

► **10月餐饮收入同比增3.2%，限额以上企业餐饮收入下滑0.3%，区域表现冷热互现，前三季度重庆、成都等二线城市餐饮收入增势突出，北京上海两大一线城市尚待修复。**国家统计局公布了2024年10月份社会消费品零售数据，其中餐饮收入4952亿元，占社会消费品零售总额的10.91%，增长3.2%；限额以上单位餐饮收入1322亿元，占餐饮总收入的26.7%，同比增长-0.3%。1-10月份，餐饮收入44367亿元，增长5.9%。其中，限额以上单位餐饮收入12469亿元，同比增长3.2%。从区域餐饮经济发展来看，一线城市增长减缓，二线城市增势突出。前三季度，在国家统计局划分的四个一线城市中，北京市（餐饮收入）、上海市（住宿和餐饮业收入）是负增长，增长率分别为-5.1%、-5.4%；广州市（住宿和餐饮业社零总额）、深圳市（餐饮收入）实现增长，分别为1.4%、1.3%。在二线城市中（部分城市的数据暂未公布），绝大部分城市前三季度餐饮消费保持增长势头。其中，重庆市增长率超过10%，呼和浩特市、大连市、成都市、厦门市增长率也超过5%。从收入来看，重庆市、成都市位于前两位，均超过1400亿元，两个城市前三季度餐饮收入合计3321.7亿元，占全国的8.4%，餐饮强市地位进一步巩固。

► **四川多景区开启铁路旅游专线模式，便捷化出行有望为景区带来更稳定的客源。**11月11日下午，中国铁路成都局集团有限公司在四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县发布最新旅游产品，正式开启连接四川多个知名景区的铁路旅游专线模式。发布仪式上，我国18家铁路旅游企业与阿坝州文旅局签约，将从全国各地发出普速旅游列车，终点到成都旅游列车专属基地车站安靖站。游客可在此无缝换乘旅游动车专列，沿川青铁路游三星堆、黄龙、九寨沟、红军长征纪念馆等，沿成贵高铁游乐山大佛、峨眉山、三苏祠等，沿成灌高铁等游都江堰、青城山、杜甫草堂、武侯祠、大熊猫基地等多个知名景区，景区之间实现旅游动车专列直连。

► **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

## 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 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. 消费者服务行业事件点评: 25年起节假日天数增加, 旅游行业迎来新催化-2024/11/13
2. 社服周观点: 冰雪游有望成为旅游市场规模上行新动能, 持续推荐文旅主线-2024/11/11
3. 社会服务行业2024年三季报业绩综述: 社服板块收入略降利润下滑, K12培训、出境游、人服行业表现亮眼-2024/11/06
4. 在线教育专题系列(一): 全球在线教育龙头多邻国启示录: 商业模式珠玉在前, AI技术助力突破, 国内在线教育星辰大海-2024/10/30
5. 社服周观点: 北京将推广AI学伴和AI导学应用, 豆神教育进入24Q3基金重仓股-2024/10/27

## 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	70.72	3.25	2.68	3.19	21	26	22	推荐
600859.SH	王府井	14.67	0.62	0.57	0.82	23	26	18	推荐
300662.SZ	科锐国际	23.18	1.02	1.03	1.45	23	22	16	推荐
301073.SZ	君亭酒店	22.85	0.16	0.17	0.38	143	139	60	推荐
600754.SH	锦江酒店	27.02	0.94	1.17	1.29	26	21	19	推荐
600258.SH	首旅酒店	14.48	0.71	0.79	0.87	20	18	17	推荐
601007.SH	金陵饭店	7.04	0.15	0.16	0.18	46	45	39	推荐
1179.HK	华住集团	27.70	1.25	1.30	1.38	21	21	20	推荐
605108.SH	同庆楼	23.20	1.17	0.82	1.31	20	28	18	推荐
603099.SH	长白山	38.80	0.52	0.61	0.78	75	64	50	推荐
300144.SZ	宋城演艺	9.56	-0.04	0.41	0.47	/	23	20	推荐
603136.SH	天目湖	11.32	0.79	0.73	0.92	21	10	8	推荐
603199.SH	九华旅游	34.55	1.58	1.60	1.98	22	22	17	推荐

资料来源: Wind, 民生证券研究院预测; (注: 股价为2024年11月15日收盘价); 华住集团股价为港币, 11月15日汇率为1人民币=1.0764港币

# 目录

<b>1 社服周观察</b> .....	<b>3</b>
1.1 复苏跟踪专题.....	3
1.2 社服周观点：10月餐饮收入同比增3.2%，四川多景区开启铁路旅游专线模式.....	5
<b>2 本周市场回顾（2024.11.11-2024.11.15）</b> .....	<b>6</b>
2.1 行业表现.....	6
2.2 资金动向.....	7
<b>3 本周行业资讯（2024.11.11-2024.11.16）</b> .....	<b>10</b>
3.1 酒店：凯悦未来5-8年亚太地区酒店将从300家增加到超500家，双十一高端酒店卖爆了.....	10
3.2 景区：广东166个景区对台胞“首来族”免门票，四川多景区开启铁路旅游专线模式.....	13
3.3 出入境游：将继续推进大陆居民赴岛内团体旅游，厦金“小三通”航线今年客流量已突破100万人次.....	15
3.4 免税：海南旅游文化推介活动亮相天津，上海离岸贸易印花税优惠政策半年减税逾9600万元.....	16
3.5 餐饮：10月餐饮收入4952亿元，一批现制养生茶饮品牌正逐渐走红.....	17
3.6 教培：教育适配产业发展，王光彦访问新加坡教育部并签署有关行动计划.....	20
3.7 会展：长征火箭家族“生力军”亮相航展，第15届广州演艺交易会开幕.....	23
<b>4 行业重点公司盈利预测及估值</b> .....	<b>26</b>
<b>5 风险提示</b> .....	<b>27</b>
<b>插图目录</b> .....	<b>28</b>
<b>表格目录</b> .....	<b>28</b>

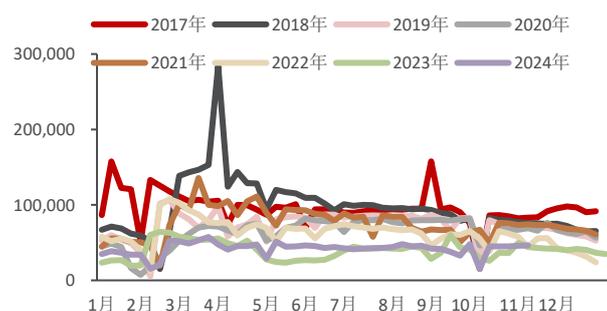
# 1 社服周观察

## 1.1 复苏跟踪专题

**新增招聘公司数量情况:** 2024年11月10日为止一周,国内新增招聘公司数量46299个,恢复至23年同期的104.49%,恢复至19年同期的64.94%,新增招聘公司数量暂未恢复至2019年同期水平,11月10日为止一周内国内新增招聘公司数量较11月3日为止一周增加了1.25%,较10月27日为止一周增加了3.25%,恢复速度强劲。

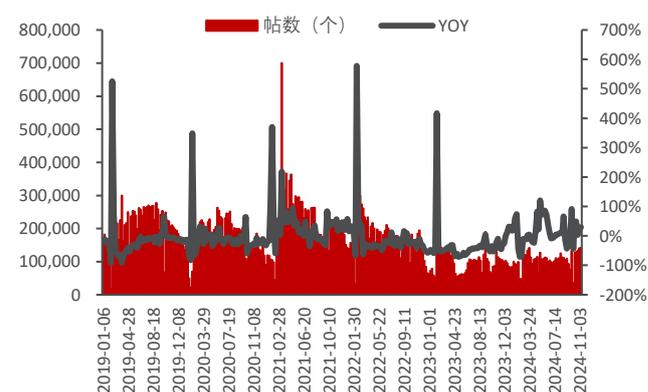
**新增招聘帖数量情况:** 2024年11月10日为止一周,国内新增招聘帖数141472个,恢复至23年同期的129.97%,恢复至19年同期的67.45%,恢复程度较新增招聘公司更强。从环比增长角度来看,11月10日为止一周内国内新增招聘帖数量较11月3日为止一周增加0.82%,较10月27日为止一周增加了5.80%,恢复速度强劲。

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11月10日

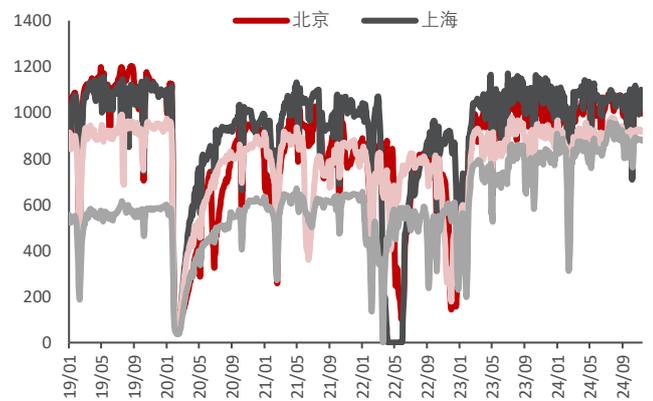
图2: 2019年至今新增招聘帖数量 (单位: 个)



资料来源: Datayes, 民生证券研究院; 注: 数据区间为2019年至2024年11月10日

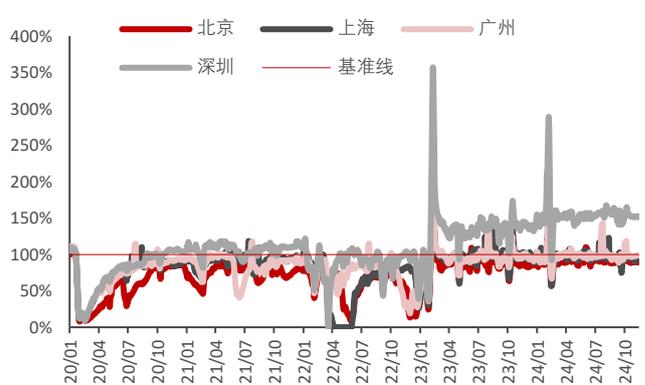
**一线城市地铁客运量数据跟踪:** 截至2024年11月14日,一线城市北京/上海/广州/深圳七日平均客运量分别为996/1082/918/879万人次,北京/上海/广州/深圳分别恢复至2019年同期的89%/97%/99%/152%,深圳客运量恢复趋势最为明显,北京、上海、广州七日平均客运量尚未恢复至19年同期水平。

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

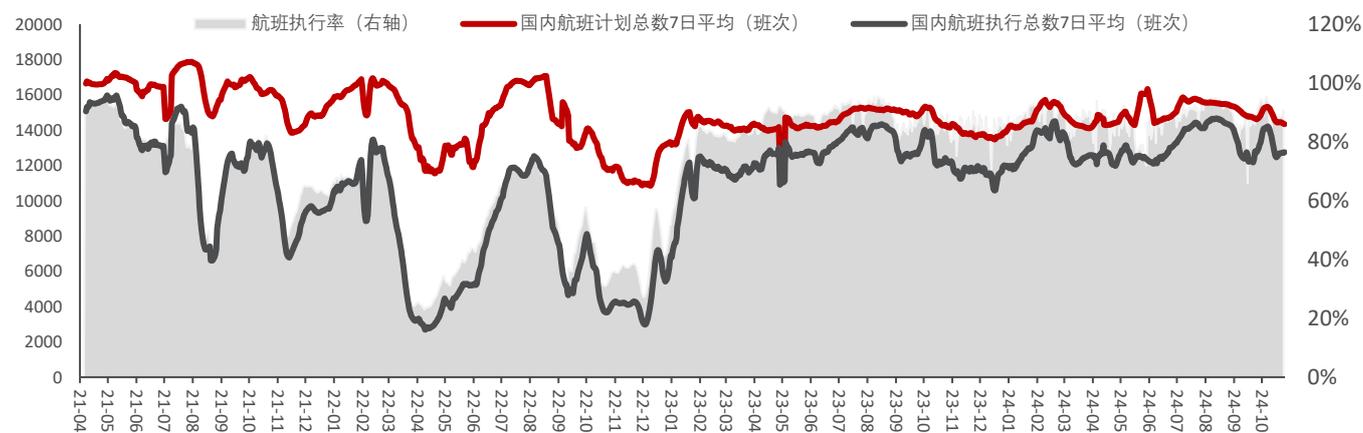
图4：一线城市地铁 7 日平均客运量较 19 年恢复情况（单位：%）



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 11 月 15 日，国内航班计划总数 7 日平均（班次）为 14166 次，国内航班执行总数 7 日平均（班次）为 12177 次，航班执行率为 87.5%，较前一日相比增加 2.1pcts，较 23 年 11 月 22 日增加 3.2pcts。

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：10 月餐饮收入同比增 3.2%，四川多景

### 区开启铁路旅游专线模式

#### 事件 1：10 月餐饮收入 4952 亿元，同比增长 3.2%

11 月 15 日，国家统计局公布了 2024 年 10 月份社会消费品零售数据。数据显示，10 月份，社会消费品零售总额 45396 亿元，同比增长 4.8%。其中，餐饮收入 4952 亿元，占社会消费品零售总额的 10.91%，增长 3.2%；限额以上单位餐饮收入 1322 亿元，占餐饮总收入的 26.7%，同比增长-0.3%。1—10 月份，社会消费品零售总额 398960 亿元，同比增长 3.5%。其中，餐饮收入 44367 亿元，增长 5.9%。其中，限额以上单位餐饮收入 12469 亿元，同比增长 3.2%。

从区域餐饮经济发展来看，一线城市增长减缓，二线城市增势突出。前三季度，在国家统计局划分的四个一线城市中，北京市（餐饮收入）、上海市（住宿和餐饮业收入）是负增长，增长率分别为-5.1%、-5.4%；广州市（住宿和餐饮业社零总额）、深圳市（餐饮收入）实现增长，分别为 1.4%、1.3%。在二线城市中（部分城市的数据暂未公布），绝大部分城市前三季度餐饮消费保持增长势头。其中，重庆市增长率超过 10%，呼和浩特市、大连市、成都市、厦门市增长率也超过 5%。从收入来看，重庆市、成都市位于前两位，均超过 1400 亿元，两个城市前三季度餐饮收入合计 3321.7 亿元，占全国的 8.4%，餐饮强市地位进一步巩固。国家统计局表示，10 月份，随着存量政策加快落实以及一揽子增量政策加力推出，国民经济运行稳中有进，主要指标明显回升，积极因素累积增多。但也要看到，外部环境更趋复杂严峻，国内有效需求偏弱，经济持续回升基础仍待巩固。

#### 事件 2：四川多景区开启铁路旅游专线模式

11 月 11 日下午，中国铁路成都局集团有限公司在四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县发布最新旅游产品，正式开启连接四川多个知名景区的铁路旅游专线模式。

今年 5 月以来，铁路部门联动地方文旅部门试点铁路旅游产品，通过铁路购票实现黄龙九寨沟“动车票、接驳汽车票、景区门票”三票合一，做好住宿等通程衔接。目前已开行川青铁路旅游动车专列 205 列，带动旅游消费 2.5 亿元。

在此基础上，铁路部门采用高原动车组进一步开发联动旅游专线产品，开启铁路旅游专线模式。发布仪式上，我国 18 家铁路旅游企业与阿坝州文旅局签约，将从全国各地发出普速旅游列车，终点到成都旅游列车专属基地车站安靖站。游客可在此无缝换乘旅游动车专列，沿川青铁路游三星堆、黄龙、九寨沟、红军长征纪念馆等，沿成贵高铁游乐山大佛、峨眉山、三苏祠等，沿成灌高铁等游都江堰、青城山、杜甫草堂、武侯祠、大熊猫基地等多个知名景区，景区之间实现旅游动车专列直连。

成铁商旅公司董事长蔡珣介绍，我国旅游列车热正在兴起，将为游客提供更便捷、更集成的旅游选择，为景区带来更稳定的客源组织。

## 2 本周市场回顾 (2024.11.11-2024.11.15)

### 2.1 行业表现

#### 2.1.1 上证指数下跌-3.52%，社会服务下跌-2.41%

社会服务下跌-2.41%，上证指数下跌-3.52%，深证成指下跌-3.70%，创业板指下跌-3.36%，沪深 300 下跌-3.29%，香港恒生指数下跌-6.28%。

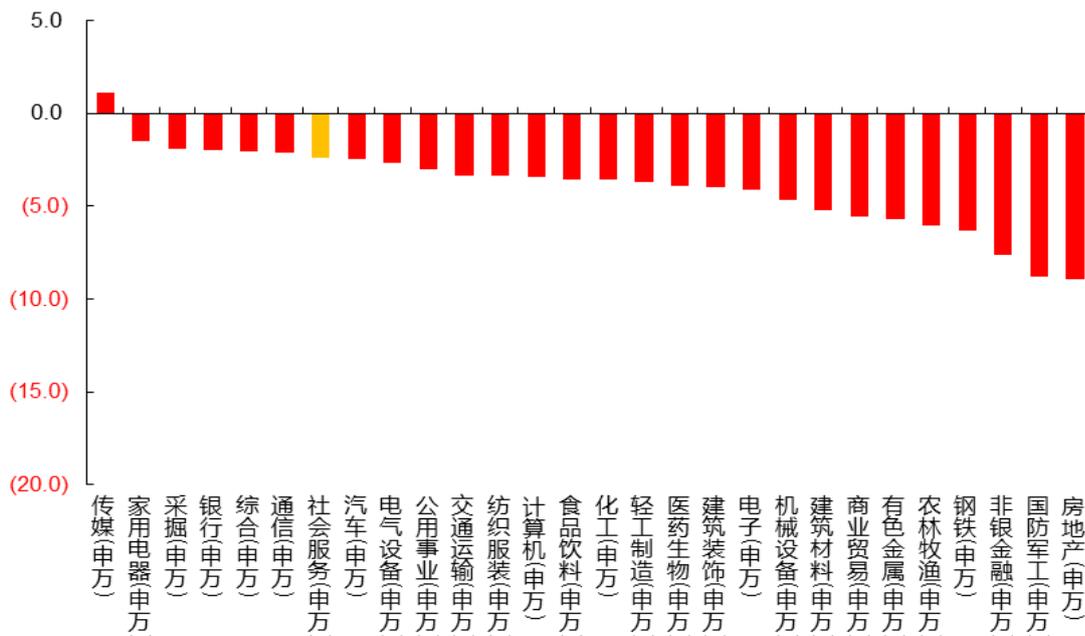
表1：上证指数下跌-3.52%，社会服务下跌-2.41% (2024.11.11-2024.11.15)

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	-3.52	44,021.92	-3.22
399001.SZ	深证成指	-3.70	63,305.44	-3.78
399006.SZ	创业板指	-3.36	29,883.97	-3.45
000300.SH	沪深 300	-3.29	27,369.58	-2.80
801210.SWI	社会服务(申万)	-2.41	1,064.60	-2.35
HSI.HI	香港恒生指数	-6.28	4,200.61	-6.22

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 11 月 15 日收盘价

本周 28 个申万一级行业：社会服务行业 (-2.41%) 在 28 个申万一级行业中排名第 7 位，本周涨跌幅位居前端端。传媒(申万)以涨幅 1.07% 位居本周行业首位。

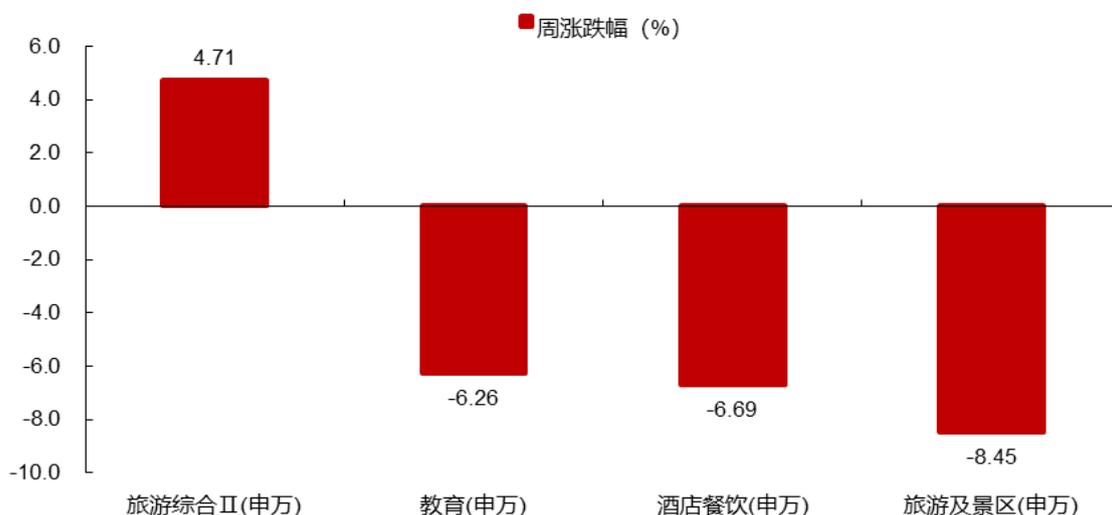
图6：社会服务行业涨跌幅位列一级行业第 7 位 (2024.11.11-2024.11.15) (单位：%)



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 11 月 15 日收盘价

本周餐饮旅游教育各细分板块：旅游综合Ⅱ(申万)板块上涨 4.71%，教育(申万)板块下跌-6.26%，酒店餐饮(申万)板块下跌-6.69%，旅游及景区(申万)板块下跌-8.45%。

图7：旅游综合Ⅱ(申万)板块上涨 4.71%，旅游及景区(申万)板块下跌-8.45% (2024.11.11-2024.11.15) (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 11 月 15 日收盘价

## 2.2 资金动向

### 2.2.1 本周个股涨幅龙虎榜：科锐国际上涨 0.04%，\*ST 开元上涨 12.69%

**社会服务涨幅前五：**科锐国际 (0.04%)、腾邦退 (0.00%)、东海 A 退 (0.00%)、东海 B 退 (0.00%)、ST 智知 (-1.14%)。

**社会服务跌幅前五：**凯撒旅业 (-9.15%)、西安旅游 (-9.96%)、长白山 (-10.93%)、华天酒店 (-11.83%)、西安饮食 (-13.68%)。

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	300662.SZ	科锐国际	45.50	23.18	0.04
	300178.SZ	腾邦退	1.18	0.20	0.00
	000613.SZ	东海 A 退	1.14	0.58	0.00
	200613.SZ	东海 B 退	0.24	0.30	0.00
	603869.SH	ST 智知	30.57	6.06	-1.14
跌幅前五	000796.SZ	凯撒旅业	42.38	4.37	-9.15
	000610.SZ	西安旅游	29.18	12.39	-9.96
	603099.SH	长白山	103.47	38.80	-10.93
	000428.SZ	华天酒店	33.42	3.28	-11.83
	000721.SZ	西安饮食	40.29	9.21	-13.68

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 11 月 15 日收盘价

**教育涨跌幅前五：**\*ST 开元 (12.69%)、凯文教育 (9.50%)、传智教育 (0.93%)、科德教育 (0.32%)、\*ST 美吉 (0.00%)。

**教育涨跌幅后五：**中公教育 (-1.13%)、国新文化 (-2.79%)、昂立教育 (-4.00%)、

中国高科 (-4.29%)、学大教育 (-7.36%)

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	18.36	5.33	12.69
	002659.SZ	凯文教育	33.80	5.65	9.50
	003032.SZ	传智教育	29.64	10.84	0.93
	300192.SZ	科德教育	32.83	15.62	0.32
	002621.SZ	*ST 美吉	2.98	0.37	0.00
跌幅前五	002607.SZ	中公教育	175.50	3.49	-1.13
	600636.SH	国新文化	47.42	10.81	-2.79
	600661.SH	昂立教育	39.20	13.68	-4.00
	600730.SH	中国高科	39.25	6.69	-4.29
	000526.SZ	学大教育	55.12	46.31	-7.36

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 11 月 15 日收盘价

## 2.2.2 个股资金跟踪: 锦旅 B 股净买入额占社服榜首, 凯文教育净买入额占教育首位

### 首位

**社会服务净买入前五:** 东海 B 退 (0 亿元)、东海 A 退 (0 亿元)、腾邦退 (0 亿元)、锦旅 B 股 (0 亿元)、锦江 B 股 (0 亿元)。

**社会服务净卖出前五:** 西安旅游 (-1.08 亿元)、西安饮食 (-1.25 亿元)、宋城演艺 (-2.38 亿元)、长白山 (-2.93 亿元)、中国中免 (-9.93 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	200613.SZ	东海 B 退	0.24	0.30	0.00	0.00
	000613.SZ	东海 A 退	1.14	0.58	0.00	0.00
	300178.SZ	腾邦退	1.18	0.20	0.00	0.00
	900929.SH	锦旅 B 股	6.15	1.30	-8.03	0.00
	900934.SH	锦江 B 股	16.88	1.50	-4.21	0.00
净卖出前五	000610.SZ	西安旅游	29.18	12.39	-9.96	-1.08
	000721.SZ	西安饮食	40.29	9.21	-13.68	-1.25
	300144.SZ	宋城演艺	225.00	9.56	-5.81	-2.38
	603099.SH	长白山	103.47	38.80	-10.93	-2.93
	601888.SH	中国中免	1,380.79	70.72	-6.70	-9.93

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 11 月 15 日收盘价

**教育板块净买入前五:** 凯文教育 (+0.8 亿元)、传智教育 (+0.16 亿元)、行动教育 (+0.1 亿元)、\*ST 美吉 (0 亿元)、文化退 (0 亿元)。

**教育板块净卖出前五:** 国新文化 (-0.4 亿元)、昂立教育 (-0.4 亿元)、\*ST 开元 (-0.63 亿元)、中国高科 (-1.06 亿元)、中公教育 (-4.22 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	002659.SZ	凯文教育	33.80	5.65	9.50	<b>0.80</b>
	003032.SZ	传智教育	29.64	10.84	0.93	<b>0.16</b>
	605098.SH	行动教育	41.82	35.07	-0.82	<b>0.10</b>
	002621.SZ	*ST 美吉	2.98	0.37	0.00	<b>0.00</b>
	300089.SZ	文化退	0.59	0.19	0.00	<b>0.00</b>
净买卖后五	600636.SH	国新文化	47.42	10.81	-2.79	<b>-0.40</b>
	600661.SH	昂立教育	39.20	13.68	-4.00	<b>-0.40</b>
	300338.SZ	*ST 开元	18.36	5.33	12.69	<b>-0.63</b>
	600730.SH	中国高科	39.25	6.69	-4.29	<b>-1.06</b>
	002607.SZ	中公教育	175.50	3.49	-1.13	<b>-4.22</b>

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 11 月 15 日收盘价

## 3 本周行业资讯 (2024.11.11-2024.11.16)

### 3.1 酒店：凯悦未来 5-8 年亚太地区酒店将从 300 家增加到超 500 家，双十一高端酒店卖爆了

#### 3.1.1 行业资讯

##### 东方雨虹接手成都环球中心天堂洲际大饭店，拟引进新的酒店品牌经营方

近日，有媒体报道称，成都环球中心天堂洲际大饭店以以物抵债的形式易主给了东方雨虹。

今年 1 月 25 日，位于“成都市高新区天府大道北段 1700 号 10 栋 1 层 1 号、11 栋 1 层 1 号、12 栋 1 层 1 号、13 栋 1 层 1 号、6 栋 2 单元 1 层 111 号”的一系列用作“住宿餐饮用地/酒店”资产法拍，评估价 16.09 亿元，起拍价 11.5 亿元，最终流拍。此后，2 月 26 日标的物又在京东司法拍卖平台流拍，流拍价格 10 亿元。

今年 3 月下旬，北京二中院出具了以物抵债裁定书，成都环球中心天堂洲际大饭店的土地使用权及地上物的相应权利转移至北京东方雨虹防水技术股份有限公司。东方雨虹积极与雅高、希尔顿、万豪、凯悦等多家酒店管理方接洽，拟引进酒店经营新品牌。

此前，成都环球中心天堂洲际大饭店的业主方为环球融创会展文旅集团，由融创中国子公司融创西南集团持股 51.65%，邓鸿个人持股 23.03%，核心团队持有剩余股份。成都环球中心天堂洲际大饭店建筑面积合计 10.5 万平方米，其中地上面积 10.2 万平方米，地下面积 0.3 万平方米，酒店拥有 975 间客房，酒店拥有 1150 平方米的会议室、2500 平方米的泳池，2023 年出租率为 57%。该酒店为成都市区体量最大的五星级豪华酒店，近五年的经营收入约 1.9 亿元。

东方雨虹三季报数据显示，公司前三季度实现营业总收入 216.99 亿元，同比下降 14.44%，净利润 12.77 亿元，同比下降 45.73%，基本每股收益为 0.52 元。从资产方面看，截至三季度末，公司资产总计为 474.32 亿元，应收账款为 106.75 亿元；现金流量方面，经营活动产生的现金流量净额为-4.92 亿元。

(迈点网，2024 年 11 月 12 日)

## 凯悦：未来 5-8 年亚太地区酒店将从 300 家增加到超 500 家

近日，凯悦酒店集团表示，将在亚太地区扩大业务。未来五至八年间，该公司将把亚太地区的酒店数量从目前的约 300 家增加到超 500 家。凯悦首席执行官(CEO)马赫澜在接受采访时表示，“亚洲地区将在我们公司未来的增长中占据很大一部分”。凯悦在全球拥有 1300 多家酒店。按地区来看，美洲有 800 多家，亚太地区的规模仅次于美洲。

(迈点网，2024 年 11 月 14 日)

## 这个双十一，高端酒店卖爆了

根据飞猪数据，今年飞猪双十一累计售出 300 万件酒店套餐，刷新历史记录，而此前其就披露数据称，截至 11 月 5 日 24 时，国内高星级酒店套餐售出超 200 万件。

### 1、性价比拉起来的双十一大促

双十一刚刚开始，杭州一电商公司的产品经理王艳（化名）就盯上了酒店券，抢手货如上海迪士尼玩具总动员酒店、杭州开元森泊度假酒店早早就躺在待购清单里，新疆、三亚、大理等热门旅游目的地也有不少高端酒店在她的计划中。“便宜是真的便宜。”王艳告诉迈点，“平时动辄几千块的国际联号三位数就能拿下，没有理由拒绝啊。”

一方面，今年发力双十一的高端酒店来头都不小。除过去几年一直征战双十一的老朋友如万豪、雅高、希尔顿、凯悦、洲际等，也新增了金陵、悦榕庄等过去较为低调的大牌身影，同时境外酒店也相当活跃，中国港澳、日韩、东南亚、欧洲等相比往年更是参与热情爆棚，还有不少平时高冷低调的高端民宿也放下了“身段”。

另一方面，不仅价格便宜，附加要求也大大降低。999 元起步的开元 3 晚全国通兑的放权套餐（含早餐）、售价 588 元起步的万豪国际集团酒店全国可通兑的 2 晚房券套餐、999 元的洲际酒店等价格让人咋舌。“以前没参与过囤酒店的可能不了解。”每年都在疯狂囤酒店的李静（化名）告诉迈点，“我只能说今年我光是酒店套餐就囤了 20 多个，花的钱只有去年的三分之二。”

与此同时，也有网友发现今年的酒店套餐终于取消了层层限制。以往低价的酒店常常带着“节假日不可用、旅游旺季不可用”等时间要求，今年很多酒店则打出了“春节不加价”“元旦不加价”“节假日不加价”等标签。也有媒体发现今年很多酒店套餐甚至取消了多晚“连住”限制，想什么时候住，就什么时候住，这一套下来，几乎没有消费者抵挡得住。

### 2、高端酒店发力，双十一只是缩影

事实上，不仅是这个双十一，高端酒店今年整体的存在感就相当强，无论是年初的高端酒店集体“下乡”，县城等下沉市场涌现大量高端酒店的落地，还是各省市旅发大会占据核心招商位的高端酒店品牌集体签约，都展现了高端酒店市场的蓬勃。

在其中，国际高端酒店品牌动作频繁，本土高端酒店也在持续发力，前段时间君亭酒店集团和希尔顿集团签约战略合作，要拓展中国高端酒店市场的新闻就引发了不少业内人士对未来高端酒店市场的畅想。迈点研究发现，高端酒店疯狂进击背后的原因相当复杂：

首先，中产阶级需求仍在，高端奢华酒店市场信心仍足。

近年来，中国中产阶级的消费能力和消费观念不断升级，他们不仅追求物质的满足，更渴望体验生活的品质和个性化的服务，这种消费升级带动了对高端酒店需求的增长，使得奢华酒店品牌对中国市场保持充足的信心。根据仲量联行发布《2024/2025 中国市场酒店运营商信心指数报告》，2024—2025 年半数奢华酒店有望在入住率上呈现更强的韧性与增长潜能，为市场的向好蓄力，国内奢华酒店继续以较为乐观的姿态领跑市场：逾 50% 的受访奢华酒店对入住率和平均房价抱有信心。

其次，中国高端酒店市场平衡力不足，国际品牌想占更大份额，本土品牌奋起直追。

不可否认的是，在很长一段时间，国际品牌如万豪、希尔顿、凯悦等凭借全球化的运营模式和成熟的品牌影响力，在中国市场持续扩张并占据较大市场份额。而本土高端酒店品牌今年来则通过提升服务、创新产品、加码品牌宣传等方式奋力追赶，以求在高端酒店市场获得更多的消费者认可。可以预见的是，未来国际和本土品牌将继续在一线及新兴市场进行激烈角逐，争取更大的市场份额。

最后，消费需求复杂多变，高端酒店传统的“坐等客来”模式早无法适用。

如今，消费者需求日益复杂和多样化，传统高端酒店的运营模式不得不做出相应调整。以前，酒店多依赖自身品牌号召力“坐等客来”的模式已难以适应瞬息万变的市场需求。为了吸引更多新兴客群，高端酒店不断调整市场策略，不仅推出更为灵活的促销套餐、住宿权益，还在节假日推出家庭游、情侣度假、沉浸式体验等主题活动，以增强品牌吸引力。同时，酒店品牌也积极尝试线上营销，借助电商平台的推广来触达更多年轻消费者。通过多渠道、全方位的推广方式，高端酒店希望在中进一步渗透，并满足当代消费者对便捷性、灵活性和个性化服务的需求。

### 3、压力依然存在，双十一之后才是重点

虽然双十一的促销活动为高端酒店带来了预订量的持续增长和更多的市场曝光，但其带来的效果是否能够持续仍然是一个挑战。比如双十一之后紧随而来的就是核销率的压力，有酒店从业者对媒体表示：“未来几个月，这些酒店套餐核销掉多少，才是我们关注的重点，因为今年不少酒店集团都给双十一定了更高的核销任务，同时要求要有更多的会员转化。”这种担忧不无道理，李静告诉迈点，她囤的 20 多个酒店套餐，有一些地点是重复的，就是为了先抢再对比。“这些酒店套餐我应该只能用掉 80% 左右。”李静表示。

可以看到，在大幅优惠带动下，消费者迅速囤积房券，而这样的“透支消费”也可能导致未来一段时间内的入住率波动，消费者在活动结束后是否还愿意为酒店的常规价格买单也是个问题，同时双十一带来的客群多样化和消费需求的分散化也对酒店的服务提出了更高要求。

那么，为了在未来取得更稳健的增长，高端酒店应在品牌韧性和稳定发展上投入更多精力。相比短期的大促，高端酒店可以通过打造高质量的会员体系、增加多样化的权益来增强客户忠诚度。例如，通过完善会员积分系统、推出独特的定制服务等方式，酒店能够为常客提供更有吸引力的体验。这种长期策略不仅能够增强品牌的市场抗压能力，还能在激烈的市场竞争中树立口碑，逐步摆脱“促销依赖”带来的不稳定性。

此外，强化与消费者的互动也将是高端酒店在双十一后的重要策略。酒店可以通过积极的社群运营、线上活动以及社交媒体的持续曝光，进一步维系客户关系，让消费者不仅是一次性使用者，而是成为忠实的品牌拥护者。通过这样的方式，高端酒店能够在双十一之外的其他时间段依旧保持市场热度，并实现流量的自然增长。

#### 4、结语

双十一不仅仅是一次促销战，更是市场的风向标，反映出消费需求的变化和市场的动态发展。其给高端酒店带来的，也不仅是短期的销售增长，更是对高端酒店品牌建设、客户关系维护和产品服务创新的一次深度考验。尽管今年双十一已经收官，高端酒店在中国市场的挑战才刚刚开始。

(迈点网，2024年11月13日)

## 3.2 景区：广东 166 个景区对台胞“首来族”免门票，四川多景区开启铁路旅游专线模式

### 3.2.1 行业资讯

#### 广东 166 个景区对台胞“首来族”免门票

11月11日晚，第十一届台湾青年岭南行总闭营仪式暨粤台交流成果展示活动在广州文化新地标——白鹅潭大湾区艺术中心举行。活动期间，广东正式发布面向台湾同胞的31条粤台旅游交流精品线路，涵盖孙中山历史文化、粤港澳大湾区科技体验、广东世界遗产和非遗、潮汕文化美食、海上丝绸之路文化探寻、游艇水上观光、低空飞行体验、民族特色风情等等主题。

此外，广东还发布了吸引台湾同胞来粤旅游的优惠政策。目前，广东首批已有166个景区推出台胞来大陆旅游促销活动，对持首次办理台胞证（签发次数为01）的台湾同胞一年内到景区游览免除门票费用。

具体来看，广州市广州塔景区、深圳市观澜湖休闲旅游区、珠海市太空中心、佛山市西樵山景区、河源市恐龙文博园景区、惠州市惠州西湖旅游景区、中山市孙中山故里旅游区、江门市启超故里·小鸟天堂文化旅游区、清远市连州地下河、韶关市丹霞山景区等等166个

5A、4A 级景区，对台湾“首来族”采取优惠措施。台胞“首来族”来大陆旅游，可通过景区网站、入口标识和相关旅行社等，及时了解景区对台胞减免门票费用等措施。

(迈点网，2024 年 11 月 13 日)

### 甘肃省推出 2024 冬春文化旅游优惠政策

11 月 9 日，甘肃省文化和旅游厅发布了 2024 年全省冬春文化旅游优惠政策，包括 A 级旅游景区门票半价游、多个景区实行“一票互游”以及星级酒店住宿折扣等优惠活动，激活淡季文旅市场。同时，为丰富冬春季文化旅游产品供给，各市州还将推出多项精彩的文旅活动。

其中，全省有 7 个 5A 级旅游景区、140 个 4A 级旅游景区、267 个 3A 级旅游景区和莫高窟等世界文化遗产均推出半价、套票等大幅打折优惠政策。崆峒山景区、麦积山景区、太白山景区、官鹅沟景区、六盘山红军长征景区、贵清山景区、遮阳山景区、文县天池景区、大水川景区、九龙山景区等景区一票互游。

此外，全省 331 个星级酒店推出住宿 5 至 9 折等优惠政策，享受在酒店用餐、团购、充值等优惠服务。同时，部分市州还推出了配套政策：金昌市对旅行社组织市外游客通过乘飞机、专列、大巴或自驾车到金昌旅游，奖励补贴标准上浮 40%；庆阳市对旅行社组织市外游客乘坐专列、包车到庆阳旅游，单次人数在 100 人(含)以上，每次补贴 1 万元；组织市外游客乘坐旅游大巴来庆阳旅游，单次人数 50 人以上的，每次补贴 2000 元；平凉市对旅行社组织市外游客到平凉市旅游，按照《平凉市“引客入平”旅游奖励补贴办法(试行)》政策，奖励标准上浮 40%。另外，各地还推出了各类文旅消费券，在购买景区门票、机票、住宿时可以进行金额抵扣。

(迈点网，2024 年 11 月 12 日)

## 3.2.2 公司公告

### 【云南旅游】

云南旅游股份有限公司（以下简称“公司”）全资子公司深圳华侨城文化旅游科技集团有限公司（以下简称“文旅科技”）于近日收到了国家文化和旅游部发布的《文化和旅游部关于公布首批文化和旅游部技术创新中心名单的通知》。文旅科技作为依托单位，与中国联合网络通信有限公司深圳市分公司和深圳技术大学联合共建的“主题乐园设施集成与智能管理文化和旅游部技术创新中心”（以下简称“技术创新中心”）成功通过验收，成为首批 11 个正式运行的文化和旅游部技术创新中心之一。技术创新中心于 2023 年 8 月由文化和旅游部批准筹建，依托文旅科技扎实的技术研发实力，聚焦两大核心研究方向：一是主题乐园游乐设施的研发与集成；二是游乐设施安全监测与运维管理技术。上述研究旨在解决当前大型

游乐设施创新不足、运行安全监测与预警技术滞后等关键问题，拟通过技术创新驱动文旅产品的持续迭代升级，提升主题乐园的整体品质和游客体验，从而推动文化旅游产业的高质量可持续发展。技术创新中心筹建期间，重点产业化项目《动感飞行影院》荣获 2024 年全国文化和旅游装备技术提升优秀案例，展示了技术创新中心的研发实力和成果转化能力。

### 3.3 出入境游：将继续推进大陆居民赴岛内团体旅游，厦金

#### “小三通”航线今年客流量已突破 100 万人次

##### 3.3.1 行业资讯

###### 国台办：将继续推进大陆居民赴岛内团体旅游

大陆日前开放福建居民赴金门、马祖旅游，据出入境管理部门统计，截至 10 月 31 日，共受理大陆居民赴金门、马祖旅游签注申请 58735 人，其中赴金门申请 54319 人，赴马祖申请 4416 人；赴金、马旅游人数 5074 人，其中赴金门旅游 4551 人，赴马祖旅游 523 人。数据表明，大陆居民赴金、马旅游热情较高。

11 月 13 日上午，国台办举行例行新闻发布会，国务院台办发言人朱凤莲作上述介绍。朱凤莲表示，下一步，将按照既定工作安排，继续推进大陆居民赴岛内团体旅游。希望民进党当局正视台湾旅游业界和基层民众的呼声和诉求，尽早撤除对两岸人员往来的阻挠禁限。

(环球旅讯，2024 年 11 月 13 日)

###### 厦金“小三通”航线：今年客流量已突破 100 万人次

今年以来，厦金航线出入境客流稳步增长，根据厦门边检总站高崎边检站数据显示，截至 11 月 9 日，已累计查验厦金航线出入境旅客 100 万人次。

今年以来，高崎边检站已累计验放厦金航线船班突破 5000 艘次，查验出入境旅客 100 万人次，其中台胞数量占比 9 成以上。尤其是 10 月以来，随着厦金“小三通”航线航班班次增加、海峡文博会等文化活动以及人员交流日盛，客流量迅猛增长，10 月日均客流近 4000 人次，环比 9 月增长超 25%，其中 10 月 20 日，厦金“小三通”客运航线单日查验出入境人员超 5100 人次，创 2023 年复航以来新高。

(环球旅讯，2024 年 11 月 11 日)

## 3.4 免税：海南旅游文化推介活动亮相天津，上海离岸贸易

### 印花税优惠政策半年减税逾 9600 万元

#### 3.4.1 行业资讯

##### 海南旅游文化推介活动亮相天津 30 条措施推动冬旅“热”起来

由海南省旅游和文化广电体育厅主办的“阳光海南 度假天堂 欢迎您”2024 冬季海南旅游文化推介活动在天津举办。记者从活动现场了解到，海南省推出了旅游行业 30 条暖心服务措施，为游客提供全方位、高质量的旅游度假服务，推动冬季旅游“热”起来。

此次推介会旨在向天津地区和全国旅游界展示海南冬季独特的旅游资源和丰富的文化底蕴，吸引更多游客前往海南度假旅游。“30 条暖心服务措施”从公共服务保障以及行业协会、旅文企事业单位措施三大方面，提出探索“轻松游”行李服务托运模式、注重情感关怀服务等多种创新措施。其中，“先行赔付机制”强调“实现 3 分钟受理、30 分钟处置、48 小时办结旅游消费投诉”，该措施荣获文旅部创新案例，彰显了海南旅游服务质量的持续提升。

会上，海南省旅游和文化广电体育厅二级巡视员邹贤锋推荐了冬季到海南的 8 种玩法，包括滨海度假游、康养旅游、秘境雨林游、环岛自驾游、主题乐园游、航空航天研学游、演艺赛事游、免税购物游等。值得一提的是，海南在会上还宣布了一系列即将在冬季举办的演艺赛事活动，如查理·普斯(Charlie Puth)世界巡回演唱会亚洲首站(海口站)、三亚亚洲湾芒禾音乐节、第十二届全国少数民族传统体育运动会等，将为游客带来精彩纷呈的旅文体盛宴。

推介会上，海南各市县旅文局代表、景区负责人、酒店经理、旅游企业代表也分别上台，通过视频展示与现场讲解相结合的方式，向与会嘉宾呈现了各自独特的旅游资源。

海南省旅游和文化广电体育厅代表表示，将继续加强与各地旅游部门的合作与交流，共同推动旅游业的繁荣发展，为游客提供更加优质、便捷的旅游服务。

(中国新闻网，2024 年 11 月 15 日)

##### 上海离岸贸易印花税优惠政策半年减税逾 9600 万元

中国国家税务总局上海市税务局 15 日发布消息称，离岸贸易印花税优惠政策在中国(上海)自由贸易试验区及临港新片区正式试点满半年。数据显示，2024 年第二、三季度，离岸贸易印花税优惠政策共惠及 325 户企业，减免税额逾 9600 万元(人民币，下同)，展现出良好的政策释放效应。

2024 年 4 月 1 日起，离岸贸易印花税优惠政策在上海自贸试验区及临港新片区正式试点。这是中国针对离岸业务发布实施的第一条税收优惠政策，在上海先行先试意味着中国对

离岸税制的探索和实践迈出了实质性的第一步。

注册在临港新片区的上海期弘国际贸易有限公司，是中国国内领先的有色金属大宗商品贸易企业。数据显示，期弘国际第三季度实现离岸转手买卖 18 亿元的交易规模，环比增长超 150%。“离岸贸易印花税优惠政策为我们企业不断创新交易模式和盈利模式提供了有力支持，也有利于我们在国际市场拓展中保持竞争力。”上海期弘国际贸易有限公司总经理李志华说。

国家税务总局上海市税务局有关负责人表示，上海市税务部门将积极发挥税收职能作用，持续抓好政策落实“最后一公里”。同时，做好政策试点过程中问题、诉求的收集研究，为离岸税制改革积累更多可复制可推广的“上海经验”。

(中国新闻网，2024 年 11 月 15 日)

## 3.5 餐饮：10 月餐饮收入 4952 亿元，一批现制养生茶饮

### 品牌正逐渐走红

#### 3.5.1 行业资讯

##### 养生风潮下，一批现制养生茶饮品牌正逐渐走红

近日，红餐产业研究院发布《现制养生茶饮发展报告 2024》（以下简称《报告》）。《报告》指出，自 2023 年下半年以来，“养生茶饮”相关话题在各大社交和媒体平台的关注度、搜索指数显著上升。

具体来看，截至 2024 年 11 月，“养生茶”话题在抖音平台的播放量已超过 63 亿次；小红书平台上，“乌梅汤 2.0 版”相关的笔记数也已超过 29 万篇；“养生茶”等单个话题阅读量在微博平台更是超 6 千万次。

随着现制养生茶饮赛道的持续升温，吸引了不少创业者入局，一批主打“中药奶茶”的专卖新茶饮店开始走向消费者视野，比如椿风、荷田水铺、青楠五味茶、茯苓记、陆黎开了个方子等等。

部分现制养生茶饮品牌更是在进一年多的时间里跑出规模。比如创立于 2023 年的陆黎开了个方子，目前其全国门店数超过了 160 家。而创立于 2020 年的荷田水铺和青楠五味茶，目前其门店数也分别超过了 90 家和 70 家。

从门店装修风格来看，这一批现制养生茶饮品牌的门店装修大都主打新中式风格，与品牌主打药食同源的产品特色相得益彰，同时也凸显了传统中医药文化的独特魅力。

从产品方面来看，这一批现制养生茶饮品牌多以“药食同源”食材为原材料的特色产品为主打，同时在产品名称或分类上标注较为醒目的调理/养生功能，突出产品的健康属性与

功能属性。

甚至还有品牌在门店内设有药食同源展示区，并通过现煮现熬的方式，与产品的健康属性和价值感相呼应。

《报告》还总结了现制养生茶饮走红的三大驱动因素：

首先，政策支持给现制养生茶饮赛道带来发展机遇；

其次，Z 世代对于养生的需求日益高涨；

最后，在市场竞争及资本的助推下，更细分的养生茶饮受到青睐。

企查查数据显示，截至今年 11 月，全国养生茶饮相关的企业注册量是去年同期的 6.1 倍，而养生茶饮相关的企业存量同比增长 44.4%。具体来看，在全国各区域分布上，现制养生茶饮门店数在华东和华南地区占比最高，分别达到 33.9%、24.8%；再细化到全国省级行政区层面，广东、山东和江苏的现制茶饮门店数占据前三，门店数占比分别为 16.9%、7.4% 和 6.3%。

不过，值得一提的是，《报告》还指出，现阶段消费者对现制养生茶饮还是存在消费顾虑。比如，担心口感不好而踩雷，或不确定是否符合自身体质，或担心有副作用等等。并建议现制养生茶饮赛道要实现持续健康发展，餐企应加大专业人才培养力度，对产品口味持续创新，并进行严格的产品测试切实保障消费者安全。

(红餐网，2024 年 11 月 15 日)

### Tims 天好中国披露三季度报：加盟店数量占比已攀升至 40%

11 月 12 日晚间，连锁咖啡品牌 Tims 天好咖啡母公司 Tim Hortons 中国（以下简称 Tims 天好中国）披露了 2024 年第三季度财报。财报显示，第三季度，Tims 天好中国营业收入为 3.6 亿元，同比下降 17.1%，营业亏损为 5592 万元，较上年同期亏损明显收窄。

《每日经济新闻》记者注意到，导致 Tims 天好中国第三季度营收下滑的关键则是自营门店的销售额下滑，无论是订单量还是平均订单金额均下滑明显。今年以来，其自营门店的同店销售额持续下滑，而这也是包括星巴克、瑞幸等连锁咖啡企业所共同面临的一大难题。

为此，Tims 天好中国也在寻找改变的策略：其一是降本增效，第三季度盈利能力提升方面也表现明显，自营门店经调整后 EBITDA（税息折旧及摊销前利润）率为 13.3%，创季度历史新高，公司整体经调整后 EBITDA 也连续两个季度转正；其二则是发力加盟模式，第三季度新增 49 家门店均是加盟店，截至三季度末，加盟店数量占比已经在 40% 左右。

自营门店同店销售额继续下滑，但盈利能力提升

从拓店情况来看，第三季度净增加门店数量为 39 家，其中关闭了 10 家自营门店，新开了 49 家加盟店，三季度末的总门店数量为 946 家。

值得一提的是，第三季度净增门店数据较第一、第二季度的个位数有明显提升。10月下旬，Tims 天好中国 CEO 卢永臣在接受《每日经济新闻》记者采访时也曾表示，一、二季度门店的个位数净增长是主动调整的结果，上半年调整基本完成，从第三季度开始门店净增长速度将回归稳定。

在 Tims 天好中国的门店结构中，自营门店数量仍占主导地位。财报显示，截至第三季度末，自营门店占比为 60%。第三季度，自营门店的营业收入为约 3 亿元，占总营业收入的比重也在 80%以上。

由此，自营门店的营收水平及盈利能力也将一定程度影响到公司整体的业绩。在公司整体营收下滑的情况下，第三季度，自营门店的营业收入同比下滑了 22.9%。对于原因，Tims 天好中国称，一方面一部分表现不佳的自营门店关闭，另一方面自营门店的同店销售额下滑。

《每日经济新闻》记者注意到，第三季度，Tims 天好中国自营门店的订单量及平均订单金额也有一定幅度的下降，同店销售额则同比下滑了 20%，这已经是其第三个季度下滑。今年以来，由于价格战等因素影响，同店销售额下滑成为了几乎每一个连锁咖啡品牌都逃不过的挑战，包括此前星巴克及瑞幸披露的最新财报中均显示，自营门店同店销售额仍在继续下滑。

不过，第三季度，在一系列降本增效的措施之下，Tims 天好中国自营门店盈利能力改善明显，经调整后 EBITDA 为 3992 万元，同比增长 37.6%，经调整后 EBITDA 率为 13.3%，创季度历史新高。由此也带动 Tims 天好中国第三季度调整后公司 EBITDA 为 200 万元，实现了连续两个季度转正。

截至第三季度末，加盟店占比已约为 40%

“首先，Tims 天好中国将致力于为客户提供巨大价值和差异化产品来继续区别于竞争对手，避免直接参与正在进行的价格战；其次，我们同样致力于追求资本效率的增长，特别是通过部署经过验证的小型店和进一步扩大我们的加盟网络。”昨日晚间，卢永臣在财报电话会上如此表示。

可以看到，加盟模式是 Tims 天好中国接下来将会关注的重点之一。回顾来看，Tims 天好中国自 2019 年进入中国市场，此前一直采用直营模式，去年 9 月开始在部分城市逐步开放单店加盟，加盟店型为捷枫店，今年 5 月则正式在全国范围内开放单店加盟（特殊区域除外）。

根据最新财报，截至第三季度末，Tims 天好中国的加盟门店占比已经逐渐攀升至 40% 左右，其中单店加盟已开业门店总数量为 43 家，覆盖省份达到 13 个。同时，截至三季度末，公司共收到超 5000 份申请，94 家门店已签约。

此前，在自营门店的开店速度上，对比其他连锁咖啡品牌，Tims 天好中国就显得较为稳健，而在加盟门店的拓店上，其仍然谨慎。

“我们在选择合适的合作伙伴和地点时都非常谨慎，这两点都是成功经营一家加盟店的关键因素。”卢永臣在昨日晚间的电话会议上称：“我们正在使用第三方部门来进行背景调

查，我们非常仔细地采访了申请人，了解他们的经验，并愿意看看他们是否合适。此外，我们还使用了网络规划团队和房地产团队来审查他们的地点。”

有投资者在财报电话会上还问及单店加盟的资金准备和回报周期。Tims 天好中国首席财务官李东回应称，目前一个典型店铺的资本支出约为 45 万元至 50 万元，约为 7 万美元，回报期在两至三年内。

(红餐网，2024 年 11 月 14 日)

## 3.6 教培：教育适配产业发展，王光彦访问新加坡教育部并

### 签署有关行动计划

#### 3.6.1 行业资讯

##### 教育适配产业发展，产业助推教育提升

2023 年 7 月，中国中车牵头成立首个国家级行业共同体——国家轨道交通装备行业产教融合共同体，现由中国中车集团及 58 家产业链企业、9 所普通高校、38 所职业院校，共 106 家理事单位组成。一年多来，共同体聚焦职业教育“五金”新基建，先行先试、边破边立，探索形成以“同心同向、共创共赢”为价值观，以打基础、提能力、树标杆“三步走”为实施方略，以教材开发、实训基地建设、随企出海“品字形”工作布局为重点突破的“双同双共、三步一品”行业共同体建设模式，为轨道交通装备行业加快发展新质生产力奠定了人才根基。

以“同心同向、共创共赢”价值观引导校企合作

推进共同体建设，必须大力弘扬“同心同向、共创共赢”的价值观——“同心”就是坚守“为党育人、为国育才”初心理念，“同向”就是明晰“培育行业新质生产力、支撑行业高质量发展”目标方向，“共创”就是构筑“共同参与、共同建设”合作格局，“共赢”就是形成“成果共用、利益共享”激励循环。

轨道交通装备行业产教融合共同体以轨道交通装备行业加快发展新质生产力、加快实现深度转型升级和全要素生产率提升为引领，强化企业战略需求导向，发挥市场机制激励作用，畅通教育、科技、人才的良性循环，驱动院校人才培养与企业人才需求精准对接、技术协同创新支撑高水平科技自立自强。

一年多来，共同体多次召开会议，组织引导校企成员单位统一思想、凝聚共识，提高站位、深化合作。中国中车开放所属企业的国家级、中央企业级爱国主义教育基地资源，设立共同体首批 11 个思政育人实践教学基地，用心用情讲好“红色中车故事”，传承红色文化和高铁工匠精神，充分展示中车人百余年来红色基因传承对我国轨道交通装备现代化乃至整

个中国工业文明发展的重大推动作用。开放 6000 余名集团级专家和大国工匠人才库，组织首批 400 余名专家参与院校教学、兼任产业教授，为打造“双师型”教师团队、提升院校师资能力、培养输出高质量毕业生提供了有力保障。依托所属常州铁道高等职业技术学校的世界技能大赛实训基地，以“火车头”计划为载体，组织职业院校教师到中车生产一线和技能大师工作室进行企业实践，提升优秀教师赋能企业、反哺职教的能力。开放 32 个国家级研究机构和 18 个海外研发中心，全力支持共同体内企业和院校开展跨学科、跨领域、跨专业协同攻关，联合普通高校、职业院校开展人工智能、先进制造、高速磁浮等领域前瞻性研究合作，深入推进轨道交通装备领域应用性研究合作，促进专业链对接产业链，推动行业技术进步和创新发展。

以“三步走”方略建立行业共同体运行“六大机制”

“第一年打基础、建机制，第二年强功能、出成果，第三年促创新、树标杆”，轨道交通装备行业产教融合共同体按照“三步走”实施方略，扎实有序推进工作。成立一年多来，重点建立“组织领导、日常推进、分工落实、调研交流、制度保障、信息平台”六大机制。

成立中国中车集团推进共同体建设领导小组和工作组，党委书记、董事长孙永才任领导小组组长，党委副书记、董事王铵同志任领导小组副组长和工作组组长，定期听取工作汇报、协调成员单位。成立工作组办公室，承担共同体秘书处日常工作，集团给予专项经费支持，形成了共同体建设日常推进机制。在常务理事会秘书处下设综合管理、能力建设、人才培养、科技创新、国际交流 5 个职能部门，分别由有关院校和企业成员单位牵头负责，形成了共同体建设分工落实机制。

秘书处充分发挥对中车所属企业的纵向推动作用和对校企成员单位的横向协调作用，上门了解需求、促进对接，一年内走访了大部分校企成员单位，形成共同体建设调研交流机制。制定了共同体实训基地共建共享、职业教育随企出海、课程互选学分互认等 10 项制度指引，形成共同体建设制度保障机制。开发建设共同体信息服务平台，为校企合作画像，汇聚人才、课程、实训等资源，强化各类合作项目信息化管理、可视化呈现，重点任务在线跟踪、督促落实，形成共同体建设信息平台机制。

以“品字形”工作布局打造行业共同体标杆示范

共同体提出，课程教材联合开发、实训基地共建共享和职业教育随企出海是当前重点推进的“品字形”三大工作。要以“品字形”工作布局突破为重点，努力打造行业产教融合共同体标杆示范。

在联合开发教材方面，组建 10 个校企团队，联合开发行业 11 门一流核心课程和 4 门实践项目课程。建立健全课程联合开发激励保障机制，明确企业人员参与教材开发的成果等同学术著作，作为评审专家人才和职称的资格条件，与院校同等标准依法依规领取稿酬，企业和院校共享著作版权。

在共建实训基地方面，发挥大连、株洲、常州、唐山、青岛等中车产业地区集聚优势，聚合重点地区院校优势，打造国际化、高水平、综合性轨道交通装备产教融合实习实训基地

和专业性实习实训基地。中车向共同体院校开放具有代表性的生产线和 218 个技能大师工作室，承接 4000 余名院校学生到生产现场实训实习；与院校合作开发最新的整车教学实训装备 10 余套，有力提升了职业院校实训教学能力。

在推动教随产出方面，聚焦复合型国际化人才和海外本地化轨道交通技术技能人才培养，发挥院校教学优势和中车所属企业海外项目资源优势，积极推进教随产出、校企同行。推动中车株机公司与大连交通大学、湖南铁道职业技术学院，中车浦镇公司与南京铁道职业技术学院，在墨西哥地铁等项目开展全专业技术技能人才培养储备合作。湖南铁道职业技术学院与马来西亚中车轨道交通装备有限公司、墨西哥轨道交通装备有限公司等共建“高铁工坊”，探索职业教育随企出海新机制新模式。柳州铁道职业技术学院与中车株机公司联合编写马来西亚东马铁路相关技术标准、运维规程、管理制度，助推中国轨道交通装备技术和标准“走出去”。配套中老铁路，昆明铁道职业技术学院参建的“援老挝铁道职业技术学院”是“一带一路”标志性示范工程、中老友谊标志性工程，今年实现了第一批招生，招生数量和质量比肩老挝一流大学。截至目前，共同体院校已累计为中车海外项目开展线上线下超过 6000 人天的技能培训，为雅万高铁、中老铁路等“一带一路”重大项目培养本地化员工 4300 余名。

中车将持续深入落实全国教育大会精神，建立健全共同体更加科学规范的工作机制和制度体系，压茬推进“三步走”实施方略，高效推动教育适配产业发展、产业助推教育提升、校企协同培养行业高素质技术技能人才，努力发挥先行先试、示范引领作用，加快开创行业人才培养、科技创新和新质生产力发展新局面。

(中国教育新闻网，2024 年 11 月 12 日)

### 王光彦访问新加坡教育部并签署有关行动计划

11 月 11 日，教育部副部长王光彦在新加坡参加中新双边合作机制会议期间，与新加坡教育部常任秘书林宛蓉举行会谈，围绕落实两国领导人共识和两国教育部谅解备忘录，签署《中华人民共和国教育部和新加坡教育部关于高校合作的行动计划》《中华人民共和国教育部和新加坡教育部关于教育技术合作的行动计划》。

王光彦介绍了全国教育大会和教育强国建设情况，积极评价两国教育合作成效，期待进一步加强高校人才培养、科研创新和成果转移转化合作，深化数字教育、职业教育合作，促进青少年交流，助推两国全方位高质量的前瞻性伙伴关系。

林宛蓉表示，新中教育合作基础深厚、领域广泛，愿加强政策沟通，完善合作机制，拓展合作领域，推动双方合作取得务实成果。

(中国教育新闻网，2024 年 11 月 14 日)

## 3.7 会展：长征火箭家族“生力军”亮相航展，第 15 届广州演艺交易会开幕

### 3.7.1 行业资讯

#### 长征火箭家族“生力军”亮相航展，披露——重型可重复使用火箭拟 2030 年前后首飞

第十五届中国航展现场，新一代运载火箭集中亮相：既有面向商业航天市场的“新质火箭”长征六号丙和我国首型 3.8 米直径运载火箭长征十二号，也有未来中低轨主力新型火箭长征八号甲运载火箭，更有两级完全重复使用构型的重型运载火箭长征九号。

#### 长征六号丙：“大”“重”“简”的新质火箭

今年 5 月 7 日，长征六号丙运载火箭（CZ-6C）在太原卫星发射中心成功首飞。说到这款面向商业发射市场、加快适应生产力变革的新一代液体运载火箭，不得不提它的三大特点：“结构简”——单芯级两级构型，“承载重”——500 公里太阳同步轨道运载能力约 2.4 吨，“适配大”——可适配最大规格为 4.2 米的卫星整流罩。全箭总长约 43 米，起飞重量约 215 吨。

作为一枚“新质火箭”，长征六号丙拥有“国内首次应用自适应增广控制技术，新研轻质化贮箱，全箭产品化率达 95%”的新优势，以及“数值仿真优化流程，比传统研制周期缩短了 30%”的新速度，任务适应性和市场竞争力进一步提高。

#### 长征八号甲：未来中低轨主力火箭研制中

长征八号甲运载火箭作为中型液体运载火箭，目前正在紧锣密鼓研制中，其 700 公里太阳同步轨道运载能力达到 7 吨级，适配 4.2 米、5.2 米两种直径整流罩，具有性能先进、低成本、高可靠、快速发射等特点，是我国未来中低轨主力火箭之一。值得一提的是，长征八号甲运载火箭合练箭已于今年 9 月 4 日在海南商业航天发射场一号发射工位顺利完成发射场合练任务，计划于 2025 年 1 月首飞。

中国火箭公司还表示，目前长征八号甲运载火箭拥有海南发射场专属商业发射工位，700 公里 SSO 运载能力的“长八甲”即将在文昌商业航天发射场 1 号工位完成首飞。届时，公司将具备“固液结合、海陆双发”的商业火箭一体化产业链能力。

#### 长征十二号：首型 3.8 米直径运载火箭拟近期首飞

计划近期在海南文昌我国首个商业发射场完成首飞任务的长征十二号运载火箭（CZ-12），是我国首型 3.8 米直径单芯级液体运载火箭。该箭采用两级构型，近地轨道运载能力不小于 12 吨、700 公里太阳同步轨道运载能力不小于 6 吨，整流罩标配 5.2 米和 4.2 米直径，可根据不同任务进行多尺寸适配。

该箭首创的 3.8 米箭体直径设计，综合了我国新一代主力液氧煤油发动机 YF-100 系列

的改进研制情况，以及我国铁路运输能力最大包络边界约束情况，可铁路运输至全国各个发射场，称得上“不畏山海均可抵达”。该箭通过箭体直径与发动机数量的最佳适配，可实现能力拓展和一箭通用，并可为未来重复使用火箭奠定基础。

长征九号:重型运载火箭两级完全重复使用构型首秀

重型运载火箭作为航天领域的重要基石，任务场景广泛，不仅涵盖了深空探测与开发，还涉及大型空间战略基础设施建设等多个领域。航展现场，重型运载火箭长征九号的两级完全重复使用构型首次亮相。

据介绍，我国重型运载火箭研制已形成由三级串联构型、两级串联构型、两级完全重复使用构型组成的系列化型谱，将分两个阶段实现重型运载能力和完全重复使用，覆盖从近地到深空的各类探测任务需求。

其中，在研制第一阶段，将发展通用一子级、一次性二子级、氢氧三子级模块，全箭直径 10 米级，构建重型火箭基本型，地月转移轨道运载能力不小于 50 吨、近地轨道运载能力不小于 100 吨。第二阶段则将开展多适应性二子级研制，构建两级完全重复使用构型，大幅降低进出空间成本、提升进出空间效率，具备大规模航班化空间运输能力，建设世界领先的航天运输系统。最终的目标，是形成两级完全重复使用的构型，对于不同的构型，能够适用于不同的轨道任务的发射需求。

中国航天科技集团一院总体设计部设计师陈子聿告诉记者：“对于一级重复使用的构型，我们大约会在 2030 年完成研制并开展型号的首飞工作。对于两级完全重复使用的构型，我们大约会在 2033 年到 2035 年期间进行首飞。”

(云上岭南，2024 年 11 月 15 日)

### 第 15 届广州演艺交易会开幕，近千部剧目参展

11 月 9 日，第 15 届广州演艺交易会（以下简称“演交会”）在广州大剧院开幕，来自近 10 个国家和地区以及我国 15 个省（区、市）的 100 余家文艺院团、演艺集团、演艺经纪机构的近千部剧目参展。其间，广州论道、主创访谈、项目签约、2025 演艺舞台推介会等活动接连举办，新锐项目、前沿视野、百家观点在此汇聚，掀起年度演艺新浪潮。

本届演交会集中展示受演艺市场青睐的演艺产品，题材新颖、艺术品质高，力求实现演艺资源的市场优化配置。此次参展参会剧目包括优秀舞台剧目和国际经典剧目，类型涵盖歌剧、舞剧、音乐剧、话剧、京剧、地方戏、杂技、木偶、儿童剧等，通过展位展示、现场推介、视频推介等方式，最大限度丰富交易内容，满足演出市场供求双方需求。

其中，本地剧目格外引人注目，包括广东歌舞剧院《人在花间住》、广东粤剧院《白蛇传·情》《张九龄》、广州歌舞剧院《龙舟》《英歌》、广州芭蕾舞剧院《湾区人家》《白蛇传》、广州话剧艺术中心《三家巷》《日出》、广州杂技艺术剧院《天鹅》《站台》、广州

大剧院《雄狮少年》等。

据统计，本届演交会参展剧目近千部。主办方相关负责人表示，希望通过演交会进一步优化演艺资源配置，助力演艺产业高质量发展。

本届演交会还与广东省演出行业协会网络表演（直播）委员会、广州市网络直播行业生态治理基地以及网络平台、MCN 机构合作，通过网络赋能培养出圈演艺人才。

此外，展会期间还举办了第六届文化场馆建设高峰论坛，并公布年度“演艺中国”风云榜领军人物、影响力人物、杰出人物、新锐人物以及金牌演艺制作人、演艺经纪人、网络主播等系列奖项。

（云上岭南，2024 年 11 月 12 日）

### 3.7.2 公司公告

#### 【米奥会展】

浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（以下简称“公司”）首次公开发行股票募集资金投资项目“境外自办展业务升级与扩展项目”已达到预定可使用状态并结项，公司拟将节余募集资金 1,229,491.13 元（含银行存款利息及理财收益，实际金额以资金转出当日专户余额为准）永久性补充流动资金，用于公司的日常经营所需，同时注销相应募集资金专项账户。

## 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	1,437.63	70.72	67.14	55.46	66.08	33.50%	9.17%	13.23%	21	26	22
	王府井	166.51	14.67	7.09	6.50	9.45	264.10%	47.11%	27.04%	23	26	18
人服	科锐国际	45.62	23.18	2.01	2.04	2.86	-31.00%	31.34%	31.82%	23	22	16
	君亭酒店	44.43	22.85	0.31	0.32	0.74	2.60%	306.45%	55.56%	143	139	60
酒店	锦江酒店	263.85	27.02	10.02	12.56	13.84	691.10%	74.25%	9.91%	26	21	19
	首旅酒店	161.68	14.48	7.95	8.87	9.70	237.80%	27.92%	11.90%	20	18	17
	金陵饭店	27.46	7.04	0.60	0.61	0.70	43.03%	73.60%	18.90%	46	45	39
餐饮	华住集团	869.20	27.70	40.85	41.65	44.38	324.30%	7.44%	12.90%	21	21	20
	同庆楼	60.32	23.20	3.04	2.14	3.42	224.90%	35.53%	30.58%	20	28	18
休闲	长白山	103.47	38.80	1.38	1.61	2.09	340.60%	56.52%	25.46%	75	64	50
	宋城演艺	250.73	9.56	-1.10	10.78	12.42	-130.20%	/	19.97%	/	23	20
景区	天目湖	30.58	11.32	1.47	2.97	3.74	623.90%	14.29%	20.24%	21	10	8
	九华旅游	38.24	34.55	1.75	1.77	2.19	1374.90%	15.60%	8.40%	22	22	17

资料来源: Wind, 民生证券研究院预测; 股价为 2024 年 11 月 15 日收盘价, 华住集团股价、总市值货币单位均为港币; 华住集团股价为人民币, 11 月 15 日汇率为 1 人民币=1.0764 港币

## 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 (2024.11.11-2024.11.15) (单位: %) .....	6
图 7: 旅游综合Ⅱ(申万)板块上涨 4.71%, 旅游及景区(申万)板块下跌-8.45% (2024.11.11-2024.11.15) (单位: %) .....	7

## 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-3.52%, 社会服务下跌-2.41% (2024.11.11-2024.11.15) .....	6
表 2: 本周社会服务板块个股涨幅龙虎榜 (A 股) .....	7
表 3: 本周教育板块个股涨幅龙虎榜 (A 股) .....	8
表 4: 本周社会服务板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股) .....	8
表 5: 本周教育板块个股资金净流入龙虎榜 (A 股) .....	9
表 6: 重点公司盈利预测及估值 .....	26

## 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