旺季更旺，1 月布局高景气出行链标的

—— 1 月投资前瞻

2026 年 01 月 04 日

核心观点

- **事件：**本月社服行业涨跌幅为-0.57%，其中，各细分板块涨跌幅分别为：酒店餐饮（1.62%），旅游及景区（-0.08%），专业服务（-0.75%），教育（-2.39%）

- **行业重要动态及新闻：**1）中国中免连续中标上海、北京机场免税项目；2）海南自贸港封关首周，三亚离岛免税销售额累计实现 7.36 亿元。

- **元旦假期点评及观点更新：**

元旦数据强劲，假期天数增加显著释放消费力，看好春节旺季行情。26 年元旦全社会跨区域流动人次同比+20%，其中铁路、民航同比 25/24 年各增 53%/9%、10%/13%。国内游市场，四川 A 级景区接待人次/收入同比 24 年+16%/+10%，其中峨眉山景区接待人次同比 24 年+21%；深圳日均接待旅游人次/收入同比+32%/+36%。出境游方面，元旦澳门、香港入境人次创历史新高；国家移民管理局预计假期日均出入境旅客将突破 210 万人次/同比+22%。展望 Q1，一方面 2026 年春节放假天数为历史最长，出行数据利好催化较多，相关链条公司业绩有望受益。另一方面从相对收益角度看，2014-25 年 12 年来旅游板块在春节后十五个交易日范围内较沪深 300 指数的平均相对收益率为 1.72%，跑赢指数的概率为 66.7%，因此我们建议看多出行板块投资机会。

2）细分行业及标的：

免税：受益海南封关+高端消费景气向上，1-3 日海南免税销售 7.1 亿/同比+129%，日均 2.4 亿，已接近 25 年春节水平（日均 2.6 亿），海南离岛免税基本面企稳快速回升趋势确定，推荐中国中免。此外，建议关注珠免集团：受益澳门旅游市场高景气+地产业务剥离，公司基本面已实现“困境反转”。此外，剥离地产业务后公司在手现金预计超 50 亿，剔除现金后市值仅 73 亿，对应 2026 年业绩承诺（6.6 亿元）21X PE，低于行业平均（中国中免 39X、王府井 46X）。

旅游：OTA 龙头受益更高的市场集中度、运营及营销投放优化利润率提升，增长确定性最强，推荐携程集团-S、同程旅行；景区公司受旅游消费模式偏好迁移影响，建议关注银发经济属性较强，供给优化的三峡旅游。澳门博彩板块受益高端消费上行+非博彩元素提升，2025 年游客量创历史新高，建议关注具备新增高端产能的银河娱乐、金沙中国有限公司。

新消费：新茶饮消费与居民出行正相关，龙头公司受益品类&场景扩张、密集门店网络带来的高可得性有望充分受益，推荐古茗、蜜雪集团，建议关注沪上阿姨。演唱会/音乐节在供需两端均受益假期天数增长，叠加地缘政治变化推动“限韩令”有优化可能，优质供给增长将驱动需求扩容，推荐大麦娱乐。

- **风险提示：**行业竞争加剧的风险；宏观经济下行的风险；政策端的风险。

社会服务行业

推荐 维持评级

分析师

顾熹闽

☎：18916370173

✉：guximin_yj@chinastock.com.cn

分析师登记编码：S0130522070001

研究助理：邱爽

✉：qiushuang_yj@chinastock.com.cn

相对沪深 300 表现图 2025 年 12 月 31 日



资料来源：中国银河证券研究院

相关研究

1.【银河社服】12 月投资月报：茶饮龙头拓展早餐场景，增长潜力有望释放

2.【银河社服】社会服务业 2026 年策略报告：预期的拐点，β与α并重

3.【银河社服】11 月投资月报：财富效应与政策优化，消费不必悲观

目录
Catalog

一、 元旦假期点评及观点更新 3
二、 行业数据 4
（一） 社零： 社零增速持续放缓，国补退坡下消费转弱 4
（二） 免税：海南旅游热度持续攀升，十二月客流同比提升 7
（三） 酒店： 高线城市 RevPAR 显著提升，ADR 驱动效果明显 8
（四） 博彩：11 月澳门入境游客恢复率创新高 10
（五） 餐饮门店更新： 12
（六） 演出市场与旅游出行数据更新： 13
三、 行业要闻 17
（一） 免税/旅游零售 17
（二） 酒店 18
（三） 餐饮 21
（四） 旅游 27
（五） 教育 33
（六） 体育 39
（七） IP 43
四、 市场行情 45
（一） 市场整体 45
（二） 个股行情 45
五、 重点股票盈利预测与估值 48
（一） 重点公司盈利预测与估值 48
（二） 重点公司 PE Band 49
（三） 近期重点报告更新 50
六、 风险提示 56

一、元旦假期点评及观点更新

1）元旦数据强劲，假期天数增加显著释放消费力，看好春节旺季行情。26 年元旦全社会跨区域流动人次同比+20%，其中铁路、民航同比 25/24 年各增 53%/9%、10%/13%。国内游市场，四川 A 级景区接待人次/收入同比 24 年+16%/+10%，其中峨眉山景区接待人次同比 24 年+21%；深圳日均接待旅游人次/收入同比+32%/+36%。出境游方面，元旦澳门、香港入境人次创历史新高；国家移民管理局预计假期日均出入境旅客将突破 210 万人次/同比+22%。展望 Q1，一方面 2026 年春节放假天数为历史最长，出行数据利好催化较多，相关链条公司业绩有望受益。另一方面从相对收益角度看，2014-25 年 12 年来旅游板块在春节后十五个交易日范围内较沪深 300 指数的平均相对收益率为 1.72%，跑赢指数的概率为 66.7%，因此我们建议看多出行板块投资机会。

2）细分行业及标的：

免税：受益海南封关+高端消费景气向上，1-3 日海南免税销售 7.1 亿/同比+129%，日均 2.4 亿，已接近 25 年春节水平（日均 2.6 亿），海南离岛免税基本面企稳快速回升趋势确定，推荐中国中免。此外，建议关注珠免集团：受益澳门旅游市场高景气+地产业务剥离，公司基本面已实现“困境反转”。此外，剥离地产业务后公司在手现金预计超 50 亿，剔除现金后市值仅 73 亿，对应 2026 年业绩承诺（6.6 亿元）21X PE，低于行业平均（中国中免 39X、王府井 46X）。

旅游：OTA 龙头受益更高的市场集中度、运营及营销投放优化利润率提升，增长确定性最强，推荐携程集团-S、同程旅行；景区公司受旅游消费模式偏好迁移影响，建议关注银发经济属性较强，供给优化的三峡旅游。澳门博彩板块受益高端消费上行+非博彩元素提升，2025 年游客量创历史新高，建议关注具备新增高端产能的银河娱乐、金沙中国有限公司。

新消费：新茶饮消费与居民出行正相关，龙头公司受益品类&场景扩张、密集门店网络带来的高可得性有望充分受益，推荐古茗、蜜雪集团，建议关注沪上阿姨。演唱会/音乐节在供需两端均受益假期天数增长，叠加地缘政治变化推动“限韩令”有优化可能，优质供给增长将驱动需求扩容，推荐大麦娱乐。

二、行业数据

（一）社零： 社零增速持续放缓，国补退坡下消费转弱

2025 年 11 月我国社会消费品零售总额 43989 亿元，同比+1.3%。据国家统计局数据显示，2025 年 11 月我国社会零售总额 4.4 万亿元，同比+1.3%，环比-1.6%。其中，除汽车以外的消费品零售额 3.9 万亿元，同比+2.5%，环比-1.5%。6 月以来社零增速持续放缓，11 月社零整体增速继续保持下滑趋势．国补退坡下，10/11 月家用电器和音像器材类社零同比-14.6%/-19.4%，隔年比分别为+18.9%/-1.5%；2024 年 9 月开始推广国补，家电产业执行力强，立竿见影，其他消费细分行业执行明显落后于家电，同比基数偏高导致下滑幅度较大；10/11 月家具类社零同比+9.6%/-3.8%、日用品类（含电动自行车、可穿戴智能设备）社零同比+7.4%/-0.8%，也开始转弱。10/11 月文化办公用品类（含电脑）社零同比+13.5%/+11.7%、通讯器材类社零同比+23.2%/+20.6%，由于 3C 数码产品补贴政策 2025 年初优化后方体现刺激效果，预计压力在 2026 年年初。

图1：社零总额当月同比



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

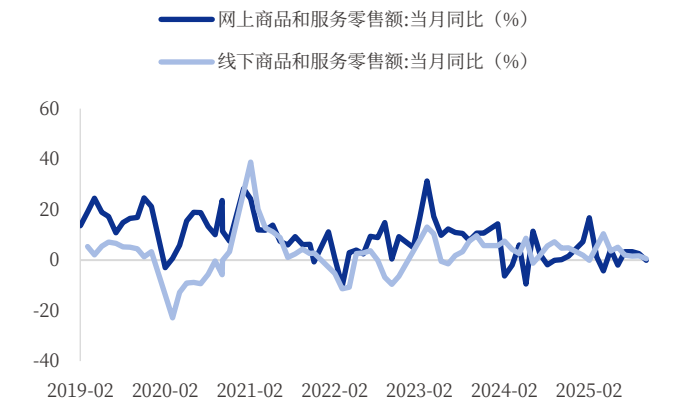
图2：除汽车外社零总额当月同比



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

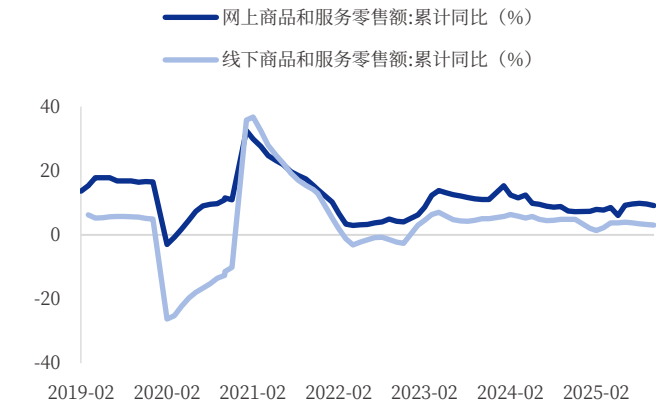
分渠道看，线上累计增速持续领先线下，本月线上线下同比增速均放缓。2025 年 11 月，全国网上、线下累计零售额分别同比+9.1%/+3.0%。

图3：网上&线下商品和服务零售额当月同比



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

图4：网上&线下商品和服务零售累计同比

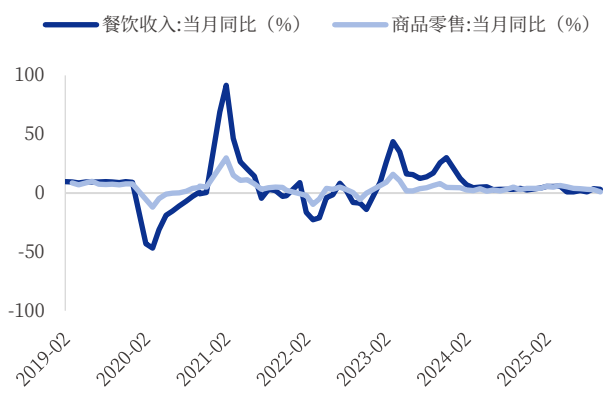


资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

分类型来看，11 月餐饮收入增速继续领先商品零售增速。2025 年 11 月，餐饮收入、商品零售

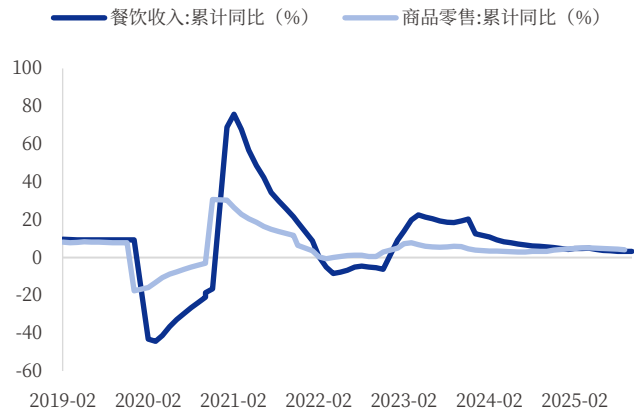
额分别同比增长+3.2%、+1.0%，增速分别环比-0.6pct、-1.8pct。餐饮收入增速保持领先商品零售额增速。

图5：社零：商品零售&餐饮收入当月同比



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

图6：社零：商品零售&餐饮收入累计同比



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

表1：社会消费品零售总额主要数据

	2025 年 11 月		2025 年 1-11 月		驱动因素
	绝对量（亿元）	YOY（%）	绝对量（亿元）	YOY（%）	
社会消费品零售总额	43,898	1.3	456,067	4.0	
其中：除汽车以外的消费品零售额	39,444	2.5	411,637	4.6	
其中：限额以上单位消费品零售额	17,810	-2.0	182,665	3.8	
其中：实物商品网上零售额			118,193	5.7	
按经营地分					
城镇	37,684	1.0	394,544	3.9	
乡村	6,214	2.8	61,523	4.4	
按消费类型分					
餐饮收入	6,057	3.2	52,245	3.3	受外卖大战分流
其中：限额以上单位餐饮收入	1,380	1.2	14,933	2.3	
商品零售额	37,841	1.0	403,822	4.1	
其中：限额以上单位商品零售额	16,430	-2.2	167,732	4.0	
其中：粮油、食品类	2,060	6.1	21,766	9.9	
饮料类	269	2.9	3,045	1.0	今年南方秋季天气异常炎热
烟酒类	502	-3.4	5,790	3.3	飞天茅台批价下跌，高端酒压力凸显
服装、鞋帽、针纺织品类	1,542	3.5	13,597	3.5	双十一活动提前和北方秋冬降温提前
化妆品类	468	6.1	4,285	4.8	国货替代，双十一大促
金银珠宝类	292	8.5	3,414	13.5	黄金首饰增值税新规导致成本增加有影响
日用品类	763	-0.8	7,922	6.5	包括电动自行车、可穿戴智能设备补贴。电动自行车零售转冷
体育、娱乐用品类	154	0.4	1,552	16.4	
家用电器和音像器材类	1,000	-19.4	10,749	14.8	去年同期国补导致高基数
中西药品类	660	4.9	6,604	1.8	
文化办公用品类	524	11.7	4,746	18.2	受益于电脑补贴，高基数在年初
家具类	195	-3.8	1,895	16.9	家居补贴退坡
通讯器材类	998	20.6	9,129	20.9	受益于 3C 数码补贴，高基数在年初
石油及制品类	1,722	-8.0	20,781	-5.2	
汽车类	4,454	-8.3	44,430	-1.0	
建筑及装潢材料类	149	-17.0	1,510	-1.5	

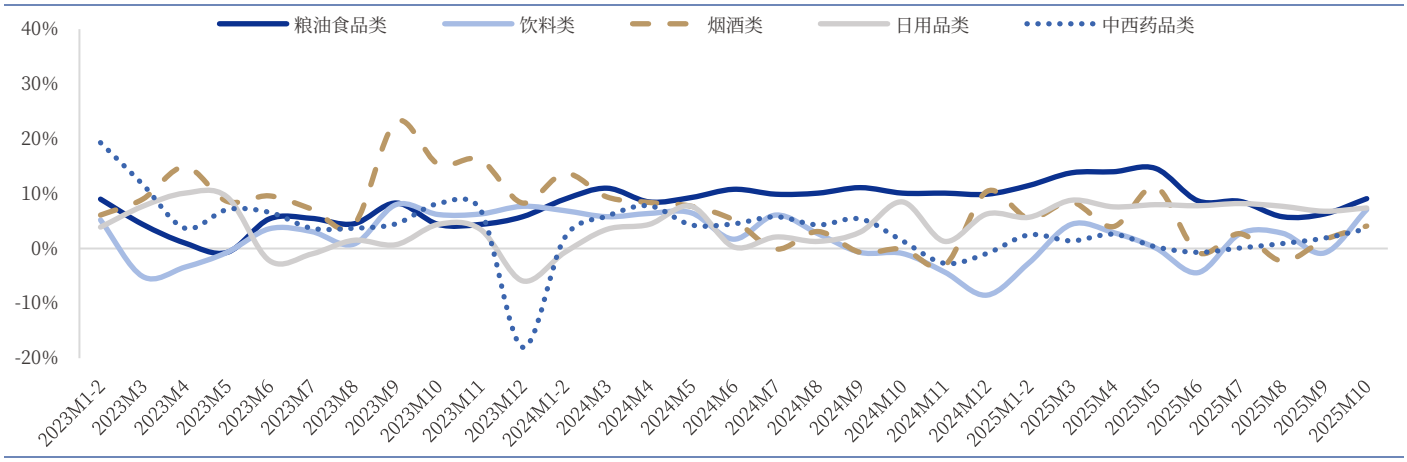
资料来源：国家统计局、中国银河证券研究院

注：商品零售额统计口径参考《批发和零售业统计报表制度》

必选消费：2025 年 10 月，粮油食品类社零同比+9.1%，饮料类社零同比+7.1%，烟酒类社零

同比+4.1%，日用品类社零同比+7.4%，中西药品类社零同比+3.6%。

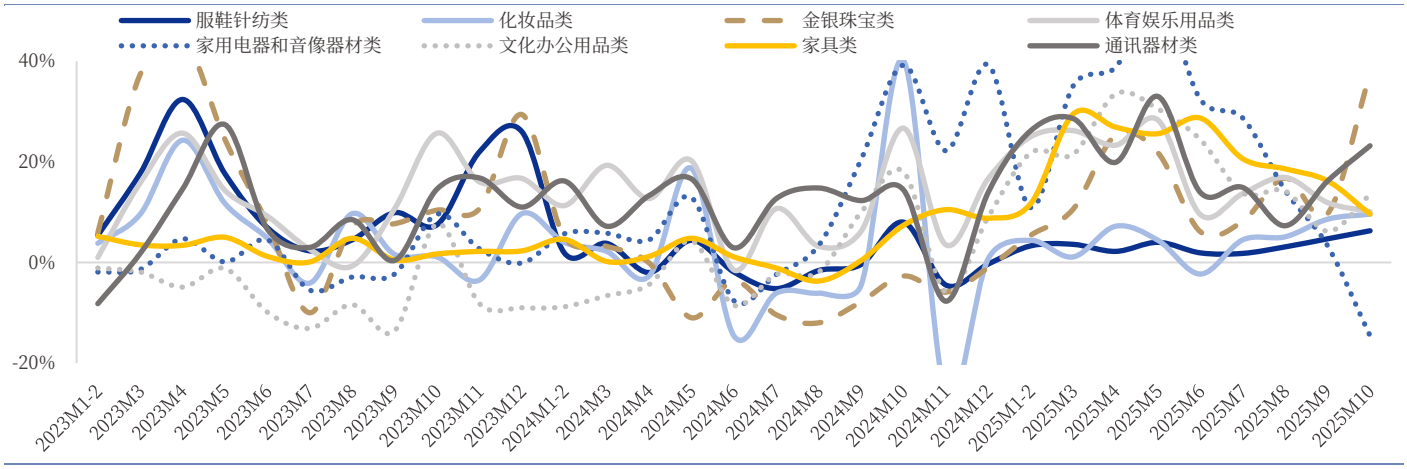
图7：必选消费类社零当期 YOY（月度）



资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

可选消费：2025 年 10 月，服鞋针纺类社零同比+6.3%，化妆品类社零同比+9.6%，金银珠宝类社零同比+37.6%，体育娱乐用品类社零同比+10.1%，家用电器和音像器材类社零同比-14.6%，文化办公用品类社零同比+13.5%，家具类社零同比+9.6%，通讯器材类社零同比+23.2%。

图8：可选消费类社零当期 YOY（月度）



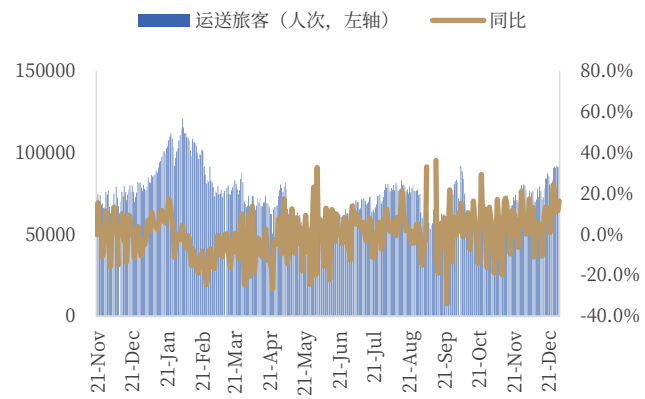
资料来源：国家统计局，中国银河证券研究院

分地区：2025 年 10 月，城镇消费品零售额同比+2.7%，乡村消费品零售额同比+4.1%。

分类型：2025 年 10 月，商品零售额同比+2.8%，餐饮收入同比+3.8%。

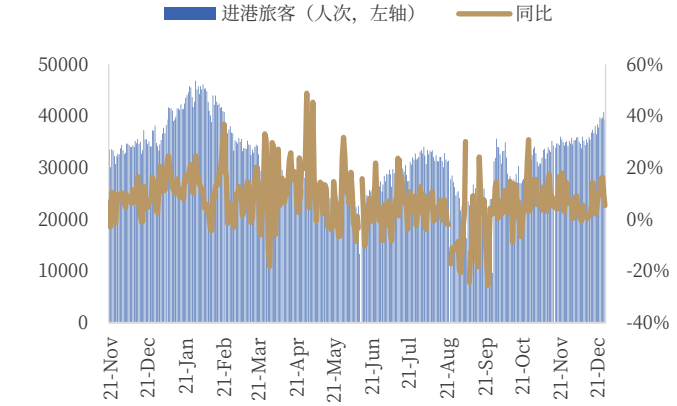
（二）免税：海南旅游热度持续攀升，十二月客流同比提升

图9：海口美兰机场运送旅客量及同比增速



资料来源：美兰机场官方微博，中国银河证券研究院

图10：三亚凤凰机场进港旅客量及同比增速

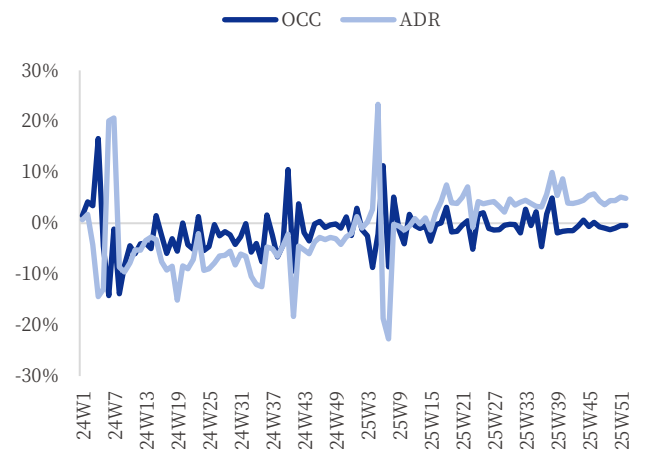


资料来源：凤凰机场官方微博，中国银河证券研究院

（三）酒店： 高线城市 RevPAR 显著提升，ADR 驱动效果明显

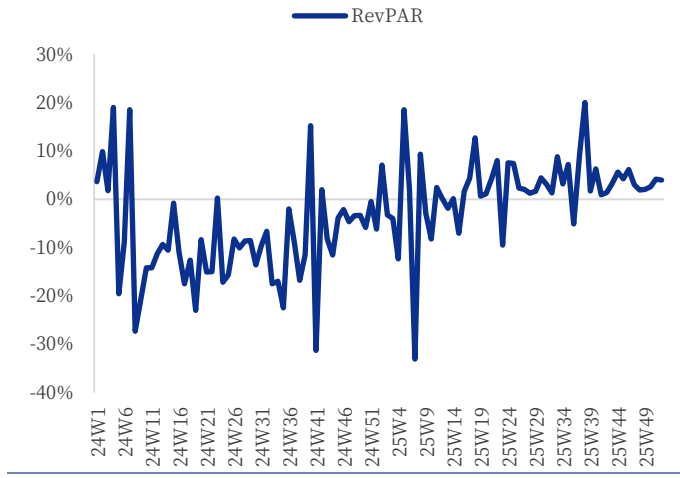
据酒店之家数据，12.28 当周，国内酒店 OCC 为 54.2%，同比-0.5pct；ADR 为 200.2 元/间，同比+4.9pct；RevPAR 为 109.5 元/间，同比+4.0pct。RevPAR 持续走高，ADR 驱动效果显著，OCC 仍呈同比小幅下滑趋势。

图11：中国大陆整体酒店 OCC&ADR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

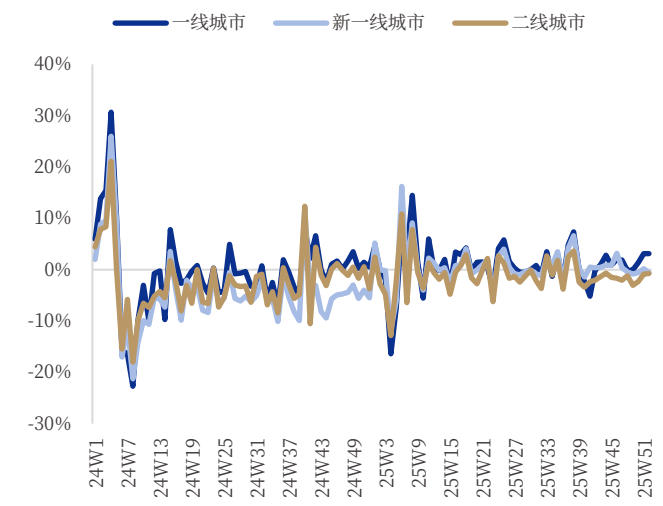
图12：中国大陆整体酒店 RevPAR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

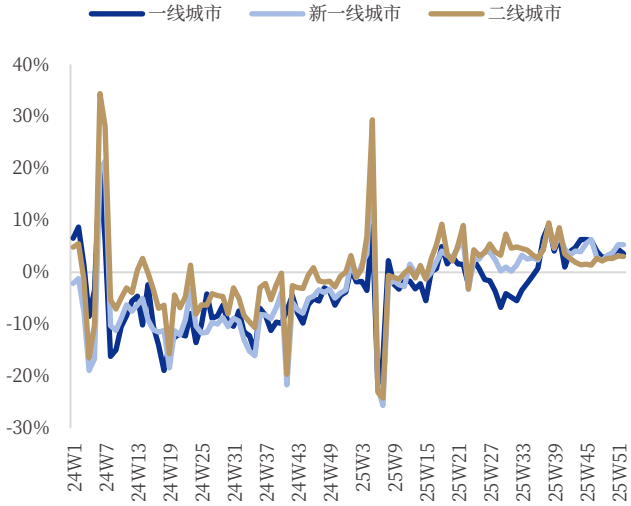
据酒店之家数据，12.28 当周，国内一线/新一线/二线城市 OCC 分别为 67.4%/57.7%/53.4%，同比+3.2pct/-0.5pct/-0.8pct；ADR 分别为 284.7 元/198.1 元/198.8 元每间，同比+3.6pct/+5.3pct/+3.0pct。

图13：中国二线及以上城市 OCC 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

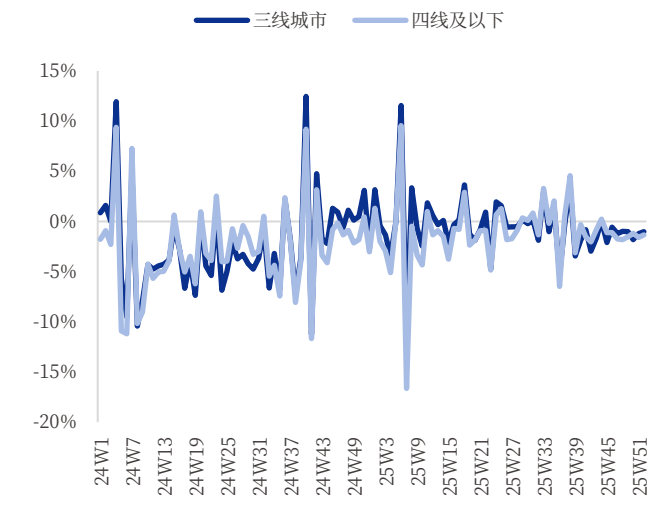
图14：中国二线及以上城市 ADR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

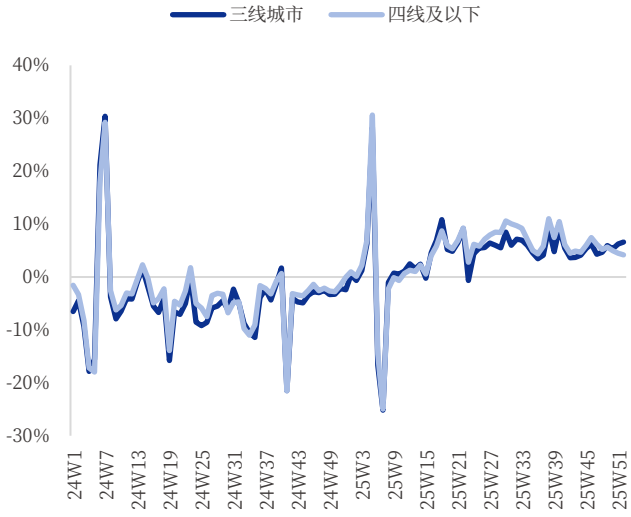
据酒店之家数据，12.28 当周，国内三线/四线及以下 OCC 分别为 52.8%/48.5%，同比-1.0pct/-1.3pct；ADR 分别为 184.3 元/173.9 元每间。同比+6.6pct/+4.2pct。

图15：中国三线及以下城市 OCC 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

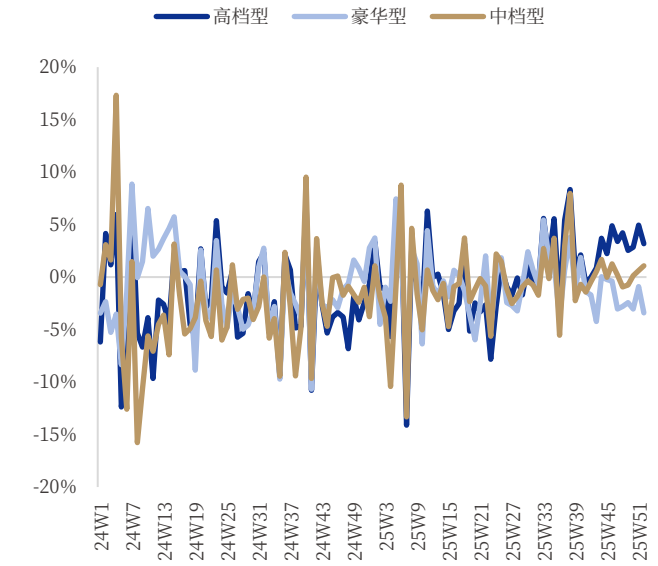
图16：中国三线及以下城市 ADR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

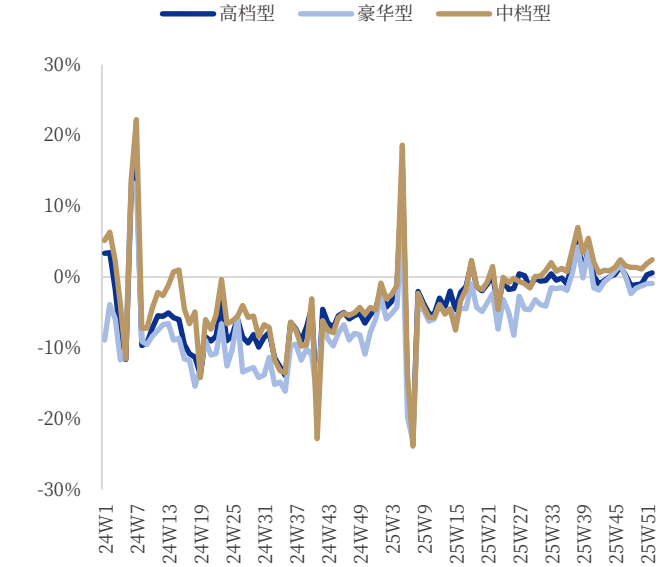
据酒店之家数据，12.28 当周，国内豪华型/高档型/中档型酒店 OCC 分别为 43.7%/52.8%/54.0%，同比-3.4pct/+3.2pct/+1.1pct；ADR 分别为 724.6 元/327.7 元/220.6 元每间，同比-0.9pct/+0.6pct/+2.5pct。

图17：中国中高端酒店 OCC 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

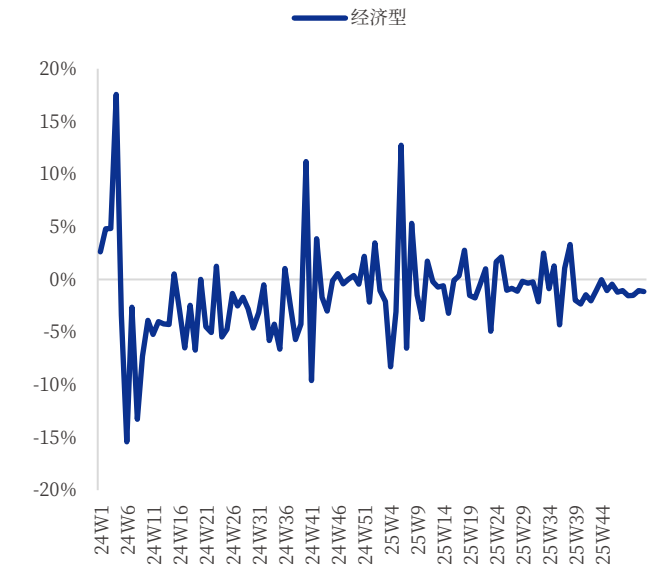
图18：中国中高端酒店 ADR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

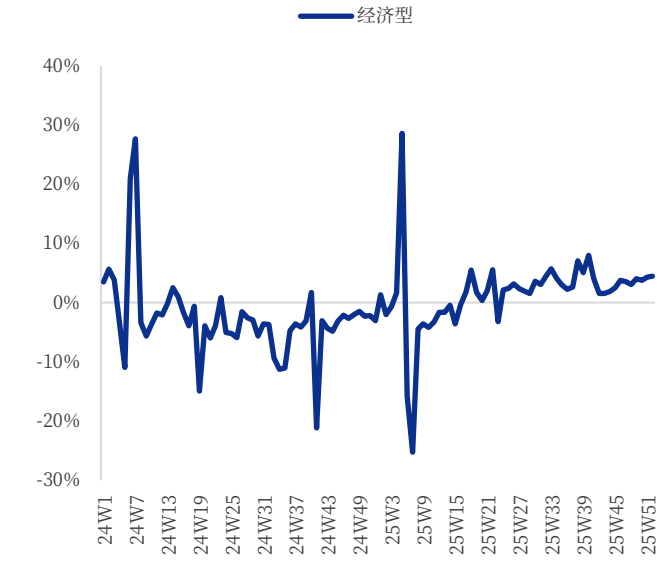
据酒店之家数据，12.28 当周，国内经济型酒店 OCC 为 54.5%，同比-1.2pct；ADR 为 142.2 元/间，同比+4.4pct。

图19：中国经济型 OCC 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

图20：中国经济型 ADR 涨跌幅



资料来源：酒店之家，中国银河证券研究院

（四）博彩：11 月澳门入境游客恢复率创新高

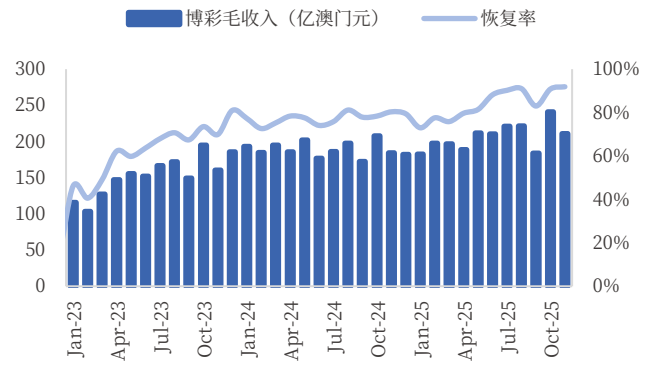
博彩毛收入：12 月澳门博彩毛收入 208.9 亿元/同比+15%，恢复至 2019 年同期的 91.2%；12 月日均博彩毛收入 6.7 亿元，环比-4.1%，符合季节性分布。

澳门入境旅客：11 月澳门共录得入境旅客 325 万人次/同比+18%，恢复至 2019 年同期的 115%，恢复率环比 10 月+6.8pct，恢复率创新高。

人均博彩消费：11 月人均博彩消费 6936 澳门元/同比+5%，恢复至 2019 年同期的 91%，恢复率环比+8pct。

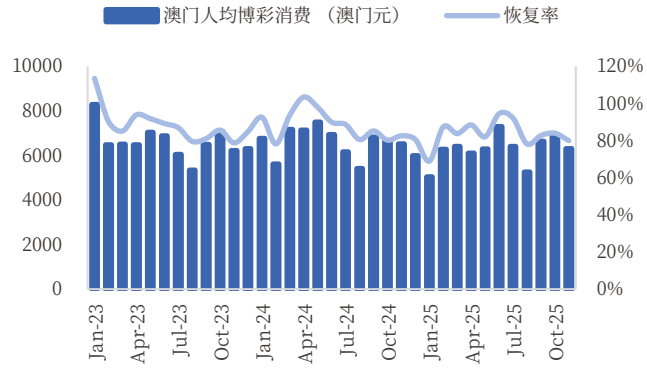
观点更新：11 月赌收表现符合预期，近期人均博彩消费回升反映高端客仍在持续回流澳门市场。展望未来 1-2Q，预计澳门博彩消费仍有支撑：中日关系变化+日本加息驱动日元升值，或进一步推动高净值人群消费回流。中长期看，横琴与澳门连接进一步加深，近期横琴粤澳深合区领导调整，广东省长 + 澳门特首任管委会主任，横琴开发提速将利好澳门中长期发展，推动博彩消费供给端扩容。

图21：澳门博彩毛收入当月值及同比



资料来源：DICJ，中国银河证券研究院

图22：澳门博彩人均博彩消费及同比



资料来源：DICJ，DSEC，中国银河证券研究院

（五）餐饮门店更新：

现制饮品门店开店情况：

1）蜜雪：截止 12 月 31 日，国内门店共计 44116 家。其中，12 月新增门店 213 家，总门店数同比+18.6%，环比+0.4%；

2）古茗：截止 12 月 31 日，国内门店共计 13655 家。其中，12 月新增门店 264 家，总门店数同比+41.2%，环比+2.0%；

3）瑞幸咖啡：截止 12 月 31 日，国内门店共计 30586 家。其中，12 月新增门店 424 家，总门店数同比+39.0%，环比+1.0%；

4）库迪咖啡：截止 12 月 31 日，国内门店共计 15964 家。其中，12 月新增门店 0 家，总门店数同比+67.7%，环比+0.0%；

5）茶百道：截止 12 月 31 日，国内门店共计 8161 家。其中，12 月新增门店 152 家，总门店数同比+3.2%，环比-0.9%；

6）沪上阿姨：截止 12 月 31 日，国内门店共计 10969 家。其中，12 月新增门店 59 家，总门店数同比+20.9%，环比+0.4%；

7）霸王茶姬：截止 12 月 31 日，国内门店共计 7103 家。其中，12 月新增门店 72 家，总门店数同比+10.6%，环比+1.0%。

表2：重点餐饮品牌门店变化趋势

业态	品牌	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
新茶饮	蜜雪冰城	37713	37972	39365	40420	41352	42064	42684	43114	43764	43884	43957	44116
	本月新开	574	295	1504	1142	1028	1066	875	455	296	235	244	213
	同比增幅	23.7%	23.7%	26.2%	24.1%	22.9%	20.3%	20.2%	19.2%	19.6%	19.5%	19.0%	18.6%
	古茗	9771	9795	9721	9814	9229	9744	10017	12060	12590	13130	13391	13655
	本月新开	196	42	28	138	585	708	273	530	530	540	261	264
	同比增幅	9.2%	9.0%	7.5%	7.0%	-0.3%	4.3%	6.5%	27.5%	31.6%	37.1%	39.2%	41.2%
	瑞幸咖啡	22898	23149	23714	24250	24908	25810	26569	27701	28647	29488	30283	30586
	本月新开	960	278	652	607	732	978	840	1143	903	905	888	424
	同比增幅	33.2%	30.0%	29.1%	29.0%	29.6%	31.1%	32.9%	36.1%	36.9%	38.5%	40.0%	39.0%
	库迪咖啡	9695	9663	9692	9893	10676	11785	12512	13797	14980	15780	15964	15964
	本月新开	419	119	304	312	900	1478	1148	1319	860	800	537	0
	同比增幅	48.0%	47.0%	47.3%	50.4%	60.7%	75.1%	81.3%	92.3%	92.3%	91.8%	81.6%	67.7%
	茶百道	7944	7926	7823	7820	7919	7737	7704	7926	8215	8127	8239	8161
	本月新开	172	60	85	57	153	146	83	222	188	195	120	152
	同比增幅	-2.0%	-3.1%	-4.5%	-4.6%	-5.5%	-3.2%	-4.1%	-2.0%	1.8%	1.5%	3.3%	3.2%
	沪上阿姨	8830	8830	9100	9175	9242	9302	9524	10050	10541	10650	10927	10969
	本月新开	30	0	274	215	198	254	306	538	726	325	431	59
	同比增幅	9.2%	9.1%	10.8%	9.3%	7.7%	7.1%	8.5%	13.6%	17.5%	18.4%	21.1%	20.9%
	霸王茶姬	6501	6493	6598	6706	6776	6740	6838	6950	7035	7053	7053	7103
	本月新开	118	11	139	141	119	105	153	114	113	38	0	72
	同比增幅	74.1%	70.7%	64.0%	54.5%	46.4%	37.0%	33.0%	29.0%	22.2%	20.7%	14.7%	10.6%

连锁火锅	海底捞	1367	1362	1357	1355	1359	1365	1382	1397	1418	1433	1444	1459
	本月新开	13	2	3	3	8	11	23	16	30	27	26	24
	同比增幅	1.8%	1.6%	1.4%	1.3%	1.7%	1.9%	3.3%	4.3%	5.3%	6.1%	6.5%	7.4%
	怂火锅	83	82	81	80	80	76	75	75	75	69	70	67
	本月新开	4	0	0	0	2	0	0	0	1	0	1	0
	同比增幅	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西式连锁快餐	KFC	12040	12055	12116	12177	12254	12379	12492	12701	12797	12889	13035	13299
	本月新开	346	49	116	112	117	181	144	211	253	189	240	234
	同比增幅	13.2%	12.1%	12.3%	12.1%	11.6%	11.3%	11.5%	12.5%	11.7%	11.8%	12.5%	12.9%
	必胜客	3776	3770	3757	3773	-	-	-	-	-	-	-	-
	本月新开	111	8	17	16	-	-	-	-	-	-	-	-
	同比增幅	10.3%	9.0%	8.9%	8.6%	-	-	-	-	-	-	-	-
	达美乐	1006	1011	1109	1132	1159	1200	1223	1262	1277	1294	1301	1319
	本月新开	66	6	99	25	28	45	24	39	13	17	8	18
	同比增幅	34.5%	32.9%	41.1%	41.9%	41.2%	40.2%	40.3%	42.0%	40.3%	39.6%	39.0%	40.0%
其他连锁餐饮	小菜园	656	656	662	662	662	665	665	-	713	713	713	713
	本月新开	0	0	6	0	0	3	0	-	45	0	0	0
	同比增幅	18.2%	17.8%	18.0%	14.1%	10.9%	9.7%	7.6%	-	10.4%	10.0%	9.9%	8.7%
	太二酸菜鱼	624	618	597	584	570	552	545	545	515	511	484	469
	本月新开	1	0	2	0	1	1	1	0	3	3	1	0
	同比增幅	10.4%	9.6%	5.7%	2.8%	-2.2%	-8.5%	-12.8%	-14.8%	-21.3%	-26.7%	-11.5%	-25.2%
	绿茶餐厅	458	458	474	474	474	480	480	-	518	518	518	518
	本月新开	0	0	16	0	0	6	0	-	14	-	0	0
	同比增幅	35.9%	35.1%	38.2%	35.8%	31.7%	28.0%	23.1%	-	19.9%	-	17.2%	12.1%

资料来源：极海数据监控、中国银河证券研究院

（六）演出市场与旅游出行数据更新：

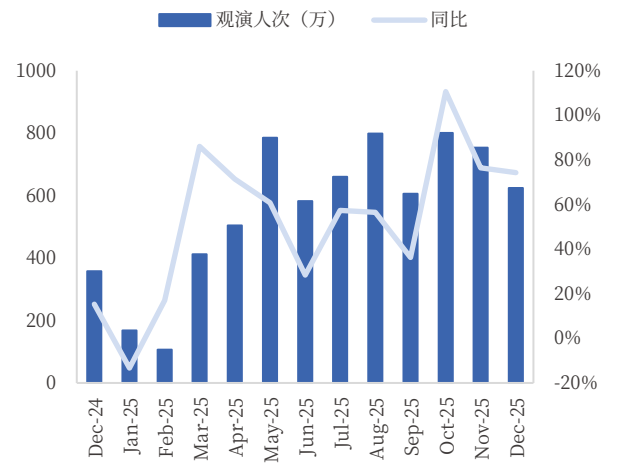
十二月演出市场有所回调，票房与观演人次环比下降，但仍保持同比增长：

2025 年 12 月演出市场整体呈现节后回调态势，总上演票房为 29.96 亿元，同比增长 94.9%，环比 11 月下降 15.2%，显示市场在年末略有回落但仍具备较强韧性。

观演人次方面，12 月达 624.3 万人次，同比增长 74.2%，环比下降 17.1%，虽较上月回落，仍处于相对活跃水平；当月总演出 2.92 万场，同比增长 53.8%，环比下降 14.9%，演出供给量仍保持较高规模。

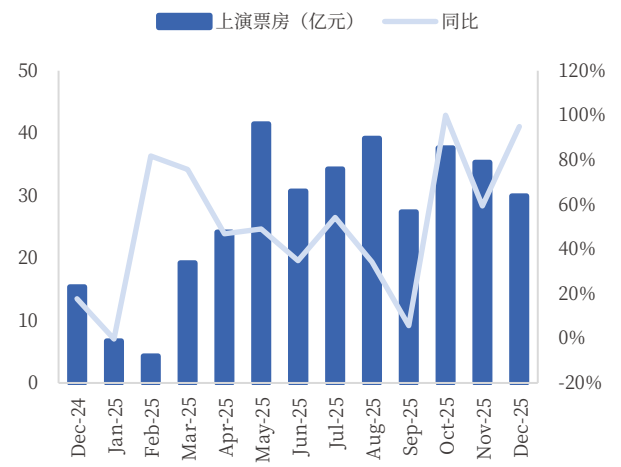
平均票价延续同比下降趋势，12 月为 420.15 元，同比下降 2.1%，环比下降 10.4%，票价继续呈温和下调态势。

图23：观演人次及同比增速



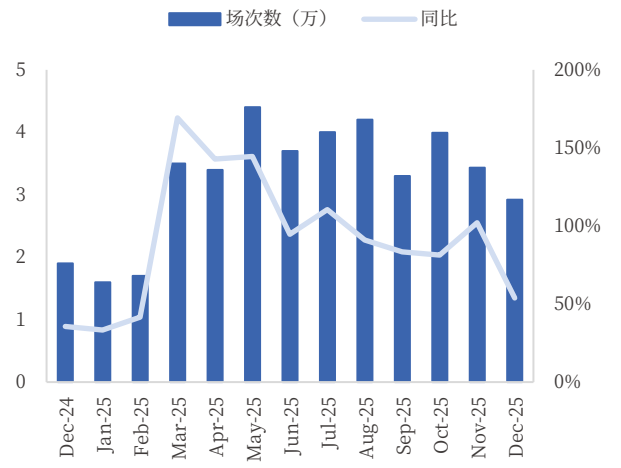
资料来源：灯塔，中国银河证券研究院

图24：上演票房及同比增速



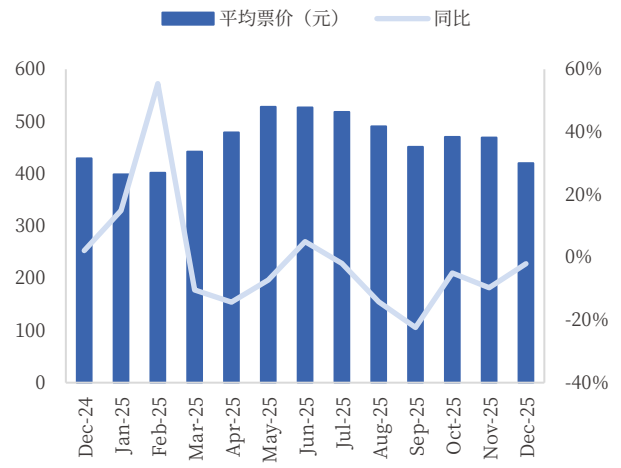
资料来源：灯塔，中国银河证券研究院

图25：场次数及同比增速



资料来源：灯塔，中国银河证券研究院

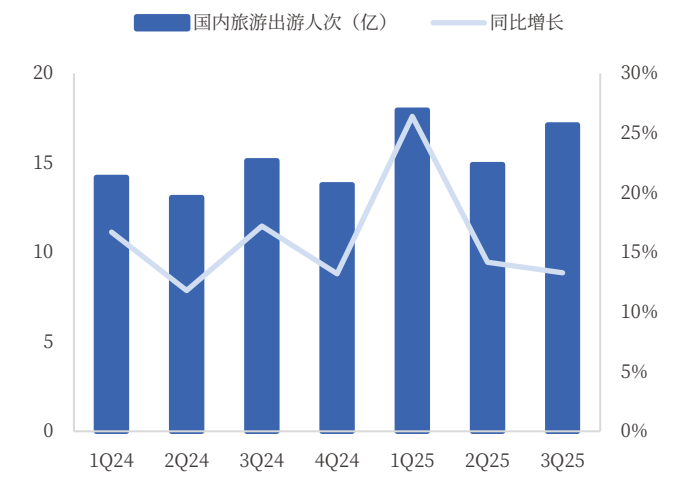
图26：平均票价及同比增速



资料来源：灯塔，中国银河证券研究院

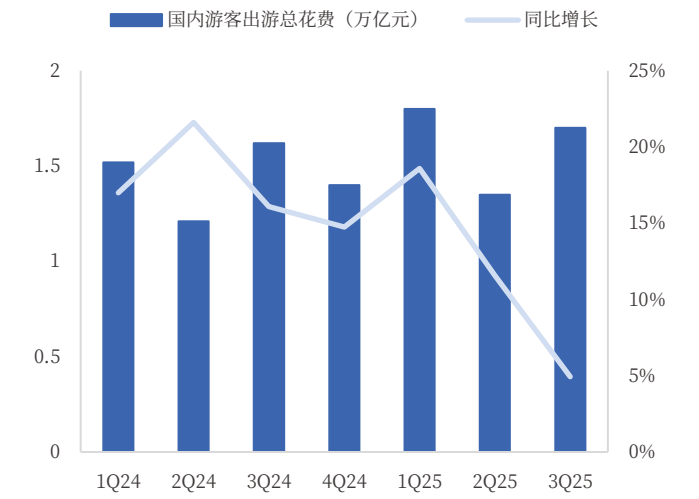
国内游：居民整体出游意愿仍具韧性，旅游市场进入合理稳增阶段。3Q25 我国旅游出游人次达 17.13 亿人次，同比+13.3%，国内游客出游总花费达 1.7 万亿元/同比+4.9%。另外，国内出游市场有望与演出市场形成强劲联动，共同推进文娱消费的复苏。以 5 月为例，五一假期期间，旅游市场表现突出：全国旅游人次恢复至 2019 年同期的 **129%**，旅游收入恢复率达 **123%**，创历史同期新高。高频出游为演出市场导入大量客流，带动当月演出票房冲高至 **41.45 亿元**（同比+49.0%），观演人次达 **785.3 万**（同比+61%），场次 **4.4 万场**（同比+144.4%），均显示供需两旺。

图27：国内旅游出游人数及同比增速



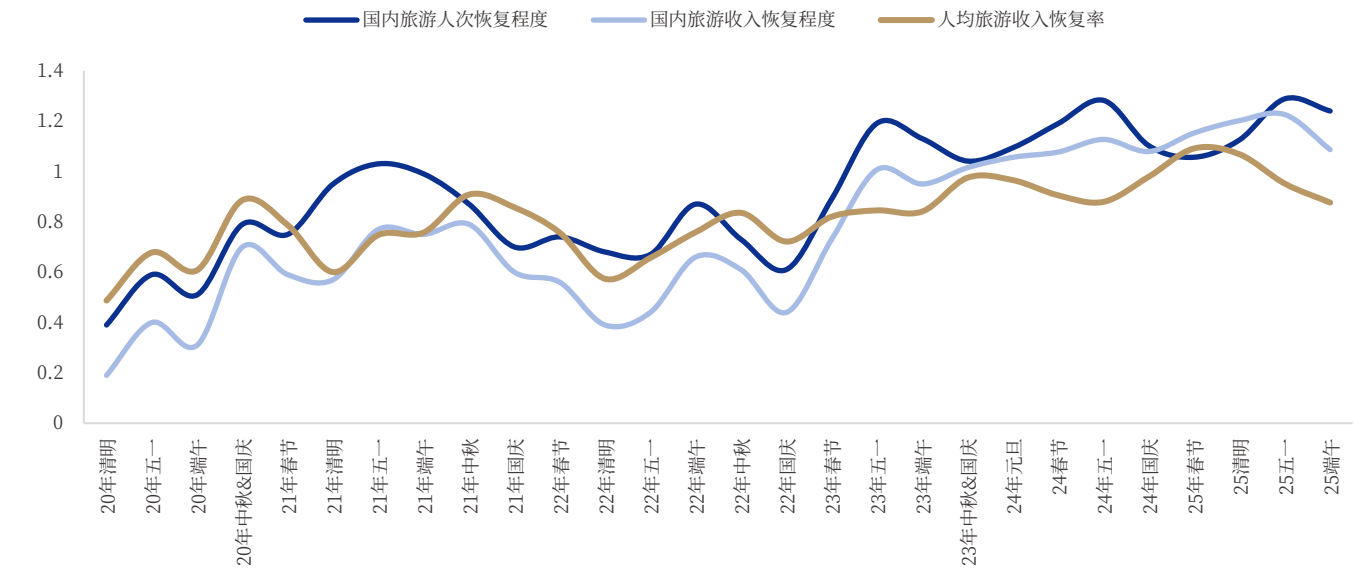
资料来源：文旅部，中国银河证券研究院

图28：国内游客出游总花费及同比增速



资料来源：文旅部，中国银河证券研究院

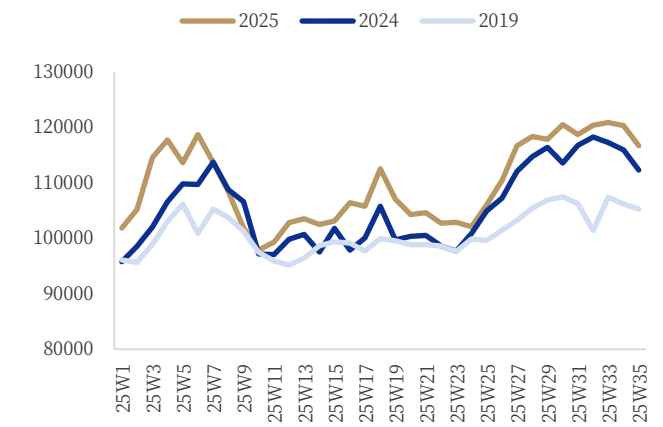
图29：重点节假日出游人次及旅游收入较 2019 年恢复情况



资料来源：文旅部，中国银河证券研究院

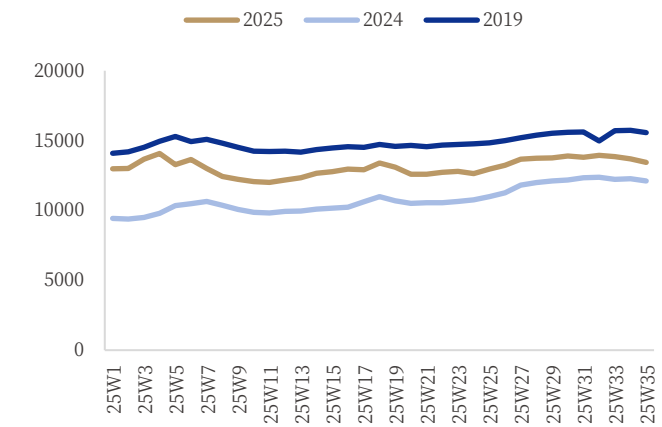
交通出行跟踪：据航班管家数据显示，8.25-8.31 当周，全国（含国际/地区）客运航班执行量为 11.6 万架次，同比+3.9%，环比-3.0%；国际（不含地区）客运航班执行量为 1.3 万架次，同比+11.0%，环比-1.8%，恢复至 2019 年的 86.2%。从客运量的角度来看，据中国民航局数据显示，7 月国际航线客群量达 709.3 万人次，已恢复值 2019 年水平的 107.6%，整体客运量恢复情况优于航班架次恢复情况。

图30：全国（含国际/地区）客运航班执行量（班次）



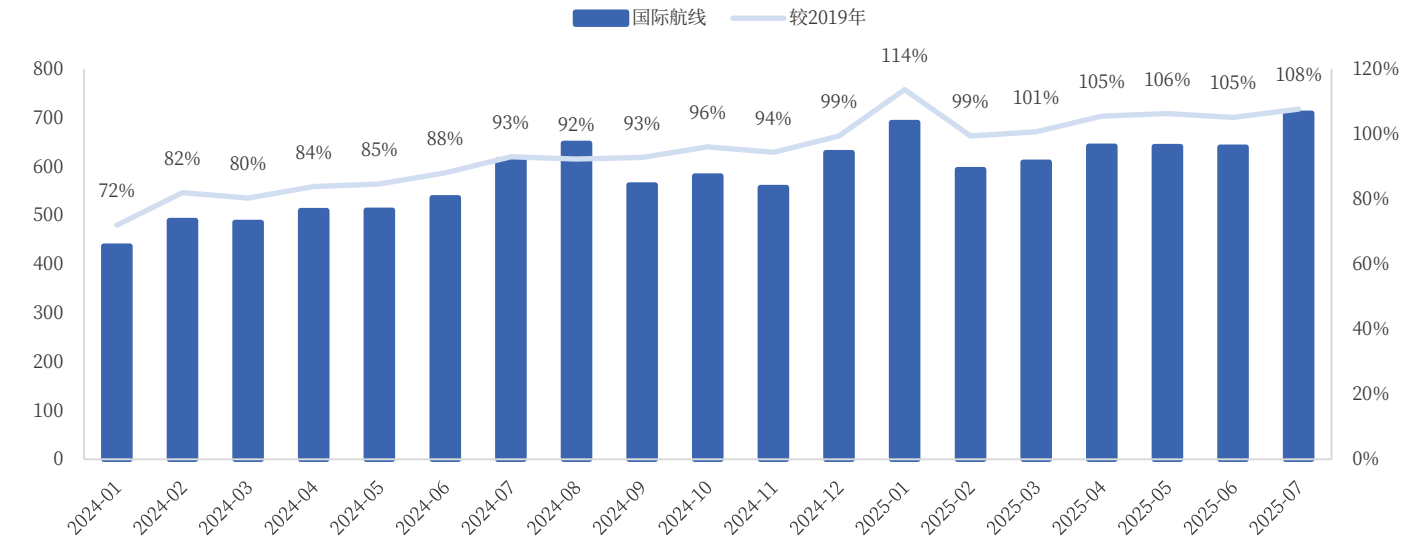
资料来源：航班管家，中国银河证券研究院

图31：国际（不含地区）客运航班执行量（班次）



资料来源：航班管家，中国银河证券研究院

图32：国际（不含地区）客运量（万人次）及较 2019 年恢复情况



资料来源：民航局，中国银河证券研究院

三、行业要闻

（一）免税/旅游零售

【海南自贸港封关首周离岛免税吸金 11 亿元 同比增长 54.9%】海口海关 25 日披露，封关首周(12 月 18 日到 24 日)，海口海关共监管离岛免税购物金额 11 亿元(人民币，下同)、件数 77.5 万件、人数 16.5 万人次，同比分别增长 54.9%、11.8%、34.1%，环比封关前一周分别增长 71.8%、46.7%、71.8%。

海南自贸港 12 月 18 日启动全岛封关，带动离岛免税购物消费火热。在全岛封关启动前的 11 月 1 日，海南离岛免税迎来新一轮政策调整，享惠对象扩大至离境旅客，商品种类增至 47 类，并允许陶瓷制品、茶等 6 类国内商品进入离岛免税店销售。

12 月的海南气候宜人，叠加全岛封关利好，引来大量国内外游客体验离岛免税购物。位于海口的海控全球精品免税城内，促销活动吸引大批消费者。海控全球精品免税城市场营销部总监侯晓飞告诉中新社记者，封关后一周客流量环比前一周增长 80%，“店内优惠折扣区和黄金店铺每天都挤满了顾客”。

在三亚，封关后离岛免税销售持续火爆。据三亚市商务局介绍，12 月 18 日至 24 日的一周内，全市免税店有 6 天单日销售额突破亿元大关。

在 cdf 三亚国际免税城，封关后首日进店客流超 3.6 万人次，同比增长逾 60%。俄罗斯游客伊万诺娃是封关后首批通过海南自贸港旅游免签政策入境的境外游客，在店内选购了中国茶叶和陶瓷，“以前在三亚购物需要另外办理离境退税，现在可以直接免税购买，就像免签入境通关一样丝滑”。

海口海关口岸监管处处长郭建盟说，为让国内外旅客享受到更加优质的购物体验，海关通过“集中+自动”审单、无人机低空配送、分级监管等创新模式，大大提高了免税商品上架、销售、配送的全链条周转效率。（资料来源：中国新闻网）

【上海机场签订新免税合同 免税店将迎来四大变化】杜福睿与中免获机场免税店经营权

根据上海机场（600009.SH）昨天下午发布的《上海国际机场股份有限公司关于签订免税店项目经营权转让合同的公告》，杜福睿（上海）商业有限公司获上海浦东国际机场 T1 航站楼及 S1 卫星厅国际区域场地的进出境免税店经营权；中国免税品（集团）有限责任公司获上海浦东国际机场 T2 航站楼及 S2 卫星厅国际区域场地、上海虹桥国际机场的进出境免税店经营权。

据记者了解，新免税合同将给上海机场免税店带来四大变化。一是上海机场免税店经营面积增加了 1564 平方米；二是免税店经营品类有望扩大，将新增手机、微型无人机、母婴用品、保健食品、宠物食品、非处方药、家用医疗器械等品类销售；三是将增加老字号、非遗产品等国货在免税店内的销售；四是上海机场要求免税运营商在免税店规划面积范围内设置网上预订业务提货点。

另悉，本次免税经营权转让收入采用“固定租金+扣点”方式。固定租金根据国际地区客流量浮动，给予业主方商业运营的基本盘；免税销售额提成比例随销售额提升边际递减，或有效激励免税运营商引入更具竞争力的销售品类。（资料来源：人民网）

【中国中免连续中标 上海、北京机场免税项目】12 月 26 日晚间，中国中免(601888)公告，公司收到中招国际招标有限公司发来的《中标通知书》，确认公司全资子公司中免集团为北京首都国际机场免税项目 01 标段的中标人。

公告显示，本次中标项目为北京首都国际机场免税项目，中标标段为 01 标段，T3 航站楼。中标金额首年保底经营费 4.8 亿元，首年销售额提成比例 5%，经营期限自合同约定的起始日起至 2034 年 2 月 10 日止（不超过 8 年）。

中国中免表示，上述项目签约后，公司于国内核心机场的渠道优势将进一步提升，有利于满足出入境旅客多层次、多样化的购物需求，提升多元化免税购物体验，进而推动机场免税业务高质量发展。如上述项目顺利实施，将对公司未来经营业绩发展产生积极影响。

证券时报记者注意到，就在本月中旬，中国中免曾公告，公司收到上海机场发来的《中标通知书》，确认公司全资子公司中免集团为上海浦东国际机场和上海虹桥国际机场相关免税店项目的中标人，并分别与上海国际机场股份有限公司及其控股子公司上海虹桥国际机场有限责任公司签署了《上海浦东国际机场（T2 航站楼及 S2 卫星厅国际区域场地）进出境免税店项目经营权转让合同》和《上海虹桥国际机场（T1 航站楼国际区域场地）进出境免税店项目经营权转让合同》（以下简称《合同》）。

公告显示，中国中免全资子公司中免集团出资 1.02 亿元与上海机场共同投资设立免税合资公司，其中中免集团持股 51%，上海机场持股 49%。该免税合资公司将作为载体经营上海浦东国际机场（T2 航站楼及 S2 卫星厅国际区域场地）进出境免税店和上海虹桥国际机场（T1 航站楼国际区域场地）进出境免税店。

对于上海机场签约一事，中国中免表示，公司于国内核心机场的渠道优势将进一步提升，有利于满足出入境旅客多层次、多样化的购物需求，提升多元化免税购物体验，进而推动机场免税业务高质量发展。如上述项目顺利实施，将对公司未来经营业绩发展产生积极影响。

数据显示，今年前三季度，中国中免实现营业收入 398.6 亿元，净利润 44.2 亿元，同比分别下降 7.34%、18.89%。

同时，中国中免深化运营会员体系。公司半年报显示，会员数量已经超过 4500 万，目前每月还在保持良好增长。公司会员的活跃度、消费占比和复购率都在提升，线上复购率超过 35%，线下复购率更高。

中国中免表示，我国免税政策自上世纪诞生以来，就一直在不断更新、持续优化。以海南离岛免税政策为例，自 2011 年 4 月实施以来，已历经十次调整，11 月 1 日落地实施的正是第十次新政。政策优化的本质，是“发现问题—解决问题”的持续循环，以期不断适配行业发展和市场需求。目前新政刚颁布不久，首要任务是确保政策落地见效。

中国中免称，在后续业务推进中，公司会持续梳理执行过程中可能出现的堵点和痛点，将问题和建议反馈给相关部委。相信国家也会主动推动政策进一步完善，朝着更贴合市场、更利于行业发展的方向持续优化，直至形成成熟完善的政策体系。

值得一提的是，公开数据显示，9 月离岛免税销售额同比转正，至今均呈现良好态势。针对这一情况中国中免表示，明年公司将继续强化优势，为业绩增长做好保障。（资料来源：证券时报网）

（二）酒店

【君亭酒店控股股东拟变更为湖北文旅 12 月 3 日起复牌】君亭酒店(301073)创始人吴启元出让上市公司控制权事项迎来最新进展。

12 月 2 日，湖北文化旅游集团有限公司（以下简称“湖北文旅”）与吴启元、从波、施晨宁签署《股份转让协议》，湖北文旅拟通过协议转让方式受让吴启元、从波、施晨宁直接持有的君亭酒店 5831.59 万股无限售流通股股份(占上市公司股份总数的 29.99%)。每股转让价格为人民币 25.71 元，股份转让总价款为人民币 14.99 亿元。

自湖北文旅受让上市公司股东吴启元、从波、施晨宁持有的上市公司 5831.59 万股股份（占上市公司股份总数的 29.99%）完成过户登记之日起，上市公司控股股东、实际控制人吴启元不可撤销地、不设任何限制地放弃其所持上市公司剩余未转让的 1944.51 万股（占上市公司股份总数的 10.00%）股份所对应的表决权，表决权放弃期限自股份收购完成交割后直至湖北文旅合计直接持有上市公司股份比例≥（吴启元与从波、施晨宁及其关联方直接或间接合计持有上市公司股份比例

+7%）。

根据《股份转让协议》的约定，以《股份转让协议》约定转让的 5831.59 万股无限售流通股股份（占上市公司股份总数的 29.99%）完成过户登记为前提，湖北文旅将按照《收购管理办法》的规定向除其自身外的上市公司全体股东发出不可撤销的部分要约收购（以下简称“本次要约收购”），本次要约收购上市公司的股份数量为 1168.65 万股（占上市公司股份总数的 6.01%），要约收购价格为每股人民币 25.71 元。

在湖北文旅发出部分要约后，吴启元同意并不可撤销地承诺，自要约收购期限起始日起 5 日内吴启元应以其持有的上市公司 1168.65 万股股份（占上市公司股份总数的 6.01%）申报预受要约，未经湖北文旅书面同意，以上预受要约为不可撤回且预受要约股份在要约收购期间不得处置，吴启元将配合上市公司及湖北文旅向证券登记结算机构申请办理预受要约股份的保管手续。

本次要约收购完成后，湖北文旅将持有公司不少于 35.99%的股份，巩固其对公司的控制权。上市公司控股股东变更为湖北文旅，实际控制人变更为湖北省国资委。公司股票自 12 月 3 日起复牌。

吴启元是君亭酒店的创始人和“灵魂人物”，1944 年 11 月出生的他已满 81 岁。回顾其履历，自 1986 年 1 月就任杭州六通宾馆任副经理起，吴启元便长期在酒店行业工作。2007 年 8 月君亭酒店创立，吴启元即担任君亭酒店董事长，直至 2024 年 5 月转任君亭酒店终身名誉董事长。

从草创之初至今，君亭酒店目前总市值超 54 亿元。截至 2024 年末，君亭酒店投资和管理酒店规模达到 452 家酒店、91440 间客房，遍布中国 28 个省、自治区、直辖市。定位于民族品牌、中高端精选酒店领域，君亭酒店目前拥有“君亭酒店”“夜泊君亭”“Pagoda 君亭”“君澜大饭店”“君澜度假酒店”“景澜酒店”等多个品牌。（资料来源：证券时报网）

【第三届中国酒店业低碳创新合作论坛在杭落幕赋能行业绿色转型】12 月 22 日至 23 日，2025 第三届中国酒店业低碳创新合作论坛暨首届文旅业绿色生态发展大会在杭州召开。大会以“破壳·循光共生-‘碳’春风”为主题，聚焦“双碳”战略落地与行业高质量发展，多项成果标志着中国酒店业低碳转型迈入系统化、生态化新阶段。来自政府管理部门、科研院所、地方文旅、酒店业管理人员及行业生态链企业共 300 余人出席本次大会。

论坛期间，与会嘉宾围绕政策导向、能力响应、标准建设、技术创新、生态协同等核心议题凝聚共识，明确酒店业低碳转型需强化政策、标准、技术、场景、市场协同发力，以生态责任赋能行业长远发展，为“十五五”时期转型路径绘就清晰蓝图。

由生态环境部宣传教育中心、中国电子节能技术协会、中国科学院青能所等单位共同发起的十五五“绿色消费场景创建行动”正式启动，行业将打造可感知、可参与、可复制的标准化场景样板，形成年度示范成果并融入区域碳普惠规划，推动绿色消费从“小众选择”成为“社会共识”，将成为我国每年“全国低碳日”生态文明成果。

本次会议《中国酒店业低碳发展蓝皮书（2025）》由中国旅游出版社正式出版发行，该书涵盖政策解读、行业调研、行业低碳运营管理等八大模块，系统梳理转型实践与创新路径，为行业提供兼具理论深度与实操价值的权威指南，填补了行业综合性低碳发展报告的空白，形成行业首本低碳发展策略工具书。

“文旅业绿色数字生态联盟”筹备工作正式启动，为行业构建技术、资本与场景深度融合的跨界协同生态，建设行业新生态合作平台形成基础。

历时一年，首批低碳酒店样板工程正式发布：青岛海景花园大酒店、上海兴国宾馆、杭州黄龙饭店、浙江世贸君澜大饭店、广州白天鹅宾馆、深圳坪山格兰云天国际酒店、深圳好日子皇冠假日酒店、南京国际青年会议酒店、北京新侨饭店 9 家酒店荣获首批“碳标签酒店”称号，成为行业低碳转型的标杆样板，其先进经验为全行业提供了可复制、可推广的实践参考。

同时，论坛启动《酒店业低碳供应商评价规范》《酒店碳普惠减排量量化方法与要求》标准编制工作，将为酒店业碳普惠减排量量化登记与行业低碳供应链机制实现提供基础。

三场高水平圆桌对话成为思想碰撞的平台。各省域协会会长聚焦政企协同与区域联动，探讨转型成本与技术难题；样板酒店负责人分享样板酒店运营管理与技术改造经验；“微改造”焕新探索存量酒店绿色升级的高效路径，为行业发展提供了多元思路。

专题报告汇聚产学研多方智慧，聚焦酒店业绿色转型在行业大数据、资本工具、碳资产管理创新应用路径、低碳技术在酒店的应用实践及绿色建材、清洁能源、智能控制、健康睡眠与服务机器人等环节的全链条低碳技术解决方案进行全链系列解读。集行业智慧，探索以标准为引领、技术为引擎、金融为支撑、数据为驱动的酒店业绿色发展新生态链思考。

此次论坛由中国电子节能技术协会与酒店低碳发展研究院联合举办，会议成果标志着中国酒店业低碳转型从单点突破迈向系统化、生态化发展新阶段。未来，随着各项成果的落地实施，酒店业将进一步深化绿色转型实践，以生态责任赋能高质量发展，为建设人与自然和谐共生的绿色社会生态贡献行业力量。（资料来源：中国日报网）

【华住旗下城家联合东方置地广场打造海口酒店项目】12 月 11 日，华住集团关联公司城家与东方置地广场、海南尚东一酒店有限公司在海口共同启动“东方奢华酒店及行政公寓”项目，标志着国内酒店巨头与海南自贸港核心地产完成深度融合。

项目所在的东方置地广场为海南省、海口市两级重点工程，总高 268 米，集 5A 甲级写字楼、星级酒店于一体，建成后将成为海口城市综合体新地标，并面向高端商务及长住客群提供约 300 套奢华客房与行政公寓。（资料来源：新浪财经）

【酒店公募 REITs 要来了！锦江国际打响第一枪】近期，国家发改委办公厅印发《基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）项目行业范围清单（2025 年版）》（简称“991 号文”），明确将四星级及以上酒店项目等资产纳入 REITs 项目行业范围，填补了商业不动产 REITs 的关键空白，也为酒店类资产独立发行公募 REITs 扫清了政策障碍。

政策窗口刚开，市场便迎来实质动作。12 月 15 日，上海锦江资产管理有限公司（简称“锦江资管”）发布公开招标公告，正式启动公募 REITs 项目的核心服务机构选聘工作，涉及公募基金管理人、专项计划管理人及财务顾问等关键角色。

作为锦江国际（集团）有限公司（简称“锦江国际集团”）的全资子公司，锦江资管此次招标并未明确披露底层资产类型，但结合控股股东的核心业务属性，市场对“酒店类资产”的猜想迅速升温。

政策破冰，企业跟进

此次锦江资管启动公募 REITs 项目的招标，恰恰是政策导向与企业需求的精准对接。

在发改委 991 号文出台前，酒店资产实际上长期被排除在公募 REITs 试点范围之外。根据 2024 年 7 月国家发改委发布的《关于全面推动基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）项目常态化发行的通知》，酒店、办公用房仅能作为园区和消费基础设施不可分割的附属设施一并发行。

在此情况下，过往酒店资产仅能通过类 REITs、CMBS 等方式实现资产证券化。根据戴德梁行统计的数据，截至 2025 年 9 月，国内处于存续期的酒店资产证券化产品约 74 支，累计发行规模达 1168 亿元；从产品类型来看，市场以 CMBS/CMBN 为主。但此类产品多为私募性质，流动性弱、投资者范围窄，难以满足企业大规模盘活存量的需求。

而新版清单将四星级及以上酒店纳入 REITs 可发行行业范围，不仅打破了此前的政策壁垒，更明确了资产准入的核心标准，也就是星级资质和运营稳定性。因此，头部酒店集团凭借资产规模和运营能力，必然是首批试水者。

据公司公告显示，截至 2024 年底，锦江国际集团投资和管理的酒店开业数超过 14120 家，客房数超过 142.6 万间，分布于世界 100 多个国家，排名全球第二位。其中，A 股上市平台锦江酒店贡献了 13416 家已开业酒店、129.1 万间客房数，旗下锦江都城、维也纳国际等品牌拥有大量四星级酒店，契合 991 号文的准入要求。

同时，锦江国际集团也是酒店资产类 REITs 的先行者，具备相对成熟的资产证券化经验。2024 年初，公司曾作为原始权益人，在上交所获批 100 亿元以酒店资产为底层的储架类 REITs。其中，首期产品以“时尚之旅”资产包为主，该资产包涵盖 18 个城市、21 家锦江都城酒店，发行规模 17.75 亿元，期限约 18 年。

在此背景下，市场普遍预期，锦江此次公募 REITs 项目大概率聚焦集团旗下优质酒店资产，若最终落地，将有望成为发改委 991 号文之后的国内首支纯酒店公募 REITs 的有力竞争者。

市场关注高，现金流与估值成核心考题

尽管市场预期高涨，但酒店类公募 REITs 的落地仍需跨越多重考验，这也是当前市场关注的核心焦点。

首先是资产筛选的严格性。公募 REITs 对底层资产的现金流稳定性要求极高，需满足“近三年持续盈利、现金流净额为正”等核心指标。而酒店行业受旅游淡旺季、宏观经济波动影响较大，如何证明资产的长期盈利稳定性，将是锦江及后续申报企业的核心难点。

其次是估值定价的合理性。酒店资产的估值受到区位、品牌、运营效率等多重因素影响，不同机构的估值差异可能较大。而当前公募 REITs 采用“资产估值+现金流折现”的定价逻辑，戴德梁行 9 月份发布的数据提及，国内已发行的 74 单公募 REITs，均采用了现金流折现法作为定价方法。

因此，酒店资产的运营波动可能导致估值争议，尤其是旅游目的地类型酒店，季节收入波动明显，如何平衡估值与收益预期，是市场需要解决的关键问题。

作为酒店客房业务的核心运营指标，锦江酒店的 RevPAR（每间可供出租客房提供的每日平均客房收入）波动幅度较大。2022-2024 年，公司在国内全服务类型酒店整体平均 RevPAR 分别为 184.35 元/间、283.52 元/间、252.91 元/间；2025 年上半年同比下降 10.23%至 215.67 元/间，第三季度降幅收窄至 4.65%，但仍低于 2024 年同期水平。

进一步拆分，RevPAR 的波动源于出租率与平均房价的双重承压。其中平均房价跌幅较大，2024 年、2025 年上半年及 2025 年第三季度分别为 490.51 元/间、461.17 元/间及 461.49 元/间，较 2023 年的 529.74 元/间显著回落，反映出行业竞争加剧的态势。

尽管挑战重重，但锦江的招标动作仍标志着国内酒店业正式迈入公募 REITs 探索的新阶段。戴德梁行报告显示，截至 2024 年，中国五星级酒店 736 家，四星级酒店则有 2073 家，资产存量规模巨大，为公募 REITs 市场提供了广阔的资产池。（资料来源：东方财富网）

（三）餐饮

【《中国餐饮产业发展报告（2025）》发布】《中国餐饮产业发展报告（2025）》（下称《报告》）日前在京发布。《报告》分为总报告、地区发展篇、业态发展篇及专题研究篇四个部分。

总报告回顾了 2024 到 2025 年中餐业的发展，展望 2026 年发展趋势。总报告指出，过去一段时间，我国餐饮业在宏观经济平稳回升中实现关键突破，扩内需、促就业的支柱性作用愈加凸显。产业呈现“西快东缓”的区域发展新格局，消费升级与数智化、国际化转型成为核心驱动力。与此同时，餐饮企业面临成本高企、竞争加剧、数字化转型滞后、人才短缺等多重挑战。

地区发展篇选取北京、上海、广东、江苏、陕西、香港、澳门餐饮产业运行数据，对各地餐饮产业运行特点进行客观分析，并提出针对性的发展建议。报告指出，各地通过举办文旅活动和美食节、推动健康饮食、加强供应链整合和人才培养等措施带动当地餐饮市场发展。各地餐饮企业为适应市场变化采取线上与线下相结合的销售模式，引入 AI 和数字化运营并提升服务质量和效率。

业态发展篇阐述了火锅、快餐、烧烤和团餐几大业态，在对业态发展现状进行剖析的基础上分析成功路径及当前面临的挑战和机遇。此外，以川菜这一具有国际认知度的菜系为样本，深入剖析其“出海”的优势、困境并提出创新模式，为中餐全球化提供具有参考性的路径探索经验。

专题研究篇讨论了餐饮新质生产力和餐饮行业人才培养经验，并通过中国餐饮业 ESG 实践系统

梳理了行业在环境、社会领域的责任，分析企业可持续发展路径。此外，报告通过研究中国城市美食品牌建设内容体系与评价框架，为城市如何发掘美食文化、塑造城市品牌 IP，实现“美食兴城”提供了理论和实践依据。

《报告》由世界中餐业联合会和中国烹饪协会联合研创、社会科学文献出版社出版，旨在通过详实数据全面解析市场动态，为企业提供清晰的方向和策略，助力中国餐饮产业融入全球市场，提升国际竞争力。（资料来源：中国新闻网）

【前 11 个月全国餐饮市场运行稳中有进】国家统计局 12 月 15 日发布最新数据显示，2025 年 11 月，全国餐饮收入 6057 亿元，同比增长 3.2%；限额以上单位餐饮收入 1380 亿元，同比增长 1.2%。2025 年 1—11 月，全国餐饮收入 52245 亿元，同比增长 3.3%；限额以上单位餐饮收入 14933 亿元，同比增长 2.3%。

“双 11”线上线下联动拉动消费。暖食、暖饮、火锅等品类迎来消费高峰。

中国烹饪协会表示，11 月餐饮市场运行总体平稳，延续稳中有进发展态势，但供强需弱矛盾突出，餐饮业发展面临不少挑战。

下一阶段，餐饮业要全面贯彻落实中央经济工作会议精神，大力提振消费，扩大国内需求，着力推动“餐饮+”融合发展，创新多元化消费场景。通过科技创新与人工智能赋能，发展新质生产力，提升人效、能效与坪效，鼓励有条件的品牌餐饮企业积极开拓海外市场，持续推动餐饮业高质量发展，更好地服务经济社会发展大局。（资料来源：中国食品安全报）

【餐饮消费场景日趋融合 海底捞将在广州推出大排档火锅】海底捞日前推出新业态——大排档火锅，其全国首店即将在广州开业，以更自由、更鲜活的呈现方式，探索介于火锅开涮和市集逛吃之间的“餐饮新物种”。

红餐产业研究院《2024 年餐饮热门赛道发展报告》显示，当下消费者在选择餐厅时更加关注“烟火气”“松弛感”，以及就餐过程中的情绪价值，更愿意为鲜制现做和具有现场感的体验买单。在这一趋势下，线下消费正在出现显著的场景融合趋势：超市开始引入现制餐饮区，菜市场增加体验式业态，餐厅也在主动吸纳市集、零售等元素，原本清晰的边界正在被不断打破。

如今，消费者不再把购物、用餐、社交视为独立的需求，而是倾向于在同一空间内获得“逛、看、选、吃、玩”的复合体验。这种变化背后，是年轻客群对自由度、参与感与沉浸感的更高要求——他们希望在一次消费中同时满足功能性需求与情绪价值，既高效又好玩。

“大排档”是中式餐饮的经典场景之一，代表着开放、多元与生活气息。海底捞通过更具科技感的空间设计，将大排档的灵魂——“自由、可逛、可参与”融入火锅业态，构建出一种更松弛、更开放、更适合当下年轻人的用餐方式。据了解，随着广州首店进入内测阶段，未来海底捞大排档火锅还将陆续在青岛、上海、武汉、杭州、南宁等城市推出更多门店。（资料来源：央视网）

【超市推火锅堂食再拼“餐饮+”】或许零售变革是个轮回，超市企业再度聚焦“堂食”。近期，部分地区的盒马、永辉超市门店纷纷推出火锅堂食服务，胖东来、七鲜等也相继布局类似模式。超市凭借自身生鲜供应链优势，提供从鲜切肉、海鲜到蔬菜、丸子的全品类火锅食材，背后是传统超市为应对电商与社区生鲜冲击所进行的转型探索。

此前，超市企业也曾经历餐饮化创新，但未能出圈。未来，超市增加堂食餐饮的实验或将催生更多新模式，持续影响零售业态的演进路径。

入局火锅

曾让不少超市改革“折戟”的餐饮堂食，如今正尝试重新回归。近日，北京商报记者在社交平台观察到，盒马在全国多地门店推出火锅堂食套餐，售价多为 78—88 元；永辉超市部分地区门店也上架了自选火锅，食材按盘计价，价格分为 3 元、10 元及 15 元档位。此外，胖东来也在部分门店上线自助小火锅。

永辉超市方面表示，堂食自选小火锅对门店综合情况要求较高，目前仅有福州多家门店设置此

项服务，北京地区门店暂未设置。北京地区永辉门店针对在售的熟食、烘焙、面点、代煮鲜包水饺馄饨鱼丸、代煎牛排、代蒸海鲜，以及餐吧内在售的简餐、零食等即食类商品，提供店内就餐区、一次性餐具和免费茶饮。

对超市企业来说，“餐饮+”的尝试并不简单。此前，在盒马的新零售模式起步期，“超市+堂食”模式便受到关注。上次的尝试或许只是模仿，而本次“餐饮+”尝试是传统超市在行业变革中，希望借业态融合重新连接企业与消费者。值得关注的是，社交平台上，“在超市吃火锅”被贴上“新奇”“好玩”“安心”“方便不用收拾”的标签，情绪消费在评论中呈现。

不仅如此，去年以来，从“卖商品”到“卖体验”，从“仓储式”到“生活场”，超市企业不断寻求创新，拓展服务边界。去年以来，不少传统超市门店陆续进行调改，当不同品牌超市出现类似价格和包装的自有品牌产品、口味相似的加工熟食几乎随处可见时，超市企业则又在尝试新的变化。

“钩子”策略

增设“现涮火锅”是超市布局店内“餐饮”的一环。去年，面对工作日午晚餐的刚性需求，物美、永辉、大润发等超市率先推出“食堂自助餐”模式，这也受到上班族、社区居民的关注。彼时，业内认为，超市企业涉足工作餐的本质是利用超市的规模化采购优势，将餐饮作为高频、刚需的“流量入口”，用一顿实惠可口的饭菜将顾客重新吸引到线下门店，并期望他们饭后顺便进行日常采购。

此前，盒马创业的出圈源于海鲜现场“加工”。消费者选购活鲜后，可立即选择白灼、清蒸、辣炒等口味现场烹制。这解决了不同地域家庭烹饪海鲜的技术门槛和麻烦，将简单的商品交易升级为“选购—加工—享用”的完整体验链条，提升海鲜品类的附加值和吸引力。

值得关注的是，火锅作为一个特殊的餐饮类别，其本身产生的直接利润或许相对较低，但能起到“润滑剂”作用。一位消费者在社交平台的分享贴中提到，他在吃火锅时可能会顺便购买饮料、酒水、零食甚至水果；在等餐或用餐后，自然会增加在超市内的游逛和随机购买。餐饮业态与商品零售形成有机联动，共同做大销售总额。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长、浙江城市学院副教授林先平认为，盒马、永辉等推出火锅业态的关键升级在于消费端，即当下消费者对“性价比+体验感”的需求更加明确，既希望获得低于传统餐厅的价格，又追求现场烹饪的参与感和品质感；供给端，超市通过数字化提升了供应链响应速度，能够实现食材快速周转和定制化配送，将购物空间转化为一个提供“生活解决方案”的场景，捕捉了新消费心智，促进即时购物、带动客流转化。

挑战与机遇

超市企业正在尝试零售运营与餐饮运营结合，拓展其范围，但该模式的挑战与机遇并存。林先平认为，计划加码餐饮的超市企业需要优先试点再推广，选择客流密集的门店进行小范围测试，聚焦单一品类(如火锅)打磨模式，避免盲目全品类扩张。同时，专项业务需要组建专业团队，负责产品研发和服务管理，避免用零售思维简单套用。

从购物拉动情况来看，林先平表示，当前超市内吃火锅的话题热潮不仅是短期流量营销，更是超市向“体验式零售”转型的可持续探索。这一模式的生命力取决于几个核心指标：首先是餐饮业务的复购率和客单价，能否持续吸引周边居民；其次是超市坪效提升幅度，即餐饮区域是否带动整体销售额增长；同时，企业还需关注供应链协同效率，能否降低食材损耗并实现利润优化。

行业专家付一夫表示，消费端追求高性价比与社交体验融合，火锅兼具家庭消费与社交属性，是一个值得拓展的新板块。未来，超市餐饮化或将推动供应链向源头定制化发展，如开发独家火锅底料、预制菜品。为上游企业带来机遇：订单规模化、合作开发新品；挑战在于需适应小批量柔性生产，提升研发响应速度，同时可能面临利润空间挤压。

另外，在拓展火锅业务板块的同时，如何让餐饮区与购物区和谐共存、互不干扰？火锅的气味是否会弥漫整个卖场？用餐高峰的嘈杂是否影响购物体验？这些都需要精妙的动线设计和空间管理，

也是超市企业需要长期思考的关卡。（资料来源：中国新闻网）

【京东在全国范围上线“自提”功能，12 月 18 日联合餐饮大牌请客】12 月 17 日，京东在全国范围内上线“自提”功能，为广大用户带来“线上下单、到店自提、即提即走”的餐饮消费新体验。用户只需打开京东 APP，点击首页“秒送”频道，即可轻松找到周边带有“自提再减 1 元”标识的餐饮门店。用户线上下单后，直接前往门店自提，不仅能省去配送等待时间，还能享受专属优惠，帮助消费者实现更快、更省、更好吃的体验升级——京东自提，值得一“提”。

为了让用户更好地体验“京东自提，值得一提”，京东自提将于 12 月 18 日推出“大牌请客”重磅福利。活动当天，用户可在指定整点时段，抢购涵盖咖啡奶茶、中餐西餐、小吃宵夜在内的多品类自提美食，部分商品抢购价低至 1 分钱，旨在打造一场诚意满满的舌尖福利盛宴。

对于用户来说，自提可在多种场景下使用，一位测试阶段抢先体验的宝爸王先生表示：“有一个周末的下午，阳光不错，我带儿子去打乒乓球，比赛结束后，我带儿子去附近喝东西，正好旁边有一个咖啡店。我打开京东 APP，发现有双杯 9 块 9，自提还更便宜，就毫不犹豫下单了，在店里等了两分钟做完拿走，挺方便的。”

周末带娃，自提能解放爸妈多少“生产力”，二孩宝妈杨女士更有发言权，“周末我和老公带着大宝、二宝和爷爷奶奶去商场吃饭，一家六口，众口难调。爷爷奶奶是广东人喜欢清淡，大宝要吃炸鸡汉堡，二宝还小得吃宝宝餐。出去吃一趟肯定希望所有人都吃得开心，后来我和老公找到一个折中的方法，在商场里选一家爷爷奶奶喜欢的餐厅，等餐时在京东上下单，让爸爸直接去店里把汉堡和宝宝餐都自提回来，趁热吃味道挺好，自提还能更便宜。”

自提的快乐“吃货”更懂，两位大学生林林、小孟在备战期末考试时度过了一个非常开心的下午：“期末复习压力大，周末和闺蜜一起 Citywalk 的时间特别珍贵。我俩一路都在盘算吃什么，刚出学校就在京东下单了两杯奶茶，到淮海路新天地后直接到店自提，边逛边喝。路上遇到很香的炸串店，又忍不住下单了炸鸡和烤串，在店里等了几分钟串就做好了，刚出锅的又香又脆，拿走马上开吃。电影开场前我们还去提了两个冰淇淋甜筒，一天满满当当。”

除了周末逛吃，自提更高频的使用是职场人的工作场合，还在测试阶段，京东自提就承包了 Andy 的一日四餐，“一天上班我能自提好几单，早上在地铁上我就会下单公司楼下的包子豆浆，自提到工位还是热的；中午外卖人多，送得也会慢一些，溜达下楼到店里自提一份牛肉面，回来吃面正好；下午茶就在京东点个双杯 9 块 9 的咖啡，我和同事轮流下去取；晚上下班再点一个地铁站旁边的烧烤，顺手取完，到家边吃边看剧。”

无论是上班路上提前下单，到店自提一杯提神咖啡；还是逛街提前下单，到店取走刚出锅的酥香炸串——到店自提切中了快节奏生活中“吃好一点”的真实渴望。京东上线“自提”功能，直指用户对时效、品质与性价比的综合追求，助力实现“更快、更省、更好吃”的生活心愿。此举不仅开拓了新的消费场景，更激发了消费活力，为餐饮业态的多元发展注入新动能。（资料来源：中国新闻网）

【茉莉奶白亮相 2025 胡润全球餐饮 TOP50 峰会！荣获“出海成就奖”】近日，“2025 希尔斯·胡润全球餐饮企业价值 TOP50 榜单发布会暨 AI×餐饮产业升级的关键十年”峰会在苏州隆重举行。本次峰会以“AI+全球化”为核心主题，汇聚超 50 位行业领袖与 40 余家全球顶尖品牌代表，共同探索餐饮产业未来十年的价值演进方向。在这场行业盛会上，中国新茶饮品牌——茉莉奶白，凭借卓有成效的全球化实践，荣膺大会颁发的“出海成就奖”。

该奖项由胡润百富与品牌管理机构希尔斯联合颁发，旨在表彰在全球餐饮市场中具备真实本地化能力的出海先锋企业。作为首次入选该榜单的新茶饮品牌，茉莉奶白的获奖，标志着其全球化路径获得权威认可。

针对品牌出海，茉莉奶白联合创始人高芸晞曾在接受采访时表示：“在全球品质标准的统一前提下，持续提升运营效率与本地市场响应速度。”她进一步阐释了品牌的出海理念：“全球化绝非

简单的扩张，而是一场双向对话和修行。我们带着对不同文化的敬畏之心，倾听不同市场的声音，让产品真正融入当地生活。”

自 2024 年启动国际化战略以来，茉莉奶白已在国内布局超 2000 家门店，并成功进入美国、英国、澳大利亚、加拿大、泰国及印度尼西亚市场，海外门店突破 30 家。其“深度本地化”战略成为成功出海的核心引擎。

“在海外市场，消费群体已从初期的华人社群广泛拓展至本地客群，且本地消费者占比持续提升。”高芸晞补充道。

在产品层面，品牌灵活适配区域口味偏好。例如，在北美市场，针对消费者习惯对产品甜度与茶感浓度进行精细化调整；在新进入的印度尼西亚市场，则推出了符合当地风土人情的产品周边，赢得了消费者的积极反馈：开业三日内，两家新店总销量近 1.7 万杯。

在供应链层面，茉莉奶白采用“跨境+本地”双轨制体系。在保障核心原料品质全球统一的前提下，积极与当地优质供应商建立合作，缩短物流半径，提升运营效率。

在品牌营销与文化交流层面，茉莉奶白同样注重融合。从与美国 NBA 布鲁克林篮网队开展跨界合作，触及主流体育消费人群，到在印尼市场结合传统蜡染艺术进行创意推广，茉莉奶白致力于将品牌叙事与在地文化语境有机结合，实现情感共鸣。

纵观其出海历程，茉莉奶白始终倡导“合规先行、生态共建”的长期主义理念。其实践并非止步于品牌标识的海外亮相，更延伸至供应链管理、人才本土化、合规经营及与当地商业伙伴的协同发展，逐步推动中国茶饮行业从单一的“品牌出海”向综合性的“产业能力出海”模式演进。

业内分析指出，茉莉奶白获“出海成就奖”，不仅是对单一企业阶段性成果的表彰，亦为更广泛的中国品牌提供了全球化发展的经验：在机遇与挑战并存的海外市场，唯有秉持尊重、融入与共创的心态，构建扎实的本地化运营能力，方能行稳致远，让品牌在全球消费舞台上绽放持久光彩。（资料来源：中国日报网）

【第三届中国餐饮业社会责任大会在北京举行】由世界中餐业联合会主办，美团联合主办，北京市朝阳区商务局支持，中共北京市朝阳区餐饮行业委员会、北京农商银行商务中心区支行协办的第三届中国餐饮业社会责任大会昨日在北京召开。大会揭晓了“2025 中国餐饮业 ESG 优秀案例”共 96 个，同时发布了包括“食安为本”“社区共荣”“员工福祉”“技艺传承”等在内的“中国餐饮业 ESG 实践十大关键词”。

本届大会以“聚合力，共生长”为主题，共同探讨在新时代背景下，餐饮业通过践行环境、社会和治理（ESG）理念，增强社会责任意识，实现企业、社会与环境的和谐共生，把握未来发展方向。

世界中餐业联合会会长邢颖在致辞中表示，餐饮业作为重要的民生行业，其可持续发展与国家战略息息相关。全国每年食物损耗浪费问题严峻，餐饮业推行 ESG，构建绿色运营体系、践行责任餐饮、建立透明管理，对于减少资源浪费和环境影响至关重要。未来，随着年轻一代消费者和投资者的崛起，ESG 将成为餐饮企业核心竞争力的重要组成部分，成为餐饮业高质量发展的核心驱动力。他表示，世界中餐业联合会作为行业组织，将继续搭建交流平台，推广优秀案例，制定相关标准，推动中华餐饮品牌在全球范围内传播 ESG 理念和实践经验。

会上发布了“中国餐饮业 ESG 实践十大关键词”：食安为本、双碳引领、全链减废、大食物观、多元包容、社区共荣、治理透明、员工福祉、技艺传承、数智赋能，概括了当前餐饮业践行 ESG 的核心领域与行动方向。

大会揭晓了 96 个“2025 中国餐饮业 ESG 优秀案例”，包括快乐蜂（中国）餐饮管理有限公司、中国全聚德（集团）股份有限公司、长沙费大厨餐饮管理有限公司、西安兰湘子餐饮管理有限公司、熊喵来了（大连）餐饮管理有限公司、北京紫光园餐饮有限责任公司等知名餐饮企业。

世界中餐业联合会相关负责人表示，本次案例征集活动得到全国餐饮产业链上下游各类企事业

单位、科研院校、供应链企业的踊跃响应，并经专家组严格审核。案例覆盖跨国企业、本土品牌、行业组织、职业院校等多元主体，既包含大型企业在供应链绿色转型、乡村振兴中的领先实践，也涵盖中小餐饮企业在节能减排、社区共建中的创新举措。

大会还发布了《朝阳区餐饮业 ESG 白皮书》，并启动“食在朝阳”绿色餐饮暖冬消费季活动，展现了区域层面推动餐饮业绿色、可持续发展的具体实践。（资料来源：中国日报网）

【连锁餐饮店不能只开不管】近日，《餐饮服务连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定》正式施行，直指部分连锁企业“只开店不管店”“只收费不担责”的行业积弊，引发广泛热议。

近年来，网红品牌后厨脏乱、隔夜食材违规使用、从业人员无证上岗等问题频发，连锁餐饮也一度陷入“规模与安全失衡”的困境。此次新规的出台顺应餐饮连锁化发展趋势，精准直击行业痛点，推动企业从规模导向转为安全与发展并重。

对连锁品牌而言，总部必须真正扛起管理主责。新规落地的关键在于“责任不悬空”，这就要求连锁品牌构建覆盖全流程的责任闭环。企业总部应明确与加盟商在食品安全等方面的连带法律责任，建立严格的准入与退出机制，并通过核心原料统配、关键岗位认证与常态化安全培训等，确保标准执行“千店一面”。更重要的是，监管必须实现穿透式、智能化，借助技术手段将门店后厨操作、供应链数据与客诉信息实时接入总部，推动管理模式从事后补救转向事前预警与事中干预。

对监管部门而言，要精准发力做好“服务员”。针对连锁餐饮门店众多、分布广泛的特点，新规依规模明确分级监管责任，万店以上品牌由省级直管，中小规模连锁归属市县，权责更清晰。但要避免出现监管脱节，仍需打通跨区域信息共享与协查通道，形成监管合力。执法层面亦须“刚柔并济”，对首次轻微违规以指导整改为主，对屡教不改者坚决严惩。

对消费者来说，“获得感”是检验新规成效的根本标准。新规要求，企业总部应当建立食品安全投诉处置机制，畅通投诉渠道，及时解决消费者合理诉求。未来，要进一步简化维权流程、明确反馈时限，并探索通过小额奖励等方式鼓励公众监督。此外，还可推动“互联网+明厨亮灶”与公众参与相结合，将社会监督转化为监管的有效延伸，形成食品安全社会共治的良好氛围。（资料来源：新华网）

【11 家中国餐企跻身胡润全球餐饮价值 TOP50 新茶饮领衔展现“中国力量”】2025 年 12 月 15 日，胡润研究院与餐饮智能化解决方案提供商希尔斯联合发布《2025 希尔斯·胡润全球餐饮企业价值 TOP50》，这是该机构首次推出全球范围餐饮企业价值榜单。榜单显示，中国共有 11 家企业上榜，数量仅次于美国（20 家）位居全球第二，其中蜜雪集团、百胜中国跻身前十，新茶饮、咖啡等细分领域表现突出，成为全球餐饮产业中不容忽视的“中国力量”。

中国餐企稳居全球第二梯队 两家企业跻身前十

从地域分布看，全球 50 强餐企来自 13 个国家，亚洲与北美各有 22 家平分秋色，欧洲 7 家、大洋洲 1 家。中国以 11 家上榜企业稳居第二，其中蜜雪集团以 1500 亿元价值位列全球第七，成为中国价值最高的餐饮企业；百胜中国以 1100 亿元价值排名第十，两家企业共同实现中国餐企在全球前十的突破。

门店规模方面，中国品牌展现出强劲扩张力。蜜雪集团门店总数突破 5.3 万家，超越麦当劳（4.3 万家）、星巴克（4.1 万家），成为全球门店数量最多的餐饮企业；瑞幸咖啡门店数量接近 3 万家，华莱士约 2 万家，均进入全球门店数量 TOP10。胡润集团董事长兼首席调研官胡润指出，中国庞大的国内消费市场为餐饮企业提供了模式验证与规模积累的土壤，蜜雪冰城、瑞幸等品牌率先铺设全国性门店网络，形成显著规模效应。

新茶饮成核心优势领域 7 家企业占据全球九成份额

细分领域中，中国餐企在饮品服务赛道表现尤为亮眼。全球上榜的 9 家饮品服务企业中，中国独占 7 家，涵盖蜜雪集团、瑞幸咖啡、古茗、喜茶、霸王茶姬、Manner 咖啡、沪上阿姨，几乎垄断全球主流新茶饮与咖啡品牌阵营。其中，瑞幸咖啡作为 2017 年成立的品牌，不仅门店规模接近 3

万，其现象级产品“生椰拿铁”4 年累计销量更突破 12 亿杯；Manner 咖啡（2015 年成立）、霸王茶姬（2017 年成立）均以精准定位与高效运营跻身全球行列。

相较之下，连锁餐厅与团餐领域仍有提升空间。38 家上榜连锁餐厅企业中，中国仅占 3 家（百胜中国、海底捞、小菜园），分别代表西式快餐、火锅与家常菜品类；5 家活动餐饮及团餐企业中，仅千喜鹤（价值 180 亿元）上榜，其规模约为全球团餐龙头英国康帕斯（4100 亿元）的 4.4%。业内分析认为，中式快餐因产品标准化难度高、消费需求分散，团餐市场则受限于行业集中度较低，未来仍需突破规模化发展瓶颈。

年轻化与全球化双轮驱动 中国品牌活力凸显

中国上榜餐企的“年轻态”成为显著特征。数据显示，中国上榜企业平均年龄仅 16 岁，远低于非中国企业 52 岁的平均水平；全球近十年成立的 4 家上榜企业中，3 家源自中国（瑞幸咖啡、霸王茶姬、Manner 咖啡），这些“数字原住民”品牌擅长结合互联网开展精准营销与模式创新，如喜茶通过跨界联名持续提升品牌热度，近一年海外门店增长超 6 倍。

全球化布局方面，中国餐企正加速“走出去”。蜜雪冰城海外门店突破 4700 家，覆盖 12 个国家，仅印尼市场就有约 2600 家门店；海底捞构建“百店级、跨四洲”版图，在 14 个国家运营 100 多家自营门店；霸王茶姬海外门店超 200 家，2025 年第二季度单季净增 50 余家。胡润表示，中国餐企凭借供应链配套优势与数字化能力，未来十几年在全球榜单中的数量有望显著增加。

值得关注的是，2025 年 5 月商务部、国家发展改革委联合发布《餐饮业促进和经营管理办法》（6 月 15 日起施行），从规范经营、绿色低碳、数字化升级、制止浪费等方面为行业提供政策指引。在此背景下，中国餐饮企业正以年轻化创新活力与全球化布局视野，从本土强者向全球餐饮产业重要参与者转变，为全球餐饮行业注入“中国动能”。（资料来源：南方网）

（四）旅游

【海南自贸港封关首周 三亚旅游消费市场火热】“12 月 18 日至 24 日，海南自贸港封关首周，三亚离岛免税销售额累计实现 7.36 亿元(人民币，下同)，同比增长 48.2%，累计接待人数达 63.5 万人次。”三亚市商务局局长郑聪辉 25 日受访时说，封关首周，三亚离岛免税市场销售与客流数据双双飘红，全面释放自贸港封关带来的市场活力与消费潜力。

三亚多家免税店推出多项促销活动吸引游客。记者当天在 cdf 三亚国际免税城看到，门口迎来送往的车辆川流不息，门店内消费者们排起长队选购免税商品。陕西游客魏娜在海旅免税城挑中了一只手提包，“各种优惠叠加，比平时的购买渠道省下 1000 元左右，非常划算”。

三亚旅游酒店行业也展现出高位运营态势。“本月 18 日以来，我们酒店的平均入住率超过 90%，从酒店预订情况看，火热态势将持续至元旦后。”三亚·亚特兰蒂斯公关经理王雯说，除了酒店主打的亲子家庭客群，近期接待的商务客群、境外游客增长也非常明显。

三亚市旅游酒店行业协会会长刘凯强表示，海南自贸港封关给三亚的酒店、餐饮、购物等多个领域都带来利好，可以预见三亚旅游酒店行业在未来一段时间内将取得不错的经营业绩。

“自贸港封关、政府发放消费券、大型文旅活动、商家年终大促，近期三亚旅游消费市场火热受到多重因素影响。”郑聪辉表示，目前正值三亚旅游旺季，在长尾效应加持下，旅游消费市场的火热态势有望持续至春节后。

元旦、春节假期将至，多个在线旅游平台数据显示，三亚跻身中国热门旅游城市前五名。元旦、春节假期，三亚市将密集推出 70 多场大型活动，并面向离岛免税、商超、餐饮等重点领域发放全品类消费券，助推旅游消费持续火热。（资料来源：中国新闻网）

【2025 中国国际旅游交易会海口开幕】12 月 19 日，由文化和旅游部主办的 2025 中国国际旅游交易会（简称“旅交会”）在海口开幕。海南省委书记冯飞致辞，省长刘小明等海南省领导出席开幕式。文化和旅游部副部长高政、联合国旅游组织秘书长祖拉布·波洛利卡什维利、泰国国家旅游

局局长塔帕妮·吉娅蒂沛汶出席并致辞。

冯飞代表海南省委、省政府欢迎各位嘉宾参会，感谢大家长期以来对海南自由贸易港建设和旅游业发展的关心支持。他表示，海南自由贸易港 12 月 18 日正式启动全岛封关运作，海南与世界各国的经贸文化交流合作进入全新阶段。本次交易会在海南举办，体现了对海南自由贸易港建设的高度重视、对建设国际旅游消费中心的有力支持，将为旅游业国际交流合作带来更多机遇。海南有优惠的政策，可让企业大幅降低运营成本、收获“真金白银”；有广阔的市场，正加快建设国际旅游消费中心，打造世界一流旅游目的地；有多元的旅游吸引物，免税购物、医疗、航天、演艺、体育、文化等旅游新业态蓬勃发展；有良好的旅游市场秩序，可让中外游客放心来旅游、经营主体安心做生意，将更好促进国际旅游开放合作。海南愿以本届交易会为新起点，同全世界文旅企业深化交流、扩大合作。欢迎大家来海南布局新业态，开发新产品，共享新机遇。

中国国际旅游交易会自 1998 年创办以来，已成为亚太地区规模最大、影响最广的综合性国际旅游展会。本届旅交会以“你好！中国”为主题，会期 3 天。旅交会展览面积达 6.5 万平方米，共设置境内展区、境外展区、阳光海南展区、入境旅游消费展区和文旅融合展区五个展区，吸引了来自 101 个国家和地区的 1000 余名旅行商及代表参会，同时开展多场线下买卖家专业洽谈。（资料来源：人民网）

【世界旅游经济论坛 · 黑龙江 2025 于哈尔滨成功召开】12 月 16 日致力于推动全球旅游经济可持续发展的国际交流合作平台——世界旅游经济论坛 · 黑龙江 2025（下称“论坛”）于哈尔滨成功举办。本届论坛以“新质生产力：世界旅游经济新引擎”为主题，共建起高水平的国际交流平台，推动黑龙江省与全球旅游经济创新链与产业链有机融合。

世界旅游经济论坛 · 黑龙江 2025 由黑龙江省人民政府与世界旅游经济研究中心主办、澳门特别行政区政府为创始单位、联合国旅游组织为伙伴单位，黑龙江省文化和旅游厅、哈尔滨市人民政府为承办单位，全联旅游业商会为协办单位。论坛支持单位包括中华人民共和国文化和旅游部、中华全国工商业联合会、国务院港澳事务办公室、世界旅游及旅行业理事会（WTTC）、亚太旅游协会（PATA）、世界旅游城市联合会（WTCF）、欧洲旅游委员会（ETC）、世界旅游联盟（WTA）、国际山地旅游联盟（IMTA）、全联女企业家商会、澳门特别行政区政府旅游局、澳门招商投资促进局及澳门中国企业协会。

论坛开幕仪式于上午举行，联合国旅游组织等国际组织和机构代表，津巴布韦、巴西、印度尼西亚、伊朗、意大利、马来西亚、法国、西班牙等国家文化旅游部门负责人，世界旅游城市联合会等国际行业协会组织及机构代表，驻澳及澳门特区代表，外交部、文旅部、财政部、港澳办和全国工商联等国家部委和有关机构负责人，辽宁、吉林、安徽、河南、广西、海南、贵州、陕西、甘肃、宁夏、新疆等省（区、市）领导，中外知名企业代表等来自 24 个国家和地区的 1200 余名嘉宾出席。

全国政协副主席、世界旅游经济论坛大会主席何厚铧讲话，黑龙江省委书记许勤致欢迎词，联合国旅游组织秘书长祖拉布致辞。黑龙江省省长梁惠玲和世界旅游经济论坛副主席兼秘书长何超琼共同主持。

黑龙江省委书记许勤代表省委、省政府向莅临大会的嘉宾表示欢迎。他说：“世界旅游经济论坛是具有全球影响力的国际旅游交流合作平台，为促进世界旅游经济发展发挥了重要作用。黑龙江区位优势独特，生态环境优良，文化底蕴深厚，景色雄浑壮美，是国内外游客向往的旅游目的地。我们愿与各方加强交流合作，培育文旅新质生产力，打造文旅融合新业态，构筑文旅开放新高地，推动文化旅游高质量发展，为建设旅游强国、推动全球经济增长和构建人类命运共同体作出新贡献。”

全国政协副主席、世界旅游经济论坛大会主席何厚铧发表开幕致辞。他说：“本届论坛从澳门‘移师’黑龙江，是一次深具远见的战略升级。我们以‘新质生产力：世界旅游经济新引擎’为主题，与当前正徐徐展开的国家‘十五五’规划中，强调发展新质生产力、构建现代化产业体系的方向高度契合。而黑龙江，正是诠释这一主题的最佳地域，这里不仅是新质生产力重要论述的战略起

点，更是这一创新理念开花结果的热土。我深信，我们在此汇聚的智慧与达成的合作协议，必将为中国以至全球旅游经济的可持续与高质量发展，注入强劲而持久的动力。”

联合国旅游组织秘书长祖拉布 · 波洛利卡什维利表示：“今天是具有里程碑意义的一天。世界旅游经济论坛首次走出中国澳门，而哈尔滨就是全新旅程的最好起点——这座城市的转型实践、创新精神与文化自信，正吸引世界的目光。自论坛创立以来，联合国旅游组织始终是其重要的合作伙伴。历经十多年发展，论坛已经成为全球旅游经济领域最具影响力的合作平台之一。我相信，联合国旅游组织未来将继续与论坛、与中国、以及与所有成员国携手同行，共同推动旅游业成为促进共享繁荣、支撑可持续发展、联结不同文化与地域的重要力量。”

澳门特别行政区行政长官代表、澳门特别行政区政府经济财政司司长、世界旅游经济论坛执行主席戴建业先生表示：“澳门持续发挥‘背靠祖国、联通世界’的独特优势，围绕‘一中心、一平台、一基地’的定位，把握‘1+4’多元产业发展方向，为澳门可持续发展奠定更坚实的基础。作为一张澳门原创的国际文旅名片，论坛于过往十届充分发挥澳门作为国际交流合作平台的作用。本届，首次走出澳门，移师黑龙江省哈尔滨市，是论坛发展中的重要里程碑，不仅体现了论坛平台的辐射力与生命力，更突显了国家旅游经济发展的巨大潜能。”

中华全国工商业联合会副主席罗来君先生致开幕辞：“论坛首次从‘南海之滨’澳门走进‘北国雪原’黑龙江，以‘新质生产力：世界旅游经济新引擎’为主题，汇聚了来自全球的智慧与中国的力量，共商发展，恰逢其时，意义深远。文旅产业一头连着经济发展，一头系着民生福祉，是实现高质量发展与人民美好生活向往的重要纽带。推动文旅繁荣，需要各方携手、协同发力。中华全国工商业联合会愿与海内外各方加强协作，凝聚合力，共同为全球旅游业可持续发展和黑龙江经济发展作出更大贡献。”

世界旅游经济论坛荣誉主席龙永图先生表示：“新一轮科技产业革命带来了全球国际竞争格局的深刻变化，给了中国和许多新兴国家赶超世界先进水平的历史性机遇。让我们的旅游经济也在这样的背景之下，加快发展，不断地满足人民新的需求，不断地增加人民的幸福感、获得感，为人类的幸福健康，为社会的和谐发展，为国际的和平和繁荣，为我们这个新的时代做出更大的贡献。”

世界旅游及旅行业理事会暂代总裁及首席执行官格洛丽亚·格瓦拉分享了全球旅游业发展趋势及中国展望。她介绍，中国旅游业增长势头强劲，其深厚的文化遗产、充满活力的现代都市、瑰丽的自然风光与完善的基础设施，都为海内外游客提供了丰富多元的旅行体验。以哈尔滨为例，这座城市将自然资源转化为世界级的旅行体验，为世界提供了可借鉴的成功经验。

世界旅游经济论坛副主席兼秘书长何超琼女士表示：“十多年来，澳门一直是我们的坚实基石，今天我们开启了互联互通的新篇章。通过建立‘双门户’平台，我们将澳门作为连接东西方的纽带，与黑龙江作为通往东北亚重要门户的地位紧密相连。这一合作使我们能够比以往更有效地连接中国与世界，以及世界与中国，从而践行我们作为跨境合作与经济活力桥梁的使命。”

开幕式上，联合国世界旅游组织向哈尔滨市颁发“世界冰雪旅游卓越城市”证书，肯定哈尔滨在冰雪旅游领域的持续创新与国际引领作用。哈尔滨具有独特的冰雪资源、深厚的历史底蕴与开放包容的城市气质，近年来通过“冰雪大世界”“太阳岛雪博会”等明星项目火爆出圈，持续推动业态融合与体验升级，将“冷资源”转化为“热经济”，成为国际冰雪旅游目的地与文化交流新窗口，也为全球冰雪旅游的高质量与可持续发展贡献中国智慧与实践范例。

世界旅游经济论坛 2012 年创办于澳门特别行政区，至今已成功举办十届，累计吸引超过 90 个国家和地区的 14,000 位参会者出席，并携手 44 个合作国家和 13 个中国主宾省市推广文旅品牌，成为“世界聚焦中国，中国链接世界”的重要桥梁。（资料来源：中国日报网）

【《2025 中国旅游业发展报告》在武汉发布 揭示旅游消费新趋势与行业升级路径】12 月 24 日，中国旅游研究院武汉分院在武汉正式发布《2025 中国旅游业发展报告》。报告显示，我国旅游市场已从复苏增长步入稳健繁荣的新阶段，2024 年国内旅游总人次与总收入均实现两位数增长。

《报告》显示，游客需求呈现深度分化与体验升级的鲜明特征。基于对全国 426 个热点景区超 69 万条网络评论的分析，近八成景区获得游客积极评价，整体满意度向好，但“排队时间长”“设施陈旧”“服务响应慢”等仍是影响体验的共性痛点。需求侧调研同时揭示了显著的城乡差异：超过七成城乡居民在过去一年有出游经历，旅游日益常态化，但乡村居民出游频率相对较低，且二者在目的地选择、产品偏好上分化明显。

文旅融合的实践探索成为报告关注的重点。以福建邵武市为例，报告深入分析了县域文物资源“活化”利用的创新路径，表明通过“古建筑+非遗/民宿”等融合模式，可将文化存量有效转化为经济增长动能。此外，报告对武汉昙华林历史文化街区的评估指出，其文化记忆资源仅约两成得到有效旅游活化，揭示了历史街区在文旅融合中普遍面临的挖掘不深、利用不充分的挑战。

报告还从全国、区域、省域及重点城市等多维度综合评价了旅游业竞争力。省域旅游综合竞争力延续“东高西低”格局，广东、浙江、江苏稳居前列，北京、上海、新疆等地排名提升显著。在 15 个副省级城市中，成都、广州、杭州、武汉、深圳位列旅游综合竞争力第一梯队，其中武汉市在旅游接待规模上保持领先。

面对从“有没有”到“好不好”的结构性升级挑战，报告强调需以新质生产力驱动产业创新，建议从宏观调控、部门管理、行业经营 3 方面协同发力，通过深化文旅融合、优化产品供给、提升服务品质、发展智慧旅游等举措，共同构建旅游业可持续发展的新生态。

该报告作为连续出版 14 年的年度行业权威研究成果，基于海量数据调研与案例深度剖析，系统审视了当前中国旅游业的发展态势、竞争力格局与未来走向，为行业迈向高质量发展提供了重要参考。（资料来源：中国旅游新闻网）

【第二届气候变化与旅游发展大会在贵州黎平举办】12 月 21 日，第二届气候变化与旅游发展大会在贵州省黎平县举办。本次大会以“保护生态 绿色低碳 持续发展”为主题，汇聚了国内外文旅行业精英、“双碳”领域专家学者及优秀企业代表，共商气候变化背景下旅游产业可持续发展的新蓝图。大会紧密契合国家“坚持‘双碳’引领，推动全面绿色转型”的战略部署，旨在为旅游强国建设注入绿色动能，促进经济高质量增长与文化繁荣交流。

大会期间，与会专家学者围绕生态价值转化、低碳交通与旅游融合等议题进行了深度解读。圆桌对话环节，来自地方政府、企业及景区的代表聚焦碳资产收益、绿电投资等实际问题，探讨如何通过碳资产开发与交易开辟景区增收新渠道。

为树立行业标杆，大会发布了首批 25 家“零碳景区”合作单位名单，包括慕田峪长城、西双版纳野象谷等知名景区。未来，主办方将为这些单位在碳汇开发、绿色金融等方面提供专业支持。

会上还发布了产业倡议书，号召各级政府及文旅企业把握“十五五”碳排放双控战略机遇，将旅游景区作为碳资产管理的重要载体，着力打造“零碳景区”标杆，推广绿色电力，探索碳金融创新，建立健全旅游碳资产管理长效机制，引领全行业绿色转型。

据了解，本次大会由全联旅游业商会景区分会主办，中国绿色碳汇基金会担任公益合作伙伴，吸引了国内外文旅行业精英、“双碳”领域专家及企业代表参与。（资料来源：中国旅游新闻网）

【有效释放元旦旅游需求 力争实现 2026 年“开门红”】2026 年元旦火车票日前开售，美团旅行发布的数据显示，元旦期间出行的预约单量比去年同期增长近 5 倍。同程旅行 12 月 5 日发布的《2026 元旦假期旅行趋势报告》显示，进入 12 月份，元旦假期的机票、酒店民宿等主要产品预订逐步起量，整体预订热度较去年同期提升近 30%。即将到来的元旦假期，通过串联周末形成 3 天小长假，大众出游热情高涨，有利于释放旅游需求、为 2026 年旅游业带来“开门红”。综合来看，2026 年的元旦旅游有以下几方面值得关注。

一是从出游距离看，近距离出游占主流。3 天小长假，为居民的周边、短途出游提供了便利。元旦假期，从 OTA 平台数据看，1—3 小时车程的短途周边游最受欢迎，尤其是京津冀、长三角、珠三角等城市群内部及大中城市周边区域，是元旦期间游客短途出游的热门选择。根据去哪儿旅行平台

数据，元旦期间车程在 2 小时左右的短途路线最为热门。途牛平台的数据显示，超过五成的游客选择“就近跨年”。

二是从跨区域流动看，北上南下特征凸显。冬季旅游特征凸显，北方人南下“避寒游”、南方人北上“冰雪游”，成为元旦出游的典型特征。东三省、新疆等传统冰雪旅游地火热，冰雪旅游内容持续拓展，除滑雪、玩雪、赏冰灯冰雕等冰雪游乐内容外，漠河北极村的“泼水成冰”、吉林雾凇岛的“寒江雪柳”、延吉的“雪地温泉”也成为游客关注的热点。南方“冰雪游”热度也很高，云南迪庆梅里雪山和丽江玉龙雪山，四川甘孜的贡嘎雪山和阿坝的达古冰川，以及上海、深圳、苏州等地的室内冰雪世界，都成为 2026 年元旦“冰雪游”的重要组成部分。北方人热衷“避寒游”，海南、云南、广西、广东等省份成为游客“避寒游”的重要目的地，伴随着海南全岛封关，免税购物也成为游客去海南旅游的重要动机。

三是从消费偏好看，文化和演出依然火热。近年来，文化旅游热度高涨，游客精神层面的旅游需求持续升级，无论是参观博物馆、观看文化演出，还是探访文化遗产、体验各地民俗，都是游客追求自我提升、满足个人精神文化需求的重要方式。元旦期间，游客的文化消费依然会是热点。尤其是明星跨年演唱会，特殊时间节点的演出活动，更能激发年轻游客的情感共鸣，“跟着演出去旅行”依然将是元旦旅游的一大亮点。

四是从个性表达看，仪式感和“情感旅游”并重。元旦旅游依然会延续游客高情感价值诉求特点。追求跨年的仪式感和获得更高的情绪价值，是元旦旅游的重要特征。在特殊的场景，尤其是在标志性建筑、标志性地点、有纪念意义的地点，和家人朋友一起跨年，是年轻游客追求仪式感的体现。主题乐园、城市街区、地标建筑、室内娱乐场所、星级酒店等都会是年轻人元旦跨年的重要场所。

中央经济工作会议在部署 2026 年经济工作时提出“坚持内需主导，建设强大国内市场”。新的一年，旅游业作为释放内需的重要产业，仍将继续发挥提振消费、扩大优质供给、满足人民日益增长的美好生活需要等多重功能。2026 年旅游业的发展，应加大对下述四个方向的关注。

一是服务质量提升。旅游业面临品质服务的变革期，优质服务将成为旅游企业竞争的重要“法宝”。要建立以游客为中心的旅游服务质量评价和监管体系，包括以服务质量评价引导旅游企业、旅游目的地更加重视游客满意度，全方位提升服务质量；完善旅游服务质量标准，以标准引导服务质量提升；以服务品牌为引领，形成高质量服务体系。从“首席质量官”到“标杆服务员”，再到各旅游业态服务品牌打造，要构建起以品牌为引导的服务质量提升路径，引导游客形成基于品牌的产品选择逻辑，让服务质量理念深入人心。要深入推进旅游信用评价和监管，让失信者寸步难行、守信者处处受益。

二是产品持续创新。以体验为核心，促进旅游产品的持续创新，包括以科技创新为基础，通过科技与旅游的融合，全面调动游客感官，便利游客出行，提升游客体验质量；以要素组合创新为方向，推动“旅游+”“+旅游”的持续深化，不断拓展旅游边界，持续产出全新的跨界旅游产品；以创意创新为路径，通过内容、形式、场景创新等多种方式，形成促进游客消费的新场景，持续释放旅游消费潜能。

三是入境旅游扩容。2026 年，继续扩大入境旅游消费依然是重要方向。要扩大我国单向、双向免签国家和过境免签国家数量和范围，促进入境旅游持续扩容；进一步优化入境旅游支付、交通、标识、信息等的便利化，提升入境游客在中国境内出行的便利度；进一步优化入境旅游产品，形成更多主题、适合不同入境客群的旅游线路和产品；提升住宿、餐饮、旅行社等企业的服务品质以及国际化水平；优化对外旅游传播内容和形式，加大新媒体营销力度，打造更加具象、更贴合游客需求的内容体系。

四是“情感旅游”发展。情绪价值提供和“情感旅游”是 2026 年值得关注的方向。旅游企业和旅游目的地要与游客产生共鸣，为游客的情绪释放和自我情感表达提供“出口”，通过文化、自然、

生活和社交连接，建构起以“满足”“归属”“共鸣”为关键的旅游环境，为游客营造以“惊喜”“畅爽”“尊重”“释放”等为亮点的情感体验。（资料来源：中国旅游新闻网）

【抖音 2025 文旅数据报告：酒旅团购订单量同比增长 42%，沉浸式旅游成主流】12 月 24 日，抖音生活服务发布《2025 文旅数据报告》（下称“报告”）。报告显示，过去一年，文旅消费旺盛，抖音酒旅团购订单量同比增长 42%。沉浸式旅游成主流，用户关注点和需求更加多元，赛事游、冰雪游、演唱会游、非遗游、小城游火热，苏超、鸡排哥、IP 游等成年度文旅热词。平台推出 2025 年“心动榜酒店”，上榜酒店订单量同比增长 152%，平台整体酒店民宿订单量同比增长 63%。

从订单消费看，上海、北京、成都、郑州、杭州等入围十大热门旅游城市。洛阳、湖州、秦皇岛、开封、徐州等入围十大热门宝藏城市。抖音景区团购订单量同比增长 32%。“NPC 游”、“IP 游”持续出圈，万岁山武侠城、河头老街·大唐百戏园、上海迪士尼度假区、北京环球度假区、郑州银基动物王国、上海海昌海洋公园、河南宝泉旅游区、清明上河园、南京牛首山文化旅游区、重庆动物园成为十大热门景点。

“乡村游”火热，抖音古村古镇团购订单量同比增长 102%。上饶婺源篁岭景区、枣庄台儿庄古城、石家庄龙泉古镇、江门赤坎·广东华侨国际旅游度假区、盘锦黑风关古镇旅游区成五大“乡村游”目的地。同时，非遗旅游愈发火热，抖音非遗酒旅相关团购订单量同比增长 45%。非遗景区、美食、按摩、戏曲和展览展会是最受用户欢迎的非遗相关团购品类。长沙千灯会、2025 沈阳之夜、司徒小镇、成都·千灯之夜等入围十大热门非遗景区景点。

2025 年，粉丝经济持续迸发活力，苏超等草根赛事带动地域消费。数据显示，抖音演唱会团购订单量同比增长 78%，上海、北京、成都、南京、大连成热门演唱会城市。邓紫棋上海站、五月天北京站、华晨宇佛山站等演唱会受用户欢迎。抖音体育赛事曝光超 626 亿次。其中，“苏超”全面带动参赛城市周末的美食、景区、商圈、夜市消费。5 月 10 日至 10 月 15 日，江苏抖音团购销售额同比增长 68%。

过去一年，用户更加关注市井烟火，平台“烟火气”相关内容同比增长 30%，分享次数同比增长 226%，带动烟火经济更加旺盛。与此同时，平凡个体成为城市或家乡代言人。因独特经营方式走红的“鸡排哥”，带动景德镇文旅消费。数据显示，受“鸡排哥”热度影响，景德镇国庆假期抖音团购订单量同比增长 83%，其中酒店旅游类核销订单量增长 113%。抖音鸡排炸串团购订单量也同比增长 56%。

抖音生活服务相关负责人介绍，平台全年推出“跟着苏超游江苏”“发现宝藏小城”“夏日美食节”等城市或主题营销，“抖音生活冰雪季”“来南方过冬”等季节大促活动，同时推出“安心”服务和保障，连接线上优质内容、商家产品和消费者，丰富用户线下消费体验，助力商家线下生意，让更多“流量”转变为经济增量，全方位激发区域本地消费和文旅消费。（资料来源：中国日报网）

【我国冰雪旅游市场持续火热】这个冬天，我国从北到南，冰雪旅游市场持续火热，各地优化产品、升级服务，激发冰雪经济活力。

这些天，河北崇礼 8 个滑雪场全面开板，累计接待游客近 80 万人次。当地加大交通保障力度，在周末加开火车班次，开通周边城市机场、火车站直达班车，方便游客出行。这个冰雪季，首届黑龙江冰雪运动超级联赛开赛，百项省级“冰超”赛事带动市、县上千场活动，既有冰球、滑雪等传统项目，也有雪地足球、冰上龙舟等休闲活动，让冰雪爱好者充分感受运动魅力。内蒙古推出 159 项特色冰雪文旅活动、48 项文体赛事以及 45 条冰雪旅游线路。在陈巴尔虎旗，冰雪那达慕上，搏克等精彩表演引来游客阵阵欢呼。在根河冷极村，雪地里扭秧歌、木屋里剪窗花，特色体验让大家流连忘返。

多地“雪假”实施，冰雪季再添新活力。吉林雪假期间，全省 39 家滑雪场、滑冰馆为义务教育阶段学生提供每日 3 小时免费滑雪体验。新疆乌鲁木齐、阿勒泰推出“雪假”系列活动，运动竞技、特色科普等内容丰富多彩。阿勒泰四大雪场游客数同比增长超九成，新增游客主力为学生。

南方多地也通过打造新场馆、新场景，推动冰雪经济持续升温。深圳前海冰雪世界今年亮相，设有 5 条专业雪道，涵盖多种雪道类型，并新增雪上卡丁等 14 项雪上娱乐项目。同时还开通了香港往返巴士，方便香港市民来滑雪。目前，已接待游客超 70 万人次。（资料来源：央视网）

【多项交通便利化举措助力冬季旅游市场升温】随着冬季旅游市场持续升温，全国多地创新服务模式，优化旅游供给，满足游客出行需求。

近日，铁路部门在海南、湖南、山东、长三角等多地推出主题旅游计次票产品，以“一票多程、灵活出行”的新模式，助力游客实现深度漫游。其中，“海南环岛漫游”计次票覆盖海南环岛高铁沿线 26 个站点，串联骑楼老街、亚龙湾等热门景点；“魅力湘西随心游”产品新增韶山南、怀化南等站点，融合红色文化、自然山水与民俗风情；长三角地区同步推出“畅游沪宁杭”等 3 款产品，涉及 5 条高铁线路。此类旅游计次票具备“一次购买、多段乘坐、15 天有效”的特点，游客可在有效期内自主安排行程，免去多次购票的麻烦，真正实现“随到随走，畅行无忧”。

在江苏苏州，新开通的太湖水上航线串联起苏州西山岛等景区，游客可乘船游览湖光山色，沿途还可逛市集、品湖鲜，感受渔家文化。在河北，旅游专列“星光燕赵号”城际旅游列车投入运营；同时，串起北京各交通枢纽至张家口崇礼的冰雪直通巴士也正式开通，给游客提供更好的出行体验。

在优化外部交通衔接的同时，全国多地景区的旅游服务也正朝着更精细、更便利游客的方向升级。在黑龙江，覆盖亚布力三山的联网工程全面升级，50 余条雪道覆盖各个难度等级，30 余条缆车及魔毯串联三山之巅，游客可以一票通达三山。（资料来源：央视网）

（五）教育

【教育部召开 2025 年终总结会】12 月 18 日，教育部召开 2025 年终总结会，深入学习贯彻党的二十届四中全会精神，聚焦贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神和党中央、国务院重大决策部署，全面总结检视全年工作特别是推进改革试点的工作成效、问题挑战，结合谋划重大战略任务、重大改革举措、重大工程项目，提出推进工作的意见建议。教育部党组书记、部长怀进鹏主持会议。机关各司局、直属单位逐一汇报。部党组成员结合分管工作进行点评发言。

怀进鹏指出，今年是教育部党组确定的“实干年”。一年来，各司局和直属单位坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，把贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神作为第一要件，不折不扣落实“第一议题”制度，扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，以系统布局改革试点作为今年破题关键，在实干中增强政治意识、砥砺改革能力、锤炼过硬作风、守牢安全底线，形成了“实”字当头、“干”字为先的浓厚氛围，交出了教育强国建设高起点布局、高质量推进的满意答卷。

怀进鹏强调，面对世界之变、时代之变、历史之变，必须坚持立足教育规律，跳出教育看教育，深化思想认识，发挥教育的先导性、基础性和战略性重要作用以支撑国家现代化建设。一要聚焦激烈的国际竞争，深刻认识教育已成为大国战略博弈必争之地，加快推进教育强国建设，提高自主培养拔尖创新人才能力，有力支撑高水平科技自立自强。二要聚焦高质量发展需求，深刻认识科技革命与产业变革加快演进对教育带来的系统性挑战，一体推进教育科技人才发展，推动学科交叉、产教融合、科教融汇，构建与创新链、产业链互动贯通、相互成就的新生态。三要聚焦组织机制与制度建设，深刻认识以机制创新、政策创新、实践创新厚植教育发展后劲与优势，加快评价体系改革，增强各地各部门协同攻关能力。四要聚焦社会人口结构变化和共同富裕要求，深刻认识人民群众对教育公平和质量的热切期盼，着力提高教育公共服务质量和水平。

怀进鹏指出，要牢牢把握教育“三大属性”，抓好立德树人“一号工程”、强化政治能力，抓好“十五五”规划编制、强化谋划能力，抓好闭环管理预期管理、强化执行能力，抓好系统集成、强化协同指导能力，把党中央擘画的蓝图转化为施工图，落到行动和实效上，确保“十五五”开好局、起好步。要时刻绷紧安全稳定这根弦，强化底线思维，拧紧责任链条，全力确保校园和谐稳定。

中央教育工作领导小组秘书组秘书局、教育部机关各司局负责人，直属单位主要负责人，中央纪委国家监委驻教育部纪检监察组负责人参加会议。（资料来源：教育部）

【全国体育职业教育研讨会在榕举行】职业教育前途广阔，大有可为。那么，具体到体育职业教育，在面向“十五五”的发展新阶段，该如何有为？

12 月 5 日，由国家体育总局科教司主办的全国体育职业教育研讨会在福建体育职业技术学院举行。

全国体育职业教育教学指导委员会有关专家，全国 19 所体育高等职业院校、首批国家足球职业学院试点建设单位领导及教务管理部门负责同志等 50 余人齐聚福州，围绕体育职业教育“十五五”发展思路，聚焦教育强国重大战略、体育产业高质量发展以及职业教育重大建设项目等，共同谋划体育职业教育的发展蓝图。

人才培养：发展与需求互促

体育职业教育办得怎么样，要看培养的人才能否跟上体育发展和社会需要。

在教育部职业教育和成人教育司职业院校发展处处长朱金明看来，“十五五”期间，体育的角色将进一步扩展。“促进消费、推动绿色转型、展示文化软实力、服务国家外交……整个体育的变化逻辑就是从融入到引领，从规模到质量，从国内到国内外的联动。”朱金明说，“这就要求体育职业教育要培养懂产业、善服务的体育类高技能人才。”

湖南体育学院党委书记谭炎良表示，各地体育职业院校应立足区位优势，打造差异化发展路径，“比如边疆民族地区院校深耕民族体育文化传承与创新，沿边、沿海地区院校对接文旅融合、东盟合作等需求，培养复合型国际化体育人才，让体育职业教育成为区域经济社会发展的人才引擎”。

直面人才培养和产业的适配度有待提高、招工难与就业难并存的结构性矛盾，福建体育职业技术学院党委书记邹志红认为，应该通过产教融合、校企合作，联合组织开发一批行业发展紧缺的体育类职业技能等级证书，以应对当前产业升级对技能人才的需求，提高各体育职业院校毕业生的就业竞争能力。

研讨会上，“升本”成为热点话题，包括福建体育职业技术学院在内的诸多体育职业院校都将“升本”列入了未来发展的重要方向。

“‘升本’不忘本。体育职业院校的人才培养始终要以培养高素质、应用型体育人才为核心目标。”体育总局科教司二级巡视员、教育处处长范英华介绍，数据显示，我国每年有近 3 万名体职院校毕业生直接服务于竞技体育、全民健身、体育产业等领域，成为体育事业发展的生力军。

专业建设：培养与就业衔接

在内蒙古体育职业学院副院长白志忠看来，体育职业教育直接服务于健康中国，教育强国、体育强国战略的重要性不言而喻，“尤其是当前体育产业向智能化、绿色化、融合化发展，新业态、新模式对人才规格、质量和结构都提出了更高的要求”。

体育产业领域的不断细分，正催生运动装备研发、体育大数据分析、电竞等新兴职业赛道。在服务场景上，社区运动健康中心、康养社区、体育自媒体等业态也为就业提供了多元化选择。

4 年前，福建体育职业技术学院就在全国体育职业院校中率先增设运动数据分析、体能训练、运动健康指导等 3 个新专业，开启运动健康指导、体能训练等领域的研究。

“体育职业教育也在面对新经济、新技术、新职业带来的挑战，要发挥职业教育解决基层实践问题的优势，实时调整专业布局，进一步完善体育职业教育的专业目录体系建设，提高体育职业教育专业设置和社会需求的匹配度，以及对体育事业发展的贡献度。”邹志红说。

如何精准锚定人才培养方向？广西体育高等专科学校党委书记韦建勋建议，要聚焦全民健身升级、体卫融合发展、体育产业数字化转型等重点方向，建立全国体育职教专业动态调整机制，引导院校重点布局智能体育装备应用、运动健康管理、国际体育赛事运营等紧缺专业，实现人才培养的产业需求精准匹配。

产教融合：教学与产业共育

产教融合是深化教育改革，实现教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接的重要途径。然而，现实中产教融合实践仍面临一系列挑战，教育供给与产业需求之间的错位性矛盾未能得到有效解决。

“真正的产教融合不是喊口号，也不是走流程，而是靠标准共建、技术共育、师资共享，将专业建设与企业岗位标准对号，并把企业订单搬进课堂，在做中学、学中做，最后融入师资，建立校企共建的团队。”广州体育职业技术学院副院长张苹说。

据韦建勋介绍，2023 年，广西体育高等专科学校携手李宁体育园和武汉体育学院，成立全国首个运动健康产教融合共同体。目前，共同体已汇聚了全国 12 所体育职业技术学院，100 余家职业院校、科研机构及上下游企业，覆盖了全国 15 个省、自治区、直辖市。

“坚持产教融合、校企合作、工学结合、知行合一的办学路径，是推动职业教育体系与劳动就业体系深度融合的抓手。”韦建勋表示，“要将企业技术标准、岗位需求嵌入人才培养全过程，完善‘双师型’教师培养认定机制，搭建校企人才双向流动平台，破解产教协同碎片化的难题。”

当产教融合走向纵深，也必然对体育职业教育的科研能力提出更高要求。邹志红说：“应该直面体育产业变革、体育行业标准、体育服务业人才培养贯通体系等领域，设置一批符合体育职业教育的重大模型、科研课题和研究项目，以揭榜挂帅机制，推动各体育职业院校实现科研实力的提升。”

对于体育职业教育的未来，白志忠引用了一个成语故事：“东晋著名的书法家顾恺之，每次吃甘蔗都是从上往下吃。有人就问他，为什么这样？他说，越来越甜，渐入佳境。”

毫无疑问，渐入佳境也是所有体育职业教育人的期待。（资料来源：央视网）

【第三届西部职业教育高质量发展研讨会在渝召开】近日，第三届西部职业教育高质量发展暨服务西部陆海新通道建设研讨会在重庆电子科技职业大学举行。会议以“开放 融合 赋能”为主题，汇聚了政府、行业、院校及企业代表，共同探讨职业教育在新时代支撑国家战略、服务区域发展的路径与使命。

重庆电子科技职业大学党委书记张伟在致辞中提出，职业教育服务陆海新通道建设，需着力提升与国家战略的适配性，深化产教协同创新，并扩大对外开放、重塑教育形态。他强调，应通过本次平台紧密连接西部职教资源与行业智慧，绘制“职教赋能通道，通道反哺职教”的生动图景。

在主旨报告环节，中国教育国际交流协会秘书长杨军表示，职业教育应加快塑造国际影响力，推动中国职教理念与标准“走出去”。协会将通过“未来非洲”等合作项目及“鲁班工坊”建设，支持西部院校提升国际化能力。教育部职业教育发展中心副主任任占营以“开放、融合、赋能”为关键词展开论述。国家教育行政学院学术委员会、职业教育研究中心主任邢晖深入剖析了“十五五”期间职业教育的发展方向与行动路径。中国教育国际交流协会职教合作部主任翟金鸣则聚焦“职教出海”，探讨如何提升其质量与影响力。

在院校与企业分享环节，超星集团、西部职业教育研究院等代表围绕数智化教学、教师发展策略等议题展开交流。重庆电子科技职业大学校长聂强结合本校实践，分享了职业本科在学科建设与科研方面的探索经验。（资料来源：中国教育新闻网）

【人工智能教育教学实验研究工作推进会召开】按照教育部课程教材研究所“人工智能背景下中国数字教育教学的理论建设与实践创新”研究工作安排，近日，人工智能教育教学实验研究工作推进会暨第三届数字教育学建设研讨会在北京市通州区召开。会议由教育部课程教材研究所指导，通州区委教育工委、通州区教委主办，通州区教师研修中心、通州区教育发展研究所承办。

“人工智能与教育教学的深度融合，能够实现大规模因材施教，创新教学方式方法，提升教育教学质量，培养学生创新思维和实践能力，为学生全面发展和个性化成长提供有力支持。”教育部课程教材研究所党委委员、副所长江嵩在致辞中表示，二者融合仍处于深化探索阶段，既蕴含巨大潜能，也面临资源建设、教师素养、教学模式等多重挑战。

北京教育科学研究院党委书记董竹娟表示，如今数字教育早已超越传统教育补充角色的定位，

成为重构教育生态驱动教育深层次变革的核心力量。当前，人工智能技术正以前所未有的广度和深度渗透教育领域，教育强国规划纲要明确提出推进教育数字化，加强人工智能与教育融合创新，既为新时代教育变革指明了前进方向，也提供了根本遵循。

通州区委教育工委书记王志佳表示，通州作为北京城市副中心，以“建设与城市副中心地位相匹配的人工智能教育示范区、培育具备 AI 素养的时代新人”为目标，全面启动“人工智能+教育”专项行动，构建“区级统筹搭台、学校实践赋能、教师应用提质”三级联动格局，推动人工智能与教育教学从“全面覆盖”向“提质增效”稳步迈进。

通州区教师研修中心党委书记、院长孙翠松介绍，通州区制定“134”行动框架，强化三级联动，建设课程、基座、师资、评价四大支撑体系，构建“技术赋能、育人为本”生态，系统推进中小学人工智能教育。

会上还发布了《通州区中小学人工智能通识教育指导意见》，聚焦核心目标、实践路径及工作保障，通过五大任务与行动，为各学段学生素养培育提供分层递进的实施框架与行动指南，推动中小学人工智能通识教育进入系统化、规范化新阶段。

主旨报告环节，教育部课程教材研究所专题中心主任张广斌等 3 位分享研究成果。11 位学者在专家报告环节围绕人工智能赋能学科发展及教师人工智能素养培养等主题进行交流。案例分享环节，10 余位一线教研员、教师代表展示了将人工智能运用于课堂教学实践的探索。北京学校初三学生张一铭、尹怀杰在学生分享环节，介绍了各自利用人工智能技术进行校园植物多样性监测和鸟类行为观察研究项目的情况。（资料来源：中国教育新闻网）

【教师教育创新机制改革试点工作推进会召开】12 月 26 日，教师教育创新机制改革试点工作推进会在河北石家庄召开。教育部党组成员、副部长杜江峰出席会议并讲话。

会议强调，要学习贯彻党的二十届四中全会精神，贯彻落实全国教育大会精神，深刻认识全面深化教师教育改革对于加快教育强国建设、一体推进教育科技人才发展、办好人民满意教育的重要意义，从教师队伍建设的源头抓起，推进全方位改革，为打造支撑教育强国的新时代高水平教师队伍提供更有力的基础保障。

会议指出，通过央地协同、合力推进，教师教育创新机制改革试点在 7 省 4 校启动以来，取得了一系列成果。通过开展培养专项、加强机构建设、推进资源整合，高水平大学举办教师教育实现了新拓展。通过加大师范生公费教育、强化办学条件支持、改革教师招聘制度，吸引优秀人才从教探索了新模式。通过开展需求预测、科学进行培养规划、强化统筹配置，适应学龄人口变化、推进教师供需衔接建立了新机制。通过加大硕士层次培养力度、提升本科层次培养质量、精简专科层次培养规模，教师培养结构实现了新优化。通过改革课程结构、优化课程内容、创新培养模式、提升实践能力，教师教育课程改革取得了新突破。通过建设全球教师发展学院、完善交流合作组织、打造品牌项目，教师国际交流合作搭建了新平台。

会议要求，对标对表党中央关于新时代高水平教师队伍建设的新部署，着眼全面推开教师教育改革，纵深推进改革试点工作。要聚焦应对学龄人口变化，强化精准测算、前瞻布局，加大调控，建立教师供需适配新机制。要聚焦支撑教育高质量发展，推进高水平大学办教师教育、师范教育质量提升、教师培养模式创新、职前职后一体改革，构建教师培养新格局。要聚焦一体推进教育科技人才发展，强化教育家精神引领，夯实学科基础，拓展跨学科素养，提升数智教育素养，增强教育实践创新能力，建设教师教育课程新体系。要聚焦建设具有全球影响力的教育中心，强化交流互鉴，注重品牌打造，着力扩大影响，探索高水平教师国际交流合作新路径。要加大统筹协调力度，强化政策供给，积极稳妥推进改革，产出更多标志性成果。

教师教育创新机制改革试点单位负责同志，教育部教师队伍建设专家指导委员会相关专家，教育部有关司局和直属单位负责同志参加会议。（资料来源：教育部）

【以高质量党建促进民办教育和中外合作办学高质量发展】今天，全国民办高校和中外合作办

学高校党建工作推进会暨引导规范民办教育发展年度会在京召开。教育部党组书记、部长怀进鹏出席会议并讲话。

会议指出，要高度重视民办教育和中外合作办学党的建设和事业发展，把思想和行动统一到党中央决策部署上来，深刻认识加强民办高校和中外合作办学高校党建工作是确保党对教育事业全面领导的必然要求，是落实立德树人根本任务的根本保证，是抢抓新一轮科技革命和产业变革的有力支撑，是应对复杂严峻形势、守牢意识形态阵地的关键举措。要全面总结进展成效，清醒认识差距不足，把学校高质量发展与国家“十五五”规划重点任务相结合，为教育强国建设贡献更大力量。

会议强调，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神，准确把握主攻方向和思路举措，以高质量党建促进民办教育和中外合作办学高质量发展。一要旗帜鲜明讲政治，推动党对民办高校和中外合作办学高校的全面领导具体化。选优配强党委书记，完善议事决策制度，强化党组织发挥作用。二要坚持守正创新，确保高质量实施新时代立德树人工程有成效。坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，做好大中小学思政课一体化建设，打造高素质思想政治工作队伍。三要强化党的组织和党的工作“两个覆盖”，夯实基层党建工作基础。做好发展党员、党员教育管理等各项工作，加快推进党组织隶属关系调整，应管尽管、管要管好。四要加强内涵建设，促进民办高校和中外合作办学高校高质量发展。引导民办高校立足自身定位走特色化、高质量发展道路，支持中外合作办学高校积极引进世界一流教育资源和创新要素，助力建设具有全球影响力的教育中心、科学中心、人才中心。五要强化法治保障，护航民办高校和中外合作办学高校规范发展、安全稳定。

会议要求，各地各部门要坚决扛起政治责任，加强组织领导、机制保障、激励约束，以钉钉子精神确保各项部署落地见效。要强化底线思维，巩固教育安全稳定良好态势。

教育部党组成员、副部长杜江峰主持会议。教育部党组成员、副部长熊四皓、任友群出席会议。

河北、江苏、安徽、河南、湖南、广东、陕西 7 个省份党委教育工作部门和北京城市学院、吉林外国语大学、温州肯恩大学、齐鲁理工学院 4 所高校有关负责同志作交流发言。

中央组织部、中央宣传部、中央社会工作部，民办教育工作部际联席会议制度成员单位有关部门负责同志，各省（区、市）党委教育工作部门、新疆生产建设兵团教育局负责同志及有关处室负责同志，中国民办教育协会主要负责同志，部分民办高校党委书记、理（董）事长，中外合作办学高校党组织负责同志出席会议。（资料来源：中国教育新闻网）

【未来创新教育中心在北京朝阳成立 搭建全球创新教育交流平台】“未来创新教育中心成立暨 PDC 教育联盟创新发展大会”20 日在中国科学技术馆召开，中国工程院院士、国际教育专家及企业、高校、PDC 全国联盟学校代表齐聚一堂，共同开启“社会共育、全球协同”的创新教育新征程。活动上，未来创新教育中心正式揭牌，将整合院士专家、企业、高校等资源，搭建创新教育实践资源库，构建起开放融合、韧性十足的创新育人体系。

未来创新教育中心将构建全新育人体系

活动上，未来创新教育中心正式成立，以“1+1+4+N”生态系统为核心架构，构建起开放融合、韧性十足的创新育人体系。

其中，第一个“1”是作为“总枢纽”的未来创新教育中心，承担着汇聚教育力量、破解协同壁垒、输出创新模式的核心职能，成为服务教育创新战略的关键锚点。第二个“1”是升级后的“PDC 创联体”超级资源引力场，整合国际院士联合体的智慧、芬兰国家教育创新中心的研究成果、企业的实践资源、高校的学术支撑及社会各界的共育力量，为创新实践精准赋能。“4”代表着四大超级实践场景，即航空航天、生物科学、人工智能、绿色发展，每个场景均遵循“一院士专家+一高校+一社会企业+一场馆基地”的资源矩阵，打造微型创新社会。“N”则是涵盖实体校区、数字平台、全球赛事等的多元成长加速平台，构建起“实体+数字+赛事”的立体化创新育人“能量矩阵”。

据介绍，未来创新教育中心将重点承担五大职责：整合院士专家、企业、高校等资源，搭建创

新教育实践资源库；聚焦四大场景，开展科创项目孵化、课题研究与成果展示；搭建全球创新教育交流平台，推动跨国教育研讨与项目共建；联合高校科研力量，开展创新教育理论研究与成果转化；组织师资培训与国际研修，提升教师创新教育教学能力。中心将纵向贯通从幼儿到高中的创新人才培养全链条，横向辐射每一所基地校，最终形成生生不息、良性循环的创新教育优质生态系统。

院士专家组成智囊团为孩子们提供学术支持

未来创新教育中心还成立了以学生为主体的执委会，由学生自主统筹项目运营，院士专家组成核心导师智囊团提供学术支持。呼家楼中心小学校长马骏表示，这种“学生主体、全社会托举”的育人模式，让每个孩子的兴趣都能被看见，每个有价值的想法都能找到生根发芽的土壤。

活动上，一系列由孩子们带来的精彩项目展示让人眼前一亮。《逐梦深空少年先行》航空航天项目中，学生在科学家指导下探索宇宙奥秘；《微观探菌生活寻觅》课题汇报展现了医疗创联体如何破解实验室资源短缺难题；《AI 创智逃生无人机显身手》的学习成果，体现了企业协同技术研发对 AI 实践的赋能；《小手牵大手共绘地球梦》项目则通过企业资源推动绿色发展实践转化。这些项目生动诠释了四大场景“让学生在真实问题中成长”的育人价值，也印证了跨界协同育人的显著成效。

“在实验室里，我跟着专家爷爷做过卫星模型调试！”四年级学生的分享背后，是中心“四个超级实践场景”的硬核支撑。每个场景均配备院士+高校+企业+场馆资源矩阵。航空航天场景有知名院士引领指导，生物科学场景联合医疗企业破解实验室资源短缺难题，人工智能场景与智能共建实践基地，绿色发展场景联动社区开展环保项目。“这里不是兴趣小组，而是我们用前沿科技解决真实问题的‘微型社会’。”孩子们分享道。

中芬创新教育领域合作进入落地阶段

大会现场，未来创新教育中心揭牌仪式同步举行，北京青少年创新学院朝阳分院、北京师范大学国际与比较教育研究院、芬兰国家创新教育中心共同签署合作协议，标志着中芬在创新教育领域的合作进入实质性落地阶段。

芬兰国家教育创新中心杨伦德尔表示，芬兰 LUMA 中心与 PDC 教育的合作，将推动自然科学与数学教育的创新实践，为两国青少年搭建起跨文化交流的桥梁。同时，北京朝阳科技集团、北京 CBD 国际集团成为未来创新教育中心实践基地、二十余家社会资源单位成为 PDC 创联体资源单位，彰显了“各界聚力·共筑生态”的育人理念。

作为全国中小学科学教育实验区，北京市朝阳区始终将科学教育作为创新人才培养的关键环节。活动上，“PDC 创新项目青少年对话”启动，标志着未来创新教育中心将为全球青少年提供更广阔的创新成果交流展示平台。

PDC(Project—Driven—Creation)教育理念是由呼家楼中心小学在 2015 年正式提出的教育改革。该理念以陶行知“生活即教育”思想为指导，构建了覆盖“发现自我、回归生活、了解自然、探秘科学、解读人文、体验社会”的“六级六类”项目群体系，让学生从知识接受者转变为生活创造者。经过十年探索与实践，PDC 教育取得了显著成果，《走向真实世界的项目群育人体系的构建与实施》荣获 2022 年基础教育国家级教学成果一等奖及 2021 年北京市基础教育教学成果特等奖，被誉为“中国原创教育改革，连接孩子的现在与未来”。为推动 PDC 理念的广泛传播，2017 年由呼家楼中心小学发起成立 PDC 国际教育联盟，现有成员单位涵盖芬兰、美国、德国、英国、西班牙、加拿大、澳大利亚、新西兰等十个海外国家及国内 29 个省市的 400 家教育单位。通过五届 PDC 国际教育大会持续推动东西方教育智慧对话。（资料来源：中国新闻网）

【2025 中外青少年人文交流暨教育年会在重庆举行】12 月 19 日至 20 日，2025 中外青少年人文交流暨教育年会(以下简称年会)在位于重庆的四川美术学院举行。

年会旨在发挥人文交流育人功能，传播人文交流理念，推进国际理解教育。来自全国的教育界专家学者、管理者及一线教师等参会，共商青少年人文交流大计，凝聚教育国际化发展共识。

教育部中外人文交流中心主任于长学在致辞中指出，推动中外青少年人文交流是落实国家高水平对外开放战略、建设教育强国的关键举措。他强调，面对世界百年变局，教育和人文交流在增进理解、凝聚共识方面具有不可替代的作用，教育部中外人文交流中心愿与各界携手，共同为培养具有全球视野的新一代、推动教育强国建设贡献力量。

结合年会主旨，北京外国语大学国际教育研究院院长王定华提出三点思考：一是推动交流从“活动化”走向“课程化”与“常态化”，将人文交流理念系统性纳入教育肌理；二是倡导合作从“单向借鉴”迈向“双向共创”与“多边赋能”，携手应对新技术带来的共同挑战；三是引导视野从“认识差异”升维至“寻求共识”与“践行责任”，培养具有全球行动力的负责任公民。

联合国教科文组织协会世界联合会秘书长杜越强调，真正深入的人文交流应引导青少年共同守护文明瑰宝、应对全球性课题，让中国“和合”理念与欧洲对话精神产生共鸣，推动青少年交流从“看见不同”到“欣赏不同”，最终实现“携手创造”。

年会期间，《2024 年中外青少年人文交流成果案例汇编》正式发布，系统梳理并集中展示了全国各地 160 个单位在青少年中外人文交流领域的优秀实践成果与创新发展模式，提供了可借鉴、可推广的实践范本。

“国际理解教育服务港计划”同步启动。该计划以“智库+平台+资源”三位一体的服务模式，旨在为各级各类学校提供课程建设、师资培训、活动设计、伙伴匹配等系统化支持，助力青少年人文交流能力培养。（资料来源：中国新闻网）

（六）体育

【2025 年全国体育局长会议今日召开】即将过去的 2025 年是“十四五”胜利收官、“十五五”即将开启的重要节点，为全面总结“十四五”时期体育发展取得的成就，深入分析“十五五”时期的形势，部署下一阶段工作，12 月 27 日，2025 年全国体育局长会议在京召开。

本次会议的主题是：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，深入学习贯彻习近平总书记关于体育的重要论述和重要指示批示精神，总结 2025 年工作与“十四五”时期体育发展成就，谋划“十五五”时期体育重点工作，进一步深化体育改革，全面推进体育高质量发展，在中国式现代化新征程上加快建设体育强国。

会上，国家体育总局局长、党组书记高志丹将作工作报告。与会代表将进行分组讨论。黑龙江、江苏、福建、湖北、广东等地体育局及总局冬运中心、中国田协等单位作大会交流发言。

本次会议为期一天半，期间还将召开中华全国体育总会十届常委第二次会议以及中国奥委会 2025 年全会。（资料来源：国家体育总局）

【全国第十二届残运会暨第九届特奥会圆满闭幕】中华人民共和国第十二届残疾人运动会暨第九届特殊奥林匹克运动会 15 日晚在深圳闭幕，这是粤港澳三地首次联合承办全国残特奥会，充分体现了以习近平同志为核心的党中央对残疾人事业的高度重视、对残疾人的格外关心。

晚 8 时，运动会闭幕活动在深圳体育中心体育馆举行。国务委员谌贻琴宣布，中华人民共和国第十二届残疾人运动会暨第九届特殊奥林匹克运动会闭幕。黄坤明出席闭幕活动。

闭幕活动上，广东省省长孟凡利、香港特别行政区政务司司长陈国基、澳门特别行政区社会文化司司长柯岚、中国残联主席程凯先后致辞。国家体育总局局长高志丹参加了闭幕活动。

本届残特奥会共设 46 个大项，全国 34 个代表团的 7824 名运动员报名参赛，代表团规模和大众项目报名参赛运动员数量均创新高。比赛是“十四五”时期我国残疾人体育事业发展新成就的一次集中展示，共超创 15 项世界纪录、156 项全国纪录，残疾人运动员们超越自我、勇攀高峰的竞技表现与自强不息、乐观向上的精神风貌，激励并感召着每一个人。

闭幕活动上，广东省委常委王曦、陈国基、柯岚将残运会、特奥会会旗交还给中国残联理事长周长奎、国家体育总局副局长佟立新，周长奎将会旗移交给下一届残特奥会承办地代表、湖南省委

常委王道席。下一届残特奥会将于 2029 年在湖南举办。（资料来源：中国体育报）

【2025 奥林匹克冠军行·世遗泉州体育文化沙龙举办】12 月 12 日上午，一场以“百年奥运，荣耀泉州”为主题的体育文化盛会在世界遗产之城泉州举办。国家体育总局、福建省体育局、泉州市相关领导、国内外体育界专家学者、多位奥运冠军及知名体育企业代表齐聚一堂，共襄盛举。

活动伊始，泉州市政协副主席庄灿霞致辞表示，泉州“开放包容、爱拼敢赢”的城市气质与奥林匹克“和平、友谊、进步”的精神高度契合，并阐述了泉州依托世遗品牌，推动“体育+”融合发展战略，打造国际化海丝文旅名城的愿景。同时期待通过体育这座桥梁，搭建国际化交流平台，让世界更好地认识泉州，进一步推动泉州体育事业与产业高质量发展。

思想碰撞 业界大咖共绘“体育+”融合蓝图

嘉宾分享交流会由国际奥委会文化和奥林匹克遗产委员会委员侯琨主持。国家体育总局对外体育交流中心副主任顾灏宁、北京奥林匹克文化促进会会长夏斯均、国家体育总局体育高端智库首席专家杨国庆、北京师范大学郎平体育文化与研究中心研究员崔乐泉，以及三六一度、卡尔美等泉州本土体育品牌负责人，围绕“体育事业与产业协同发展”“奥林匹克文化与城市品牌建设”“体育制造业转型升级”等议题展开深度对话。专家们一致认为，泉州拥有得天独厚的世遗资源、雄厚的体育产业基础和独特的闽南文化，应进一步打通体育与文化、旅游、教育、制造的边界，通过举办高水平赛事、引入奥林匹克文化项目、发展体育休闲旅游、推动智能科技赋能传统制造业等方式，将体育打造为泉州面向世界的又一闪亮名片。

项目落地 12 项签约夯实体育产业根基

签约仪式环节成为本次活动的重要亮点。12 个重点体育项目分批完成签约，涵盖体育休闲度假、专业训练基地、产业升级改造、体育用品研发生产等多个领域，签约总金额超 5 亿元。其中，投资 2 亿元的“天空之城，山水九都”项目将打造现代乡土美学与体育休闲融合的度假胜地；石狮市体育用途光学镜片生产项目总投资 2 亿元，将开展体育用途光学镜片研发生产；“洲克文化产业园·5G 数字车间建设”项目将推动传统体育制造业转型升级，生产效率预计提升 15%；“泉州市闽台区域棒垒球发展中心”项目则以体育为纽带，助力两岸融合发展示范区建设。这些项目的落地，将进一步完善泉州体育产业生态，为城市发展注入新活力。

荣耀分享 奥运冠军畅谈拼搏精神与人生感悟

在奥运冠军荣耀分享会上，瑞典乒坛传奇瓦尔德内尔分享了乒乓球作为“世界通用语言”在促进国际文化交流中的独特作用，并深情回忆了与中国球迷、球员之间的深厚友谊；中国体操奥运冠军何可欣讲述了从“高低杠公主”到教育工作者、母亲的角色转换，阐释了体操运动赋予她的坚韧品格如何助力人生不同阶段的成长；跆拳道奥运冠军吴静钰则以自身两度退役又复出、不断挑战极限的经历，生动诠释了“超越自我”的奥林匹克真谛，并分享了从运动员到项目推动者的新使命。作为泉州本土的骄傲，举重冠军李发彬动情回顾了家乡申遗成功与自己奥运夺金同日发生的奇妙缘分，他认为“爱拼敢赢”的闽南精神与奥运拼搏精神一脉相承，体育将成为助力泉州走向世界的重要力量。

四位冠军真诚而富有感染力的分享，引发了现场观众的强烈共鸣。在观众互动环节，冠军们与体育爱好者、青年学子热情交流，将现场气氛推向高潮。值得一提的是，本次活动突破了传统论坛形式，精心设计了多重体验环节。在“冠军世遗打卡互动”活动中，李发彬、何可欣、吴静钰等冠军走进泉州古城，漫步于街巷之间，亲身体验蟳埔簪花、惠安女服饰等独具特色的非遗项目，并在开元寺、洛阳桥等世遗点标前与市民游客互动。通过“冠军 IP+世遗场景”的创新组合，让奥林匹克正能量在千年古迹中生动流淌，也为非遗文化的现代表达开辟全新渠道。

作为 2025 年海上丝绸之路国际文化旅游节的重要组成部分，这场的活动全方位展现泉州以体育为支点，撬动文化、旅游、制造多元发展的雄心与蓝图，推动了奥运精神与泉州世遗文化的深度融合。未来，泉州将以此次活动为契机，持续深化“体育+”融合发展模式，加快建设具有全国影响

力的 21 世纪海丝名城与世界知名海丝旅游城市，让体育荣光持续照亮世遗之城。（资料来源：央视网）

【李宁集团与北京市体育局达成战略合作，共启首都体育事业新篇章】12 月 25 日上午，北京市体育局与李宁集团战略合作签约仪式在北京市木樨园体育运动技术学校隆重举行。此次签约标志着双方的合作关系从以往的单点项目支持，正式升级为全方位、多层次、可持续的深度战略协同，共同致力于推动首都体育事业高质量发展，助力体育强国与健康中国建设。北京市体育局党组书记、局长于庆丰，李宁集团董事长李宁出席仪式并见证签约，北京市体育局党组成员、副局长葛军，李宁集团执行董事李麒麟分别代表双方签署《战略合作协议》。

北京市体育局相关处室、先农坛体校、什刹海体校、木樨园体校、北京射击学校、芦城体校等直属单位负责人，李宁集团副总裁、首席营销官汪轶，李宁集团董事长特别助理张向都及相关业务部门负责人，运动员代表及媒体代表共同出席了活动。

在战略合作签约仪式举行前，北京市体育局与李宁集团双方主要负责人及代表举行了亲切而富有成效的座谈交流。座谈会上，双方围绕如何将战略共识转化为务实成果深入交换意见，共同回顾了彼此深厚的合作渊源与牢固的信任基础。李宁董事长表示，品牌将依托成为中国奥委会官方合作伙伴的新契机，全力为北京国际体育交流与文化建设赋能。北京市体育局局长于庆丰高度赞赏了李宁集团作为民族品牌的担当与情怀，并指出此次合作是“老友新约”，标志着双方关系从项目支持升级为政企同心、共建共赢的全方位战略协同。会谈中，双方就战略合作的核心方向进一步凝聚了共识，为随后签署的全面战略协议奠定了坚实基础。

在签约仪式上，北京市体育局副局长葛军在致辞中表示，李宁先生是中国体育精神的杰出代表，李宁品牌是民族品牌的骄傲。北京正处在从“双奥之城”向“国际赛事名城”迈进的关键时期，此次合作是一次立足长远、优势互补的深度融合。双方应建立高效顺畅的沟通推进机制，通过创新的“1+N+1”合作体系，在支持竞技体育发展、“奔跑吧·少年”赛事升级、体育人才培养及实习就业基地共建等方面深化系统协同，确保每一项协议都能从“蓝图”变为“实景”，结出“共建共赢”的硕果。

李宁集团执行董事李麒麟在发言中表示，李宁品牌“一切皆有可能”的精神与北京追求卓越的城市精神高度契合。集团将充分发挥在品牌、研发、运动资源等方面的核心优势，与北京市体育局强大的平台价值相结合，在竞技体育、青少年培养、赛事赋能、科技研发及体育文化弘扬等方面全力投入，打造政企合作典范，为北京国际赛事名城建设和体育产业发展注入新动能。

在与会嘉宾的共同见证下，仪式现场完成了一系列重要协议的签署。除战略合作协议外，北京市先农坛体育运动技术学校、北京市什刹海体育运动学校、北京市木樨园体育运动技术学校、北京市芦城体育运动技术学校、北京射击学校分别与李宁集团签署了合作备忘录，旨在为体操、乒乓球、羽毛球、跳水、射击等多支北京优秀运动队提供专业装备、科技赋能及综合保障支持，助力提升竞技体育核心竞争力。

在战略合作框架下，李宁集团与北京市体育局签署了《北京市青少年后备人才培养合作备忘录》，通过此项合作，深度支持北京市青少年品牌赛事活动，夯实三大球青训基础，激发青少年运动热情，完善体育后备人才储备体系。

签约仪式结束后，双方嘉宾一同参观了木樨园体校跳水队的实地训练，切身感受北京运动员的刻苦训练氛围，并就专业装备与训练科技的结合进行了现场交流。

此次战略合作的达成，是北京市体育局引入社会力量、创新体育发展模式的重要举措。双方将以此次签约为新起点，同心携手，扎实耕耘，共同探索政企协同、体教融合、体产融合的发展新路径，为培养更多优秀体育人才、举办更高水平体育赛事、营造更浓厚的城市体育文化氛围而共同努力，合力书写新时代首都体育事业高质量发展的崭新篇章。（资料来源：中国日报网）

【中国学体联第九届理事会第四次（扩大）会议召开】12 月 8 日，中国学生体育联合会（以下

简称“中国学体联”）第九届理事会第四次（扩大）会议在河南郑州召开。

会议指出，2025 年以来，中国学体联全面落实《教育强国建设规划纲要（2024-2035 年）》部署要求，紧紧围绕“以体育人、对外交流、为国争光、引领战线”四大核心任务，统筹推进各项工作，取得显著成效。

会议强调，面向新时代新征程，中国学体联要牢牢把握教育强国、体育强国、健康中国建设的战略机遇，坚持和加强党的全面领导，落实立德树人根本任务；推进学生体质强健计划，持续深化“以体育人” 实践；更好服务国家外交大局，稳步提升学生体育竞技水平；充分发挥行业引领作用，切实提升治理效能，推动学生体育事业高质量发展迈上新台阶。

会议审议通过了中国学体联相关制度修订、新设分支机构及新增会员等重要事项；增补理事 12 名、常务理事 6 名，选举陈东升、姜玉洪、张磊、华爱军为中国学体联副主席；完成秘书长、法人代表及新闻发言人的变更工作。

次日，省级学生体育协会 2025 年度工作会议在郑州召开。会议全面总结近年来全国学生体育战线工作成效，交流地方发展经验，系统部署“十五五”时期重点任务。会上，河南、江苏、广西、陕西等省级学生体协代表、舟山市普陀区政府代表分享了工作经验。（资料来源：中国体育报）

【2025 年全国体育院校书记校长会在京举行】12 月 11 日至 12 日，2025 年全国体育院校书记校长会议在首都体育学院召开。本次会议旨在凝聚共识、深化合作、互鉴经验，明确“十五五”时期体育教育综合改革的思路与方向，奋力开创体育教育事业高质量发展新局面。体育总局副局长、党组成员佟立新出席会议并讲话。

佟立新强调，各院校要全面落实党的二十届四中全会精神，面向体育强国和教育强国建设，科学研判发展新形势，坚持以体为本，服务竞技体育、群众体育、体育产业主战场，一体推进教育、科技、人才发展，全面深化体育教育综合改革，为体育强国建设提供坚实人才与科技支撑。

体育总局科教司负责人就“十四五”时期工作成效和未来工作思路作工作报告。武汉体育学院、沈阳体育学院、首都体育学院、海南师范大学和湖南体育职业学院代表作交流发言。与会人员围绕会议主题进行了分组研讨。

全国体育院校、相关综合性大学、职业院校及科研院所的负责人参加会议。（资料来源：中国体育报）

【中国体育用品业联合会理事会议召开】中国体育用品业联合会(以下简称“联合会”)第七届理事会第九次会议 12 月 11 日在北京召开。联合会主席李桦、联合会副主席兼秘书长罗杰，红双喜、李宁、泰山、中国百货商业协会等 18 家副主席单位、34 家理事单位代表以及联合会各分支机构主要负责人共 80 余人参会。

会上，罗杰以“稳中求进强根基 聚势谋远跃新峰”为主题，就 2025 年联合会各项工作成果作汇报。他表示，2025 年，联合会强化政治引领，以扎实党建推动业务高质量发展；持续推动制度化、规范化和专业化建设，完善行业服务体系；深化对外合作，对接行业资源，发挥行业组织桥梁纽带作用；深耕产业研究，增强服务前瞻性与实效性。

在“十五五”发展的谋篇布局之年，体育产业迎来政策密集释放期，联合会围绕体育消费促进、体育制造升级、体育服务体系建设等重点领域，主动承担政策咨询、数据支持与方案研究任务，参与政策制定前期调研和专业支撑工作，强化行业智库在政策链条中的作用。

行业工作层面，联合会与国家部委、体育部门、各地政府、行业组织及海外协会保持积极且富有成效的互动，在政策协调、资源对接与国际合作中为企业“架桥铺路”；标准化工作卓有成效，完成两项国家标准研制，发布 3 项团体标准，立项团体标准 11 项，积极推进国际标准转化；中体联认证进一步巩固产品认证根基，认证超过 1000 件产品；2025 中国体博会参展企业 1812 家，展期总参观人数突破 12 万人次，吸引了来自 108 个国家和地区的超 4000 名海外采购商到会；联合会推出的 2025 中国体博会(印尼展)暨东盟体育用品博览会等海外展会进一步助力中国企业链接世界市

场。此外，联合会开展了体育资源对接大会、企业家进校园、江西崇义体育产业公益交流活动等多项活动，为体育产业高质量发展蓄力。

会议期间，全体理事对秘书处提交的“联合会 2025 年工作总结和 2026 年工作设想”“2025 年联合会财务情况”等六项提案进行表决，六项提案均获通过。（资料来源：中华全国体育总会网站）

（七）IP

【2025 全球文化 IP 产业发展大会启幕】12 月 26 日，2025 全球文化 IP 产业发展大会——IP Plus 在上海国际旅游度假区申迪文化中心举办。本届大会以“IP 无界·智创未来”为主题，旨在汇聚全球文化 IP 领域顶尖力量，构建开放共享的全球文化 IP 产业新生态。

大会聚焦文化 IP 全球化布局、数字科技深度赋能、版权生态系统构建、跨界融合价值转化四大核心维度，参会嘉宾围绕政策导向与行业规范、创新融合与技术赋能、产业协同与价值转化、国际合作与全球布局、生态构建与要素赋能五大重点议题展开深入交流。

“从网络文学到影视作品，从购买游戏到文创潮玩，IP 的跨界融合和创新应用正在不断拓展文化产业的边界。同时版权保护的加强和国际合作情况也为文化 IP 的全球传播提供了坚实的基础。”上海国际旅游度假区管委会副主任孙毓在开幕式致辞中指出，在此背景下，大会以“IP 无界，智创未来”为主题，旨在共同探索文化 IP 与前沿科技的深度融合，开启无限可能。他期待，未来凝聚全球顶级 IP 资源，推动相关倡议落实，促进更多跨境平台的 IP 合作项目落地生根。

大会期间举办了系列活动，包括解读国家文化 IP 产业政策，发布《2025 文化 IP 产业发展报告》；围绕“文化 IP 商业开发与价值转化”“文化 IP 产业协同合作”两大板块，探讨 AI 与 Web3.0 重塑 IP 生态等前沿议题，进一步促进文化 IP 与科技、文旅、金融等领域深度融合，为中华文化 IP 出海搭建重要桥梁。（资料来源：人民网）

【智能赋能创新 2025 海南国际知识产权交易大会在海口举办】12 月 12 日，2025 海南国际知识产权交易大会（简称“海知会”）在海南国际会展中心开幕。大会以“AI 引领知识产权创新，规则赋能 IP 全球合作”为主题，汇聚全球知识产权领域顶尖资源与权威力量，搭建起中国参与全球知识产权治理的重要交流合作平台，旨在为自贸港高质量发展注入强劲动力。

知识产权论坛上的专家与国内行业代表围绕“自贸港封关背景下的知识产权国际规则衔接”展开圆桌讨论，共同探讨如何依托海南自贸港的政策优势，构建与国际接轨的知识产权保护与交易体系。

大会设置四大核心展区，包括著名商标与著名品牌展区、专利与科技成果展区、版权与 IP 授权展区，以及地理标志、动漫与文创展区，首次实现版权、专利、商标、地理标志等知识产权核心领域的系统性聚合。聚焦数字海洋、人工智能、生物医药、低空经济等战略新赛道，集中展示深海探测、AIGC 大模型、智能制造等前沿成果，特设多场实践分论坛。

国际化交流合作也是核心亮点之一，大会专门设置国际成果展示区，吸引了来自中国、美国、比利时、新加坡等多个国家和地区的 500 多家参会展商，构建起跨国界的创新合作生态圈。

本届海知会由中国版权协会、中华文化促进会、中国工业合作协会、海南大学等单位共同主办，大会为期 3 天。（资料来源：央视网）

【聚焦 AI 时代知识产权创新 第三届民主湖论坛在重庆举行】12 月 20 日，第三届“数字经济发展与知识产权民主湖论坛”在重庆举行。本次论坛以“智能技术革命背景下知识产权前沿理论与实践创新”为主题，汇聚了来自全国高校、司法机构、政府部门及领先企业的 80 余位专家学者，共同探讨人工智能等新技术快速发展背景下知识产权制度面临的新问题与新路径。

本届论坛围绕“前沿理论”与“实践创新”两大主线展开。在主旨发言环节，中南财经政法大学文澜资深教授、中国法学会知识产权研究会名誉会长吴汉东，以“生成式人工智能时代的知识产权：挑战与机遇”为题，深刻剖析了 AI 技术对现有知识产权制度的冲击。他指出两大核心挑战：一

是 AI 构成要素（数据、算法、算力）的权属与保护难题，主张构建数据权利分享机制，来平衡制作者、来源者与使用者三者的利益；二是“AI 生成物”的权利归属，明确反对赋予 AI 法律主体资格，强调“以人类为中心”，根据人类智力贡献程度进行分层确权。

重庆大学法学院教授、重庆市协同创新知识产权研究中心主任齐爱民，围绕“人工智能生成内容确权模式的确立”这一主题展开分析。他提出，可以跳出著作权的思维定式，直面人工智能生成内容（AIGC）的技术本质——数据。从法律属性上看，AIGC 应被界定为“数据财产”。因此，应确立“数据财产权确权模式”，即依托数据法律制度的发展，为 AIGC 创设一种新型的财产权。

针对人工智能生成内容是否可作为作品受著作权保护、人工智能是否可作为著作权人等核心争议，北京市集佳律师事务所上海分所主任李文红结合国内外真实案例与前沿调研成果展开对比分析，深入剖析了人工智能时代知识产权领域面临的全新挑战。他指出，结合新科技革命趋势，系统审视知识产权制度在整个人工智能创新周期中的作用和不足，更为科学和必要。

在实践讨论中，来自高校的学者、司法与行政机关的代表还与华为、长安汽车、淘天集团等头部科技企业的相关负责人围绕“平台内容过滤机制”“专利标准化”“数据流动与 AI 产业发展”等话题展开交流，分享实践经验，探讨如何在鼓励技术创新与依法保护权利之间实现平衡。

值得一提的是，新书《讲好新时代中国知识产权故事》在现场正式发布。该书的筹划者及主要作者之一、重庆大学法学院科技法治研究中心主任李晓秋指出，该书以“制度筑基、创新突围、保护赋能、合作共赢”为脉络，通过系列典型案例，揭示了知识产权如何成为中国科技创新、文化创新、产业和产品创新的护盾与发展引擎。

“自 2023 年创办以来，‘数字经济发展与知识产权民主湖论坛’持续推动学术界与司法、产业、政策界展开深度对话。”重庆大学法学院院长靳文辉表示，论坛致力于探索前沿理论，为推进我国知识产权治理体系与治理能力现代化、促进数字经济高质量发展与知识产权强国建设，提供着持续的思想动力和智力支持。

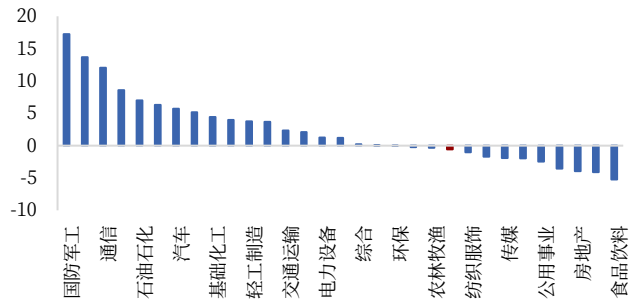
本次活动由重庆大学法学院、北京集佳知识产权代理有限公司重庆分公司、重庆市法学会知识产权法学研究会、重庆市法学会数字法学研究会、重庆市协同创新知识产权研究中心共同主办，重庆大学法学院科技法治研究中心、北京集佳知识产权代理有限公司重庆分公司承办。（资料来源：中国日报网）

四、市场行情

（一）市场整体

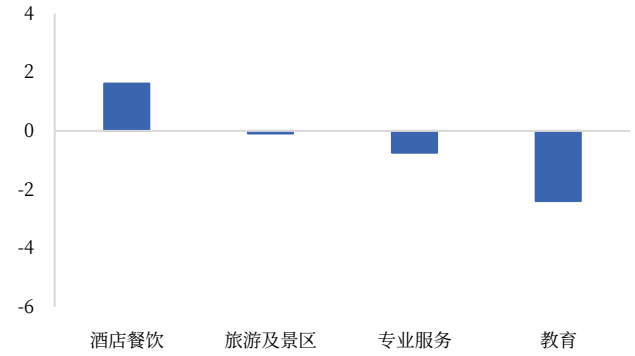
本月社服行业涨跌幅为-0.57%，落后沪深 300 指数 2.86pct，在所有 31 个行业中周涨跌幅排名第 22 位。其中，各细分板块涨跌幅分别为：酒店餐饮（1.62%），旅游及景区（-0.08%），专业服务（-0.75%），教育（-2.39%）。SW 社服板块 12 月表现跑输大盘，且内部分化显著。我们认为这反映出：尽管酒店餐饮等细分领域仍存结构性机会，但教育板块的显著回调以及旅游、专业服务的平淡表现，共同拖累了板块整体走势。这或表明当前消费者在服务类支出上仍偏谨慎，行业复苏动能呈现显著的结构性不均衡，整体板块的贝塔弹性相对不足。

图33：SW 一级行业指数本月涨跌幅（%）



资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

图34：SW 社服细分行业本月涨跌幅情况（%）

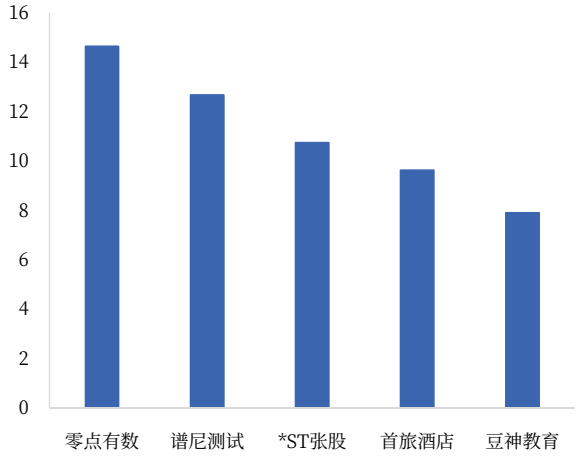


资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

（二）个股行情

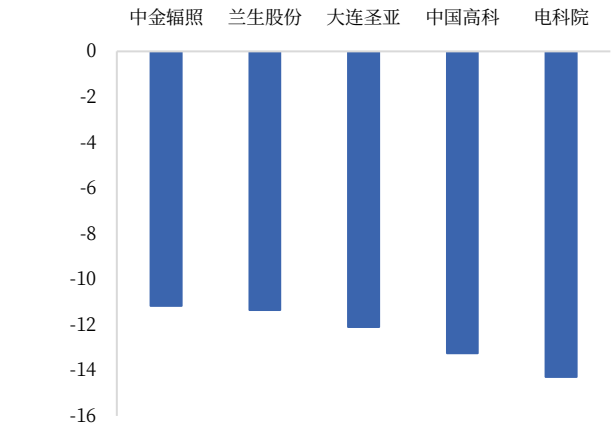
A 股：本月个股层面，酒店与教育板块表现强势，多只个股涨幅居前。其中，零点有数股价表现尤为突出，本月累计涨幅达 14.65%；谱尼测试与*ST 张股同样涨幅可观，分别上涨 12.68%和 10.74%；首旅酒店受益于消费复苏预期，上涨 9.62%；豆神教育在政策利好下上涨 7.90%。跌幅方面，电科院与中国高科回调幅度较深，分别下跌 14.29%和 13.24%；此前热门的旅游概念股大连圣亚亦出现获利回吐，本月下跌 12.10%；同时，兰生股份与中金辐照分别下跌 11.35%和 11.17%。反映出即便在结构性行情下，个股分化依然显著，市场资金正依据基本面与政策预期进行选择性布局，缺乏业绩支撑或题材透支的个股面临较大回调压力。

图35：本月 A 股板块涨幅排名前 5 的个股（%）



资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

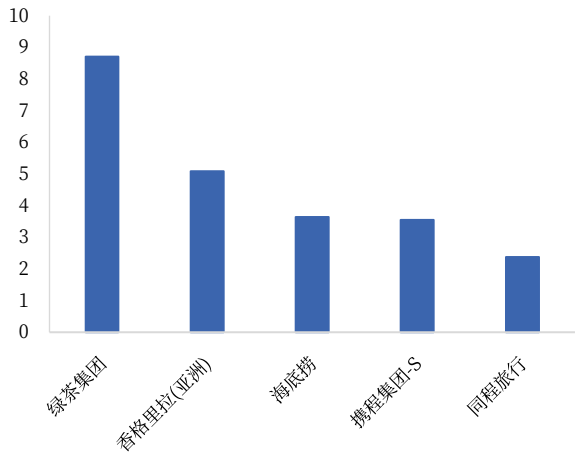
图36：本月 A 股板块跌幅排名前 5 的个股（%）



资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

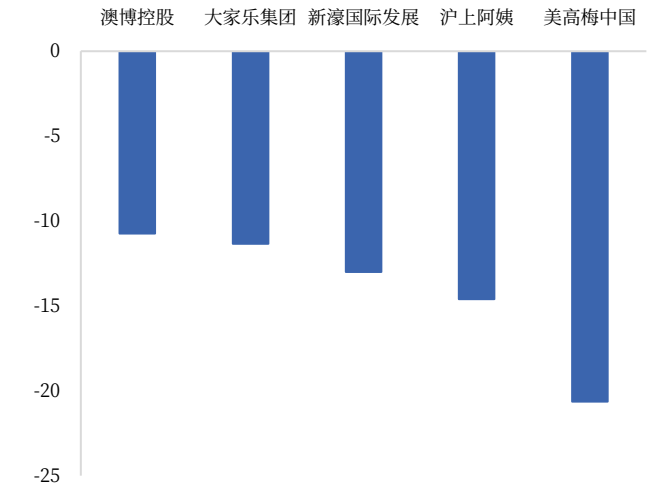
港股：从 12 月个股表现来看，市场资金偏向于酒店、餐饮及旅游服务板块的个别标的。绿茶集团月度涨幅达 8.70%，位列榜首；香格里拉（亚洲）与海底捞分别上涨 5.09%和 3.64%；携程集团-S 及同程旅行也分别录得 3.55%与 2.37%的涨幅，共同构成涨幅前列。跌幅方面，博彩、餐饮部分个股回调显著。美高梅中国股价表现疲软，本月下跌 20.64%；沪上阿姨与新濠国际发展分别下跌 14.60%和 13.00%；大家乐集团与澳博控股则分别下跌 11.34%和 10.74%，反映消费与出行板块内部分化加剧，资金向具备品牌韧性或复苏逻辑清晰的头部公司集中。

图37：本月港股板块涨幅排名前 5 的个股（%）



资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

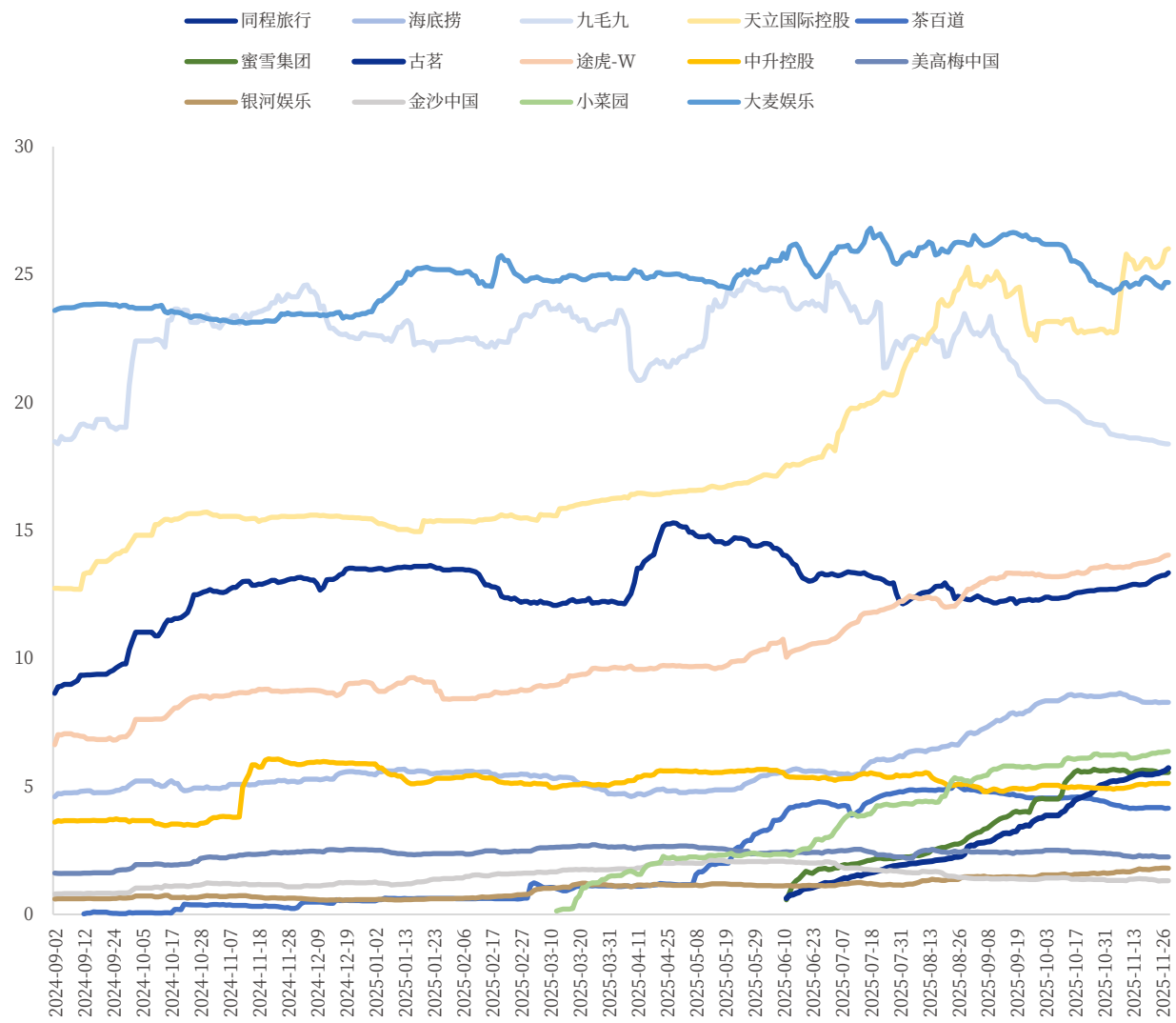
图38：本月港股板块跌幅排名前 5 的个股（%）



资料来源：iFinD，中国银河证券研究院

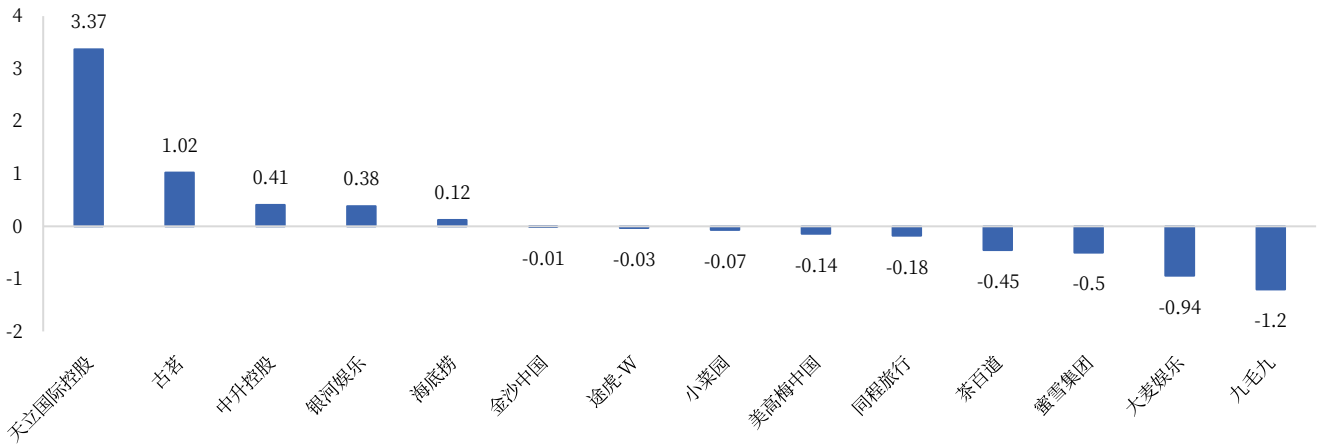
社服港股持仓变化：12 月底核心标的天立国际百道控股比例同比 + 3.37pct 至 26.23%，古茗控股比例同比 + 1.02pct 至 6.10%，中升控股控股比例同比 + 0.41pct 至 5.34%，银河娱乐控股比例同比 + 0.38pct 至 2.00%，海底捞控股比例同比 + 0.12pct 至 8.66%，途虎 - W 控股比例同比 - 0.03pct 至 13.56%，小菜园控股比例同比 - 0.01pct 至 1.35%，美高梅中国控股比例同比 - 0.14pct 至 2.26%，同程旅行控股比例同比 - 0.18pct 至 12.51%，茶百道控股比例同比 - 0.45pct 至 3.98%，蜜雪集团持股比例同比 - 0.50pct 至 5.12%，大麦娱乐控股比例同比 - 0.94pct 至 23.58%，九毛九控股比例同比 - 1.20pct 至 17.92%。

图39：重点个股港股通持股比例走势（%）



资料来源：wind，中国银河证券研究院

图40：重点个股港股通持股比例同比变化（pct）



资料来源：wind，中国银河证券研究院

五、重点股票盈利预测与估值

（一）重点公司盈利预测与估值

表3：重点公司盈利预测与估值

板块	公司	EPS（元）				PE（X）				评级
		2024A	2025E	2026E	2027E	2024A	2025E	2026E	2027E	
免税	中免集团	2.06	1.88	2.29	2.65	45.9	50.3	41.3	35.7	推荐
	王府井	0.24	0.22	0.34	0.43	65.5	71.2	45.5	35.8	未评级
教育	学大教育	1.47	1.94	2.29	2.53	26.7	20.2	17.1	15.5	推荐
	天立国际控股	0.28	0.34	0.44	0.52	8.9	7.2	5.6	4.7	推荐
连锁服务	途虎-W	0.77	0.74	0.86	1.11	20.8	21.7	18.7	14.5	推荐
	锦江酒店	0.85	0.98	1.06	1.32	29.7	25.8	23.8	19.1	推荐
	首旅酒店	0.72	0.84	0.98	1.06	23.2	19.9	17.1	15.8	推荐
	华住集团-S	0.98	1.48	1.65	1.86	38.0	25.2	22.6	20.0	未评级
	大麦娱乐	0.01	0.03	0.04	0.05	1322.3	32.5	25.5	20.6	推荐
	中升控股	1.35	1.40	1.83	2.05	7.8	7.5	5.8	5.1	推荐
会展	米奥会展	0.67	1.10	1.30	1.53	20.3	12.4	10.5	8.9	推荐
	兰生股份	0.42	0.40	0.42	0.49	25.1	26.4	25.1	21.5	推荐
旅游	携程集团-S	26.39	45.29	25.93	31.15	22.1	12.9	22.5	18.7	推荐
	同程旅行	1.20	1.25	1.39	1.66	19.3	18.5	16.6	13.9	推荐
	美高梅中国	1.21	1.35	1.42	1.46	10.7	9.6	9.2	8.9	未评级
	三特索道	0.80	0.98	1.16	1.26	19.2	15.6	13.2	12.2	推荐
	天目湖	0.39	0.42	0.47	0.52	30.2	28.0	25.1	22.7	推荐
餐饮	百胜中国	2.34	2.61	2.82	3.05	161.5	145.1	133.9	124.0	未评级
	达势股份	0.42	1.13	1.85	2.67	171.9	64.0	39.0	27.0	未评级
	蜜雪集团	12.32	14.93	16.54	18.94	33.0	27.2	24.6	21.5	推荐
	古茗	0.71	0.89	1.11	1.35	34.9	27.8	22.3	18.4	推荐
	茶百道	0.34	0.62	0.79	0.89	19.6	10.6	8.3	7.4	推荐
	外服控股	0.48	0.30	0.33	0.34	10.5	16.7	15.2	14.8	推荐

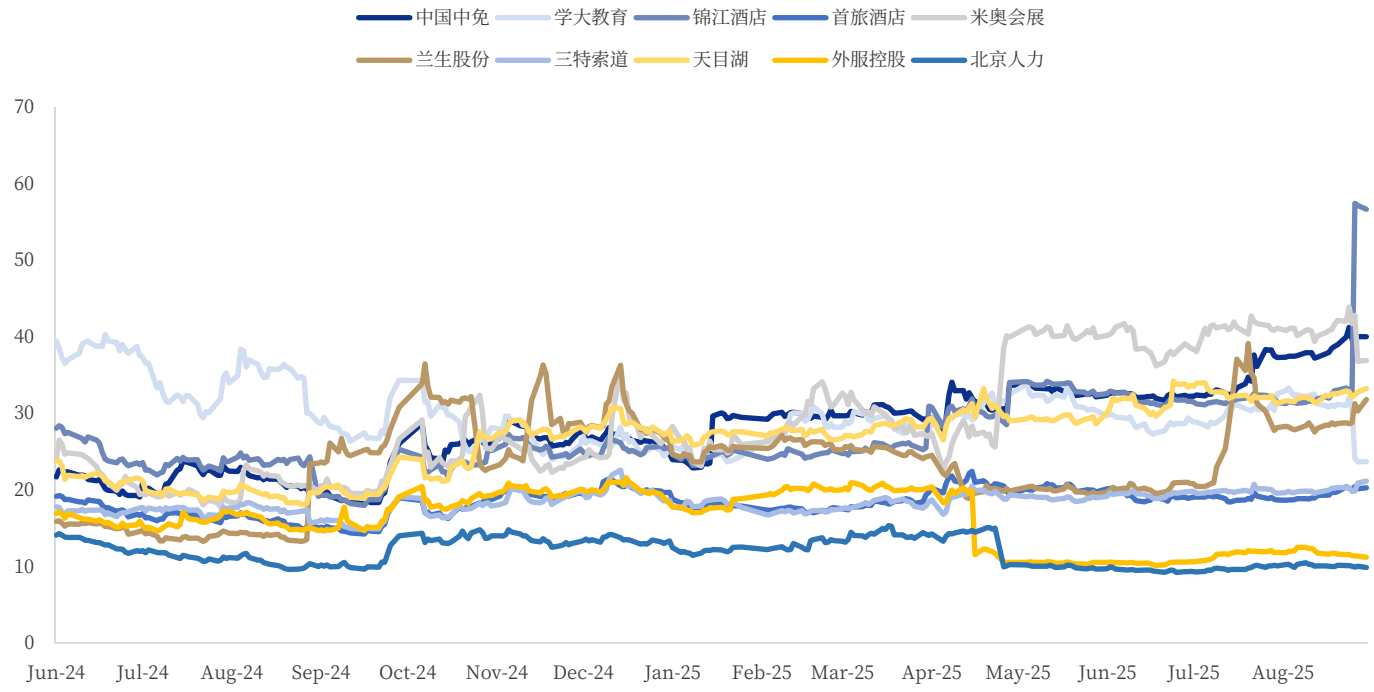
人力资源	北京人力	1.40	2.16	2.03	2.18	13.1	8.5	9.0	8.4	推荐

资料来源：Wind、中国银河证券研究院

注：未评级公司盈利预测来自 Wind 一致预期

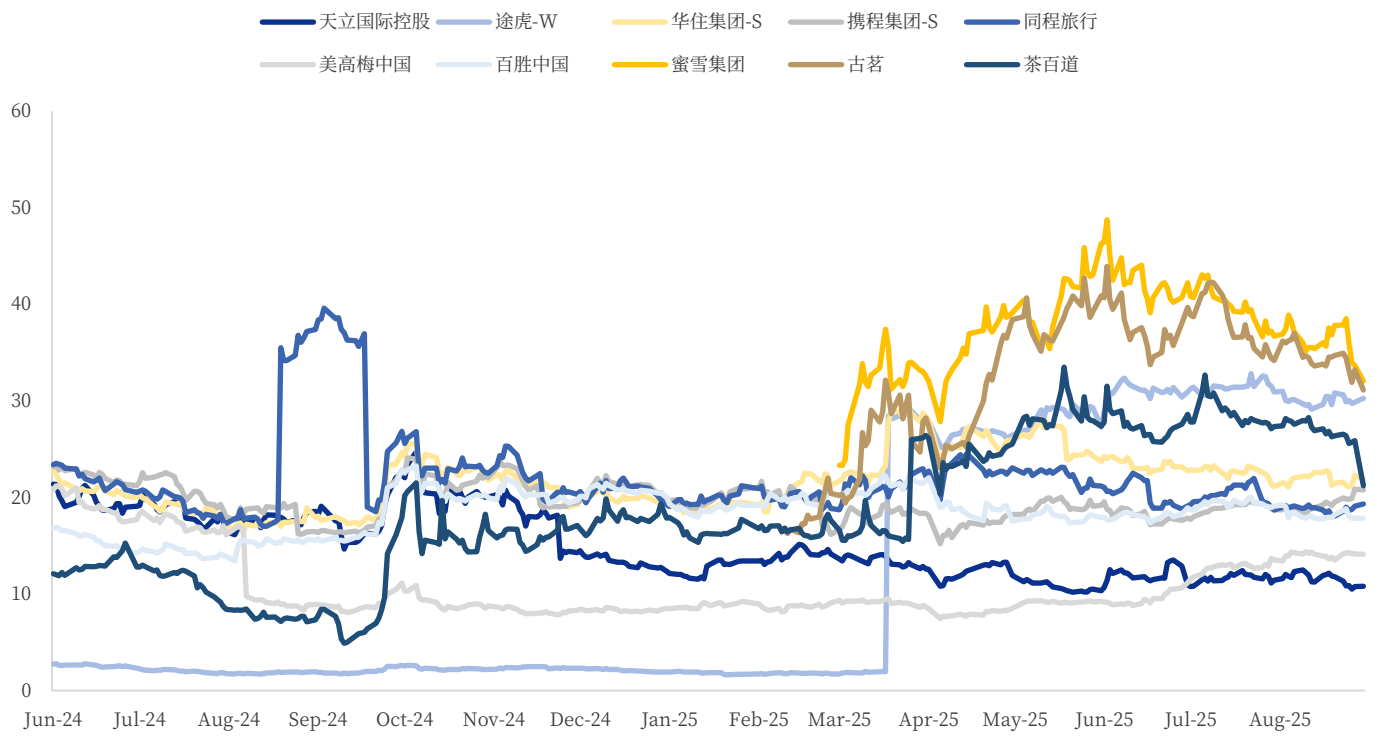
（二）重点公司 PE Band

图41：重点 A 股公司历史 PE 估值



资料来源：wind，中国银河证券研究院

图42：重点港股公司历史 PE 估值



资料来源：wind，中国银河证券研究院

（三）近期重点报告更新

➢ **公司点评：携程集团（9961.HK）：收入增速维持，国际业务表现强劲**

事件：公司发布 2025 年三季度业绩公告。3Q25 公司实现营收 183 亿元/同比+16%，实现归母净利润 199 亿元/同比+194%，实现经调归母净利润 192 亿元/同比+221%。

25 年前三季度营收增速稳定在 16%，出入境机酒为主要贡献因素：3Q25 公司实现营收 183 亿元/同比+16%，25 年前三季度增速保持稳定。分板块来看，1）住宿预订业务实现营收 80 亿元/同比+18%，交通票务实现营收 63 亿元/同比+12%，远高于市场增速的出入境机酒业务仍为核心增长驱动因素；2）旅游度假业务实现营收 16 亿元/同比+3%；3）商旅管理业务实现营收 7.6 亿元/同比+15%，商旅增速有所提升主要得益于合作企业数量的增加。

入境游业务延续高速增长，移动化与全球化布局共驱成长：3Q25，公司入境游业务继续保持强劲增长，预订量同比增幅仍超过 100%，反映出入境旅游需求持续快速释放。从客源结构来看，亚太地区仍是入境游客的主要来源地，同时欧美地区游客数量亦呈现显著提升。在服务网络拓展方面，公司此前于北京和上海设立的入境游服务中心成效显著，近期进一步在香港机场增设服务点，持续完善国际化服务枢纽布局。此外，旗下国际平台 Trip.com 在报告期内预订量实现同比 60%的增长，业务扩张步伐稳健，目前移动端预定已成为用户首选，当前通过移动端完成的预订占比已超过 70%。

资产处置导致报告期内利润激增，经营端盈利能力仍小幅承压：3Q25 公司毛利率为 81.7%/同比-0.7pct，研发/销售/管理费用率分别同比-0.7pct/+1.5pct/-0.4pct，反映公司国际业务营销大规模投入仍在继续。归母净利率和经调归母净利润分别同比+65.8%/+66.9%，主要由于资产处置带来的一次性收入驱动利润飙升，剔除非经常收入后净利率约为 29.2%/同比-3.7pct，毛利率下降和营销投入增加对公司盈利能力仍有所影响。

投资建议：短期利润率下滑主要系海外业务营销增长导致，但长期来看，国际业务增量空间较大，配合入境游服务持续完善，预计未来利润仍有待释放，同时公司持续对 AI 进行投入，经营效率和服务质量有所提升，长期来看利润率有望回升。我们预计 2025-2027 年归母净利润为 312 亿/179 亿/215 亿元，对应 PE 为 12X/21X/17X，经调归母净利润为 311 亿/198 亿/234 亿元，对应调整后 PE 为 12X/19X/16X，维持“推荐”评级。

➢ **公司点评：大麦娱乐（1060.HK）：阿里鱼业绩高增，IP 衍生+出海打开长期空间**

事件：大麦娱乐发布 FY26 半年报，报告期内公司实现营收 40.5 亿元/同比+33%；实现归母净利 5.2 亿元/同比+54%，优于业绩预期中的 5 亿元，增速优于预期 5.5pct；实现经调 EBITA 5.5 亿元/同比-14%，剔除 FY25 1.6 亿元一次性金融资产减值拨回影响后同比+14%。

报告期内，演出内容及科技服务板块内的现场娱乐内容和 IP 衍生业务为公司业绩主要增长驱动因素，分业务讨论如下：

1）演出内容与科技业务：现场娱乐贡献主要增长动能，长期看好国际业务发展机会：分部实现营收 13.4 亿元/同比+14.5%，实现业绩 7.5 亿元/同比+4.7%。其中，演出票务增速放缓，主要受制于演出市场整体供给瓶颈。现场娱乐内容板块通过拓展主办业务及布局多品类内容，实现收入端同比增长超 50%。由于相关项目仍处爬坡阶段，收入增速高于利润增速属合理过程，对短期盈利水平造成一定压力。国际业务有望成为未来重要增长点。凭借大麦在国内积累的票务系统能力和大型演出服务经验，公司在竞争格局尚不成熟的亚太地区有望快速建立领先的票务平台地位。

2）IP 衍生业务：阿里鱼营收利润同步高增，板块可持续发展力充足：IP 衍生业务实现营收 11.6 亿元/同比+105.2%，实现业绩 2.3 亿元/同比+44%。阿里鱼收入与利润增速均达 100%左右，显著超越三丽鸥中国区表现，彰显公司在 IP 运营多元化和线下拓展方面的成效。业绩增速低于营收主要因 6 月关停“锦鲤拿趣”产生约 4000 万元一次性亏损。随着非核心 IP 业务已基本清理完毕，未来板块盈利将随阿里鱼运营同步增长。公司持续加大 IP 储备和人才投入，积极引入热门及潜力 IP，为业务高速发展提供支撑。中长期来看，公司计划发力 To C 零售赛道，构建线上线下一体化零售矩阵。伴随 IP 权益范围的扩展和规模效应的增强，公司有望通过拓展零售运营模式持续提升利润率。

3）电影内容与剧集制作：稳中求进，项目品质把控严谨。电影内容与科技业务实现营收 10.6 亿元/同比-15.2%，实现业绩 1 亿元/同比-22.4%，受电影大盘承压影响降幅符合预期，公司项目投入转向中低成本、稳定回报项目以维持盈亏平衡；剧集制作实现营收 4.8 亿元/同比+692.9%，实现业绩 0.4 亿元/同比+447.7%高增长主要受益于去年低基数及今年项目顺利交付。

毛利率受业务结构影响，费用优化带动盈利提升：公司毛利率为 35.7%/同比-7.5pct，主要由于毛利率较低的现场娱乐与 IP 衍生业务占比提升导致。费用率方面，销售费用率与管理费用率分别同比-2.6pct/-3.1pct，营销推广策略和费用管控显著优化。公司归母净利率为 12.8%/同比+1.8pct，受益于费用管控和由汇率波动导致的汇兑收益同比大幅增长，报告期内公司盈利能力显著增强。

投资建议：公司作为国内现场娱乐绝对龙头，将深度受益于潜在行业扩容与供给侧优化，同时现场娱乐品类拓展和国际化策略为公司打开成长空间，旗下阿里鱼平台 IP 签署及商业化运营进程良好，为公司开辟新增长曲线。我们预计公司 FY26/FY27/FY28 归母净利润分别为 10.0 亿元/12.3 亿元/14.9 亿元，对应 PE 估值为 28X/23X/19X，给予“推荐”评级。

➢ **首次覆盖：大麦娱乐（1060.HK）：现场娱乐生态龙头，IP 业务开辟增长新曲线**

公司概况：公司前身为阿里影业，2023 年底阿里影业完成对大麦的全资收购，并于 2025 年正式更名为大麦娱乐，现已成为国内覆盖影视、演出、IP 衍生品等现实娱乐业态的头部平台。其中，公司旗下大麦票务业务占据国内市场绝对份额，对头部明星演唱会覆盖率接近 100%，IP 业务则主

要由阿里鱼平台组成，2023 年其终端零售额在国内授权商品市场中市占率达 20%。从财务表现看，伴随大麦注入+阿里鱼业务放量，公司整体经营水平和盈利水平实现大幅提升，FY25 营收和归母净利润同比+33.1%/+27.7%。

供给侧优化驱动现场娱乐扩容，龙头大麦尽享红利多维成长：现场娱乐行业在供给侧优化驱动下持续扩容，具体表现为头部艺人下沉激活增量市场和场馆硬件升级与市场化运营提升场地承载力。公司作为行业龙头，依托先发优势和绝对市场份额，预计将充分受益于此轮行业红利，推动业务快速发展。借鉴全球龙头 Live Nation 的成长经验，公司未来发展路径清晰：1）通过垂直整合强化对上游艺人、IP 及稀缺场馆资源的掌控以提升产业链上的价值分配比例；2）积极拓展电音节、体育赛事等多元化品类，例如平台已成为苏超的官方购票渠道；3）以港澳为起点推进出海战略，现已与澳门银河综艺馆建立深度合作关系并服务区域内巡演。

IP 行业增长空间明确，阿里鱼凭头部 IP 运营与生态协同有望打开成长天花板：中国 IP 授权市场规模于 2024 年达到 1742 亿元/同比+30.3%，远超全球市场 11.2%的增速，且中国 IP 市场渗透率仅约 0.32%，远低于美日（美国 3.62%、日本 1.66%），人均 IP 消费额仅为美国的 14%，未来成长空间明确。阿里鱼凭借“IP2B2C”模式及阿里生态的独特支持，现已成为行业核心枢纽，其成功关键在于生态赋能下的全链路运营能力：一方面平台高效对接 IP 版权方、平台千万级商家与亿级消费者，实现精准供需匹配；同时凭借优异的运营能力有效提升 IP 商业化效率，如三丽鸥在阿里鱼运营下其 25 财年中国区营收同比+52.8%。依托头部 IP 获取与运营优势，阿里鱼有望持续受益于渗透率提升，巩固产业链核心地位。

投资建议：公司作为国内现场娱乐绝对龙头，深度受益于行业扩容与供给侧优化，并依托品类拓展与出海打开成长空间，旗下阿里鱼依托阿里生态高效赋能 IP 变现，开辟新成长曲线。我们预计公司 FY26/FY27/FY28 归母净利润为 9.3 亿元/12.7 亿元/15.5 亿元，对应 PE 估值为 31X/23X/19X，首次覆盖，给予“推荐”评级。

➢ **公司点评：学大教育（000526.SZ）：营收增速放缓，季节性&潜在扩张致盈利承压**

事件：公司发布 2025 年三季报。前三季度公司实现营收 26.1 亿元/同比+16.3%，归母净利 2.3 亿元/同比+31.5%，扣非归母净利 2.1 亿元/同比+29.8%。其中，3Q25 公司实现营收 6.97 亿元/同比+11.2%，归母净利 143 万元/同比-89.9%，扣非归母净利-230 万元，由盈转亏。

网点扩张高速期结束，营收进入稳定增速区间：3Q25 公司营收同比+11.2%，增速环比 Q2 下滑 3.8pct，增速放缓主要由于公司网点拓展主要集中于去年同期 3Q24 进行，3Q25 使用权资产 6.9 亿元/同比+14.1%，增速环比 2Q25 的 44.3%明显放缓，当前门店爬坡期已基本结束，增速进入稳定区间。

三季度业务淡季毛利率承压，影响净利率同比下滑：3Q25 公司毛利率为 27.2%/同比-12.6pct，预计系三季度为业务淡季，固定成本因业务扩展显著增加下对毛利造成一定压力，同时公司由于扩张带来成本前置导致。费用端，销售费用率/管理费用率/研发费用率分别为 10.0%/14.0%/1.1%，同比+3.1pct/-6.2pct/-0.4pct，销售费用增加主要由于报告期内为开拓新市场营销及投流成本增加。剔除股权激励费用影响，3Q25 公司实现扣非归母净利 347 万元/同比-86.0%，扣非归母净利率为 0.5%/同比-3.9pct，盈利能力受毛利率影响下滑较为严重。

股权回购彰显发展信心，资本管理助力业务扩张：公司 Q3 持续推进股份回购计划，截至 9 月 22 日累计回购 247.13 万股，耗资 1.25 亿元，充裕的现金流状况为其资本运作提供有力支撑。公司计划将其中 6000 万元回购股份予以注销，剩余部分投入股权激励，在强化股东回报的同时完善人才激励机制。同期，公司为子公司申请 10 亿元综合授信额度，用于支持业务扩张，显示出公司在优

化资本结构的同时，积极为业务拓展储备资金。

投资建议：公司作为个性化教育龙头，业务聚焦高中学段，人口红利仍存且政策波动较小，目前新拓门店爬坡已结束，建议关注后续市场份额的持续提升，我们预计 25-27 年归母净利为 2.4 亿元/2.8 亿元/3.1 亿元，对应 PE 各为 23X/19X/17X，给予“谨慎推荐”评级。

➢ **公司点评：北京人力（600861.SH）：盈利能力稳中求进，关注 AI 招聘落地进程**

事件：公司发布 2025 年三季报。2025 年前三季度，公司实现营收 338 亿元/同比+1.9%，实现归母净利 10.1 亿元/同比+57.0%，实现扣非归母净利 4.3 亿元/同比+7.9%。其中，3Q25 公司实现营收 111 亿元/同比-1.7%，实现归母净利 1.9 亿元/同比-6.6%，实现扣非归母净利 1.4 亿元/同比+10.3%。

公司营收规模受宏观因素拖累，整体毛利率水平保持稳定：3Q25 公司实现营收 111 亿元/同比-1.7%，作为顺周期属性较强公司预计主要受宏观就业环境承压影响，各业务板块增速均有所放缓。3Q25 毛利率为 2.1%/同比+0.2pct，表明公司毛利较高的传统人力资源业务基本盘稳定，毛利较低的外包业务虽增速较快但仍能维持整体毛利率水平的平衡。

费用率持续优化，盈利能力小幅提升：3Q25 公司销售费用率/管理费用率/研发费用率分别为 1.1%/1.9%/0.1%，同比-0.1pct/-0.4pct/+0.05pct，费用管控成效良好。归母净利率为 1.7%/同比-0.1pct，主要由于本年度政府补助金多数于 Q1 集中计入导致的错期影响。扣非归母净利率为 1.2%/同比+0.1pct，表明经营层面公司盈利状况稳定。

AI 招聘解决方案逐步完善，有效赋能业务流程：公司持续对 AI 招聘领域进行探索，目前已可提供针对全面覆盖人才招聘全生命周期的 AI 招聘解决方案和面向求职者的“AI 求职招聘一体机”，据公司实际数据统计，该方案可使人才招聘效率提升 10 倍，为 HR 节省 80%以上时间，且人才精准匹配度达 90%以上

投资建议：公司优质客户资源和全国化方案落地能力等核心护城河优势明显，降本增效下公司费用率持续下降，未来随着外包业务不断扩张结合 AI 技术在招聘中的有效利用，盈利能力和运营效率有望进一步提升。我们预计 25-27 年归母净利润为 12.2 亿元（扣除转让子公司受益后约为 8.6 亿元）/11.5 亿元/12.4 亿元，对应 PE 估值为 8.7X/9.2X/8.6X，给予“推荐”评级。

➢ **公司点评：兰生股份（600826.SH）：Q3 营收大幅增长，展会影响力显著提升**

事件：公司发布 2025 年三季报。2025 年前三季度公司实现营收 10.2 亿元/同比+10%，实现归母净利 1.8 亿元/同比-10.5%，实现扣非归母净利 1.2 亿元/同比-15.9%。其中，Q3 公司实现营收 4.7 亿元/同比+38%，实现归母净利 1.2 亿元/同比+3.3%，实现扣非归母净利 0.56 亿元/同比+20.6%。

前三季度大型活动数量保持持平，场场规模显著提升：2025 年 1-9 月公司举办了多场大型会议活动，其中，主、承办 17 场展会/与去年保持持平，总规模 123.7 万平方米/同比+22.5%；举办赛事 8 场/同比去年-1 场，总参赛规模达 3.7 万人次/同比+12.1%；公司运营的上海世博展览馆共举办 65 场展会、活动/与去年保持持平，总租馆面积 783 万平方米/同比-2.1%。

展会增势可观，赛事板块贡献增长新动力：公司三季度举办的多场大型展会均录得良好增长，世界人工智能大会（WAIC）创下规模之最，展览面积和参展企业数量分别同比+34.6%/+60%，第 25 届工博会专业观众及全网曝光量分别同比+11%/+71.28%，展商数量、展览面积、观展人数等均创历史新高，公司大型展会影响力持续提升，为 Q3 业绩带来稳定支撑。另外，公司以“上马、上艇、上帆”三大自主 IP 赛事体系为基本盘的同时积极探索赛事服务新场景以拓宽营收渠道，未来有望贡献增量空间。

赛事活动减少导致毛利率降低，整体盈利能力承压：3Q25 公司毛利率为 26.5%/同比-6.1pct，

预计受报告期内高毛利率的赛事活动同比减少两场影响。费用端，销售费用率/管理费用率/研发费用率分别同比-0.7pct/-3.4pct/-0.1pct，费用管控进程良好。3Q25 公司归母净利率为 26.3%/同比-10.6pct，扣非归母净利率为 11.8%/同比-1.7pct，盈利能力受毛利率拖累较大。

投资建议：公司作为国资会展龙头，持续推进内生+外延双轮驱动的增长策略，同时注重股东回报，我们预计 2025-2027 年归母净利润分别为 2.9 亿元/3.1 亿元/3.6 亿元，对应 PE 为 27X/25X/22X，维持“推荐”评级。

➢ **公司点评：外服控股（600662.SH）：营收增速可观，毛利率拖累下盈利能力承压**

事件：公司发布 2025 年三季报。公司 3Q25 实现营收 63.2 亿元/同比+17.6%；归母净利 1.3 亿元/同比-0.4%，扣非归母净利 1.2 亿元/同比-11.3%。

业务外包驱动公司营收提升，季度内增速达本年度最高值： 3Q25 公司实现营收 63.2 亿元/同比+17.6%，增速环比 Q2 提升 2.2pct，为 25 年以来增速最快的季度，预计主要受外包业务扩张驱动。3Q25 公司毛利率为 8.6%/同比-1.6pct，我们认为，毛利率下降一方面受整体就业环境承压导致的传统业务毛利率下滑影响，另外业务外包毛利率低于其他业务板块，其在营收中占比的增加也会对整体毛利率造成一定影响。

降本增效进程良好，盈利能力受毛利率下降影响承压：费用率方面，公司 2Q25 销售费用/管理费用/研发费用在营收中占比分别为 3.0%/1.9%/0.6%，同比-0.4pct/-0.4pct/+0.1pct，费用管控成效良好。归母净利率为 2.2%/同比-0.4pct，扣非归母净利率为 1.9%/同比-0.6pct，盈利能力受毛利率下降拖累较大。

深耕人力主业，国内+海外双线布局：公司持续维护人事管理和人才派遣业务基本盘，1H25 成功签约千人大单 15 个，全年预计服务人数增加 7.9 万人。业务外包方面则以提升专业能级为主要目标，1H25 孵化工程师、实验室技术员等外包岗位平均利润率超 10%。公司同时发力海外布局，截至 1H25 已累计服务“走出去”企业 167 家，Global Desk 平台覆盖 36 个国家和地区政策，未来可增长空间充足。

投资建议：公司作为人力资源龙头企业，在行业整体承压下公司受外包业务扩张驱动营收规模增速保持稳健，且外包业务专业能级提升下盈利能力有望改善，配合公司费用管控进程良好和积极拓展国内+出海业务，我们预计 2025-2027 年归母净利润分别为 6.8 亿元/7.6 亿元/7.8 亿元，对应 PE 估值为 18X/16X/16X，给予“谨慎推荐”评级。

➢ **2025 年中秋国庆假期数据点评：出行数据整体乐观，演唱会市场表现强劲**

全国：整体乐观，天气因素略有扰动。据交通部数据，假期前六日（10.1-10.6），全社会跨区域人员流动总量达 18.30 亿人次/同比+5.0%，日均人次增速高于节前交通部预测的同比+3.2%。其中：1）铁路：运输总量 11289 万人次/同比+1.5%；2）公路：运输总量 16.93 亿人次/同比+5.2%，高速公路及普通国省道非营业性小客车人员出行量 14.70 亿人次/同比+5.8%；3）水运：运输总量 992 万人次/同比+12.0%；4）民航：运输总量 1427 万人次/同比+2.9%，低于民航局节前预计的日均旅客量增速 3.6%。综合节前预测数据，假期前六日居民出游需求整体好于预期，虽增速环比五一假期放缓，但我们认为一方面因基数提升，另一方面则受 5-6 日部分区域遭遇台风天气影响，导致 5-6 日全国高铁、民航发送旅客增速显著放缓。

省市：客流维持较快增长，人均消费预计平稳。湖南省：前六日，全省客流共计 8644 万人次/同比+9.3%。四川省：前六日，全省纳入统计的 900 家 A 级景区累计接待客流 3953 万人次/同比+11.4%，其中前三日门票收入 18702 万元/同比+5.4%；安徽省：前两日，全省 A 级景区共计接待

游客 507 万人次/同比+2.6%，实现门票收入 6308 万元/同比+2.5%。福建省：前三日，全省 130 家 A 级及以上景区总计接待游客 401 万人次/同比+21.3%，其中前两日实现门票收入 5181 万元/同比+18.3%；山东省：假期前五日，全省重点监测的 200 家旅游景区累计接待游客 1906 万人次/同比+2.1%，其中前三日旅游收入合计 6.01 亿元/同比+2.2%。

假期演出市场火热，带动整体消费需求释放。据灯塔数据不完全统计，假期前六日国内演出市场票房 129 亿/同比+130%，其中音乐类票房 118 亿/同比+125%。虽然灯塔数据受统计报送影响，口径上存一定不可比性，但我们认为演出市场的火爆仍是毋庸置疑的事实。自上而下看，在服务消费成为提振内需重要抓手+地方政府通过举办大型演出、赛事活动获得拉动地方消费的良好效果后，过往针对营业性演出、体育赛事和各类大型群众性活动的审批流程不断优化，正推动优质演唱会、体育赛事数量持续增加。

出境游：天气扰动港澳出行，日本市场需求强劲。据国家移民局预测，假期日均出入境将超过 200 万人次，同比增长预计超过 7%。从港澳游客，假期前六日，香港/澳门内地访港游客分别达到 116 万/66 万人次，同比+4.9%/-0.7%。海外目的地方面，预计日本仍是最热门目的地。根据携程数据，日本稳居中国游客海外目的地榜首。

投资建议：中秋国庆假期服务消费初显显著，在服务消费成为提振内需重要抓手背景下，建议重点关注线下服务消费的受益业态。推荐携程集团-S、同程旅行、古茗、蜜雪集团，建议关注大麦娱乐。

六、风险提示

1）行业竞争加剧的风险；

2）宏观经济下行的风险；

3）政策端的风险。

图表目录

图 1： 社零总额当月同比.....4
图 2： 除汽车外社零总额当月同比.....4
图 3： 网上&线下商品和服务零售额当月同比.....4
图 4： 网上&线下商品和服务零售累计同比.....4
图 5： 社零：商品零售&餐饮收入当月同比.....5
图 6： 社零：商品零售&餐饮收入累计同比.....5
图 7： 必选消费类社零当期 YOY（月度）.....7
图 8： 可选消费类社零当期 YOY（月度）.....7
图 9： 海口美兰机场运送旅客量及同比增速.....8
图 10： 三亚凤凰机场进港旅客量及同比增速.....8
图 11： 中国大陆整体酒店 OCC&ADR 涨跌幅.....8
图 12： 中国大陆整体酒店 RevPAR 涨跌幅.....8
图 13： 中国二线及以上城市 OCC 涨跌幅.....9
图 14： 中国二线及以上城市 ADR 涨跌幅.....9
图 15： 中国三线及以下城市 OCC 涨跌幅.....9
图 16： 中国三线及以下城市 ADR 涨跌幅.....9
图 17： 中国中高端酒店 OCC 涨跌幅.....10
图 18： 中国中高端酒店 ADR 涨跌幅.....10
图 19： 中国经济型 OCC 涨跌幅.....10
图 20： 中国经济型 ADR 涨跌幅.....10
图 21： 澳门博彩毛收入当月值及同比.....11
图 22： 澳门博彩人均博彩消费及同比.....11
图 23： 观演人次及同比增速.....14
图 24： 上演票房及同比增速.....14
图 25： 场次数及同比增速.....14
图 26： 平均票价及同比增速.....14
图 27： 国内旅游出游人数及同比增速.....15
图 28： 国内游客出游总花费及同比增速.....15
图 29： 重点节假日出游人次及旅游收入较 2019 年恢复情况.....15
图 30： 全国（含国际/地区）客运航班执行量（班次）.....16
图 31： 国际（不含地区）客运航班执行量（班次）.....16
图 32： 国际（不含地区）客运量（万人次）及较 2019 年恢复情况.....16

图 33： SW 一级行业指数本月涨跌幅（%） 45
图 34： SW 社服细分行业本月涨跌幅情况（%） 45
图 35： 本月 A 股板块涨幅排名前 5 的个股（%） 46
图 36： 本月 A 股板块跌幅排名前 5 的个股（%） 46
图 37： 本月港股板块涨幅排名前 5 的个股（%） 46
图 38： 本月港股板块跌幅排名前 5 的个股（%） 46
图 39： 重点个股港股通持股比例走势（%） 46
图 40： 重点个股港股通持股比例同比变化（pct） 47
图 41： 重点 A 股公司历史 PE 估值 49
图 42： 重点港股公司历史 PE 估值 49

表 1： 社会消费品零售总额主要数据 6
表 2：重点餐饮品牌门店变化趋势 12
表 3：重点公司盈利预测与估值 48

分析师承诺及简介

本人承诺以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告，本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告的具体推荐或观点直接或间接相关。

顾熹闽 社会服务行业首席分析师。同济大学金融学硕士，8 年证券研究经验。曾先后任职于海通证券、民生证券、国联证券，2022 年 7 月加入中国银河证券。曾获 2022 第十届 Choice 社会服务业最佳分析师，2020 年《财经》杂志行业盈利预测最准确分析师。

免责声明

本报告由中国银河证券股份有限公司（以下简称银河证券）向其客户提供。银河证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。若您并非银河证券客户中的专业投资者，为保证服务质量、控制投资风险、应首先联系银河证券机构销售部门或客户经理，完成投资者适当性匹配，并充分了解该项服务的性质、特点、使用的注意事项以及若不当使用可能带来的风险或损失。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资咨询建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。客户不应单纯依靠本报告而取代自我独立判断。银河证券认为本报告资料来源是可靠的，所载内容及观点客观公正，但不担保其准确性或完整性。本报告所载内容反映的是银河证券在最初发表本报告日期当日的判断，银河证券可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但银河证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。银河证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的银河证券网站以外的地址或超级链接，银河证券不对其内容负责。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。

银河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。银河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。

银河证券已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。除非另有说明，所有本报告的版权属于银河证券。未经银河证券书面授权许可，任何机构或个人不得以任何形式转发、转载、翻版或传播本报告。特提醒公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告。

本报告版权归银河证券所有并保留最终解释权。

评级标准

评级标准		评级	说明
评级标准为报告发布日后的 6 到 12 个月行业指数（或公司股价）相对市场表现，其中：A 股市场以沪深 300 指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准，北交所市场以北证 50 指数为基准，香港市场以恒生指数为基准。	行业评级	推荐：	相对基准指数涨幅 10%以上
		中性：	相对基准指数涨幅在-5%～10%之间
		回避：	相对基准指数跌幅 5%以上
	公司评级	推荐：	相对基准指数涨幅 20%以上
		谨慎推荐：	相对基准指数涨幅在 5%～20%之间
		中性：	相对基准指数涨幅在-5%～5%之间
		回避：	相对基准指数跌幅 5%以上

联系

中国银河证券股份有限公司 研究院

深圳市福田区金田路 3088 号中洲大厦 20 层

上海浦东新区富城路 99 号震旦大厦 31 层

北京市丰台区西营街 8 号院 1 号楼青海金融大厦

公司网址：www.chinastock.com.cn

机构请致电：

深广地区：苏一耘 0755-83479312 suyiyun_yj@chinastock.com.cn
程 曦 0755-83471683 chengxi_yj@chinastock.com.cn

上海地区：林 程 021-60387901 lincheng_yj@chinastock.com.cn
李洋洋 021-20252671 liyangyang_yj@chinastock.com.cn

北京地区：田 薇 010-80927721 tianwei@chinastock.com.cn
褚 颖 010-80927755 chuying_yj@chinastock.com.cn