

## 社会服务

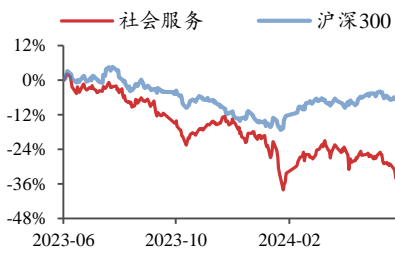
2024年06月10日

## 端午出行旅游稳步增长，多元人群社交需求快增

——行业周报

投资评级：看好（维持）

行业走势图



数据来源：聚源

### 相关研究报告

《IP 积木+卡牌接棒潮玩新力量，端午旅游预订平稳增长——行业周报》-2024.6.2

《IP 卡牌乘风起，国际业务贡献 OTA 增量——行业周报》-2024.5.26

《IP 卡牌打开潮玩空间，多维度显示高教拐点已至——行业周报》-2024.5.19

初敏（分析师）

chumin@kysec.cn

证书编号：S0790522080008

李睿娴（联系人）

liruixian@kysec.cn

证书编号：S0790122120005

程婧雅（联系人）

chengjingya@kysec.cn

证书编号：S0790123070033

### ● 出行/旅游：端午出行旅游稳步增长，OTA 迎暑期预订高峰

**出行/旅游：**端午假期客流高基数下稳增长，客单渐进复苏，整体符合预期。经文旅部测算，2024年端午假期国内旅游人次1.1亿人次，同比增长6.3%，按可比口径恢复至2019年同期115%；旅游收入403.5亿元，同比增长8.1%，按可比口径恢复至2019年同期103%；测算隐含人均消费367元，同比增长4.2%，约恢复至2019年同期90%。出游群体更偏年轻化，小众目的地旅游延续增势。暑期旅游预订高峰已至，OTA平台国内旅游订单预计高基数下实现稳健增长，出境游订单翻倍增长，研学主题游量价表现亮眼。**美团：**2024Q1美团实现营业收入733亿元，同比增长25%；调整后净利润为75亿元，同比增长36.4%，经调整净利率10.2%，同比增长0.9pct。受益于下沉市场在线化渗透和消费能力释放，2024年一季度平台到店酒旅GTV同比增长超60%，年度交易用户数同比增长超37%。**访港：**本周（6.1-6.7）内地访客总入境人次达476194人，环比-5.6%。

### ● 新兴社交/餐饮/酒店：中东北非、多元人群社交需求快增，海底捞端午较优

**新兴社交：**中东北非媒体和娱乐市场规模预计将从2023年的约390.5亿美元增长到2028年的约612.3亿美元。沙特“2030愿景”坚定经济多元化，为文化娱乐产业带来新机遇。多元人群基数逐年增长，预计全球已超过5亿。LGBTQ人群的收入及消费水平平均高于泛人群，尤其是文化娱乐和生活服务方面的支出。

“一带一路”+“彩虹经济”，重视中国数字内容及娱乐产业出海。**受益标的：**赤子城科技（在中东北非市场快速发展，2023年收购蓝城兄弟布局多元人群赛道）、昆仑万维（2016年收购多元人群社交应用Grindr，布局AI全产业链）。**餐饮：**端午海底捞、Manner表现优于同业。

### ● 淘系依旧为美妆重要线上渠道，国货品牌表现亮眼

**珀莱雅：**以超11亿的销售额斩获5月天猫美妆榜首。**可复美：**据久谦中台数据，2024年5月可复美在天猫平台GMV达5亿元/yoy+119%，核心单品胶原棒GMV3.44亿元/yoy+186%。2024年1-5月可复美天猫平台GMV达7.8亿元/yoy+64%，胶原棒GMV达4.1亿元/yoy+110%，占比53%。**韩束：**近半年在天猫平台均保持同比双位数增长。

### ● 本周A股社服板块跑输大盘，港股消费者服务板块跑赢大盘

本周（6.3-6.7）社会服务指数-5.65%，跑输沪深300指数5.49pct，在31个一级行业中排名第29，检测、会展类领涨；本周（6.3-6.7）港股消费者服务指数+3.35%，跑赢恒生指数1.76pct，在30个一级行业中排名第5，博彩类领涨。

**推荐标的：**（1）**旅游：**长白山；（2）**教育：**好未来、科德教育；（3）**餐饮/会展：**银都股份、米奥会展；（4）**美护：**科思股份、水羊股份、康冠科技、倍加洁。

**受益标的：**（1）**旅游：**九华旅游、三特索道、丽江股份、同程旅行、携程集团-S；（2）**教育：**新东方、学大教育、凯文教育、华图山鼎、中教控股、中国科培、中汇集团、天立国际控股；（3）**美护：**巨子生物、爱美客；（4）**运动：**Keep；

（5）**IP：**华立科技、泡泡玛特。

● **风险提示：**项目落地不及预期，出行不及预期，行业竞争加剧等。

## 目录

1、出行/旅游：端午出行旅游稳步增长，OTA 迎暑期预订高峰.....	4
1.1、端午假期：出行旅游稳步增长，客群年轻化趋势显著.....	4
1.2、暑期出游预订高峰期已至，OTA 出境订单表现亮眼.....	6
1.3、美团：到店酒旅业务延续快增，2024Q1 利润端明显改善.....	7
1.4、航空：国内航班环比回落，国际航班保持稳定.....	8
1.5、访港数据追踪：内地访港环比回落，全球访港保持稳定.....	8
2、新兴社交：中东北非、多元人群社交需求快增，关注中国企业出海.....	9
2.1、中东北非：崛起的移动经济新市场，未开发需求推动文娱产业高增.....	9
2.2、多元人群：平权运动助推人群扩大，关注彩虹经济.....	10
3、餐饮：端午假期，海底捞、Manner 表现优于同业.....	12
4、美丽：淘系依旧为美妆重要线上赛道，珀莱雅、彩棠、可复美和韩束国货品牌表现亮眼.....	12
5、行业行情回顾：本周 A 股社服板块跑输大盘，港股消费者服务板块跑赢大盘.....	13
5.1、A 股行业跟踪：本周社服板块波动下行.....	13
5.2、A 股社服标的表现：本周（6.3-6.7）检测、会展类上涨排名靠前.....	14
5.3、港股行业跟踪：本周消费者服务板块整体上行.....	16
5.4、港股消费者服务标的表现：本周（6.3-6.7）博彩类上涨排名靠前.....	17
6、风险提示.....	18

## 图表目录

图 1：端午假期国内旅游人次同比增长 6.3%.....	4
图 2：端午假期国内旅游收入同比增长 8.1%.....	4
图 3：端午假期国内旅游人均消费同比增长 4.2%.....	4
图 4：端午假期国内旅游人次/收入/人均消费分别恢复至 2019 年同期 115%/103%/90%.....	4
图 5：端午假期国内天气地图一览.....	5
图 6：端午假期前两日全社会跨区域流动量同比+3.4%.....	5
图 7：端午假期携程本地周边游订单占比近七成.....	5
图 8：端午假期国内民航预计发送旅客量同比+6%.....	5
图 9：端午假期出游群体 00 后占比 25%.....	6
图 10：端午假期携程平台小众城市旅游订单增速亮眼.....	6
图 11：暑期乌鲁木齐、杭州、贵阳旅游订单增长明显.....	7
图 12：2024Q1 美团实现营收 733 亿元.....	7
图 13：2024Q1 美团经调整净利率 10.2%，同比+0.9pct.....	7
图 14：本周国内客运日均执行航班量较 2023 年同期+2%（单位：架次）.....	8
图 15：本周国际客运日均执行航班量恢复至 2019 年同期 72%（单位：架次）.....	8
图 16：近一周内地/全球访港人数环比-5.6%/+0.1%（单位：人次）.....	9
图 17：近一周内地/全球访港人数恢复至 2019 年的 51%/66.3%（单位：人次）.....	9
图 18：近一周内地/全球访港人数单日峰值环比-20.3%/+1.5%（单位：人次）.....	9
图 19：预计 2028 年中东北非媒体和娱乐市场规模将达到 612.3 亿美元（单位：亿美元）.....	10
图 20：2022 年中东北非人口达到 4.93 亿，同比+1.5%.....	10
图 21：中东北非地区用户日均使用应用时长大幅提升.....	10
图 22：预估 2023 年全球 LGBTQ 人群约为 5.91 亿，占总人口的比例将达到 7.4%.....	11

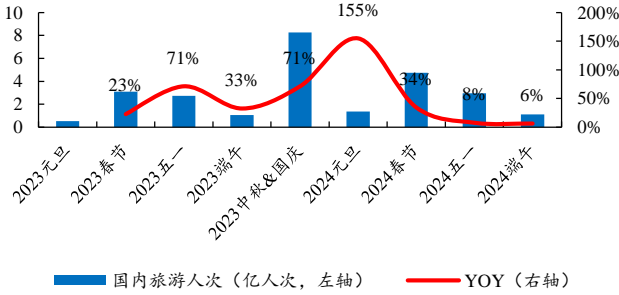
图 23: 预估 2023 年亚洲 LGBTQ 人群约为 4.02 亿 (单位: 百万人) .....	11
图 24: 2018 年中国 LGBTQ 人群收入较泛人群高出 25% (单位: 千美元) .....	11
图 25: 个人健康、文化娱乐、生活服务方面 LGBTQ 人群消费支出显著高于泛人群 (单位: 美元, 左轴) .....	11
图 26: 预估 2023 年全球 LGBTQ 在线社交平台 MAU 约为 10.3 亿人 .....	12
图 27: 预估 2023 年全球 LGBTQ 在线社交平台市场规模约为 38.42 亿美元 .....	12
图 28: 2024 年 1-5 月可复美在天猫平台 yoy+64% .....	13
图 29: 2024 年 1-5 月可复美胶原棒在天猫销售额 yoy+112% .....	13
图 30: 韩束在天猫平台表现同样亮眼 .....	13
图 31: 本周 (6.3-6.7) 社服板块跑输沪深 300 (%) .....	14
图 32: 2024 年初至今社服板块走势弱于沪深 300 (%) .....	14
图 33: 本周 (6.3-6.7) 社会服务板块在一级行业排名第 29 (%) .....	14
图 34: 2024 年初至今社会服务板块在一级行业排名第 29 (%) .....	14
图 35: 本周 (6.3-6.7) 开普检测、电科院、米奥会展领涨 (%) .....	15
图 36: 本周 (6.3-6.7) 中公教育、东方时尚、美吉姆跌幅较大 (%) .....	15
图 37: 本周 (6.3-6.7) 开普检测、安车检测、苏试试验净流入额较大 (万元) .....	15
图 38: 本周 (6.3-6.7) 中公教育、东方时尚、峨眉山 A 净流出额较大 (万元) .....	16
图 39: 本周 (6.3-6.7) 消费者服务板块跑赢恒生指数 (%) .....	16
图 40: 2024 年初至今消费者服务板块走势强于恒生指数 (%) .....	16
图 41: 本周 (6.3-6.7) 港股消费者服务板块在一级行业排名第 5 (%) .....	16
图 42: 2024 年初至今港股消费者服务板块在一级行业排名第 12 (%) .....	17
图 43: 本周 (6.3-6.7) 银河娱乐、美团-WR、美团-W 领涨 (%) .....	17
图 44: 本周 (6.3-6.7) 东方甄选、天立国际控股、中国儒意跌幅较大 (%) .....	17
表 1: 海底捞、Manner 2024 年端午假期前两日表现好于 2023 年同期 .....	12
表 2: 盈利预测与估值 .....	18

## 1、出行/旅游：端午出行旅游稳步增长，OTA 迎暑期预订高峰

### 1.1、端午假期：出行旅游稳步增长，客群年轻化趋势显著

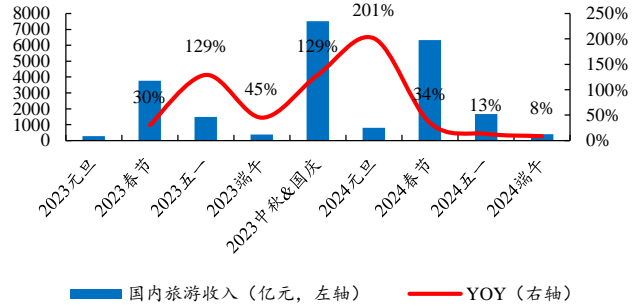
端午假期客流高基数下稳增，客单渐进复苏，整体符合预期。经文旅部测算，2024 年端午假期国内旅游人次 1.1 亿人次，同比增长 6.3%，按可比口径恢复至 2019 年同期 115%；旅游收入 403.5 亿元，同比增长 8.1%，按可比口径恢复至 2019 年同期 103%；测算隐含人均消费 367 元，同比增长 4.2%，约恢复至 2019 年同期 90%。2024 年端午假期与高考窗口期重叠，叠加部分区域异常天气不利影响，国内旅游人次同比高基数下仍实现中高单位数增长，呈现较强的出行景气度。另外大众旅游渗透&目的地下沉&机酒供给增加综合影响下，客单较 2019 年恢复程度与五一假期基本持平，基本符合节前预期。结合 OTA 平台数据，机酒定价明显下调前提下，客单较 2023 年同期仍处于渐进修复态势，我们判断与游客体验性内容消费意愿较高有关。

图1：端午假期国内旅游人次同比增长 6.3%



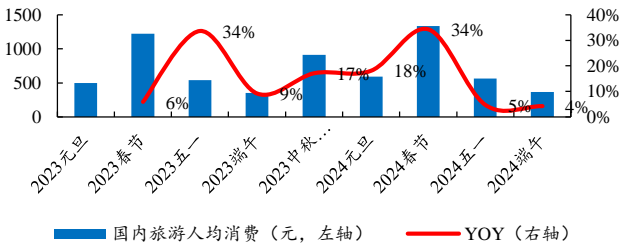
数据来源：文旅部、开源证券研究所

图2：端午假期国内旅游收入同比增长 8.1%



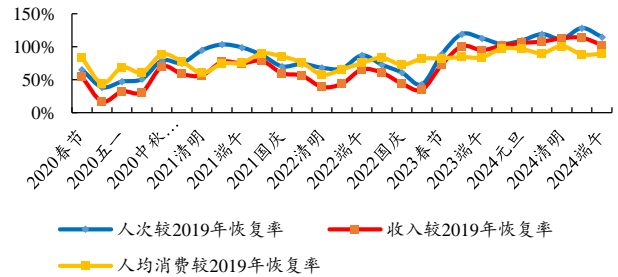
数据来源：文旅部、开源证券研究所

图3：端午假期国内旅游人均消费同比增长 4.2%



数据来源：文旅部、开源证券研究所

图4：端午假期国内旅游人次/收入/人均消费分别恢复至 2019 年同期 115%/103%/90%



数据来源：文旅部、开源证券研究所

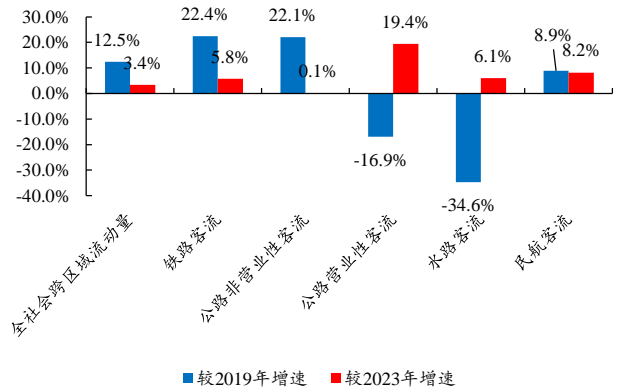
**出行：铁路、民航客运量保持稳增。**2024 年端午假期与高考窗口期重叠，叠加部分区域异常天气影响，国内出行数据预计同比保持个位数稳定增长。根据交通运输部，端午假期前两日全社会跨区域流动量约 4.1 亿人次，同比+3.4%，较 2019 年同期+12.5%，其中铁路/民航/公路非营业性客流同比+5.8%/+8.2%/+0.1%，较 2019 年同期+22.4%/+8.9%/+22.1%。

图5：端午假期国内天气地图一览



资料来源：中国天气网公众号

图6：端午假期前两日全社会跨区域流动量同比+3.4%



数据来源：交通运输部、开源证券研究所

假期周边短途游为主流，机酒“价”降幅明显。受端午假期“前后不接”难拼假、大众旅游不断下沉影响，端午假期短途、周边游为主要出游方式。携程平台假期周边游订单同比增长近20%，周边游及本地游订单占比近70%。2024年机酒供给量增长明显，航司/酒店注重经营效率，保客座率和入住率压力较大，对整体价位起到平抑作用，叠加端午假期出行旅游相对较淡，商家涨价动力不足。根据去哪儿，假期高星级酒店和经济型酒店均价降幅均在20%左右；机票方面，国际机票平均价格较2023年端午假期下降两成左右。

图7：端午假期携程本地周边游订单占比近七成



资料来源：携程《2024年端午节出游报告》

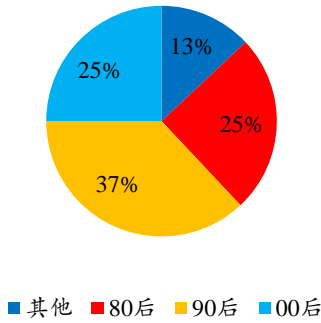
图8：端午假期国内民航预计发送旅客量同比+6%



资料来源：去哪儿官宣公众号

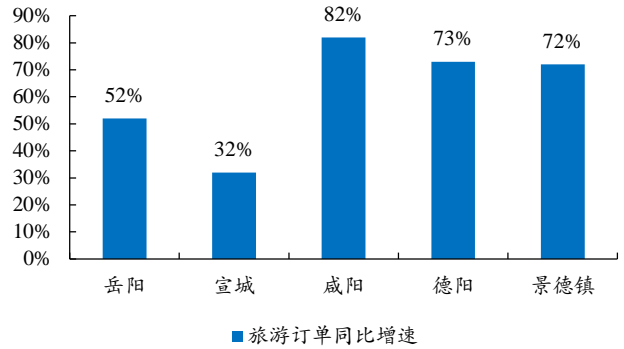
出游群体更偏年轻化，小众目的地旅游延续增势。携程报告显示，端午假期主要出游人群集中在90后、00后及80后，分别占比为37%、25%和25%，00后增长最为显著，出游人次同比增长近30%。自驾客群更加年轻化，90后租车订单占比40%，00后订单同比增长150%。假期各类丰富民俗活动和国潮文化带动一众周边小城市热度上升，岳阳、宣城等借助龙舟赛事热度，旅游订单同比增长52%、32%。秦风十里”的咸阳，凭借“西安都市圈”的优越地理位置及悠久的历史古迹，在端午表现亮眼，旅游订单量同比增长82%；坐拥三星堆古蜀文明遗址的四川德阳端午订单量增长73%；以陶瓷文化出圈的“瓷都”景德镇端午同比增长72%。

图9：端午假期出游群体 00 后占比 25%



数据来源：携程《2024 年端午节出游报告》、开源证券研究所

图10：端午假期携程平台小众城市旅游订单增速亮眼



数据来源：携程《2024 年端午节出游报告》、开源证券研究所

**核心观点：**近期文旅政策频出，顶层设计提升旅游产业地位，推动各地创造优质旅游供给，居民旅游消费呈现高韧性，预计国内出行保持良性内生增长；跨境旅游受益于供应链逐步修复&签证政策优化，预计至暑期保持较高景气度，**受益标的：携程集团-S、同程旅行**。国民出行转向平价高频趋势下，中短途交通（高铁、高速）边际改善的自然景区或更受益，**受益标的：长白山、九华旅游**。

## 1.2、暑期出游预订高峰期已至，OTA 出境订单表现亮眼

**暑期国内旅游预计高基数下实现稳健增长。**根据中旅院，2023 年暑期（6—8 月）国内旅游人数达 18.39 亿人次，旅游热度显著高于 2019 年同期，较多景区接待游客人数达到历史最高水平。根据携程，截至 6 月 6 日，暑期国内旅游产品预订量较 2023 年同期显著增长，出境度假游同比增长近乎翻倍。分群体看，80、90 后为暑期国内出行“中坚力量”，其中 80 后占比一半，90 后占比 18%；00 后预订量同比增长 78%，人群占比从 2023 年 9%提升至 12%，**以此测算平台预订量同比增速 34%左右**。从当前预订行程的人群来看，国内游亲子人群占比近半，暑期亲子自驾订单占比超过 40%，出境游亲子订单占比达到 53%。

**分目的地看，传统目的地城市表现稳定，小众城市凭借“旅游+”持续出圈。**根据携程，北京、上海、成都、乌鲁木齐、杭州、西安、重庆、广州、南京和贵阳位列暑期国内游前十目的地，近期借助影视热点出圈的新疆目的地预订量提升明显，乌鲁木齐排名提升 2 名位列第 4，伊犁、新源县订单量同比增长 78%，另外近期凭借万人“路边音乐节”火出圈的贵阳暑期旅游订单同比增长 174%，大力推广“新烟火主义”的杭州暑期订单增长 104%。

图11: 暑期乌鲁木齐、杭州、贵阳旅游订单增长明显



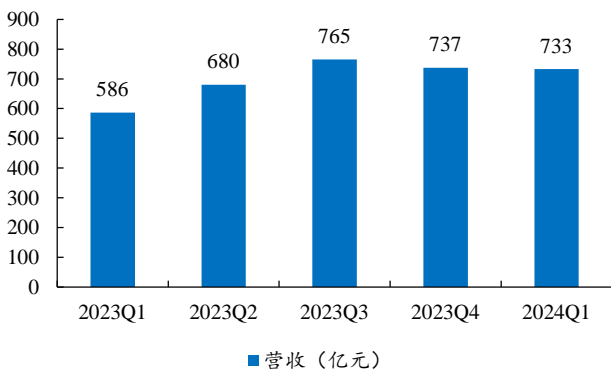
资料来源：携程黑板报公众号

出境游订单翻倍增长，研学主题游量价表现亮眼。截至目前，去哪儿平台暑期（7月1日-8月31日）出境游机票预订量同比增长1.6倍，机票价格同比下降两成左右；携程平台暑期出境度假产品预订量同比增长近乎翻倍；暑期出行的签证办理量同比增长1.5倍；包车游暑期出境游订单量同比上涨约70%；出境游接送机订单同比增长80%。携程平台目前研学产品的预订量已经与2023年持平，从人均消费看，暑期国内研学游产品的人均费用相较2019年降低10%；海外研学产品的人均费用相较2019年提升40%左右。

### 1.3、美团：到店酒旅业务延续快增，2024Q1 利润端明显改善

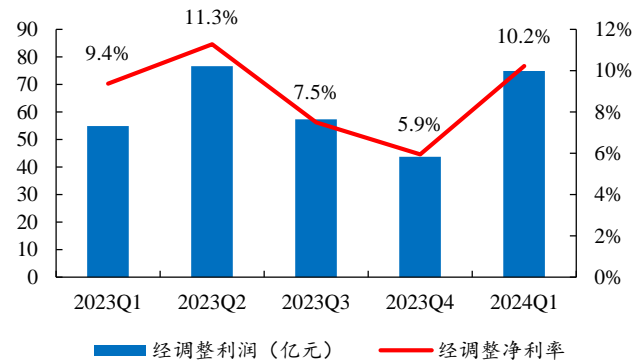
主营业务收入增速明显，运营提效推动利润端优化。2024Q1 美团实现营业收入733亿元，同比增长25%；分业务看，核心本地商业营收546亿元，同比增长27%；新业务收入187亿元，同比增长18.5%。调整后净利润为75亿元，同比增长36.4%，经调整净利率10.2%，同比增长0.9pct，或得益于一季度公司调整组织架构，整合核心本地商业独立事业群，优化各项开支所致。

图12: 2024Q1 美团实现营收 733 亿元



数据来源：美团公司公告、开源证券研究所

图13: 2024Q1 美团经调整净利率 10.2%，同比+0.9pct



数据来源：美团公司公告、开源证券研究所

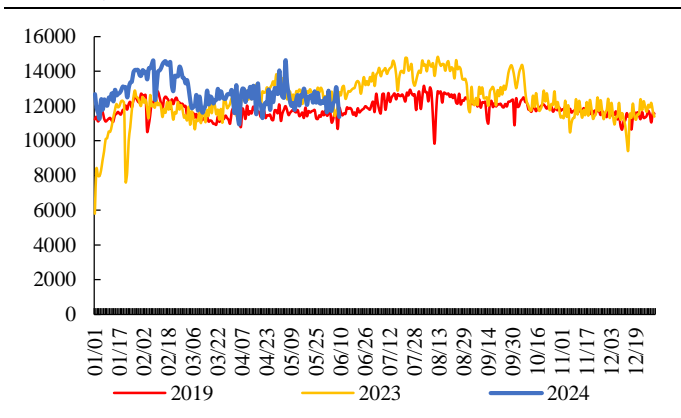
一季度美团到店、酒店及旅游业务实现强劲增长。美团加大全国本地商业市场深耕，平台供给、定价、产品和营销策略持续加强，受益于低线城市在线化渗透和请务必参阅正文后面的信息披露和法律声明

消费能力释放，美团在小众目的地的酒旅业务表现出色，增长速度远超行业平均水平；同时利用热门IP推出专场直播活动，进一步巩固低星酒店的市场份额，高星酒店亦取得不错进展。2024年一季度平台到店酒旅GTV同比增长超60%，年度交易用户数同比增长超37%，交易用户数、商户数、年度活跃商户数均创历史新高，延续强劲增长。

#### 1.4、航空：国内航班环比回落，国际航班保持稳定

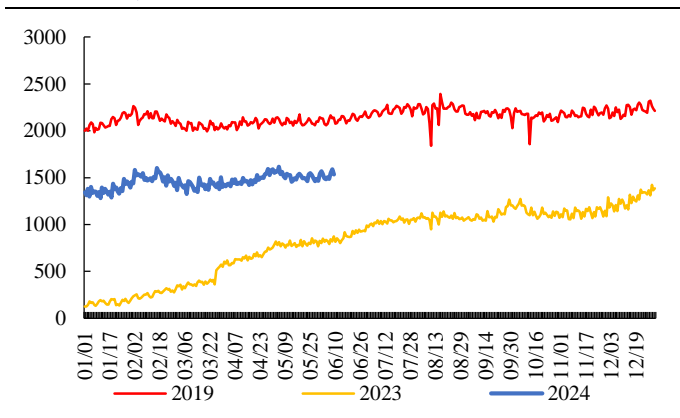
根据航班管家，本周（6.2-6.8）全国日均客运执行航班量14180架次，较2023年同期增长7%，环比+0.8%。其中，本周国内客运日均执行航班量12345架次，较2023年同期+2%，环比+0.8%，6月国内航班较2023年同期+1%；本周国际客运日均执行航班量1522次，环比+0.9%，恢复至2019年同期72%，6月国际航班恢复至2019年同期72%。

图14：本周国内客运日均执行航班量较2023年同期+2%（单位：架次）



数据来源：航班管家、开源证券研究所

图15：本周国际客运日均执行航班量恢复至2019年同期72%（单位：架次）

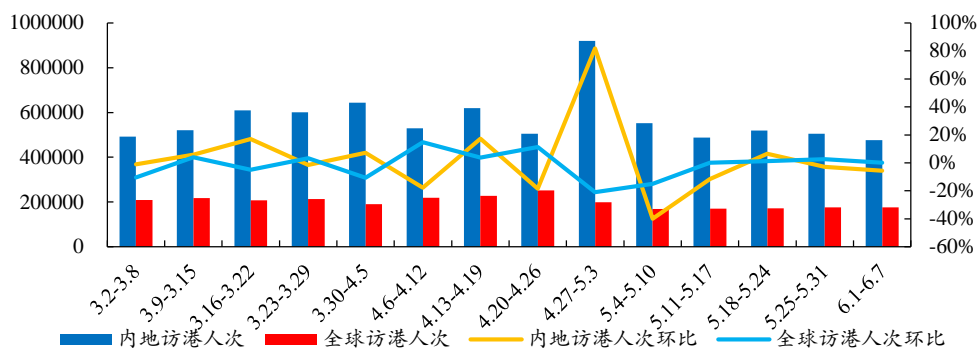


数据来源：航班管家、开源证券研究所

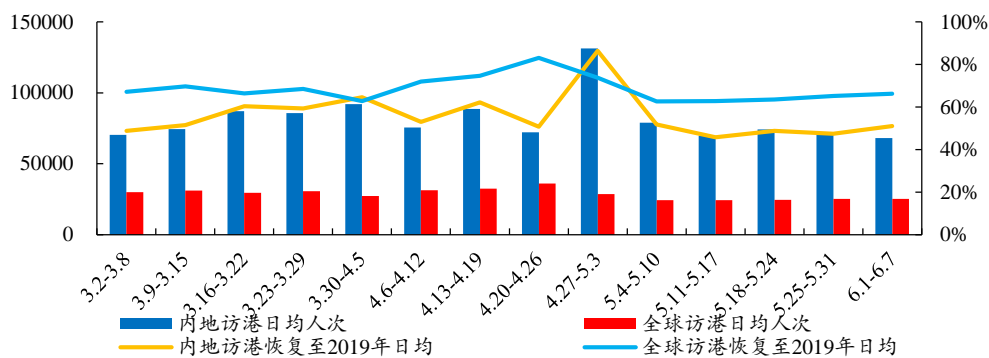
#### 1.5、访港数据追踪：内地访港环比回落，全球访港保持稳定

本周（6.1-6.7）内地访客总入境人次达476194人，环比-5.6%；全球访客总入境人次（除内地外）176674人，环比+0.1%。内地访客日均人数恢复至2019年月度（6月）日均51%，全球访客日均人数（除内地外）恢复至2019年月度（6月）日均的66.3%。内地访港整周单日峰值8.7万人次，全球访客整周单日峰值（除内地外）达3.1万人次。端午前两日内地日均访港12.64万人次，同比2023年假期增长9.8%。

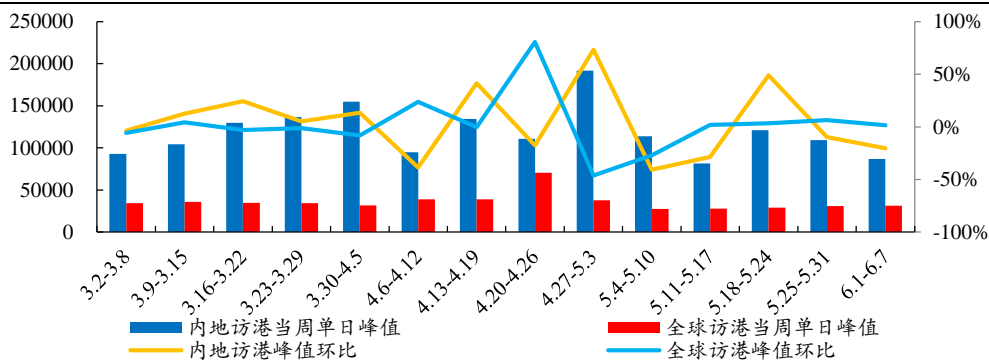


**图16：近一周内地/全球访港人数环比-5.6%/+0.1%（单位：人次）**


数据来源：中国香港特别行政区政府入境事务处、开源证券研究所

**图17：近一周内地/全球访港人数恢复至2019年的51%/66.3%（单位：人次）**


数据来源：中国香港特别行政区政府入境事务处、开源证券研究所

**图18：近一周内地/全球访港人数单日峰值环比-20.3%/+1.5%（单位：人次）**


数据来源：中国香港特别行政区政府入境事务处、开源证券研究所

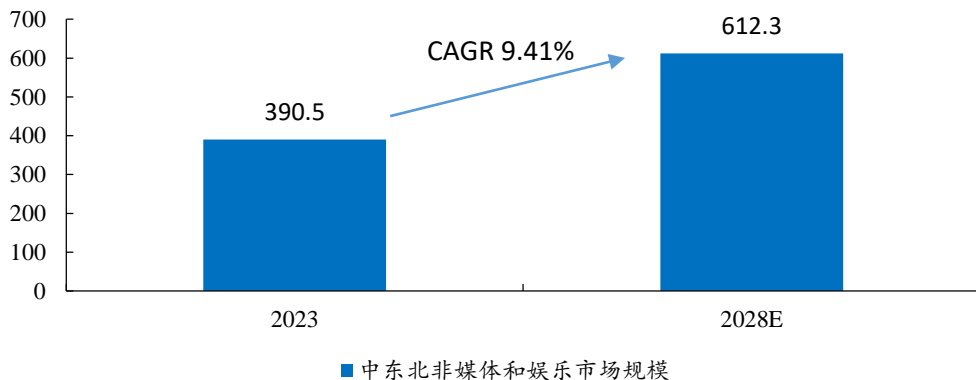
## 2、新兴社交：中东北非、多元人群社交需求快增，关注中国企业出海

### 2.1、中东北非：崛起的移动经济新市场，未开发需求推动文娱产业高增

中东北非文娱市场处于起步阶段，仍大有可为。根据 Mordor Intelligence 的数据，

中东北非媒体和娱乐市场规模预计将从2023年的约390.5亿美元增长到2028年的约612.3亿美元，复合年平均增速在9.41%。

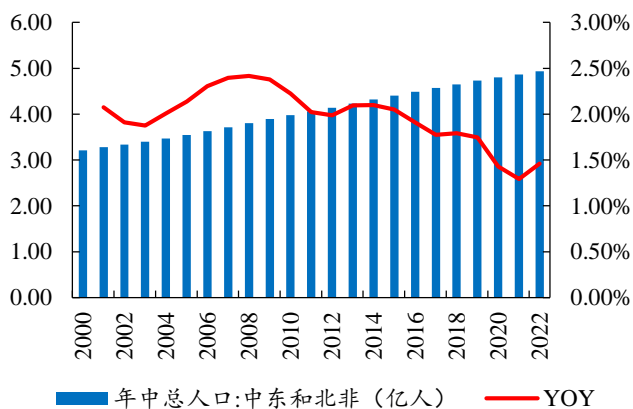
图19：预计2028年中东北非媒体和娱乐市场规模将达到612.3亿美元（单位：亿美元）



数据来源：Mordor Intelligence、赤子城科技公司公告、开源证券研究所

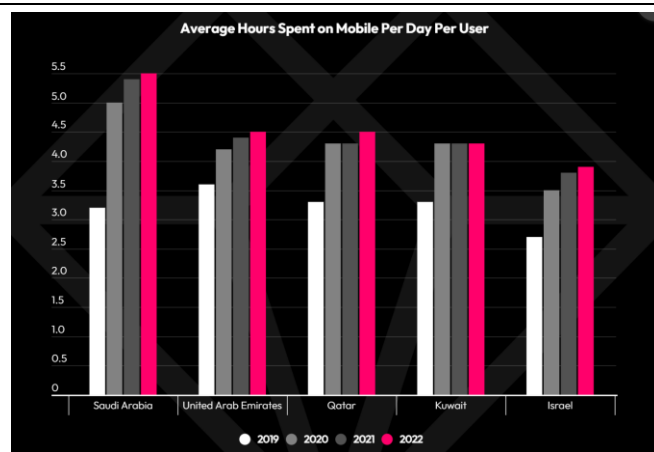
中东和北非地区的移动应用和使用率正快速增长，改变着人们联系、消费内容和开展业务的方式。中东北非地区具备人口和经济增长基础，2022年中东北非人口达到4.93亿，同比+1.5%。2022年中东北非市场新应用下载量达到13.8亿，同比增长45.7%；应用商店支出3.1亿美金，同比增长10.3%；每位用户日使用时长4.5小时，同比增长3%。

图20：2022年中东北非人口达到4.93亿，同比+1.5%



数据来源：Wind、开源证券研究所

图21：中东北非地区用户日均使用应用时长大幅提升



资料来源：data.ai

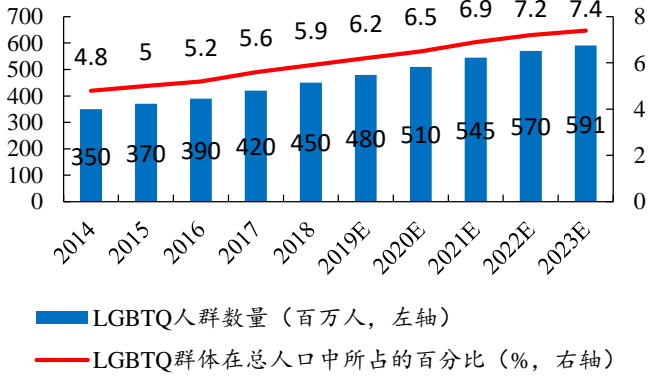
沙特“2030愿景”坚定经济多元化，为文化娱乐产业带来新机遇。沙特于2016年提出“2030愿景”，为摆脱石油依赖坚定转型。“2030愿景”提出八年后，沙特经济多元化转型已见明显成效。2023年，沙特非石油产业表现强劲，其产值占实际国内生产总值的50%，创历史最佳水平。旅游、娱乐产业是沙特政府2030愿景经济改革重点发展的产业方向。

## 2.2、多元人群：平权运动助推人群扩大，关注彩虹经济

多元人群基数逐年增长，预计全球已超过5亿。据弗若斯特沙利文统计，截至

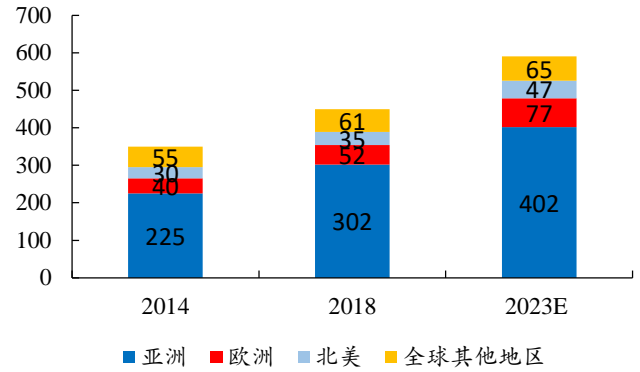
2018 年底，全球 LGBTQ 群体人数超过 4.5 亿，其中亚洲地区 LGBTQ 人数约为 3.0 亿人。预估 2023 年全球 LGBTQ 人群约为 5.91 亿，渗透率由 2018 年的 5.9% 增长至 2023 年的 7.4%。据盖洛普民调显示，2020 年美国 Z 时代人群的 LGBT 已经上升到 15.9%，年轻一代中 LGBT 认同感不断增强。

图22：预估 2023 年全球 LGBTQ 人群约为 5.91 亿，占总人口的比例将达到 7.4%



数据来源：弗若斯特沙利文、开源证券研究所

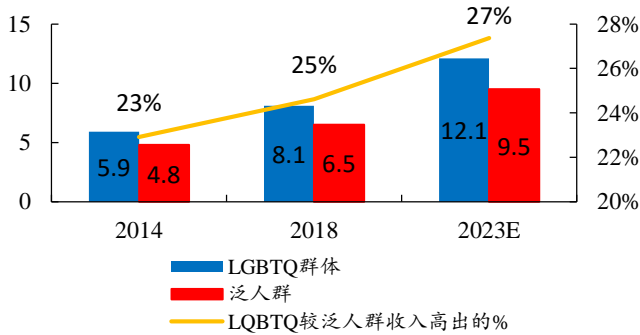
图23：预估 2023 年亚洲 LGBTQ 人群约为 4.02 亿（单位：百万人）



数据来源：弗若斯特沙利文、开源证券研究所

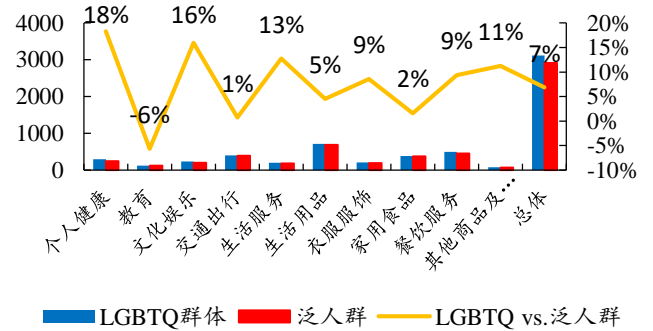
LGBTQ 人群的收入及消费水平均高于泛人群，尤其是文化娱乐和生活服务方面的支出。2018 年，中国泛人群的个人年度消费支出约为 2,920 美元，而由于 LGBTQ 群体的可支配收入相对较高，所以 LGBTQ 群体个人年度消费支出相对更高，约为 3,120 美元。此外，LGBTQ 群体结婚生子比例明显低于泛人群，这意味着他们在家庭中经济负担较小。

图24：2018 年中国 LGBTQ 人群收入较泛人群高出 25%（单位：千美元）



数据来源：弗若斯特沙利文、开源证券研究所

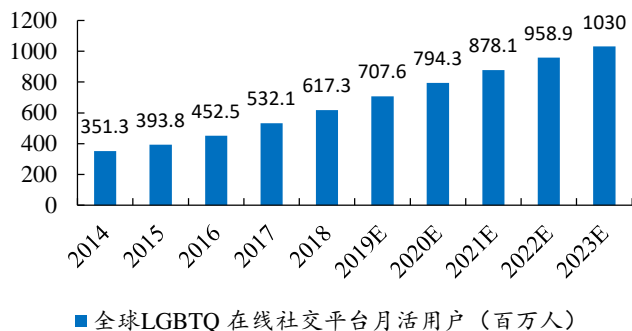
图25：个人健康、文化娱乐、生活服务方面 LGBTQ 人群消费支出显著高于泛人群（单位：美元，左轴）



数据来源：弗若斯特沙利文、开源证券研究所

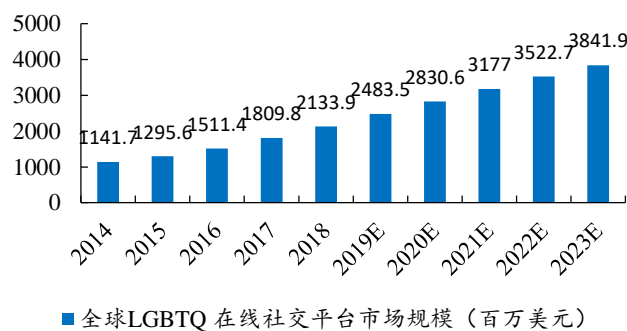
由于用户在通勤、等待和休息时碎片化时间不断加长，对社交活动特别是线上社交活动的需求不断增长。全球 LGBTQ 群体在在线社交平台上的 MAU 从 2014 年的 3.5 亿人增长到 2018 年的 6.2 亿人，复合年均增长率为 15.1%，预计 2018-2023 年的复合年均增长率为 10.8%。随着 LGBTQ 群体在线上及线下社交媒体活跃度大幅度提升，以 LGBTQ 为主要受众的广告也开始被投放到各社交平台。据沙利文统计分析，LGBTQ 群体在线社交平台的全球市场规模（按收入计算）从 2014 年的 11.4 亿美元增加到 2018 年的 21.3 亿美元，复合年增长率为 16.9%，预估 2023 年市场规模约为 38.4 亿美元。

图26: 预估 2023 年全球 LGBTQ 在线社交平台 MAU 约为 10.3 亿人



数据来源: 弗若斯特沙利文、开源证券研究所

图27: 预估 2023 年全球 LGBTQ 在线社交平台市场规模约为 38.42 亿美元



数据来源: 弗若斯特沙利文、开源证券研究所

“一带一路”+“彩虹经济”，重视中国数字内容及娱乐产业出海。受益标的：**赤子城科技**（根植本地化基因，公司旗下的社交平台 Mico、YoHo、SUGO、TopTop 在中东北非市场快速发展，2023 年收购蓝城兄弟布局多元人群赛道）、**昆仑万维**（2016 年收购多元人群社交应用 Grindr，布局 AI 全产业链）。

### 3、餐饮：端午假期，海底捞、Manner 表现优于同业

根据久谦数据，2024 年端午假期前两日，海底捞、太二的日均翻台率分别同比 2023 年同期+2%和-16%。喜茶、Manner、Tims 的单店日均销售额分别较 2023 年同期-40%、+51%和-23%。受益标的：**海底捞**（翻台率表现同比持续为正，优于其他大型连锁餐饮品牌）。

表1: 海底捞、Manner 2024 年端午假期前两日表现好于 2023 年同期

	2023 年		2024 年		2024 vs. 2023
	端午假期第一天	端午假期第二天	端午假期第一天	端午假期第二天	
海底捞翻台率 (次)	6.3	5.1	5.5	6.1	102%
太二翻台率 (次)	4.2	4	3.3	3.6	84%
喜茶单店销售额 (元)	20799	18100	11361	11893	60%
Manner 单店销售额 (元)	5232	5143	8013	7615	151%
Tims 单店销售额 (元)	8446	8155	6646	6126	77%

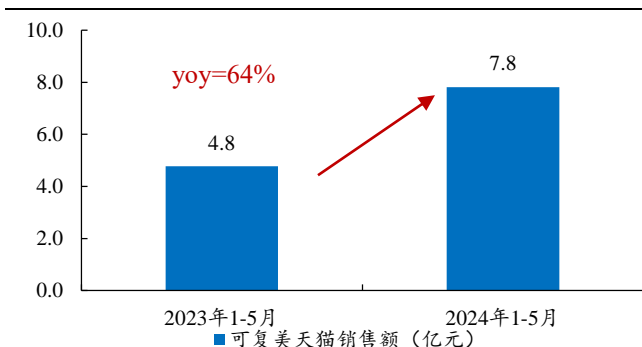
数据来源: 久谦、开源证券研究所

### 4、美丽：淘系依旧为美妆重要线上赛道，珀莱雅、彩棠、可复美和韩束国货品牌表现亮眼

**珀莱雅**品牌以超 11 亿的销售额斩获 5 月天猫美妆榜首。近半年来珀莱雅始终保持着同比正增长，5 月增速达到 708%，创近一年增速新高。受益于源力精华 2.0、双抗精华 3.0、双抗红宝石精华三款精华单品热销，5 月珀莱雅面部精华类目销售额超过 3000 万元，销售额贡献率达 31.6%，环比+9.6pct，红宝石面霜 3.0 单品月销售额超 1 亿元。珀莱雅集团旗下的彩妆品牌 5 月销售额破亿，同比增速达到近一年以来的最高值。

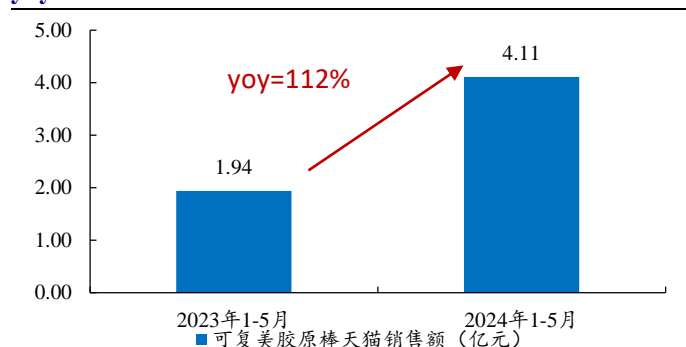
可复美品牌 5 月份在天猫销售额同比增长超过一倍，重组胶原蛋白次抛精华业绩表现持续亮眼。据久谦中台数据，2024 年 5 月可复美在天猫平台 GMV 达 5 亿元/yoy+119%，2024 年 1-5 月可复美在天猫平台 GMV 达 7.8 亿元/yoy+64%，仍处于高速增长通道。核心单品胶原棒 2024 年 5 月天猫 GMV 达 3.44 亿元/yoy+186%，2024 年 1-5 月天猫 GMV 达 4.1 亿元/yoy+112%，占可复美总品牌 GMV 比例为 53%。

图28：2024 年 1-5 月可复美在天猫平台 yoy+64%



数据来源：久谦中台、开源证券研究所

图29：2024 年 1-5 月可复美胶原棒在天猫销售额 yoy+112%



数据来源：久谦中台、开源证券研究所

韩束在天猫平台也有亮眼的表现，近半年均保持着同比双位数增长。依靠抖音平台破圈的韩束品牌 5 月天猫平台销售额破亿，同比增长超 1.18 倍，韩束红蛮腰水乳套装作为主推单品，天猫月销售额近四千万。

受益标的：珀莱雅、巨子生物、上美股份。

图30：韩束在天猫平台表现同样亮眼



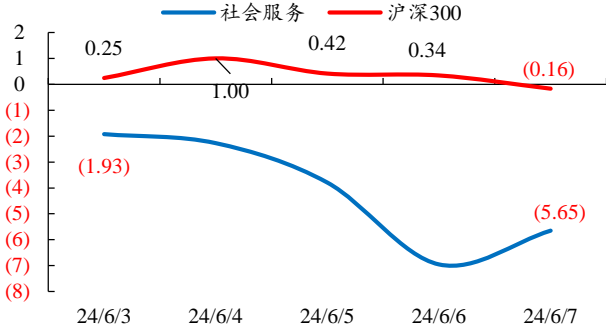
资料来源：青眼情报公众号

## 5、行业行情回顾：本周 A 股社服板块跑输大盘，港股消费者服务板块跑赢大盘

### 5.1、A 股行业跟踪：本周社服板块波动下行

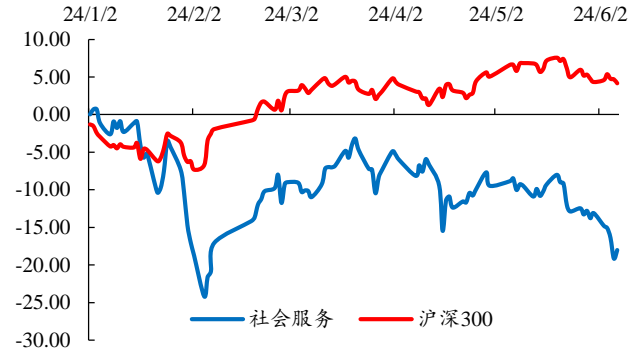
本周（6.3-6.7）社会服务指数-5.65%，跑输沪深300指数5.49pct，在31个一级行业中排名第29；2024年初至今社会服务行业指数-18.0%，弱于沪深300指数的+4.17%，在31个一级行业中排名第29。

图31：本周（6.3-6.7）社服板块跑输沪深300（%）



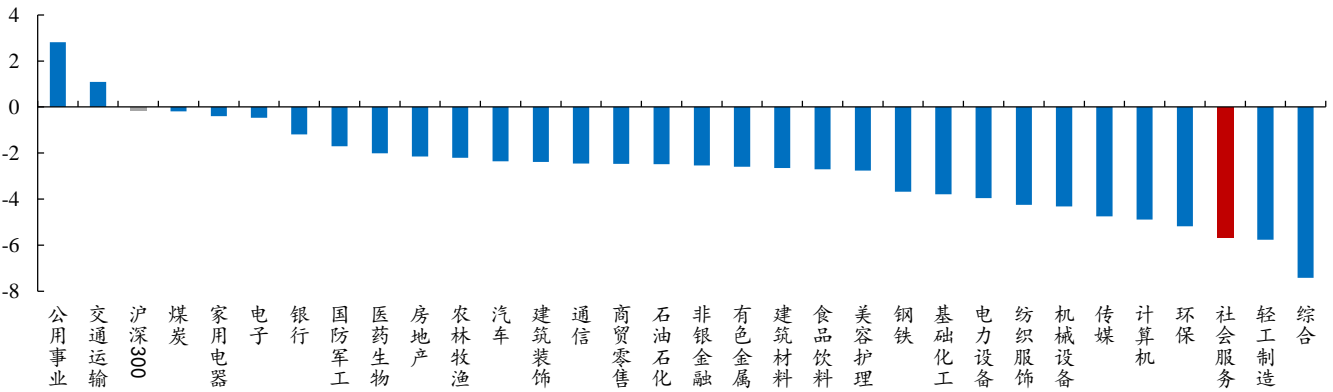
数据来源：Wind、开源证券研究所

图32：2024年初至今社服板块走势弱于沪深300（%）



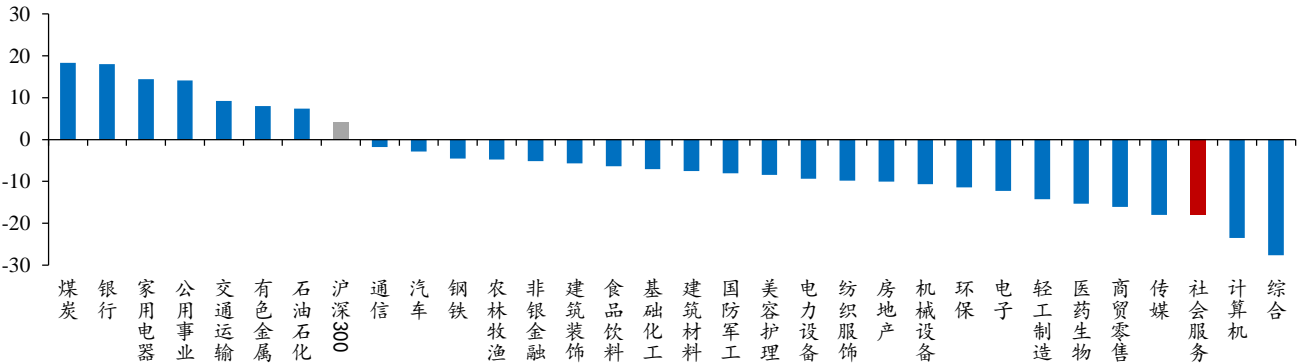
数据来源：Wind、开源证券研究所

图33：本周（6.3-6.7）社会服务板块在一级行业排名第29（%）



数据来源：Wind、开源证券研究所

图34：2024年初至今社会服务板块在一级行业排名第29（%）



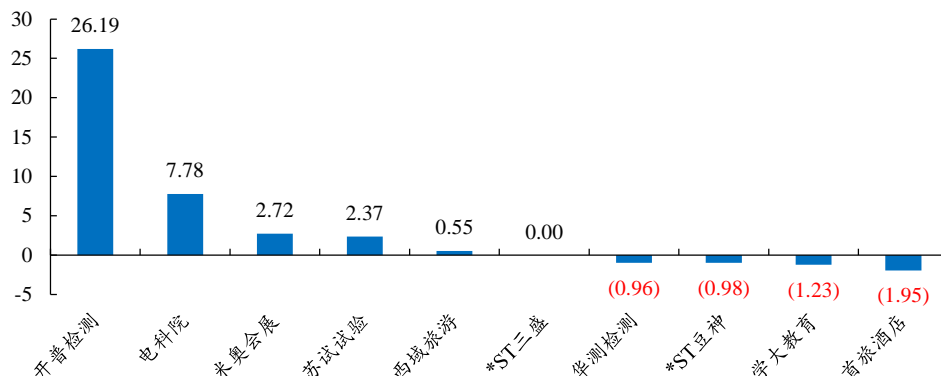
数据来源：Wind、开源证券研究所

## 5.2、A股社服标的表现：本周（6.3-6.7）检测、会展类上涨排名靠前

本周（6.3-6.7）A股涨幅前十名以检测、会展类为主，涨幅前三名分别为开普检

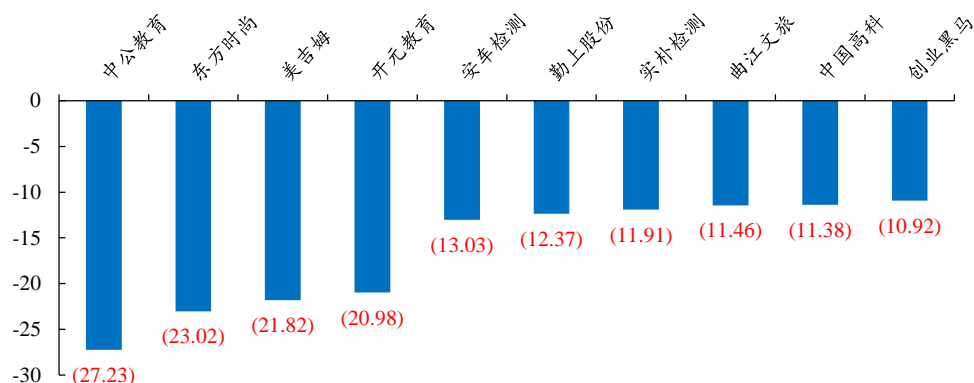
测、电科院、米奥会展，跌幅前三名分别为中公教育、东方时尚、美吉姆。净流入额前三名分别为开普检测、安车检测、苏试试验，净流入额后三名为中公教育、东方时尚、峨眉山 A。

图35: 本周(6.3-6.7)开普检测、电科院、米奥会展领涨(%)



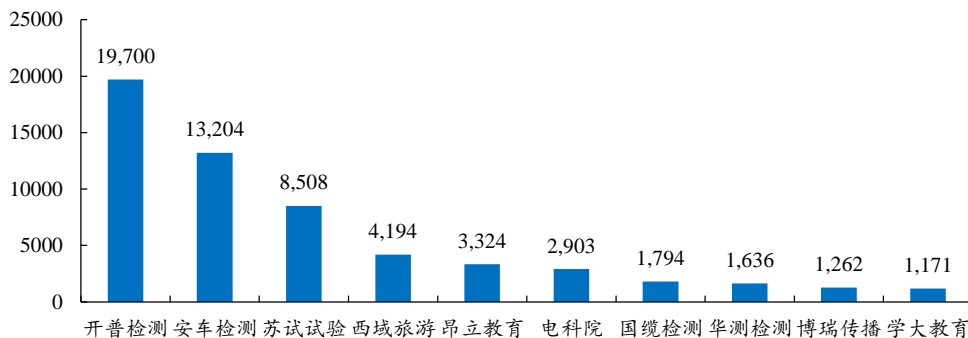
数据来源: Wind、开源证券研究所

图36: 本周(6.3-6.7)中公教育、东方时尚、美吉姆跌幅较大(%)



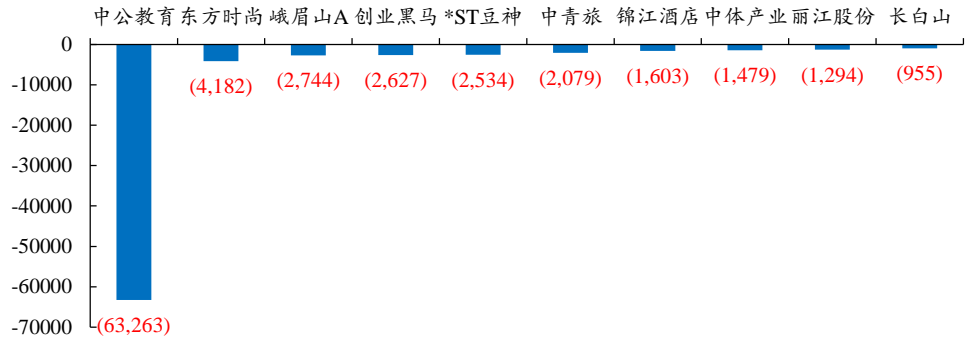
数据来源: Wind、开源证券研究所

图37: 本周(6.3-6.7)开普检测、安车检测、苏试试验净流入额较大(万元)



数据来源: Wind、开源证券研究所

图38: 本周(6.3-6.7)中公教育、东方时尚、峨眉山A净流出额较大(万元)

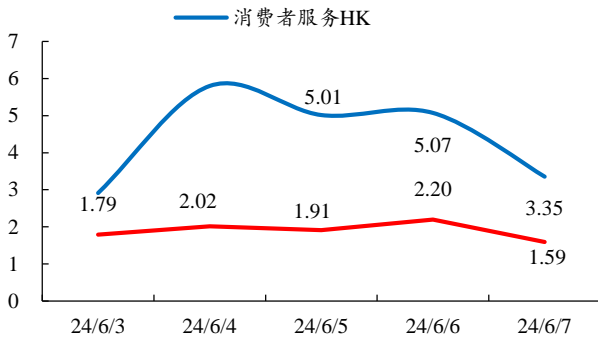


数据来源: Wind、开源证券研究所

### 5.3、港股行业跟踪: 本周消费者服务板块整体上行

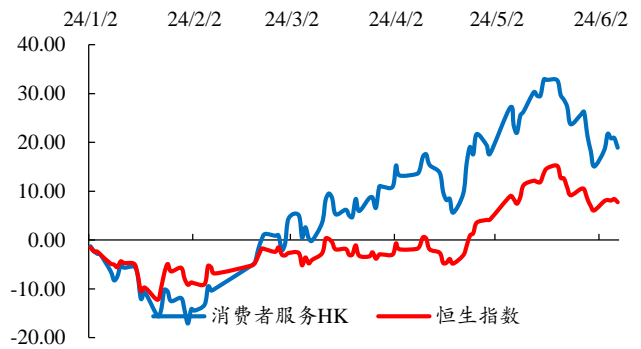
本周(6.3-6.7)港股消费者服务指数+3.35%，跑赢恒生指数 1.76pct，在 30 个一级行业中排名第 5；2024 年初至今消费者服务行业指数+18.93%，强于恒生指数的 +7.74%，在 30 个一级行业中排名第 12。

图39: 本周(6.3-6.7)消费者服务板块跑赢恒生指数(%)



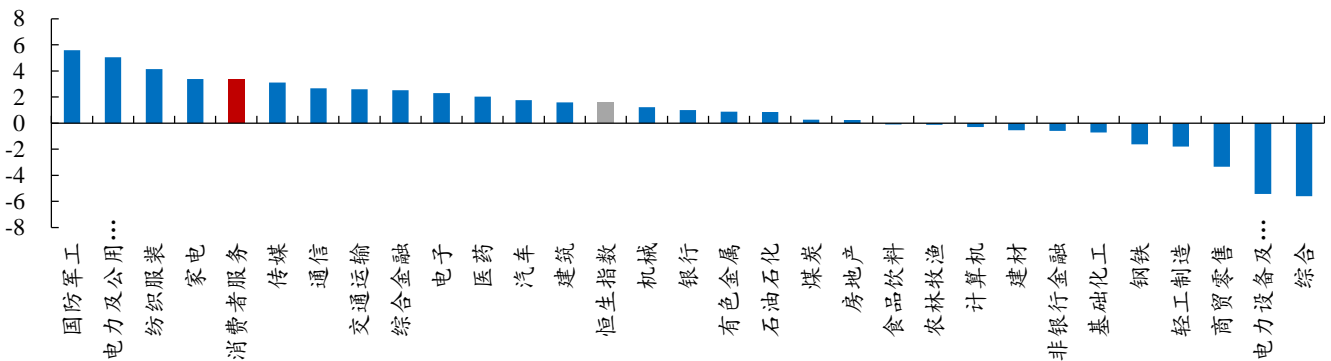
数据来源: Wind、开源证券研究所

图40: 2024年初至今消费者服务板块走势强于恒生指数(%)



数据来源: Wind、开源证券研究所

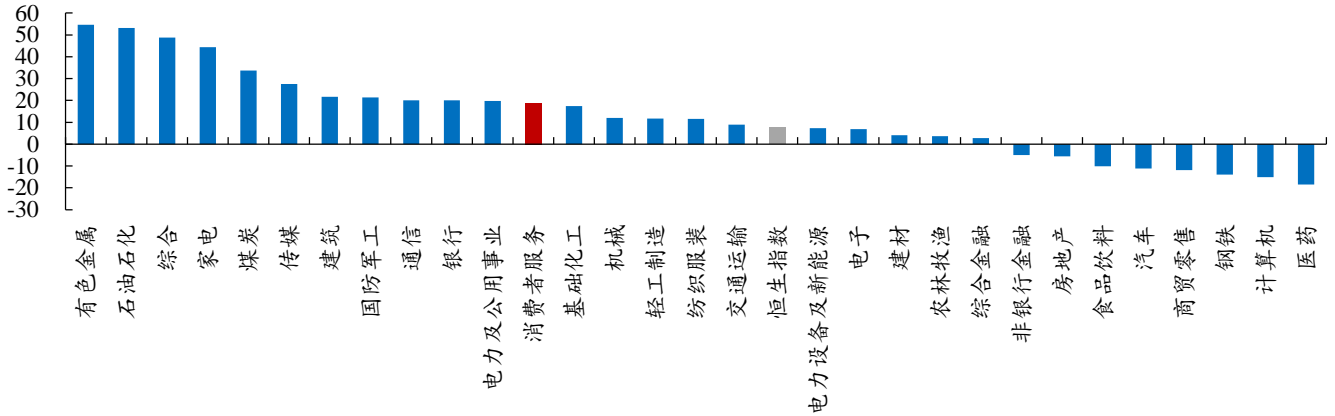
图41: 本周(6.3-6.7)港股消费者服务板块在一级行业排名第5(%)



数据来源: Wind、开源证券研究所



图42：2024年初至今港股消费者服务板块在一级行业排名第12（%）

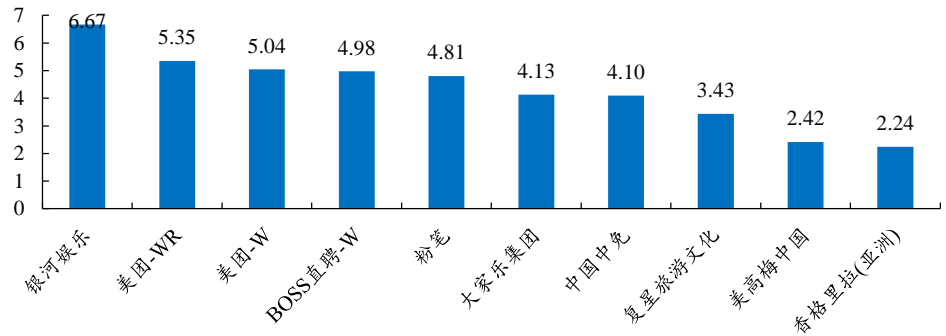


数据来源：Wind、开源证券研究所

### 5.4、港股消费者服务标的表现：本周（6.3-6.7）博彩类上涨排名靠前

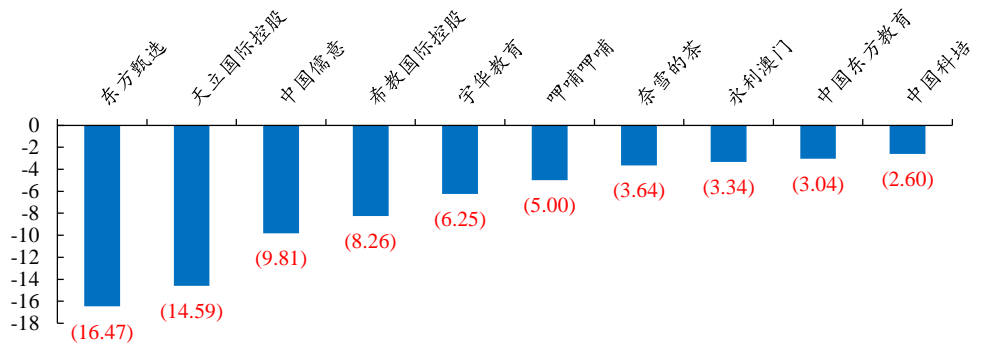
本周（6.3-6.7）港股博彩类涨幅靠前，涨幅前三名分别为银河娱乐、美团-WR、美团-W，跌幅前三名分别为东方甄选、天立国际控股、中国儒意。

图43：本周（6.3-6.7）银河娱乐、美团-WR、美团-W领涨（%）



数据来源：Wind、开源证券研究所

图44：本周（6.3-6.7）东方甄选、天立国际控股、中国儒意跌幅较大（%）



数据来源：Wind、开源证券研究所

**表2：盈利预测与估值**

代码	公司名称	2024/6/7	EPS				PE			评级
		收盘价	2024E	2025E	2026E	2024E	2025E	2026E		
600223.SH	福瑞达	7.65	0.37	0.47	0.58	20.64	16.37	13.18	买入	
300896.SZ	爱美客	200.02	11.29	14.51	18.26	17.71	13.79	10.95	买入	
832982.BJ	锦波生物	161.41	5.47	7.61	10.09	29.51	21.22	16.00	未评级	
601888.SH	中国中免	72.60	3.82	4.56	5.18	19.01	15.91	14.01	未评级	
0780.HK	同程旅行	17.56	0.85	1.08	1.31	20.73	16.33	12.17	未评级	
603099.SH	长白山	21.93	0.70	0.81	0.94	31.41	27.00	23.34	买入	
300795.SZ	米奥会展	20.75	1.22	1.66	2.03	17.01	12.51	10.22	买入	
001308.SZ	康冠科技	22.77	2.16	2.49	2.82	10.53	9.15	8.09	买入	
300856.SZ	科思股份	37.51	5.68	7.10	8.76	6.60	5.29	4.28	买入	
603277.SH	银都股份	31.80	1.44	1.62	1.83	22.11	19.66	17.40	买入	
688363.SH	华熙生物	56.30	1.7658	2.2372	2.8151	31.88	25.17	20.00	买入	
300740.SZ	水羊股份	16.57	1.0299	1.2389	1.4575	16.09	13.37	11.37	买入	
300192.SZ	科德教育	9.78	0.5118	0.6104	0.7144	19.11	16.02	13.69	买入	
000526.SZ	学大教育	60.25	2.01	2.73	3.59	29.92	22.10	16.80	未评级	
603081.SH	大丰实业	10.07	0.4539	0.5788	0.7305	22.19	17.40	13.79	买入	
605289.SH	罗曼股份	26.19	1.27	1.58	1.91	20.68	16.56	13.72	未评级	
300662.SZ	科锐国际	19.96	1.35	1.72	2.13	14.78	11.62	9.38	未评级	
600861.SH	北京人力	19.21	1.63	1.84	2.04	11.78	10.46	9.43	未评级	
600662.SH	外服控股	4.41	0.28	0.31	0.34	15.56	14.17	12.95	未评级	
603059.SH	倍加洁	21.87	1.4395	1.7068	1.9746	15.19	12.81	11.08	买入	
9961.HK	携程集团	399.00	15.79	17.90	19.58	25.27	22.29	20.38	未评级	
	-S									
300492.SZ	华图山鼎	104.90	2.73	3.53	5.82	38.47	29.71	18.04	未评级	
1890.HK	中国科培	1.50	0.40	0.42	0.44	3.79	3.60	3.43	未评级	
0839.HK	中教控股	4.81	0.81	0.92	1.04	5.91	5.22	4.62	未评级	
1773.HK	天立国际	4.39	0.26	0.38	0.57	16.79	11.55	7.71	未评级	
	控股									
002659.SZ	凯文教育	3.42	0.02	0.07	0.13	216.46	49.14	26.53	未评级	
0382.HK	中汇集团	2.31	0.62	0.65	0.73	3.74	3.56	3.19	未评级	
301011.SZ	华立科技	15.31	0.57	0.76	0.91	26.85	20.12	16.92	未评级	
EDU.N	新东方	77.53	1.51	2.60	0.44	46.74	27.15	160.85	未评级	
TAL.N	好未来	10.75	0.13	0.23	0.32	73.03	42.85	30.44	买入	

数据来源：Wind、Bloomberg、开源证券研究所；除福瑞达、爱美客、长白山、米奥会展、康冠科技、科思股份、银都股份、康冠科技、华熙生物、大丰实业、水羊股份、倍加洁、好未来为开源证券研究所预测，新东方为 Bloomberg 一致预期，其余公司盈利预测及估值数据均使用 Wind 一致预期（以上港股上市公司计价货币为港元，2024 年 6 月 7 日港币兑人民币收盘价 0.91037；美股上市公司计价货币为美元，2024 年 6 月 7 日美元兑人民币收盘价 7.1106）

## 6、风险提示

项目落地不及预期，社会零售不及预期，行业竞争加剧等。

## 特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R4（中高风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为境内专业投资者及风险承受能力为C4、C5的普通投资者。若您并非境内专业投资者及风险承受能力为C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。

因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

## 分析师承诺

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及开源证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

## 股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20%以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%~20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
	减持（underperform）	预计相对弱于市场表现 5%以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡（underperform）	预计行业弱于整体市场表现。

备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

## 分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

## 法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的机构或个人客户（以下简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于商业秘密材料，只有开源证券客户才能参考或使用，如接收人并非开源证券客户，请及时退回并删除。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及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、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司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。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的开源证券网站以外的地址或超级链接，开源证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

## 开源证券研究所

### 上海

地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼10层  
邮编：200120  
邮箱：research@kysec.cn

### 深圳

地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层  
邮编：518000  
邮箱：research@kysec.cn

### 北京

地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座9层  
邮编：100044  
邮箱：research@kysec.cn

### 西安

地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层  
邮编：710065  
邮箱：research@kysec.cn