

## 宏观动态跟踪报告

## 春节数据管窥龙年消费

## 证券分析师

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

常艺馨 投资咨询资格编号  
S1060522080003  
CHANGYIXIN050@pingan.com.cn



## 平安观点：

- 春节是中国最重要的节日，也是传统消费旺季，从中或亦能寻得全年消费变化的线索。我们本篇报告聚焦于春节假期的多维数据，探究 2024 年国内需求的韧性所在。
- 2024 年春节出行火热，消费量增，体现内需韧性。1) 春节出行火热，结构亮点在于民航和铁路，跨境客流也有进一步提升；注意到，疫情后主要假期自驾出行热度不减，中长期或有助于乘用车渗透率的提升。2) 消费量增，服务消费成为最大亮点。春节假期增值税发票口径的服务消费增长超 5 成，旅游收入的恢复率接近前期高点；商贸零售、支付交易分别录得 6.6% 和 8% 的同比增速，在高基数基础上表现尚可。然而，消费客单价短期或受制于居民消费能力，仍有较大提升空间；这体现为，旅游人均消费约为 19 年同期 9 成，电影票价同比下滑，支付笔数增速远超金额增速。然而，春节期间新房和二手房销售弱于以往，尤其是低能级城市返乡置业偏弱，房地产市场走向趋势性恢复仍需时日。
- 国内出行火热，跨境进一步恢复。1) 春运前 23 天日均跨区域人员流动 2.3 亿人次，农历同比增长 15.8%，较 2019 年同期增长 14.4%。节奏上，人员流动在自腊月二十八至正月初八持续强于历史同期，或因春节假期错位，且叠加居民返乡、外出旅游意愿偏强的影响。2) 出入境人员规模恢复至 2019 年同期的 9 成，国际航班接近于 2019 年的 7 成。3) 百度迁徙指数较 23 年同期增 10%，较 29 年同期增 38%；全国重点旅游景区、购物中心的平均客流同比表现弱于 2023 年春节以来的主要假期。
- 春节假期国内消费量增，客单价仍有提升空间。1) 国内旅游收入同比增长 47%，较 19 年同期增 7.7%。以 19 年为基准，今年春节假期旅游收入的恢复率是 2020 年以来主要假期中最高的一次；而人均旅游支出仅恢复至 2019 年同期的 90.5%，弱于 2023 年中秋国庆假期。2) 服务消费加速增长。从增值税发票数据看，今年春节服务消费同比增长 52%，高于 2023 年春节的 13.5%、2023 年中秋国庆假期的 20.9%。春节档全国电影票房收入、总观影人次均破历史记录，受假期延长影响；而日均票房收入、日均人次和电影票均价同比分别增长 3.8%、10.6%、-6.1%。3) 商贸零售同比增速约 6.6%，不及 2023 年的春节和国庆黄金周。以此推断，2024 年全年社零增速有望落在 5%-6% 的区间。4) 除夕至大年初八，网络支付日均交易金额同比增 8%，日均交易笔数同比增 18.6%。
- 春节假期商品房销售低迷。新房方面，61 个样本城市春节期间农历同比约 -26.8%，较节前一周跌幅走阔 1.2 个百分点。其中，一二线城市较节前小幅回落；四五线城市更弱，跌幅较节前一周走阔 10 个百分点。二手房方面，春节期间农历同比约 -6.1%，增速回落 11.6 个百分点。2024 年正月初五至初八的新房和二手房成交面积仅略高于受疫情影响的 2020 年，与春节假期时间较长存在关联，也体现出居民购房意愿偏弱。

春节是中国最重要的节日，也是传统的消费旺季，从中或亦能寻得全年消费变化的线索。我们本篇报告正聚焦于春节假期的多维数据，探究 2024 年国内需求的韧性所在。

## 一、出行：火热

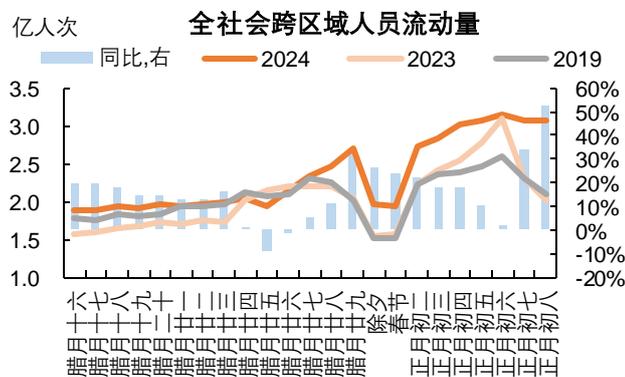
国内出行火热，跨境进一步恢复。1) 春运前 23 天日均跨区域人员流动 2.3 亿人次，农历同比增长 15.8%，较 2019 年同期增长 14.4%。节奏上，人员流动在自腊月二十八至正月初八持续强于历史同期，或因春节假期错位，且叠加居民返乡、外出旅游意愿偏强的影响。2020 年以来，更多居民倾向于自驾出行，高铁和民航出行便利、也有增量，而公路客运、水路出行人数中枢明显回落。2) 出入境人员规模恢复至 2019 年同期的 9 成，国际航班接近于 2019 年的 7 成。3) 百度迁徙指数较 23 年同期增 10%，较 29 年同期增 38%；全国重点旅游景区、购物中心的平均客流同比表现弱于 2023 年春节以来的主要假期。

### 1、跨区流动

人员跨区域流动超 2019 年同期。据交通运输部统计，2024 年春运前 23 天（农历腊月十五-正月初八）全国日均跨区域人员流动 2.3 亿人次，农历同比增长 15.8%，较 2019 年同期增长 14.4%。节奏上，2024 年春节人员流动在自腊月二十八至正月初八持续偏强，中枢明显较 2019 及 2023 年抬升，或因春节假期错位，且叠加居民返乡、外出旅游意愿偏强的影响。

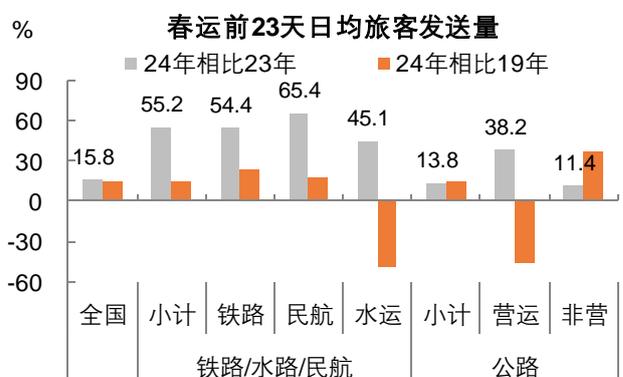
民航、铁路出行同比恢复较快，自驾出行热度不减。分出行方式看，今年春运前 23 天民航、铁路、水运、公路客运、自驾出行（高速公路及普通国道省道非营业性小客车）日均旅客发送量农历同比分别增长 65.4%、54.4%、45.1%、38.2% 和 11.4%；相比 2019 年农历同期，自驾人员流动增 3 到 4 成，铁路和民航增量在 2 成左右，而水运和公路客运出行人数减少。

图表1 春运期间全社会跨区域人员流动量



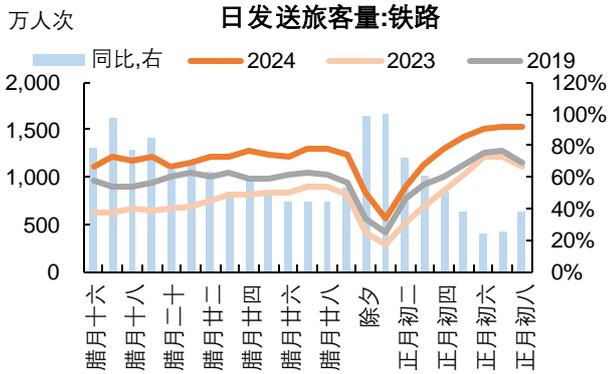
资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注: 19 及 23 年为农历同期

图表2 春运期间分交通方式跨区域人员流动量



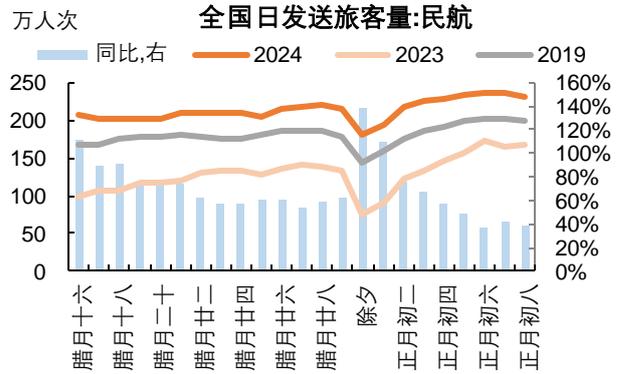
资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注: 19 及 23 年为农历同期

图表3 春运期间铁路日发送客流量



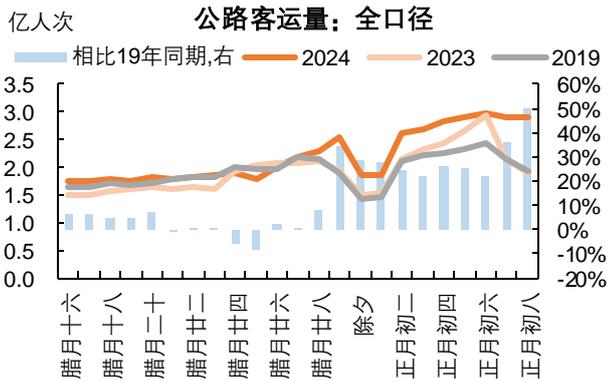
资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注:19及23年为农历同期

图表4 春运期间民航日发送客流量



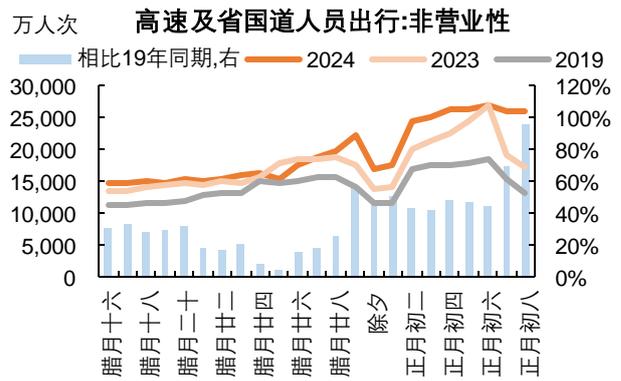
资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注:19及23年为农历同期

图表5 除夕至正月初八全口径公路客运量较快增长



资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注:19及23年为农历同期

图表6 高速公路及普通国道非营业性小客车人员出行

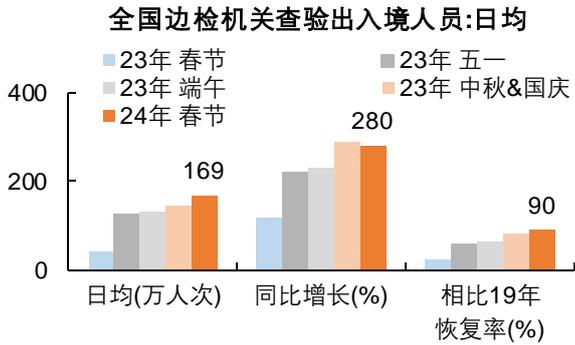


资料来源:交通运输部, 平安证券研究所; 注:19及23年为农历同期

## 2、跨境出行

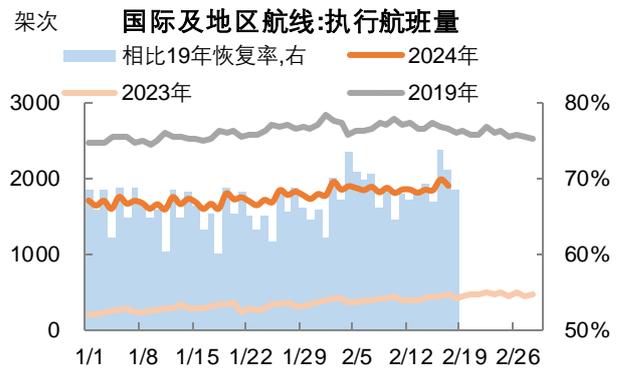
出入境人员规模恢复至2019年同期的9成, 国际航班接近于2019年的7成。1) 据国家移民管理局数据, 2024年春节假期, 全国边检机关共保障1351.7万人次中外人员出入境, 日均查验出入境人员169万人次, 较2023年春节同期增长2.8倍, 恢复至2019年春节同期的近九成; 查验跨境交通运输工具45.9万架(艘、列、辆)次, 较2023年春节同期增长1.6倍。2) 据航班管家数据, 2024年春节假期期间, 国际及港澳台航线累计执飞14854架次, 日均执飞量约恢复至2019年阳历同期的68.6%。

图表7 出入境人员规模恢复至2019年同期的9成



资料来源:国家移民管理局,平安证券研究所

图表8 国际及地区航线恢复至2019年同期7成左右

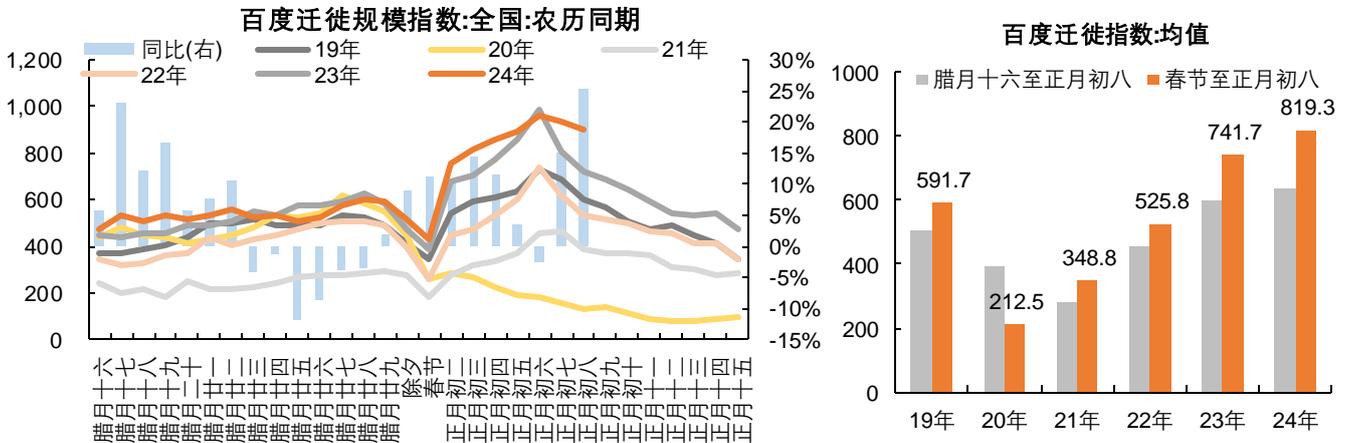


资料来源:航班管家,平安证券研究所

### 3、百度迁徙

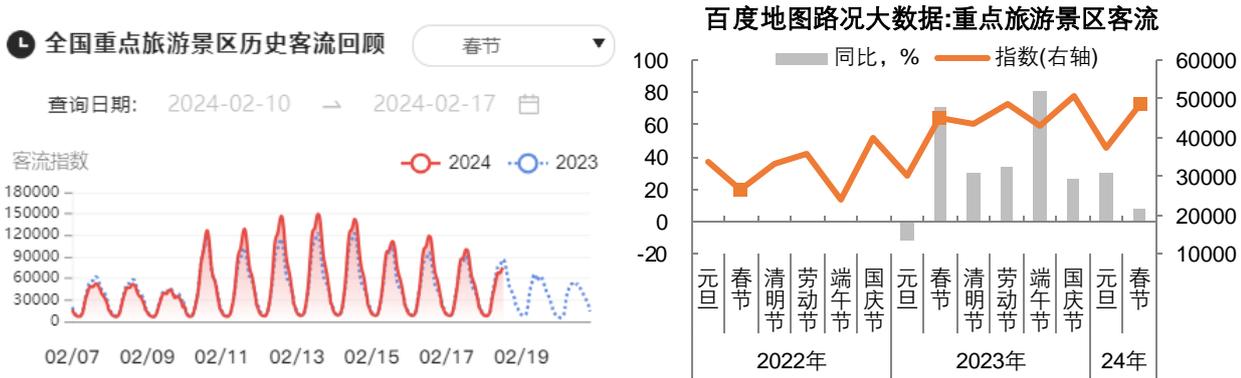
据百度地图路况大数据,2024年春节假期期间(春节至正月初八):**1) 百度迁徙指数**(主要利用百度地图定位展现人口的迁徙情况)中枢抬升,较2023年同期增10%,较2019年同期增38%。**2) 全国重点旅游景区、全国重点购物中心的平均客流指数**分别较去年同期增长8.7%、减少8%,同比表现弱于2023年春节以来的主要假期。

图表9 从百度迁徙指数看,2024年春节假期出行热度高于2023年



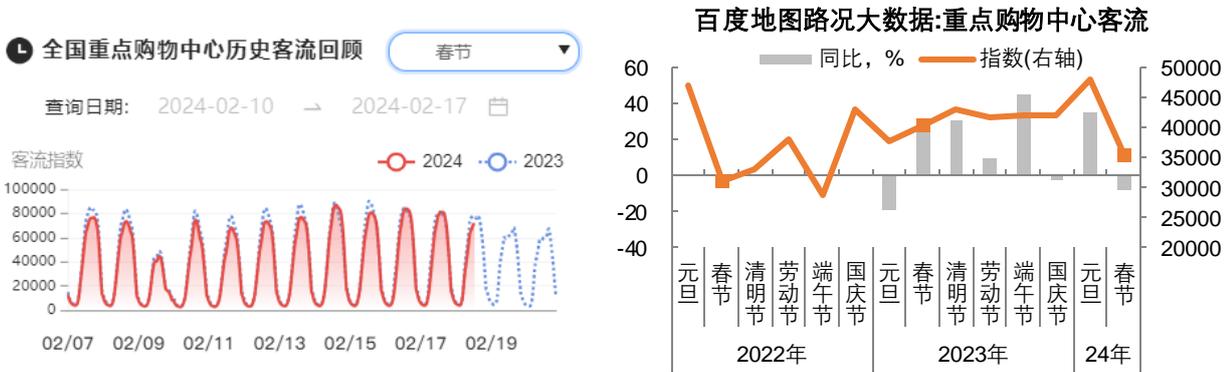
资料来源:百度大数据平台, iFind, 平安证券研究所

图表10 2024年春节全国重点旅游景区客流指数较去年春节高8.7%



资料来源: 百度大数据平台, 平安证券研究所

图表11 2024年春节全国重点购物中心客流指数低于去年春节



资料来源: 百度大数据平台, 平安证券研究所

## 二、消费：量增

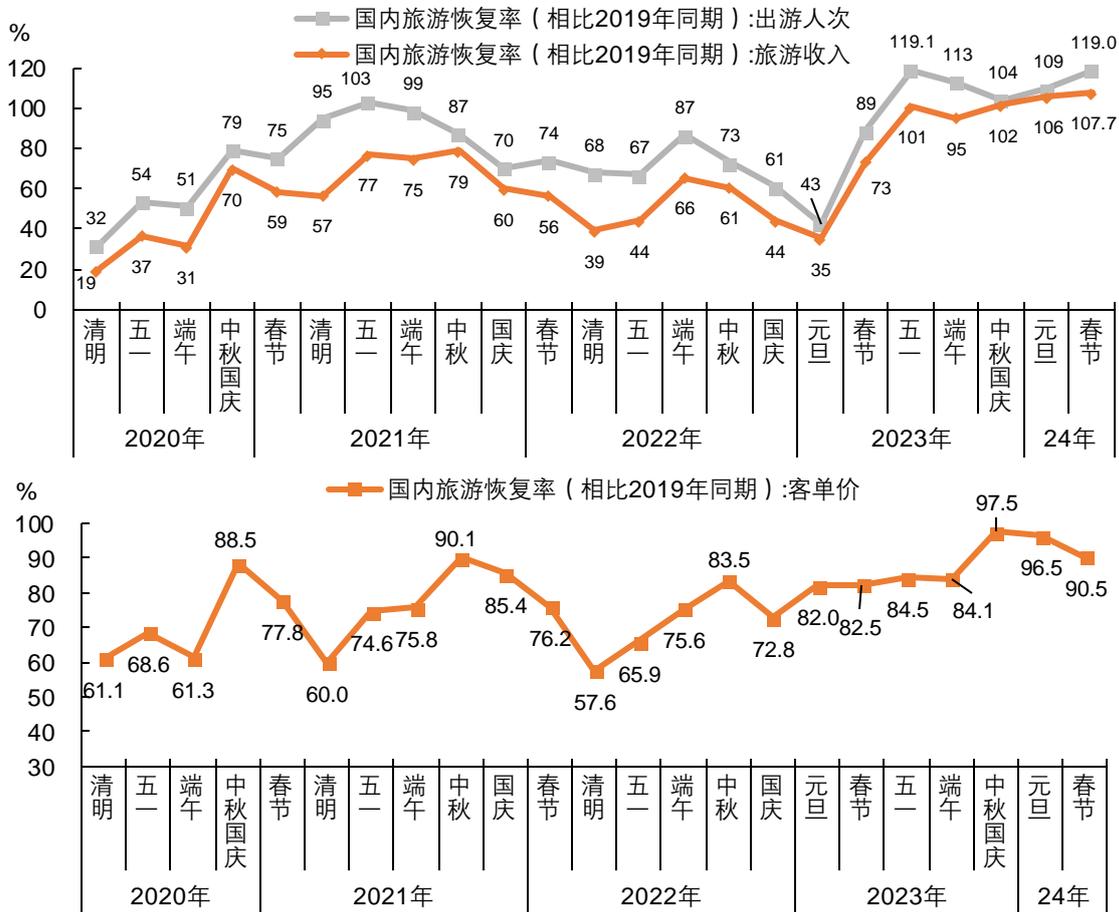
**春节假期国内消费量增，客单价仍有提升空间。**1) 国内旅游收入同比增长 47%，较 19 年同期增 7.7%。以 19 年为基准，今年春节假期旅游收入的恢复率是 2020 年以来主要假期中最高的一次；而人均旅游支出仅恢复至 2019 年同期的 90.5%，弱于 2023 年中秋国庆假期。2) 服务消费加速增长。从增值税发票数据看，今年春节服务消费同比增长 52%，高于 2023 年春节的 13.5%、2023 年中秋国庆假期的 20.9%。春节档全国电影票房收入、总观影人次均破历史记录，受假期延长影响；而日均票房收入、日均人次和电影票均价同比分别增长 3.8%、10.6%、-6.1%。3) 商贸零售同比增速约 6.6%，不及 2023 年的春节和国庆黄金周。以此推断，2024 年全年社零增速有望落在 5%-6% 的区间。4) 除夕至大年初八，网络支付日均交易金额同比增 8%，日均交易笔数同比增 18.6%。

### 1、国内旅游

**2024 年春节假期期间，国内旅游收入明显恢复，主要得益于出行人数的增多。**据文化和旅游部数据中心测算，2024 年春节假期 8 天，国内旅游出游人数 4.74 亿人次，同比增长 34.3%，按可比口径较 2019 年增长 19.0%；实现国内旅游收入 6326.87 亿元，按可比口径同比增长 47.3%，按可比口径较 2019 年增长 7.7%。

以 2019 年为基准，2024 年春节假期期间，旅游收入的恢复率是 2020 年以来主要假期中最高的一次。拆分来看，旅游出行人次的恢复率仅略低于 2023 年五一假期，但人均旅游支出仅恢复至 2019 年同期的 90.5%，弱于 2023 年中秋国庆假期。由此看，2024 年春节假期居民旅游意愿较强，是推动旅游收入较快恢复的主导力量，而消费能力或受制于收入，仍有一定提升空间。

图表12 2024 年春节旅游收入恢复率创 2020 年以来新高

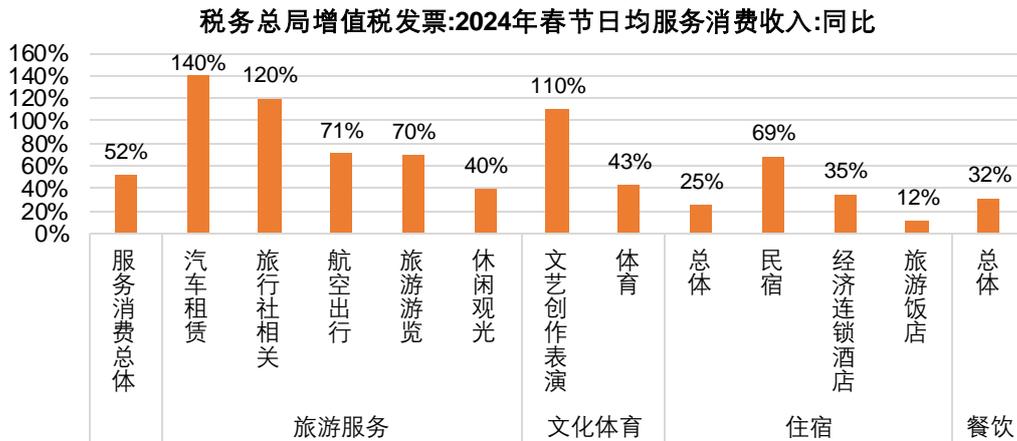


资料来源：文化和旅游部,平安证券研究所

## 2、服务消费

**春节期间服务消费加速增长。**从国家税务总局增值税发票数据看，2024 年春节服务消费同比增长 52%，高于 2023 年春节 13.5%的同比增速、2023 年中秋国庆假期 20.9%的同比增速。从税务总局分项数据看，春节假期期间，汽车租赁、旅行社相关消费、文艺创作表演等服务消费收入增速超过 1 倍，餐饮服务、住宿服务日均消费也分别录得 32%、25%的增速。

图表13 2024年春节服务消费相关行业营收同比增速

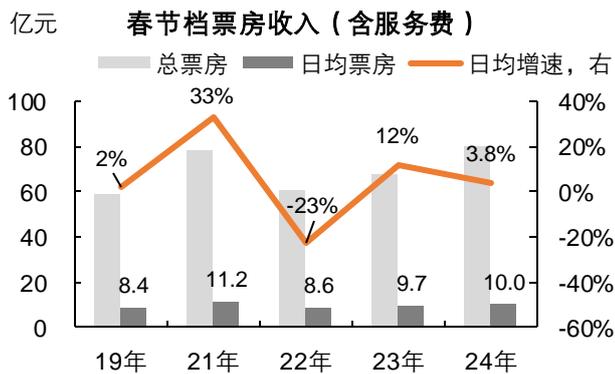


资料来源:国家税务总局,平安证券研究所

2024年春节档居民观影热情较高,票价回落也在一定程度上刺激消费意愿。据国家电影局和灯塔专业版数据统计,2024年春节档(2月10日至2月17日),全国电影票房收入为80.16亿元,总观影人次1.63亿,均破历史记录。不过,2024年春节档长达8天,与此前几年的7天存在明显差异,需调整为日均数据。1)日均票房收入方面,2024年春节档较2023年农历同期增长3.8%,较2019年农历同期增长18.9%,但低于2021年农历同期。日均观影人次方面,2024年春节档较2023年农历同期增长10.6%,相比2019年同期增长8%,同样低于2021年农历同期。此外,2024年春节电影票均价为49.1元,同比回落6.1%,其中一二线城市电影票价回落幅度更大。

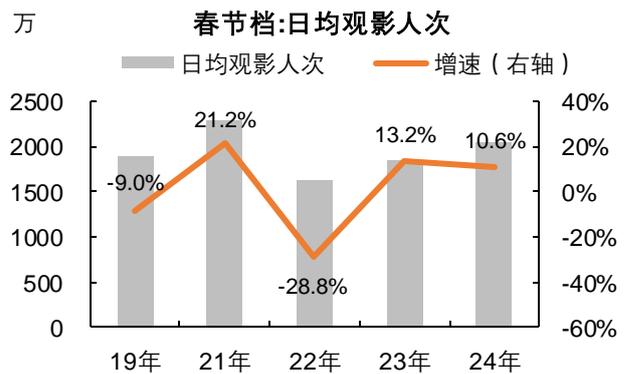
营业性演出表现更为亮眼。经文化和旅游部数据中心测算,春节假期全国营业性演出场次1.63万场,同比增长52.10%;票房收入7.78亿元,同比增长80.09%;观演人数657.65万人次,同比增长77.71%。

图表14 2024年春节档票房收入创历史新高



资料来源:猫眼研究院,平安证券研究所;注:2021年增速为相对2019年变化

图表15 2024年春节档日均观影人次增长10.6%



资料来源:猫眼研究院,平安证券研究所;注:2021年增速为相对2019年变化

图表16 2024年春节档平均票价同比-6.1%



资料来源:猫眼研究院平安证券研究所;注:2021年增速为相对2019年变化

图表17 2024年春节档一线城市平均票价更快下滑



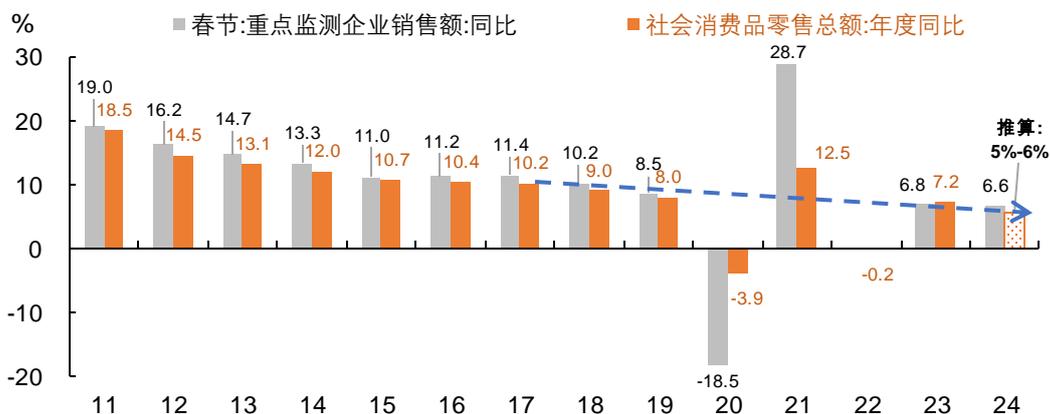
资料来源:猫眼研究院,平安证券研究所;注,价差单位为元

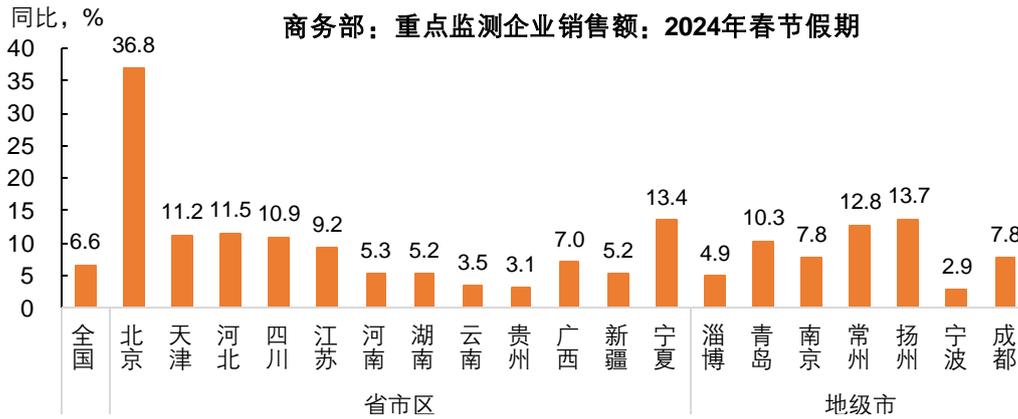
### 3、商贸零售

据商务部大数据监测,春节期间重点监测商贸流通企业销售额同比增速约 6.6%,增速略低于较 2023 年春节黄金周的 6.8%,也不及国庆黄金周的 9%。2011 年以来,社会消费品零售总额的年度增速与春节、国庆黄金周的重点监测企业销售额增速变化接近,或因假日期间消费需求得以集中释放,各项数据更能折射出真实消费能力。以当前春节消费数据推断,2024 年全年社零增速有望落在 5%-6%的区间。从各省市自治区公布的数据看,京津冀、四川、江苏、宁夏、广西等地的商贸销售额增速高于全国,而河南、湖南、新疆、云南、贵州等中西部区域增长弱于总体。需要注意的是,重点监测的商贸流通企业规模往往较大,这一口径会遗漏小额、高频次的线下消费,存在一定的样本偏差。

邮政快递包裹较快增长。从历史数据看,快递业务量与网上实物消费金额增速的走势接近。据国家邮政局数据,2024 年春节长假期间(2月10日至17日),全国邮政快递业揽收快递包裹 10.79 亿件,日均揽收量与 2023 年春节假期相比增长 145.2%;投递快递包裹 6.41 亿件,日均投递量与 2023 年春节假期相比增长 82.1%,侧面体现出网上实物消费的较快增长。

图表18 春节假期重点监测商贸流通企业销售额增速





资料来源：各省、市商务厅，平安证券研究所；注：据广西报道，商务大数据监测显示，全区188家商贸重点企业假期期间实现销售总额同比增长7.0%，高于全国0.4个百分点，高于云南3.5个百分点，高于贵州3.9个百分点

### 4、支付交易

全国层面，中国人民银行公布了网联清算公司和中国银联的网络支付交易数据，2024年春节除夕至大年初八，全国日均交易金额1.25万亿元，相比去年春节假期增长8.0%。

地区方面，四川、浙江、湖南等省份公布了银联商务监测的消费金额数据，2024年春节期间消费金额分别相比去年农历同期增长6%、6.1和16.9%。

图表19 2024年春节假期网络支付数据汇总

| 口径                | 时间          | 金额同比  |  |
|-------------------|-------------|-------|--|
| 全国<br>(网联+<br>银联) | 除夕-<br>大年初八 | 8.0%  | 中国人民银行数据显示，网联清算公司和中国银联处理的全行业网络支付交易持续增长。春节除夕至大年初八，日均处理交易26.3亿笔，金额1.25万亿元，相比去年春节假期，日均分别增长18.6%和8.0%。   |
|                   | 除夕-<br>大年初五 | 10.1% | 中国人民银行数据显示，2024年春节从除夕到大年初五，网联清算公司和中国银联共处理网络支付交易153.8亿笔，金额7.74万亿元，同比分别增长15.8%和10.1%。  |
| 四川<br>(银联)        | 春节-<br>大年初八 | 6%    | 记者从四川省商务厅获悉，2024年春节期间（2月10日至17日），银联商务数据显示，全省线下共发生消费金额近1000亿元，同比增长超6%，消费笔数超3亿笔，同比增长超25%。  |
| 浙江<br>(银联)        | 春节期间        | 6.1%  | 春节期间，浙江全省银联商务累计消费金额达898.10亿元，同比增长6.11%，其中餐饮、住宿、娱乐同比分别增长73.45%、65.84%、23.13%。二维火6200家餐饮企业累计营业额达3.74亿元，同比增长7.11%，累计客流量达409.84万人次，同比增长18.64%。10家电商平台累计实现交易额8972.8万元，较2023年同期增长7.8%。 |
| 湖南<br>(银联)        | 春节-<br>大年初七 | 16.9% | 据银联商务数据显示，2月10日至16日，湖南消费金额578.92亿元，较2023年春节消费金额增长16.88%，较2019年春节消费金额增长21.3%。   |

资料来源：人民银行，各省商务厅，平安证券研究所

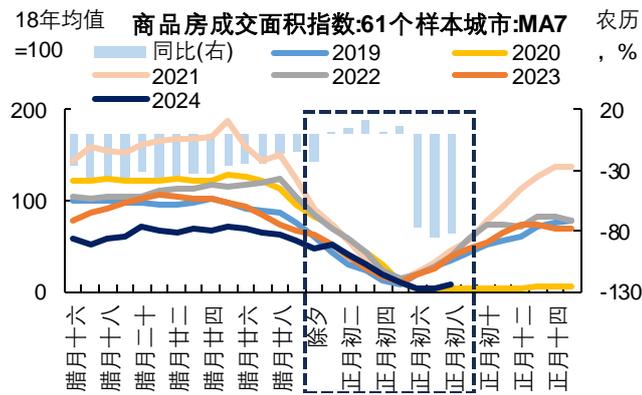
## 三、 置业：偏弱

春节假期商品房销售低迷，同比表现略弱于此前一周期。1)以61个样本城市看新房成交，2024年春节前一周（2月2日至8日）的日均成交面积农历同比约-25.6%，春节期间（2月9日至17日）农历同比约-26.8%，跌幅走阔1.2个百分点。其

中，一线、二线城市 2024 年春节期间新房销售农历同比增速分别为-41.8%、-19.5%，较节前小幅回落 2-3 个百分点；四五线城市新房销售更快走弱，2024 年春节期间日均成交面积农历同比增速为-28.6%，较春节前一周走阔 10.2 个百分点。2) 以 15 个样本城市看二手房成交情况，2024 年春节前一周（2 月 2 日至 8 日）日均成交面积约农历同比约 5.5%，春节期间（2 月 9 日至 17 日）农历同比约-6.1%，增速回落 11.6 个百分点。此外，据中指数据，今年春节假期（2024 年 2 月 10 日至 17 日），25 个代表城市新房日均成交面积较上年春节假期（2023 年 1 月 21 日至 27 日）下降约 27%。

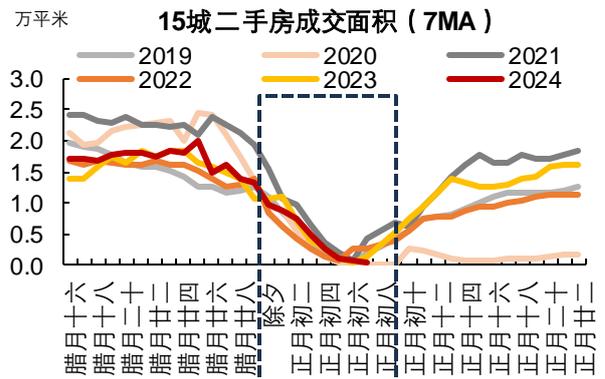
从历史规律看，农历正月初五以后新房和二手房成交面积往往步入恢复通道，与返乡置业相关联。今年春节前部分开发企业已加大营销力度，多地政府也推出了返乡置业优惠政策。然而，2024 年正月初五至初八的新房和二手房成交面积仅略高于受疫情影响的 2020 年，与春节假期时间较长存在关联，但四五线城市楼市更加低迷，也体现出居民购房意愿偏弱。

图表 20 春节前后样本城市新房销售面积



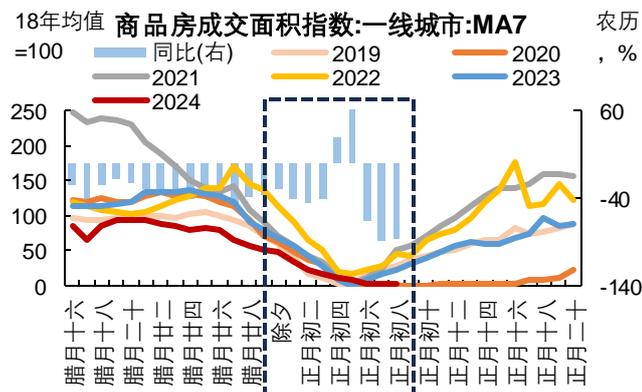
资料来源:Wind,平安证券研究所

图表 21 春节前后样本城市二手房销售面积



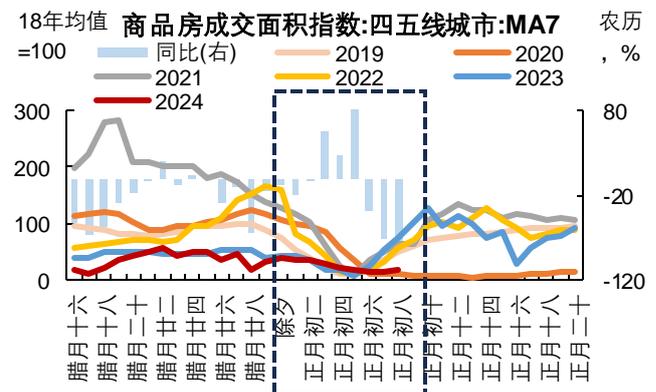
资料来源:Wind,平安证券研究所

图表 22 春节前后一线城市新房销售面积



资料来源:Wind,平安证券研究所

图表 23 春节前后四五线样本城市新房销售面积



资料来源:Wind,平安证券研究所

风险提示：稳增长政策落地效果不及预期，海外经济衰退程度超预期，房地产企业信用风险蔓延等。

## 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 2024 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

#### 上海

上海市陆家嘴环路 1333 号平安金融大厦 26 楼

#### 北京

北京市丰台区金泽西路 4 号院 1 号楼丽泽平安金融中心 B 楼 25 层