

主要消费产业行业研究

买入（维持评级）

行业周报（简报）

证券研究报告

国金证券研究所

分析师：龚轶之（执业 S1130523050001）

gongyizhi@gjzq.com.cn

开年社零稳健，服务消费占优

投资建议

- 开年社零稳健，服务消费占优。2024年1-2月，社会消费品零售总额同比增长5.5%，略超市场预期，显示出年初消费需求相对稳健，新中枢在5%左右。从结构上看，商品零售同比增长4.6%、餐饮收入同比增长12.5%，春节期间出行火热在数据上得到验证。1-2月服务零售额累计同比12.3%，显示出消费结构的变化。分行业看，通讯器材、烟酒、体育娱乐用品增速领先，分别录得+16.2%、+13.7%、+11.3%，其他可选品类则相对承压。
- 楼市继续承压，均价有所下行。2024年1-2月，商品住宅销售面积同比下滑24.8%，出现较大幅度调整，与居民新增中长期信贷数据相印证。相比过去，2021、2022全年累计同比分别-26.8%、-8.2%，后续走势仍需观察。从价格上看，2024年1-2月全国商品房销售均价约0.97万元/平方米，下行幅度较明显，已接近2020年同期水平。综合来看，以地产链为代表的经济旧动能今年依然可能通过收入效应、财富效应来抑制消费需求的增长。
- 基本面较平稳，坚守底部价值。本周公布大量消费相关数据，整体发出的信号就是“稳健”，并未出现进一步的下行，或许预示着需求增速中枢调整陆续完成，行业进入稳步增长阶段，基本面下行压力较小。估值层面看，截至本周五中证消费PE为28.1X，中证可选PE为17.1X，和上周持平，依然有较合适的风险收益比。
- 展望后市，坚守底部、布局红利。我们建议关注：1) 低估的优质龙头，例如高端白酒、运动服饰；2) 红利策略标的，纺服、家电板块中高股息且业绩稳定公司。

行情回顾

- 涨跌幅：上周各行业有涨有跌，传媒（9.4%）、农林牧渔（4.5%）、社会服务（2.2%）板块涨幅居前。
- 成交额：大消费行业整体日均成交额1,825.2亿元，周环比上涨18.8%，占A股整体日均成交额的17.0%。

交易动态

- A股流动性跟踪：资金流出增大。股权融资-195.4亿元；股东增持-14.4亿元；新发基金38.4亿元；融资资金297.5；陆港通资金-433.4亿元。
- 主力资金流动：上周各行业大部分呈现主力资金净流出状态，家用电器、轻工制造、纺织服饰（板块主力资金净流出金额居前；家用电器、纺织服饰、美容护理板块主力资金交易额占比较高。
- 北向资金流动：上周北向资金大多呈净流入，其中家用电器、传媒、食品饮料净流出额居前。美容护理、家用电器、商贸零售板块北向资金交易额占比较高。
- 南向资金流动：上周传媒、轻工制造、美容护理行业南向资金净流入居前。上周李宁、安踏体育、快手-W南向资金净流入金额居前。
- 市场情绪：融资交易占比9.4%（上周9.3%）；沪市换手率0.9%（上周0.8%），深市换手率2.5%（上周2.4%）。
- 基金仓位：偏股混合型基金估算仓位78.1%（上周78.5%），灵活配置型基金估算仓位64.2%（上周64.4%）。
- 热点题材：短剧游戏、抖音平台、网红经济。

风险提示

- 居民消费意愿不足风险、市场波动风险。

内容目录

1、市场观点：开年社零稳健，服务消费占优.....	4
2、行情回顾.....	5
2.1、板块涨跌幅.....	5
2.2、板块成交额.....	6
3、板块估值.....	7
3.1、A股大盘估值.....	7
3.2、大消费行业估值.....	9
4、资金流动.....	9
4.1、A股流动性跟踪.....	9
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.....	12
5、交易动态.....	14
5.1、市场情绪.....	14
5.2、热点题材.....	15
5.3、异动个股.....	15
5.3.1、连续上涨.....	15
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

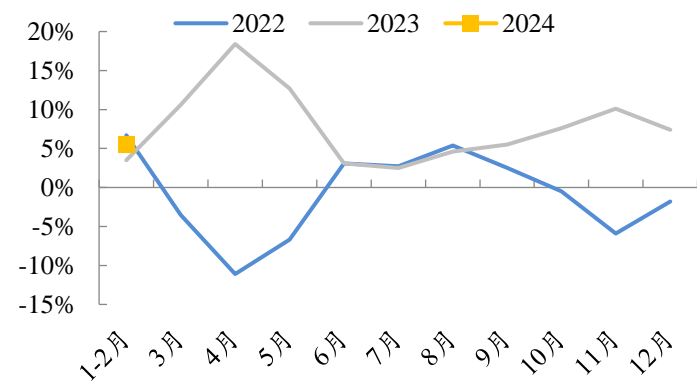
图表 1：社零月度同比（%）.....	4
图表 2：餐饮收入月度同比（%）.....	4
图表 3：商品房住宅销售面积累计同比（%）.....	4
图表 4：商品房住宅销售均价（万元/平方米）.....	4
图表 5：中证消费指数 PE TTM.....	5
图表 6：中证可选指数 PE TTM.....	5
图表 7：A股大盘涨跌幅（%）.....	5
图表 8：主要消费指数涨跌幅（%）.....	5
图表 9：A股大消费一级行业涨跌幅（%）.....	6

图表 10: A 股成交额统计 (亿元, %)	6
图表 11: A 股大消费一级行业成交额统计 (亿元, %)	7
图表 12: Wind 全 A 指数 PE 估值水平	7
图表 13: 沪深 300 指数 PE 估值水平	7
图表 14: A 股风险溢价	8
图表 15: 中证 800 消费指数 PE 估值水平	8
图表 16: 中证 800 可选指数 PE 估值水平	8
图表 17: A 股大消费一级行业 PE 估值	9
图表 18: A 股大消费一级行业 PE-ROE	9
图表 19: A 股流动性跟踪	9
图表 20: 本周主力净流入额排名 (亿元)	10
图表 21: 本周主力净流入率排名 (%)	10
图表 22: 本周 A 股大消费个股主力资金流动排名	10
图表 23: A 股消费行业本周北向资金净流入 (亿元)	11
图表 24: A 股消费行业本周北向资金成交额占比 (%)	11
图表 25: A 股消费行业北向资金持股总市值 (亿元)	11
图表 26: A 股消费行业北向资金持股比例 (%)	11
图表 27: A 股大消费个股北向资金流动排名	12
图表 28: A 股大消费个股北向资金持股排名	12
图表 29: 港股消费行业本周南向资金净流入 (亿元)	13
图表 30: 港股消费行业南向资金持股市值 (亿元)	13
图表 31: 港股大消费个股南向资金流动排名	13
图表 32: 港股大消费个股南向资金持股排名	14
图表 33: A 股融资交易占比 (%)	14
图表 34: 开放式基金持仓水平	14
图表 35: 沪市日度换手率	15
图表 36: 深市日度换手率	15
图表 37: A 股大消费热点题材 (截至 2024/3/22)	15
图表 38: A 股大消费连续上涨个股 (截至 2024/3/22)	15
图表 39: A 股大消费短线强势个股 (截至 2024/3/22)	16
图表 40: A 股大消费短线突破个股 (截至 2024/3/22)	17

1、市场观点：开年社零稳健，服务消费占优

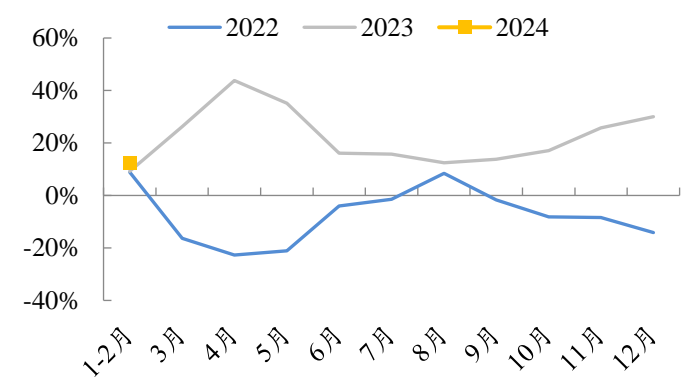
开年社零稳健，服务消费占优。2024年1-2月，社会消费品零售总额同比增长5.5%，略超市场预期，显示出年初消费需求相对稳健，新中枢在5%左右。从结构上看，商品零售同比增长4.6%、餐饮收入同比增长12.5%，春节期间出行火热在数据上得到验证。1-2月服务零售额累计同比12.3%，显示出消费结构的变化。分行业看，通讯器材、烟酒、体育娱乐用品增速领先，分别录得+16.2%、+13.7%、+11.3%，其他可选品类则相对承压。

图表 1：社零月度同比 (%)



来源：Wind，国金证券研究所

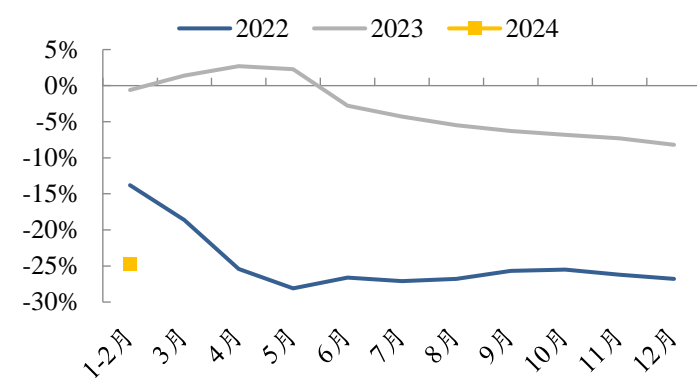
图表 2：餐饮收入月度同比 (%)



来源：Wind，国金证券研究所

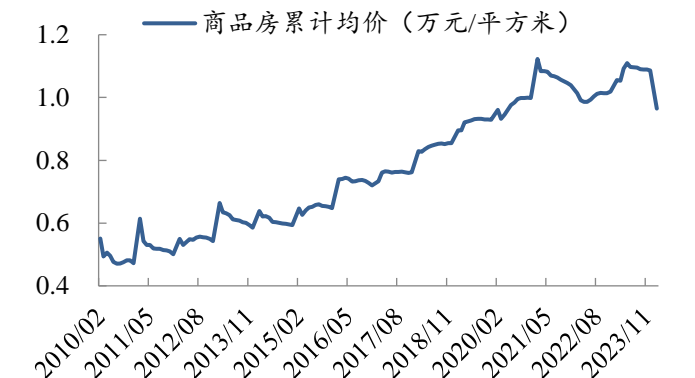
楼市继续承压，均价有所下行。2024年1-2月，商品住宅销售面积同比下滑24.8%，出现较大幅度调整，与居民新增中长期信贷数据相印证。相比过去，2021、2022全年累计同比分别-26.8%、-8.2%，后续走势仍需观察。从价格上看，2024年1-2月全国商品房销售均价约0.97万元/平方米，下行幅度较明显，已接近2020年同期水平。综合来看，以地产链为代表的经济旧动能今年依然可能通过收入效应、财富效应来抑制消费需求的增长。

图表 3：商品房住宅销售面积累计同比 (%)



来源：Wind，国金证券研究所

图表 4：商品房住宅销售均价 (万元/平方米)

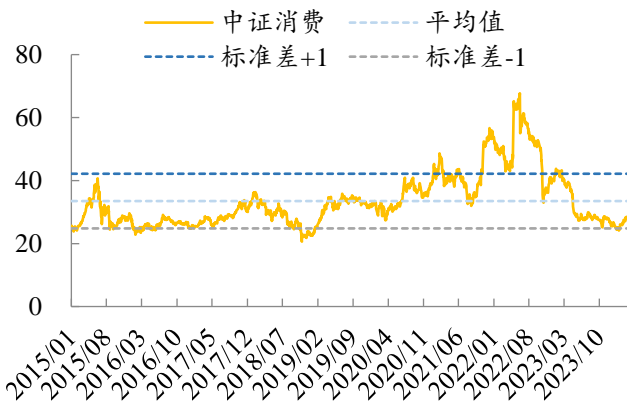


来源：Wind，国金证券研究所

基本面较平稳，坚守底部价值。本周公布大量消费相关数据，整体发出的信号就是“稳健”，并未出现进一步的下滑，或许预示着需求增速中枢调整陆续完成，行业进入稳步增长阶段，基本面下行压力较小。估值层面看，截至本周五中证消费 PE 为 28.1X，中证可选 PE 为 17.1X，和上周持平，依然有较合适的风险收益比。

展望后市，坚守底部、布局红利。我们建议关注：1) 低估的优质龙头，例如高端白酒、运动服饰；2) 红利策略标的，纺服、家电板块中高股息且业绩稳定公司。

图表 5: 中证消费指数 PE TTM



图表 6: 中证可选指数 PE TTM



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据截至 2024/3/22)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据截至 2024/3/22)

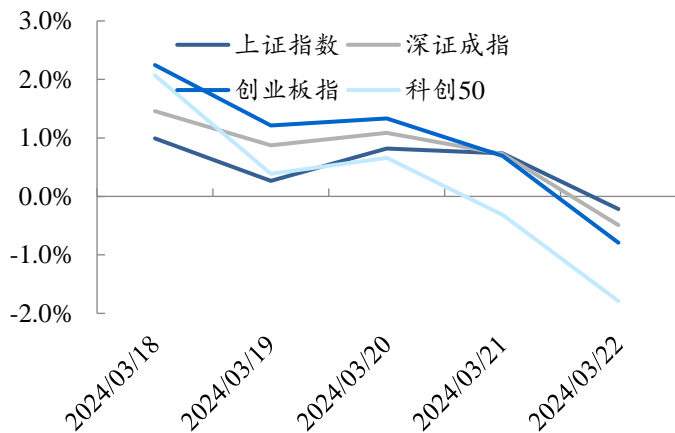
2、行情回顾

2.1、板块涨跌幅

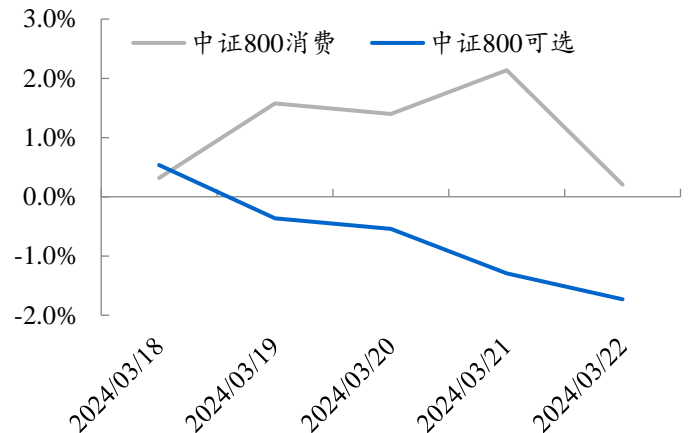
上周(2024/3/18-2024/3/22)上证指数收报 3,048.0 点, 下跌 0.2%; 深证成指收报 9565.6 点, 下跌 0.5%; 创业板指收报 1869.2 点, 下跌 0.8%; 科创 50 收报 794.2 点, 下跌 1.8%。

从主要消费大盘指数看, 表现不及市场。中证 800 消费指数收报 17,731.2 点, -1.7%; 中证 800 可选指数收报 5,118.0 点, 上涨 0.2%。

图表 7: A 股大盘涨跌幅 (%)



图表 8: 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)

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, 上周各行业有涨有跌, 传媒 (9.4%)、农林牧渔 (4.5%)、社会服务 (2.2%) 板块涨幅居前。

图表 9: A 股大消费一级行业涨跌幅 (%)

单日涨跌幅	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
2024/3/18	0.1%	-1.1%	0.4%	1.1%	0.7%	2.9%	2.1%	1.0%	0.8%
2024/3/19	0.6%	-0.1%	-0.9%	-0.3%	0.6%	-0.7%	-0.9%	-1.1%	2.2%
2024/3/20	-0.2%	-0.4%	0.3%	0.7%	-0.2%	3.7%	1.8%	1.0%	0.8%
2024/3/21	0.1%	-1.4%	0.1%	-0.1%	-1.4%	1.3%	0.9%	-0.1%	2.8%
2024/3/22	-1.5%	1.0%	-1.1%	-0.8%	-0.9%	1.9%	-1.6%	-1.2%	-2.1%
本周涨跌幅	-0.9%	-2.0%	-1.2%	0.6%	-1.2%	9.4%	2.2%	-0.4%	4.5%
本月涨跌幅	2.1%	0.3%	4.0%	4.9%	-0.3%	12.2%	5.0%	2.4%	2.9%
年初至今涨跌幅	-0.3%	8.0%	-3.8%	-5.1%	-1.2%	8.9%	-4.7%	-4.7%	-5.8%

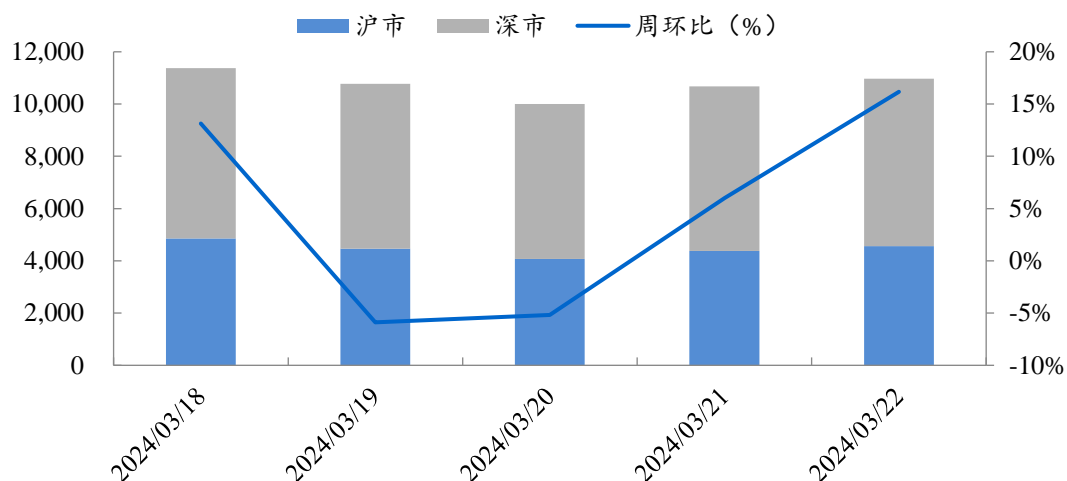
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 日涨跌幅相较于上周最后一个交易日计算)

2.2、板块成交额

上周 (2024/3/18-2024/3/22) A 股成交额整体有所上涨。两市日均成交额 10,761.8 亿元, 周环比上涨 4.3%。

其中大消费行业整体日均成交额 1,825.2 亿元, 周环比上涨 18.8%, 占 A 股整体日均成交额的 17.0%。

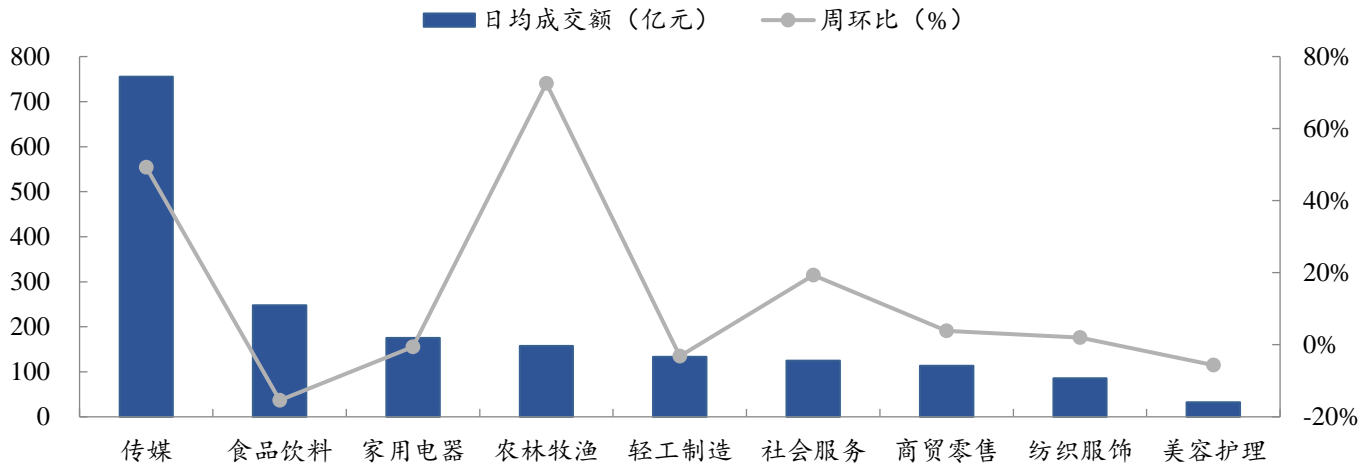
图表 10: A 股成交额统计 (亿元, %)



来源: Wind, 国金证券研究所

分大消费一级行业看, 行业间出现分化。传媒 (755.4 亿元)、食品饮料 (247.7 亿元)、家用电器 (175.0 亿元) 板块日均成交额居前, 农林牧渔 (72.6%)、传媒 (49.3%)、社会服务 (19.3%) 板块成交额周环比涨幅居前。

图表 11: 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

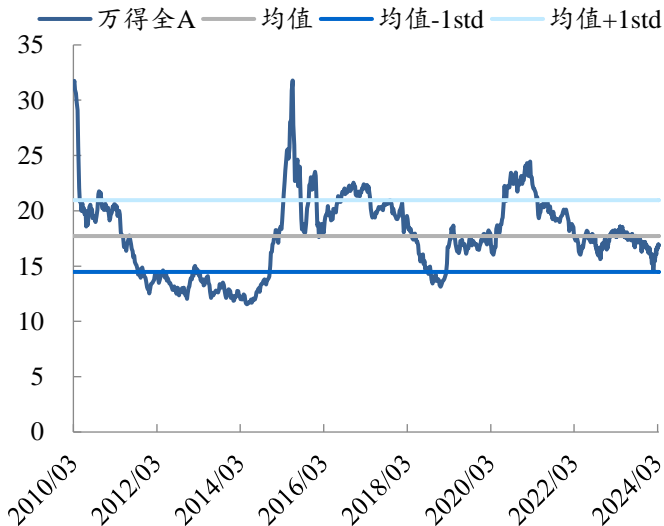
3.1、A 股大盘估值

截至 2024 年 3 月 22 日, A 股整体 PE 为 16.8, 处于历史 36.8%的分位水平; 沪深 300 指数 PE 为 11.5, 处于历史 32.7%的水平。

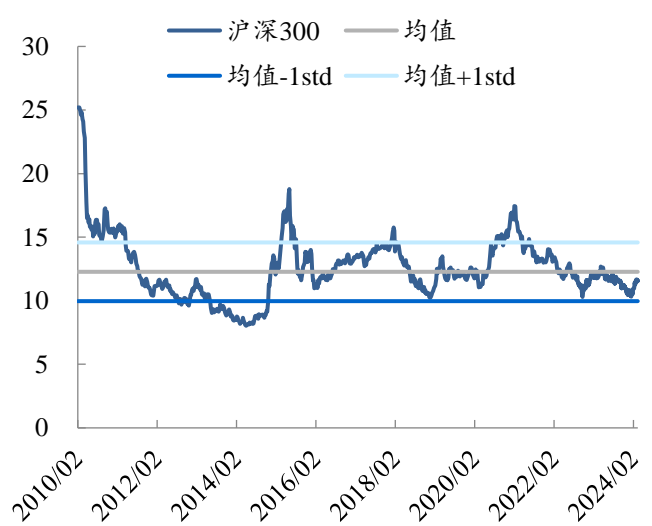
当前 A 股整体风险溢价为 3.6%, 处于 2015 年以来 93.9%的分位水平。

聚焦大消费行业, 中证 800 消费 PE 为 28.1, 处于历史 40.1%的水平; 中证 800 可选指数 PE 为 17.1, 处于历史 20.0%的水平。

图表 12: Wind 全 A 指数 PE 估值水平



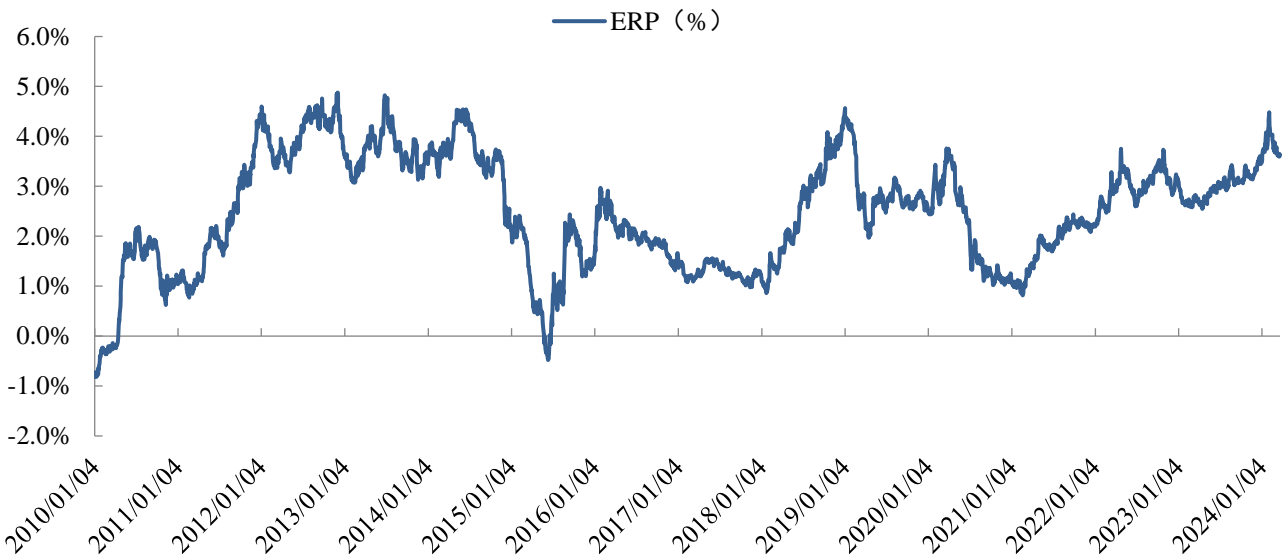
图表 13: 沪深 300 指数 PE 估值水平



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年至今)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 统计时间为 2010 年至今)

图表 14: A 股风险溢价



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

图表 15: 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)

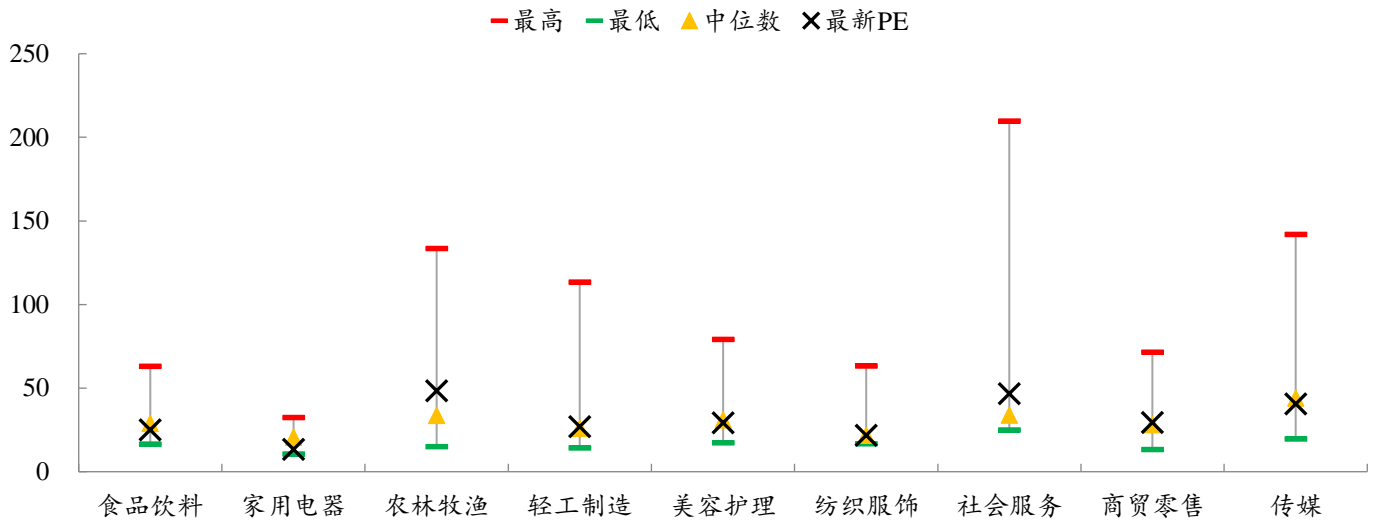
图表 16: 中证 800 可选指数 PE 估值水平



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

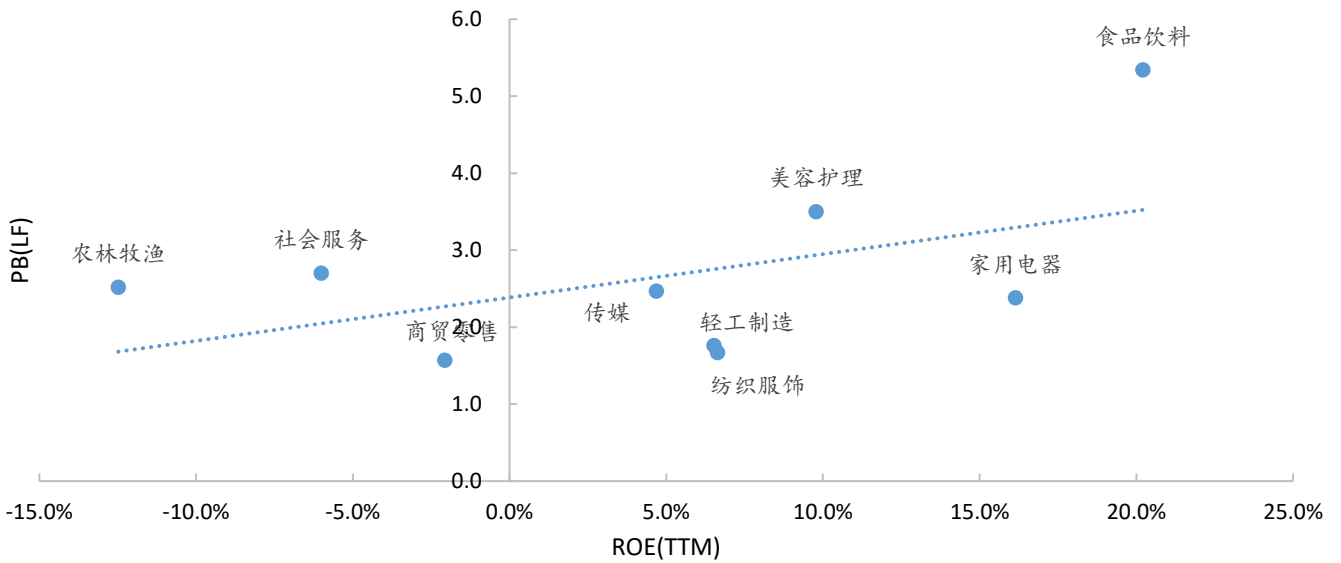
3.2、大消费行业估值

图表 17: 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 18: 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 19: A 股流动性跟踪

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	-195.4	9.1	-204.5
	重要股东增减持	-14.4	-2.3	-12.1
机构投资者	新发基金规模	38.4	22.6	15.8
杠杆资金	融资买入	297.5	236.1	61.4
境外资金	陆港通-港股通	-433.4	328.2	-761.6

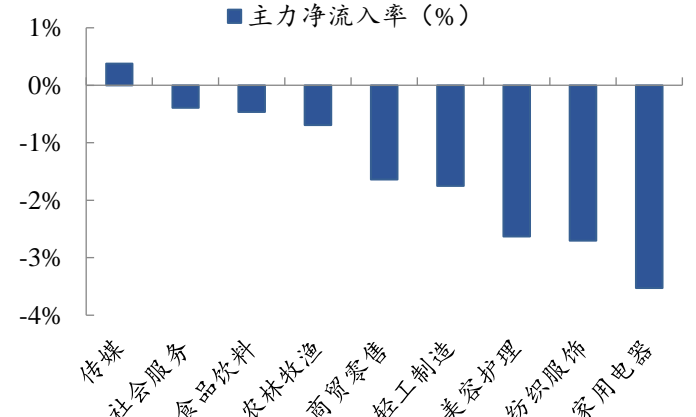
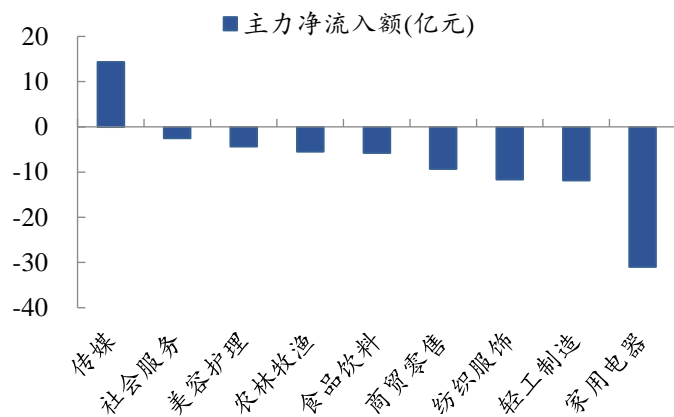
来源: Wind, 国金证券研究所

4.2、主力资金流动

从 A 股大消费一级行业看, 上周各行业大部分呈现主力资金净流出状态, 家用电器 (-31.0 亿元)、轻工制造 (-11.9 亿元)、纺织服饰 (-11.6 亿元) 板块主力资金净流出金额居前; 家用电器 (-3.5%)、纺织服饰 (-2.7%)、美容护理 (-2.6%) 板块主力资金交易额占比

图表 20: 本周主力净流入额排名 (亿元)

图表 21: 本周主力净流入率排名 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所

来源: Wind, 国金证券研究所

从 A 股大消费个股看, 上周五粮液 (食品饮料, 4.2 亿元)、中广天择 (家用电器, 4.0 亿元)、中原传媒 (传媒, 3.5 亿元) 主力资金净流入金额居前; 云南旅游 (社会服务, 13.0%)、华数传媒 (传媒, 12.8%)、中原传媒 (传媒, 11.7%) 主力资金净流入率居前。

图表 22: 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	本周主力净流入额	排序	公司名称	所属行业	主力净流入率
1	五粮液	食品饮料	4.2	1	云南旅游	社会服务	13.0%
2	中广天择	传媒	4.0	2	华数传媒	传媒	12.8%
3	中原传媒	传媒	3.5	3	中原传媒	传媒	11.7%
4	中文在线	传媒	2.9	4	华生科技	纺织服饰	11.6%
5	人民网	传媒	2.9	5	ST 金时	轻工制造	11.0%
6	中国科传	传媒	2.8	6	天振股份	轻工制造	10.9%
7	蓝色光标	传媒	2.6	7	极米科技	家用电器	10.6%
8	分众传媒	传媒	2.4	8	雅戈尔	纺织服饰	9.8%
9	浙文互联	传媒	2.4	9	西王食品	农林牧渔	9.7%
10	牧原股份	农林牧渔	2.2	10	美盈森	轻工制造	9.2%
11	世纪天鸿	传媒	2.2	11	中广天择	传媒	9.0%
12	完美世界	传媒	1.9	12	新巨丰	轻工制造	8.3%
13	掌阅科技	传媒	1.8	13	东峰集团	轻工制造	8.3%
14	中国出版	传媒	1.8	14	新华传媒	传媒	8.2%
15	格力电器	家用电器	1.7	15	大商股份	商贸零售	8.2%

来源: Wind, 国金证券研究所

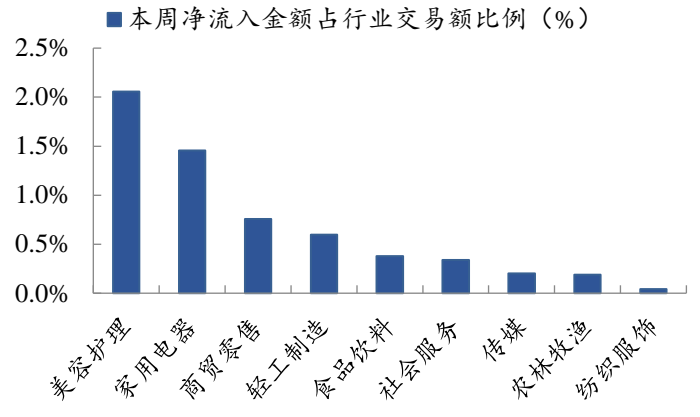
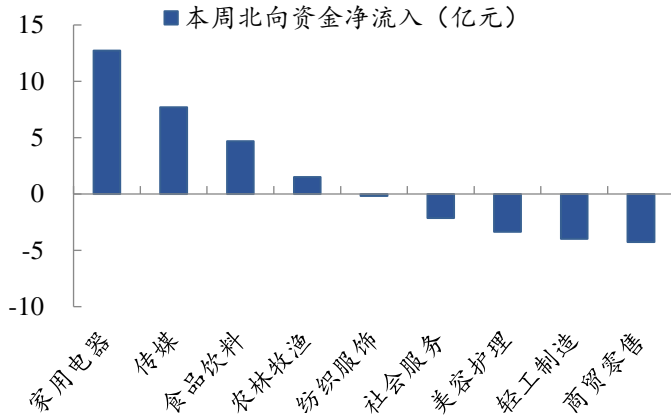
4.3、南北向资金流动

4.3.1、北向资金

从 A 股大消费一级行业看，上周北向资金大多呈净流入，其中家用电器（12.7 亿元）、传媒（7.7 亿元）、食品饮料（4.7 亿元）净流出额居前。美容护理（2.1%）、家用电器（1.5%）、商贸零售（0.8%）板块北向资金交易额占比较高。

图表 23: A 股消费行业本周北向资金净流入（亿元）

图表 24: A 股消费行业本周北向资金成交额占比（%）



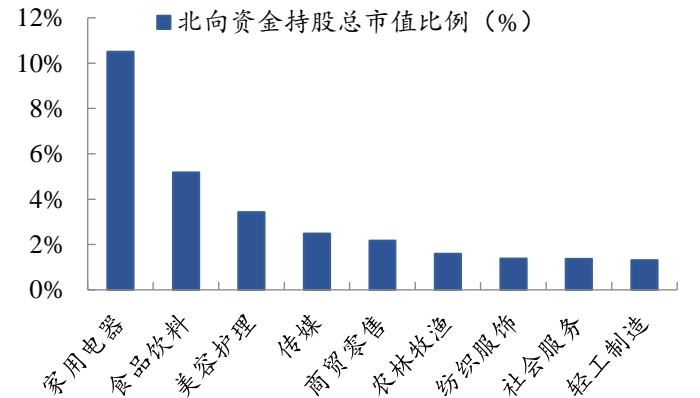
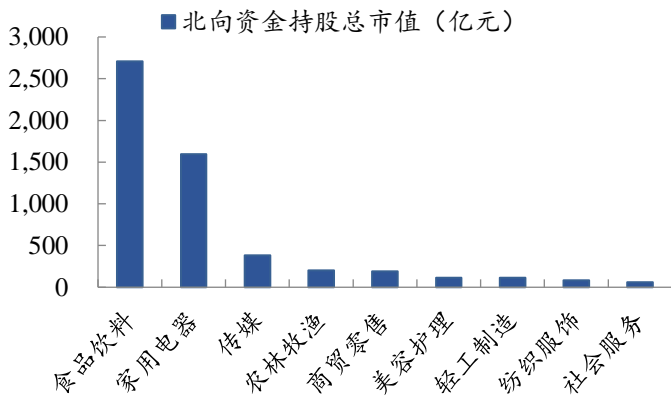
来源：Wind，国金证券研究所

来源：Wind，国金证券研究所

截至 2024 年 3 月 22 日，北向资金持股总市值较高的一级消费行业为食品饮料（2,707.5 亿元）、家用电器（1,593.8 亿元）、传媒（382.4 亿元）；持股比例较高的一级消费行业为家用电器（10.5%）、食品饮料（5.2%）、美容护理（3.4%）。

图表 25: A 股消费行业北向资金持股总市值（亿元）

图表 26: A 股消费行业北向资金持股比例（%）



来源：Wind，国金证券研究所

来源：Wind，国金证券研究所

从 A 股大消费个股看，上周五美的集团（家用电器，11.5 亿元）、五粮液（食品饮料，11.4 亿元）、牧原股份（农林牧渔，9.2 亿元）北向资金净流入金额居前；贵州茅台（食品饮料，-13.3 亿元）、中国中免（商贸零售，-11.6 亿元）、三花智控（家用电器，-5.4 亿元）北向资金净流出金额居前。

图表 27: 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	11.5	1	贵州茅台	食品饮料	-13.3
2	五粮液	食品饮料	11.4	2	中国中免	商贸零售	-11.6
3	牧原股份	农林牧渔	9.2	3	三花智控	家用电器	-5.4
4	分众传媒	传媒	6.4	4	伊利股份	食品饮料	-4.0
5	今世缘	食品饮料	3.8	5	海天味业	食品饮料	-3.2
6	山西汾酒	食品饮料	3.7	6	安琪酵母	食品饮料	-2.0
7	温氏股份	农林牧渔	1.6	7	珀莱雅	美容护理	-1.8
8	华策影视	传媒	1.1	8	苏泊尔	家用电器	-1.7
9	万达电影	传媒	1.1	9	贝泰妮	美容护理	-1.6
10	爱施德	商贸零售	1.0	10	洋河股份	食品饮料	-1.4
11	中原传媒	传媒	0.9	11	洽洽食品	食品饮料	-1.4
12	安井食品	食品饮料	0.8	12	索菲亚	轻工制造	-1.4
13	中文在线	传媒	0.8	13	格力电器	家用电器	-1.3
14	捷成股份	传媒	0.8	14	海尔智家	家用电器	-1.2
15	浙版传媒	传媒	0.8	15	中公教育	社会服务	-1.2

来源: Wind, 国金证券研究所

截至 2024 年 3 月 22 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, 1533 亿元)、美的集团 (家用电器, 884 亿元)、五粮液 (食品饮料, 306 亿元); 北向资金持股比例较高的 A 股消费个股为美的集团 (家用电器, 20.3%)、珀莱雅 (美容护理, 19.2%)、立达信 (家用电器, 19.0%)。

图表 28: 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	1533	1	美的集团	家用电器	20.3%
2	美的集团	家用电器	884	2	珀莱雅	美容护理	19.2%
3	五粮液	食品饮料	306	3	立达信	家用电器	19.0%
4	格力电器	家用电器	257	4	三花智控	家用电器	14.8%
5	伊利股份	食品饮料	236	5	洽洽食品	食品饮料	14.6%
6	三花智控	家用电器	136	6	华测检测	社会服务	14.0%
7	海尔智家	家用电器	136	7	伊利股份	食品饮料	13.1%
8	中国中免	商贸零售	111	8	安井食品	食品饮料	12.3%
9	分众传媒	传媒	111	9	浙版传媒	传媒	12.0%
10	海天味业	食品饮料	90	10	格力电器	家用电器	12.0%
11	泸州老窖	食品饮料	89	11	三七互娱	传媒	11.7%
12	山西汾酒	食品饮料	80	12	分众传媒	传媒	11.4%
13	珀莱雅	美容护理	72	13	索菲亚	轻工制造	10.5%
14	牧原股份	农林牧渔	65	14	东鹏饮料	食品饮料	9.3%
15	海大集团	农林牧渔	52	15	石头科技	家用电器	9.2%

来源: Wind, 国金证券研究所

4.3.2、南向资金

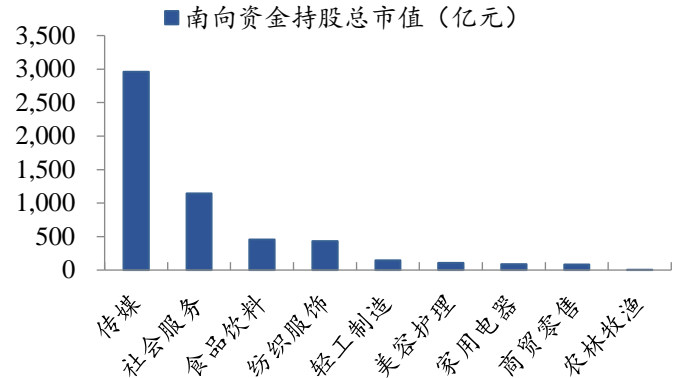
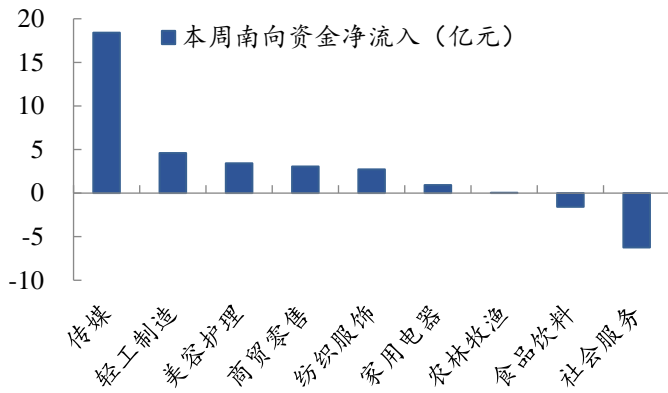
从港股大消费一级行业看, 上周传媒 (18.4 亿元)、轻工制造 (4.6 亿元)、美容护理 (3.4

亿元) 行业南向资金净流入居前。

截至 2024 年 3 月 22 日, 南向资金持股总市值较高的一级消费行业为传媒 (2959.0 亿元)、社会服务 (1145.5 元)、食品饮料 (456.6 亿元)。

图表 29: 港股消费行业本周南向资金净流入 (亿元)

图表 30: 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 2021 分类)

来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万 2021 分类)

从港股大消费个股看, 上周李宁 (纺织服饰, 9.4 亿元)、安踏体育 (纺织服饰, 4.6 亿元)、快手-W (传媒, 4.4 亿元) 南向资金净流入金额居前; 美团-W (社会服务, -21.1 亿元)、华润啤酒 (食品饮料, -5.7 亿元)、洪九果品 (商贸零售, -1.4 亿元) 南向资金净流出金额居前。

图表 31: 港股大消费个股南向资金流动排名

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	李宁	纺织服饰	9.4	1	美团-W	社会服务	-21.1
2	安踏体育	纺织服饰	4.6	2	华润啤酒	食品饮料	-5.7
3	快手-W	传媒	4.4	3	洪九果品	商贸零售	-1.4
4	新秀丽	轻工制造	3.5	4	珍酒李渡	食品饮料	-1.2
5	名创优品	商贸零售	3.0	5	百胜中国	社会服务	-0.9
6	泡泡玛特	轻工制造	2.5	6	农夫山泉	食品饮料	-0.9
7	哔哩哔哩-W	传媒	2.4	7	波司登	纺织服饰	-0.8
8	时代天使	美容护理	1.5	8	中国飞鹤	食品饮料	-0.6
9	中粮家佳康	食品饮料	1.4	9	天立国际控股	社会服务	-0.6
10	宇华教育	社会服务	1.0	10	玖龙纸业	轻工制造	-0.5
11	特步国际	纺织服饰	1.0	11	滔搏	商贸零售	-0.5
12	L'OCCITANE	美容护理	0.9	12	巨子生物	美容护理	-0.5
13	阅文集团	传媒	0.9	13	中国中免	商贸零售	-0.5
14	海尔智家	家用电器	0.8	14	海信家电	家用电器	-0.5
15	上美股份	美容护理	0.7	15	周大福	纺织服饰	-0.5

来源: Wind, 国金证券研究所 (行业分类方法为申万 2021 分类)

截至 2024 年 3 月 22 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, 2441 亿元)、美团-W (社会服务, 804 亿元)、快手-W (传媒, 273 亿元); 南向资金持股比例较高的港股消费个股为国美零售 (商贸零售, 59.3%)、晨鸣纸业 (轻工制造, 44.2%)、希教国际控股 (社会服务, 38.5%)。

图表 32: 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	2441	1	国美零售	商贸零售	59.3%
2	美团-W	社会服务	804	2	晨鸣纸业	轻工制造	44.2%
3	快手-W	传媒	273	3	希教国际控股	社会服务	38.5%
4	安踏体育	纺织服饰	192	4	新华文轩	传媒	36.1%
5	华润啤酒	食品饮料	141	5	中粮家佳康	食品饮料	30.7%
6	李宁	纺织服饰	114	6	红星美凯龙	商贸零售	30.0%
7	青岛啤酒股份	食品饮料	100	7	卓博集团	传媒	28.3%
8	巨子生物	美容护理	67	8	青岛啤酒股份	食品饮料	28.2%
9	东方甄选	社会服务	64	9	东方甄选	社会服务	26.7%
10	哔哩哔哩-W	传媒	61	10	枫叶教育	社会服务	25.3%
11	泡泡玛特	轻工制造	47	11	飞天云动	传媒	25.1%
12	海尔智家	家用电器	47	12	心动公司	传媒	24.4%
13	波司登	纺织服饰	44	13	拉夏贝尔	纺织服饰	23.1%
14	中国儒意	传媒	43	14	宇华教育	社会服务	22.8%
15	海底捞	社会服务	40	15	乐享集团	传媒	22.0%

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

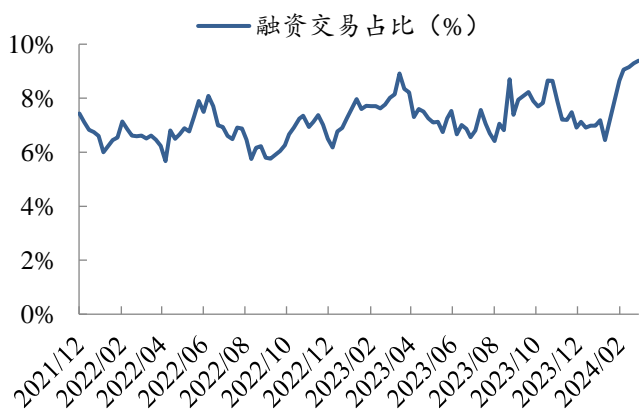
5.1、市场情绪

本周 A 股融资交易占比 9.4% (上周为 9.3%)。

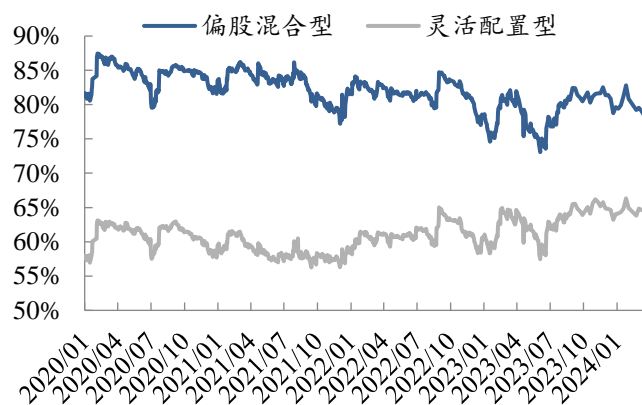
本周偏股混合型基金估算仓位 78.1% (上周 78.5%)，灵活配置型基金估算仓位 64.2% (上周 64.4%)。

本周沪市换手率 0.9% (上周为 0.8%)，深市换手率 2.5% (上周为 2.4%)。

图表 33: A 股融资交易占比 (%)



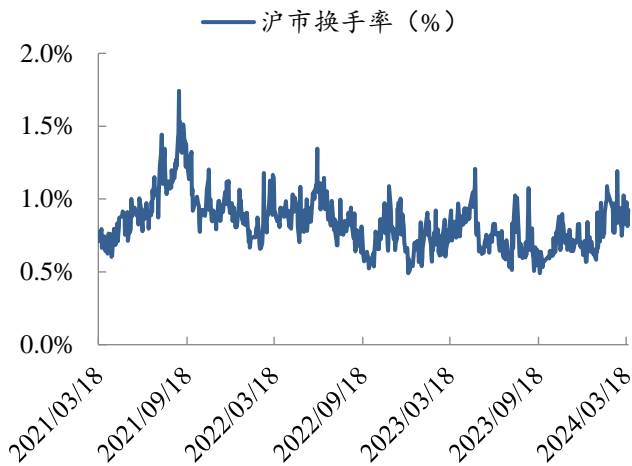
图表 34: 开放式基金持仓水平



来源: Wind, 国金证券研究所

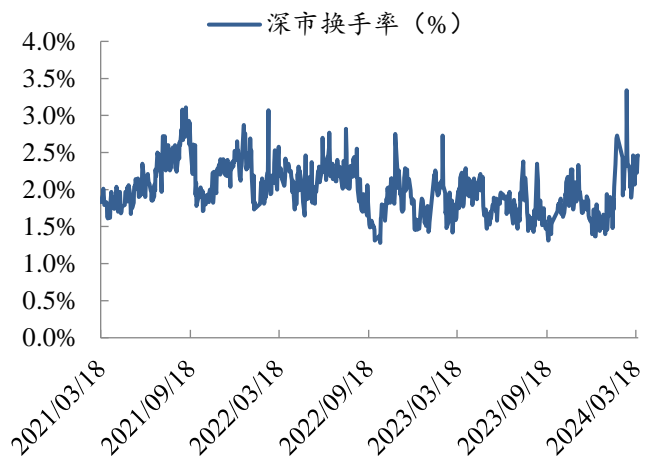
来源: Wind, 国金证券研究所

图表 35: 沪市日度换手率



来源: Wind, 国金证券研究所

图表 36: 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 37: A 股大消费热点题材 (截至 2024/3/22)

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	短剧游戏	15.5%	1	短剧游戏	20.3%	1	短剧游戏	22.7%
2	抖音平台	12.8%	2	抖音平台	17.9%	2	抖音平台	21.8%
3	网红经济	11.4%	3	网红经济	14.8%	3	摄像头	21.5%
4	文化传媒主题	9.8%	4	文化传媒主题	13.8%	4	消费电子代工	20.2%
5	拼多多合作商	9.5%	5	摄像头	12.1%	5	文化传媒主题	16.1%

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 38: A 股大消费连续上涨个股 (截至 2024/3/22)

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	翔港科技	轻工制造	包装印刷	48.3%	7
2	神农集团	农林牧渔	养殖业	37.5%	6
3	爱施德	商贸零售	专业连锁 II	28.6%	8
4	英派斯	轻工制造	文娱用品	24.2%	13
5	万达电影	传媒	影视院线	23.1%	8
6	森林包装	轻工制造	造纸	21.5%	13
7	爱丽家居	轻工制造	家居用品	19.7%	7
8	中科云网	社会服务	酒店餐饮	19.1%	6
9	粤传媒	传媒	出版	13.3%	6
10	迎丰股份	纺织服饰	纺织制造	11.8%	11

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 39：A 股大消费短线强势个股（截至 2024/3/22）

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
000007.SZ	*ST 全新	商贸零售	一般零售	301066.SZ	万事利	纺织服饰	纺织制造
000026.SZ	飞亚达	纺织服饰	饰品	301102.SZ	兆讯传媒	传媒	广告营销
000156.SZ	华数传媒	传媒	电视广播 II	301116.SZ	益客食品	农林牧渔	养殖业
000404.SZ	长虹华意	家用电器	家电零部件 II	301169.SZ	零点有数	社会服务	专业服务
000419.SZ	通程控股	商贸零售	一般零售	301228.SZ	实朴检测	社会服务	专业服务
000428.SZ	华天酒店	社会服务	酒店餐饮	301231.SZ	荣信文化	传媒	出版
000430.SZ	张家界	社会服务	旅游及景区	301262.SZ	海看股份	传媒	电视广播 II
000523.SZ	红棉股份	美容护理	个护用品	301296.SZ	新巨丰	轻工制造	包装印刷
000596.SZ	古井贡酒	食品饮料	白酒 II	301299.SZ	卓创资讯	传媒	数字媒体
000607.SZ	华媒控股	传媒	广告营销	301313.SZ	凡拓数创	传媒	数字媒体
000610.SZ	西安旅游	社会服务	酒店餐饮	301356.SZ	天振股份	轻工制造	家居用品
000665.SZ	湖北广电	传媒	电视广播 II	600037.SH	歌华有线	传媒	电视广播 II
000679.SZ	大连友谊	商贸零售	一般零售	600076.SH	康欣新材	轻工制造	包装印刷
000681.SZ	视觉中国	传媒	数字媒体	600097.SH	开创国际	农林牧渔	渔业
000702.SZ	正虹科技	农林牧渔	饲料	600113.SH	浙江东日	商贸零售	一般零售
000715.SZ	中兴商业	商贸零售	一般零售	600128.SH	苏豪弘业	商贸零售	贸易 II
000719.SZ	中原传媒	传媒	出版	600156.SH	华升股份	纺织服饰	纺织制造
000735.SZ	罗牛山	农林牧渔	养殖业	600228.SH	返利科技	传媒	数字媒体
000793.SZ	华闻集团	传媒	出版	600229.SH	城市传媒	传媒	出版
000802.SZ	北京文化	传媒	影视院线	600235.SH	民丰特纸	轻工制造	造纸
000829.SZ	天音控股	商贸零售	专业连锁 II	600257.SH	大湖股份	农林牧渔	渔业
000876.SZ	新希望	农林牧渔	养殖业	600287.SH	江苏舜天	商贸零售	贸易 II
000892.SZ	欢瑞世纪	传媒	影视院线	600327.SH	大东方	商贸零售	一般零售
000978.SZ	桂林旅游	社会服务	旅游及景区	600356.SH	恒丰纸业	轻工制造	造纸
001201.SZ	东瑞股份	农林牧渔	养殖业	600358.SH	国旅联合	传媒	广告营销
001222.SZ	源飞宠物	轻工制造	文娱用品	600448.SH	华纺股份	纺织服饰	纺织制造
001234.SZ	泰慕士	纺织服饰	纺织制造	600467.SH	好当家	农林牧渔	渔业
001238.SZ	浙江正特	轻工制造	文娱用品	600493.SH	凤竹纺织	纺织服饰	纺织制造
001330.SZ	博纳影业	传媒	影视院线	600527.SH	江南高纤	纺织服饰	纺织制造
002012.SZ	凯恩股份	轻工制造	造纸	600556.SH	天下秀	传媒	广告营销
002059.SZ	云南旅游	社会服务	旅游及景区	600619.SH	海立股份	家用电器	家电零部件 II
002067.SZ	景兴纸业	轻工制造	造纸	600633.SH	浙数文化	传媒	游戏 II
002069.SZ	獐子岛	农林牧渔	渔业	600697.SH	欧亚集团	商贸零售	一般零售
002083.SZ	孚日股份	纺织服饰	纺织制造	600706.SH	曲江文旅	社会服务	旅游及景区
002095.SZ	生意宝	传媒	数字媒体	600712.SH	南宁百货	商贸零售	一般零售
002103.SZ	广博股份	轻工制造	文娱用品	600715.SH	文投控股	传媒	游戏 II
002117.SZ	东港股份	轻工制造	包装印刷	600730.SH	中国高科	社会服务	教育
002157.SZ	*ST 正邦	农林牧渔	养殖业	600749.SH	西藏旅游	社会服务	旅游及景区
002159.SZ	三特索道	社会服务	旅游及景区	600778.SH	友好集团	商贸零售	一般零售
002181.SZ	粤传媒	传媒	出版	600793.SH	宜宾纸业	轻工制造	造纸
002193.SZ	如意集团	纺织服饰	纺织制造	600814.SH	杭州解百	商贸零售	一般零售
002234.SZ	民和股份	农林牧渔	养殖业	600825.SH	新华传媒	传媒	出版

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
002235.SZ	安妮股份	轻工制造	造纸	600826.SH	兰生股份	社会服务	专业服务
002264.SZ	新华都	传媒	广告营销	600831.SH	广电网络	传媒	电视广播II
002291.SZ	遥望科技	传媒	广告营销	600836.SH	上海易连	轻工制造	包装印刷
002292.SZ	奥飞娱乐	传媒	影视院线	600858.SH	银座股份	商贸零售	一般零售
002303.SZ	美盈森	轻工制造	包装印刷	600892.SH	大晟文化	传媒	游戏II
002306.SZ	中科云网	社会服务	酒店餐饮	600936.SH	广西广电	传媒	电视广播II
002315.SZ	焦点科技	商贸零售	互联网电商	600965.SH	福成股份	农林牧渔	养殖业
002321.SZ	华英农业	农林牧渔	养殖业	600977.SH	中国电影	传媒	影视院线

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 40：A 股大消费短线突破个股（截至 2024/3/22）

代码	名称	一级行业	二级行业	代码	名称	一级行业	二级行业
200058.SZ	深赛格 B	商贸零售	一般零售	831726.BJ	朱老六	商贸零售	一般零售
300280.SZ	紫天科技	传媒	广告营销	836826.BJ	盖世食品	传媒	广告营销
300795.SZ	米奥会展	社会服务	专业服务				

来源：Wind，国金证券研究所

6、风险提示

- 居民消费意愿不足风险：经济阶段性承压影响居民收入预期，可能减少或推迟消费。
- 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。

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。

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。本报告反映撰写研究人员的不同设想、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,国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。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,亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用,在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险,可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

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。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密,只有符合条件的收件人才能使用。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;本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要,不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具,本报告的收件人须保持自身的独立判断。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。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告,则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议,国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有,保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话: 021-60753903	电话: 010-85950438	电话: 0755-83831378
传真: 021-61038200	邮箱: researchbj@gjzq.com.cn	传真: 0755-83830558
邮箱: researchsh@gjzq.com.cn	邮编: 100005	邮箱: researchsz@gjzq.com.cn
邮编: 201204	地址: 北京市东城区建内大街 26 号	邮编: 518000
地址: 上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址: 深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心
紫竹国际大厦 7 楼		18 楼 1806