

社会服务

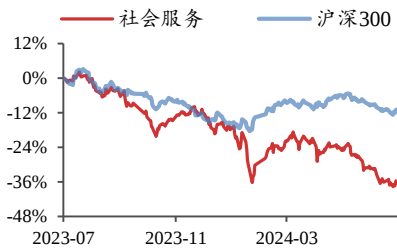
2024 年 07 月 14 日

6 月潮玩市场高景气，本地生活平台加速出海

——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

- 《抖音、淘宝布局即时零售，餐饮市场供给仍在增加——行业周报》-2024.7.7
- 《IP 毛绒治愈需求全球升温，即时零售服务持续繁荣——行业周报》-2024.6.30
- 《618 潮玩多品类高增，关注低渗透、高增速即时零售——行业周报》-2024.6.23

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

● **旅游/免税：OTA 积极优化入境游服务，2024H1 大型演唱会票房持续增长**
入境游：2023 年中国国际旅游外汇收入 530 亿美元，仅恢复至 2019 年同期 40%，复苏上升空间较大。针对疫情后入境游需求出现新变化，OTA 平台积极响应政策，凭借其对市场需求的精确洞察，优化供应链服务范围和数字化能力，有望乘入境游政策红利开拓增量。**演出市场：**2024 年上半年全国大型演出市场呈持续上升态势，演唱会、音乐节票房收入同比增长 134.73%；观演人数同比增长 63.35%，其中 5000 人以上大型演唱会拉动本地市场消费的贡献率较高。**免税：**2024Q2 实现营收 124.58 亿元，同比下降 17%，降幅环比走阔，离岛免税销售持续承压，口岸免税销售增速超 100%；实现归母净利润 9.82 亿元，同比下降 37%。

● **IP/出行/酒店：6 月潮玩市场高景气，如祺出行携 Rbotaxi 登陆港交所**
IP：精神、情绪消费拾阶而上，潮玩动漫销售额持续高景气。根据久谦数据，2024 年 5 月、6 月潮玩动漫品类线上（天猫+京东+抖音）销售额分别同比增长 60%和 69%。BW2024 漫展点燃上海，关注年轻人的自我表达消费。**出行：**如祺出行携 Robotaxi 登陆港交所，获得广汽工业集团、小马智行、Voyager（滴滴自动驾驶）、文远知行等投资方的基石投资。弗若斯特沙利文预计 Robotaxi 将于 2026 年实现商业化，2035 年中国 Robotaxi 市场规模将达到 16396 亿元。**酒店：**锦江酒店公布半年报预喜，预计 2024H1 实现扣非后归母净利润为 37,000 万元到 40,000 万元，同比增长-0.94%到 7.10%。

● **本地生活：本地生活赛道持续升温，海外业务布局加速**
本地生活：截至 2024 年 4 月，美团外卖商家端/美团开店宝月活用户分别为 1499 万/527 万，yoy+11.7%/45.4%；抖音商家端 APP 月活 485.5 万，yoy+46%。消费者对即时零售商品丰富性，对即时配送要求逐步提高。盒马、大润发 2024 年 4 月 APP 上月活用户 yoy+29.5%/40.5%。美团买菜升级小象超市后，2024 年 4 月微信小程序月活用户 yoy+139.8%。即时配送服务商加速完善基础设施，扩大骑手队伍。2024 年 4 月美团众包/蜂鸟众包/顺丰同城骑手数 455.3/224.5/98.2 万人，yoy+7.7%/+12.7%/+6.2%。**美团：**快手与美团的战略合作已于近日到期并续签，双方合作将全面升级。依据协议，未来三年快手美团合作空间范围将扩大至全国的“百城万店”。**Tiktok：**在海外开启本地生活业务，印尼、泰国已开放内测。

● **本周 A 股社服板块跑输大盘，港股消费者服务板块跑输大盘**
 本周（7.8-7.12）社会服务指数+0.64%，跑输沪深 300 指数 0.57pct，在 31 个一级行业中排名第 16，检测、旅游类领涨；本周（7.8-7.12）港股消费者服务指数+1.6%，跑输恒生指数 1.17pct，在 30 个一级行业中排名第 18，人服类领涨。

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；（6）新兴消费：赤子城科技；（7）即时零售：美团-W、顺丰同城。

● **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：OTA 积极优化入境游服务，2024H1 大型演唱会票房持续增长	4
1.1、入境游收入复苏空间较大，OTA 积极优化入境游服务	4
1.2、2024H1 演出市场活跃度较高，大型演唱会票房持续增长	5
1.3、航空：国内航班环比提升，国际航班稳步攀高	6
1.4、访港数据追踪：内地访港环比上升，全球访港保持稳定	6
2、免税：2024H1 中免业绩同比下滑，口岸渠道经营改善	7
3、IP：6 月潮玩动漫行业高景气，二次元精神消费获追捧	8
4、出行：如祺出行登陆港交所，预计 Robotaxi 将于 2026 年实现商业化	9
5、酒店：锦江酒店公布半年报预喜，轻资产+提质增效	10
6、本地生活：快手、美团全面升级合作，Tiktok 在海外开启本地生活业务	11
6.1、本地生活玩家洞察：本地生活平台月活跃用户持续增长，即时配送骑手活跃用户规模保持增长	11
6.2、快手、美团将全面升级合作，空间范围扩大至全国百城万店	13
6.3、Tiktok 在海外开启本地生活业务，印尼、泰国已开放内测	14
7、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输大盘	14
7.1、A 股行业跟踪：本周社服板块震荡上行	14
7.2、A 股社服标的表现：本周（7.8-7.12）检测、旅游类上涨排名靠前	16
7.3、港股行业跟踪：本周消费者服务板块整体上行	17
7.4、港股消费者服务标的表现：本周（7.8-7.12）旅游类上涨排名靠前	18
8、风险提示	20

图表目录

图 1：2023 年国际旅游 530 亿美元，恢复至 2019 年 40%	4
图 2：Trip.com 推出专车接送服务	5
图 3：携程推出自营外币兑换网点	5
图 4：本周国内客运日均执行航班量较 2023 年同期增长 1%（单位：架次）	6
图 5：本周国际客运日均执行航班量恢复至 2019 年同期 77%（单位：架次）	6
图 6：近一周内地/全球访港人数环比+19.7%/-0.1%（单位：人次）	6
图 7：近一周内地/全球访港人数恢复至 2019 年的 73.1%/75.3%（单位：人次）	7
图 8：近一周内地/全球访港人数单日峰值环比+16.2%/-6.2%（单位：人次）	7
图 9：2024Q2 中免营收 124.58 亿元，同比-17%	8
图 10：2024Q2 中免归母净利润 9.82 亿元，同比-37%	8
图 11：2024 年 6 月潮玩动漫品类线上（天猫+京东+抖音）销售额为 13.0 亿元，同比+69%	8
图 12：共有超 61.5 万人预约 BW2024 门票	9
图 13：漫展现场观众众多	9
图 14：预计 2035 年中国 Robotaxi 市场规模将达到 16396 亿元	10
图 15：预计 2026 年 Robotaxi 的每公里成本将低于出租车/网约车（单位：元/公里）	10
图 16：预计 2035 年全球 Robotaxi 市场规模将达到 32226 亿元（单位：十亿元）	10
图 17：线上短视频和社交内容平台等玩家相继入局本地生活服务领域	11
图 18：2024 年美团流量仍保持较高增速	11
图 19：抖音来客上线以来月活跃用户数稳健增长	12
图 20：小红书平台月活跃用户规模稳步增长	12
图 21：高德 APP 月活跃用户持续稳健增长	12

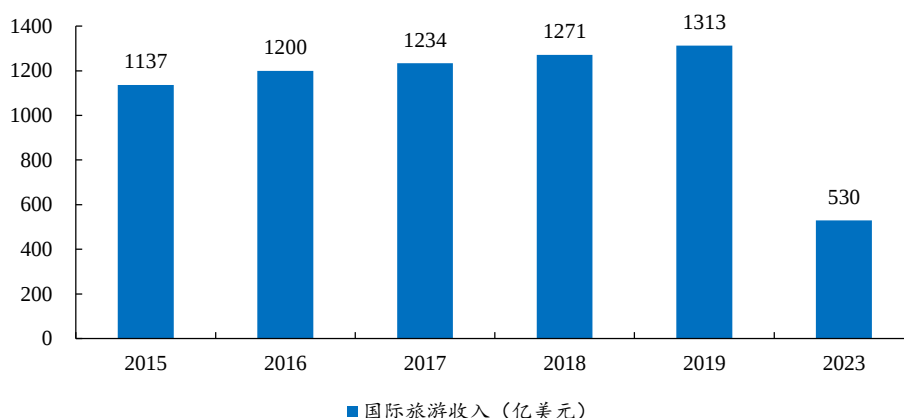
图 22: 美团买菜升级为小象超市后微信小程序月活跃用户高增	13
图 23: 2024 年 4 月各即时配送平台——骑手端 APP 月活跃用户规模保持增长	13
图 24: Tiktok 官网发布本地生活业务相关的招聘信息	14
图 25: 本周 (7.8-7.12) 社服板块跑输沪深 300 (%)	15
图 26: 2024 年初至今社服板块走势弱于沪深 300 (%)	15
图 27: 本周 (7.8-7.12) 社会服务板块在一级行业排名第 16 (%)	15
图 28: 2024 年初至今社会服务板块在一级行业排名第 28 (%)	15
图 29: 本周 (7.8-7.12) 实朴检测、众信旅游、*ST 凯撒领涨 (%)	16
图 30: 本周 (7.8-7.12) *ST 三盛、学大教育、昂立教育跌幅较大 (%)	16
图 31: 本周 (7.8-7.12) 众信旅游、宋城演艺、锦江酒店净流入额较大 (万元)	16
图 32: 本周 (7.8-7.12) 中公教育、学大教育、中体产业净流出额较大 (万元)	17
图 33: 本周 (7.8-7.12) 消费者服务板块跑输恒生指数 (%)	17
图 34: 2024 年初至今消费者服务板块走势强于恒生指数 (%)	17
图 35: 本周 (7.8-7.12) 港股消费者服务板块在一级行业排名第 18 (%)	17
图 36: 2024 年初至今港股消费者服务板块在一级行业排名第 12 (%)	18
图 37: 本周 (7.8-7.12) 同道猎聘、海昌海洋公园、金界控股领涨 (%)	18
图 38: 本周 (7.8-7.12) 粉笔、东方甄选、新高教集团跌幅较大 (%)	18
表 1: 2024H1 全国营业性观演人次同比增长 27.1%	5
表 2: 盈利预测与估值	19

1、出行/旅游：OTA 积极优化入境游服务，2024H1 大型演唱会票房持续增长

1.1、入境游收入复苏空间较大，OTA 积极优化入境游服务

2024 年入境游收入复苏空间仍足，OTA 享受新发展机遇。2023 年中国国际旅游外汇收入 530 亿美元，仅恢复至 2019 年同期 40%，复苏上升空间较大。当前我国入境游基础设施在支付、通信、语言服务及供应链等方面存在不足，出行不熟悉公共交通搭乘方式、不熟悉国内用车软件操作流程、语言和文字不通、支付方式不便等阻碍，进而影响其来华体验。随着政策的推动和企业积极响应，如 2024 年国务院多部委持续推动入境游支付便利化措施落地。针对疫情后入境游需求出现新变化，OTA 平台积极响应政策，凭借其对市场需求的精确洞察，优化供应链服务范围 and 数字化能力，有望乘入境游政策红利开拓增量。

图1：2023 年国际旅游 530 亿美元，恢复至 2019 年 40%



数据来源：Wind、开源证券研究所

OTA 围绕入境前后多场景优化服务供给。携程自营品牌携程专车上线接送机服务，目前 Trip.com 支持 24 种语言和 29 种货币结算，线下配备英文沟通无障碍的专车司机，并赠送英文举牌接机服务，有效解决入境游旅客在用车场景中软件使用、支付、履约上的流程难题，二季度境外游客落地用车服务需求增长加快，入境接送机订单环比一季度增长 145%。支付服务商，携程推出“零钱包”产品，帮助境外游客入境第一时间能够换取零钱，目前已在全国 13 个城市落地外币兑换网点，并围绕酒店住宿场景试点小额兑换业务，数据显示携程旗下外币兑换网点 6 月接收境外游客兑换笔数环比 5 月增长 10%，二季度整体同比增长超 2 倍。

图2: Trip.com 推出专车接送服务



资料来源: 携程黑板报公众号

图3: 携程推出自营外币兑换网点



资料来源: 携程旅行 APP

核心观点: 2024 年文旅政策频出, 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, 暑期保持较高景气度。从 OTA 同业竞争看, 近期抖音上调住宿业佣金率, 表明跨界玩家对酒旅业务盈利效率的平衡, 传统 OTA 平台供应链统筹、消费者洞察、交通预订导流等先发优势仍相对突出, 预计国内 OTA 行业竞争格局进一步优化。**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, 产品高性价比的名山大川型景区预计维持稳定增长。**受益标的:** 九华旅游、丽江股份; **推荐标的:** 长白山。

1.2、2024H1 演出市场活跃度较高, 大型演唱会票房持续增长

2024H1 大型演唱会票房持续增长。根据中国演出行业协会票务信息采集平台数据监测和调研测算, 2024 年上半年全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次 25.17 万场, 同比增长 30.19%; 票房收入 190.16 亿元, 同比增长 13.24%, 观众人数 7910.13 万人次, 同比增长 27.10%。其中, 大型演出市场上半年呈持续上升态势, 演唱会、音乐节票房收入同比增长 134.73%; 观演人数同比增长 63.35%。5000 人以上大型演唱会对市场增长的贡献率最高, 以周杰伦长沙演唱会为例, 根据北京零点市场调查有限公司测算, 四天演唱会共吸引了近 14.9 万观众入场, 跨城观演比例达 92%, 跨省观演比例达 68%; 除场内观众外, 场外人次亦累计超 5 万。

表1: 2024H1 全国营业性观演人次同比增长 27.1%

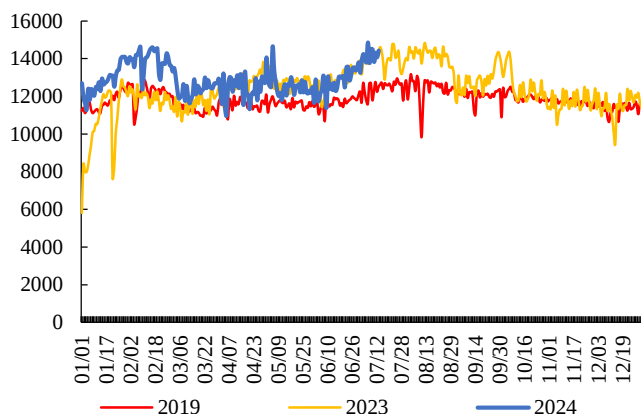
	2019	2020	2021	2022	2023	2024H1
演出票房(亿元, 左轴)	200.41	49.55	140.28	89.88	502.32	190.16
YOY(右轴)		-75.28%	183.11%	-35.93%	458.88%	13.24%
演出场次(万场)	19.71	5.45	18.97	17.33	34.2	25.17
YOY(右轴)		-72.35%	248.07%	-8.65%	97.35%	30.19%
观演人次(万人)	9351.2				17114	7910.13
YOY(右轴)						27.10%

数据来源: 中国演出行业协会公众号、界面新闻、新京报、开源证券研究所

1.3、航空：国内航班环比提升，国际航班稳步攀高

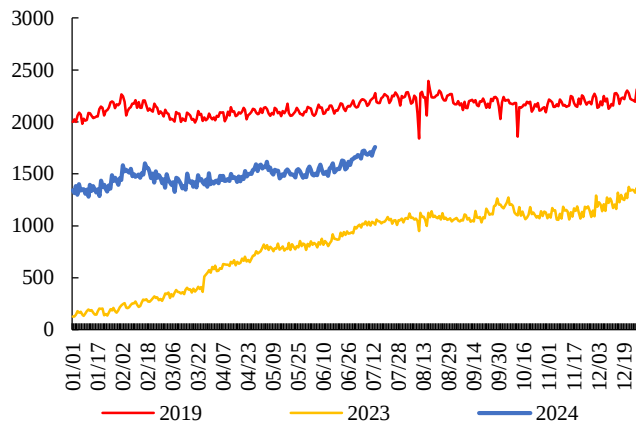
根据航班管家，本周（7.7-7.13）全国日均客运执行航班量 16251 架次，较 2023 年同期增长 6%，环比+1.6%。其中，本周国内客运日均执行航班量 14188 架次，较 2023 年同期增长 1%，环比+1.5%，7 月国内航班较 2023 年同期 1%；本周国际客运日均执行航班量 1706 次，环比+1.5%，恢复至 2019 年同期 77%，7 月国际航班恢复至 2019 年同期 77%。

图4：本周国内客运日均执行航班量较 2023 年同期增长 1%（单位：架次）



数据来源：航班管家、开源证券研究所

图5：本周国际客运日均执行航班量恢复至 2019 年同期 77%（单位：架次）

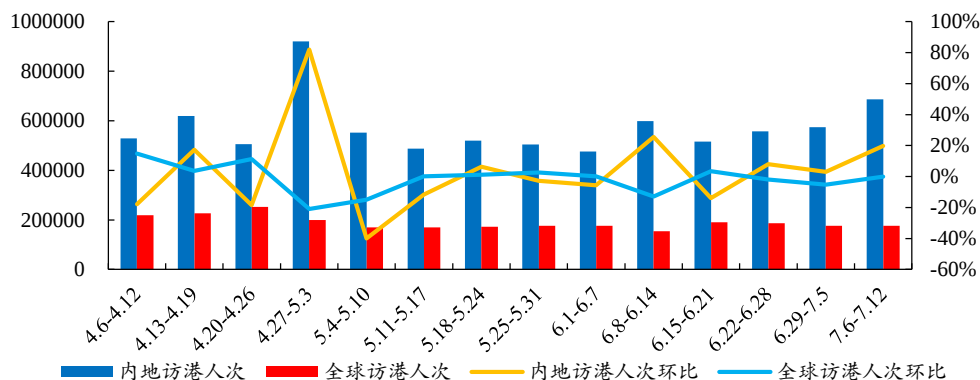


数据来源：航班管家、开源证券研究所

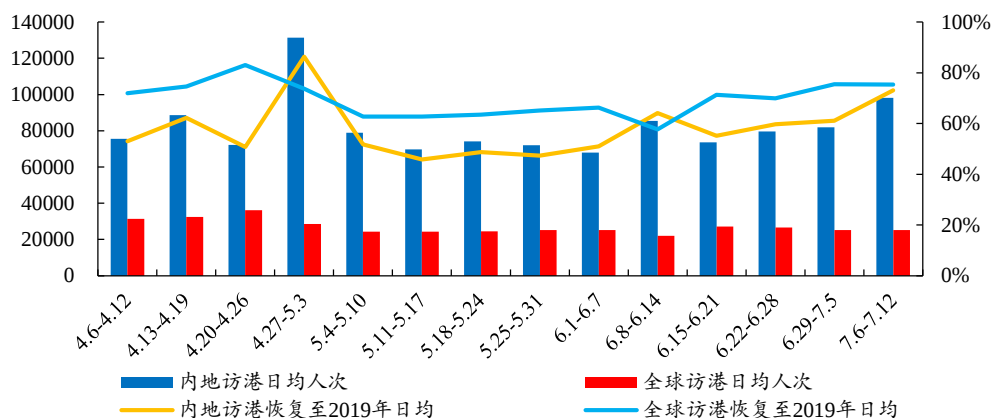
1.4、访港数据追踪：内地访港环比上升，全球访港保持稳定

本周（7.6-7.12）内地访客总入境人次达 686742 人，环比+19.7%；全球访客总入境人次（除内地外）176231 人，环比-0.1%。内地访客日均人数恢复至 2019 年月度（7 月）日均 73%，全球访客日均人数（除内地外）恢复至 2019 年月度（7 月）日均的 75.3%。内地访港整周单日峰值 12.5 万人次，全球访客整周单日峰值（除内地外）达 2.83 万人次。

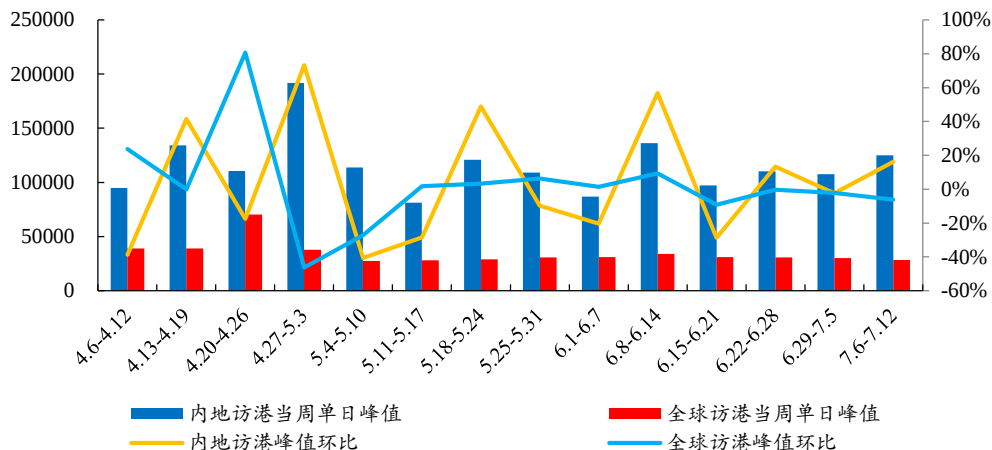
图6：近一周内地/全球访港人数环比+19.7%/-0.1%（单位：人次）



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7：近一周内地/全球访港人数恢复至 2019 年的 73.1%/75.3%（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

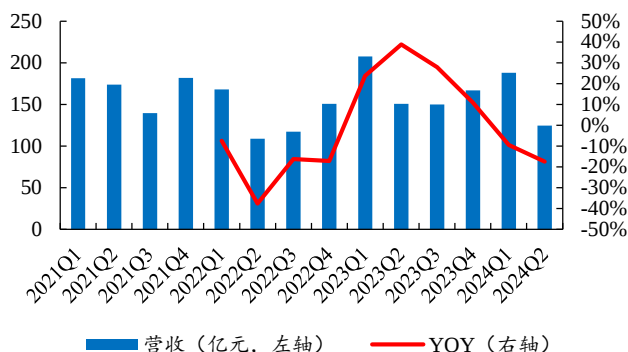
图8：近一周内地/全球访港人数单日峰值环比+16.2%/-6.2%（单位：人次）


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

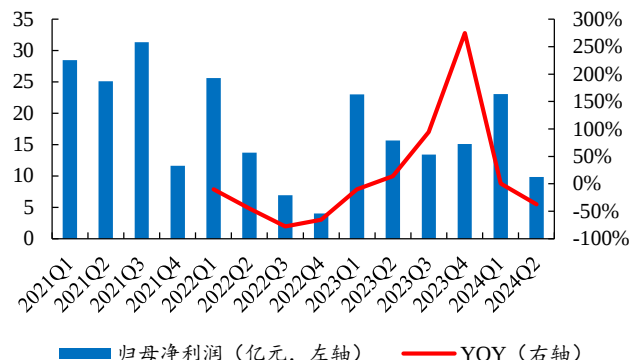
2、免税：2024H1 中免业绩同比下滑，口岸渠道经营改善

离岛免税渠道承压，2024Q2 业绩同比下降。根据中国中免业绩快报，2024H1 公司实现营业收入 312.65 亿元，同比下降 12.81%；实现归母净利润 32.88 亿元，同比下降 14.94%。其中，2024Q2 实现营收 124.58 亿元，同比下降 17%，降幅环比走阔，主要系受代购基数+市场进入淡季影响，离岛免税销售持续承压；实现归母净利润 9.82 亿元，同比下降 37%。盈利能力方面，2024H1 毛利率 32.94%，同比提升 2.62pct，其中 Q2 毛利率 33.29%，同比提升 0.82pct，环比提升 0.59pct。

口岸免税销售快增，海外布局加快推进。受益于国际航班、客流的不恢复，公司境内出入境免税门店收入同比增长超过 100%，其中北京机场免税门店收入同比增长超过 200%，上海机场免税门店收入增长将近 1 倍。海外布局方面，实现爱达·魔都号邮轮免税店开业、新加坡樟宜机场麒麟（Qeelin）精品店开业，中标新加坡樟宜机场 MCM 精品店、香港国际机场麒麟精品店经营权；境内方面，中标广州白云国际机场 T1 航站楼出境免税店、昆明长水国际机场出境免税店经营权。

图9：2024Q2 中国中免营收 124.58 亿元，同比-17%


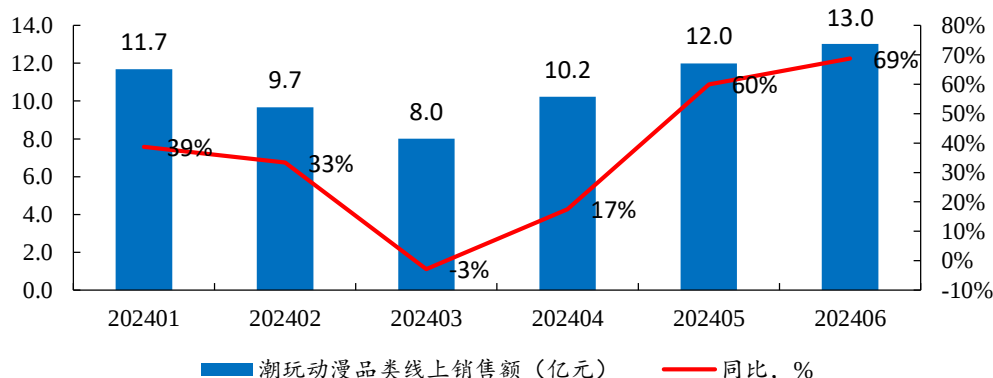
数据来源：Wind、中国中免公告、开源证券研究所

图10：2024Q2 中国中免归母净利润 9.82 亿元，同比-37%


数据来源：Wind、中国中免公告、开源证券研究所

3、IP：6 月潮玩动漫行业高景气，二次元精神消费获追捧

精神、情绪消费拾阶而上，潮玩动漫销售额持续高景气。根据久谦数据，2024年5月、6月潮玩动漫品类线上(天猫+京东+抖音)销售额分别同比增长60%和69%，2024Q1、2024Q2 分别同比+23%和 47%，加速趋势明显，盲盒、卡牌、动漫游戏周边等多个品类持续高增速。2024Q2 盲盒销售额同比增长 113%，手办同比增长 73%，文具卡牌同比增长 57%。

图11：2024 年 6 月潮玩动漫品类线上（天猫+京东+抖音）销售额为 13.0 亿元，同比+69%


数据来源：久谦中台、开源证券研究所

BW2024 漫展点燃上海，关注年轻人的自我表达消费。7 月 12 日上海 BilibiliWorld2024 (BW2024) 漫展大批二次元涌入街头。据官方数据正式开票前，共有超 61.5 万人预约了 BW2024 门票，6 月 29 日 BW2024 首轮门票放出，从购票按钮亮起，到变为黑白宣布售罄，只经历了仅仅不到一分钟的时间。当前经济环境下，二次元、潮玩等作为快乐和表达自我的精神文化载体，获年轻人追捧。

图12：共有超 61.5 万人预约 BW2024 门票



资料来源：游戏智库公众号

图13：漫展现场观众众多



资料来源：游戏智库公众号

4、出行：如祺出行登陆港交所，预计 Robotaxi 将于 2026 年实现商业化

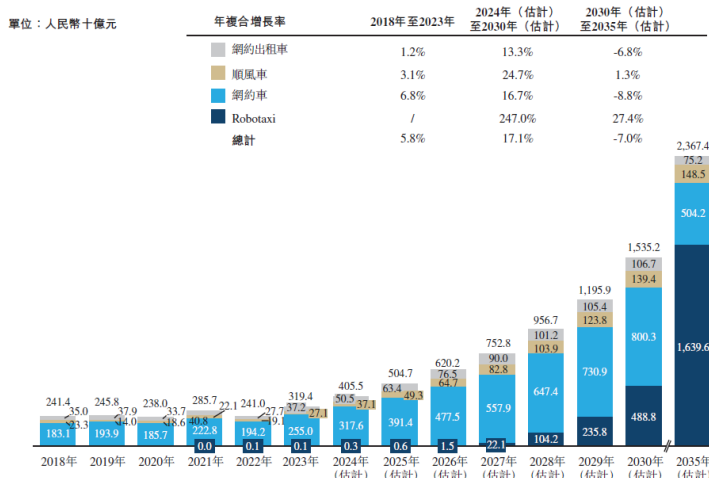
7月10日，广汽集团旗下智慧出行平台如祺出行在香港联交所上市。本次如祺出行发行上市获得广汽工业集团、小马智行、Voyager（滴滴自动驾驶）、WeRide（文远知行）等投资方的基石投资。2019年，为进一步创新未来出行模式，广汽集团和腾讯等联合发起创立如祺出行。经过5年发展，如祺出行业务包括出行服务（网约车、Robotaxi等），技术服务（人工智能数据及模型解决方案以及高精地图），以及为司机及运力加盟商提供全套支持的车队销售及维修。

营收快速增长，大湾区用户渗透率排名第二。如祺出行2021年、2022年及2023年总收入分别为10.14亿元、13.68亿元及21.61亿元，年复合增长率46%。目前出行服务用户超过2300万，在大湾区的用户渗透率超过45%，排名第二。且据交通运输部发布资料，公司交通运输部订单合规率已17次名列第一。

作为推动自动驾驶技术商业化的先行者，如祺出行于2022年推出了开放式Robotaxi运营科技平台，并成为全球首个有人驾驶网约车与Robotaxi服务商业化混合运营的出行平台。

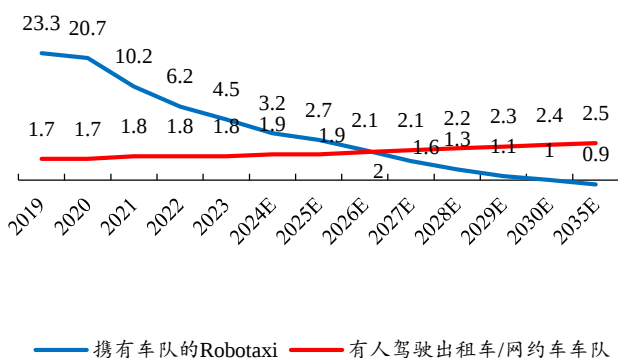
图14：预计 2035 年中国 Robotaxi 市场规模将达到 16396 亿元

2018年至2030年（估计）以及2035年（估计）中国乘用车智慧出行（按交易额划分）



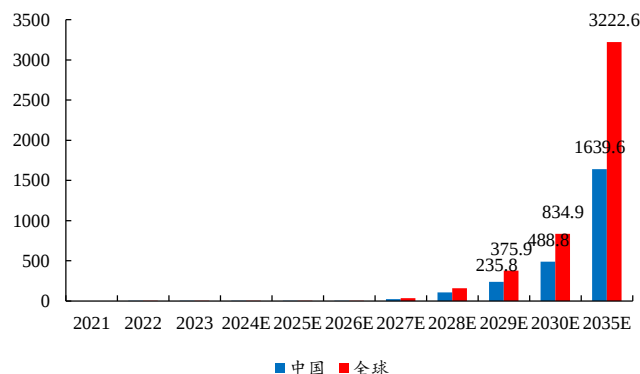
资料来源：如祺出行招股书、弗若斯特沙利文、开源证券研究所

图15：预计 2026 年 Robotaxi 的每公里成本将低于出租车/网约车（单位：元/公里）



数据来源：如祺出行招股书、弗若斯特沙利文、开源证券研究所

图16：预计 2035 年全球 Robotaxi 市场规模将达到 32226 亿元（单位：十亿元）



数据来源：如祺出行招股书、弗若斯特沙利文、开源证券研究所

5、酒店：锦江酒店公布半年报预喜，轻资产+提质增效

锦江酒店发布 2024 半年度业绩预告，优化资产配置提高盈利能力。锦江酒店预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为 80,000 万元到 85,000 万元，同比增长 52.93%到 62.49%。业绩预增主要原因为持续推进轻资产发展战略，出售时尚之旅 100%股权，预计可确认投资收益为税前 4.20 亿元，适用企业所得税率 25%。

经营保持稳健，持续提质增效。预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 37,000 万元到 40,000 万元，同比增长-0.94%到 7.10%。

6、本地生活：快手、美团全面升级合作，Tiktok 在海外开启

本地生活业务

6.1、本地生活玩家洞察：本地生活平台月活跃用户持续增长，即时配送骑手活跃用户规模保持增长

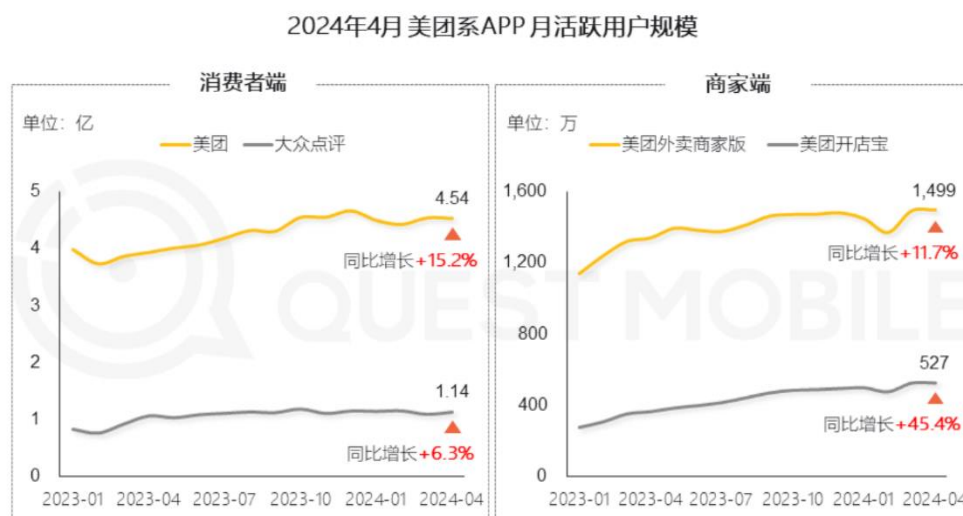
本地生活领域线上短视频和社交内容平台等玩家入局，与美团等本地生活玩家展开“商户争夺战”，截至 2024 年 4 月，美团外卖商家端、美团开店宝月活用户分别为 1499 万/527 万，yoy+11.7%/45.4%；抖音商家端 APP 月活 485.5 万，yoy+46%。美团、大众点评凭借商家端供给丰富的优势，流量仍保持较高增速。消费者端美团、大众点评月活用户 yoy+15.2%、6.3%。

图17：线上短视频和社交内容平台等玩家相继入局本地生活服务领域



资料来源：Questmobile

图18：2024 年美团流量仍保持较高增速



资料来源：Questmobile

图19：抖音来客上线以来月活跃用户数稳健增长



资料来源：Questmobile

各平台发力点：

(1) **美团**：发力直播，打造自有 IP “神抢手”、“爆团团”，将直播内容与货架打通，同时加码泛娱乐赛道，上线小说、短剧等内容服务，增加用户使用时长。

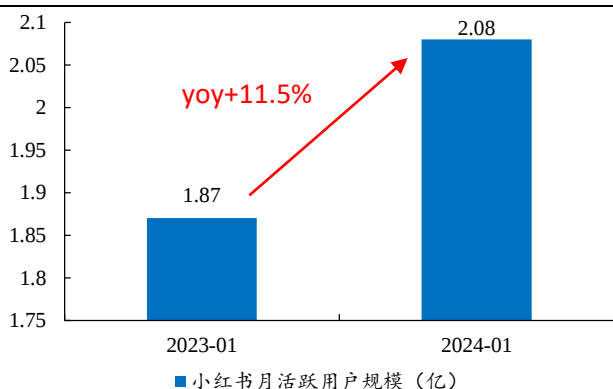
(2) **抖音**：生活服务业务发展迅速，用户逐渐养成内容种草后直接下单的消费习惯；更多品牌选择入驻抖音，商品和服务品类不断扩充，商家端 APP 流量接近 500 万。

(3) **快手**：通过加强平台间合作，加速本地生活各场景布局，发挥自身在下沉市场的流量优势，叠加低价策略，率先抢占低线城市份额。

(3) **小红书**：相比于其他平台，小红书用户的主动分享习惯和种草心智已被培养成熟，成为入局本地生活的重要优势，平台逐步开放四大团购消费入口，促进消费转化。

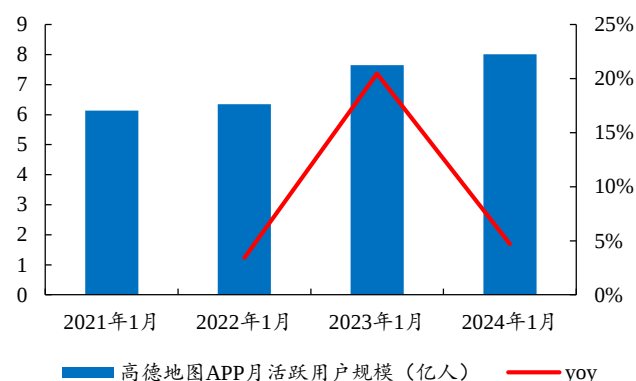
(4) **高德地图**：月活已突破 8 亿，流量优势增强目的地服务变现能力，高德已逐渐从单纯的地图工具发展成为具备“搜索、发现、交易、履约”完整链路的生活服务平台。

图20：小红书平台月活跃用户规模稳步增长



数据来源：Questmobile、开源证券研究所

图21：高德 APP 月活跃用户持续稳健增长

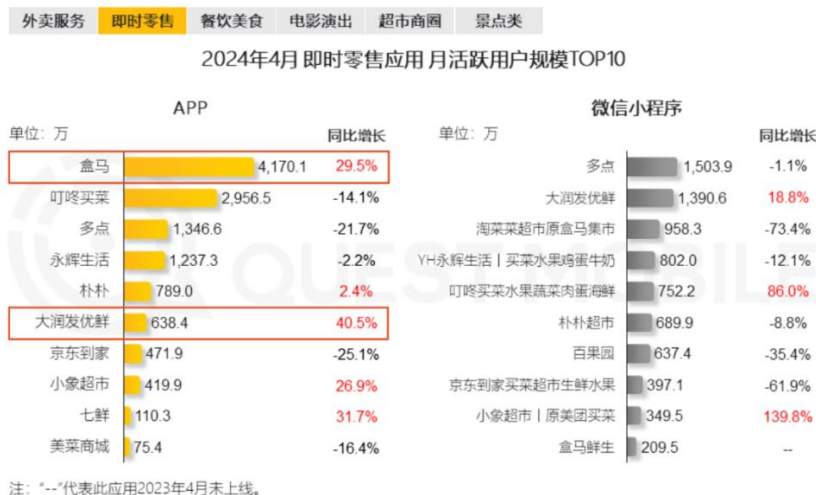


数据来源：Questmobile、开源证券研究所

消费者对即时零售商品丰富性，对即时配送要求逐步提高。盒马、大润发等综合零售超市的“小时达”服务更受用户青睐，2024 年 4 月 APP 上月活用户分别同比增长 29.5%/40.5%。美团买菜升级小象超市后，2024 年 4 月微信小程序月活用户同

比增长 139.8%。即时配送服务商加速完善基础设施，扩大骑手队伍，以应对日益增长的订单需求。2024 年 4 月各平台即时配送——骑手端 APP 月活跃用户规模同比稳健增长，美团众包月活跃骑手数达到 455.3 万/yoy+7.7%，蜂鸟众包月活跃骑手数达到 224.5 万/yoy+12.7%，顺丰同城骑士 98.2 万人/yoy+6.2%。

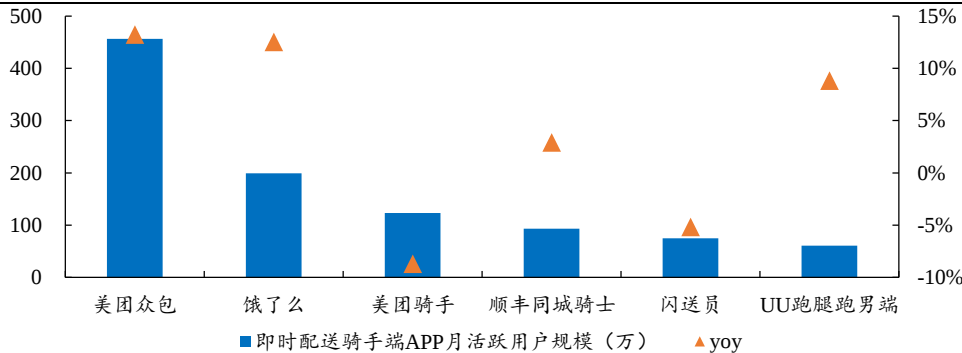
图22：美团买菜升级为小象超市后微信小程序月活跃用户高增



Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年4月

资料来源：QuestMobile

图23：2024 年 4 月各即时配送平台——骑手端 APP 月活跃用户规模保持增长



数据来源：QuestMobile、开源证券研究所

6.2、快手、美团将全面升级合作，空间范围扩大至全国百城万店

7 月 11 日，据 36 氪援引接近快手人士消息称，快手与美团的战略合作已于近日到期并续签，双方合作将全面升级。依据协议，未来三年快手美团合作空间范围将扩大至全国的“百城万店”。

快手美团将做更底层、系统的产品建设，保障体验。快手相关数据显示，2024 年 6 月，美团商家在快手平台的 GMV 同比提升超 38 倍，订单量同比提升超 10 倍。2024 年以来，美团商品在快手直播间的月订单转化率环比提升了 5 个百分点；2024Q2 快手本地下单用户在下单过程中，购买过程麻烦、订单不好找等问题的占比同比下降超过 10 个百分点。相比 2021 年的战略合作，此次美团向快手提供的供给将从团

购产品扩展到代金券产品、会员商品、秒杀品等多种营销形式的耦合，快手美团也将做更底层、系统的产品建设，以保障顺滑的用户体验。

美团具备优质团购商品供应链，而快手具备浓度极高的新客用户，快手的 7 亿用户将助力美团商家获得新增量，美团优质供给和快手海量新客强强联合，二者结合有助于打开本地生活成长空间。

6.3、Tiktok 在海外开启本地生活业务，印尼、泰国已开放内测

36 氪独家获悉，TikTok 正在海外试水本地生活业务，首站是东南亚地区，目前业务已在印尼和泰国开启。部分用户能够在信息流中刷到相关的团购套餐，以餐饮商家为主。Tiktok 在海外成功复制了抖音在国内成功经验，此次在海外开启本地生活业务预计将循 Tiktok 海外成功经验，深化本地生活业务布局。

公司布局东南亚本地生活市场机遇与挑战并存。东南亚共有近 7 亿人，其中 30 岁以下人口占比超过 50%。线上支付的高渗透率、热带气候培育的别样饮食文化、低廉劳动力造就的繁荣服务业和丰富的自然文化旅游资源是东南亚地区发展本地生活业务的优势。同时，东南亚地区交通和物流系统发展尚不完备，连锁型企业扩张受到供应链限制，致本地生活供给侧并不成熟。以餐饮为例，2023 年其连锁化率仅为美国的三分之一，大量餐饮店面的卫生安全标准距离成熟国家存在差距，缺乏标准化、创新型的新产品。

图24: Tiktok 官网发布本地生活业务相关的招聘信息

About the Team:

With the mission of "Inspiring New Life and Helping Good Business", Local Service is committed to becoming the most trusted local service platform for users and partners.

In Local Service, through POI, Video, LIVE, Search, and other various products, services and roles related to life are creatively connected, making the daily life experience richer, more unique and more innovative.

At the same time, Local Service creates an inclusive and fair healthy business environment, helping merchants, service providers, creators and other roles to continuously create revenue and improve efficiency.

Job Description:

1. 0-1 business development / partnership building, identify top and key local services partners in Food, QSR and Travel industries
2. Drive TikTok adoptions and provide integration marketing solutions to customers and achieve industry deep cultivations
3. Conduct customer visits, negotiate cooperation and contracts with key partners
4. Facilitate local service merchants in delivering high-quality content through short videos, live streaming, influencer matching, to improve their sales / transactions.

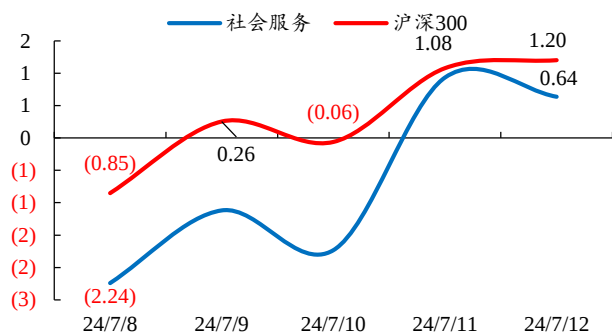
资料来源：36 氪未来消费公众号

7、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输大盘

7.1、A 股行业跟踪：本周社服板块震荡上行

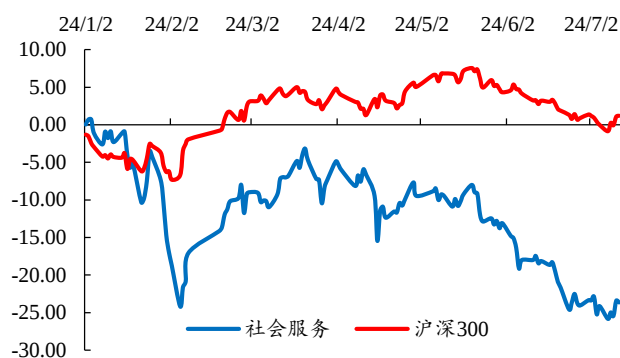
本周（7.8-7.12）社会服务指数+0.64%，跑输沪深 300 指数 0.57pct，在 31 个一级行业中排名第 16；2024 年初至今社会服务行业指数-23.65%，弱于沪深 300 指数的+1.2%，在 31 个一级行业中排名第 28。

图25：本周（7.8-7.12）社服板块跑输沪深300（%）



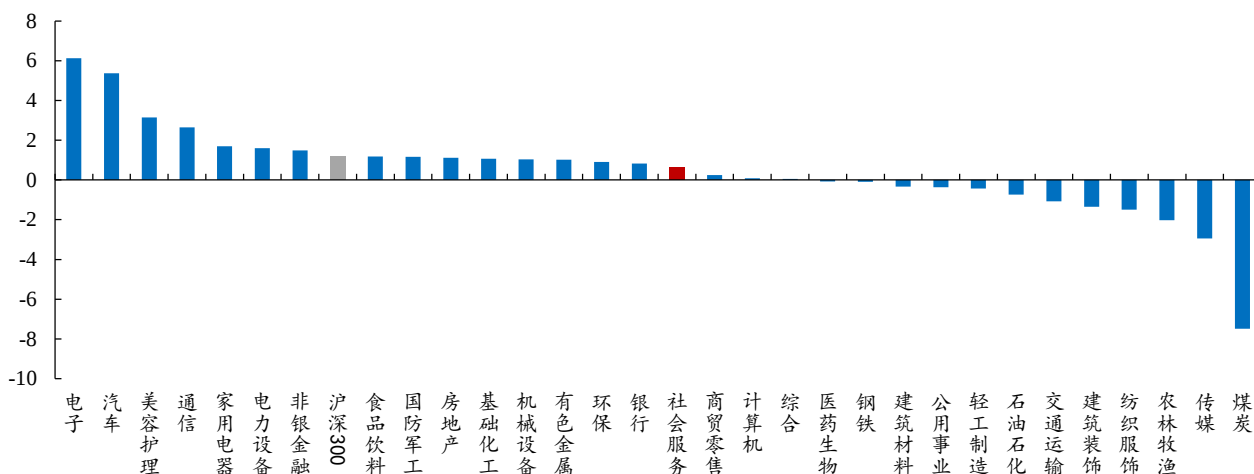
数据来源：Wind、开源证券研究所

图26：2024年初至今社服板块走势弱于沪深300（%）



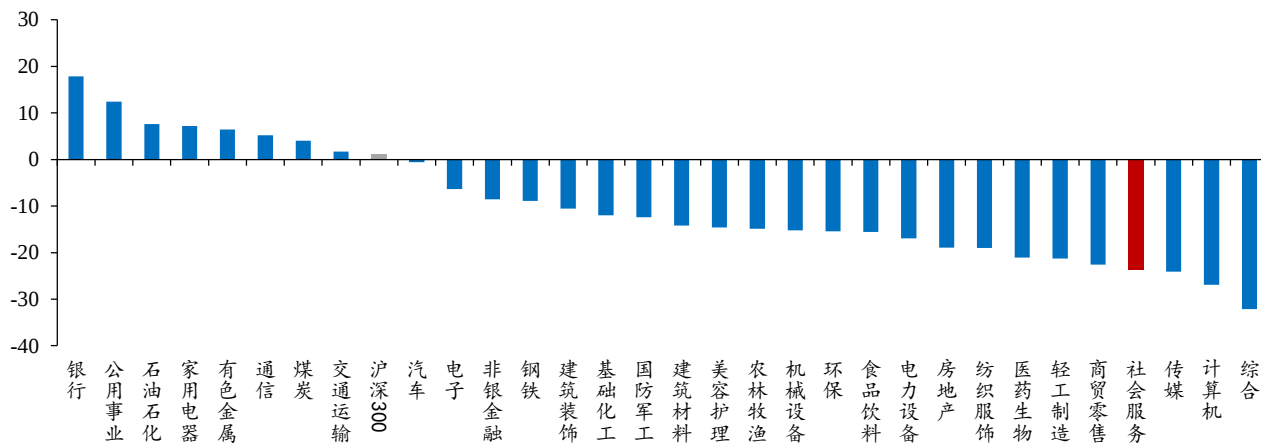
数据来源：Wind、开源证券研究所

图27：本周（7.8-7.12）社会服务板块在一级行业排名第16（%）



数据来源：Wind、开源证券研究所

图28：2024年初至今社会服务板块在一级行业排名第28（%）

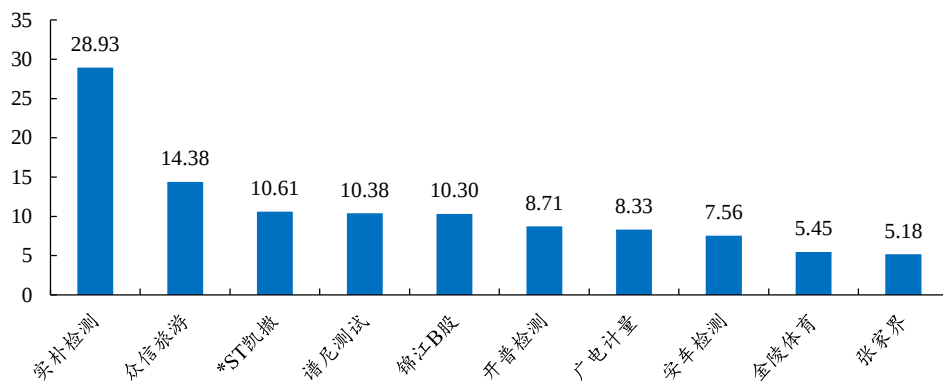


数据来源：Wind、开源证券研究所

7.2、A股社服标的表现：本周（7.8-7.12）检测、旅游类上涨排名靠前

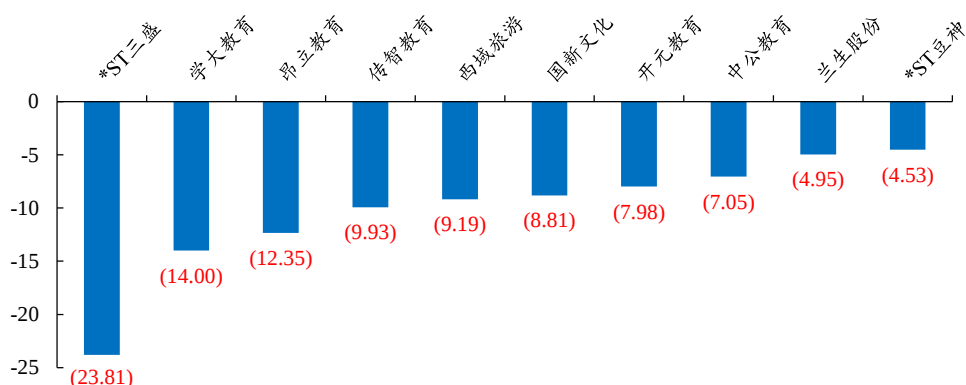
本周（7.8-7.12）A股涨幅前十名以检测、旅游类为主，涨幅前三名分别为实朴检测、众信旅游、*ST凯撒，跌幅前三名分别为*ST三盛、学大教育、昂立教育。净流入额前三名分别为众信旅游、宋城演艺、锦江酒店，净流入额后三名为中公教育、学大教育、中体产业。

图29：本周（7.8-7.12）实朴检测、众信旅游、*ST凯撒领涨（%）



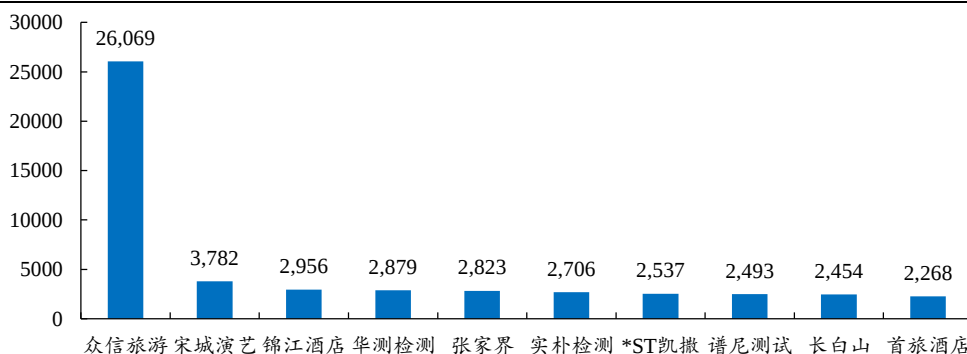
数据来源：Wind、开源证券研究所

图30：本周（7.8-7.12）*ST三盛、学大教育、昂立教育跌幅较大（%）

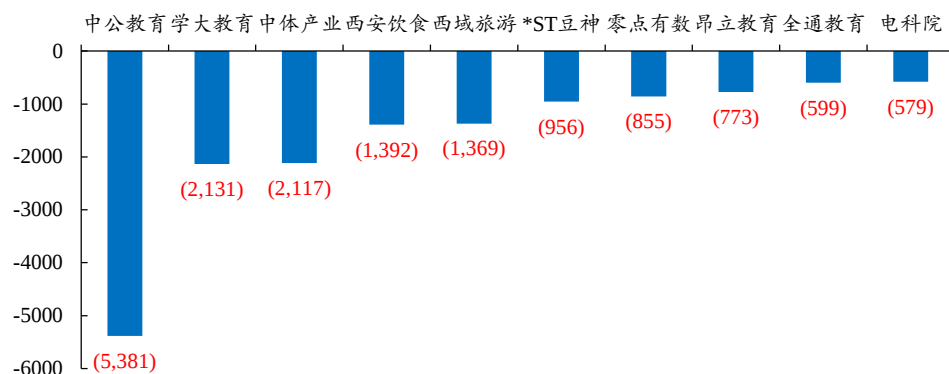


数据来源：Wind、开源证券研究所

图31：本周（7.8-7.12）众信旅游、宋城演艺、锦江酒店净流入额较大（万元）



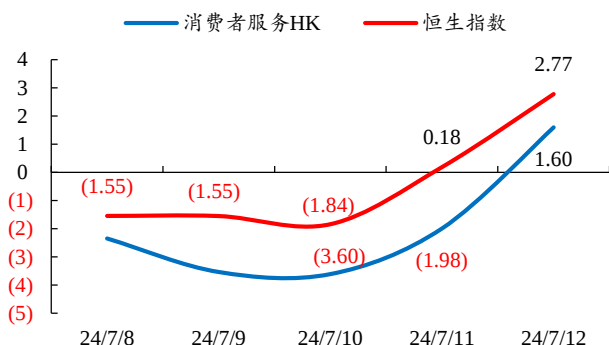
数据来源：Wind、开源证券研究所

图32：本周（7.8-7.12）中公教育、学大教育、中体产业净流出额较大（万元）


数据来源：Wind、开源证券研究所

7.3、港股行业跟踪：本周消费者服务板块整体上行

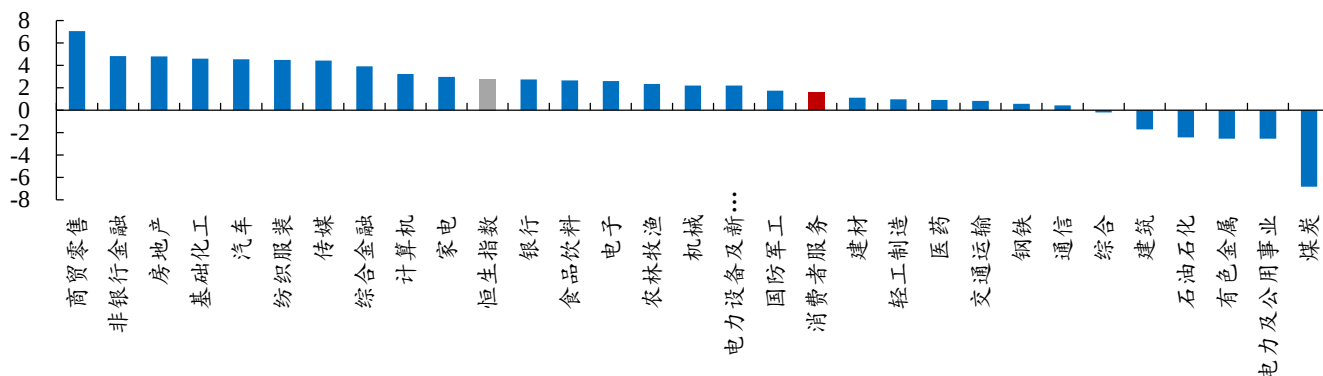
本周（7.8-7.12）港股消费者服务指数+1.6%，跑输恒生指数 1.17pct，在 30 个一级行业中排名第 18；2024 年初至今消费者服务行业指数+21.83%，强于恒生指数的 +7.31%，在 30 个一级行业中排名第 12。

图33：本周（7.8-7.12）消费者服务板块跑输恒生指数（%）


数据来源：Wind、开源证券研究所

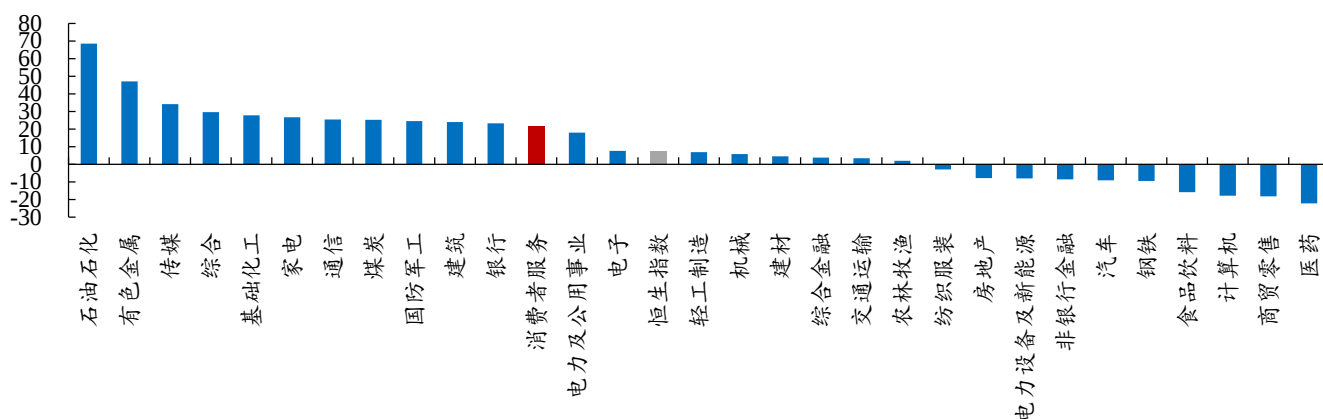
图34：2024 年初至今消费者服务板块走势强于恒生指数（%）


数据来源：Wind、开源证券研究所

图35：本周（7.8-7.12）港股消费者服务板块在一级行业排名第 18（%）


数据来源：Wind、开源证券研究所

图36：2024年初至今港股消费者服务板块在一级行业排名第12（%）

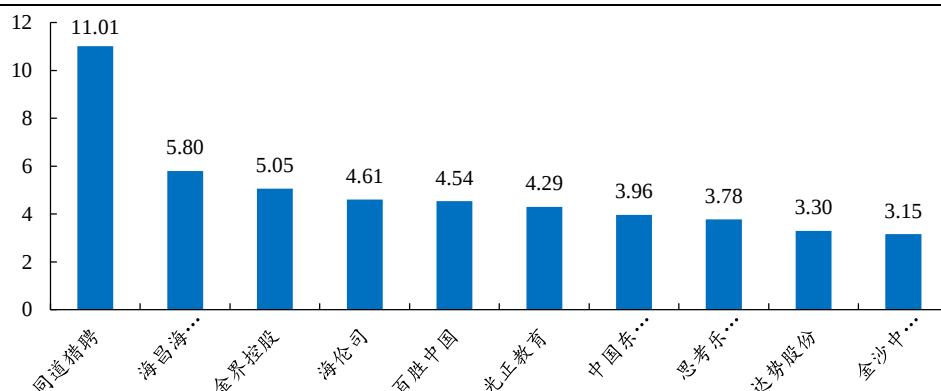


数据来源：Wind、开源证券研究所

7.4、港股消费者服务标的表现：本周（7.8-7.12）旅游类上涨排名靠前

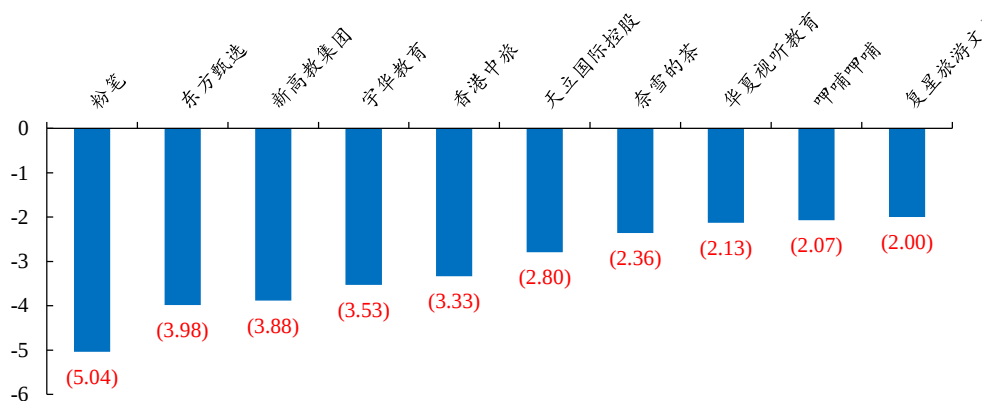
本周（7.8-7.12）港股类涨幅人服类靠前，涨幅前三名分别为同道猎聘、海昌海洋公园、金界控股，跌幅前三名分别为粉笔、东方甄选、新高教集团。

图37：本周（7.8-7.12）同道猎聘、海昌海洋公园、金界控股领涨（%）



数据来源：Wind、开源证券研究所

图38：本周（7.8-7.12）粉笔、东方甄选、新高教集团跌幅较大（%）



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	2024/7/12	EPS			PE			评级
		收盘价	2024E	2025E	2026E	2024E	2025E	2026E	
600223.SH	福瑞达	6.53	0.37	0.47	0.58	17.62	13.97	11.25	买入
300896.SZ	爱美客	169.20	11.29	14.51	18.26	14.98	11.66	9.27	买入
832982.BJ	锦波生物	168.29	6.05	8.35	11.06	27.82	20.16	15.21	未评级
601888.SH	中国中免	67.75	3.80	4.54	5.18	17.81	14.93	13.08	未评级
0780.HK	同程旅行	15.40	0.83	1.05	1.28	18.59	14.68	11.00	未评级
603099.SH	长白山	23.33	0.70	0.81	0.94	33.41	28.72	24.83	买入
300795.SZ	米奥会展	16.04	1.22	1.66	2.03	13.15	9.67	7.90	买入
001308.SZ	康冠科技	22.42	2.16	2.49	2.82	10.37	9.01	7.96	买入
300856.SZ	科思股份	32.49	5.68	7.10	8.76	5.72	4.58	3.71	买入
603277.SH	银都股份	28.91	1.44	1.62	1.83	20.10	17.87	15.82	买入
688363.SH	华熙生物	60.78	1.7658	2.2372	2.8151	34.42	27.17	21.59	买入
300740.SZ	水羊股份	13.15	1.0299	1.2389	1.4575	12.77	10.61	9.02	买入
688366.SH	昊海生科	60.68	2.20	2.73	3.30	27.54	22.19	18.40	买入
300192.SZ	科德教育	9.04	0.5118	0.6104	0.7144	17.66	14.81	12.65	买入
000526.SZ	学大教育	50.68	2.00	2.72	3.56	25.34	18.63	14.22	未评级
603081.SH	大丰实业	9.65	0.4539	0.5788	0.7305	21.26	16.67	13.21	买入
605289.SH	罗曼股份	23.06	1.27	1.59	1.92	18.13	14.49	12.00	未评级
600916.SH	中国黄金	9.38	0.7135	0.8262	0.95	13.15	11.35	9.87	买入
300662.SZ	科锐国际	15.68	1.34	1.70	2.13	11.67	9.20	7.37	未评级
600861.SH	北京人力	15.99	1.63	1.84	2.04	9.80	8.71	7.85	未评级
600662.SH	外服控股	4.07	0.28	0.31	0.34	14.36	13.08	11.95	未评级
603059.SH	倍加洁	20.33	1.4395	1.7068	1.9746	14.12	11.91	10.30	买入
9961.HK	携程集团	395.60	15.96	18.10	19.88	24.78	21.86	19.90	未评级
	-S								
300492.SZ	华图山鼎	81.07	2.73	3.53	5.82	29.73	22.96	13.94	未评级
1890.HK	中国科培	1.48	0.40	0.42	0.44	3.74	3.55	3.39	未评级
0839.HK	中教控股	4.32	0.81	0.92	1.03	5.31	4.70	4.18	未评级
1773.HK	天立国际	4.52	0.26	0.37	0.53	17.25	12.07	8.58	未评级
	控股								
002659.SZ	凯文教育	3.20	0.02	0.07	0.13	202.53	45.98	24.83	未评级
0382.HK	中汇集团	2.25	0.62	0.65	0.73	3.64	3.46	3.10	未评级
301011.SZ	华立科技	15.39	0.57	0.76	0.91	26.99	20.23	17.00	未评级
9699.HK	顺丰同城	11.50	0.16	0.33	0.49	69.82	35.14	23.37	未评级
3690.HK	美团	121.80	4.44	6.41	8.09	27.45	18.99	15.06	未评级
EDU.N	新东方	77.54	1.51	2.60	0.44	46.90	27.24	162.07	未评级
TAL.N	好未来	10.81	0.13	0.23	0.32	73.68	43.23	30.71	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，EPS为人民币，2024年7月12日港币兑人民币收盘价0.91339；美股上市公司收盘价和EPS计价货币为美元，2024年7月12日美元兑人民币收盘价7.1315）

8、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的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3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