仅供内部参考，请勿外传

华龙证券 CHINA DRAGON SECURITIES

证券研究报告

零售社服

报告日期：2026 年 10 月 13 日

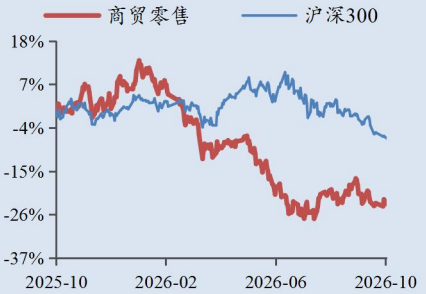
国庆假期出游 8.26 亿人次，关注服务消费龙头

——零售社服行业周报

华龙证券研究所

投资评级：推荐（维持）

最近一年走势



分析师：王芳

执业证书编号：S0230520050001

邮箱：wangf@hlzq.com

相关阅读

《消费复苏分化加剧，服务消费政策积极—零售社服行业 2026 半年报综述》2026.09.29

《服务消费迎政策催化，板块景气度持续修复—零售社服行业 2025 年报和 2026 一季报综述》2026.05.24

摘要：

- 2026.10.8-2026.10.9 申万商贸零售指数上涨 1.66%，相较沪深 300 指数上涨 2.58pct，在申万一级行业里中排第 7。二级子行业涨跌幅分别为，贸易（+3.16%）、一般零售（+2.58%）、专业连锁（+1.38%）、互联网电商（-0.97%）、旅游零售（-1.05%）；个股方面，全通教育（+32.34%）、米奥会展（+24.84%）、学大教育（+19.13%）涨幅居前。申万社会服务指数上涨 0.59%，相较沪深 300 指数上涨 1.52pct，在申万一级行业里中排第 15。二级子行业涨跌幅分别为，教育（+1.17%）、体育（+0.80%）、专业服务（+0.61%）、旅游及景区（+0.45%）、酒店餐饮（-0.22%）；个股方面，天溯计量（+14.57%）、博瑞传播（+6.90%）、华测检测（+6.69%）涨幅居前。
- 2026 年国庆节假期，全国文化和旅游市场平稳有序。经文化和旅游部数据中心测算，国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径（日均）同比 2025 年分别增长 6.3%、4.3%。
- 2026 年 1 月 25 日，国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，提出聚焦重点领域、潜力领域，加快培育服务消费新增长点，促进服务消费提质惠民，培育潜力领域发展动能，增加优质赛事供给，鼓励引进一批国外优秀体育赛事，支持地方举办群众性体育赛事，支持冰雪服务相关消费载体建设。
- 2026 年 9 月，文化和旅游部印发《文化和旅游发展“十五五”规划》，到 2030 年，文化强国、旅游强国建设纵深推进，文化事业、文化产业和旅游业持续繁荣，文化和旅游深度交融、相得益彰，文化赋能、旅游带动作用充分显现，人民精神文化生活更加丰富，中华文化影响力显著增强，国家软实力持续提高。大力发展文化和旅游产业，把文化产业、旅游业培育成为支柱产业、民生产业、幸福产业。我们认为在加快培育服务消费新增长点和文化强国、旅游强国建设的积极政策导向下，社会服务和商贸零售板块有望持续迎来修复，我们维持行业“推荐”评级。建议关注个股：三峡旅游、长白山、科锐国际、力盛体育、小商品城。
- **风险提示：**消费复苏不及预期风险、业绩增速不及预期风险、行业竞争加剧风险、宏观经济政策出台和落地不及预期的风险、新业态转型变革不及预期风险、第三方数据统计偏差风险。

请认真阅读文后免责条款

仅供内部参考，请勿外传

表：重点关注公司及盈利预测

股票代码	股票简称	2026/10/9	EPS（元）				PE				投资评级
		股价（元）	2025A	2026E	2027E	2028E	2025A	2026E	2027E	2028E	
002627.SZ	三峡旅游	6.64	0.09	0.23	0.32	0.40	84.1	28.1	20.9	16.5	未评级
603099.SH	长白山	42.82	0.48	0.59	0.70	0.80	95.1	73.0	60.9	53.5	未评级
300662.SZ	科锐国际	21.91	1.59	1.84	2.16	2.53	15.9	11.9	10.1	8.7	未评级
002858.SZ	力盛体育	11.70	-0.04	0.26	0.41	0.55	--	45.6	28.7	21.6	未评级
600415.SH	小商品城	11.05	0.77	0.91	1.17	1.20	20.8	12.1	9.4	9.2	增持

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（小商品城 2026-2027 盈利预测来源于华龙证券研究所，其他数据来源于 iFinD 一致预期）。

仅供内部参考，请勿外传

内容目录

1 行情回顾 1
2 行业要闻 2
3 重点上市公司公告 3
4 行业数据更新 3
5 行业观点 5

图目录

图 1： 申万一级行业区间涨跌幅一览（%） 1
图 2： 商贸零售个股涨幅前五（%） 1
图 3： 社会服务个股涨幅前五（%） 1
图 4： 中国 CPI 当月同比（%） 4
图 5： 社会消费品零售总额及同比 4
图 6： 中国黄金周接待游客总数（万人次） 4
图 7： 中国黄金周旅游总收入（亿元） 4
图 8： 中国黄金周旅游人均支出（元） 5
图 9： 中国免税销售额（亿元） 5
图 10： 餐饮社零总额及同比 5
图 11： 分地区社零总额累计同比（%） 5

表目录

表 1： 重点关注公司及盈利预测 5

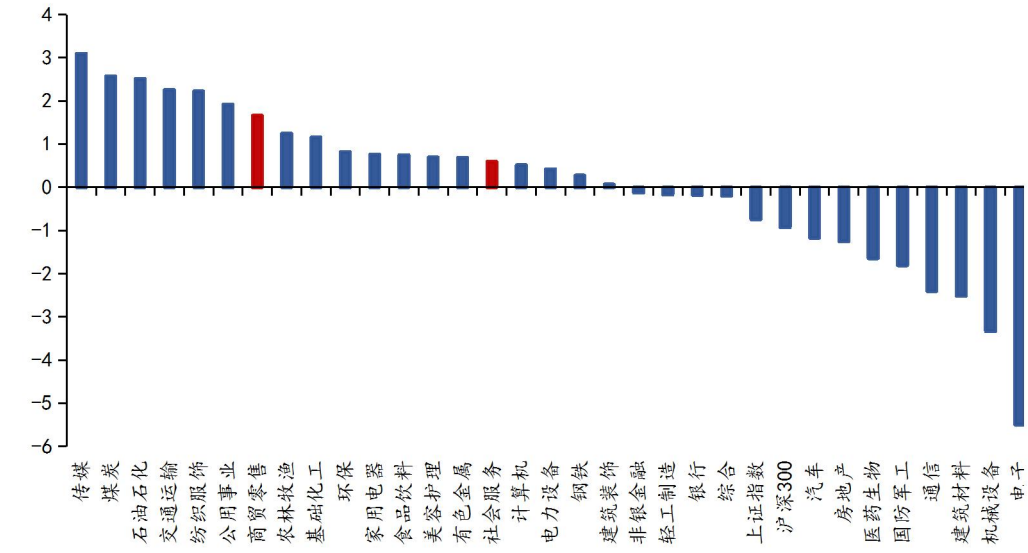
仅供内部参考，请勿外传

1 行情回顾

2026.10.8-2026.10.9 申万商贸零售指数上涨 1.66%，相较沪深 300 指数上涨 2.58pct，在申万一级行业里中排第 7。二级子行业涨跌幅分别为，贸易（+3.16%）、一般零售（+2.58%）、专业连锁（+1.38%）、互联网电商（-0.97%）、旅游零售（-1.05%）；个股方面，全通教育（+32.34%）、米奥会展（+24.84%）、学大教育（+19.13%）涨幅居前。

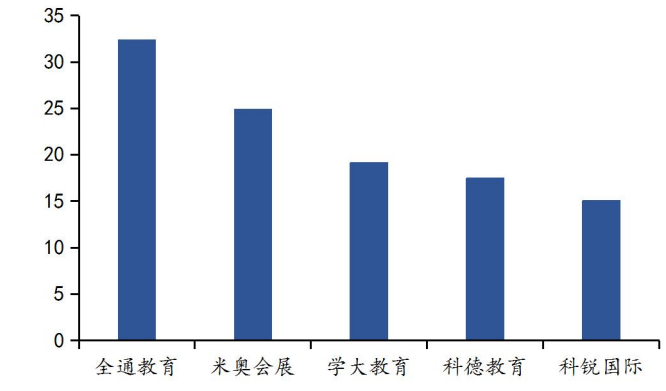
2026.10.8-2026.10.9 申万社会服务指数上涨 0.59%，相较沪深 300 指数上涨 1.52pct，在申万一级行业里中排第 15。二级子行业涨跌幅分别为，教育（+1.17%）、体育（+0.80%）、专业服务（+0.61%）、旅游及景区（+0.45%）、酒店餐饮（-0.22%）；个股方面，天溯计量（+14.57%）、博瑞传播（+6.90%）、华测检测（+6.69%）涨幅居前。

图 1：申万一级行业区间涨跌幅一览（%）



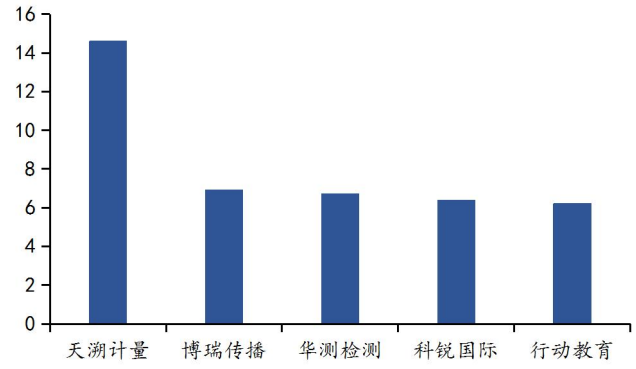
数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 2：商贸零售个股涨幅前五（%）



数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 3：社会服务个股涨幅前五（%）



数据来源：Wind、华龙证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

2 行业要闻

【2026 年国庆节假期国内出游 8.26 亿人次】

2026 年国庆节假期，全国文化和旅游市场平稳有序。经文化和旅游部数据中心测算，国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径（日均）同比 2025 年分别增长 6.3%、4.3%。

产品供给丰富多元。红色旅游备受青睐，40%的游客参观革命场馆、观看升旗仪式和爱国主义演出等活动。乡村旅游热度攀升，赏秋观景、非遗体验、农耕采摘、乡村夜游、篝火市集、稻田音乐会等广受欢迎。演出市场火热，全国举办大型演出 180 场次，其中演唱会 125 场次、音乐节 55 场次。

惠民措施激发活力。全国国庆文化和旅游消费月期间，各地举办各种各样吸引游客的文旅活动，发放超 3.1 亿元消费补贴，持续释放消费动能。夜间文旅经济蓬勃发展，各地集中推出夜间演艺、国风古镇夜游、光影秀等活动，打造全时全域消费场景。国家级夜间文化和旅游消费集聚区累计夜间客流量 1.07 亿人次，同比增长 5.6%。入境旅游市场活跃，全国共接待入境游客 298.3 万人次，按可比口径（日均）同比 2024 年、2025 年分别增长 19.0%、6.5%。

融合赋能提升体验。文商旅体深度融合，“跟着赛事去旅行”持续升温，“苏超”“东北超”“村 BA”等群众赛事活动有力拉动客运、餐饮、住宿业等经济增长。强化科技赋能，数字展陈、VR/AR 体验、AI 伴游等项目丰富游览体验，大数据监测、AI 调度等智慧管理保障市场安全有序。（来源：文旅部）

【绍兴古越龙山“古城醉金秋”文商旅促消费活动引客流超 245 万人次】

10 月 12 日，古越龙山方面披露，“古城醉金秋”文商旅促消费活动于 9 月 24 日开启、10 月 7 日收官，为期 14 天。活动采用“1+4+4”模式，以城市广场为主会场，联动迎恩门风情水街、黄酒小镇、中国黄酒博物馆、苏宁广场四大分会场，累计推出近 400 场活动，吸引客流超 245 万人次。

作为绍兴黄酒的代表性企业，古越龙山将品牌营销与城市文旅消费深度绑定。此次活动的空间布局覆盖城市广场、历史水街、产业小镇、专业博物馆与商业综合体，既借助黄酒的文化符号串联起绍兴的古城气质，也通过近 400 场密集活动把单一品牌的促销转化为全城联动的消费场景。中国黄酒博物馆体验中心在双节期间营收同比增长 20.9%，印证了“文化体验+消费转化”路径的有效性。（来源：迈点网）

【第二十八届哈尔滨冰雪大世界官宣 园区面积扩至 125 万平方米】

10 月 12 日，“冰雪之冠 龙江有约”黑龙江省冰雪旅游发展促进会 2026—2027 冰雪季推介会暨启动仪式在广州举行。活动中，第二十八届哈尔滨冰雪大世界首次官宣，今冬将扩大园区规模、丰富冰雪景观、升级游乐体验、上新演艺活动、落地体育赛事。

第二十八届哈尔滨冰雪大世界园区占地面积将扩至 125 万平方米，创

仅供内部参考，请勿外传

造历届规模新高，总用冰用雪量达 40 万立方米，围绕冰雪景观、游乐体验、演艺活动、冰雪赛事、主题 IP、配套服务六大板块打造。（来源：迈点网）

【国庆假期峨眉山景区接待游客 34.43 万人次 门票收入 2205.95 万元】

2026 年国庆假期，峨眉山景区依托世界文化与自然双遗产资源禀赋，围绕文旅融合推出场景营造、业态升级、文博体验、研学活动和便民服务，假日旅游供给品质进一步提升。据统计，景区累计接待游客 34.43 万人次，同比增长 10.01%；实现门票收入 2205.95 万元，同比增长 4.51%，客流量与经营收入保持同步上行。（来源：迈点网）

【商务部等 7 部门关于实施品质电商“五优”行动的通知】

10 月 10 日，中国商务部官网发布《商务部等 7 部门关于实施品质电商“五优”行动的通知》。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，按照《提振消费专项行动方案》要求，大力培育品质电商，制定该方案。通知提出打造线上线下融合品质消费场景。支持电商平台、品牌商与商业综合体、商业街区合作，利用人工智能等新技术新手段，建设集展示、体验、交易、服务于一体的品质消费体验中心，增强消费者对品质差异的直观感知。通知鼓励线上品牌商到线下开设实体店，发展线上线下一体化运营模式。（来源：商务部、赢商网）

3 重点上市公司公告

【行动教育发布投资者关系活动记录表】

当前公司战略重心主要聚焦于内生增长:一方面持续推进“百校计划”，加速全国化布局；另一方面深化“AI 赋能”战略，以科技驱动产品与服务升级。关于新设分校的标准化复制与成本管控，公司“百校计划”主要采取轻资产模式推进，通过复制成熟运营体系和标准化管理体系降低边际成本。从 2026 年半年报看，在业务规模扩大的同时，公司管理费用率同比下降，销售费用率基本稳定，AI 工具也逐步赋能营销、教学、运营全流程，全员劳动生产率持续提升。

4 行业数据更新

CPI：2026 年 8 月份，全国居民消费价格同比上涨 0.8%。其中，城市上涨 0.8%，农村上涨 0.7%；食品价格下降 1.4%，非食品价格上涨 1.2%；消费品价格上涨 0.8%，服务价格上涨 0.8%。1—8 月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨 0.9%。8 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.4%。其中，城市上涨 0.4%，农村上涨 0.4%；食品价格上涨 0.4%，非食品价格上涨 0.3%；消费品价格上涨 0.6%，服务价格上涨 0.1%。

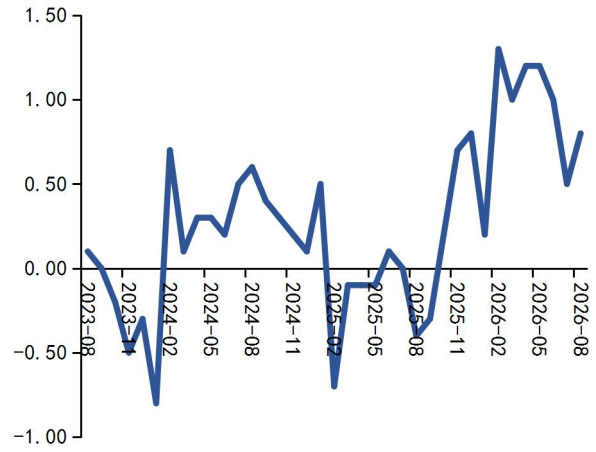
社零：1—8 月份，社会消费品零售总额 327569 亿元，同比增长 1.1%。其中，除汽车以外的消费品零售额 301764 亿元，增长 2.7%。8 月份，社会消费品零售总额 39824 亿元，同比增长 0.4%。其中，除汽车以外的消费品零售额 36545 亿元，增长 2.5%。按经营单位所在地分，1—8 月份，城镇消费品零售额 283743 亿元，同比增长 1.0%；乡村消费品零售额 43826 亿元，增长 2.3%。8 月份，城镇消费品零售额 34457 亿元，同比增长 0.2%；乡村消费品零售额 5367 亿元，增长 1.6%。按消费类型分，1—8 月份，商

仅供内部参考，请勿外传

品零售额 290203 亿元，同比增长 1.0%；餐饮收入 37366 亿元，增长 2.4%。8 月份，商品零售额 35280 亿元，同比增长 0.3%；餐饮收入 4544 亿元，增长 1.1%。

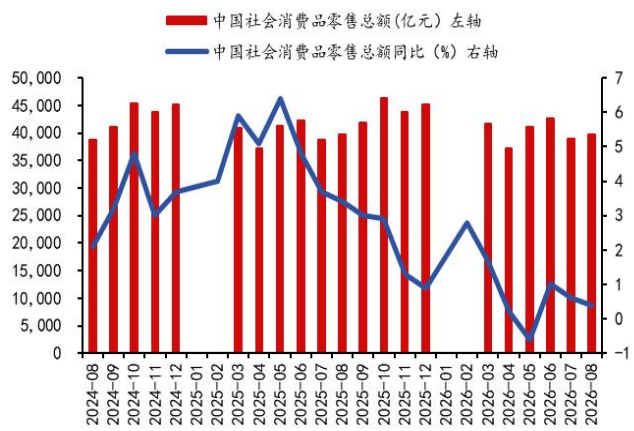
文旅出行：2026 年国庆节假期，全国文化和旅游市场平稳有序。经文化和旅游部数据中心测算，国庆节假期 7 天，全国国内出游 8.26 亿人次，国内出游总花费 7383.75 亿元，按可比口径（日均）同比 2025 年分别增长 6.3%、4.3%。

图 4：中国 CPI 当月同比（%）



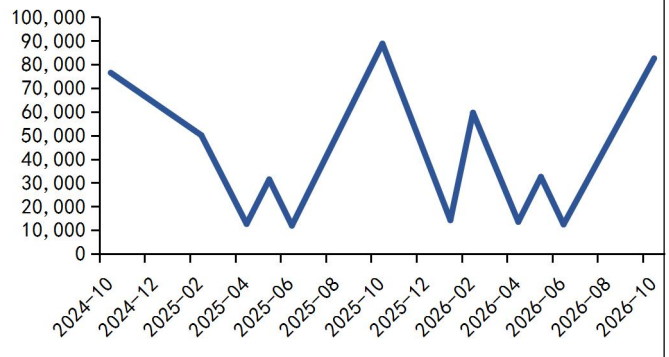
数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 5：社会消费品零售总额及同比



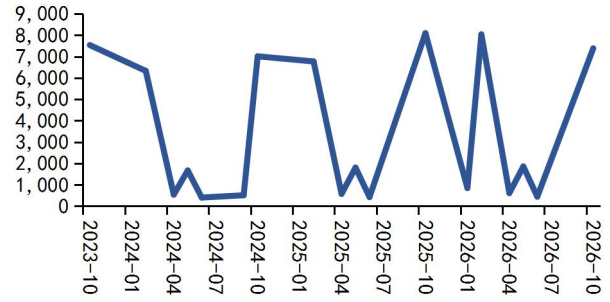
数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 6：中国黄金周接待游客总数（万人次）



数据来源：Wind、华龙证券研究所

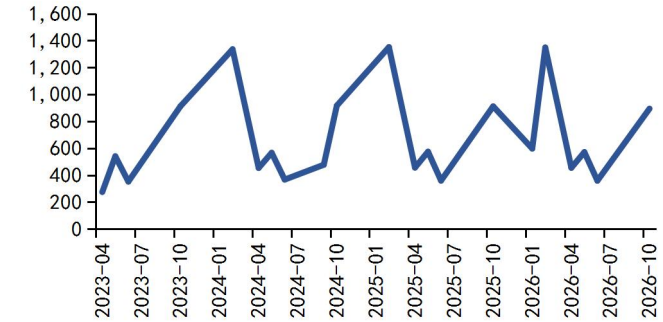
图 7：中国黄金周旅游总收入（亿元）



数据来源：Wind、华龙证券研究所

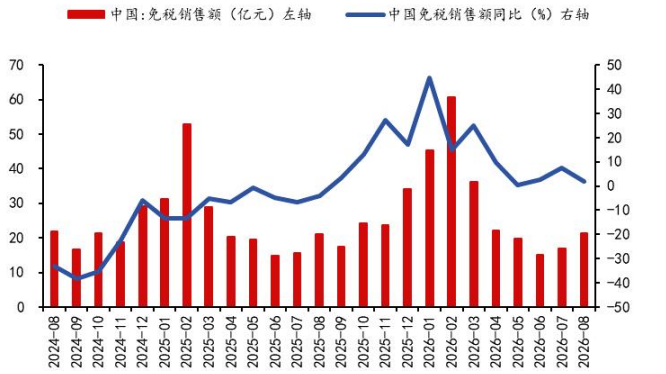
仅供内部参考，请勿外传

图 8：中国黄金周旅游人均支出（元）



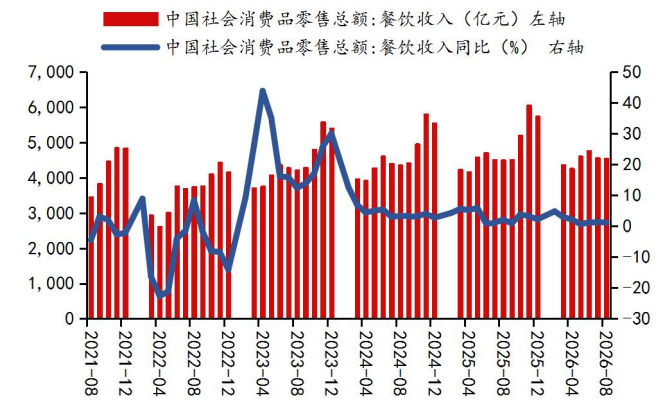
数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 9：中国免税销售额（亿元）



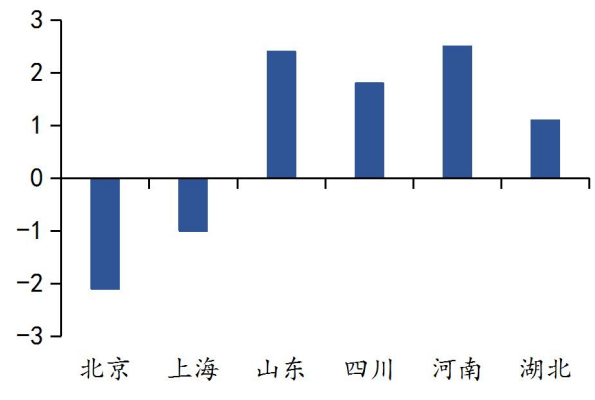
数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 10：餐饮社零总额及同比



数据来源：Wind、华龙证券研究所

图 11：分地区社零总额累计同比（%）



数据来源：Wind、华龙证券研究所

5 行业观点

2026 年 1 月 25 日，国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，提出聚焦重点领域、潜力领域，加快培育服务消费新增长点，促进服务消费提质惠民，培育潜力领域发展动能，增加优质赛事供给，鼓励引进一批国外优秀体育赛事，支持地方举办群众性体育赛事，支持冰雪服务相关消费载体建设。

2026 年 9 月，文化和旅游部印发《文化和旅游发展“十五五”规划》，到 2030 年，文化强国、旅游强国建设纵深推进，文化事业、文化产业和旅游业持续繁荣，文化和旅游深度交融、相得益彰，文化赋能、旅游带动作用充分显现，人民精神文化生活更加丰富，中华文化影响力显著增强，国家软实力持续提高。大力发展文化和旅游产业，把文化产业、旅游业培育成为支柱产业、民生产业、幸福产业。我们认为在加快培育服务消费新增长点和文化强国、旅游强国建设的积极政策导向下，社会服务和商贸零售板块有望持续迎来修复，我们维持行业“推荐”评级。建议关注个股：三峡旅游、长白山、科锐国际、力盛体育、小商品城。

表 1：重点关注公司及盈利预测

仅供内部参考，请勿外传

股票代码	股票简称	2026/10/9	EPS（元）				PE				投资评级
		股价（元）	2025A	2026E	2027E	2028E	2025A	2026E	2027E	2028E	
002627.SZ	三峡旅游	6.64	0.09	0.23	0.32	0.40	84.1	28.1	20.9	16.5	未评级
603099.SH	长白山	42.82	0.48	0.59	0.70	0.80	95.1	73.0	60.9	53.5	未评级
300662.SZ	科锐国际	21.91	1.59	1.84	2.16	2.53	15.9	11.9	10.1	8.7	未评级
002858.SZ	力盛体育	11.70	-0.04	0.26	0.41	0.55	--	45.6	28.7	21.6	未评级
600415.SH	小商品城	11.05	0.77	0.91	1.17	1.20	20.8	12.1	9.4	9.2	增持

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（小商品城 2026-2027 盈利预测来源于华龙证券研究所，其他数据来源于 iFinD 一致预期）。

6 风险提示

消费复苏不及预期风险。消费受宏观经济环境、居民人均可支配收入、就业率等因素影响，未来若消费复苏不及预期，对企业收入和利润造成压制。

业绩增速不及预期风险。公司营业收入增速和成本变化，费用率的变化均存在不确定性，若需求减弱、成本上升、费用率上行，可能对公司业绩增速产生不利影响。

行业竞争加剧风险。当前行业竞争激烈，未来若竞争进一步加剧，造成企业之间价格战等情况，对公司发展经营产生不利影响。

宏观经济政策出台和落地不及预期的风险。行业的发展与宏观经济息息相关，若后续增量政策的出台和政策落地不及预期，或对行业发展产生不利影响。

新业态转型变革不及预期风险。当前线下商超等零售企业积极转型变革，若调改后客流量仍不及预期，可能对公司业绩产生不利影响。

第三方数据统计偏差风险。本报告部分数据引自第三方平台，若第三方平台提供的统计数据存在错误，可能会导致本报告中引用和分析的数据错误。



仅供内部参考，请勿外传

免责及评级说明部分

分析师声明：

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观、公正地出具本报告。不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人在预测证券品种的走势或对投资证券的可行性提出建议时，已按要求进行相应的信息披露，在自己所知情的范围内本公司、本人以及财产上的利害关系人与所评价或推荐的证券不存在利害关系。本人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。据此入市，风险自担。

投资评级说明：

投资建议的评级标准	类别	评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后的 6-12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅。其中：A 股市场以沪深 300 指数为基准。	股票评级	买入	股票价格变动相对沪深 300 指数涨幅在 10%以上
		增持	股票价格变动相对沪深 300 指数涨幅在 5%至 10%之间
		中性	股票价格变动相对沪深 300 指数涨跌幅在-5%至 5%之间
		减持	股票价格变动相对沪深 300 指数跌幅在-10%至-5%之间
		卖出	股票价格变动相对沪深 300 指数跌幅在-10%以上
	行业评级	推荐	基本面向好，行业指数领先沪深 300 指数
		中性	基本面稳定，行业指数跟随沪深 300 指数
		回避	基本面向淡，行业指数落后沪深 300 指数

免责声明：

华龙证券股份有限公司（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。

本报告的风险等级评定为 R4，仅供符合本公司投资者适当性管理要求的客户（C4 及以上风险等级）参考使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到报告而视其为当然客户。

本报告信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当日的观点和判断。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，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。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。以往表现并不能指引未来，未来回报并不能得到保证，并存在损失本金的可能。

本报告仅为参考之用，并不构成对具体证券或金融工具在具体价位、具体时点、具体市场表现的投资建议，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。据此投资所造成的任何一切后果或损失，本公司及相关研究人员均不承担任何形式的法律责任。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行证券交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。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。

版权声明：

本报告版权归华龙证券股份有限公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。

华龙证券研究所

北京	兰州	上海	深圳
地址：北京市东城区安定门外大街 189 号天鸿宝景大厦西配楼 F4 层	地址：兰州市城关区东岗西路 638 号文化大厦 21 楼	地址：上海市浦东新区浦东大道 720 号 11 楼	地址：深圳市福田区民田路 178 号华融大厦辅楼 2 层
邮编：100033	邮编：730030	邮编：200000	邮编：518046
	电话：0931-4635761		