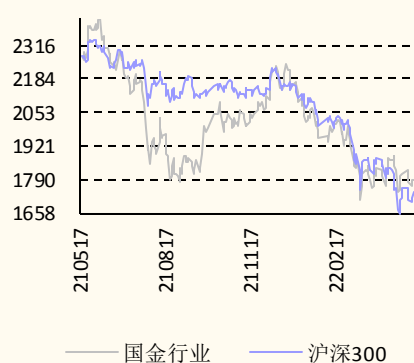


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金主要消费产业指数	1790
沪深300指数	3989
上证指数	3084
深证成指	11160
中小板综指	11229



相关报告

- 《周专题：白酒企业如何应对二季度疫情波动？-食品饮料周报》，2022.5.8
- 《养殖企业亏损严重，如何展望二季度猪价？-农林牧渔周报》，2022.5.8
- 《期待盈利触底改善，优选大盘价值标的-消费市场观察（20220...）》，2022.5.8
- 《攻守兼备，关注估值合理及主线清晰的-消费 22Q1&21 年报...》，2022.5.2
- 《大消费 22Q1 承压明显，防御为先拥抱龙头-消费市场观察（20...）》，2022.5.1

李敬雷 分析师 SAC 执业编号: S1130511030026
(8621)60230221
lijingl@gjzq.com.cn

龚轶之 联系人

关注疫后复苏机会，把握行业轮动节奏

投资建议

- **大消费长期方向明朗，关注疫后复苏节奏。**随着市场底部位置明确，长期方向已较为确定。大消费行业最大的不确定性依然是疫情后续演绎，目前新增确诊人数或已过阶段性高点，可以更加乐观一些。当前时点对于“疫后复苏”的节奏把握重于对方向判断，复苏的先后次序也会极大影响市场表现。
- **复盘历史行情演绎，社服/餐饮走强概率大。**以过去六轮国内疫情为参考，可以观察到消费在疫后复苏上的规律。行业整体在疫情拐点后都会有不同程度的“疫后修复”行情。由于疫情拐点到需求修复具有不确定性，行业选择首先要看中“胜率”，即持有该行业实现盈利的概率。一级行业中食品饮料、社会服务在疫后恢复表现最佳，并且与绝对估值水平相关性不大。在先后次序上，社会服务率先恢复，紧接着食品饮料也会有明显表现。
- **兼顾胜率和赔率，把握行业轮动顺序。**细分行业配置应兼顾“胜率”和“赔率”，疫后修复机会主要围绕社会服务和食品饮料展开，但需把握节奏。在较短区间，社会服务下的旅游及景区、酒店餐饮表现最为突出，兼具高胜率和高超额回报。酒店餐饮仍能保持较优表现，而食品饮料行业中的白酒、非白酒、食品加工、饮料乳品胜率显著提升。

行情回顾

- **涨跌幅：**大消费一级行业整体涨多跌少，仍处于筑底阶段。轻工制造（4.5%）、商贸零售（3.8%）、纺织服饰（3.0%）板块涨幅居前，仅农林牧渔（-0.1%）板块下跌。
- **成交额：**大消费行业整体日均成交额 1347.5 亿元，周环比下降 5.4%，占 A 股整体日均成交额的 16.1%。

资金流动

- **A 股流动性跟踪：**资金流出收窄。股权融资-300.3 亿元；股东减持-42.8 亿元；新发基金+15.8 亿元；融资资金+71.1 亿元；陆港通资金-270.0 亿元。
- **主力资金流动：**各行业均呈现净流出状态，商贸零售、传媒、农林牧渔板块主力资金净流出金额较多。伊利股份（食品饮料）、洋河股份（食品饮料）、建研院（社会服务）主力资金净流入金额居前。
- **北向资金流动：**各行业北向资金净流入显著减少，家用电器（2.9 亿元）净流入额居前。美的集团（家用电器）、格力电器（家用电器）、伊利股份（食品饮料）北向资金净流入金额居前。
- **南向资金流动：**上周纺织服装、食品饮料、商业贸易行业南向资金净流出居前。腾讯控股（传媒）、美团-W（社会服务）、快手-W（传媒）南向资金净流入金额居前。

交易动态

- **市场情绪：**融资交易占比 6.5%（上周 6.8%）；卖方推荐指数 96.4，维持高位；沪市换手率 0.9%（上周 0.9%），深市换手率 2.0%（上周 1.9%）。
- **热点题材：**智能音箱、抖音平台、元宇宙、纸业、家用轻工。

风险提示

- 疫情持续反复风险、外部冲击风险、市场波动风险。

内容目录

1、市场观点：关注疫后复苏机会，把握行业轮动节奏.....	4
2、行情回顾.....	6
2.1、板块涨跌幅.....	6
2.2、板块成交额.....	7
3、板块估值.....	8
3.1、A股大盘估值.....	8
3.2、大消费行业估值.....	9
4、资金流动.....	10
4.1、A股流动性跟踪.....	10
4.2、主力资金流动.....	10
4.3、南北向资金流动.....	11
4.3.1、北向资金.....	11
4.3.2、南向资金.....	13
5、交易动态.....	15
5.1、市场情绪.....	15
5.2、热点题材.....	16
5.3、异动个股.....	16
5.3.1、连续上涨.....	16
5.3.2、短线强势.....	16
5.3.3、短线突破.....	17
6、风险提示.....	17

图表目录

图表 1: 国内历次疫情时间复盘（数据截至 2022/5/14）.....	4
图表 2: 各消费子行业“疫后复苏”超额收益.....	4
图表 3: 历次疫情拐点后一个月高胜率行业超额收益表现.....	6
图表 4: 历次疫情拐点后一个季度高胜率行业超额收益表现.....	6
图表 7: A股大盘涨跌幅（%）.....	7
图表 8: 主要消费指数涨跌幅（%）.....	7
图表 9: A股大消费一级行业涨跌幅（%）.....	7
图表 10: A股成交额统计（亿元，%）.....	8
图表 11: A股大消费一级行业成交额统计（亿元，%）.....	8
图表 12: Wind 全 A 指数 PE 估值水平.....	9
图表 13: 沪深 300 指数 PE 估值水平.....	9
图表 14: 中证 800 消费指数 PE 估值水平.....	9
图表 15: 中证 800 可选指数 PE 估值水平.....	9
图表 16: A股大消费一级行业 PE 估值.....	9

图表 17: A 股大消费一级行业 PE-ROE.....	10
图表 18: A 股市场流动性跟踪.....	10
图表 19: 本周主力净流入额排名 (亿元)	11
图表 20: 本周主力净流入率排名 (%)	11
图表 21: 本周 A 股大消费个股主力资金流动排名.....	11
图表 22: A 股消费行业本周北向资金净流入 (亿元)	12
图表 23: A 股消费行业本周北向资金成交额占比 (%)	12
图表 24: A 股消费行业北向资金持股总市值 (亿元)	12
图表 25: A 股消费行业北向资金持股比例 (%)	12
图表 26: A 股大消费个股北向资金流动排名.....	12
图表 27: A 股大消费个股北向资金持股排名.....	13
图表 28: 港股消费行业本周南向资金净流入 (亿元)	14
图表 29: 港股消费行业南向资金持股市值 (亿元)	14
图表 30: 港股大消费个股南向资金流动排名.....	14
图表 31: 港股大消费个股南向资金持股排名.....	14
图表 32: 融资交易占比.....	15
图表 33: 全市场研究员情绪.....	15
图表 34: 沪市日度换手率.....	16
图表 35: 深市日度换手率.....	16
图表 36: A 股大消费热点题材 (截至 2022/5/13)	16
图表 37: A 股大消费连续上涨个股 (截至 2022/5/13)	16
图表 38: A 股大消费短线强势个股 (截至 2022/5/13)	16
图表 39: A 股大消费短线突破个股 (截至 2022/5/13)	17

1、市场观点：关注疫后复苏机会，把握行业轮动节奏

大消费长期方向明朗，关注疫后复苏节奏。随着市场底部位置明确，且海外市场冲击逐步反映到价格中，长期来看方向已经较为确定。对于大消费行业而言，当前最大的不确定性依然是疫情的后续演绎，目前来看随着防疫政策有效落实，全国新增确诊人数或已过阶段性高点，可以更加乐观一些。尽管具体的解封时间无法准确判断，但是参考 2020 年至今国内的六轮主要疫情，大消费行业在受到疫情影响后的复苏路径可能具有一定规律性。站在当前时点，对于“疫后复苏”的节奏把握要重于对方向的判断，除了对各行业相比疫情前受损幅度的跟踪，复苏的先后次序也会极大影响市场表现。

图表 1：国内历次疫情时间复盘（数据截至 2022/5/14）

轮次	地点	封控日	拐点日	基本控制日	解封日	封控至拐点累计时长 (天)	封控总时长 (天)
1	湖北	2020/1/23	2020/2/13	2020/3/8	2020/4/8	21	76
2	新疆	2020/7/21	2020/7/31	2020/8/8	2020/9/1	10	42
3	河北	2021/1/8	2021/1/16	2021/1/24	2021/2/8	8	31
4	江苏	2021/7/21	2021/7/27	2021/8/2	2021/8/15	6	25
5	陕西	2021/12/23	2021/12/31	2022/1/9	2022/1/15	8	23
	天津	2022/1/8	2022/1/16	2022/1/28	2022/1/28	8	20
6	广东	2022/3/14	2022/3/14	2022/3/20	2022/3/21	0	7
7	上海	2022/3/27	2022/4/13	2022/4/30	N/A	17	N/A
	吉林	2022/3/20	2022/4/2	2022/4/8	2022/4/28	13	39

来源：各地卫健委，国金证券研究所（注：N/A 因上海疫情暂未结束）

复盘历史行情演绎，社服/餐饮走强概率大。纵观大消费各子行业，以过去六轮国内疫情的拐点为坐标，可以观察到大消费在疫后复苏上的规律。首先从行业整体上看，在疫情拐点过后都会有不同程度的“疫后修复”行情，随着流通环节恢复和消费场景开放，被压制需求的释放会带来企业业绩的短期快速恢复，相应短期市场表现也会较好。

由于疫情拐点后何时修复具有不确定性，因此在行业选择中首先要看中“胜率”，即在拐点之后持有该行业实现账面盈利的概率。从一级行业角度看，食品饮料、社会服务在疫后恢复表现最为显著，超过半数以上公司在拐点后一周、一个月都能实现正收益，并且与当时的绝对估值水平相关性并不大。在先后次序上，社会服务由于解封前后基本面差异最大因此会率先恢复，紧接着食品饮料也会有明显表现，其他可选类消费行业则较慢。

图表 2：各消费子行业“疫后复苏”超额收益

疫情轮次	所属行业	第一轮		第二轮		第三轮		第四轮		第五轮		第六轮		胜率统计	
		周度	月度	周度	月度	周度	月度	周度	月度	周度	月度	周度	月度	周度胜率	月度胜率
家用电器	白色家电	-3.9%	-6.6%	-1.1%	-2.0%	-2.7%	-0.9%	5.3%	-1.0%	6.5%	3.6%	-1.5%	3.0%	33%	33%
	厨卫电器	-0.3%	-6.7%	1.1%	4.0%	-4.5%	-7.7%	2.1%	-0.6%	2.2%	-1.8%	-0.1%	6.8%	50%	33%
	黑色家电	4.3%	8.4%	-0.5%	0.3%	-2.9%	-10.4%	-1.6%	0.1%	-3.3%	-3.9%	-0.8%	0.3%	17%	67%
	家电零件	1.2%	4.3%	-3.1%	-3.0%	-0.7%	-4.8%	2.0%	8.9%	-3.3%	-9.5%	-0.7%	-8.5%	33%	33%
	小家电	-1.8%	-1.2%	-2.3%	0.3%	1.9%	-4.2%	-0.5%	-3.2%	-2.4%	-4.2%	-0.7%	-2.4%	17%	17%
	照明设备	-1.4%	-1.3%	-3.3%	-5.1%	-1.6%	-1.2%	-2.7%	-3.8%	-2.9%	-2.2%	-0.2%	0.5%	0%	17%
食品	白酒	-1.4%	0.0%	-5.9%	5.7%	-2.5%	16.8%	-4.4%	-13.6%	6.2%	5.6%	-3.4%	0.8%	17%	83%
	调味品	-3.6%	2.3%	0.0%	16.1%	-1.5%	-0.3%	1.0%	-10.5%	2.5%	1.3%	-2.2%	-1.0%	33%	50%

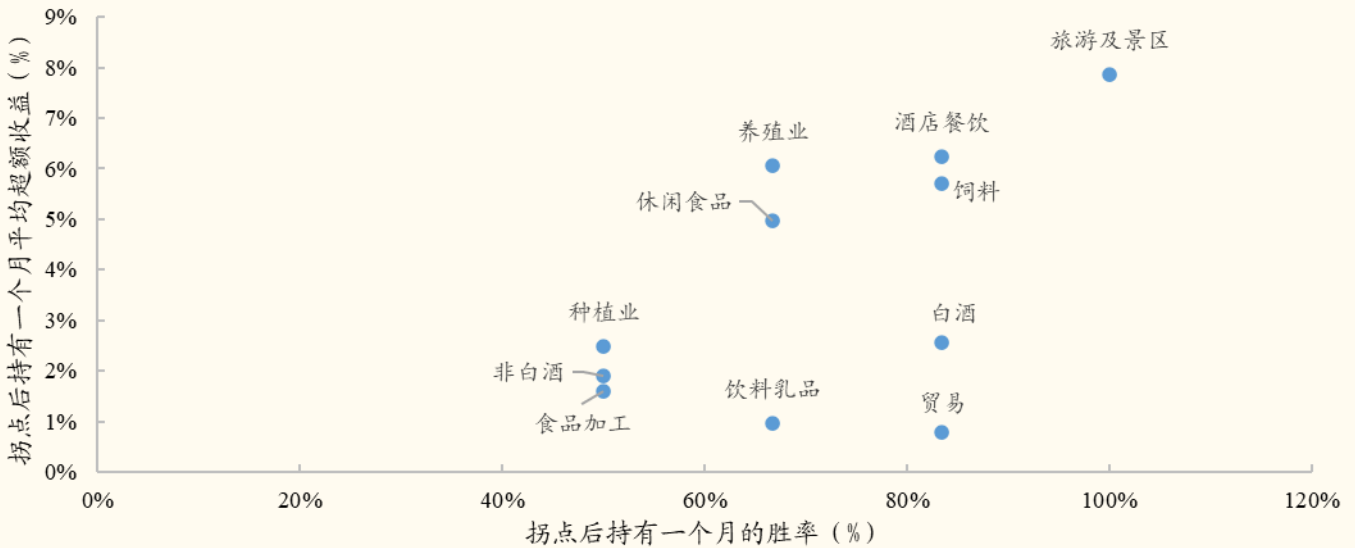
疫情轮次		第一轮		第二轮		第三轮		第四轮		第五轮		第六轮		胜率统计	
饮料	非白酒	-1.5%	-0.5%	-2.6%	8.4%	3.6%	8.9%	-3.9%	-10.1%	3.7%	5.2%	-4.1%	-0.4%	33%	50%
	食品加工	-1.6%	1.2%	-0.4%	12.5%	-1.6%	-0.5%	2.8%	-5.6%	-1.9%	-4.0%	1.7%	6.1%	33%	50%
	休闲食品	3.2%	19.9%	3.1%	11.3%	-0.4%	5.1%	1.1%	-6.4%	-0.6%	-2.0%	-1.3%	1.9%	50%	67%
	饮料乳品	-1.8%	-4.9%	-0.6%	7.2%	-3.2%	-3.6%	5.5%	0.2%	2.9%	3.8%	-2.5%	3.0%	33%	67%
农林牧渔	动物保健	-2.0%	-4.0%	-1.1%	-7.3%	3.7%	13.7%	1.6%	-6.6%	-4.2%	-2.2%	-1.9%	-6.5%	33%	17%
	林业	-3.6%	5.0%	9.3%	-4.8%	-3.9%	-15.6%	-2.4%	2.8%	1.0%	4.5%	0.9%	6.0%	50%	67%
	农业加工	-0.7%	5.9%	5.5%	5.4%	2.9%	-2.6%	-1.9%	-5.2%	-4.4%	-5.1%	1.7%	4.9%	50%	50%
	饲料	1.7%	19.1%	4.5%	9.7%	-5.2%	6.0%	-0.3%	-7.4%	1.2%	1.3%	-0.3%	5.4%	50%	83%
	养殖业	5.5%	9.2%	-4.0%	-1.6%	-3.3%	20.3%	-1.4%	-3.5%	-1.6%	6.5%	1.3%	5.4%	33%	67%
	渔业	-2.9%	5.2%	-1.5%	-0.4%	-3.2%	-17.6%	-1.8%	0.0%	-11.7%	-20.2%	7.9%	9.9%	17%	50%
轻工制造	包装印刷	0.1%	-0.7%	-0.3%	0.1%	1.9%	-3.5%	-2.1%	4.4%	-3.5%	-5.1%	0.5%	-1.2%	50%	33%
	家居用品	0.4%	-1.5%	2.5%	3.5%	2.0%	6.7%	-2.0%	-1.9%	0.6%	-2.6%	-1.5%	-0.7%	67%	33%
	文娱用品	-9.0%	-11.7%	1.4%	4.2%	-1.7%	-5.1%	6.2%	0.0%	-1.2%	2.0%	-1.4%	-2.4%	33%	33%
纺织服饰	造纸	-0.1%	7.4%	1.2%	0.9%	-5.1%	0.9%	-1.3%	-2.2%	0.3%	-0.9%	-2.6%	-2.3%	33%	50%
	纺织制造	-3.3%	4.1%	-2.1%	-2.7%	-0.6%	-6.4%	-0.1%	1.9%	-1.4%	0.1%	-0.4%	0.8%	0%	67%
	服装家纺	-1.8%	4.4%	-1.5%	-0.3%	-1.4%	-7.6%	-1.6%	-0.6%	-3.0%	-2.4%	-1.7%	0.6%	0%	33%
商贸零售	饰品	0.7%	-3.2%	-0.4%	-6.4%	1.4%	1.1%	-1.0%	-3.4%	-2.5%	6.0%	-4.4%	-2.1%	33%	33%
	电商	0.8%	-0.1%	-1.8%	-6.0%	1.5%	-1.8%	0.8%	-1.1%	0.5%	-3.5%	-0.1%	6.5%	67%	17%
	贸易	-1.6%	2.1%	-0.2%	0.4%	-2.5%	-6.7%	-3.4%	0.7%	-2.8%	0.2%	0.7%	7.9%	17%	83%
	一般零售	-2.3%	4.6%	-2.2%	-9.5%	-1.6%	-6.6%	-1.6%	-1.6%	1.2%	3.6%	-0.6%	9.8%	17%	50%
社会服务	专业连锁	-1.1%	-0.4%	-1.6%	-7.4%	-4.1%	-12.5%	3.1%	3.2%	-5.2%	1.5%	-1.3%	-6.2%	17%	33%
	教育	-4.2%	-2.2%	0.4%	0.0%	0.3%	11.1%	-5.1%	-5.8%	-1.4%	5.4%	-0.8%	-0.5%	33%	50%
	酒店餐饮	3.6%	5.4%	3.2%	-1.6%	-3.8%	12.3%	-8.8%	1.9%	0.6%	7.0%	4.8%	12.5%	67%	83%
	旅游景区	3.0%	6.4%	2.3%	0.3%	-4.5%	7.9%	-8.8%	2.8%	6.2%	17.1%	8.1%	12.8%	67%	100%
美容护理	专业服务	0.7%	-3.7%	5.8%	9.1%	5.8%	4.7%	6.2%	-1.2%	-4.7%	-7.7%	1.0%	2.7%	83%	50%
	个护用品	-2.8%	7.3%	1.3%	0.8%	0.5%	-0.3%	3.0%	-4.3%	-5.2%	-7.7%	-3.1%	-5.5%	50%	33%
传媒	化妆品	1.5%	-0.3%	-1.6%	-5.7%	0.1%	8.3%	-1.1%	-7.7%	-1.2%	-0.5%	-1.6%	3.7%	33%	33%
	出版	-5.9%	-9.3%	-2.6%	-0.2%	-4.0%	-7.5%	-0.5%	-2.0%	-2.5%	0.6%	-0.5%	3.3%	0%	33%
	电视广播	-1.3%	-4.4%	0.5%	0.5%	-5.2%	-11.7%	-1.3%	0.6%	5.1%	1.0%	-1.5%	4.0%	33%	67%
	广告营销	1.1%	-0.6%	-3.9%	5.9%	0.4%	-1.2%	0.0%	1.9%	-2.3%	-1.9%	-1.0%	-3.8%	33%	33%
	数字媒体	-4.8%	-12.2%	-2.8%	-0.5%	5.1%	-6.1%	2.3%	-4.9%	-7.5%	-12.0%	1.4%	2.8%	50%	17%
	影视院线	-2.1%	-6.3%	-0.5%	8.0%	-2.4%	4.7%	-5.5%	-1.3%	-0.8%	-4.0%	-0.1%	1.2%	0%	50%
游戏	-6.6%	-12.8%	-4.1%	-2.2%	-0.7%	-8.6%	-4.3%	-8.2%	-3.3%	-8.8%	2.2%	2.4%	17%	17%	

来源: Wind, 国金证券研究所 (注 1: “周度/月度”指疫情单日新增确诊人数到达拐点后一周/月作为统计区间; 注 2: “超额收益”相比 Wind 全 A 指数计算)

兼顾胜率和赔率，把握行业轮动顺序。在细分行业选择上，无论最终何时实现全面解封，短期行业配置都应该兼顾“胜率”和“赔率”，前者保证了面对疫情不确定性能更安全，后者则提供了适度的超额回报。对于疫后修复机会，短期主要还是围绕社会服务和食品饮料展开，但需要把握节奏。

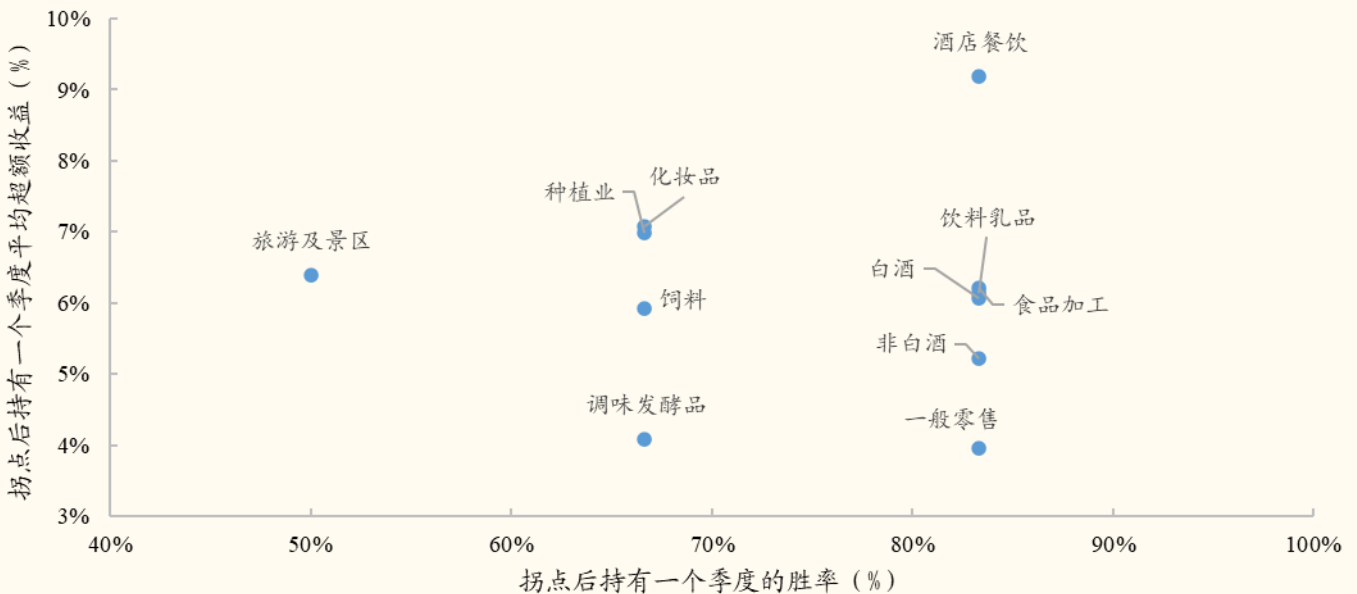
以疫情拐点出现后一个月、一个季度为窗口，梳理统计胜率在 50%以上的大消费子行业。可以看到在较短的月度区间，社会服务下的旅游及景区、酒店餐饮表现最为突出，兼具高胜率和高超额回报。而时间拉长至季度，酒店餐饮仍能保持较优表现，而食品饮料行业中的白酒、非白酒、食品加工、饮料乳品胜率会显著提升。

图表 3: 历次疫情拐点后一个月高胜率行业超额收益表现



来源: Wind, 国金证券研究所

图表 4: 历次疫情拐点后一个季度高胜率行业超额收益表现



来源: Wind, 国金证券研究所

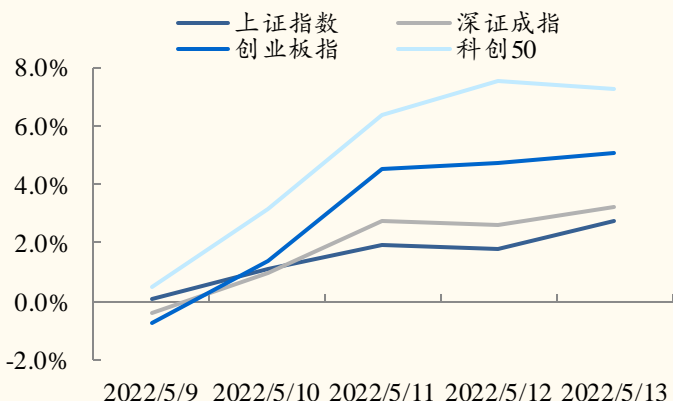
2、行情回顾

2.1、板块涨跌幅

上周 (2022/5/9-2022/5/13) 上证指数收报 3084.3 点, 上涨 2.8%; 深证成指收报 11159.8 点, 上涨 3.2%; 创业板指收报 2358.2 点, 上涨 5.0%; 科创 50 收报 1010.8 点, 上涨 7.3%。

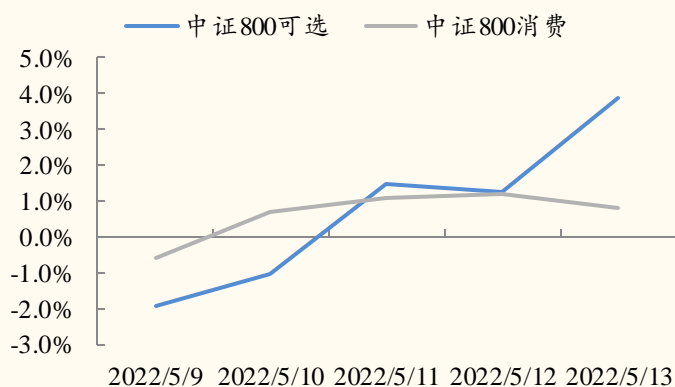
从主要消费大盘指数看, 同样出现较明显上涨。中证 800 消费指数收报 20795.0 点, 上涨 0.8%; 中证 800 可选指数收报 5458.7 点, 上涨 3.9%。

图表 5: A 股大盘涨跌幅 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 涨跌幅相较于上周最后一个交易日计算)

图表 6: 主要消费指数涨跌幅 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 涨跌幅相较于上周最后一个交易日计算)

分大消费一级行业看, 各行业大多出现回调, 整体涨多跌少, 仍处于筑底阶段。轻工制造 (4.5%)、商贸零售 (3.8%)、纺织服饰 (3.0%) 板块涨幅居前, 仅农林牧渔 (-0.1%) 板块下跌。

图表 7: A 股大消费一级行业涨跌幅 (%)

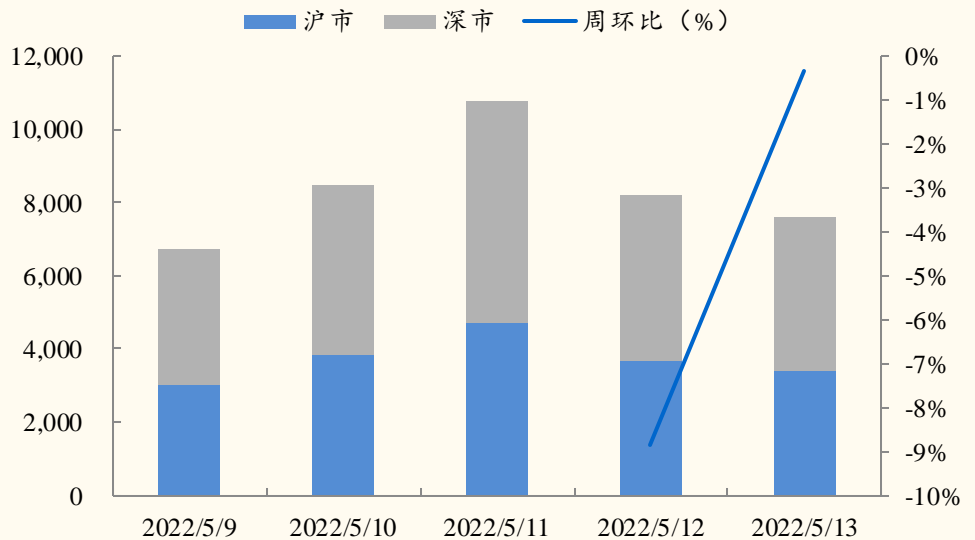
日涨跌幅	食品饮料	家用电器	纺织服饰	轻工制造	美容护理	传媒	社会服务	商贸零售	农林牧渔
2022/5/9	-1.2%	-1.5%	1.6%	2.3%	-1.5%	1.7%	-0.4%	-0.1%	1.3%
2022/5/10	1.3%	0.7%	0.2%	0.7%	1.8%	0.7%	1.5%	1.6%	0.8%
2022/5/11	0.6%	0.1%	-0.6%	-0.1%	1.3%	0.1%	1.1%	2.4%	-1.0%
2022/5/12	0.5%	-0.3%	1.3%	0.7%	-0.1%	0.2%	1.4%	-0.2%	-1.0%
2022/5/13	-0.1%	1.1%	0.4%	0.8%	-0.3%	0.2%	-0.8%	0.1%	-0.3%
本周涨跌幅	1.0%	0.1%	3.0%	4.5%	1.0%	2.9%	2.9%	3.8%	-0.1%
本月涨跌幅	-1.6%	2.0%	5.3%	5.0%	-3.2%	0.9%	-1.3%	0.7%	-0.2%
年初至今涨跌幅	-18.3%	-19.6%	-15.0%	-23.4%	-18.5%	-29.4%	-19.3%	-15.0%	-13.8%

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 日涨跌幅相较于上周最后一个交易日计算)

2.2、板块成交额

上周 (2022/5/9-2022/5/13) A 股成交额上半周上升, 下半周下降, 整体深市强于沪市, 相较上周有所增量。两市日均成交额 8349.3 亿元, 周环比上升 0.6%。其中大消费行业整体日均成交额 1347.5 亿元, 周环比下降 5.4%, 占 A 股整体日均成交额的 16.1%。

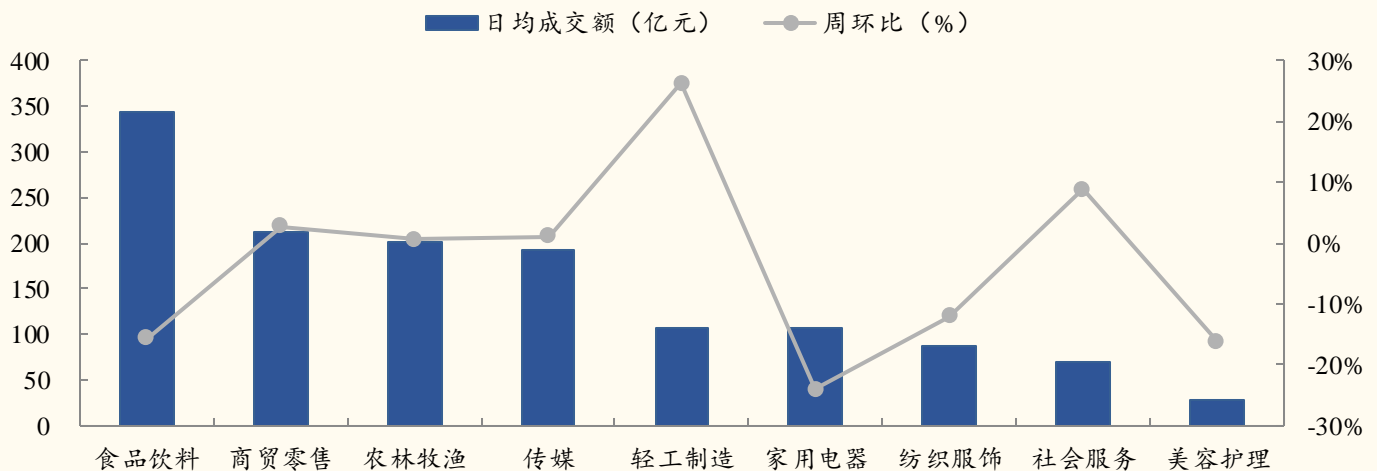
图表 8: A 股成交额统计 (亿元, %)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 2022/5/2-2022/5/4 为劳动节休市)

分大消费一级行业看, 整体成交额下滑明显, 行业间出现分化。食品饮料 (343 亿元)、商贸零售 (212 亿元)、农林牧渔 (201 亿元) 板块日均成交额居前, 轻工制造 (26.3%)、社会服务 (8.8%)、商贸零售 (2.8%) 板块成交额周环比涨幅居前。

图表 9: A 股大消费一级行业成交额统计 (亿元, %)



来源: Wind, 国金证券研究所

3、板块估值

3.1、A 股大盘估值

截至 2022 年 5 月 15 日, A 股整体 PE 为 16.4, 处于历史 34.2% 的分位水平; 沪深 300 指数 PE 为 11.9, 处于历史 38.6% 的水平。

聚焦大消费行业, 中证 800 消费 PE 为 63.6, 处于历史 99.9% 的水平; 中证 800 可选指数 PE 为 33.0, 处于历史 91.9% 的水平。

图表 10: Wind 全 A 指数 PE 估值水平



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年至今)

图表 11: 沪深 300 指数 PE 估值水平



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年至今)

图表 12: 中证 800 消费指数 PE 估值水平



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年初至今)

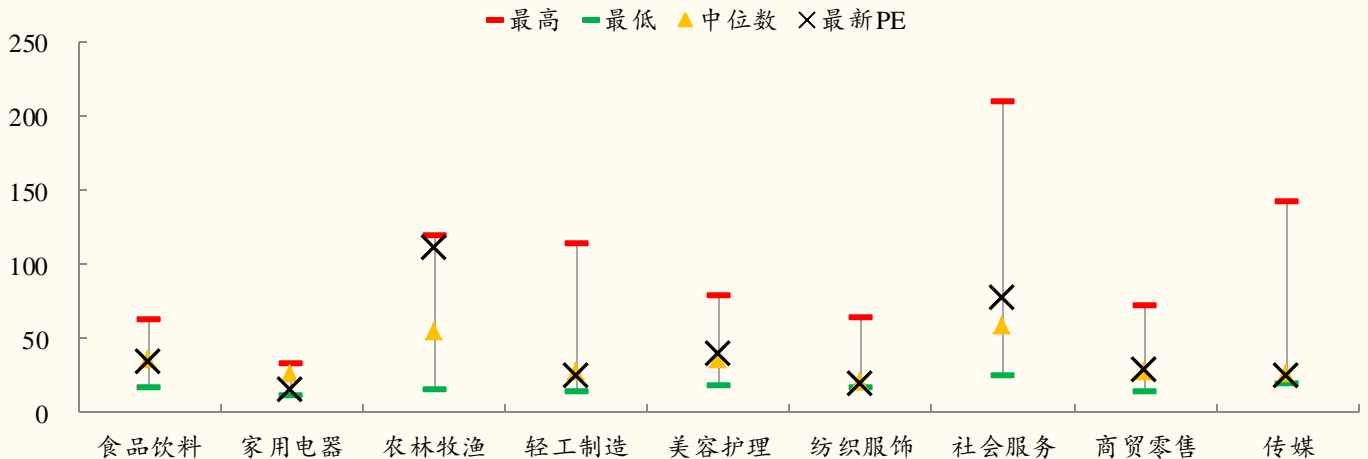
图表 13: 中证 800 可选指数 PE 估值水平



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年初至今)

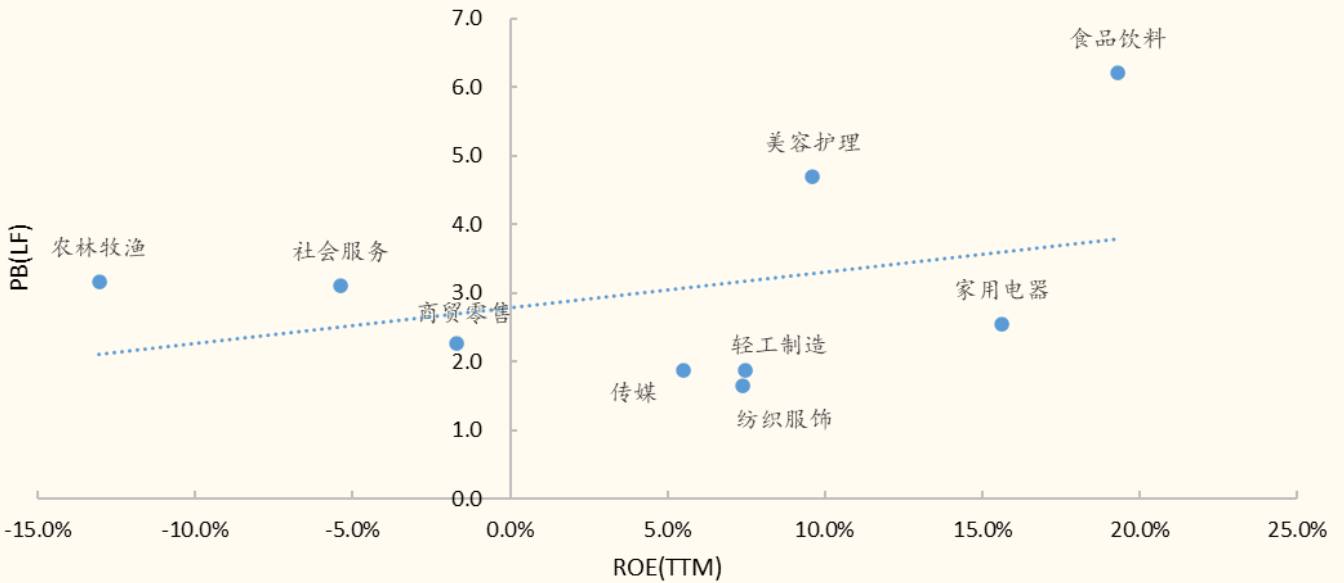
3.2、大消费行业估值

图表 14: A 股大消费一级行业 PE 估值



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年初至今)

图表 15: A 股大消费一级行业 PE-ROE



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年初至今)

4、资金流动

4.1、A 股流动性跟踪

图表 16: A 股市场流动性跟踪

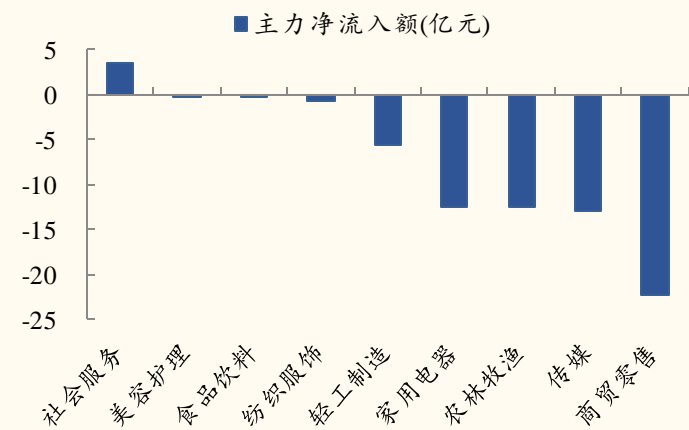
资金来源	资金类型	本周净流入	上周净流入	变动
产业资本	股权融资	-300.3	-40.3	-260.0
	重要股东增减持	-42.8	2.9	-45.7
机构投资者	新发基金规模	15.8	23.8	-8.0
杠杆资金	融资买入	71.1	50.1	21.0
境外资金	陆港通-港股通	-270.0	-38.1	-231.9

来源: Wind, 国金证券研究所

4.2、主力资金流动

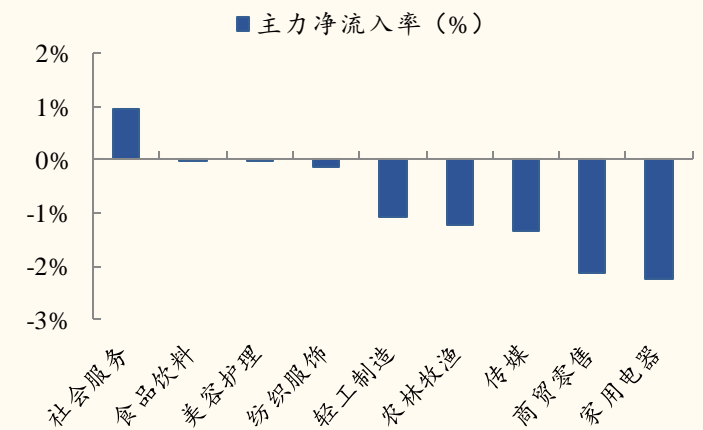
从 A 股大消费一级行业看, 上周各行业均呈现主力资金净流出状态, 商贸零售 (-22.3 亿元)、传媒 (-12.9 亿元)、农林牧渔 (-12.5 亿元) 板块主力资金净流出金额较多; 家用电器 (-2.2%)、商贸零售 (-2.1%)、传媒 (-1.3%) 板块主力资金交易额占比较高。

图表 17: 本周主力净流入额排名 (亿元)



来源: Wind, 国金证券研究所

图表 18: 本周主力净流入率排名 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所

从 A 股大消费个股看, 上周伊利股份 (食品饮料, 4.4 亿元)、洋河股份 (食品饮料, 2.3 亿元)、建研院 (社会服务, 2.1 亿元) 主力资金净流入金额居前; 海鸥住工 (轻工制造, 19.7%)、*ST 皇台 (食品饮料, 17.3%)、华利集团 (纺织服饰, 13.4%) 主力资金净流入率居前。

图表 19: 本周 A 股大消费个股主力资金流动排名

主力净流入额 TOP15 (亿元)				主力净流入率 TOP15 (%)			
排序	公司名称	所属行业	主力净流入额	排序	公司名称	所属行业	主力净流入率
1	伊利股份	食品饮料	4.4	1	海鸥住工	轻工制造	19.7%
2	洋河股份	食品饮料	2.3	2	*ST 皇台	食品饮料	17.3%
3	建研院	社会服务	2.1	3	华利集团	纺织服饰	13.4%
4	泸州老窖	食品饮料	1.5	4	金一文化	纺织服饰	13.3%
5	*ST 皇台	食品饮料	1.4	5	*ST 圣亚	社会服务	12.2%
6	龙大美食	食品饮料	1.4	6	华源控股	轻工制造	12.2%
7	苏垦农发	农林牧渔	1.4	7	康盛股份	家用电器	12.1%
8	海天味业	食品饮料	1.1	8	顺灏股份	轻工制造	10.8%
9	绝味食品	食品饮料	1.1	9	ST 獐子岛	农林牧渔	10.6%
10	歌华有线	传媒	1.0	10	龙大美食	食品饮料	10.5%
11	顺灏股份	轻工制造	1.0	11	老板电器	家用电器	10.1%
12	老板电器	家用电器	0.9	12	仙鹤股份	轻工制造	9.9%
13	老白干酒	食品饮料	0.8	13	浙文影业	纺织服饰	9.2%
14	中国中免	商贸零售	0.8	14	均瑶健康	食品饮料	8.9%
15	舍得酒业	食品饮料	0.7	15	利群股份	商贸零售	8.7%

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 主力资金包含日内挂单买入金额大于 20 万元的大单、超大单)

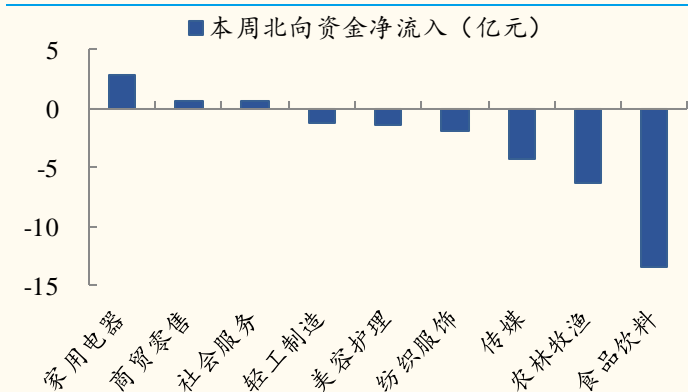
4.3、南北向资金流动

4.3.1、北向资金

从 A 股大消费一级行业看, 上周各行业北向资金净流出显著减少, 家用电器 (2.9 亿元) 净流出额居前。

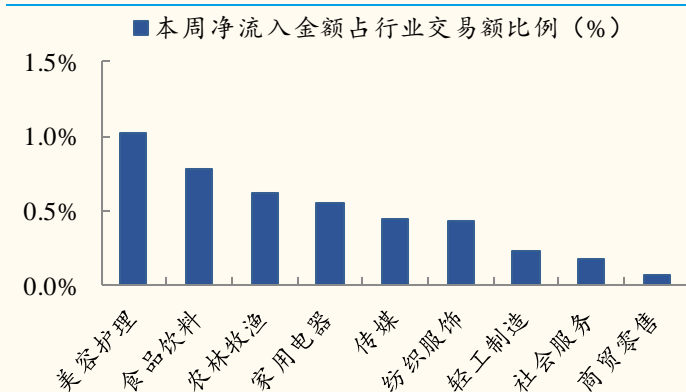
美容护理 (1.0%)、食品饮料 (0.8%)、农林牧渔 (0.6%) 板块北向资金交易额占比较高。

图表 20: A 股消费行业本周北向资金净流入 (亿元)



来源: Wind, 国金证券研究所

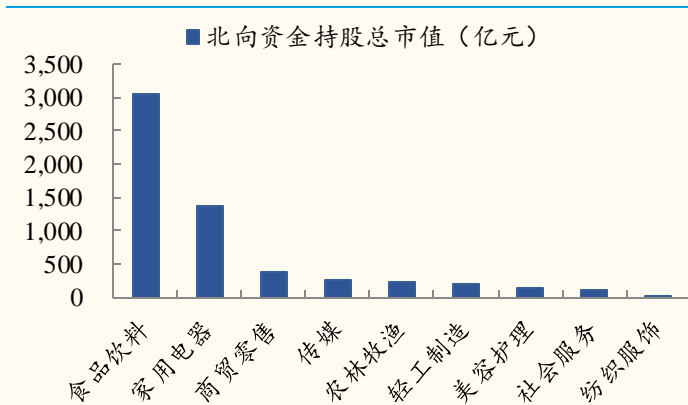
图表 21: A 股消费行业本周北向资金成交额占比 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所

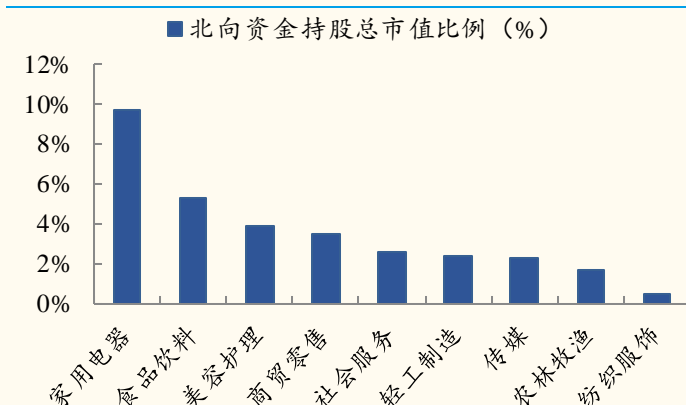
截至 2022 年 5 月 13 日, 北向资金持股总市值较高的一级消费行业为食品饮料 (3063.9 亿元)、家用电器 (1366.3 亿元)、商贸零售 (382.8 亿元); 持股比例较高的一级消费行业为家用电器 (9.7%)、食品饮料 (5.3%)、美容护理 (3.9%)。

图表 22: A 股消费行业北向资金持股总市值 (亿元)



来源: Wind, 国金证券研究所

图表 23: A 股消费行业北向资金持股比例 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所

从 A 股大消费个股看, 上周美的集团 (家用电器, 62.8 亿元)、格力电器 (家用电器, 25.9 亿元)、伊利股份 (食品饮料, 14.4 亿元) 北向资金净流入金额居前; 贵州茅台 (食品饮料, -55.6 亿元)、海天味业 (食品饮料, -28.2 亿元)、五粮液 (食品饮料, -19.5 亿元) 北向资金净流出金额居前。

图表 24: A 股大消费个股北向资金流动排名

资金净流入 TOP15 (亿元)				资金净流出 TOP15 (亿元)			
序号	公司名称	所属行业	资金净流入	序号	公司名称	所属行业	资金净流出
1	美的集团	家用电器	62.8	1	贵州茅台	食品饮料	-55.6
2	格力电器	家用电器	25.9	2	海天味业	食品饮料	-28.2
3	伊利股份	食品饮料	14.4	3	五粮液	食品饮料	-19.5
4	海尔智家	家用电器	11.7	4	中国中免	商贸零售	-13.1
5	洋河股份	食品饮料	6.9	5	牧原股份	农林牧渔	-11.9
6	三花智控	家用电器	4.8	6	温氏股份	农林牧渔	-4.2
7	永辉超市	商贸零售	4.7	7	珀莱雅	美容护理	-3.9
8	海大集团	农林牧渔	4.0	8	华测检测	社会服务	-3.3
9	公牛集团	轻工制造	3.0	9	ST 易购	商贸零售	-2.6

资金净流入 TOP15 (亿元)				资金净流出 TOP15 (亿元)			
10	顾家家居	轻工制造	3.0	10	新希望	农林牧渔	-2.4
11	涪陵榨菜	食品饮料	2.7	11	双汇发展	食品饮料	-1.9
12	迎驾贡酒	食品饮料	2.6	12	天邦股份	农林牧渔	-1.8
13	分众传媒	传媒	2.5	13	爱美客	美容护理	-1.7
14	恺英网络	传媒	2.4	14	酒鬼酒	食品饮料	-1.5
15	青岛啤酒	食品饮料	1.9	15	完美世界	传媒	-1.4

来源: Wind, 国金证券研究所

截至 2022 年 5 月 13 日, 北向资金持股总市值较高的 A 股消费个股为贵州茅台 (食品饮料, 1498 亿元)、美的集团 (家用电器, 704 亿元)、伊利股份 (食品饮料, 373 亿元); 北向资金持股比例较高的 A 股消费个股为三花智控 (家用电器, 25.4%)、珀莱雅 (美容护理, 22.6%)、洽洽食品 (食品饮料, 20.6%)。

图表 25: A 股大消费个股北向资金持股排名

总持股市值 TOP15 (亿元)				持股比例 TOP15 (%)			
序号	公司名称	所属行业	持股市值	序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	贵州茅台	食品饮料	1498	1	三花智控	家用电器	25.4%
2	美的集团	家用电器	704	2	珀莱雅	美容护理	22.6%
3	伊利股份	食品饮料	373	3	洽洽食品	食品饮料	20.6%
4	中国中免	商贸零售	320	4	公牛集团	轻工制造	20.1%
5	五粮液	食品饮料	309	5	美的集团	家用电器	17.6%
6	海天味业	食品饮料	230	6	伊利股份	食品饮料	16.3%
7	格力电器	家用电器	205	7	华测检测	社会服务	15.5%
8	海尔智家	家用电器	167	8	分众传媒	传媒	12.6%
9	三花智控	家用电器	156	9	索菲亚	轻工制造	11.5%
10	分众传媒	传媒	103	10	格力电器	家用电器	10.3%
11	珀莱雅	美容护理	88	11	海尔智家	家用电器	10.3%
12	山西汾酒	食品饮料	82	12	安琪酵母	食品饮料	10.3%
13	牧原股份	农林牧渔	76	13	涪陵榨菜	食品饮料	10.2%
14	泸州老窖	食品饮料	73	14	中国中免	商贸零售	9.5%
15	洋河股份	食品饮料	59	15	九阳股份	家用电器	9.3%

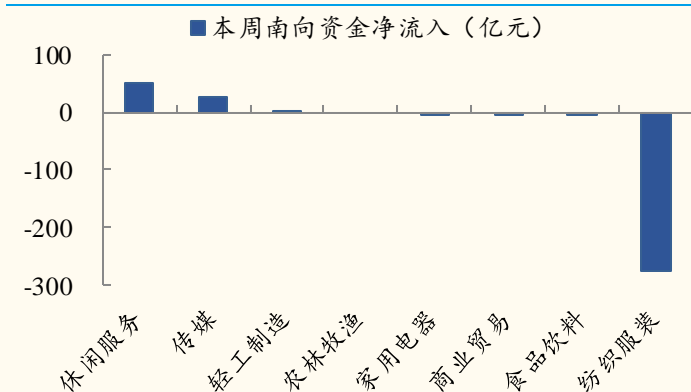
来源: Wind, 国金证券研究所

4.3.2、南向资金

从港股大消费一级行业看, 上周纺织服装 (-276.9 亿元)、食品饮料 (-3.9 亿元)、商业贸易 (-0.7 亿元) 行业南向资金净流出居前。

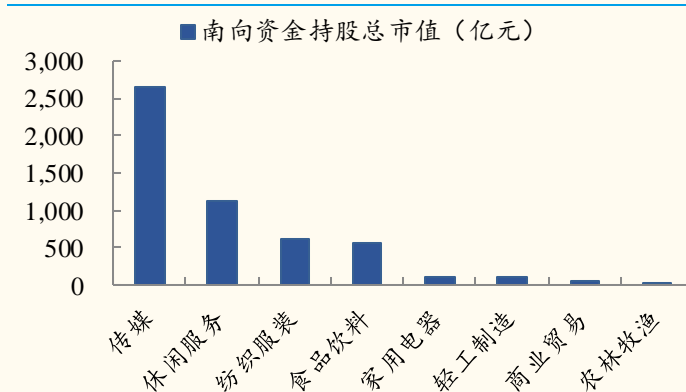
截至 2022 年 5 月 13 日, 南向资金持股总市值较高的一级消费行业为传媒 (2654.3 亿元)、休闲服务 (1129.7 亿元)、纺织服装 (630.8 亿元)。

图表 26: 港股消费行业本周南向资金净流入 (亿元)



来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万港股分类)

图表 27: 港股消费行业南向资金持股市值 (亿元)



来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万港股分类)

从港股大消费个股看, 上周腾讯控股 (传媒, 338.8 亿元)、美团-W (社会服务, 221.5 亿元)、快手-W (传媒, 42.7 亿元) 南向资金净流入金额居前; 希望教育 (社会服务, -0.6 亿元)、银河娱乐 (社会服务, -0.4 亿元)、创梦天地 (传媒, -0.4 亿元) 南向资金净流出金额居前。

图表 28: 港股大消费个股南向资金流动排名

资金净流入 TOP15 (亿港元)				资金净流出 TOP15 (亿港元)			
序号	公司名称	所属行业	资金净流入	序号	公司名称	所属行业	资金净流出
1	腾讯控股	传媒	338.8	1	希望教育	社会服务	-0.6
2	美团-W	社会服务	221.5	2	银河娱乐	社会服务	-0.4
3	快手-W	传媒	42.7	3	创梦天地	传媒	-0.4
4	安踏体育	纺织服饰	26.8	4	百威亚太	食品饮料	-0.4
5	李宁	纺织服饰	25.6	5	康师傅控股	食品饮料	-0.3
6	华润啤酒	食品饮料	19.1	6	现代牧业	食品饮料	-0.2
7	泡泡玛特	轻工制造	11.9	7	阜丰集团	食品饮料	-0.2
8	九毛九	社会服务	9.2	8	汇量科技	传媒	-0.2
9	青岛啤酒股份	食品饮料	8.8	9	中烟香港	商贸零售	-0.1
10	敏华控股	轻工制造	7.7	10	H&H 国际控股	食品饮料	-0.1
11	海底捞	社会服务	6.8	11	优然牧业	食品饮料	-0.1
12	京东集团-SW	商贸零售	6.8	12	恒安国际	美容护理	-0.1
13	海尔智家	家用电器	6.1	13	大家乐集团	社会服务	-0.1
14	阅文集团	传媒	5.1	14	互太纺织	纺织服饰	0.0
15	特步国际	纺织服饰	4.2	15	西藏水资源	食品饮料	0.0

来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万 2021 分类)

截至 2022 年 5 月 13 日, 南向资金持股总市值较高的港股消费个股为腾讯控股 (传媒, 2503 亿元)、美团-W (社会服务, 960 亿元)、安踏体育 (纺织服饰, 268 亿元); 南向资金持股比例较高的港股消费个股为晨鸣纸业 (轻工制造, 40.3%)、中粮家佳康 (食品饮料, 29.3%)、枫叶教育 (社会服务, 27.1%)。

图表 29: 港股大消费个股南向资金持股排名

总持股市值 TOP15 (亿元)				持股比例 TOP15 (%)			
序号	公司名称	所属行业	持股市值	序号	公司名称	所属行业	持股比例
1	腾讯控股	传媒	2503	1	晨鸣纸业	轻工制造	40.3%
2	美团-W	社会服务	960	2	中粮家佳康	食品饮料	29.3%
3	安踏体育	纺织服饰	268	3	枫叶教育	社会服务	27.1%

总持股市值 TOP15 (亿元)				持股比例 TOP15 (%)			
4	李宁	纺织服饰	235	4	庄园牧场	食品饮料	24.6%
5	快手-W	传媒	222	5	新华文轩	传媒	24.3%
6	华润啤酒	食品饮料	209	6	希望教育	社会服务	24.1%
7	青岛啤酒股份	食品饮料	97	7	拉夏贝尔	纺织服饰	23.8%
8	泡泡玛特	轻工制造	77	8	青岛啤酒股份	食品饮料	23.0%
9	敏华控股	轻工制造	67	9	敏华控股	轻工制造	22.9%
10	申洲国际	纺织服饰	64	10	红星美凯龙	商贸零售	22.4%
11	蒙牛乳业	食品饮料	60	11	心动公司	传媒	22.2%
12	海尔智家	家用电器	56	12	新东方在线	社会服务	18.8%
13	特步国际	纺织服饰	49	13	九毛九	社会服务	18.1%
14	中国飞鹤	食品饮料	47	14	天立教育	社会服务	18.1%
15	九毛九	社会服务	46	15	中国儒意	传媒	17.0%

来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万 2021 分类)

5、交易动态

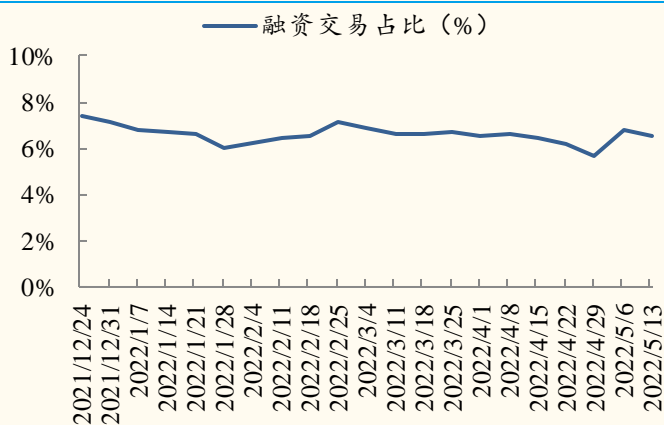
5.1、市场情绪

本周 A 股融资交易占比 6.5% (上周为 6.8%)。

本周五卖方推荐指数 96.4, 位于相对低位。

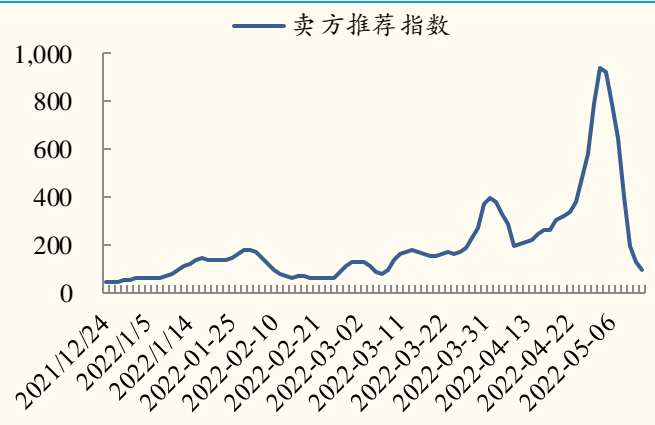
本周沪市换手率 0.9% (上周为 0.9%), 深市换手率 2.0% (上周为 1.9%)。

图表 30: 融资交易占比



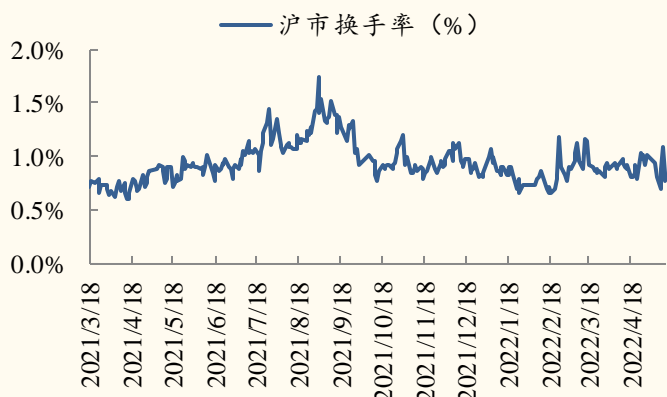
来源: Wind, 国金证券研究所

图表 31: 全市场研究员情绪



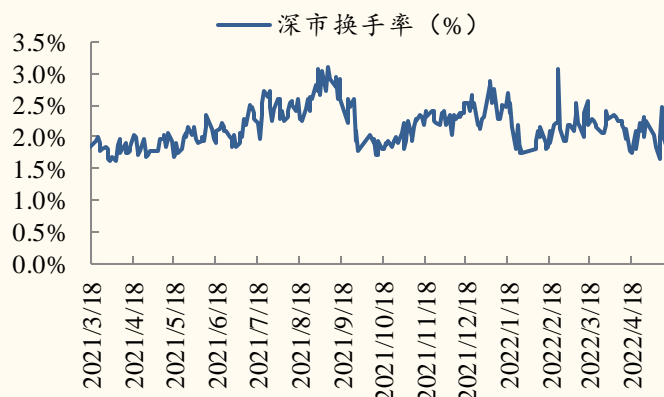
来源: Wind, 国金证券研究所

图表 32: 沪市日度换手率



来源: Wind, 国金证券研究所

图表 33: 深市日度换手率



来源: Wind, 国金证券研究所

5.2、热点题材

图表 34: A 股大消费热点题材 (截至 2022/5/13)

排序	名称	5 日涨跌幅	排序	名称	10 日涨跌幅	排序	名称	20 日涨跌幅
1	智能音箱指数	7.3%	1	智能音箱指数	15.4%	1	白色家电指数	4.7%
2	抖音平台指数	6.5%	2	元宇宙	13.0%	2	白酒指数	0.7%
3	元宇宙	4.8%	3	抖音平台	12.5%	3	食品加工指数	0.3%
4	纸业指数	4.7%	4	智能穿戴指数	11.1%	4	饮料制造指数	-0.5%
5	家用轻工指数	4.4%	5	虚拟人指数	9.4%	5	大消费指数	-0.6%

来源: Wind, 国金证券研究所

5.3、异动个股

5.3.1、连续上涨

图表 35: A 股大消费连续上涨个股 (截至 2022/5/13)

排序	公司名称	所属一级行业	所属二级行业	累计涨幅	连涨天数
1	建研院	社会服务	专业服务	34.7%	5
2	酷特智能	纺织服饰	服装家纺	33.7%	8
3	创维数字	家用电器	黑色家电	26.8%	8
4	国旅联合	传媒	广告营销	21.2%	5
5	华联综超	商贸零售	一般零售	17.8%	8
6	金逸影视	传媒	影视院线	16.6%	5
7	云南旅游	社会服务	旅游及景区	16.1%	5
8	*ST 群兴	轻工制造	文娱用品	13.0%	8
9	三雄极光	家用电器	照明设备 II	12.0%	8
10	西藏旅游	社会服务	旅游及景区	11.6%	5

来源: Wind, 国金证券研究所

5.3.2、短线强势

短线强势, 指收盘价 (复权) 连续 5 个交易日在 5、10、20 日均线之上。

图表 36: A 股大消费短线强势个股 (截至 2022/5/13)

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
002570.SZ	贝因美	食品饮料	饮料乳品	002565.SZ	顺灏股份	轻工制造	包装印刷

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
600616.SH	金枫酒业	食品饮料	非白酒	600191.SH	*ST华资	农林牧渔	农产品加工
601579.SH	会稽山	食品饮料	非白酒	300856.SZ	科思股份	美容护理	化妆品
300887.SZ	谱尼测试	社会服务	专业服务	002723.SZ	金莱特	家用电器	照明设备II
000007.SZ	*ST全新	商贸零售	一般零售	605365.SH	立达信	家用电器	照明设备II
000861.SZ	海印股份	商贸零售	一般零售	000810.SZ	创维数字	家用电器	黑色家电
600361.SH	华联综超	商贸零售	一般零售	002154.SZ	报喜鸟	纺织服饰	服装家纺
600628.SH	新世界	商贸零售	一般零售	300840.SZ	酷特智能	纺织服饰	服装家纺
600694.SH	大商股份	商贸零售	一般零售	300952.SZ	恒辉安防	纺织服饰	服装家纺
600838.SH	上海九百	商贸零售	一般零售	605003.SH	众望布艺	纺织服饰	服装家纺
601933.SH	永辉超市	商贸零售	一般零售	000726.SZ	鲁泰A	纺织服饰	纺织制造
600963.SH	岳阳林纸	轻工制造	造纸	002083.SZ	孚日股份	纺织服饰	纺织制造
301101.SZ	明月镜片	轻工制造	文娱用品	002404.SZ	嘉欣丝绸	纺织服饰	纺织制造
603398.SH	沐邦高科	轻工制造	文娱用品	300819.SZ	聚杰微纤	纺织服饰	纺织制造
002615.SZ	哈尔斯	轻工制造	家居用品	300979.SZ	华利集团	纺织服饰	纺织制造
301004.SZ	嘉益股份	轻工制造	家居用品	600448.SH	华纺股份	纺织服饰	纺织制造
603600.SH	永艺股份	轻工制造	家居用品	002343.SZ	慈文传媒	传媒	影视院线
603661.SH	恒林股份	轻工制造	家居用品	300071.SZ	*ST嘉信	传媒	广告营销
831445.BJ	龙竹科技	轻工制造	家居用品				

来源: Wind, 国金证券研究所

5.3.3、短线突破

短线突破, 指向上有效突破 5、10、20 日均线。

图表 37: A 股大消费短线突破个股 (截至 2022/5/13)

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
000333.SZ	美的集团	家用电器	白色家电	601952.SH	苏垦农发	农林牧渔	种植业
834765.BJ	美之高	轻工制造	家居用品				

来源: Wind, 国金证券研究所

6、风险提示

- **疫情持续反复风险:** 若疫情持续扩散, 大消费整体恢复可能延迟。
- **外部冲击风险:** 地缘政治、海外国家政策等外部事件冲击超预期可能对市场带来负面影响。
- **市场波动风险:** 短期市场波动不确定性强, 可能影响结论准确性。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 5%-15%；
中性：预期未来 6-12 个月内变动幅度在 -5%-5%；
减持：预期未来 6-12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；
增持：预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%-15%；
中性：预期未来 3-6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%-5%；
减持：预期未来 3-6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于C3级（含C3级）的投资者使用；非国金证券C3级以上（含C3级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路1088号

紫竹国际大厦7楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街3号4层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号

嘉里建设广场T3-2402