

## 2022年国庆旅游和消费数据跟踪

## 国庆消费复苏成色如何

## 证券分析师

钟正生 投资咨询资格编号  
S1060520090001  
ZHONGZHENGSHENG934@pingan.com.cn

张德礼 投资咨询资格编号  
S1060521020001  
ZHANGDELI586@pingan.com.cn

## 研究助理

张璐 一般证券从业资格编号  
S1060120100009  
ZHANGLU150@pingan.com.cn



- 国庆期间国内新增本土确诊病例数明显增多，防疫政策执行过程中或仍存在加码现象，这对假期居民出行和消费产生不利冲击。多个指标显示 2022 年国庆出行和消费恢复较慢，提振消费仍任重道远。
- 今年国庆期间国内新增本土确诊病例数有所上升。2022 年 10 月 1 日-10 月 7 日，全国（不含港澳台）共有 28 个省市自治区新增本土确诊 1624 例，较 9 月 24 日-9 月 30 日的 23 个省市自治区新增本土确诊 995 例明显上升。牛津大学公布的中国新冠疫情政府响应严格指数显示，国庆期间国内疫情防控政策并未收紧，但政策在实际执行过程中（新冠疫情政府响应严格指数根据政策颁布而非执行情况来编制），或仍存在加码现象，这对居民假期出行和消费产生不利冲击。
- 国内出行恢复迟滞。一是，旅客发送量，今年国庆期间全国日均旅客发送量为 3650.6 万人次，比 2021 年同期日均下降 36.4%，比 2019 年同期日均下降 58.1%。二是，百度迁徙指数，今年 10 月 1 日-7 日，全国百度迁徙指数均值为 527.29，和 2020 年、2021 年的同期相比，分别下降 12.7% 和 23.8%。由于疫情后选择私家车出行的人数增多，今年国庆期间实际的出行恢复情况，可能介于交通运输部旅客发送量和百度迁徙指数这两个指标所表征的中间。三是，国内旅游出游人次和收入，分别同比下降 18.2% 和 26.2%，按可比口径分别恢复至 2019 年同期的 60.7% 和 44.2%，恢复率处于 2020 年中秋国庆至今主要节日的较低水平。文化和旅游部数据显示，今年国庆期间本地游、周边游继续受青睐，部分旅游促消费政策效果明显。
- 消费恢复依然乏力。一是，电影票房，根据猫眼专业版的统计，2022 年 10 月 1 日-7 日，全国电影票房收入（含服务费）14.96 亿元，同比下降 65.9%；日均观影人数为 516.1 万人次，同比下降 61.4%。二是，零售餐饮收入，部分省市公布了 2022 年国庆假期的零售餐饮数据，分化较大。
- 商品房销售仍需提振。今年国庆期间 30 大中城市商品房日均成交面积 9.20 万平方米，同比-42.4%，较前一周（9 月 24 日-9 月 30 日）的同比 15.1% 明显走弱。国庆节前央行和银保监会阶段性放松首套住房商贷利率下限，70 大中城市里符合要求且已公布 2019 年-2022 年每年国庆期间的每日商品房销售面积数据的城市仅有武汉、温州、泉州和常德。上述四个城市 2022 年 10 月 1 日-7 日的日均商品房销售面积同比为-52.2%，较前一周的 56.4% 也明显回落。因此，房地产信贷政策放松的效果还未在销售数据上得体现。

2022 年国庆期间，全国（不含港澳台）新增本土确诊病例数明显上升，出现疫情的省市自治区数量也有所增多。尽管牛津大学公布的中国新冠疫情政府响应严格指数国庆期间并未上升，但政策实际执行过程中或仍存在加码现象，这对居民假期出行和消费产生不利冲击。

总的来看，今年国庆出行和消费恢复较慢。2022 年 10 月 1 日-7 日，全国旅客发送量为 2.56 亿人次，同比下降 36.4%，与 2019 年同期相比下降了 58.1%；全国百度迁徙指数均值为 527.29，与 2020 年、2021 年同期相比分别下降 12.7%和 23.8%；国庆假期全国国内旅游出游人次和收入，分别同比下降 18.2%和 26.2%，按可比口径分别恢复至 2019 年同期的 60.7%和 44.2%，恢复率处于 2020 年中秋国庆至今主要节日的较低水平。据猫眼专业版的统计，2022 年 10 月 1 日-7 日，全国电影票房收入（含服务费）14.96 亿元，同比下降 65.9%；部分省市公布了 2022 年国庆假期的零售餐饮数据，分化较大；30 大中城市商品房销售依然较弱，国庆节前多部委放松了住房信贷和税收政策，但从武汉、温州、泉州和常德这几个符合阶段性放松首套房房贷利率下限城市的销售数据看，信贷政策放松还未体现在销售上。

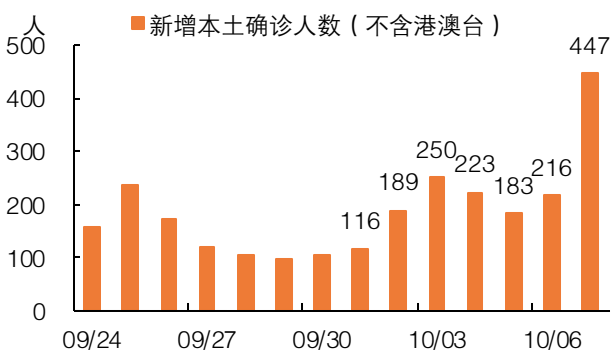
可见，提振消费进而发挥其稳定中国经济“压舱石”的作用，仍任重道远。

## 一、新增本土确诊病例数上升

今年国庆期间，国内（不含港澳台）新增本土确诊病例数有所上升。10 月 1 日-10 月 7 日，全国（不含港澳台）共有 28 个省市自治区新增本土确诊 1624 例，较 9 月 24 日-9 月 30 日的 23 个省市自治区新增本土确诊 995 例明显上升。10 月 1 日-7 日，内蒙古、广东、四川三地共新增本土确诊 1078 例，占同期全国（不含港澳台）新增本土确诊的 66.4%。贵州疫情明显好转，国庆期间新增本土确诊 9 例，较前一周的 397 例大幅回落。除贵州、西藏、天津、黑龙江、浙江、广西、吉林、江西和青海外，其余省市自治区国庆期间的新增本土确诊数较前一周均回升。

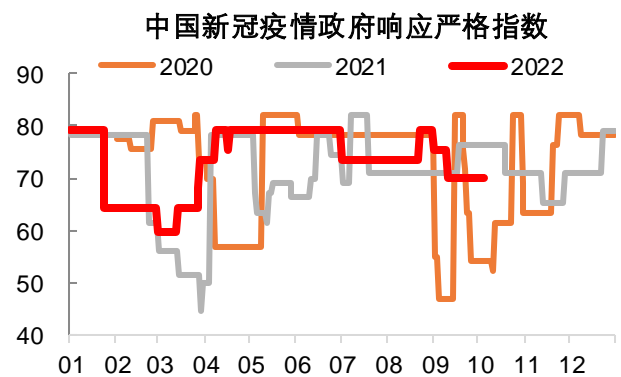
牛津大学公布的中国新冠疫情政府响应严格指数显示，国庆期间国内疫情防控政策并未收紧，这一指数 9 月 10 日-10 月 5 日（最新数据）持平于 69.91，也低于 2021 年国庆期间的 76.39。不过，防疫政策在实际执行过程中（新冠疫情政府响应严格指数根据政策颁布而非执行情况来编制），或仍存在加码现象，这对居民假期出行和消费产生不利冲击。

图表 1 国庆期间新增本土确诊病例数有所增加



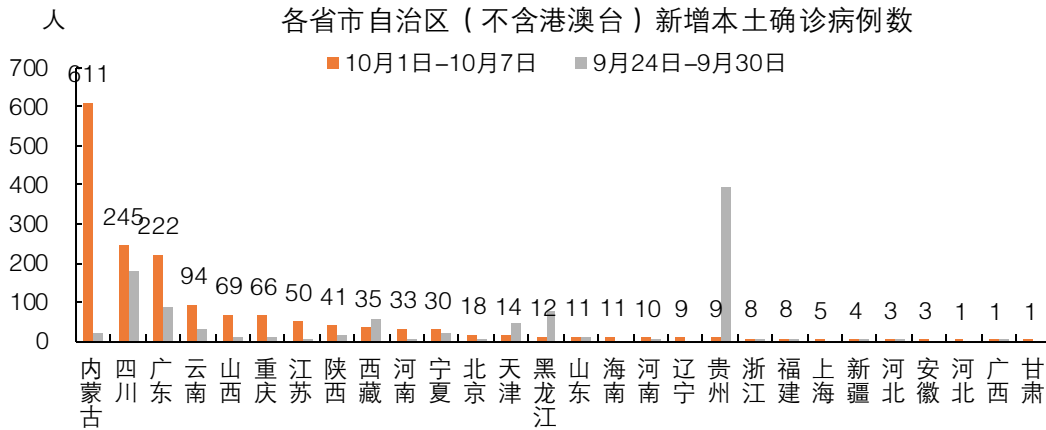
资料来源:Wind, 平安证券研究所

图表 2 今年国庆疫情防控严格指数低于 2021 年同期



资料来源: Our World in Data, 平安证券研究所

图3 和前一周期（9月24日-9月30日）相比，国庆期间多数省市自治区的新增确诊病例数上升



资料来源: Wind, 平安证券研究所

## 二、国庆出行和消费恢复迟滞

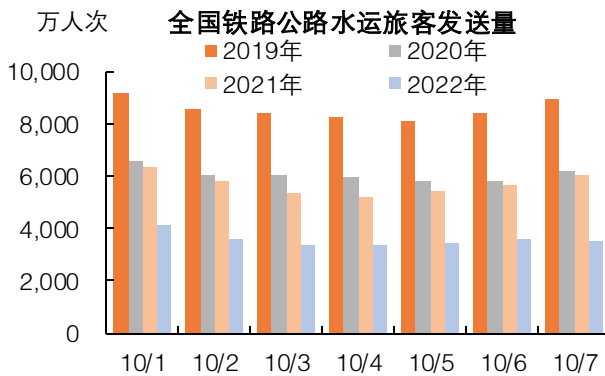
### （一）国庆出行

#### 1. 旅客发送量

交通运输部数据显示，2022年10月1日至7日，全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量 2.56 亿人次，日均发送 3650.6 万人次，比 2021 年同期日均下降 36.4%，比 2020 年同期日均下降 41.4%，比 2019 年同期日均下降 58.1%。

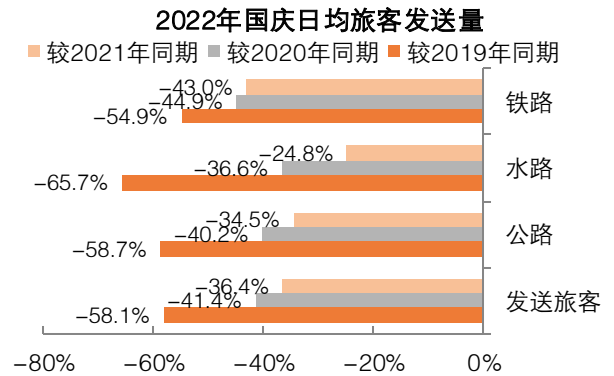
分出行方式看，今年国庆期间铁路、公路、水运三种交通工具的日均旅客发送量，较前三年同期的均大幅下降。

图4 近年国庆全国铁路公路水运旅客发送量



资料来源:交通运输部, 平安证券研究所

图5 各类交通工具旅客发送量均大幅低于近年同期



资料来源:交通运输部, 平安证券研究所

#### 2. 百度迁徙指数

百度迁徙指数利用百度地图定位可视化展现人口的迁徙情况。今年 10 月 1 日-7 日，全国百度迁徙指数均值为 527.29，和 2020 年、2021 年的同期相比分别下降 12.7%和 23.8%。

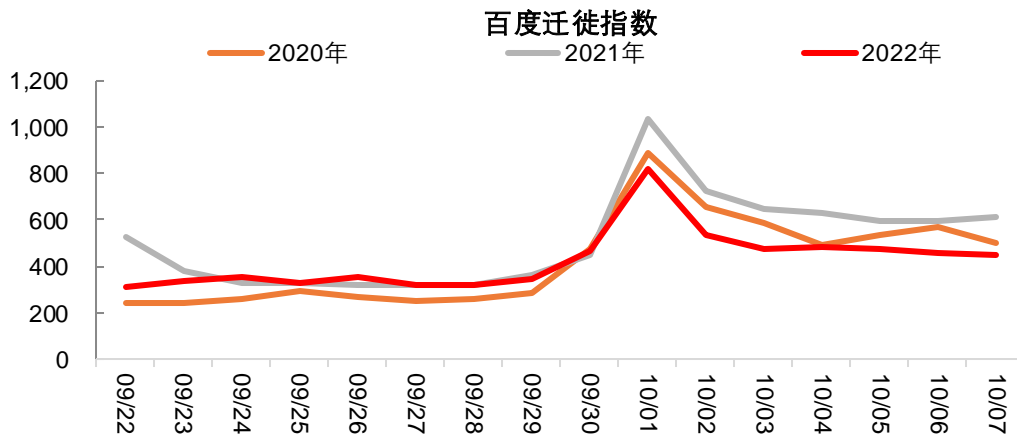
如前文已介绍，交通运输部数据显示今年国庆期间旅客发送量较 2020 年、2021 年同期分别下降 41.4%和 36.4%。百度迁徙指数显示的出行降幅，明显好于交通运输部公布的旅客发送量所体现的。产生这种分化的原因可能有二：

一是，旅客发送量统计的主要是通过公共交通工具出行的人次，而百度迁徙指数的基础数据来源包括了通过私家车的跨地区出行。新冠疫情后选择私家车出行的占比上升，从而导致两个指标出现较大差异。交通运输部数据显示，预计今年 10 月 1 日-7 日，全国高速公路日均流量 3912.3 万辆，较 2021 年同期下降 21.5%（和百度迁徙指数降幅 23.8% 接近），较 2020 年同期日均下降 17.4%，较 2019 年同期下降 21.8%，和三年同期相比的降幅均小于旅客发送量的。

二是，百度迁徙指数通过手机定位来反映人群迁徙，而旅客发送量将铁路、公路、水运、民航这四种公共交通出行人数直接加总。前者易受百度相关 APP 用户规模、跨地区后使用相关 APP 的用户比例等因素的扰动。

总的来说，我们认为今年国庆期间实际的出行恢复情况，可能介于交通运输部旅客发送量和百度迁徙指数这两个指标所表征的中间。

图表6 百度迁徙指数显示，今年国庆期间出行情况略弱于前两年同期水平

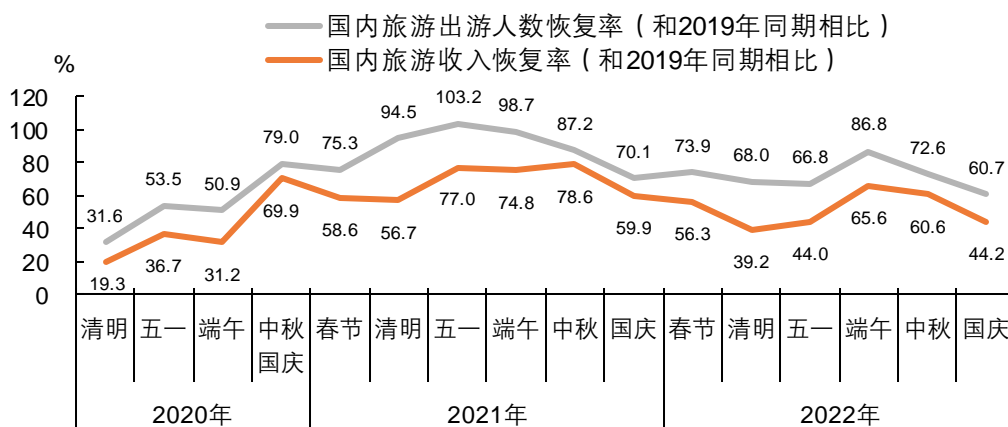


资料来源：百度迁徙，平安证券研究所

## (二) 国内旅游

根据文化和旅游部数据中心的测算，2022 年国庆节全国国内旅游出游 4.22 亿人次，同比减少 18.2%，按可比口径恢复至 2019 年同期的 60.7%；国内旅游收入 2872.1 亿元，同比减少 26.2%，恢复至 2019 年同期的 44.2%。对比 2020 年中秋节至今主要节日的国内旅游人次和收入的恢复率（均和 2019 年同期相比），今年国庆节这两个指标的恢复率均处于较低水平。

图表7 和 2019 年同期相比，2022 年国庆节国内旅游出游人次和收入的恢复率在主要节日里都处于低位



资料来源：文化和旅游部，平安证券研究所

从文化和旅游部公布的数据看，今年国庆假期国内出游有两个特点：

**第一，居民出游半径下降，本地游更受青睐。**受疫情影响，本地游、周边游仍是广大居民出行首选。国庆假日期间选择跨省游和省内跨市游的游客比例分别下降了 14.4 和 9.5 个百分点。前往城郊公园、城市周边乡村、城市公园的游客占比居于前三位，分别达 23.8%、22.6%和 16.8%。

**第二，部分旅游促消费政策效果明显。**根据文化和旅游部的介绍，今年国庆假期 85 个国家文化和旅游消费示范城市及试点城市举办约 9100 场文化和旅游消费促进活动，发放 2.83 亿元文化和旅游消费惠民补贴，参与人数超 1.4 亿人次，直接带动文化和旅游消费 154.1 亿元。

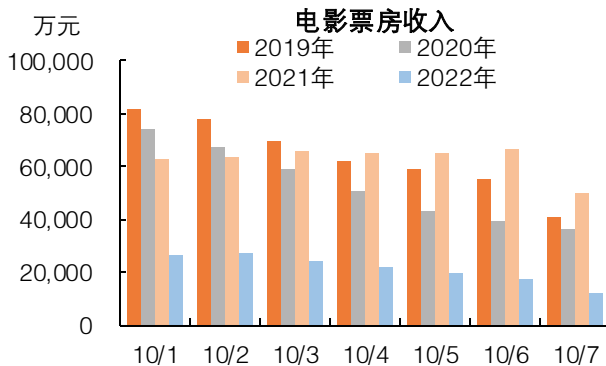
### （三）电影票房

根据猫眼专业版的统计，2022 年 10 月 1 日-7 日，全国电影票房收入（含服务费）14.96 亿元，同比下降 65.9%。和 2019 年、2020 年的国庆假期相比，今年国庆电影票房收入分别下降 66.5%、59.6%。以 2019 年同期为基期，今年国庆票房收入恢复率为 34.1%，大幅低于 2022 年春节和 2021 年国庆的恢复率 102.6%、98.3%（两者均以 2019 年同期为基期）。

和去年同期相比，今年电影票价有所下调，实际观影人数降幅小于票房收入降幅。2019 年至 2022 年，国庆档电影票（含服务费）均价分别为 37.7 元、39.7 元、46.9 元和 41.4 元。今年国庆电影票（含服务费）均价同比下降 11.6%，平均每日观影 516.1 万人次，同比下降 61.4%。

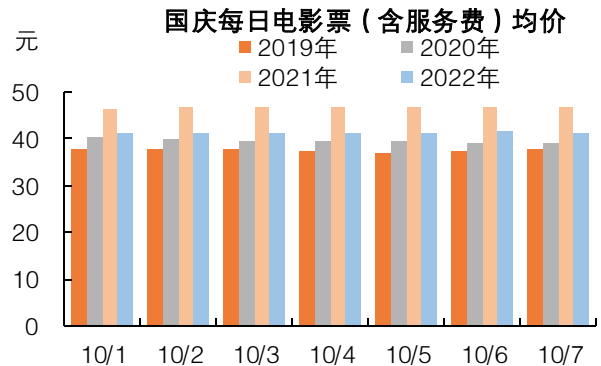
今年 10 月 1 日至 7 日，《万里归途》和《平凡英雄》票房合计收入 11.42 亿元，占同期电影票房总收入的 76.3%。和 2021 年国庆期间票房收入前二的影片合计收入占比 95.1%相比，今年国庆假期票房高度集中的局面有所缓解。

图表8 今年国庆票房收入（含服务费）降幅较大



资料来源:猫眼专业版,平安证券研究所

图表9 对比 2021 年，今年国庆电影票价格有所下调



资料来源:猫眼专业版,平安证券研究所

### （四）零售餐饮

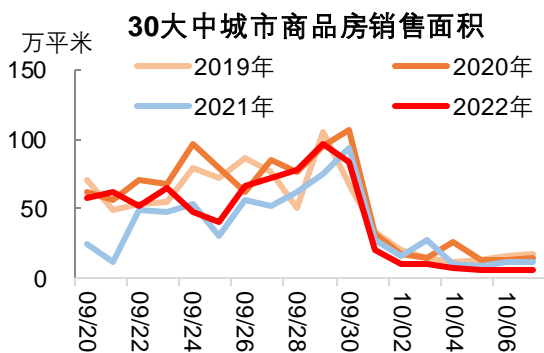
部分省市公布了 2022 年国庆假期的零售餐饮数据，分化较大。湖南省重点监测的 318 家零售企业和 69 家餐饮企业共实现消费品零售总额 35.56 亿，同比增长 13.2%。据江西省商贸厅初步测算，国庆假期江西全省实现商贸销售额 476.7 亿元，同比增长 9.1%。北京市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态百家企业实现销售额 78.4 亿元，同比增长 5.4%。重庆市主要商圈和重点监测商贸企业零售额同比增长 4.8%。河北省重点监测的 152 家零售企业、餐饮企业国庆期间实现销售额和营业收入 22.85 亿，同比增长 2.0%。江苏省重点商贸流通企业国庆累计实现销售额约 61.5 亿，同比增长 0.6%。山东省 500 家重点零售企业实现销售额 42 亿元，同比下降 2.2%。上海市商务局数据显示，2022 年国庆假期线下消费金额 407.7 亿元，同比恢复至八成，其中餐饮和汽车的线下消费额分别同比增长 18.0%、76.3%。

### 三、商品房销售仍需提振

2022年10月1日-7日,30大中城市商品房日均成交面积9.20万平方米,和2019年-2021年同期相比,分别下降49.1%、下降50.3%和下降42.4%。2022年9月24日-9月30日这一周,30大中城市商品房日均成交面积同比增加15.1%,因此从同比角度看,今年国庆商品房销售是在转弱的。

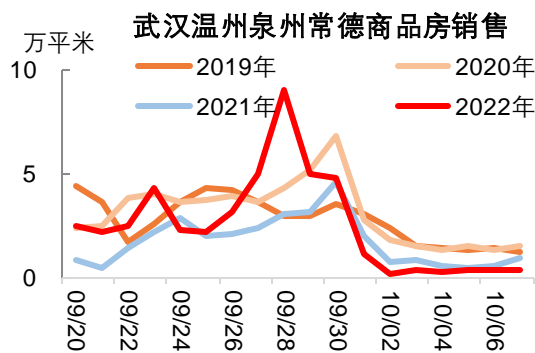
2022年9月29日,中国人民银行、中国银保监会联合发布《关于阶段性调整差别化住房信贷政策的通知》,规定对于2022年6-8月份新建商品住宅销售价格环比、同比均连续下降的城市,在2022年底前,阶段性放宽首套住房商业性个人住房贷款利率下限。70大中城市中,符合该要求的二线城市和三线城市分别有8个、15个。这23个城市中,仅武汉、温州、泉州和常德四个城市公布了2019年-2022年每年国庆期间的每日商品房销售面积数据。上述四个城市2022年10月1日-7日的日均商品房销售面积为4111万平方米,同比为-52.2%,较上一周(9月24日-9月30日)的同比56.4%大幅回落。可见,房地产信贷政策放松的效果,还未在销售数据上得体现。

图表10 近年国庆前后30大中城市商品房销售面积



资料来源:Wind,平安证券研究所

图表11 武汉温州泉州常德四市近年国庆前后商品房销售情况



资料来源:Wind,平安证券研究所

## 平安证券研究所投资评级：

### 股票投资评级：

- 强烈推荐（预计 6 个月内，股价表现强于市场表现 20% 以上）
- 推 荐（预计 6 个月内，股价表现强于市场表现 10% 至 20% 之间）
- 中 性（预计 6 个月内，股价表现相对市场表现在  $\pm 10\%$  之间）
- 回 避（预计 6 个月内，股价表现弱于市场表现 10% 以上）

### 行业投资评级：

- 强于大市（预计 6 个月内，行业指数表现强于市场表现 5% 以上）
- 中 性（预计 6 个月内，行业指数表现相对市场表现在  $\pm 5\%$  之间）
- 弱于大市（预计 6 个月内，行业指数表现弱于市场表现 5% 以上）

### 公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

平安证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。

市场有风险，投资需谨慎。

### 免责条款：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司 2022 版权所有。保留一切权利。

## 平安证券

### 平安证券研究所

电话：4008866338

#### 深圳

深圳市福田区福田街道益田路 5023 号平安金融中心 B 座 25 层  
邮编：518033

#### 上海

上海市陆家嘴环路 1333 号平安金融大厦 26 楼  
邮编：200120

#### 北京

北京市西城区金融大街甲 9 号金融街中心北楼 16 层  
邮编：100033