



消费平稳恢复，信心仍待提高

——2021年“五一”消费数据点评

得益于对新冠疫情的有效遏制、五一假期天数延长以及今年春节原地过年导致家庭团聚、跨区出行需求被抑制，今年“五一”小长假居民出行意愿提升，消费提振，多项指标已超2019年同期水平。其中，商品消费已实现同比增长，餐饮、影院消费基本恢复至疫前水平，旅游消费仍在修复通道。但值得注意的是，消费增长尚未恢复到正常状态，或与疫后居民收入分化有关，居民消费信心有待提高。伴随经济活动正常化，消费修复大势所趋，恢复节奏仍需观察。

一、防疫平稳、假期延长，利于提升居民出行意愿和提振消费

(1) 疫情保持有效控制，营造“五一”消费稳定环境。自2020年国庆以来，春节、清明假期国内均未出现大规模疫情复发，社交距离规则逐步放松。同时，新冠疫苗接种有序推进，4月末已接近3亿剂次，为“五一”假期居民出行与消费创造了有利条件。

(2) “五一”假期天数延长，就地过年抑制需求得到释放。2019年的经验显示，假期延长后，居民出行明显上升。2021年春节原地过年倡议导致家庭团聚、跨区出行需求被抑制，五一假期维持5天长假，对居民出行意愿和消费提振较为明显。

二、商品消费快速增长，餐饮、票房次之，旅游恢复较慢

从消费类型看，商品消费的恢复最好，其次是餐饮和票房，旅游最为缓慢。在疫情冲击后，曾被抑制的商品类消费需求会集中释放，从而带来较强的回升动力；而服务类消费需求收缩后的恢复通常需要更长周期，修复速度会慢于商品类消费需求修复。



(1) 商品：全国销售超 2019 年同期，多地实现同比正增长。根据中华全国商业信息中心对全国范围内以百货业态为主的百家重点大型零售企业销售监测情况来看，五一假期共实现零售额 83.6 亿元，同比增长 8.3%，且超过了疫情前 2019 年同期的销售规模。

(2) 餐饮：已恢复至 2019 年水平，呈加速修复态势。2021Q1，国内餐饮收入已恢复至 2019 年同期约 98%，其中 3 月单月已超 2019 年同期水平。美味不用等的数据也显示，五一前 3 日餐饮营业门店到店消费量日均 105.8% (以 2019 年 12 月日均为基数)，远高于清明日均 63.5%，反映五一假期带动餐饮消费加速修复。

(3) 影院：观影人次提升，票房接近 2019 年同期水平。假期 5 天合计票房为 15.11 亿元 (同比 2019 年，+5%)。若考虑同天数与 2019 年对比，取假期前 4 天猫眼数据，则票房合计为 13.24 亿元 (-8%)。观影人次 3871.3 万人 (+10%)；平均票价 34.2 元 (-16%)。

(4) 旅游：旅游人次恢复，旅游收入仍在修复通道。旅游人次较疫情前实现同比正增长，反映旅游需求已基本恢复。但目前仍以短途游和周边游为主，客单价相较疫情前偏低，旅游收入仍在修复通道。

三、居民信心待提升，消费重回到疫情前增长轨道，还需耐心等待

“五一”假期人流恢复快于消费修复，消费的绝对量恢复较好，但我们还要观察消费增速。目前，消费尚未恢复到正常增长状态，有待收入分化和消费意愿修复。

疫情期间，居民收入结构中工资性收入和经营净收入占比明显减少，居民人均收入和中位数之间的差距加速拉大，中位数同比降幅大于平均。居民收入分化加剧会降低整体边际消费倾向。疫情之后，中低收入人群、中小微企业等微观个体修复偏慢，居民消费意愿恢复至疫情前仍需时间。

(评论员：张晏铭 王海量)

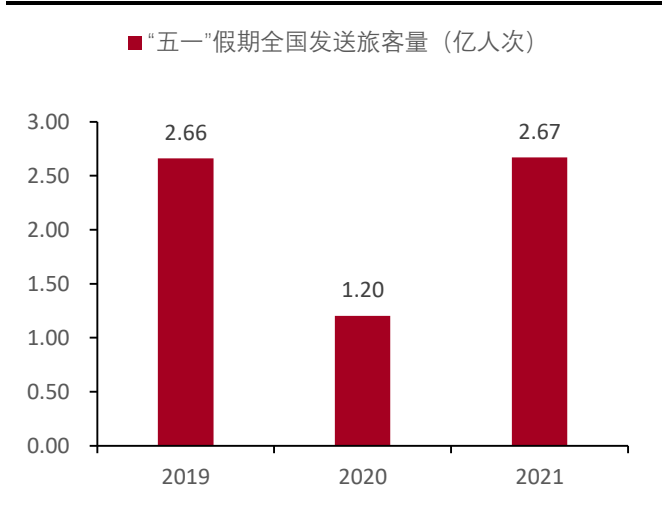
附录

图 1: 2020 和 2021 年五一 5 天假期, 为近年最长

年份	五一假期	天数
2008	5月1日-5月3日	3
2009	5月1日-5月3日	3
2010	5月1日-5月3日	3
2011	4月30日-5月2日	3
2012	4月29日-5月1日	3
2013	4月29日-5月1日	3
2014	5月1日-5月3日	3
2015	5月1日-5月3日	3
2016	4月30日-5月2日	3
2017	4月29日-5月1日	3
2018	4月29日-5月1日	3
2019	5月1日-5月4日	4
2020	5月1日-5月5日	5
2021	5月1日-5月5日	5

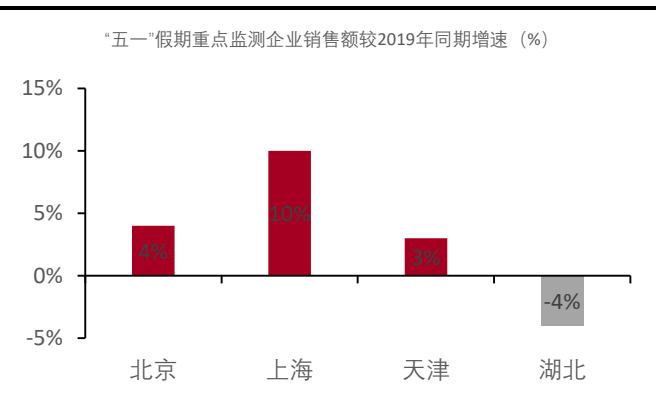
资料来源: 中国政府网, 招商银行研究院

图 2: 疫情之后, 假期延长对出行意愿提升明显



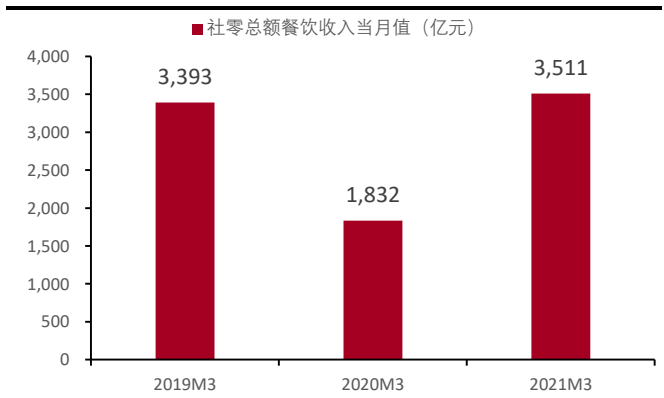
资料来源: 交通运输部, 招商银行研究院

图 3: 商品销售多地较 2019 年同期实现正增长



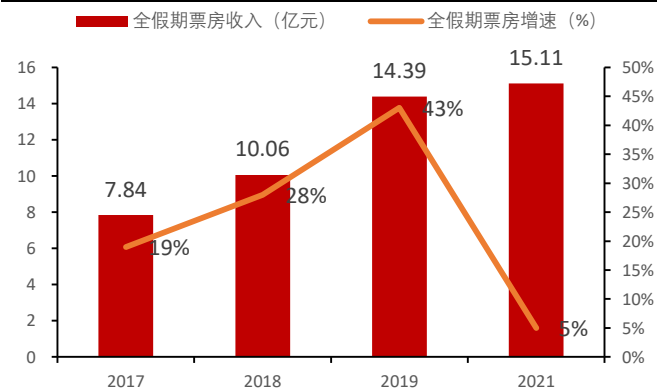
资料来源: 各地商务局, 招商银行研究院

图 3: 餐饮消费加快修复, 已超过至疫情前水平



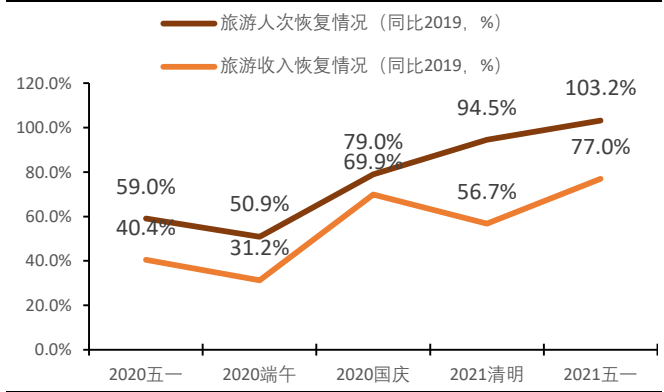
资料来源: 国家统计局, 招商银行研究院

图 5: 观影人次提升, 票房接近 2019 年同期水平



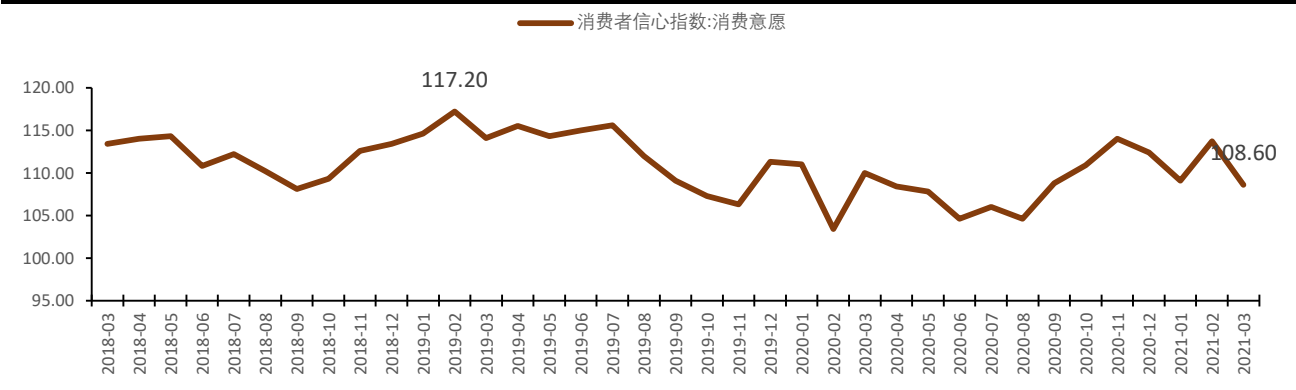
注 1: 上述票房统计选取全假期, 2019 为 4 天, 2021 为 5 天
注 2: 若仅考虑前 4 天, 则 2021 年票房低于 2019 年同期
资料来源: 猫眼专业版, 招商银行研究院

图 6: 旅游人次已恢复正增长, 旅游收入仍在修复



资料来源: 文化和旅游部, 招商银行研究院

图 7: 居民消费意愿仍低于疫情前水平



注: 图中标注数据的时点分别为 2019 年 3 月、2021 年 3 月
资料来源: 国家统计局, 招商银行研究院