深度合作，实现优势互补、合作共赢，进一步推动公司高质量发展。协议为意向性框架协议，具体合作事宜将由各方进一步协商并另行签订协议确定。协议的签署不涉及具体金额。
2. 【金陵饭店】金陵饭店 (601007.SH) 5 月 25 日发布关于签署《股权委托管理协议》暨关联交易公告，为更好地解决南京金陵饭店集团有限公司（以下简称“金陵饭店集团”）与金陵饭店股份有限公司（以下简称“公司”）之间的同业竞争问题，集中酒店板块核心优势资源，对涉及同业竞争的 11 家酒店实施一体化管理、集约化经营，加快提质增效和资产盘活，公

司拟同意与金陵饭店集团及其下属子公司江苏金陵旅游投资管理集团有限公司（以下简称“金陵旅投公司”）、江苏金陵五星实业有限公司（以下简称“五星实业公司”）签署《股权委托管理协议》。本次关联交易不发生任何资产权属的转移，不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组，不会导致上市公司合并报表范围变更。

3. 【天目湖】天目湖(603160.SH)5月25日发布江苏天目湖旅游股份有限公司2023年年度权益分派实施公告，本次利润分配及转增股本方案经公司2024年5月17日的2023年年度股东大会审议通过。发放年度：2023年；年度分派对象：截至股权登记日下午上海证券交易所收市后，在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司（以下简称“中国结算上海分公司”）登记在册的本公司全体股东；分配方案：本次利润分配及转增股本以实施权益分派股权登记日登记的总股本186,294,283股为基数，每股派发现金红利0.536元（含税），以资本公积金向全体股东每股转增0.45股，共计派发现金红利99,853,735.69元（含税），转增83,832,427股，本次分配后总股本为270,126,710股。
4. 【尚德机构】尚德机构(STG.US)5月24日发布2024年第一季度未经审计财务报告。2024年第一季度净营收为人民币5.232亿元，同比下降7.7%。第一季度的毛利为人民币4.461亿元，同比下降10.6%。2024年第一季度净利润为人民币1.127亿元，去年同期净利润为人民币1.801亿元。非美国通用会计准则下，基本和摊薄每股净收益为人民币16.44元。新增学员数达到175,758人，去年同期新增学员数为143,179人，同比增长22.75%。截至2024年3月31日，该公司拥有8.035亿元人民币的现金、现金等价物和限制性现金，以及1.797亿元人民币的短期投资。展望第二季度，公司预计净营收为人民币4.8亿元至5亿元，较去年同期下降5.0%至8.8%。
5. 【BOSS-W】BOSS-W(2076.HK)5月24日发布自愿公告根据首次公开发售后股份计划在市场上购买股份。于2024年4月16日、18日、19日及5月23日，由本公司内部资源拨付，计划受托人（“受托人”）根据计划之条款及条件在公开市场上购买合共619,898股A类普通股（以309,949股美国存托股的形式），并以信托方式为合资格参与者（定义见计划）持有

该等股份。受托人所购买并以信托方式持有的 A 类普通股详情如下：购买日期：2024 年 4 月 16 日、18 日、19 日及 5 月 23 日；所购买 A 类普通股总数：619,898 股；于 2024 年 5 月 23 日，所购买 A 类普通股占本公司已发行及流通在外股份总数的百分比：约 0.07%；所购买每股 A 类普通股的平均代价（不包括所有相关开支）：10.01 美元；紧随购买后受托人所持 A 类普通股结余：619,898 股。

6. 【锦江酒店】锦江酒店(600754.SH)5月24日发布2023年度业绩交流电话会会议纪要，2023年度实现营业收入146.49亿元，同比增长29.53%。实现归母净利润10.02亿元，同比增长691%。扣非后归母净利润7.74亿元，比上年同期增加9.8亿元。加权平均净资产收益率5.84%，同比增加5.11个百分点。经营活动产生的现金流量净额51.62亿元，同比增长177.59%。酒店规模较快发展：于2023年度，新增开业酒店1,407家，开业退出酒店518家，开业转筹建酒店1家，净增开业酒店888家。其中去年底收购锦江管公司新增全服务酒店60家。有限服务酒店全年新开业1,347家，净增开业828家。其中直营酒店减少75家，加盟酒店增加903家。截至2023年12月31日，已经开业的酒店合计达到12,448家（直营店761家（占6.11%），加盟店11,627家（占93.41%）），已经开业的酒店客房总数达到119万间。截至2023年12月31日，签约酒店规模达到1.67万家，签约客房总数超过158万间。公司旗下签约酒店分布于境内31个省、339个地级市，以及中国大陆境外58个国家或地区。有效会员总数达1.95亿。2023年新开业酒店中，一线和新一线城市占26%，二线城市占17%，三线城市占23%。2023年新签约酒店中，一级和新一线城市占27%，二级城市占18%，三线城市占22%。中国大陆境内业务运营情况：2023年1月以来，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，境内酒店经营显著复苏。于2023年度，公司于中国大陆境内全服务酒店业务实现合并营业收入1.59亿元，比上年同期增长0.16%；实现归属于母公司所有者的净利润1,294万元，比上年同期增加利润1,690万元。合并营业收入中的管理费收入1.06亿元，比上年同期增长67.35%。于2023年度，公司于中国大陆境内有限服务型连锁酒店业务实现合并营业收入99.45亿元，比上年同期增长34%；实现归属于母公司所有者的净利润11.65亿元，比上年同期增长18,061%；实现归

属于母公司的扣除非经常性损益后的净利润 10.77 亿元，比上年同期增加 11.14 亿元。合并营业收入中的前期加盟服务收入 6.58 亿元，比上年同期增长 51%；持续加盟及劳务派遣服务收入 39.48 亿元，比上年同期增长 36%。2023 年，境内有限服务型酒店第一至第四季度的整体平均 RevPAR 分别为 2019 年同期的 102.61%、109.30%、112.58%、100.15%；全年 RevPAR 为 2019 年度的 106.28%，较 2022 年度增长 46.86%。

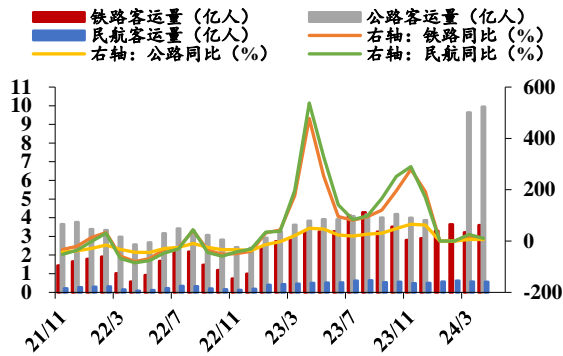
中国大陆境外业务运营情况：卢浮集团通过继续控制成本及实现资金优化，积极推进复苏计划的各项措施；财务资金方面，通过优化债务结构、债务重组以降低流动性风险及财务费用；在经营方面，卢浮将继续深化数字化转型，拓展酒店布局，推动人才培养，优化运营模式，争取提升盈利能力。

于 2023 年度，公司于中国大陆境外有限服务型连锁酒店业务实现合并营业收入 5.66 亿欧元，比上年同期增长 15%。实现归属于母公司所有者的净利润-5,350 万欧元，比上年同期增加亏损 2,718 万欧元。海外亏损增加主要是借款利息上升，上年同期有疫情补贴收入、资产处置收益，若剔除这些因素，海外利润同比增加 7000 万人民币。2023 年，境外有限服务型酒店第一至第四季度的整体平均 RevPAR 分别为 2019 年同期的 109.63%、111.35%、114.46%、111.58%；全年 RevPAR 为 2019 年度的 111.89%，较 2022 年度增长 12.36%。公司预计于 2024 年度实现营业收入 154-160 亿元，比上年度增长 5%-9%，其中来自于中国大陆境内的营业收入预计同比增长 6%-10%；来自于中国大陆境外的营业收入预计同比增长 1%-5%。全年计划新增开业酒店 1,200 家，新增签约酒店 2,500 家。计划开展以下主要工作：2024 年，公司将立足全球战略高度，坚定前行信心，依托集团全产业链优势，精准发力形成共促高质量发展合力，不断激活高质量发展新引擎。从建立严格的内控制度入手健全风险管理制度，紧扣科技脉搏推进“数字化”转型，强化品牌矩阵夯实主力轨道品牌，聚焦重点领域关键环节持续推进变革创新，以务实措施统筹实施海外产业整合，外引内育相结合打造具备国际化视野的人才队伍，高标准履行社会责任构建锦江特色的 ESG 生态体系。通过多维度构筑企业核心竞争力，不断巩固公司在行业内的市场领先地位。

2 行业数据跟踪

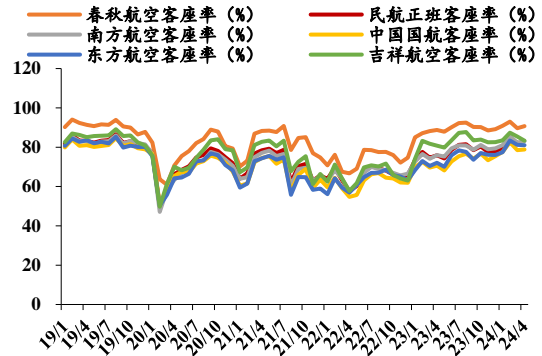
2.1 出行数据跟踪

图 6: 全国交通月度客运量及同比 (亿人, %)



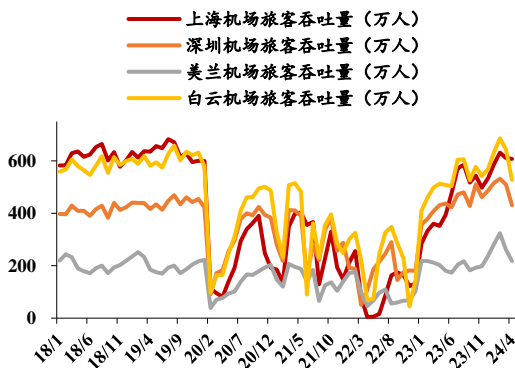
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 7: 国内主要航空公司月度客座率 (%)



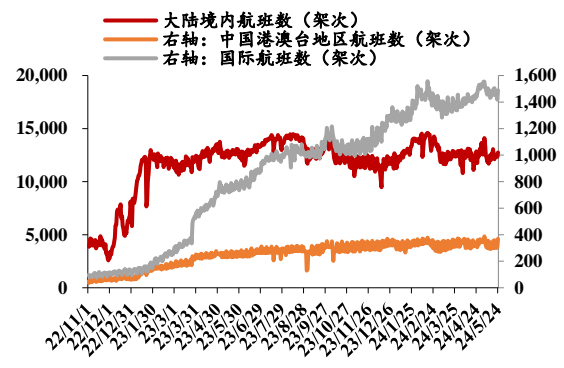
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 8: 国内主要机场月度旅客吞吐量 (万人)



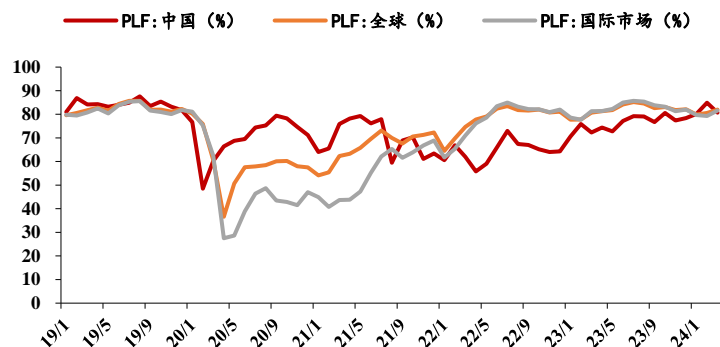
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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 (%)

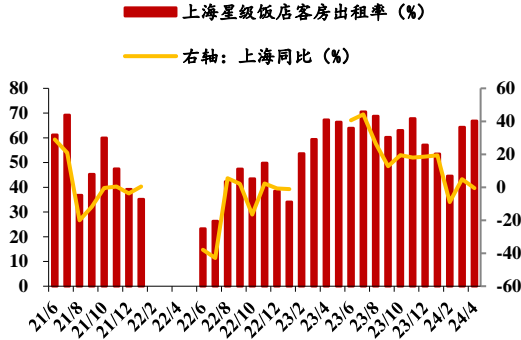


资料来源: Wind, 上海证券研究所

2.2 酒店数据跟踪

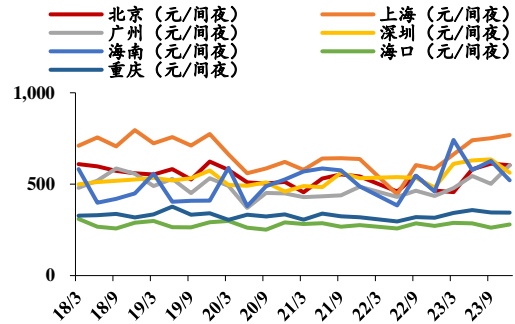
2024 年 4 月上海星级饭店平均客房出租率为 66.80%，同比下降 0.50pct，恢复至 2019 年同期 96.39%。

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)

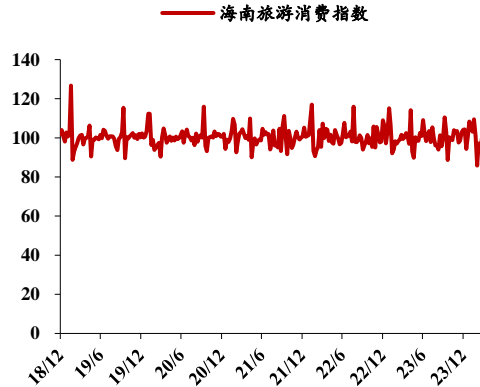


资料来源: Wind, 上海证券研究所

2.3 海南旅游数据跟踪

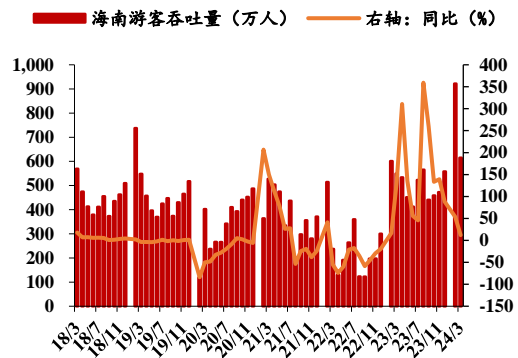
2024 年 3 月海南旅客吞吐量为 614.86 万人，同比增加 11.90%，比 2019 年同期增加 12.20%。

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

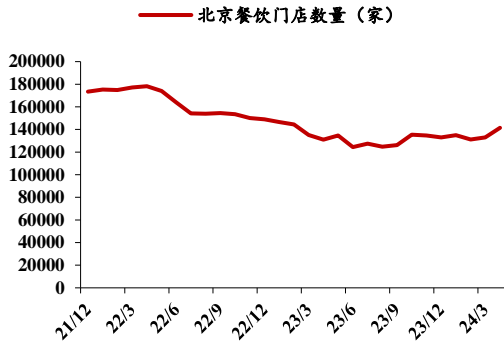
2.4 餐饮数据跟踪

2024 年 4 月北京餐饮门店数量为 141528 家，环比增长 6.44%，较 2023 年 4 月增长 8.04%。

蜜雪冰城 2024 年 4 月开店 787 家，同比上升 71.09%，2023 全年共开店 5679 家。瑞幸咖啡 2024 年 4 月开店 660 家，同比上升 1169.23%，2023 全年共开店 9038 家。老乡鸡 2024 年 4 月开店 16 家，同比上升 77.78%，2023 全年共开店 139 家。

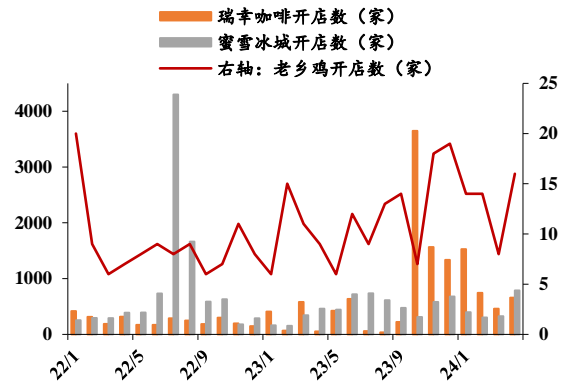
请务必阅读尾页重要声明

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 2024.05.24 收盘)

股票代码	股票名称	总市值 (亿元人民币)	2023 年净利润 (百万元人民币)	YoY (%)
603099.SH	长白山	62.69	138.06	340.59
1179.HK	华住集团-S	890.88	4085.00	324.33
300795.SZ	米奥会展	46.35	188.21	273.54
6862.HK	海底捞	1031.19	4499.08	227.33
9896.HK	名创优品	544.64	1768.93	177.19
600138.SH	中青旅	74.34	194.00	158.16
601888.SH	中国中免	1511.04	6790.03	32.77
300662.SZ	科锐国际	43.67	200.50	-31.05

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。