

► **假期数据前瞻：中秋短途、周边游占据主导，国庆出境游高热度但机票价格同比回落。**去年中秋/国庆假期合并，今年中秋/国庆因节假日时间不同而分割为两个假期，其中中秋假期3天、国庆假期7天。聚焦中秋旅游预期，1) 由于中秋假期时间偏短且与国庆假期时间相接近，消费者更偏向于选择长假出行，中秋假期需求端相对平淡，因而导致中秋假期机酒价格与淡季持平；2) 旅游距离与假期时间直接挂钩，因此中秋假期国内游短途/周边游占主导，中秋出境游价格水平远低于国庆；3) 聚焦旅游偏好，中式夜游与《黑神话：悟空》高热度是传统文化为基础、多种引流模式为引导的文旅引流架构展开的体现，当前旅游市场文旅供给端宣传手段逐步趋于多样化并与年轻群体需求对接实现引流，引流成功的文旅案例也将促更多旅游目的地积极求变尝试激发内生动能，我们认为此趋势下旅游供给端百花齐放、良性竞争格局将逐步形成，对旅游需求维持高位并持续上行有积极效果。聚焦国庆旅游预期，国庆当前旅游预期数据较少，出境游数据来看热度居高但机票价格下滑，价格回落主要是23年同期国际航班恢复较慢导致的机票价格高基数、24年国际航班量恢复度提升所致，并非出境游热度的风向标，且价格回落将促出境游景气度进一步提升。

► **投资建议：**1) 教育板块景气度上行，推荐**华图山鼎、中国东方教育、行动教育**，建议关注**豆神教育、学大教育、凯文教育**。2) 推荐基本面扎实的景区标的**长白山、九华旅游、宋城演艺**，建议关注**众信旅游、黄山旅游、峨眉山A、三峡旅游**。3) 推荐扎根下沉市场客群、旅游业务发展迅速的OTA龙头**同程旅行**。4) 海南离岛免税客流超预期，重点推荐**中国中免、王府井**；5) 酒店回调较多，核心标的估值处于历史较低位置，重点推荐**锦江酒店、首旅酒店、君亭酒店、华住集团、金陵饭店**，建议关注美股**亚朵集团**；6) 人服主线重点推荐商业模式存在防御属性的**北京人力**，建议关注**科锐国际、外服控股**；7) 推荐外展业务高景气、成长空间较大的**米奥会展**，建议关注**兰生股份**。8) 推荐疫后同店有望修复、成长性基本面较强、新品牌&新业态正在孵化的**海伦司、海底捞、同庆楼、广州酒家**，建议关注餐饮龙头**九毛九、奈雪的茶、呷哺呷哺**。

► **风险提示：**宏观经济波动风险、行业竞争加剧风险等

重点公司盈利预测、估值与评级

代码	简称	股价 (元)	EPS (元)			PE (倍)			评级
			2023A	2024E	2025E	2023A	2024E	2025E	
601888.SH	中国中免	56.82	3.25	3.07	3.98	17	19	14	推荐
600859.SH	王府井	12.04	0.62	0.57	0.82	19	21	15	推荐
300662.SZ	科锐国际	13.64	1.02	1.03	1.45	13	13	9	推荐
301073.SZ	君亭酒店	16.40	0.16	0.4	0.7	103	41	23	推荐
600754.SH	锦江酒店	23.60	0.94	1.48	1.66	25	16	14	推荐
600258.SH	首旅酒店	11.76	0.71	0.79	0.87	17	15	14	推荐
601007.SH	金陵饭店	6.27	0.15	0.17	0.19	42	37	33	推荐
1179.HK	华住集团	23.00	1.25	1.30	1.38	18	18	17	推荐
605108.SH	同庆楼	16.91	1.17	0.82	1.31	14	21	13	推荐
603099.SH	长白山	24.72	0.52	0.74	0.89	48	33	28	推荐
300144.SZ	宋城演艺	7.52	-0.04	0.41	0.47	/	18	16	推荐
603136.SH	天目湖	10.28	0.79	0.56	0.63	13	18	16	推荐
603199.SH	九华旅游	34.19	1.58	1.82	1.98	22	19	17	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；(注：股价为2024年9月6日收盘价)

推荐

维持评级



分析师 刘文正

执业证书：S0100521100009

邮箱：liuwenzheng@mszq.com

分析师 饶临风

执业证书：S0100522120002

邮箱：raolinfeng@mszq.com

分析师 邓奕辰

执业证书：S0100524050001

邮箱：dengyichen@mszq.com

分析师 周诗琪

执业证书：S0100524070005

邮箱：zhoushiqi@mszq.com

相关研究

1. 社会服务行业2024年中报业绩综述：社服板块24H1收入增长但利润略降，K12培训、出境游、人服行业表现亮眼-2024/09/05
2. 社服周观点：《关于完善市场准入制度的意见》发布，有序放宽服务业准入限制-2024/08/25
3. 社服周观点：星巴克CEO变动，关注公司后续在四方向上的战略举措-2024/08/19
4. 社服周观点：国务院新闻发布会召开，扩大服务业开放及优质服务供给-2024/08/11
5. 社服周观点：促进服务消费高质量发展意见发布，社服行业有望获长期发展驱动-2024/08/05

目录

1 社服周观察	3
1.1 复苏跟踪专题	3
1.2 社服周观点：假期前瞻，中秋短途、周边游占主导，国庆出境游高热度	5
2 本周市场回顾 (2024.09.02-2024.09.06)	7
2.1 行业表现	7
2.2 资金动向	8
3 本周行业资讯 (2024.09.02-2024.09.08)	11
3.1 酒店：睿柏·云酒店首次跻身国内中端品牌十强，希尔顿集团亚太地区奢华品牌酒店数量将突破 150 家	11
3.2 景区：多家河湖景区共同签署发布旅游景区高质量发展共识，黄山景区 8 月进山人数较 2019 年增长 39.87%	13
3.3 出入境游：暑期深港口岸出入境人员 4276.3 万人次，同比增长 25.6%，暑运两月上海机场出入境旅客约 667 万人次，同比增长超 5 成	14
3.4 免税：五部门发布海南自由贸易港药品、医疗器械“零关税”政策，海南试点实施离岛免税化妆品电子标签	15
3.5 餐饮：海南省推进食品安全风险预警交流，美团“繁盛计划”升级	16
3.6 教培：教育部将实施教育家精神铸魂强师行动，立足生态禀赋办好西部高教	18
3.7 会展：海内外多国影片入围第八届平遥国际电影展，中国游戏在科隆游戏展上越来越抢眼	21
4 行业重点公司盈利预测及估值	24
5 风险提示	25
插图目录	26
表格目录	26
插图目录	27
表格目录	27

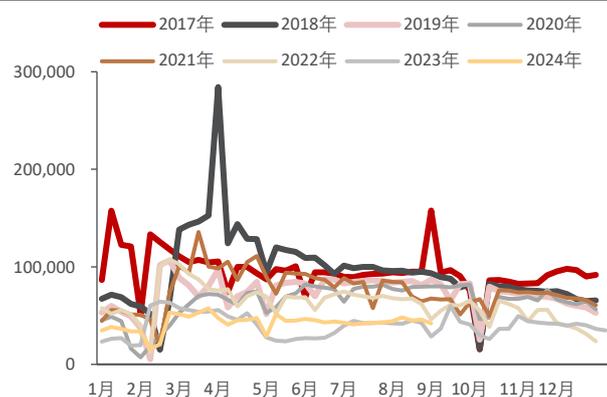
1 社服周观察

1.1 复苏跟踪专题

新增招聘公司数量情况：2024年9月1日为止一周，国内新增招聘公司数量42057个，恢复至23年同期的147.38%，恢复至19年同期的48.38%，新增招聘公司数量暂未恢复至2019年同期水平，9月1日为止一周内国内新增招聘公司数量较8月25日为止一周减少了8.08%，较8月18日为止一周减少了6.20%，恢复速度较慢。

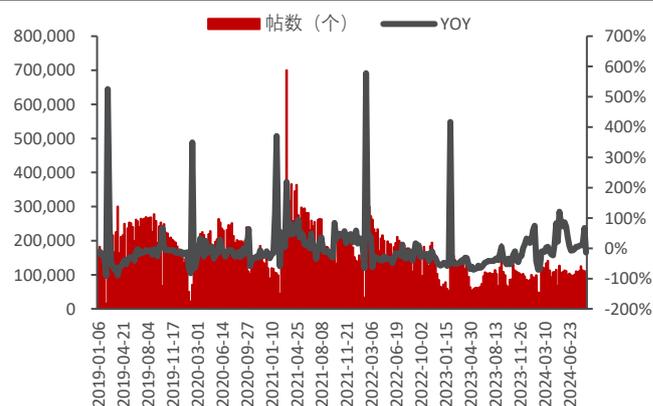
新增招聘帖数量情况：2024年9月1日为止一周，国内新增招聘帖数104279个，恢复至23年同期的86.27%，恢复至19年同期的37.58%，恢复程度较新增招聘公司更弱。从环比增长角度来看，9月1日为止一周内国内新增招聘帖数量较8月25日为止一周减少6.26%，较8月18日为止一周减少了7.54%，恢复速度较慢。

图1：2017年至今新增招聘公司数量（单位：家）



资料来源：Datayes，民生证券研究院；注：数据区间为2017年至2024年9月1日

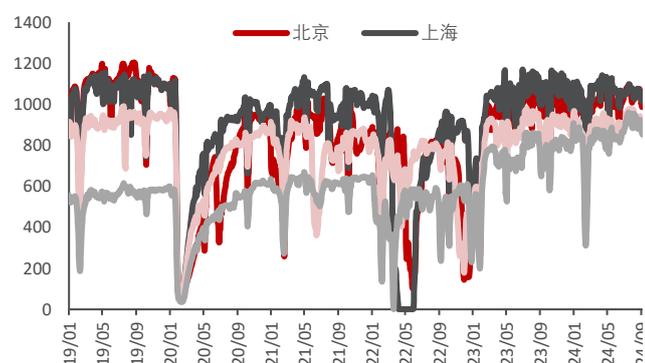
图2：2019年至今新增招聘帖数量（单位：个）



资料来源：Datayes，民生证券研究院；注：数据区间为2019年至2024年9月1日

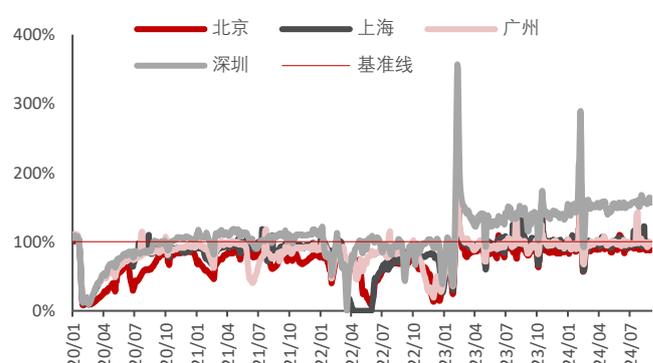
一线城市地铁客运量数据跟踪：截至2024年9月5日，一线城市北京/上海/广州/深圳七日平均客运量分别为987/1012/877/852万人次，北京/上海/广州/深圳分别恢复至2019年同期的90%/97%/96%/157%，深圳客运量恢复趋势最为明显，北京、上海、广州七日平均客运量尚未恢复至19年同期水平。

图3：一线城市地铁 7 日平均客运量（单位：万人）



资料来源：Wind，民生证券研究院

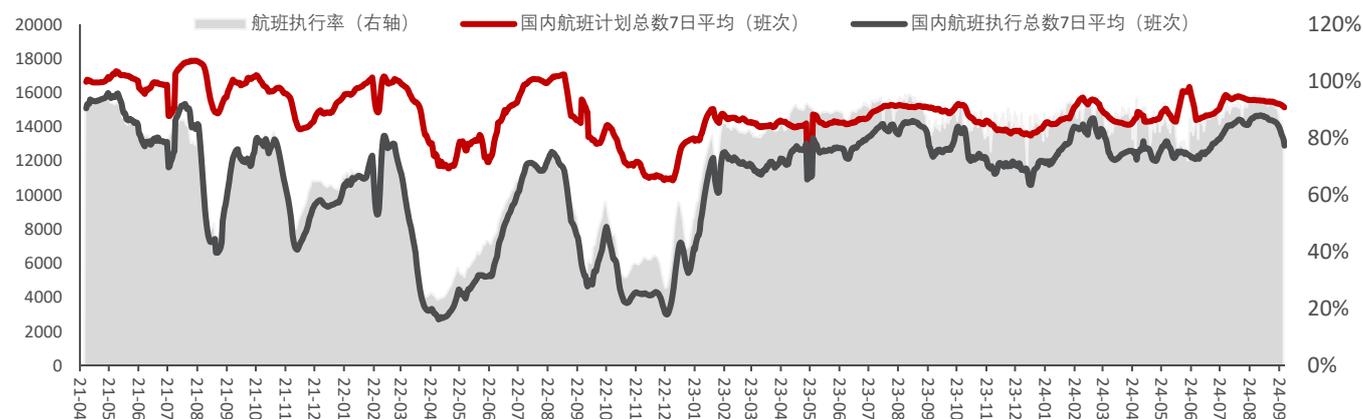
图4：一线城市地铁 7 日平均客运量较 19 年恢复情况（单位：%）



资料来源：Wind，民生证券研究院；基准线为 100%

国内航班情况：截至 9 月 6 日，国内航班计划总数 7 日平均（班次）为 15126 次，国内航班执行总数 7 日平均（班次）为 12883 次，航班执行率为 77.2%，较前一日相比降低 7.4pcts，较 23 年 9 月 13 日上升 1.8pcts。

图5：国内航班计划总数/执行总数及航班执行率



资料来源：Wind，民生证券研究院

1.2 社服周观点：假期前瞻，中秋短途、周边游占主导，国

庆出境游高热度

中秋&国庆数据前瞻

中秋旅游情况：

1) 短途游/周边游占据主导：携程数据显示，截至目前，中秋假期周边游订单占比近半，上海、北京、杭州、成都、苏州、广州、深圳、南京、重庆和青岛是中秋假期热门目的地。广之旅方面表示，从目前咨询及报名数据来看，旅客出行目的地集中在广东省内及周边目的地，以1—3天出游产品为主。预订中秋高铁出行的订单中，出游半径约为361公里，较去年中秋国庆假期前三日减少近30%。

2) 机票酒店价格接近淡季水平：根据去哪儿旅行，中秋假期旅游市场表现较淡，机票、酒店价格都处于淡季水平。其中，热门目的地的酒店，有三成与淡季价格持平。根据广之旅，中秋假期出行产品价格与平时基本持平。

3) “中式夜游”为中秋出行新热点：同程旅行数据显示，9月5日为止近一周国内古镇园林夜游相关旅游搜索热度环比上涨77%，夜间游船搜索热度环比上涨42%；中秋节夜间“赏月航班”搜索热度环比上涨超过3倍。

4) 《黑神话：悟空》取景地高热度：《黑神话：悟空》取景地山西大同和朔州中秋旅游预订热度同比增长均超过1倍；秦皇岛、大连、景德镇、延边、威海、长春、舟山也登上中秋假期热门城市榜单。

5) 周边免签目的地及传统热门休闲出境游目的地较高热度：出境游方面，日本、马尔代夫、泰国、印度尼西亚等出境短线游目的地保持着较高的出游热度。

6) 出境游机票高性价比：在去哪儿平台上，9月15日直飞机票价格为1401元，10月1日同航班价格则达到5650元。此外，中秋飞往韩国首尔、泰国曼谷、马来西亚吉隆坡、日本东京等，均有低价票在售。

国庆旅游情况：

1) 出境游火热但机票均价下滑：出境游大军主要集中在国庆假期出发，从众信旅游(002707.SZ)、岭南控股(000524.SZ)旗下广之旅、春秋旅游多家旅行社的报名情况来看，不少长线产品收客近尾声，也有产品早早售罄。截至9月5日，航旅纵横数据显示，今年国庆假期出入境航线的机票平均价格（不含税）比去年同期下浮约8%。

2) 航空资源恢复、资源采购价格下滑，促出境团队游整体价格回落：广之旅方面表示，相较于2023年，2024年的国际航空资源进一步恢复，出行大交通选择进一步增加。航班供应量的增加也使得相关资源采购价格有所下降，2024年国庆黄金周出境团队游整体价格同比下降20%~30%，性价比提升明显。

事件点评：中秋短途、周边游占据主导，国庆出境游高热度但机票价格同比回落。去年

中秋/国庆假期合并，今年中秋/国庆因节假日时间不同而分割为两个假期，其中中秋假期 3 天、国庆假期 7 天。聚焦中秋旅游预期，1) 由于中秋假期时间偏短且与国庆假期时间相接近，消费者更偏向于选择长假出行，中秋假期需求端相对平淡，因而导致中秋假期机酒价格与淡季持平；2) 旅游距离与假期时间直接挂钩，因此中秋假期国内游短途/周边游占主导，中秋出境游价格水平远低于国庆；3) 聚焦旅游偏好，中式夜游与《黑神话：悟空》高热度是传统文化为基础、多种引流模式为引导的文旅引流架构展开的体现，当前旅游市场文旅供给端宣传手段逐步趋于多样化并与年轻群体需求对接实现引流，引流成功的文旅案例也将促更多旅游目的地积极求变尝试激发内生动能，我们认为此趋势下旅游供给端百花齐放、良性竞争格局将逐步形成，对旅游需求维持高位并持续上行有积极效果。聚焦国庆旅游预期，国庆当前旅游预期数据较少，出境游数据来看热度居高但机票价格下滑，价格回落主要是 23 年同期国际航班恢复较慢导致的机票价格高基数、24 年国际航班量恢复度提升所致，并非出境游热度的风向标，且价格回落将促出境游景气度进一步提升。

2 本周市场回顾 (2024.09.02-2024.09.06)

2.1 行业表现

2.1.1 上证指数下跌 2.69%，社会服务下跌 1.01%

社会服务下跌 1.01%，上证指数下跌 2.69%，深证成指下跌 2.61%，创业板指下跌 2.68%，沪深 300 下跌 2.71%，香港恒生指数下跌 3.03%。

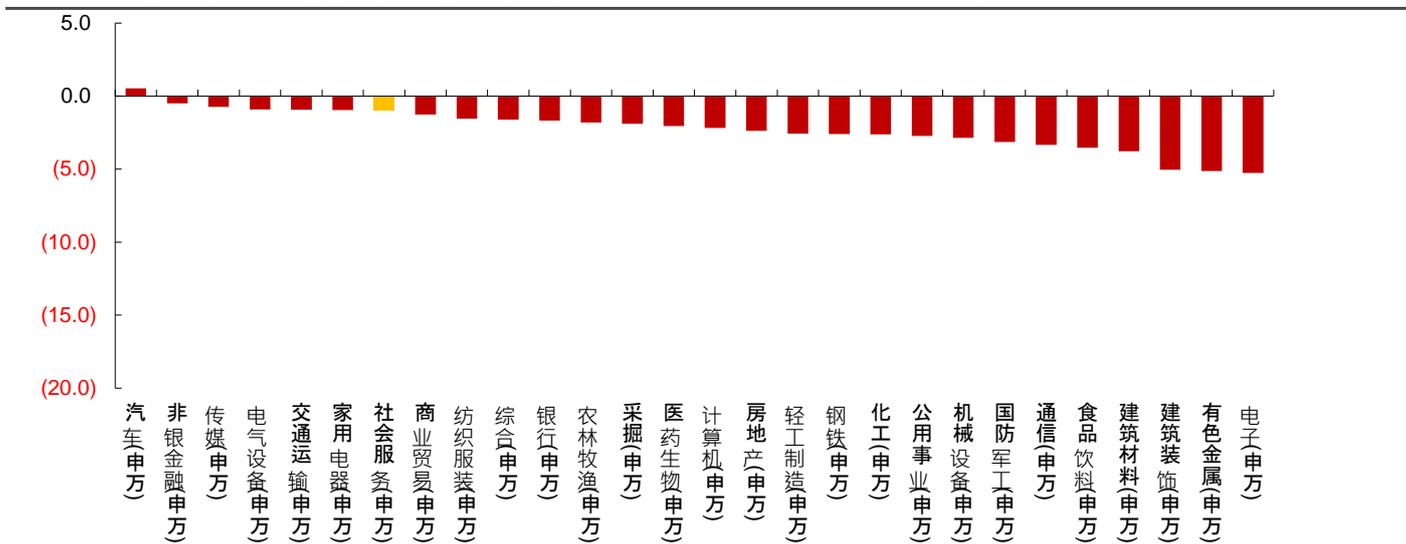
表1：上证指数下跌 2.69%，社会服务下跌 1.01% (2024.09.02 -2024.09.06)

证券代码	证券简称	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周市盈率变动
000001.SH	上证指数	-2.69	12,583.92	-2.09
399001.SZ	深证成指	-2.61	16,647.92	-0.22
399006.SZ	创业板指	-2.68	7,740.64	-2.66
000300.SH	沪深 300	-2.71	7,457.29	-2.16
801210.SWI	社会服务(申万)	-1.01	330.43	-15.30
HSI.HI	香港恒生指数	-3.03	1,722.20	-3.96

资料来源：Choice，民生证券研究院，指数及涨跌幅计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

本周 28 个申万一级行业：社会服务行业 (-1.01%) 在 28 个申万一级行业中排名第 7 位，本周涨跌幅位居前端。

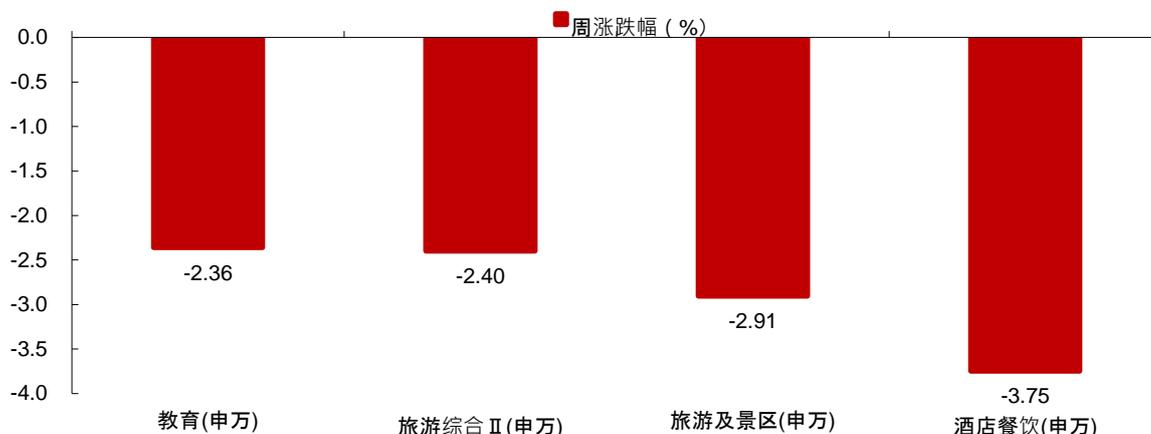
图6：社会服务行业涨跌幅位列一级行业第 7 位 (2024.09.02-2024.09.06) (单位：%)



资料来源：Choice，民生证券研究院，指数及涨跌幅计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

本周餐饮旅游教育各细分板块：教育(申万)板块下跌 2.36%，旅游综合Ⅱ(申万)板块下跌 2.40%，旅游及景区(申万)板块下跌 2.91%，酒店餐饮(申万)板块下跌 3.75%。

图7：教育(申万)板块下跌 2.36%，酒店餐饮(申万)板块下跌 3.75% (2024.09.02-2024.09.06) (单位：%)



资料来源：Choice，民生证券研究院，指数及涨跌幅计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

2.2 资金动向

2.2.1 本周个股涨幅龙虎榜：国旅联合上涨 7.32%，中国高科上涨 12.08%

社会服务涨幅前五：国旅联合 (7.32%)、峨眉山 A (5.36%)、天目湖 (3.42%)、黄山旅游 (2.63%)、三特索道 (2.07%)。

社会服务跌幅前五：中国中免 (-6.87%)、三湘印象 (-3.24%)、宋城演艺 (-3.22%)、ST 智知 (-2.93%)、锦江酒店 (-2.20%)。

表2：本周社会服务板块个股涨幅龙虎榜 (A 股)

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)
涨幅前五	600358.SH	国旅联合	15.55	3.08	7.32
	000888.SZ	峨眉山 A	64.18	12.18	5.36
	603136.SH	天目湖	27.77	10.28	3.42
	600054.SH	黄山旅游	56.16	10.94	2.63
	002159.SZ	三特索道	19.10	13.79	2.07
跌幅前五	601888.SH	中国中免	1,109.40	56.82	-6.87
	000863.SZ	三湘印象	38.28	3.29	-3.24
	300144.SZ	宋城演艺	176.82	7.52	-3.22
	603869.SH	ST 智知	23.41	4.64	-2.93
	600754.SH	锦江酒店	215.71	23.60	-2.20

资料来源：Choice，民生证券研究院，股价及涨跌幅计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

教育涨跌幅前五：*ST 开元 (22.06%)、中国高科 (12.08%)、凯文教育 (6.38%)、中公教育 (2.13%)、传智教育 (1.91%)。

教育涨跌幅后五：学大教育 (-5.58%)、科德教育 (-5.10%)、行动教育 (-3.05%)、昂

立教育 (-0.35%)、三盛退 (0.00%)。

表3: 本周教育板块个股涨幅龙虎榜 (A股)

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)
涨幅前五	300338.SZ	*ST 开元	8.58	2.49	22.06
	600730.SH	中国高科	27.22	4.64	12.08
	002659.SZ	凯文教育	23.93	4.00	6.38
	002607.SZ	中公教育	96.55	1.92	2.13
	003032.SZ	传智教育	23.38	8.55	1.91
跌幅前五	000526.SZ	学大教育	61.88	51.99	-5.58
	300192.SZ	科德教育	23.06	10.97	-5.10
	605098.SH	行动教育	37.54	31.79	-3.05
	600661.SH	昂立教育	32.55	11.36	-0.35
	300282.SZ	三盛退	0.49	0.13	0.00

资料来源: Choice, 民生证券研究院, 股价及涨跌幅计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

2.2.2 个股资金跟踪: 黄山旅游净买入额占社服榜首, 中国高科净买入额占教育

首位

社会服务净买入前五: 黄山旅游 (+66.11 亿元)、岭南控股 (+62.32 亿元)、九华旅游 (+40.86 亿元)、科锐国际 (+35.74 亿元)、天目湖 (+35.71 亿元)。

社会服务净卖出前五: 首旅酒店 (-0.22 亿元)、长白山 (-0.33 亿元)、宋城演艺 (-0.37 亿元)、锦江酒店 (-0.59 亿元)、中国中免 (-6.1 亿元)。

表4: 本周社会服务板块个股资金净流入龙虎榜 (A股)

	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)	净买入额 (亿元)
净买入前五	600054.SH	黄山旅游	56.16	10.94	2.63	66.11
	000524.SZ	岭南控股	58.22	8.69	1.64	62.32
	603199.SH	九华旅游	37.84	34.19	0.03	40.86
	300662.SZ	科锐国际	26.77	13.64	-0.87	35.74
	603136.SH	天目湖	27.77	10.28	3.42	35.71
净卖出前五	600258.SH	首旅酒店	131.31	11.76	-0.09	-0.22
	603099.SH	长白山	65.92	24.72	1.35	-0.33
	300144.SZ	宋城演艺	176.82	7.52	-3.22	-0.37
	600754.SH	锦江酒店	215.71	23.60	-2.20	-0.59
	601888.SH	中国中免	1,109.40	56.82	-6.87	-6.10

资料来源: Choice, 民生证券研究院, 成交量及净买入/卖出额计算口径均为 2024 年 09 月 06 日收盘价

教育板块净买入前五: 中国高科 (+0.66 亿元)、中公教育 (+0.55 亿元)、传智教育 (+0.13 亿元)、*ST 美吉 (0 亿元)、文化退 (0 亿元)。

教育板块净卖出前五: *ST 开元 (-0.19 亿元)、凯文教育 (-0.31 亿元)、行动教育 (-0.31 亿元)、学大教育 (-0.35 亿元)、科德教育 (-0.71 亿元)。

表5：本周教育板块个股资金净流入龙虎榜（A股）

股票代码	股票代码	股票简称	流通市值 (亿元)	股价 (元)	周涨跌幅 (%)	净买入额 (亿元)
净买卖前五	600730.SH	中国高科	27.22	4.64	12.08	0.66
	002607.SZ	中公教育	96.55	1.92	2.13	0.55
	003032.SZ	传智教育	23.38	8.55	1.91	0.13
	002621.SZ	*ST 美吉	2.98	0.37	0.00	0.00
	300089.SZ	文化退	0.59	0.19	0.00	0.00
净买卖后五	300338.SZ	*ST 开元	8.58	2.49	22.06	-0.19
	002659.SZ	凯文教育	23.93	4.00	6.38	-0.31
	605098.SH	行动教育	37.54	31.79	-3.05	-0.31
	000526.SZ	学大教育	61.88	51.99	-5.58	-0.35
	300192.SZ	科德教育	23.06	10.97	-5.10	-0.71

资料来源：Choice，民生证券研究院，成交量及净买入/卖出额计算口径均为 2024 年 9 月 06 日收盘价

3 本周行业资讯 (2024.09.02-2024.09.08)

3.1 酒店：睿柏·云酒店首次跻身国内中端品牌十强，希尔

顿集团亚太地区奢华品牌酒店数量将突破 150 家

3.1.1 行业资讯

睿柏·云酒店首次跻身国内中端品牌十强

近日，权威文旅媒体迈点发布了最新一期研究报告，其中首旅如家酒店集团旗下的云酒店系列表现亮眼，其核心品牌睿柏云酒店首次跻身国内中端酒店排名前十。

今年上半年，美国权威酒店杂志《HOTELS》公布了 2023 年度“全球酒店集团 221 强”（HOTELS 221）最新排名，首旅如家酒店集团排名全球前十。与此同时，《HOTELS》杂志也公布了“全球 TOP50 BRANDS”（全球品牌 50 强）和“TOP 50 HOTELS”（全球酒店 50 强）。其中在“全球品牌 50 强”榜单中，首旅如家旗下的国民品牌“如家酒店”荣膺第 19 位，核心中端品牌“如家商旅酒店”荣膺第 40 位，新质生产力代表品牌“云酒店”荣膺第 41 位。

在 2024 年的全球酒店行业动态中，中国本土酒店集团的品牌化进程显著加速，而一些标志性的品牌凭借出色的产品、模式、创新、只能，引领中国品牌在全球市场上的影响力与竞争力迈入了新的阶段。

其中“云酒店”作为新晋“全球品牌 50 强”的中国本土品牌，是中国特色住宿业市场化的新质生产力代表。目前国内市场上有二三十万单体酒店，其中以中小型为主，连锁化率不高，提高连锁化率有助单体酒店的品质、体验与盈利能力。“云酒店”4 个系列品牌正好提供了这样的优质选择，从经济型派柏·云酒店、到中端的睿柏云酒店、再到中高端的素柏·云酒店，以及精品酒店型的诗柏·云酒店，基本实现了市场主流产品系列的全覆盖，可以链接绝大部分单体酒店。其专属打造的“云酒店”平台，通过云端管理与服务，结合实地考察、审批，即提供了高效率的加盟选择，也保证了加盟酒店的品质与管理水平。“云酒店”也成为国内利用互联网、云平台帮助单体酒店实现“新质生产力”转型的大型连锁品牌。

首旅如家酒店集团总经理孙坚说，中国类似像如家这样的酒店在规模化、连锁化方面，有了非常长足的进步，但同时我们也看到中国很大一部分酒店还是中小单体、在低线城市的酒店。它们有一些明显的弱点，比如说专业度不够，能力建设有限，然后消费者整体的各方面体验无法很好满足，这个其实也是整个行业一些痛点。我们能不能有机会去创造一些东西，去推动解决市场这些痛点。20 多年的发展让我们建立了一套比较专业的管理体系，那么我们也相对比较强大的整个赋能系统，包括这个技术、营销，专业管理、集采等。从行业底线层面，我们试图帮助中小单体酒店去改善现状，希望它们能在经营、专业度、管理上要比以前做得更好。

这其中，作为如家云品牌矩阵中的重要品牌，上半年开店与签约数刚突破 1000 家的睿

柏·云酒店表现格外突出。自 2016 年品牌初创立，到现在签约门店数破千，睿柏·云酒店仅用了 8 年时间。在激烈竞争的中端酒店赛道，这个速度足以傲视群雄。

收益能力是酒店品牌生存的基石，也是酒店业主投资回报的前提。到目前为止，在营 18 个月以内的睿柏·云酒店，已实现核心指标即 RevPAR(平均可出租客房收入)同比提升 14%，量价齐升。持续的收益增长实力，赢得一众酒店业主的信心和认可。

从行业认可度来说，“云酒店”荣膺“世界品牌 50 强”，就是对其中国特色的管理输出模式及强大云平台赋能而实现的规模快速扩张的高度认可。在刚过去的上半年，“云酒店”的核心品牌“睿柏·云酒店”荣膺行业头部媒体迈点网颁发的殊荣：“中国旅游住宿业品牌峰会——年度轻中端酒店 MBI 影响力品牌”。这一奖项是基于宾客影响力、媒体影响力和行业影响力评选而出的，在业内向来有着举足轻重的地位。而睿柏·云酒店能获此专业认可，无疑也是对“云酒店”品牌整体实力的极好印证。

这次，睿柏·云酒店又首次跻身国内中端酒店前十，是对包括睿柏·云酒店在内的“云酒店”系列品牌的再一次褒奖。过去近 10 年，“云品牌”通过品质、颜值、会员、运营管理、收益管理系列组合拳的创新尝试，依托首旅如家集团的数字化及产业链资源优势，全方位赋能单体酒店。从品牌、技术、运营、营销、采购、会员、产品、人才等维度有效提升了中小单体酒店的内在价值，实现了品牌与市场的双赢。

(迈点网，2024 年 09 月 06 日)

希尔顿集团亚太地区奢华品牌酒店数量将突破 150 家

据希尔顿集团消息，其亚太地区奢华酒店业务正迈入快速发展阶段，预计未来数年间，旗下奢华酒店数量将超过 150 家，相较于 2023 年底，数量将翻两番。除了持续发展华尔道夫酒店及度假村、康莱德酒店及度假村，以及 LXR 酒店及度假村品牌酒店之外，希尔顿集团已与全球奢华精品酒店联盟 (Small Luxury Hotels of the World) 建立了独家合作伙伴关系。

希尔顿集团亚太区总裁艾伦·瓦兹 (Alan Watts) 表示：“鉴于旅行者对于奢华酒店需求的不断上升，业主和开发商们正积极在广阔的亚太旅游目的地寻求值得信赖的合作伙伴和优质回报。从东京到上海、马尔代夫到印度，亚太地区奢华酒店市场正迅速增长。在此背景下，希尔顿集团旗下的奢华品牌也将进一步发力，把握亚太市场所带来的潜力和机遇。

(迈点网，2024 年 09 月 06 日)

深圳湾超级总部基地酒店规划招标，推动 13 个酒店高质量发展

深圳市住房和建设局发布《深圳湾超级总部基地酒店规划》项目招标公告，招标预算 85.6 万元。此次招标旨在通过科学规划，推动深圳湾片区 13 个酒店的高质量发展，以适应全球酒店业发展趋势。

据悉，深超总部基地位于深圳市核心区域，总用地面积约 117 公顷，规划总开发建筑面

积约 520 万平方米，拥有得天独厚的自然景观和城市门户形象，其酒店建筑面积约占开发总量的 6%。

作为大沙河-华侨城-深圳湾城市功能空间的核心区段，深超总计划构建全球一流水平的酒店服务集群，以支持其成为集全球总部企业、都会文化高地、国际交流中心于一体的未来城市典范。

目前，深圳南山香格里拉已开始在深湾汇云中心运营，提供 272 间客房及全景套房。此外，深圳湾超级总部基地 C 塔预期将引入洲际酒店旗下奢华品牌，进一步巩固该区域作为未来城市标杆的地位。

自投项目销售均价约每平方米人民币 30559 元。此外，绿城集团以「绿城」品牌销售的代建管理项目，于本期累计取得合同销售面积约 311 万平方米，合同销售金额约人民币 411 亿元。

(迈点网，2024 年 09 月 06 日)

3.1.2 公司公告

【首旅酒店】

公司于 2024 年 9 月 2 日至 3 日发行了 2024 年度第二期超短期融资券（债券简称：24 首旅酒店 SCP002，债券代码：012482660），本期实际发行金额为人民币 3 亿元，期限为 268 天，发行价格为每张面值 100 元，发行利率为 2.15%，募集资金已于 2024 年 9 月 4 日到账，债券起息日 2024 年 9 月 4 日、到期日 2025 年 5 月 30 日。

3.2 景区：多家河湖景区共同签署发布旅游景区高质量发展

共识，黄山景区 8 月进山人数较 2019 年增长 39.87%

3.2.1 行业资讯

多家河湖景区共同签署发布旅游景区高质量发展共识

8 月 29 日，由中国旅游景区协会、广东省河源市文化广电旅游体育局主办的 2024 “生态河湖·美丽中国”旅游景区高质量发展大会在河源万绿湖旅游景区举办。

会议以“万绿汇聚共谋高质量发展·绿动未来同绘美丽河湖”为主题，深入探讨河湖旅游发展对区域经济的影响，共谋河湖旅游高质量发展。多家河湖景区共同签署发布了《2024 “生态河湖·美丽中国”旅游景区高质量发展共识》（以下简称《共识》）。

《共识》提出，河湖景区要从资源共享、客源共拓、品牌共筑、科技赋能等多个方面打造河湖旅游目的地样板。《共识》倡导河湖旅游与教育、文化、体育、康养等多领域深度融合，

强化区域间旅游合作，强化山水林田湖草沙一体化保护和系统治理，对标国际标准，提升旅游从业人员的专业素养和服务意识，推动旅游全要素服务向标准化、个性化、特色化方向迈进，深度挖掘河湖旅游的生态与文化价值，健全文化和旅游深度融合发展的制度机制，全面提升河湖旅游品牌的国际知名度和美誉度。

(迈点网，2024年09月02日)

黄山景区：8月进山人数较2019年同期增长39.87%

据黄山文旅消息，今年8月，黄山风景区进山人数67.3万人，较去年8月增长5.98%，较2019年8月增长39.87%，创景区单月游客接待量历史新高。

今年1月至8月，黄山风景区累计接待游客329.44万人，较2023年同期增长3.90%，较2019年同期增长35.05%，同时创景区1月至8月游客接待量历史新高。

(迈点网，2024年09月04日)

北京推进热门景区整治“黄牛”倒票

北京市文化和旅游局近日会同市网信、公安、市场监管、文化执法等部门召开行政指导会、工作部署会，进一步推进热门景区和对外开放单位“黄牛”倒票整治工作。

会议通报了公安部门打击“黄牛”非法抢占、倒卖景区景点门票等违法违规行为的的相关情况和典型案例。会议要求，各平台企业压实主体责任，加强经营者资质审核，入驻平台旅行社应依法在显著位置公示经营主体有关信息；各平台企业强化对线上旅游产品的审核，坚决防范以旅行社名义或以推介旅游产品为幌子，变相开展“黄牛”倒票行为，及时清理、下架违规产品。会议还对旅游包车安全、打击非法集资以及规范经营等相关工作进行部署。

(迈点网，2024年09月05日)

3.3 出入境游：暑期深港口岸出入境人员4276.3万人次，同比增长25.6%，暑运两月上海机场出入境旅客约667万人次，同比增长超5成

3.3.1 行业资讯

暑期深港口岸出入境人员4276.3万人次，同比增长25.6%

据“深圳口岸发布”消息，今年暑期，受新免签政策红利持续释放以及暑期跨境出行热等因素叠加影响，深港口岸出入境客流保持高位运行。

7月1日至8月31日，深港口岸出入境人员4276.3万余人次，同比增长25.6%；出

入境交通运输工具 197.02 万余辆（艘/架/列）次，同比增长 25.5%。其中，8 月 25 日，深圳边检总站共查验出入境人员 97.7 万人次，系暑期第五次创全面复关以来单日最高纪录

（环球旅讯，2024 年 09 月 02 日）

暑运两月上海机场出入境旅客约 667 万人次，同比增长超 5 成

据上海海关统计，今年暑运期间（7 月 1 日至 8 月 31 日），上海海关累计监管进出境旅客 698.8 万人次，其中航空旅客 667.3 万人次，邮轮旅客 31.5 万人次。暑运期间，上海机场出入境航班量客流量也持续走高，共保障出入境航班 4.1 万架次，日均 669 架次，同比增长 44%；保障出入境旅客约 667 万人次，日均 10.8 万人次，同比增长 54.7%。8 月 11 日，上海机场单日出入境客流量达到 11.8 万人次，为今年以来最高。

（环球旅讯，2024 年 09 月 02 日）

3.4 免税：五部门发布海南自由贸易港药品、医疗器械“零关税”政策，海南试点实施离岛免税化妆品电子标签

3.4.1 行业资讯

五部门发布海南自由贸易港药品、医疗器械“零关税”政策

据财政部网站消息，为支持海南自由贸易港建设，不断扩大“零关税”商品范围，加大压力测试力度，促进博鳌乐城国际医疗旅游先行区发展，经国务院同意，财政部、国家卫生健康委、海关总署、税务总局、国家药监局近日联合印发《关于海南自由贸易港药品、医疗器械“零关税”政策的通知》，明确在全岛封关运作前，对在海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区内注册登记具有独立法人资格并经认定的医疗机构、医学教育高等院校、医药类科研院所，进口本通知规定的药品、医疗器械，并按规定使用的，可免征进口关税、进口环节增值税。

药品、医疗器械“零关税”政策的出台，将有利于降低患者诊疗负担，培育壮大新兴消费，探索发展健康消费，以高质量供给激发和释放消费潜能，有利于增强自贸港特色产业竞争优势，推动医疗技术、装备、药品与国际先进水平同步发展，有利于支持先行区建设成为世界一流的国际医疗旅游目的地和医疗科技创新平台。

（中国新闻网，2024 年 09 月 05 日）

海南试点实施离岛免税化妆品电子标签

海南离岛免税化妆品于 9 月 1 日试点实施电子标签。记者 4 日从海南省新闻办公室举办的政策解读新闻发布会上获悉，此举将有利于进一步保障消费者权益，确保公众用妆安全。

根据《海南省药品监督管理局关于试点实施海南离岛免税化妆品电子标签有关事宜的公

告》，自 2024 年 9 月 1 日起，通过海南离岛免税购物渠道销售的化妆品，可以采用电子标签方式标注产品中文标签。试点期间，离岛免税化妆品可以选择电子标签或者传统标签两种方式之一进行产品中文标签标注。

海南省药品监督管理局副局长黎运达说，电子标签是指通过一定的电子化存储机制将离岛免税化妆品中文标签相关内容进行存储，并生成相应的电子码。该试点实施后，消费者使用智能手机扫描，就可以获取所购买化妆品的有关信息，了解商品的主要成分、生产企业、原产地、有效期限等内容。

化妆品是海南离岛免税 45 大类商品中最受消费者欢迎的品类。海南省商务厅副厅长岳阳说，加贴中文标签是离岛免税化妆品销售的要求。原来，免税经营企业需要在化妆品销售包装的显著位置加贴纸质标签，文字内容多、粘贴面积大，部分商品、赠品等加贴难、成本高。现在试行的电子标签体积小、粘贴便捷、信息内容丰富，有利于降低企业经营成本，提高商品流转效率。海南省商务厅将根据电子标签试点实施情况，不断丰富离岛免税电子标签的试用范围。

(中国新闻网，2024 年 09 月 04 日)

3.5 餐饮：海南省推进食品安全风险预警交流，美团“繁盛计划”升级

3.5.1 行业资讯

海南省推进食品安全风险预警交流

今年以来，海南省市场监管局以防范规模性、区域性、系统性重大食品安全风险为主线，不断完善工作机制，深化行风建设，扎实开展食品安全风险预警交流工作。

一是建立横向到边、纵向到底的食品安全“三书一函”督办机制。全面统筹协调食品安全监管力量，建立食品安全“三书一函”（《挂牌督办通知书》《约谈通知书》《整改通知书》和《提醒敦促函》）制度，加强风险信息通报提醒和督查督办，切实保障食品安全风险的有效防控。

二是建立食品安全风险交流会商制度。定期组织省食药安委相关成员单位召开部门间风险交流会商会议，今年以来累计召开风险会商及调度会 17 场次，及时研判分析海南省食品安全形势，推动形成食品安全风险交流防范“一盘棋”。

三是加强区域间风险预警交流合作。与广东、广西、福建等 3 省份签订《南部沿海区域食品安全风险预警交流合作协议》，着力推动构建区域食品抽检一体化信息共享机制，建立承检机构考核专家库，联合开展海水产品专项抽检和食品补充检验方法抽检情况分析研究，推进承检机构检查结果、快检产品验证结果互认等。

四是及时发布食品安全消费提示。加大食品安全科普宣传力度，针对重大节假日、海南地方特色食品等，发布海南“三月三”“五一”假期、中高考饮食、食用薏粿、凉茶、粽子、

“老爸茶”、清补凉等食品安全消费提示 13 期，进一步增强公众食品安全意识，营造食品安全社会共治良好氛围。

(红餐网，2024 年 09 月 04 日)

解锁华南 500 店新成就，必胜客发展再提速

百胜中国最新财报数据显示，今年二季度是必胜客自拆分以来，利润最高的一个季度，总收入达到了 5.4 亿美元，经营利润同比增长 13% 至 4,000 万美元，创第二季度新高。核心经营利润为 4,100 万美元，同比增长 23%；餐厅利润率 13.2%，剔除影响餐厅层面可比性的项目，同比增长 110 个基点。

门店方面，第二季度，必胜客中国净增门店 79 家。截至 2024 年 6 月 30 日，必胜客中国的门店总数达到 3504 家。

而回顾整个华南地区的发展，也能看到必胜客在中国探索的足印。

自 1994 年在广州开出首店以来，必胜客在华南地区已扎根三十年。截至 2024 年 8 月底，必胜客已进驻了华南 3 省 56 个城市。除了在广州、深圳、东莞等一二线城市布局，必胜客还进驻了华南地区的多个低线城市。

在华南地区，必胜客还推出了不少特色门店，融入了大量的本土文化。

比如，在广州，必胜客打造了一家非遗主题餐厅，持续开展舞狮、剪纸等系列活动，致敬传统文化；在深圳，必胜客打造了“新闻工作者”主题餐厅，店内设置了新闻主题文化墙，为新闻工作者设置了专门的优惠礼遇；在海口，携手海南省图书馆打造“悦读食光”主题餐厅，助力海南全民阅读的持续深入。

(红餐网，2024 年 09 月 04 日)

美团“繁盛计划”升级：投入数百亿促消费、数字化专项扶持餐饮商家

9 月 3 日，以“穿越周期”为主题的 2024 年餐饮产业大会在上海召开。大会由上海市商务委员会、浦东新区人民政府指导，上海市餐饮烹饪行业协会、美团主办。

上海市委常委、副市长华源，上海市人民政府副秘书长刘平，全国政协参政议政人才库特聘专家贾康，美团核心本地商业 CEO 王莆中，美团副总裁、美团到店餐饮事业部总经理魏巍，美团外卖事业部总经理薛冰以及上千家餐饮商家负责人齐聚一堂。上海市人民政府副秘书长刘平致辞，欢迎全国餐饮企业齐聚上海，共谋产业未来与发展。

杭州萧山的一家老乡鸡“卫星店”坪效高达 6600 元；茶百道与美团打造“秒提”新体验，带动月单量新增 28 万笔；长沙一家“必吃榜”夫妻店开出 4 家门店……从品牌到小店，大会上，各类创新典范全面呈现，带来了宝贵经验，展现了行业高质量发展的新气象。

美团在会上宣布，升级针对餐饮商家的“繁盛计划”，通过数百亿促消费投入、“品牌卫星店”万店返佣计划、餐饮新店扶持计划、数字化专项等举措，共同推进行业创新，释放需

求潜力，增强经营信心。

(红餐网，2024年09月03日)

3.6 教培：教育部将实施教育家精神铸魂强师行动，立足生

态禀赋办好西部高教

3.6.1 行业资讯

湖南城市学院学子在“三下乡”中献基层长才干

近日，“大地欢歌·文润清溪”2024年全国“夏季村晚”示范展示活动在赫山区清溪村举行，由湖南城市学院“和美清溪·‘艺’起村晚”志愿服务团原创的舞蹈《湘约清溪》，讴歌新时代“山乡巨变”，受到广泛关注。指导老师毛欢欢介绍，暑期伊始，团队便“驻扎”在清溪村，紧扣“文学+村庄”特质，潜心创作文艺节目，开设歌舞培训班，提升村民艺术素养。历时一月，由团队编排、村民表演的两个节目登上夏季“村晚”舞台，赢得满堂喝彩。

在安化县苏溪村，“以美塑村，以艺促兴”实践团着眼当地“崇学向善、耕读传家”的白果文化，创作完成含百年白果树、农耕场景、特色产业等元素在内的200平方米“苏溪振兴图”墙绘。同在此地，“传苏溪文韵，建和美村庄”苏溪村白果文化广场景观设计实践团，设计了白果文化广场、诗乡生态廊道等多个景观项目，形成了两点一轴线多结点的景观提质改造方案，受到当地政府肯定。此外，“红星清溪，文泽乡韵”志愿服务团从“清溪文化大IP”角度，为清溪村文旅发展出谋划策，将村庄特色描画得更加鲜明。

“生菜菠菜娃娃菜，不明客服不理睬”、“陌生 Facetime 电话勿接听，新型诈骗手段要留心”……这是信安护航者社会实践团的“玩梗式”反诈宣传。团队先后在桃江县张子清村、龙塘湾村及赫山区清溪村等地，通过“顺口溜”“反诈舞”“拉家常”等形式，深入群众家中进行宣传，“让反诈知识变得好听、好看、好玩、好记”，指导老师胡威朋满脸笑意。

在桃江县松木塘镇中心学校，“和美松木塘，安全在路上”社会实践团用益趣小实验、问题盲盒等新颖方式，宣传防火安全、溺水安全、电气安全等知识，为青少年安全保驾护航。

在赫山区鸬鹚桥湿地，“飞翔自然，守护生态”鸟类环志护卫队开展了鸟类环志调研。长达3公里的梓山湖样线上，团队通过专业望远镜等，仔细观察记录每一只飞翔或栖息的鸟，观测到含国家二级保护动物在内的20种鸟类，展现出当地生物多样性，为鸟类保护提供了相关数据支持。团队负责人尹琪介绍，通过调研分析，团队提出了建立生态廊道等建议，呼吁人们共同改善鸟类生存环境。

走在生态保护一线的，还有小禹护水留青社会实践团、“恢复生态，环化清流”社会实践团、材化“碳”路先锋队等团队。他们奔走在赫山区兰溪河、污水处理厂、资阳区白马社区等地，聚焦水质检测、低碳生活等领域，运用专业知识守护绿水青山。此外，智汇乡村振兴实践团队、“科技润乡”宣讲团等从“慧鱼模型”等全新角度，挖掘乡村科技内涵，受到村民

热情欢迎。

“高文华忍痛卖子为革命，帅孟奇傲雪凌霜不畏敌……”在桃江县石牛江镇完全小学，“红色血脉，薪火‘乡’传”实践团成员龙瑞栋讲述了“益阳抗大”丰堆仑的故事。团队依托思政教育专业特色，运用益阳红色资源，以“送课上门”形式，结合“三微一端”手段，先后为石牛江镇芙蓉学校、枫塘坪小学等多所学校送去一系列“接地气”的移动大思政课。

在安化县庆阳村、赫山区赫山路社区、银东社区和龙山港社区等地，感光支教团、“赤橙”实践团、“艺”路“童”行支教志愿服务团、“新雨”社会实践团和“星星点灯萤火下乡”社会实践团、“资助政策宣讲，我们在路上”等团队依托不同专业知识，给乡村孩子们带去丰富的音乐、美术、书法、剪纸、茶艺等课堂。

湖南城市学院副院长徐姝表示：“未来，我们将进一步加强思想引领，拓展社会实践，为青年学生搭建更多、更优的实践平台，引导学生密切联系地方社会、积极投身乡村振兴、主动服务‘国之大者’，并在实践过程中勤于探索、勇于创新，把作业写在乡村的田间地头、祖国的大江南北，为中国式现代化贡献青春力量！”

(中国教育新闻网，2024年09月06日)

教育部将实施教育家精神铸魂强师行动

“中共中央、国务院专门出台加强教师队伍建设的重要文件，是在我国由教育大国向教育强国系统性跃升的关键历史节点上，对弘扬教育家精神、打造支撑教育强国的高素质专业化教师队伍作出的全面系统部署，是新时代新征程强教强师的纲领性文件。”8月29日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，教育部副部长王嘉毅在会上介绍了日前发布的《中共中央国务院关于弘扬教育家精神加强新时代高素质专业化教师队伍建设的意见》(简称《意见》)。

王嘉毅表示，《意见》就以教育家精神引领高素质专业化教师队伍建设提出了五方面重要举措。一是加强教师队伍思想政治建设；二是涵养高尚师德师风，坚持师德师风第一标准，引导教师自律自强，加强师德师风培养，坚持师德违规“零容忍”，引导广大教师自觉践行教育家精神；三是提升教师专业素养，健全教师教育体系，提高教师学科能力和学科素养，提升教师教书育人能力，优化教师管理和资源配置，营造教育家成长的良好环境；四是加强教师权益保障，加大各级各类教师待遇保障力度，维护教师合法权益；五是弘扬尊师重教社会风尚，厚植尊师重教文化，加大教师荣誉表彰力度，创新开展教师宣传工作，讲好中国教育家故事，形成优秀人才争相从教、优秀教师不断涌现的良好局面。

接下来，如何学习贯彻落实《意见》精神，记者从会上了解到，教育部将实施教育家精神铸魂强师行动，推动教育家精神融入培养培训，促进教育家精神融入教育教学实践，强化教育家精神引领激励。通过建立完善教师标准体系，将教育家精神纳入教师管理评价全过程，引导广大教师将教育家精神转化为思想自觉、行动自觉。

建设教育强国，基点在基础教育。对此，教育部教师工作司司长俞伟跃表示：“加强中小

学教师培训，提升基础教育教师整体素质和教书育人能力，是教育强国建设的‘必答题’。”

据悉，近年来，教育部会同相关部门，建立起中小学教师5年360个学时的全员培训制度，优先支持中西部地区、边境地区、民族地区、乡村学校的教师培训，教师培训向音体美劳、科学教育和心理健康教育等紧缺薄弱学科教师倾斜。

针对大家关注的乡村教师和中西部欠发达地区的教师队伍建设问题，教育部开展了多方面工作，一是加强教师培养补充，通过实施“优师计划”、师范教育协同提质计划等政策，加强中西部地区和乡村教师定向培养，提高本地教师培养质量。通过实施“国培计划”，培训校长教师2187万人次。通过实施“特岗计划”，为中西部地区22个省份1000多个县3万多所乡村学校补充115万名教师。二是开展教师支教帮扶，通过实施“三区”人才计划教师专项、“组团式”援疆、国家银龄教师行动计划等，累计派出24.3万名教师到中西部地区和乡村学校支教讲学。三是强化教师保障激励，实施乡村教师生活补助政策，覆盖中西部22个省份725县，受益教师约130万人，人均月补助金额约400元。加强乡村教师周转宿舍建设，中央投资超过281亿元，建设约63.7万套，累计入住教师超过87.1万人。推进实施乡村优秀青年教师培养支持计划，为乡村青年教师发展创造有利条件。今年，“特岗计划”教师工资性补助实现提标，每人每年增加3600元。

记者从会上了解到，接下来教育部将会同相关部门围绕进一步加强中西部地区和乡村教师队伍建设，强化教师定向培养，特别是加强紧缺薄弱学科教师培养。深化“国培计划”改革，提升培训针对性和有效性，实现精准培训。推进“特岗计划”改革，持续实施教师支教帮扶计划，加大教师补充力度。推进职称评聘向乡村教师倾斜，加强面向乡村教师的保障性住房供给，深入实施教育人才“组团式”支援帮扶计划、国家银龄教师行动计划、乡村首席教师岗位计划，优化中西部地区和乡村教师资源配置。

（中国教育新闻网，2024年09月3日）

立足生态禀赋办好西部高教

8月中旬，高考生小韩收到了青海理工学院的录取通知书。一打开，立体式的校门缓缓竖立，设计别致，仪式感拉满。今年是该校首次招生，也是时隔66年青海再次建成本科高校并实现招生。这也是青海探索高等教育高质量发展的实践缩影。

党的十八大以来，青海通过培育引进高层次人才、“组团式”支援帮扶、举全省之力扩资源、立足产业办专业等一系列举措，提升高等教育人才培养水平。

今年，青海高等教育再传好消息：经过多年来的持续投入建设，2024年5月，青海理工学院、青海职业技术大学顺利获批，填补了青海理工类本科学校的空白，全面打通了全省职业教育中高本衔接贯通的人才培养体系。

建设教育强国，高等教育何为？青海将高校人才“下得去，留得住”，更好地服务地方经济社会发展作为发展要义。数据显示，超过70%的高校毕业生留在青海工作，用青春和热血建设青海，一条具有西部特色的高等教育发展之路初见成效。

(中国新闻网, 2024 年 09 月 02 日)

3.6.2 公司公告

【中国高科】

董事会同意全资子公司北京高科国融资产管理有限公司与深圳市平安置业投资有限公司签订《关于平安信托北极 1 号财产权信托资产管理转委托服务协议之补充协议（二）》，就此前双方签订的《关于平安信托北极 1 号财产权信托资产管理转委托服务协议》及《关于平安信托北极 1 号财产权信托资产管理转委托服务协议之补充协议》中服务报酬相关的条款进行调整，并将本事项提交公司 2024 年第二次临时股东大会审议。具体详见公司披露于上海证券交易所网站的《中国高科关于签订转委托服务协议之补充协议暨关联交易的公告》。

3.7 会展：海内外多国影片入围第八届平遥国际电影展，中国游戏在科隆游戏展上越来越抢眼

3.7.1 行业资讯

海内外多国影片入围第八届平遥国际电影展

中新网太原 9 月 5 日电 (记者 胡健)第八届平遥国际电影展 5 日公布官方展映片单，来自中国、法国、葡萄牙、巴西、乌拉圭、意大利、墨西哥、日本、阿根廷、哥伦比亚、丹麦、美国等 22 个国家和地区的影片一一揭晓。本届电影展中，44.7%的影片为全球首映；50%的影片为国际首映；73.7%的影片为亚洲首映；89.5%的影片为中国首映；中国内地首映率则为 100%。

本届平遥国际电影展的入围影片中，共有 8 部影片是新锐导演的第一部长片。正如电影展艺术总监林旭东所言：“本届官方展映单元入围影片的作者，有的是驰骋国际影坛的大师，更多的是最近崭露头角的新人，他们的作品以敏锐的观察和不羁的手法对我们复杂多变的当代生活进行了多维度的表达。”

第八届平遥国际电影展以“这把泥土”为主题，与本届主题相呼应，电影展将进行《黄土地》(修复版)四十周年致敬放映。由刘娟导演，王砚辉、邓恩熙领衔主演，杨皓宇、王锵、吕星辰、黄天主演的《怒江》将作为开幕片进行全球首映。王一通执导，李雪琴、王一通、蒋奇明、孔大山主演的《敲堡垒的门》将作为“平遥之夜”特别展映短片首次公开。

“藏龙”单元依旧汇聚年度最受期待的华语新锐导演作品，除了开幕片《怒江》，入围影片还包括：徐磊执导，王传君、徐朝英、孙阳、张占义主演的《远大前程》；翟义祥执导，张本煜、王佳佳主演的《时间旅馆》；周铨导演，章宇、辛柏青、柳岩、姜卓君领衔出演的《“小”人物》；陈果监制，萧冠豪执导，叶童、谢君豪主演的《浅浅岁月》等。

“卧虎”单元挖掘在国际影坛备受瞩目的新导演作品，将呈现伯里斯·洛伊坎执导，获 2024 年戛纳电影节“一种关注”单元评审团奖、最佳男演员奖的《苏莱曼的故事》；坂本龙

一之子空音央执导, 2024 年威尼斯电影节地平线单元及多伦多国际电影节入围影片《圆满结局》; 马格努斯·冯·霍恩执导, 2024 年戛纳国际电影节主竞赛单元入围影片《拿针的女孩》; 因迪尔·唐纳森执导, 2024 年圣丹斯电影节及戛纳导演双周入围影片《好孩子》; 马修·兰金执导, 2024 年戛纳导演双周入围并获观众选择奖影片《共同的语言》等。

2024 年第八届平遥国际电影展将举办以“这把泥土”为主题的回顾展, 展映 20 世纪初至 90 年代的三部短片及九部长片, 从 1930 年的经典之作《土地》到 1963 年巴西新电影运动里程碑作品《艰辛岁月》, 从戛纳电影节金棕榈奖得主《木屐树》《征服者佩尔》到阿巴斯名作《生生长流》, 均为关于“土地”的经典之作。此外, 平遥国际电影展特别与法国电影资料馆合作, 展映三部珍贵的法国电影资料馆馆藏短片, 分别是时任法国驻中国龙州、云南府(昆明)领事奥古斯特·弗朗索瓦(中文名: 方苏雅)于中国拍摄的《清末影像》; 加斯頓·梅里爱拍摄于柬埔寨吴哥窟的《美丽的柬埔寨吴哥窟》和《吴哥遗迹》。

“首映”单元关注年度重要导演作品, 展映影片包括: 帕特里西亚·玛佐执导, 伊莎贝尔·于佩尔、阿弗西娅·埃尔奇主演, 2024 年戛纳导演双周开幕片《波尔多囚犯》; 罗伯托·米勒维尼执导, 获 2024 年戛纳电影节一种关注单元最佳导演奖的《被诅咒者》; 宝拉·柯特莱西执导, 获第 69 届意大利电影大卫奖最佳新导演、最佳原创剧本、最佳女主角、最佳女配角、青年大卫奖及观众奖六项大奖的口碑影片《还有明天》等。

“从山西出发”单元聚焦主创为山西籍电影人、或山西影视公司担任第一出品方、或在山西取景拍摄、或以山西为故事背景的优秀影片, 展映影片包括郝蕴执导, 记录汾河沿岸普通人的生活与工作的纪录片《汾河流水》; 郭东升执导的古建筑保护题材纪录片《银圆山庄》; 郭旭锋执导的音乐纪录电影《隐者山河》等。此外, 第六代导演何建军的《云上法官》将在平遥国际电影展进行特别展映; 由《人生大事》导演刘江江执导, 肖央、阿云嘎、黄小蕾、娜扎、王迅、杨恩又出演的《出入平安》将于“影迷嘉年华”环节与观众见面。

第八届平遥国际电影展将于 9 月 24 日至 30 日在位于山西省晋中市平遥古城内的平遥电影宫举办。

(金羊网, 2024 年 09 月 06 日)

中国游戏在科隆游戏展上越来越抢眼

作为欧洲最大的游戏展会, 科隆游戏展 (Gamescom) 在 2018 和 2019 年的观众人数都超过了 37 万, 而相同两个年份美国 E3 游戏展的观众人数只有不足 7 万人, 人数相差悬殊。不过在行业影响力和国际影响力上, 科隆游戏展却一直都不如 E3 游戏展, 除了 E3 的历史更加悠久之外, 两者之间面向玩家和面向行业的不同定位也决定了在行业和国际上的影响力差距。

2020 年新冠疫情发生之后, 科隆游戏展、E3 游戏展同时遭遇了停摆, 但之后的境遇各不相同。2022 年, 科隆游戏展重新恢复后就有 1100 家展商和 26.5 万名观众到场, 同一年还在新加坡以 Gamescom Asia 的品牌举办了亚洲游戏展, 陆续将版图扩张到亚洲与南美; 而 E3 游戏展继 2022 年未能顺利回归后, 在 2023 年宣布永久停办, 成为了一个历史名词。

就这样，科隆游戏展成为了全球范围内最大最有影响力的游戏展会，无论是面向行业还是玩家。

疫情结束之后，伴随着中国游戏企业的出海热潮，科隆游戏展自然成为了对国内游戏企业来说最重要的展会之一。去年《黑神话：悟空》的展台在科隆游戏展上的巨大人气展现了国产游戏在海外的受欢迎程度，今年，中国游戏企业以更大的规模出现在了科隆游戏展上。

在8月20日由Geoff Keighley主持的科隆游戏展 Opening Night Live 上，就有众多中国游戏公司的产品登场。据不完全统计，Opening Night Live 上的逾40款产品中，不少于15款与中国厂商有关，其中，与腾讯相关的有8款，网易相关的有3款，米哈游相关的2款，西山居和叠纸各1款。

而根据组委会的官方数据，科隆游戏展今年的参展商数量再次创下新记录，共有64个国家的1462家参展商参加，国际展商占比71%。其中来自中国的参展企业数量逐年增长，从几家中小型公司扩大到如今的37家，尤其是腾讯、网易、米哈游、西山居、鹰角、叠纸、英雄游戏等企业已成为展会的重要参与者。虽然绝对数量并不算多，但是从展会现场来看，这些走出国门的游戏企业和产品，也都收获了大量的玩家支持。

(金羊网，2024年09月05日)

4 行业重点公司盈利预测及估值

表6: 重点公司盈利预测及估值

板块	证券简称	总市值 (亿元)	最新 收盘价	净利润 (亿元)			利润增速 (%)			PE		
				23A	24E	25E	23A	24E	25E	23A	24E	25E
免税	中国中免	1,154.46	56.82	67.14	63.42	82.35	33.50%	-5.54%	29.85%	17	19	14
	王府井	136.66	12.04	7.09	6.50	9.35	264.10%	-8.32%	43.85%	19	21	15
人服	科锐国际	26.84	13.64	2.01	2.03	2.85	-31.00%	1.00%	40.39%	13	13	9
	君亭酒店	31.89	16.40	0.31	0.77	1.37	2.60%	148.39%	77.92%	103	41	23
酒店	锦江酒店	231.58	23.60	10.02	15.83	17.83	691.10%	57.98%	12.63%	25	16	14
	首旅酒店	131.31	11.76	7.95	8.87	9.70	237.80%	11.57%	9.36%	17	15	14
	金陵饭店	24.45	6.27	0.60	0.66	0.74	43.03%	10.00%	12.12%	42	37	33
	华住集团	0.00	23.00	40.85	41.65	44.38	324.30%	1.96%	6.55%	18	18	17
餐饮	同庆楼	43.97	16.91	3.04	2.14	3.42	224.90%	-29.61%	59.81%	14	21	13
	长白山	65.92	24.72	1.38	1.97	2.36	扭亏为盈	42.75%	19.80%	48	33	28
休闲景	宋城演艺	197.06	7.52	-1.1	10.78	12.43	-130.20%	/	15.31%	/	18	16
区	天目湖	27.77	10.28	1.47	1.52	1.70	623.90%	3.40%	11.84%	13	18	16
	九华旅游	37.84	34.19	1.75	2.02	2.19	1374.90%	15.43%	8.42%	22	19	17

资料来源: Wind, 民生证券研究院预测; 股价为 2024 年 9 月 6 日收盘价, 华住集团股价、总市值货币单位均为港元

5 风险提示

1).宏观经济波动风险: 经济增速放缓、通货膨胀加剧、居民可支配收入增长不及预期导致整体消费需求增长势头下滑的风险。

2).行业竞争加剧风险: 餐饮、旅游等行业竞争者众多、短期市场总量难以出现较大增长,为争夺市场份额加大营销投入甚至出现价格战的风险。

插图目录

图 1: 2017 年至今新增招聘公司数量 (单位: 家)	3
图 2: 2019 年至今新增招聘帖数量 (单位: 个)	3
图 3: 一线城市地铁 7 日平均客运量 (单位: 万人)	4
图 4: 一线城市地铁 7 日平均客运量较 19 年恢复情况 (单位: %)	4
图 5: 国内航班计划总数/执行总数及航班执行率	4
图 6: 社会服务行业涨跌幅位列一级行业第 7 位 (2024.09.02-2024.09.06) (单位: %)	7
图 7: 教育(申万)板块下跌 2.36%, 酒店餐饮(申万)板块下跌 3.75% (2024.09.02-2024.09.06) (单位: %).....	8

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1: 上证指数下跌 2.69%, 社会服务下跌 1.01% (2024.09.02 -2024.09.06)	7
表 2: 本周社会服务板块个股涨幅龙虎榜 (A 股)	8
表 3: 本周教育板块个股涨幅龙虎榜 (A 股)	9
表 4: 本周社会服务板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股)	9
表 5: 本周教育板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股)	10
表 6: 重点公司盈利预测及估值	24

插图目录

图 1: 2017 年至今新增招聘公司数量 (单位: 家)	3
图 2: 2019 年至今新增招聘帖数量 (单位: 个)	3
图 3: 一线城市地铁 7 日平均客运量 (单位: 万人)	4
图 4: 一线城市地铁 7 日平均客运量较 19 年恢复情况 (单位: %)	4
图 5: 国内航班计划总数/执行总数及航班执行率	4
图 6: 社会服务行业涨跌幅位列一级行业第 7 位 (2024.09.02-2024.09.06) (单位: %)	7
图 7: 教育(申万)板块下跌 2.36%, 酒店餐饮(申万)板块下跌 3.75% (2024.09.02-2024.09.06) (单位: %).....	8

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1: 上证指数下跌 2.69%, 社会服务下跌 1.01% (2024.09.02 -2024.09.06)	7
表 2: 本周社会服务板块个股涨幅龙虎榜 (A 股)	8
表 3: 本周教育板块个股涨幅龙虎榜 (A 股)	9
表 4: 本周社会服务板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股)	9
表 5: 本周教育板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股)	10
表 6: 重点公司盈利预测及估值	24

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

评级说明

投资建议评级标准	评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
	谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上
行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。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而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，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、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路 8 号财富金融广场 1 幢 5F； 200120

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层； 100005

深圳：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元； 518026