

五一消费呈现平稳恢复趋势，促消费举措进一步带动线下消费回暖

零售行业

推荐 维持评级

核心观点:

● 事件

据文旅部测算，五一小长假期间（5月1日-5日）国内旅游接待总人数全国国内旅游出游2.3亿人次，同比增长119.7%，按可比口径恢复至疫前同期的103.2%；实现国内旅游收入1132.3亿元，同比增长138.1%，按可比口径恢复至疫前同期的77%。

猫眼数据显示，截止5日，2021年五一档总票房为16.72亿元（含服务费），较2019年的15.27亿增长9.5%。

商务部全国重点监测省市北京、上海披露五一小长假消费数据。其中，北京重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态百家企业实现销售额45.6亿元，同比增长10.1%，较2019年增长4.2%；全市52个重点商圈客流量同比增长近5成；上海节假日期间（4月30日至5月4日），全市线下发生消费196.5亿元，同比2020年增长30.4%，同比2019年增长9.6%。

据海口海关统计，5月1日至3日，海口海关共监管离岛免税购物金额4.85亿元，购物人次6.54万人次，购物件数72.9万件，同比分别增长215.24%、140.23%和222.79%。

● 分析与判断

对整体零售市场的最新观点：对于零售企业来说，全年70个大中型假期的表现将很大程度上决定全年的增量空间。与本年清明情况对比来看，重点省市的零售消费呈现出平稳恢复趋势。考虑到今年春节提出“就地过年”倡导后，清明系年后第一个小长假，且存在返乡祭祖的传统属性，因此清明小长假更多是补偿性出行，消费娱乐属性较弱；在国内疫情形势保持稳定、疫苗接种率不断提升的前提下，五一小长假中旅游等娱乐性出行与消费表现较好。我们认为当前消费市场环境和政策环境积极乐观，二季度（包含接下来6月12日-14日的端午假期）乃至2021年全年的零售市场增速将呈现企稳向好的迹象。为了合理引导消费市场预期，我们以2019年为基数，预测2021年全年社消增速较或可达到6%-7%。

传统消费市场中的结构性特点：

（一）主题活动等体验式环节为线下商圈带来差异化竞争优势，进一步带动客流及销售回暖

根据各地商务部的数据披露，线下商圈的体验式主题活动逐渐成为吸引客流的核心手段之一，北京市内王府井东方新天地“故宫以东·城市盲盒”数字沉浸体验空间、王府井大街创意mini秀、前门大街国潮京品节、三里屯太古里潮流实验室、国贸商城“买得起艺术周”、华熙LIVE五棵松京“熙”文化节等活动，为王府井、CBD、西直门、亚奥和丽泽等商圈吸引超过百万规模的客流，烟袋斜街、前门、三里屯等9个商圈客流同比增长超1倍；上海市五个新城纷纷推出了休闲、观光、文博等主

分析师

李昂

☎: (8610) 83574538

✉: liang_zb@chinastock.com.cn

分析师登记编码: S0130517040001

甄唯萱

✉: zhenweixuan_yj@chinastock.com.cn

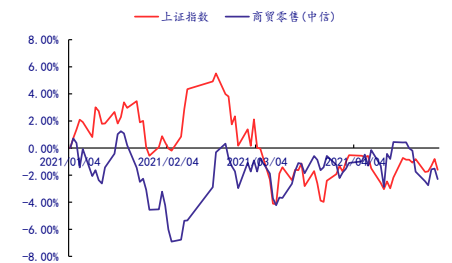
分析师登记编码: S0130520050002

特此鸣谢:

章鹏

行业数据

时间 2021.05.06



资料来源: Wind, 中国银河证券研究院整理

相关研究

【银河零售李昂团队】行业点评-零售行业-一季度社消累计增长33.9%，3月单月改善幅度环比前两月出现进一步扩大

【银河零售轻工李昂团队】行业点评-零售行业-就地过年新形势，消费市场新变化：2021年春节黄金周数据解读-20210217

题活动，带动消费增长，重点监测的10家新城商业企业销售同比增长27.4%，客流同比增长47.5%。重点监测青浦新城、南汇新城、嘉定新城、奉贤新城、松江新城商业企业销售同比分别增长30%、100%、38%、25%、51%，客流同比分别增长38%、80%、37.7%、55%、32%。随着线下商业体的不断发展，单纯依靠入驻品牌、促销折扣等手段对于消费者的吸引程度边际效用递减，主题活动等体验感强、可为消费者带来额外附加值的环节逐步成为引流的关键手段，不同的活动主题不仅可以为商圈带来差异化竞争优势，成为其在举办活动期间特有的文化标签，同时可以联动相关品牌、商品更具针对性的吸引特定的消费者群体到店，提升产生实际消费的可能性。

(二) 消费季促消费政策力度不减，持续带动全渠道、各大类可选消费品增长

除了常用的消费券手段，例如北京市4月28日正式启动2021北京消费季，于五一小长假期间通过京东发放35亿元消费券，覆盖家电、通讯、电脑数码、时尚、美妆、家装、消费品、户外运动、宠物等品类；珠海市4月20日启动“温暖珠海”消费节活动，于4月20日至5月31日期间发放1亿元消费券，覆盖实体店线下消费场景；各地也通过更为全面的购物节、博览会等活动全方位带动全渠道、多品类的消费增长。以商务部2021年全国消费促进月（5月）为主线，主要政策活动包括4月28日北京启动的第三届全国“双品网购节”（品牌消费、品质消费、在线服务、丝路电商）、29日江苏扬州启动的“中华美食荟”（餐饮消费）、5月1日上海启动的第二届“五五购物节”（车展、老字号展、国际美妆节）、7日海口举办的首届中国国际消费品博览会（免税消费）。以上海为例，其“五五购物节”在电子消费券环节之外，加强数字化布局，实现线上线下联动、首发经济驱动等特点，4月30日“上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在上海首发2800多款新品，结合线下的国际美妆节、车展等品类主题活动，节假日期间上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，汽车销售同比增长23.9%。政策类的促消费活动对于渠道的发展更为全面，通常采用线上与线下渠道的联动模式，同时对于商品品类的针对性亦更强，食品餐饮、黄金珠宝、汽车、家具、化妆品等关乎民生、品牌力主导的品类往往成为主题重点，销售增长收益。

● 投资建议

结合五一消费数据来看，我们认为2021年可选渠道的向上恢复弹性空间更大，表现或优于必选消费渠道。在此背景下，我们继续维持2021年年度策略中“数字化”大主题、推荐可选消费的逻辑不变，同时建议关注购百、超市、专业连锁、电商及服务、化妆品板块内的优质标的：天虹百货(002419.SZ)、王府井(600859.SH)、永辉超市(601933.SH)、家家悦(603708.SH)、红旗连锁(002697.SZ)、华致酒行(300755.SZ)、美凯龙(601828.SH)、壹网壹创(300792.SZ)、丽人丽妆(605136.SH)、上海家化(600315.SH)、珀莱雅(603605.SH)、丸美股份(603983.SH)、贝泰妮(300957.SZ)。

● 风险提示

海外疫情持续超预期的风险，消费者信心持续不足的风险。

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。

李昂：现任零售及轻工行业团队负责人。曾任社服行业研究员、商业零售行业主分析师，具备消费产业跨多行业研究经验。

甄唯萱：现任零售及轻工行业分析师。2018年5月加盟银河研究院从事零售行业研究，2020年起增加覆盖轻工制造，擅长深度挖掘公司基本面。

评级标准

行业评级体系

未来6-12个月，行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）相对于基准指数（交易所指数或市场中主要的指数）

推荐：行业指数超越基准指数平均回报20%及以上。

谨慎推荐：行业指数超越基准指数平均回报。

中性：行业指数与基准指数平均回报相当。

回避：行业指数低于基准指数平均回报10%及以上。

公司评级体系

推荐：指未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报20%及以上。

谨慎推荐：指未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%-20%。

中性：指未来6-12个月，公司股价与分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报相当。

回避：指未来6-12个月，公司股价低于分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%及以上。

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）向其机构客户和认定为专业投资者的个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或打算违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

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所载内容及观点客观公正，但不担保其内容的准确性或完整性。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份，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机构专业投资者，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，在此之前，请勿接收或使用本报告中的任何信息。

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。

银河证券版权所有并保留一切权利。

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：崔香兰 0755-83471963 cuixianglan@chinastock.com.cn

上海地区：何婷婷 021-20252612 hetingting@chinastock.com.cn

北京地区：耿尤繇 010-80928021 gengyouyou@chinastock.com.cn