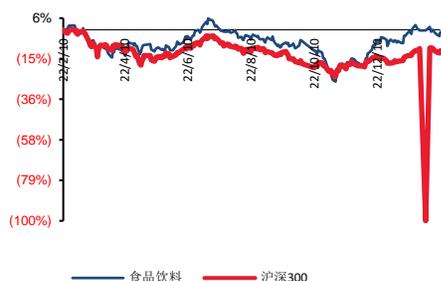


食品

春节回乡见闻（北方篇）：疫情三年冲击较大，春节可选复苏强劲

■ 走势比较



■ 子行业评级

相关研究报告：

《食品饮料 22Q4 基金持仓分析：白酒小幅减仓，食品仓位持平》——
2023/02/09

《春节回乡见闻（南方篇）：人流复苏明显，白酒消费分化》——
2023/02/06

《巴比食品：Q4 业务受疫情负面影响，23 年业绩修复可期》——
2023/02/04

证券分析师：李鑫鑫

电话：021-58502206

E-MAIL: lixx@tpyzq.com

执业资格证书编码：S1190519100001

报告摘要

前言：春节期间，我们团队成员返乡，记录了南北多省春节的动态和疫情间的变化，并总结为回乡见闻报告，本文主要为北方城市的相关见闻。整体看，疫情三年北方受到冲击相对较大，居民对当地经济恢复信心仍有不足。但从场景看，春节餐饮、电影院人流复苏明显。受北方毒株症状较强影响，宴席规模、亲戚走访频率尚未恢复至疫情前水平。

一、河南鹤壁：1) 城市概况：早期以煤炭工业为主。人均产值在河南省中游，二三产业增速明显。2) 收入水平：市区的平均月工资在 4 千左右。公务员工资大概月收入 5 千多。3) 疫情影响：对两县区域的农业和个体户经营打击较大，大型支柱产业受影响不大。4) 春节复苏情况：餐饮场景恢复较好，上座率基本到六七成，大型饭店宴席基本订满，电影院上座率很高，热门影片上座率能达 70% 以上。5) 送礼趋势：主要赠送饮料和平价烟酒，其中白酒主要在 50-200 元价格带，如彩陶坊、水井坊、泸州、汾酒等。

二、河南安阳：1) 城市概况：重工业为主，下辖 5 县 4 区和四个上市公司。2) 收入水平：2021 年全市居民人均可支配收入 27365 元，同比+7.2%。其中，城镇居民人均可支配收入 37464 元，同比+6%；农村居民人均可支配收入 18424 元，同比+8.4%。3) 疫情影响：疫情加之极端天气、洪灾对安阳市第三产业的影响相对于第二产业、第一产业较大。4) 春节复苏情况：时隔三年恢复举办的正月十六“安阳桥古庙会”。宴请场景，部分高端宴请餐厅春节期间包厢基本订满，但部分大众餐饮门店数量有减少。电影院主要时间段上座率较高。5) 送礼趋势：主要赠礼为酒类（白酒、红酒为主）、烟草、茶、水果、点心、海鲜礼盒等，其中白酒总均价在 200-300 元左右。

三、辽宁锦州：1) 城市概况：经济水平排在辽宁中等偏上的位置，产业以第三产业为主。2) 收入水平：平均工资水平 5.3 千左右，公务员 6-7 千，工薪阶层 5 千左右，服务员 3-4.5 千。3) 疫情影响：防疫政策严格，对自主创业影响较大。4) 春节见闻：外出餐饮意愿较高，电影院上座率较高，春节期间居民出行热情高涨，商场人流量很大。5) 送礼趋势：锦州年礼的单件价格一般在 100 元

左右，种类一般包括茶、酒、糕点、奶、海鲜等，受欢迎的白酒种类价格在 50-200 元区间。

四、山西临汾：1) 城市概况：临汾市位于山西南部，GDP 在省内处于中等水平，位居全国所有城市第 160 名。2) 收入水平：当地人均工资 5000-6000。疫情期间无固定工作和在私企工作的人收入减少，部分存在拖欠工资现象。3) 春节复苏见闻：随着疫情恢复，婚宴等餐饮场所明显增多，走亲访友也增多，但尚未恢复到疫情之前水平，旅游景点主要为本地人出行。4) 送礼趋势：临汾过年送礼单件一般在 60 左右，主要包括乳制品、烟、水果以及地方特产等，一般选择两样搭配。

总结：我们认为 3 年的疫情主要对房价、餐饮服务业影响较大。疫情对北方城市的打击较大，居民对未来信心仍有不足，但随着疫情的放开正在逐步恢复；从场景上，23 年春节期间电影院、旅游出行恢复较为明显，餐饮人流恢复明显；从送礼趋势上，受消费力下降影响，客单价相对较低，宴席、亲戚走访频率尚未恢复至疫情前水平，部分城市送礼氛围变淡。白酒送礼品牌较为分散，部分地区更偏向酱香、清香型白酒；直播、团购、电商等购物方式持续影响居民消费习惯。

风险提示：经济复苏不及预期，草根调研代表性或存在偏差等

目录

前言	5
一、河南鹤壁	5
(一) 城市概况	5
(二) 收入水平	6
(三) 疫情影响	6
(四) 春节见闻	7
(五) 送礼趋势	7
二、河南安阳	8
(一) 城市概况	8
(二) 收入水平	9
(三) 疫情影响	10
(四) 春节见闻	10
(五) 送礼趋势	12
三、辽宁锦州	12
(一) 城市概况	12
(二) 收入水平	13
(三) 疫情影响	13
(四) 春节见闻	13
(五) 送礼趋势	14
四、山西临汾	15
(一) 城市概况	15
(二) 收入水平	15
(三) 疫情影响	16
(四) 春节变化	16
(五) 送礼趋势	16
五、总结	17
六、风险提示	17

图表目录

图表 1: 鹤壁市产业增加值	5
图表 2: 鹤壁市旅游景点	6
图表 3: 鹤壁市旅游景点	6
图表 4: 鹤壁市专柜酒	8
图表 5: 安阳市 GDP 及产业分布	9
图表 6: 安阳市旅游接待人数及综合收入 (2018-2021)	10
图表 7: 春节期间安阳的“广益佰”纺纱厂文旅小镇.....	11
图表 8: 2月6日举办的“安阳桥古庙会”	11
图表 9: 安阳本地超市主推的包装白酒	12
图表 10: 安阳本地超市主推的光瓶酒	12
图表 11: 锦州市 GDP	13
图表 12: 2022 年锦州房价走势	13
图表 13: 2021 年锦州房价走势	13
图表 14: 锦州玩出餐饮热情较高	14
图表 15: 锦州春节期间出行热情高涨	14
图表 16: 临汾市经济情况	15
图表 17: 临汾市房价情况	15
图表 18: 节日氛围浓厚	16
图表 19: 春节期间出行热情高涨	16
图表 20: 临汾市春节大众礼品门市陈列图.....	16

前言：

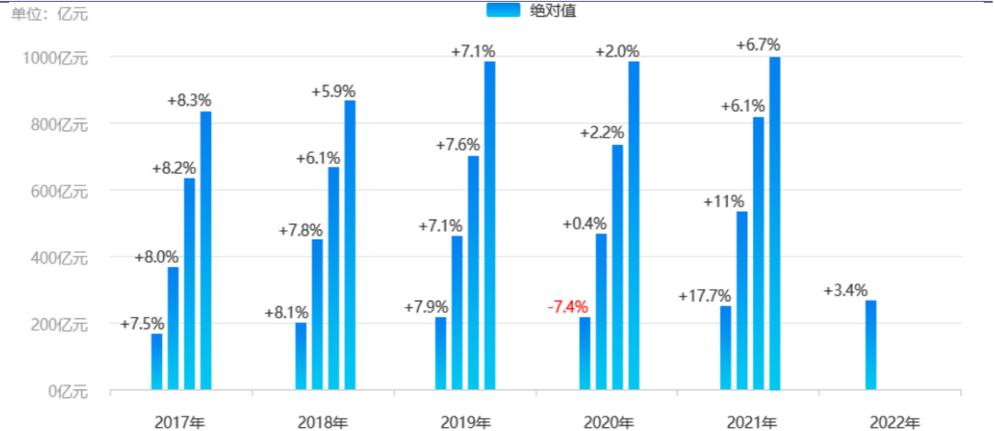
春节期间，我们团队成员返乡，记录了南北多省春节的动态和疫情间的变化。我们从城市概况和发展、3年疫情影响、23年春节见闻、送礼趋势等维度记录了多省的变化。目前已发表南方回乡见闻报告，本文主要为北方城市的相关见闻。从恢复程度上，我们认为南方城市由于经济水平相对较好、受疫情影响较少，春节整体恢复程度普遍较北方更为好，北方城市由于亲戚走访减少、宴席规模减少，年味尚未恢复至疫情前水平。疫情三年北方受到冲击相对较大，经济恢复程度一般，居民对当地经济恢复信心仍有不足。

一、河南鹤壁

（一）城市概况

鹤壁市 2021 年全年全市生产总值 1064.64 亿元，比上年增长 6.7%。其中，第一产业增加值 72.52 亿元，下降 2.1%；第二产业增加值 615.93 亿元，增长 7.5%；第三产业增加值 376.19 亿元，增长 7.3%。三次产业结构为 6.8:57.9:35.3 处于转型时期，支柱产业仍为工业。2021 年末全市常住人口 157.20 万人，人均产值 67725 元，处于河南省中游。城区市县主要是三区两县，鹤山、山城、淇滨区以及淇县、浚县。

图表1：鹤壁市产业增加值



资料来源：21 年统计公报，太平洋证券研究所

鹤壁市以第二产业工业为主，经济体量很小，但是人均产值在河南省比较高，中上游以上。老牌支柱产业是煤炭以及相对应的煤化工等。早期的鹤壁属于资源型城市，市区人口大部分属于迁移人口。鹤壁煤业集团是鹤壁市最重要的公司。经济未转型前，鹤壁第二产业占比达 70%（2013）。其他产业包括汽车制造，新材料以及旅游产业。汽车制造企业有天海集团，天海集团是全国最大的连接器科研、生产基地和新兴的汽车电子产品研发生产基地。新材料部分鹤壁金属镁比较出名，牺牲阳极以及镁粉是主要产品，但是因为制作工艺等原因并没有涌现比较优质的

大型企业。旅游主要依托自然以及人文景观。自然景观包括任山大佛、云梦山、太极图。人文景观，鹤壁市政府出资沿淇河边修建了几乎横跨淇滨区南北的森林公园，仿古建筑也在其中。鹤壁的经济规划政策上最主要的逻辑在于招商引资。

图表2：鹤壁市旅游景点



资料来源：太平洋证券研究所整理

图表3：鹤壁市旅游景点



资料来源：太平洋证券研究所整理

房价上，据安居客网站统计，鹤壁市区均价 5500/平，并且有走低趋势。淇滨区均价，热门板块在 6000 以上，但是市区内烂尾楼盘现象存在比较多。山城区是老的市政府所在地，由于市区规划原因市政府迁到淇滨区，房价与淇滨区呈现断档，均价在 2200 水平。淇县、浚县相对主城区较为独立，房价均价在 4500 左右水平，整体比较平稳。过去一年整体来房价稳中有降，但是大家的购房需求不高，除非是外来迁入人口（比如东北迁入、或者两县迁入人口），购买房子最主要的动力还是居住需求，并且淇滨区房子属于过剩阶段。

（二） 收入水平

目前市区的平均工资在 4000 元左右。公务员工资大概收入 5000 元+。服务业从业者大多为个体户经营，包括餐饮、理发、洗浴影视城等，餐饮是最大头。

（三） 疫情影响

受疫情影响，餐饮行业变动最大，体现最为明显的就是周围商店的更迭。大型支柱企业受影响并不太大，主要原因在于政策性托底以及政府救济，但是大型公司发展也基本停滞，近几年几乎没有听到什么重大的招商引资项目，整体发展几乎处于停滞状态。

疫情对于鹤壁这种城市影响分区域，两县经济属于农业为主。最困难的时期是疫情初期（2020 年），农业生产的滞后导致农业损失较大。鹤壁市人口外流很严重，人口流动方向大致是：两县、山城、鹤山→淇滨区→开发区→外省。

鹤壁地处豫北，经济转型自疫情前就已经开始，相比较其他省市，疫情对鹤壁市所造成的影响更多的是外在宏观经济的打击。鹤壁市外部务工人员非常多。年轻人依靠学历走出去。淇滨区本就已经是鹤壁经济中心，但是年轻一代更多的选择出鹤壁去其他省市讨生活，外向经济特征较为明显。包括鹤壁的生产物资，除了农业小商品等基础物资实现自产自销，大多增量在市区外部。

疫情三年，对于部分本地人来说，收入变化不大，主要和职业相关。但是像其他服务行业收入几乎一落千丈，疫情封控的时候要做好准备几乎几个月没有收入。大型公司的合同属于长期合同，但是今年的经济下行使得支柱鹤煤集团面临

裁员以及收缩的风险，目前属于重组阶段，大家开支普遍降低三四成，因为收入的减少导致企业大多开始降薪，变相的促进鹤壁市人口的流出。

对于未来，由于外向经济的原因，伴随经济的回暖，大多数人还是更希望能够在外地找到一分好工作。打工一般是常态，对于鹤壁来说，淇滨区人口有从两县来的，并且淇滨的人口也在外流。鹤壁的目标在于与豫北以及冀南的城区进行整合，做一个商品集散以及运输地。

（四）春节见闻

销售渠道，抖音快手渗透不明显。通过抖音快手直播买东西的人较少，大家最主要的消费渠道的选择主要取决于当地的消费习惯。人们对于生活必需品的购买更倾向于居民小区旁小商超以及烟酒杂货店，一般的生鲜水果以及家用日用品一应俱全，基本上大多数产品都能够买到。家用的大件商品以及衣物等商品会去家具城以及市中心的大型商超，由于鹤壁市市区小，道路笔直，属于2000后规划的市区，所以交通方便。市区中部有裕隆超市，属于地方性的大型零售商。南部有万达广场入住，整体想要去大型商超时间不超过30min，开车或公交所花费时间会更短。年轻一代线上渠道购买产品比较多，主要买一些电子产品以及当地买不到的新品，比如手机，服装鞋帽等。网购的话一般而言会用淘宝，拼多多次之，其他渠道比如淘特，京喜等会有一些价格优势，但是网购平台的粘性一般很强，大多数人对于网购，常用渠道一般只有一两个，而且淘宝、京东居多，其他的使用较少。网上购买的一大因素主要在于所需要的商品购买不到或者说比较稀缺（比如奶粉、品牌商品、衣物鞋帽）。

最近拼多多等购买生鲜的食品入驻，以非常便宜的价格销售生鲜食物，这时消费者为了方便等因素会选择线上购买。价格上很便宜，比如三斤红柚只需要7块钱，这种水果一般只能在大型商超购买，如果在超市自提的话会方便很多。

调味品，在生抽老抽市场，海天是市场主导，千禾属于后来者，并且反馈并不好。海天的辣酱、豆瓣酱等销量不加，当地有桃园建民、王致和等深耕市场的调味品牌以及其他小型辣酱品牌，而且辣酱豆瓣酱等调味品因为口味原因销量并不如其他地市有优势。

食品零食，零食品牌较为集中，一般集中在几个货架。盐津并不存在于鹤壁。三只松鼠以及良品铺子曾经入驻鹤壁万达，但是今年回家的时候商铺已经消失了。当地的消费习惯一般是去商超购买散装葵花籽、西瓜子、南瓜子等，这些散装食品没有品牌，一般可能就是当地自炒的商品。同时外部沿街有小型干果瓜子零食专卖店，属于个体工商户性质。商品种类有瓜子炒货，果干核桃等干果类。一般都是自产自销，价格便宜实惠7元-20元价格不等。家庭根据需求批量购买。

速冻食品包括三全水饺，思念汤圆等。思念汤圆是卖的最好的品类，一般大型商超速冻食品会有3-4个冷藏专柜。思念系列价格10元左右，优惠力度并不大，最多两三元，购买决策最主要还是口味为先，传统的汤圆（芝麻、花生是销量最多的品类）

场景，1) 餐饮，恢复很好；街边中小型性店铺上座率都能够达到六七成。疫情高峰后到春节前一周呈现爆发式回流。大型饭店宴席预定能够排到初五初六，基本属于订满状态。2) 电影，上座率很高；热门影片比如流浪地球以及满江红上座率能达到70%以上，并且各影城档期很满。3) 旅游，人很多；春节出游热情高，大家大多会选择当地景点。外出出市游较少。4) 出行，初一初二淇滨城区有小范围堵车；高速免费也使得周边比如寺庙景点等客流量有所恢复。

（五）送礼趋势

春节赠礼主要是烟、酒、饮料等。烟一般是中华整条，现在城市里面送礼氛

围变淡了。今年过年家里如果有老人的，家里人都会比较忙碌。过年的时候家里人互相送礼，一般就买一些平价白酒，彩陶坊、水井坊、泸州、汾酒，大家喝酒就是图喜庆以及氛围，河南入驻的酒品牌杂而繁多，并没有哪个品牌能够形成统一的区域性大品牌。并且同一品牌酒会由于出酒厂不同而口味有所差别，所以大家喝酒反而并没有特别关注品牌，而主要在谈口味，比如香型，辣、顺滑、回甜、清香等等，个人口味存在差异，偏好也不尽相同。家里有老人小孩的，一般会买一些保健品或者饮品，比如六个核桃、露露、酸奶等。顺手提两三箱，送礼一般不超过1-200块，串亲戚最重要的还是吃饭。除了这些，如果觉得不够还会准备一些水果以及整鱼、整鸡等食品。

送礼的话当地一般是乳品饮料（伊利、露露、六个核桃、养元）、保健品、烟（中华）、酒（平价100-200）；除上述礼品，一般会搭配新鲜水果等。烟酒的赠送需要看收礼人的习惯，有时候求稳反而不会带烟酒，转而会带一些零食饮料等大众化产品。

当地销售白酒肯定以平价白酒销售最为盛行。50-200元左右，都是目前的大众选择。消费场景包括聚会、宴席等。高端酒几乎不见人买，1000元左右的酒品在这里大多为商用。除非去酒类专卖店，商超中的贵酒是在柜门上锁的，只供人看，不能拿出。销售商会将电话留在酒柜上。由于销量少，一个经销商往往会负责好几个区（包括外市）的销售。销量少使得商超的贵酒销售都是这种形式。海天梦系等苏酒很少能够见到有人喝，一般家里人也并没有见到有喝这个系列的；泸州老窖以及汾酒的平价酒在超市上架比较多，其他品牌也包括彩陶、水井等。平价酒价格区间在（50-200）不等。主要白酒消费场合在聚会，宴席方面。

图表 4：鹤壁市专柜酒



资料来源：太平洋证券研究所整理

二、河南安阳

（一）城市概况

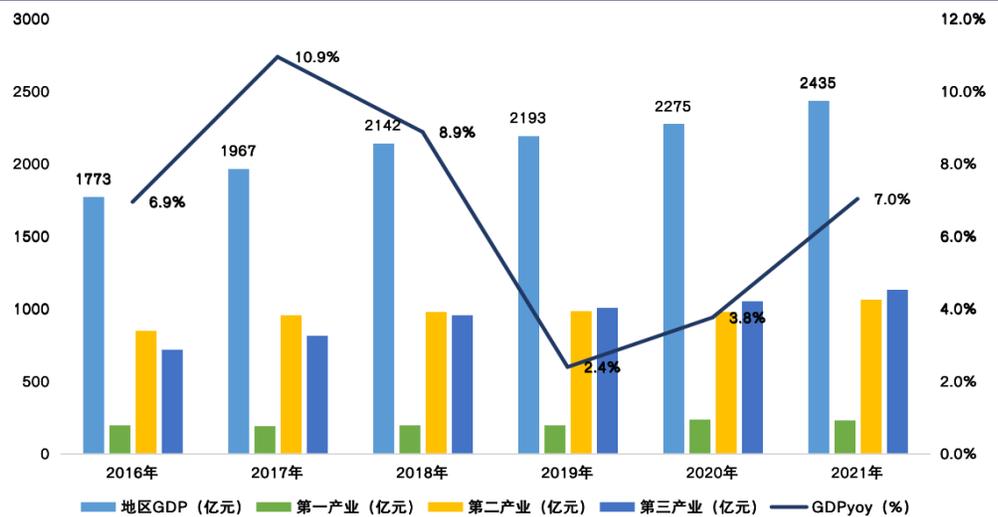
地处河南最北，河南、山西、河北三省交界处。作为国家历史文化名城，安阳市是早期华夏文明中心，殷商、曹魏、后赵等七朝分别在此建都，有“七朝古都”

之称，旅游文化资源丰富。作为世界文化遗产殷墟所在地、世界记忆遗产甲骨文出土地，河南安阳被誉为“文字之都”，中国文字博物馆于2009年在安阳开馆。

安阳市下辖1个县级市（林州市，为代管省辖市）、4个县（安阳县、滑县、内黄县、汤阴县）、4个区（文峰、北关、殷都、龙安）。安阳市目前共有4家上市公司，分别为安阳钢铁（钢铁冶炼、炼焦等）、翔宇医疗（康复医疗器械）、安彩高科（光伏玻璃、浮法玻璃等）、林州重工（煤矿机械等）。

安阳市2021年全年全市生产总值2435.5亿元，比上年增长5%，位居当年河南省第12位。其中，第一产业增加值235.2亿元，同比+3.7%；第二产业增加值1064.7亿元，同比+2.7%；第三产业增加值1135.6亿元，同比+7.4%。三次产业结构为9.7:43.7:46.6，支柱产业仍为第二、第三产业。

图表5：安阳市GDP及产业分布



资料来源：wind，太平洋证券研究所整理

支柱产业，安阳是河南省重工业基地之一，20世纪90年代，安彩高科、安阳钢铁生产的电视玻壳、钢铁曾经成为安阳经济的重要增长点。目前，安阳市逐步形成了冶金建材、装备制造、煤化工、食品医药4个主导产业和纺织服装、电子信息、新能源3个优势产业。年销售收入亿元以上企业达424家。2021年，电力热力生产和供应、烟草制品、非金属矿物制品业增长较快，分别拉动全市增速1.3、0.9、0.6%，成为全市经济增长主要动力。

旅游方面，河南省安阳市具有丰富的自然、人文文化旅游资源，是国家历史文化名城和中国优秀旅游城市，现有世界文化遗产2处（殷墟、大运河滑县段）、国家级重点文物保护单位26处、河南省文物保护单位80处、博物馆和纪念馆17家；国家A级旅游景区38家，其中5A级2家（殷墟、红旗渠·太行大峡谷）、4A级景区7家（姜里城、岳飞庙、万泉湖、马氏庄园、中华古板栗园、汤河国家湿地公园、道口古镇）、3A级景区18家、2A级景区11家。红旗渠、太行大峡谷被评为五钻级智慧景区，万泉湖、殷墟博物馆被评为四钻级智慧景区。2021年，全市接待国内外游客4415.98万人次，旅游总收入512.35亿元。

房地产，根据安居客数据，安阳市房价新房均价目前在6400元/平米左右，自2019年底以来，总体呈下降趋势（2019年12月均价为7500元/平米左右）；二手房均价在5900元左右。目前，文峰区（7642元/平米）、北关区（6685元/平米）、安阳县

（6272元/平米）等综合资源、教育资源丰富的片区均价较高。

（二） 收入水平

2021年末全市常住人口542.3万人，城镇化率54.1%，人均产值44690元，同比+5.1%。2021年全市居民人均可支配收入27365元，同比+7.2%。其中，城镇居民人均可支配收入37464元，同比+6%；农村居民人均可支配收入18424元，同比+8.4%。

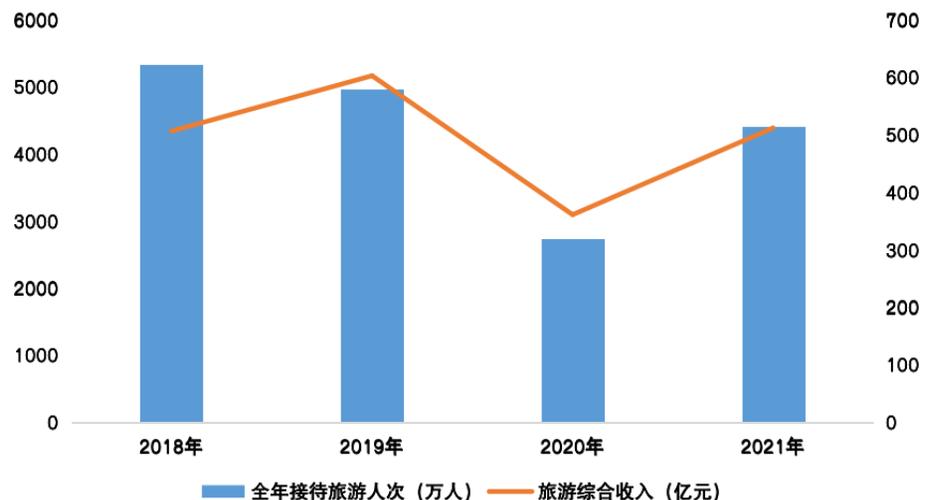
（三） 疫情影响

疫情对安阳市第三产业影响相对于第二产业、第一产业较大；对大众消费、旅游相对于投资、生产影响较大；总体在2020、2022年受影响较大，2021年处于恢复情况。从疫情本身情况来看，2020至2021年，安阳市疫情情况总体平缓，进入2022年，分别在1月、5月、9月、11月出现过4次一定规模的感染及静态管理政策，叠加2021年7月河南省的极端天气、洪灾影响，疫情及天气灾情造成的流动性限制对于大众消费影响较为严重。

消费方面，2020年社会消费品零售总额完成856.4亿元，同比-4.8%，零售业613.1亿元（同比-4.5%），餐饮业101.3亿元（同比-9.3%）。2021年总体有所缓和，全市社会消费品零售总额完成908亿元，同比增长6.0%，其中金银珠宝+30.9%、新能源汽车+113.7%、粮油+18.6%、烟酒+17.1%、饮料+8.7%。2022年消费再度回落，1-11月社会消费品零售总额同比-1.7%。

旅游业方面，2020年旅游人数、收入受疫情影响，同比分别-44.9%、-40.1%，2021年有所恢复。2023年春节期间，旅游综合收入达11.31亿，占全市近年GDP平均总量的0.4%左右，旅游场景在疫情结束后恢复良好。

图表 6：安阳市旅游接待人数及综合收入（2018-2021）



资料来源：太平洋证券研究所整理

房地产方面，疫情前房价水平在7500元/平米左右（新房），疫情期间房价总体下滑严重，较疫情前单价-15%左右。2021年安阳市商品房销售面积下降0.5%，在居民可支配收入增长总体缓慢的情况下，购房意愿受到限制，对购房持观望态度。

（四）春节见闻

2023年春节，随着经济、交通限制的逐步解除，安阳节日氛围浓厚，经济情况、各大众消费场景呈现快速恢复状况。

2023年春节期间，安阳共接待游客136.3万人次，旅游综合收入11.57亿元。近年来安阳着力发展的历史文旅小镇、时隔三年恢复举办的正月十六“安阳桥古庙会”是具有代表性的旅游、消费恢复场景。消费场景方面，探亲送礼、高端宴请、大众餐饮、室内旅游、电影等场景都较为火爆。

图表 7：春节期间安阳的“广益佰”纺纱厂文旅小镇



资料来源：太平洋证券研究所整理

图表 8：2月6日举办的“安阳桥古庙会”



资料来源：太平洋证券研究所整理

高端宴请方面，总体较为火爆，年后预定期从节前小年（1月15日左右）开始大部分已满，以市内主要的高端政商宴请餐厅为例（人均价位实际在260元左右），预定从小年（腊月二十三，1月10日左右）后已定满，餐厅合作酒为习酒，主推陈列款为君品习酒，顾客实际有消费五粮液、青花20等；当地特色菜的高端宴请餐厅（人均价位在180元左右），年后三十到初六的包厢均预约满，主推酒水为河南地产酒仰韶。

大众餐饮与电影方面，主要餐饮时间段（11:00至20:00）排队率较高，集合在大型商场商圈。火锅类为当地餐饮主流，巴奴火锅作为起源于安阳的企业，近年来得到快速发展，但在安阳的门店数量从10家左右缩减到4家。海底捞、巴奴火锅主要竞争，营业时间重合，排号情况近似（主时间段均在2小时左右）；巴奴火锅推出自牌“纯粮酱酒”与精酿啤酒。大众餐饮在主用餐时间段（午餐、晚餐）普遍有排号情况，下午时段部分餐厅需要排队。电影主要时间段上座率高，与大众餐饮绑定较深。

白酒消费方面，河南省属于传统的高度酒消费习惯区域，对安阳白酒消费有一定影响。分香型看，本地酱香、清香氛围较为浓厚，浓香型相对弱势。本地酱香的氛围依然浓厚，除茅台、习酒（1988、银质在当地酒行销量较高）以外，汉酱、国酱、餐饮贴牌“纯粮酱香”等茅台镇产区酒出场率高；酱香酒在送礼、宴请场景均有出场率。清香方面，由于安阳与山西、河北这两个清香型的主要产区（汾阳大曲

清香、老白干、二锅头）亲缘交集、消费习惯接近，安阳本地的清香型消费较为浓厚，也处于汾酒“135710”的10个关键地级市市场中；宴请场景下，汾酒渗透率较高，例如顾客自带整箱青花20、老白汾15；超市、便利店的玻汾、老白汾有较高渗透率；烟酒店招牌以汾酒（青花）居多。地产酒方面，河南、湖北的地产酒品牌宝丰、仰韶、白云边、珍酒在本地影响较深。

图表 9：安阳本地超市主推的包装白酒



资料来源：太平洋证券研究所整理

图表 10：安阳本地超市主推的光瓶酒



资料来源：太平洋证券研究所整理

（五）送礼趋势

春节赠礼方面，在各群体的消费水平基础上，春节赠礼相对平时均价较高。主要品类为酒类（白酒、红酒为主）、烟草、茶、水果、点心、海鲜礼盒等。白酒总均价在200-300左右，酱香（茅台系、习酒-银质、窖藏等）、清香型（汾酒-青花20/老白汾15、10）受欢迎，地产酒（仰韶、宝丰）、西凤酒等品牌有一定出场率，浓香型中五粮液、洋河、老窖亦有一定出场率，但在本地相对酱香、清香较低。

海鲜礼盒叠加家宴等场景下受重视，有高端化趋势，礼盒均价在500元左右及以上。水果方面，有高端化趋势，例如车厘子、榴莲等单价较高的水果更多出现在超市等大众消费场景下作为赠礼。

三、辽宁锦州

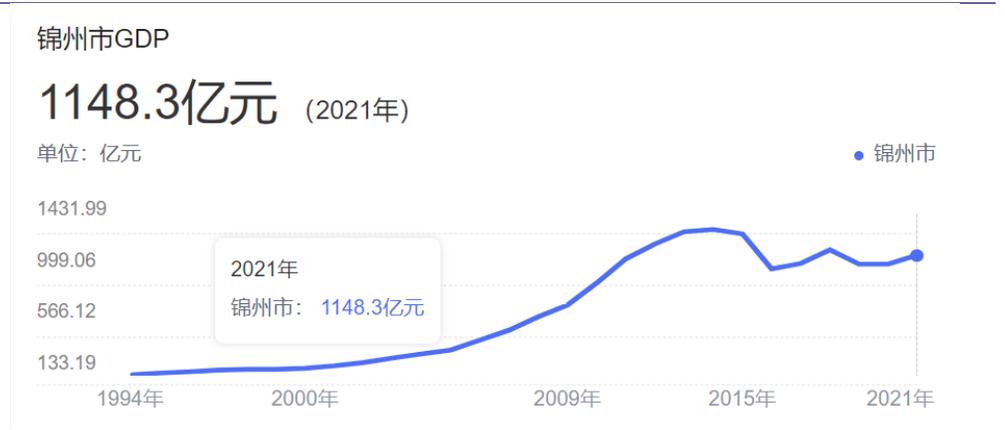
（一）城市概况

作为北方的四线城市，锦州市常住人口 260-270 万，年均 GDP 在 1100 亿左右，经济水平辽宁排在中等偏上的位置。产业以第三产业为主，地处中国东北地区、辽宁西南部、辽西走廊东部，海岸线 124 千米，是连接华北和东北两大区域的交通枢纽，也是一座港口城市。特产包括锦州烧烤、锦州小菜、道光廿五贡酒、沟帮子熏鸡等。

2022 上半年 GDP554.5 亿。2022 年 1-11 月，全市规模以上工业增加值按可比价格计算，同比增长 3.2%，高于全省平均水平 4.2 个百分点。全市固定资产投资同比增长 9.0%，高于全省平均水平 5.0 个百分点；建设项目投资增长 13.1%，其中，工业投资增长 16.7%，房地产开发投资下降 6.2%。全市限额以上单位消费品

零售额实现 140.5 亿元，同比下降 0.6%，高于全省平均水平 0.1 个百分点。全市一般公共预算收入 96.3 亿元，扣除留抵退税因素后同口径增长 1.2%，低于全省平均水平 0.4pcts。全市金融机构本外币各项存款余额 4051.0 亿元，同比下降 1.1%，比年初减少 22.3 亿元。全市全社会用电量 90.1 亿千瓦时，同比增长 1.7%。公路货物周转量 220.4 亿吨公里，同比下降 5.8%；港口货物吞吐量 9015.4 万吨，下降 3.2%；集装箱吞吐量 158.7 万标箱，下降 1.9%；民航旅客吞吐量 7.9 万人，下降 63.8%。全市居民消费价格（CPI）同比上涨 2.5%。常住人口 266 万。

图表 11：锦州市 GDP

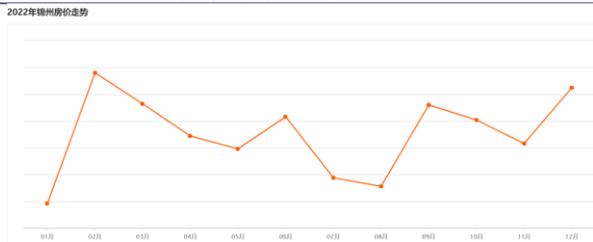


资料来源：统计局，太平洋证券研究所整理

地产，当地的新区房价在 8-10k，老城区在 5k 左右。过去一年（2022 年）房价波动，整体呈下降趋势，但相较于 2021 年的全年房价下跌仍有一定回升。亲朋好友也有买房的情况但是不多，基本上是按需买房。

支柱产业，“十四五”期间，锦州市重点发展粮油、蔬菜、水果、畜禽、水产五大优势特色产业。构建“8+3”工业产业布局，即精细化工、光伏及新能源、汽车及零部件、电子及半导体、装备制造、生物制药、新材料及节能环保、大数据八大新兴产业，石油化工、冶金、农产品加工三大传统产业。

图表 12：2022 年锦州房价走势



资料来源：安居客，太平洋证券研究所整理

图表 13：2021 年锦州房价走势



资料来源：安居客，太平洋证券研究所整理

（二）收入水平

锦州工资平均水平 5300 元左右，公务员 6-7000，工薪阶层 5000 左右，服务员 3000-4500。锦州物价偏低，近两年房价也有所下滑，因此锦州的生活成本并不高。

（三）疫情影响

过去三年间疫情对锦州市的经济发展有一定的影响。锦州防疫政策较严格，一些零售店、饭店、服装店等等场所反复停业，部分小企业倒闭，暂无工厂倒闭情况。虽然疫情三年间有正式工作的基本不受影响，但是自主创业者受影响较大。

疫情过后，当地人认为应该比三年疫情会有好转，但是远期展望不乐观：人才流失较多，缺乏明确的城市发展规划。

（四） 春节见闻

2022年12月是锦州的新冠感染高峰期，因此春节期间，大部分居民已经康复。在三年疫情结束后，居民欢度春节的意愿高涨。各种消费等级的商场内容流量都非常可观。

餐饮，商场餐厅外出就餐热情很高，大年初一的晚上，不论是像海底捞这样的连锁餐饮大品牌，还是锦州的本地餐厅，门外都有排号等餐位的客人。部分去年空置的铺面也已经有商家入驻；

电影院，受益于今年贺岁档影片的强势表现，春节期间电影院内也是熙来攘往，不管是晚上七点钟这种黄金时段，还是下午四点钟，影院内都上座率很高。尤其在大年初一，晚上十点时，影院内依旧拥挤；

出行，春节期间居民出行热情高涨，商场人流量很大；

渠道变迁，当地居民会天天玩抖音、快手等，也会经常在抖音、快手直播上买东西。他们普遍认为，目前通过直播带货的方式进行购物性价比较高，物美价廉。疫情期间，当地居民通过社区团购的方式团购蔬菜，更加方便便宜。但是相对地，这里的人已经很少使用拼多多了。目前商场、商超去得不多，线下主要买菜和日常生活用品等；线上主要购买服装、电子产品等，主要还是考虑价格、质量和物流。

图表 14：锦州玩出餐饮热情较高



资料来源：太平洋证券研究所整理

图表 15：锦州春节期间出行热情高涨



资料来源：太平洋证券研究所整理

（五） 送礼趋势

春节送礼，锦州年礼的单件价格一般在 100 元左右，种类一般包括茶、酒、糕点、奶、海鲜等；海鲜礼包和山珍礼包近年来颇受锦城百姓的欢迎。送礼以及筵席中较受欢迎的白酒种类包括古井贡酒 V3，标价 98 元；口子酒三星，标价 68 元；杜康酒 DK01，标价 58 元；郎牌特曲 T3，标价 158 元；沱牌 A30，标价 138 元。

除此以外，过年送礼一般送茶、酒、海鲜、水果、排骨、牛奶、软饮料、东北特产（人参、鹿茸、菌菇类）等，以及白酒/乳制品/休闲食品，包括安慕希酸奶大红袍、金骏眉、铁观音，年礼价位一般在单份 100 元左右；高档年礼价格在 8-10k 不等，本地品牌的海鲜礼盒、东北特产礼盒、道光廿五（1k 以下、1-2k）等等调味品，在锦州的超市和小店当中，酱油类的产品海天和厨邦买的最好，其次千和和巧媳妇的酱油销量大致相当，而欣和在这里的销量较少。海天所占货架略多于厨邦，但过道处第一个看到的品牌是海天，厨邦、巧媳妇酱油在促销；蚝油类产品中销售最多的依然是海天和厨邦两大巨头，其次是李锦记；食醋类紫林最多，然后是佐香园、恒顺、东湖，水塔销量较少；火锅底料中海底捞销售最多，其次是呷哺呷哺、好人家、川南和大红袍；复合调味料当中佐香园酱类复调颇受欢迎。小食品，在锦州的超市和小店当中，三只松鼠比起网店购物的方式增加了线下店，但是客流量较少；瓜子类产品中甘源的销售比恰恰更好；店铺当中的面包类基本上只有桃李面包，不仅如此桃李面包在店中有专门的店中岛和相应的货架；速冻食品当中三全较多，其次是湾仔码头，出售思念的速冻食品较少；预制菜当中自热类海底捞占货架多；除此以外，奥利奥、徐福记、蒙牛牛奶有以店中岛销售，在商超中的表现较好。

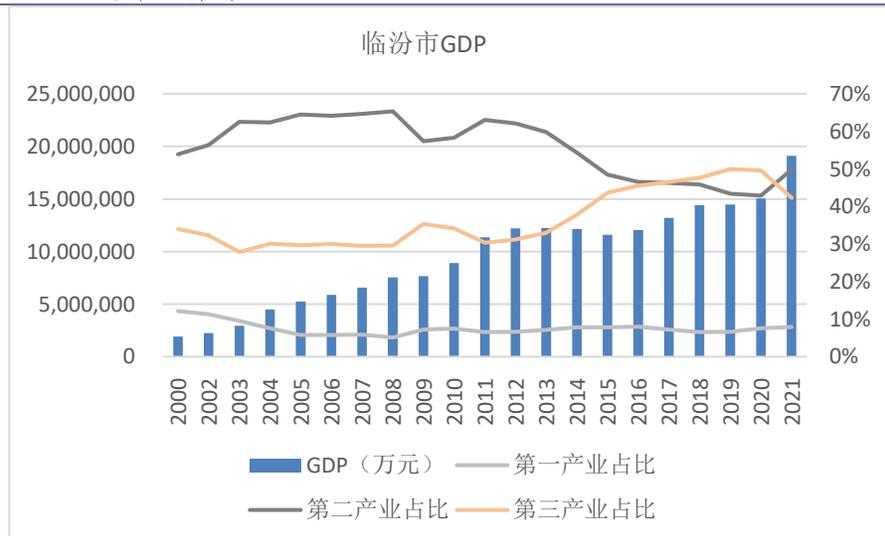
四、山西临汾

（一）城市概况

临汾市位于山西南部，常住人口 391.24 万，2021 年 GDP 为 1909.5 亿元，在省内处于中等水平，位居全国所有城市第 160 名。临汾自然资源丰富，是中国三大优质主焦煤基地之一，其支柱产业是煤焦化工。近年由于对环保的重视发展受阻，2019 年之前已经关停一批污染严重的工厂。

第二产业一直是临汾市的主要产业，是山西省新型能源和工业基地建设的重要组成部分。市内主要上市企业有山西焦化、山西路桥、华翔股份等。在高质量发展要求下，近五年第二产业占 GDP 比重逐年下降，第三产业发展呈上升趋势，2018 年第三产业比重超过第二产业。

图表 16：临汾市经济情况

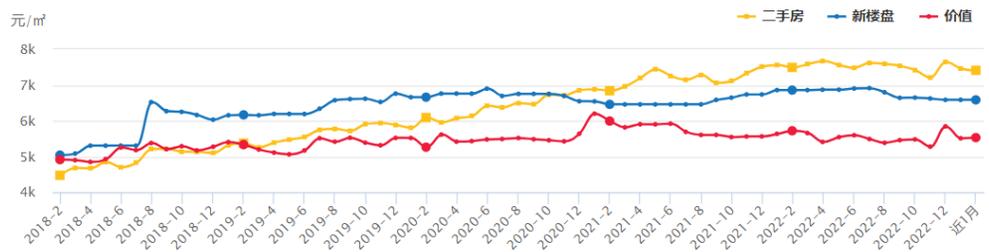


资料来源：太平洋证券研究所整理

（二）收入水平

当地人均工资 5000-6000。房价：近年市区平均新房房价在稳定在 6000-7000 左右，二手房价格有所增长。

图表 17：临汾市房价情况



资料来源：太平洋证券研究所整理

注：价值=该月平均租金(元/月/㎡)×12个月×30年

（三）疫情影响

疫情期间无固定工作和在私企工作的人收入减少，有拖欠工资现象。本地人对未来预期较为一般，主要原因是对于煤炭行业衰落，虽然服务业取得一定发展，但由于“煤炭致富”的惯性思维，部分人们对新的能带动经济的行业发展缺乏信心，人们外出务工意愿较强。

（四）春节变化

春节期间，随着疫情恢复，婚宴等餐饮场所明显增多。走亲访友也增多，但不及疫情之前。春节氛围浓厚，旅游景点人数较多，主要是本地人出游。

网上购物今年较为流行，直播间购物多为年轻人，拼多多、淘宝等购物较为普遍。

图表 18：节日氛围浓厚



资料来源：太平洋证券研究所整理

图表 19：春节期间出行热情高涨



资料来源：太平洋证券研究所整理

（五）送礼趋势

临汾过年送礼单件一般在 60 左右，主要包括乳制品、烟、水果以及地方特产等，

一般选择两样搭配。

图表 20：临汾市春节大众礼品门市陈列图



资料来源：太平洋证券研究所整理

五、总结

我们此次调研了北方四市的春节情况，我们认为3年的疫情主要对房价、餐饮服务业影响较大。疫情对北方城市的打击较大，居民对未来信心仍有不足，但随着疫情的放开正在逐步恢复；从场景上，23年春节期间电影院、旅游出行恢复较为明显，餐饮人流恢复明显；从送礼趋势上，受消费力下降影响，客单价相对较低，宴席、亲戚走访频率尚未恢复至疫情前水平，部分城市送礼氛围变淡。白酒送礼品牌较为分散，部分地区更偏向酱香、清香型白酒；直播、团购、电商等购物方式持续影响居民消费习惯。

六、风险提示

经济复苏不及预期，草根调研代表性或存在偏差等。

投资评级说明

1、行业评级

看好：我们预计未来 6 个月内，行业整体回报高于市场整体水平 5% 以上；

中性：我们预计未来 6 个月内，行业整体回报介于市场整体水平 -5% 与 5% 之间；

看淡：我们预计未来 6 个月内，行业整体回报低于市场整体水平 5% 以下。

2、公司评级

买入：我们预计未来 6 个月内，个股相对大盘涨幅在 15% 以上；

增持：我们预计未来 6 个月内，个股相对大盘涨幅介于 5% 与 15% 之间；

持有：我们预计未来 6 个月内，个股相对大盘涨幅介于 -5% 与 5% 之间；

减持：我们预计未来 6 个月内，个股相对大盘涨幅介于 -5% 与 -15% 之间；

销售团队

职务	姓名	手机	邮箱
全国销售总监	王均丽	13910596682	wangjl@tpyzq.com
华北销售总监	成小勇	18519233712	chengxy@tpyzq.com
华北销售	巩赞阳	18641840513	gongzy@tpyzq.com
华北销售	常新宇	13269957563	changxy@tpyzq.com
华北销售	佟宇婷	13522888135	tongyt@tpyzq.com
华东销售总监	陈辉弥	13564966111	chenhm@tpyzq.com
华东销售	徐丽闵	17305260759	xulm@tpyzq.com
华东销售	胡亦真	17267491601	huyz@tpyzq.com
华东销售	李昕蔚	18846036786	lixw@tpyzq.com
华东销售	周许奕	021-58502206	zhouxuyi@tpyzq.com
华东销售	张国锋	18616165006	zhanggf@tpyzq.com
华东销售	胡平	13122990430	huping@tpyzq.com
华南销售副总监	查方龙	18565481133	zhafll@tpyzq.com
华南销售	张卓粤	13554982912	zhangzy@tpyzq.com
华南销售	何艺雯	13527560506	heyw@tpyzq.com
华南销售	陈宇	17742876221	cheny@tpyzq.com
华南销售	李艳文	13728975701	liyw@tpyzq.com
华南销售	袁进	15715268999	yuanjin@tpyzq.com



研究院

中国北京 100044

北京市西城区北展北街九号

华远·企业号 D 座

投诉电话： 95397

投诉邮箱： kefu@tpyzq.com

重要声明

太平洋证券股份有限公司具有经营证券期货业务许可证，公司统一社会信用代码为：91530000757165982D。

本报告信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。我公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。本报告版权归太平洋证券股份有限公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登。任何人使用本报告，视为同意以上声明。