

五一消费观察：常态化复苏，结构性特征延续

假日消费是观测经济活力的重要窗口期。今年五一假期，面对2023年同期高基数效应及南方地区强降雨天气影响，消费修复表现值得关注。

一、出行：高基数下人员流动实现同比微增，自驾出行趋势延续

据交通运输部，今年五一假期期间（5月1日至5月5日），全社会跨区域人员流动量达13.6亿人次，日均超2.7亿人次，同比增长2.1%，较2019年同期增长23.7%，符合节前预期。

分出行方式看，

1) 与2023年同期相比，各类出行方式的客运量在高基数下实现小幅正增长。五一假期期间，民航/营业性公路/水路/非营业性小客车/铁路日均客运量较2023年同期分别增长8.1%/6.5%/6%/1.4%/1.4%。其中，非营业性小客车和铁路是去年同期客流表现突出的出行方式。

2) 与2019年同期相比，疫后自驾出行特征延续。假期期间，高速公路及普通国省道非营业性小客车人员日均出行量较2019年同期增长39.2%，占到全社会跨区域人员流动量的八成左右，自驾出行延续高热度。与之相呼应的是，飞猪、携程等OTA平台数据显示，假期期间租车、包车等自驾游订单量实现可观增长。营业性运输中，铁路表现较好，日均客流较2019年同期增长23.3%；水路和公路恢复程度较低，日均客流相比2019年同期下滑31.3%和25.1%。

图 1: 五一假期各类出行方式日均客运量相比 2023/2019 年同期的增速



资料来源: 交通运输部, 招商银行研究院

注: 公路-非营业性包含高速公路及普通国道省道非营业性小客车

3) 民航市场量升价跌。从量上看, 航班管家数据显示, 五一假期全国总体客运日均执飞航班量同比增长 7%。其中, 国内航线日均执飞航班数同比微降 0.8%, 与异常天气下航班取消班次明显增加有关。五一假期期间, 国内航班取消量超 1 万架, 日均同比增长超 25%。国际/地区航线日均执飞航班数同比增长 105.7%/44.7%, 获得明显复苏, 但较 2019 年同期水平仍有 25% 以上的缺口。从价上看, 据航班管家, 五一假期国内经济舱机票均价同比下滑 5.1%, 且伴随假期临近呈现逐步下降趋势, 实质上映射出供需关系波动。

图 2: 五一假期国内航班取消架次 (架)



资料来源: 航班管家, 招商银行研究院

图 3: 五一假期国内经济舱机票均价



资料来源: 飞常准, 招商银行研究院



二、消费：温和复苏，量强于价

商务部数据显示，五一假期，全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长 6.8%，整体呈温和复苏态势。商品消费方面，各地以旧换新活动带动之下，重点零售企业家电/汽车/家具销售额分别同比增长 7.9%/4.8%/4.6%；线上消费增长较快，全国实物商品网上零售额同比增长 15.8%。服务消费方面，重点监测餐饮企业销售额同比增长 7.1%，部分电商平台住宿销售额增长 6%。

1、文旅出游：旅游客单价恢复度走弱，国内游下沉，出入境游复苏

据文旅部数据，2024 年五一假期，全国国内旅游出游 2.95 亿人次，同比增长 7.6%，按可比口径较 2019 年同期增长 28.2%；国内游客出游总花费 1668.9 亿元，同比增长 12.7%，按可比口径较 2019 年同期增长 13.5%。

与 2019 年同期相比，旅游人次及总消费的增幅实现了疫后节假日的最高水平，出游热度仍然高涨。与 2023 年同期相比，高基数因素下出游人次增幅略弱。环比来看，文旅部数据显示，2024Q1 国内出游人次和出游总花费分别同比增长 16.7%和 17%，均高于五一假期的同比增幅，可见假日消费正伴随疫情影响消退而逐步回归常态化。

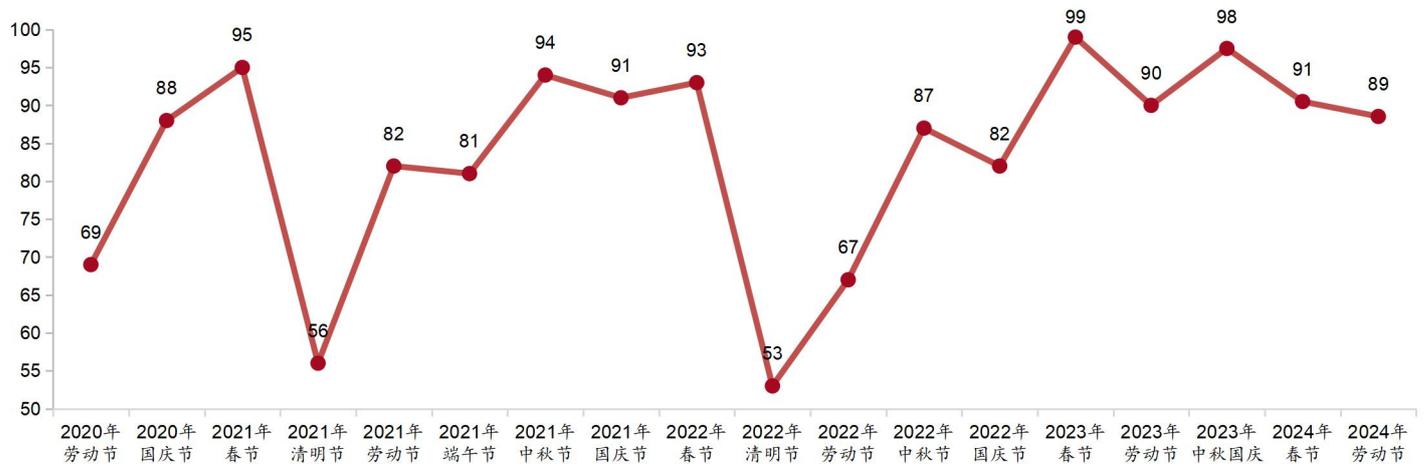
人均旅游消费的恢复度走弱。2024 年五一假期，人均旅游消费为 566 元，恢复至 2019 年同期的 88.5%，较 2023 年五一假期 90%的恢复度、2024 年春节假期 91%的恢复度均有所走弱。究其原因，一是国内游下沉化趋势明显，低线城市、县域消费更具性价比；二是境外游复苏或对国内消费产生一定“挤出效应”；三是受到收入预期的制约，居民消费能力和消费意愿仍在复苏途中。

图 4：假期旅游人次和收入恢复至 2019 年同期的程度（%）



资料来源：文旅部，招商银行研究院

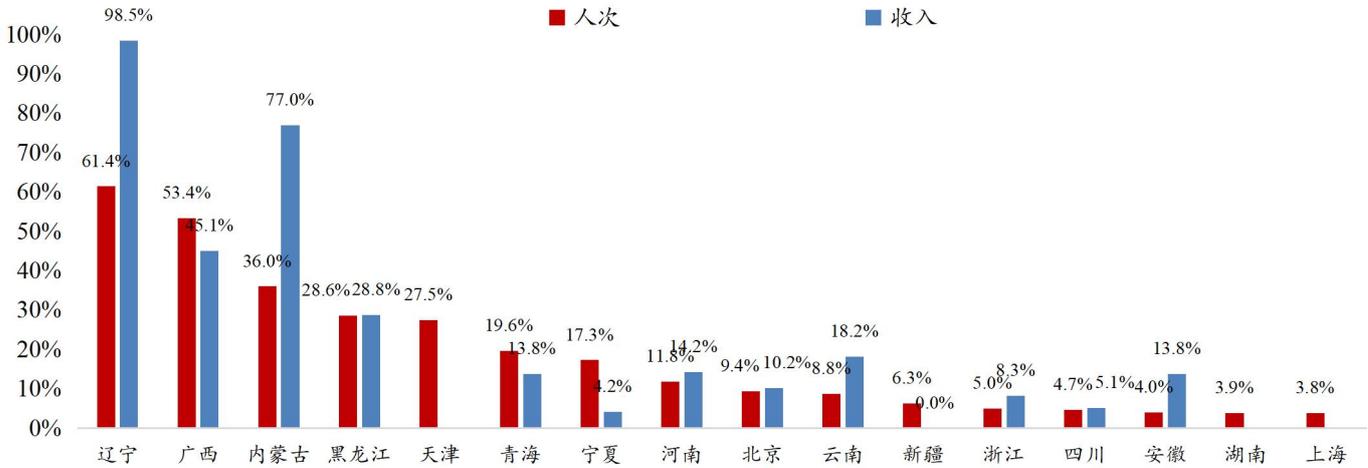
图 5：假期旅游客单价恢复至 2019 年同期的程度（%）



资料来源：文旅部，招商银行研究院

分区域看，多地旅游人次及收入实现同比增长。据各地文旅厅数据，辽宁、广西、内蒙古、黑龙江、天津、青海、河南等多省市在五一期间的接待游客数和旅游收入较去年同期实现 10% 以上的增长。不过，受持续降雨天气影响，广东省接待游客数和旅游收入同比有所下降，较 2019 年实现小幅增长。

图 6：各省市五一假期接待游客人次及旅游收入同比增速



资料来源：各省市文旅厅，新闻网站，招商银行研究院

从文旅细分领域看，景区、酒旅均有结构性亮点：

1) 重点景区：客流增长

五一期间，核心景区成为重点的旅游目的地，九寨沟、宋城演艺、西湖等景区的累计接待游客人次实现 15%-20% 的同比增长。

表 1：重点景区五一文旅数据一览

景区	五一旅游情况
黄山风景区	累计接待游客 12.93 万人次，同比增长 9.74%
峨眉山景区	累计接待游客 16.76 万人次，实现门票收入 1404.38 万元
乌镇	累计接待游客超 30 万人次，景区内客房入住率超过 90%
宋城演艺	总接待游客量是 23 年同期的 119%、19 年同期的 138%；总营收是 23 年同期的 128%、19 年同期的 140%
西湖风景区	共接待游客 323.03 万人次，同比增长 14.23%。其中，5 月 2 日接待游客人次创近十年来的新高
九华山风景区	全山共接待游客 18 万人次，同比增长 15%
九寨沟景区	共接待海内外游客 10.9 万人次，同比增长 24.45%
武汉东湖风景区	5 天接待外地游客量超去年同期 3 倍，单日接待游客超 55 万人次，单日实现旅游收入 1095.9 万元
三峡大坝旅游区	共接待海内外游客 12.51 万人。其中，5 月 2 日迎来客流高峰，接待游客 3.6 万人。

资料来源：新闻网站，招商银行研究院

2) 酒旅：国内下沉趋势明显，出入境游复苏

国内下沉市场热度延续。携程数据显示，从五一假期旅游订单同比增速看，一二线城市小于三四线城市，三四线城市小于县域市场，下沉市场展现出增长空间。据同程旅游，国内数十个三线及以下城市酒店预订热度同比增长超过100%。去哪儿数据显示，今年五一酒店平均支付价格同比持平，预订量增幅最高的二星至四星酒店价格均有所下降。

出入境游继续复苏。据国家移民管理局，五一假期全国边检机关共保障846.6万人次中外人员出入境，同比增长35.1%。出境游方面，途牛数据显示，出境游出游人次同比增长190%；飞猪数据显示，五一假期出境游预定量同比去年接近翻倍增长。同时，出境游性价比有所提升，国际机票、国际酒店同比降幅均在10%以上。入境游方面，据携程，五一假期入境游订单同比增长105%，免签政策效应显著。

图7：下沉市场热度高



资料来源：携程，招商银行研究院

图8：出境游继续复苏



资料来源：飞猪，招商银行研究院

2、本地消费：场景复苏，烟火气升腾

1) 餐饮：释放消费活力

美团数据显示，5月1日至3日，全国本地生活服务消费同比增长25%，全国餐饮堂食订单量同比增长超73%。中国烹饪协会调研数据显示，五一假期期间，受访餐饮企业外卖订单量同比上涨10.6%。龙头企业中，海底捞大陆门店前四日累计接待人次约750万，同比去年假期前四日增长约15%，且下沉市场门店增长更加明显。

2) 电影：表现平稳

2024 年五一档票房为 15.27 亿元，同比略有提升，《维和防暴队》《末路狂花钱》《九龙城寨之围城》位列五一票房前三位。拆分量价来看，观影人次和平均票价分别同比微升 0.28% 和 0.25%，表现平稳。

图 9：历年五一档票房

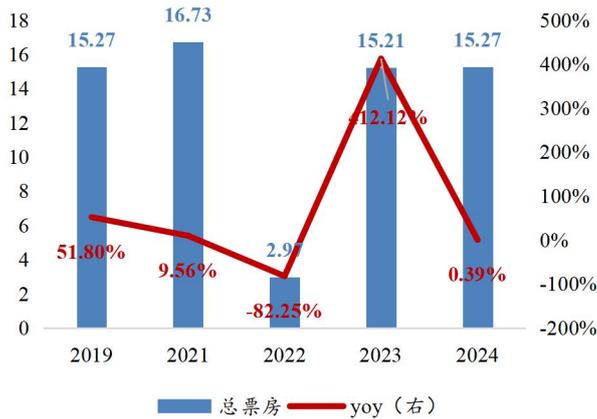
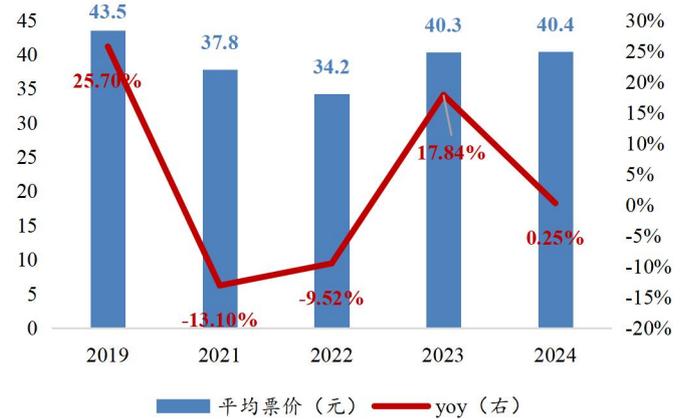


图 10：平均票价同比微升



资料来源：猫眼专业版，招商银行研究院

资料来源：猫眼专业版，招商银行研究院

三、总结：稳中有增，回归常态

综上所述，今年五一假期，消费数据在高基数和天气因素下实现稳中有增，向常态化回归。三大趋势延续：一是量强于价，旅游出行人次较疫前持续增长，但旅游客单价仍不及疫前水平，且恢复度边际走弱。同时，机票、经济型酒店均价同比下滑。二是自驾出行热度仍高，不仅体现在交通运输部客运量中，也体现在 OTA 平台的国内外租车订单中。三是出入境游持续复苏，国内游下沉化趋势明显，结构有所分化。

(评论员：宋小雯)