

春节数据专题报告(2021-02-17)

主要结论:

受“就地过年”影响，春节期间高线城市的迁出指数与低线城市的迁入指数均低于往期水平，工作地过年同时推动外卖“一人食”需求上升。线下消费持续旺盛，低线城市表现更优。参考餐饮排队数据，低线城市线下消费需求高于平日周末表现，整体表现优于高线城市，电影上座率同样表现出这一趋势，三四线城市上座率明显高于一二线城市，由于电影观看人次大幅上升，2021年春节档票房相比往年大幅上升。在集运数据方面，长滩岛港口平均堵港时长再创新高，集运行业景气度持续时常或超预期，板块前期持续回调，建议关注相关投资机会。

- 春节迁徙数据：2021年春节前，受各地号召就地过年、非必要不跨省等政策影响，除夕前一二线城市的迁出指数和三四线城市的迁入指数均为往年25%~30%左右水平。
- 线上消费数据：春节期间的线上消费热度较春节前有所降低。就地过年政策的发布叠加电商年货节的影响，线上囤货的消费行为集中在春节前第三周。此后人气强度环比逐渐下滑。年货节促销活动期间，白酒品类的访问、收藏、加购人气均居首位，年货节结束后三周内酒类人气下滑趋势相对较低，整体景气度维持相对高位。
- 快递及物流数据：2021年春节期间快递强度的环比减少明显弱于2020年同期。据国家邮政局邮政业安全中心数据，从2月11日（除夕）到2月15日（正月初四），全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹3.65亿件，同比增长224%。2021年春节周卡车物流强度环比下滑约35%，2020年同期环比下滑37.8%，2019年环比下滑57.2%。
- 外卖及线下消费：春节期间外卖强度均低于和春节前一周，环比变化数据显示，2021年春节期间环比减少程度高于2020年同期。据美团外卖数据，除夕（2月11日）全国外卖订单量同比增长70%，春节期间下单外卖的用户中，“常驻点”点单用户占比高达81%。与往年春节相比，今年的“一人食”订单占比和异地订单增长明显。春节期间餐饮线下排队数据显示低线城市排队强度明显优于平日周末水平，高线城市餐饮排队强度低于平日周末水平，春节期间低线城市线下消费强度优于高线城市。电影票房方面，2021年春节档电影票房同比2019年增长超25%，平均票价的上涨及观影人次大幅上升共同推动春节档票房大幅上涨。2021年春节档上座率有明显的提升，但春节档依然以三四线城市为主导，低线城市上座率高于高线城市，整体上坐率的提升是推动春节档票房大幅上升的主要因素。
- 集运数据：春节期间上海出口集运运价指数美国航线及欧洲航线运价持续处于较高水平，长滩岛港口集装箱船及TEU之和持续处于历史较高水平，平均堵港时长本周创历史新高，集运板块景气度持续维持高位，持续时间可能会超预期，相关板块前期调整较大，建议投资者关注。
- 疫苗数据：以色列及阿拉伯酋长国疫苗接种率最高，分别为75剂/百人及51剂/百人，美国接种率已达15剂/百人。巴西及印度整体接种率分别达2.5剂/百人与0.6剂/百人，接种率仍处于较低水平，出口转移的部分订单短期内或将继续获益。

风险提示:

1. 中国经济恢复速度不及预期；
2. 其他第三方数据来源出现误差对结果产生影响；
3. 模型拟合误差对结果产生影响。

刘道明 分析师 SAC 执业编号: S1130520020004
liudaoming@gjzq.com.cn

许隽逸 分析师 SAC 执业编号: S1130519040001
xujunyi@gjzq.com.cn

陈律楼 联系人
chenlvlu@gjzq.com.cn

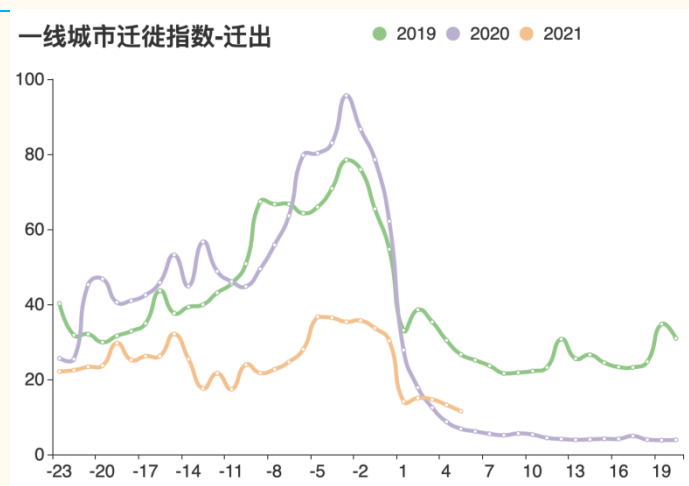
廖馨瑶 联系人
liaoxinyao@gjzq.com.cn

内容:

2021年春节前,受各地号召就地过年、非必要不跨省等政策影响,除夕前一二线城市的迁出指数和三四线城市的迁入指数均为往年25%~30%左右水平。据百度地图迁徙数据,春节期间,高线城市市内出行强度保持较高活跃度,其中北京、上海、广州、深圳、天津、杭州、成都、重庆等地域内出行强度高于过去两年。

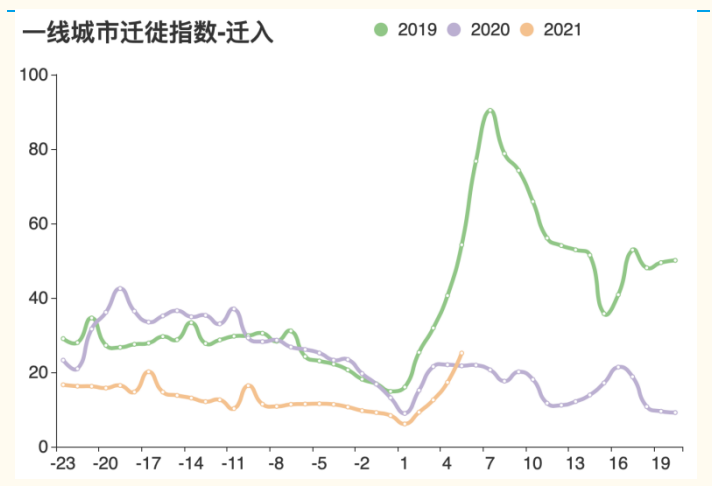
据交通部数据,春运1月28日起至除夕前,全国客运发送旅客数相比2019年和2020年同期水平均下降75%左右。2020年疫情影响,初二之后客运量明显降低,低基数导致今年春节期间同比高增长,但2021年春节期间相对2019年春节期间,客运量仍下降75%左右。

图表 1: 春节前后一线城市迁出指数



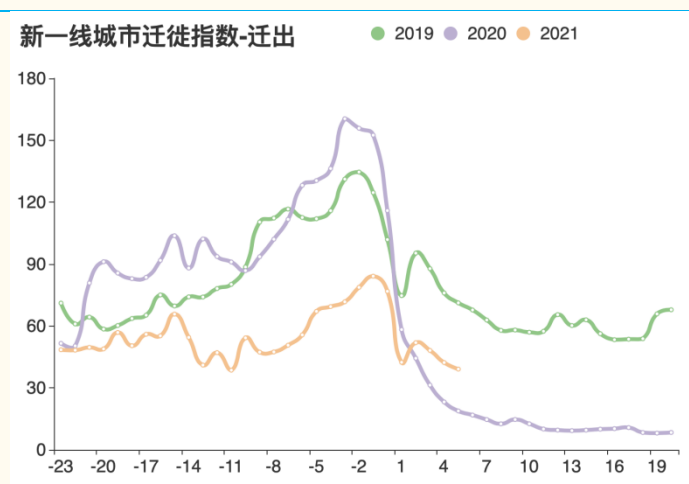
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 2: 春节前后一线城市迁入指数



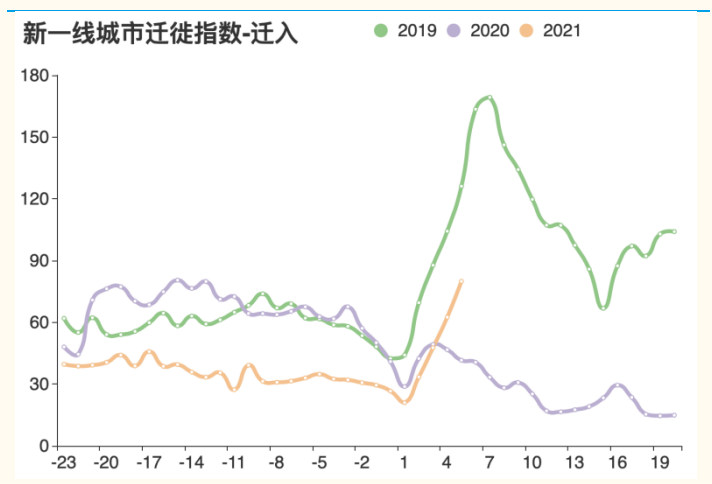
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 3: 春节前后新一线城市迁出指数



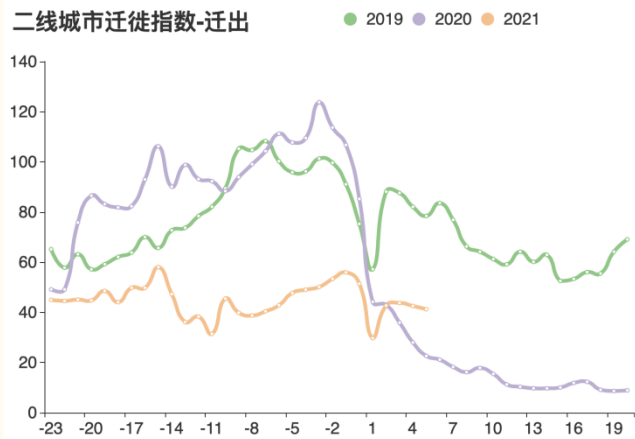
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 4: 春节前后新一线城市迁入指数



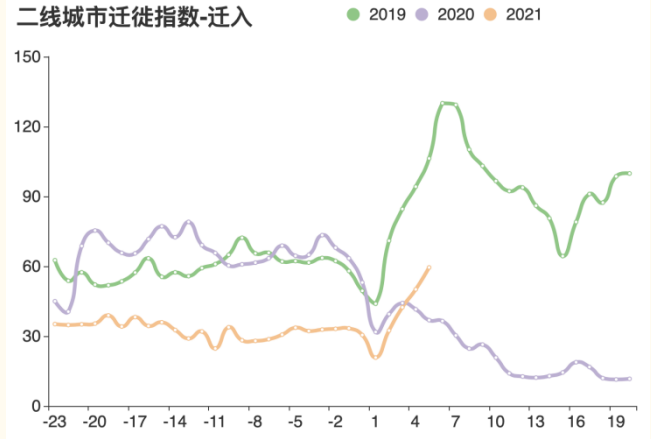
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 5: 春节前后二线城市迁出指数



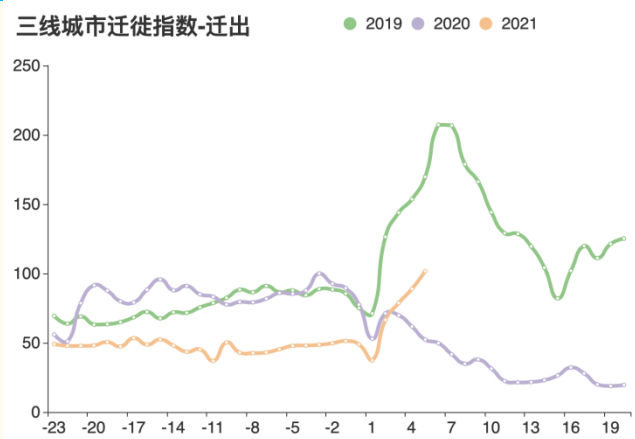
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 6: 春节前后二线城市迁入指数



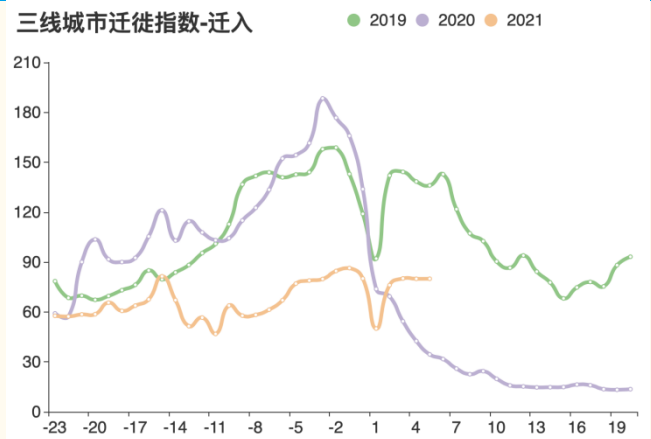
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 7: 春节前后三线城市迁出指数



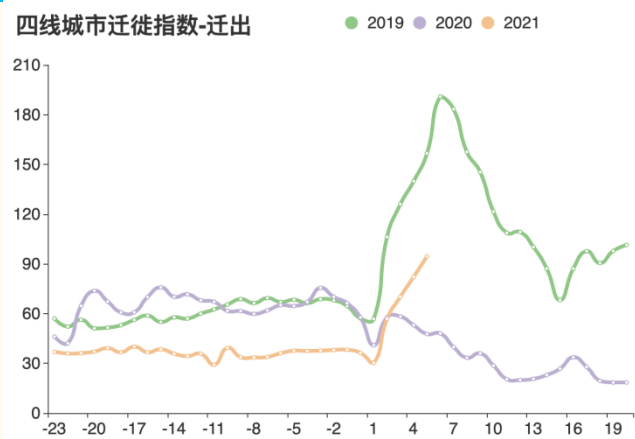
来源: 百度, 国金证券研究所

图表 8: 春节前后三线城市迁入指数

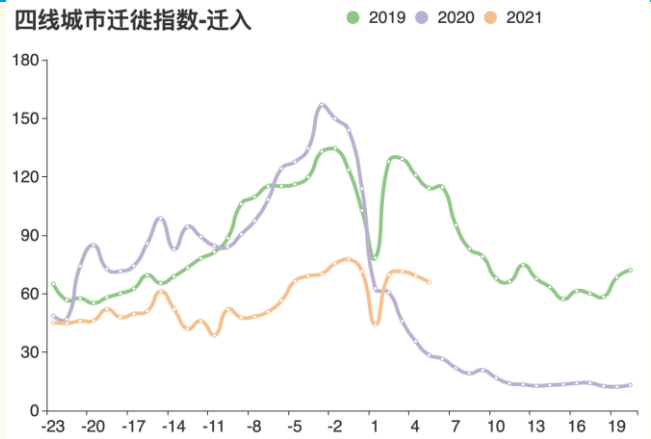


来源: 百度, 国金证券研究所

图表 9: 春节前后四线城市迁出指数



图表 10: 春节前后四线城市迁入指数

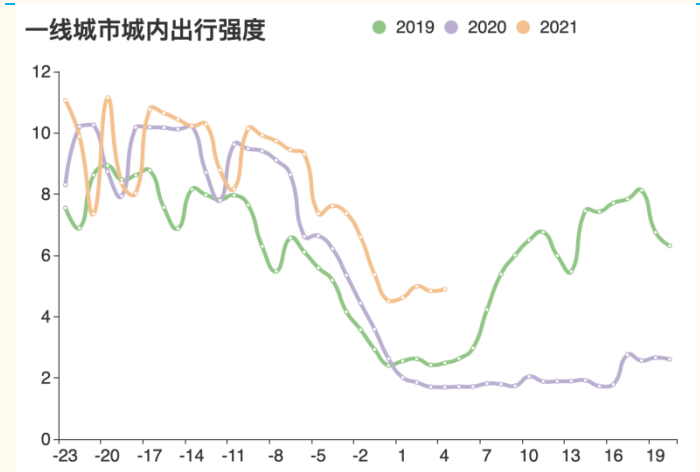


来源：百度，国金证券研究所

来源：百度，国金证券研究所

图表 11：春节前后一线城市市内出行强度指数

图表 12：春节前后新一线城市市内出行强度指数

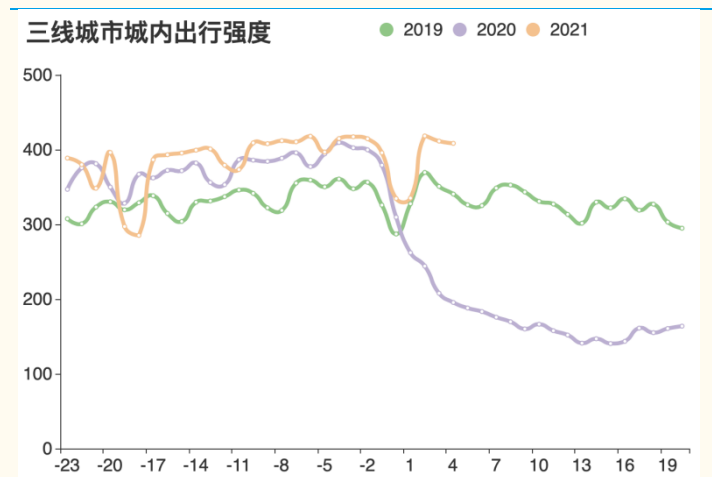
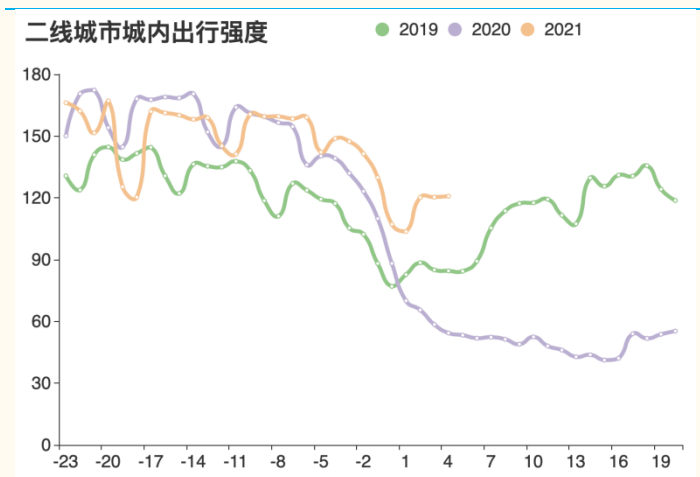


来源：百度，国金证券研究所

来源：百度，国金证券研究所

图表 13：春节前后二线城市市内出行强度指数

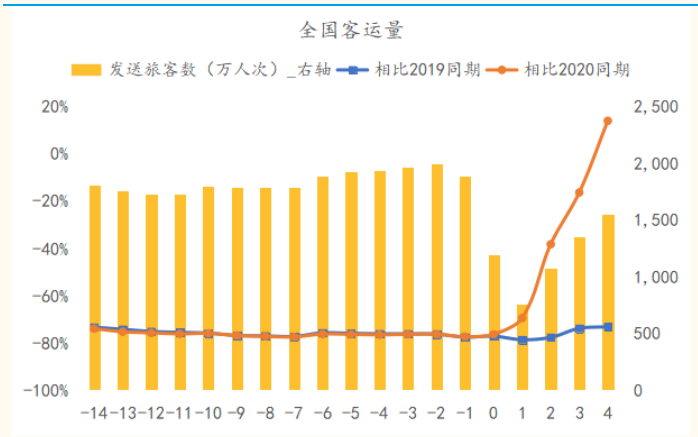
图表 14：春节前后三线城市市内出行强度指数



来源：百度，国金证券研究所

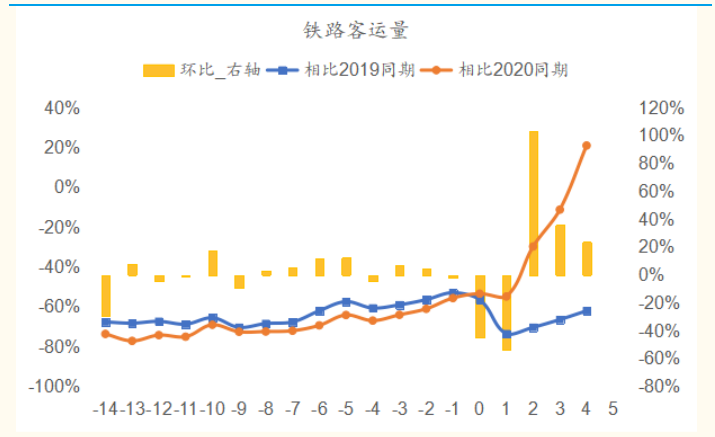
来源：百度，国金证券研究所

图表 15: 春运期间全国客运量



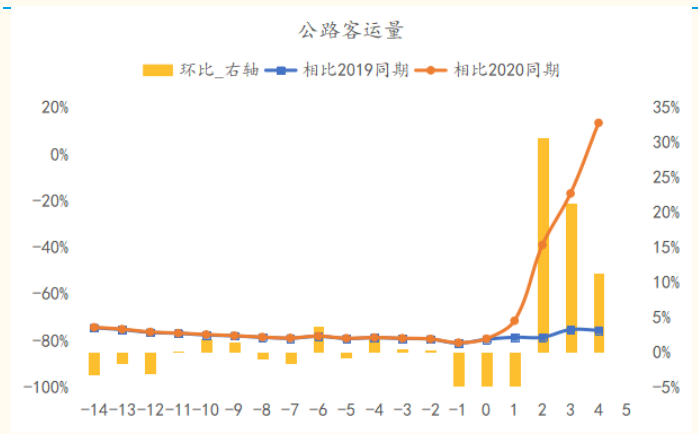
来源：交通运输部，国金证券研究所

图表 16: 春运期间客运量_铁路



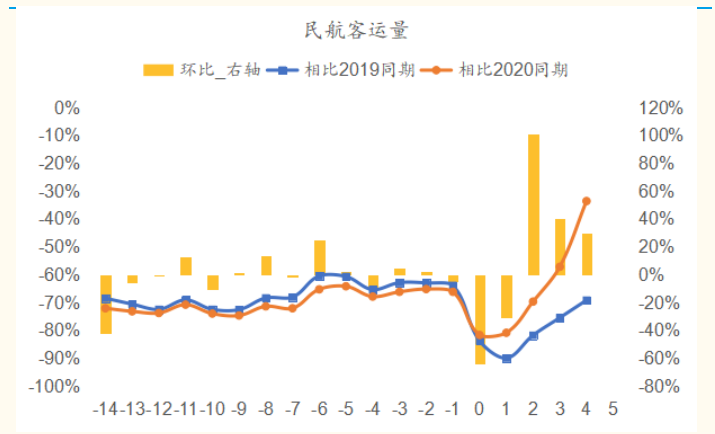
来源：交通运输部，国金证券研究所

图表 17: 春运期间客运量_公路



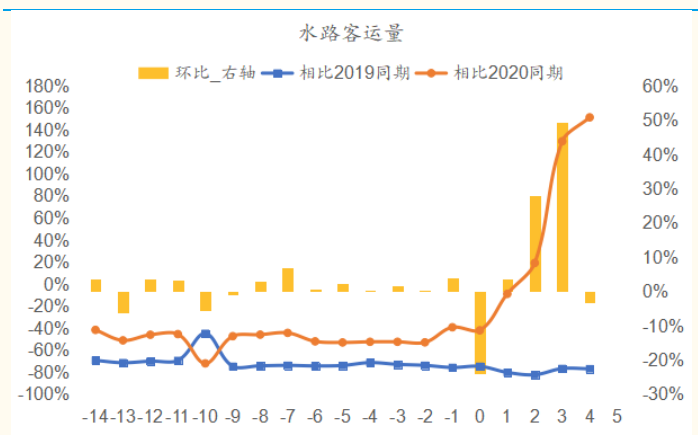
来源：交通运输部，国金证券研究所

图表 18: 春运期间客运量_民航



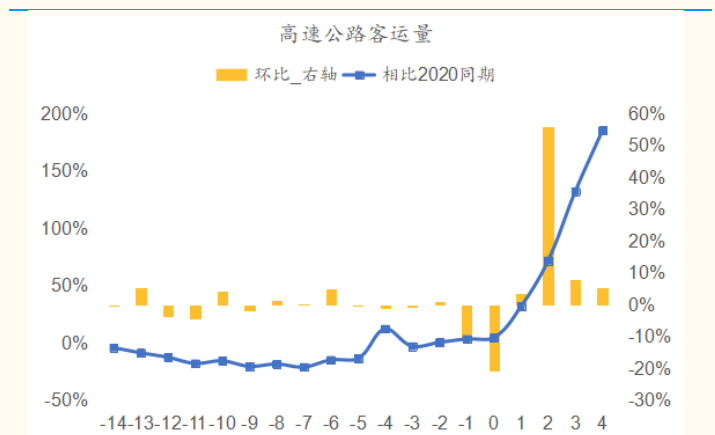
来源：交通运输部，国金证券研究所

图表 19: 春运期间客运量_水路



来源：交通运输部，国金证券研究所

图表 20: 春运期间客运量_高速公路



来源：交通运输部，国金证券研究所

春节期间的线上消费热度较春节前有所降低。就地过年政策的发布叠加电商年货节的影响，线上囤货的消费行为集中在春节前第三周。此后人气强度环比逐渐下滑。年货节促销活动期间，白酒品类的访问、收藏、加购人气均居首位，年货节结束后三周内酒类人气下滑趋势相对较低，整体景气度维持相对高位。

图表 21：线上主要类目 7 日访问人气周度环比变化

	访问人气（较前7日）				趋势
	(1.18-1.24环比)	(1.25-1.31环比)	(2.1-2.7环比)	(2.8-2.14环比)	
零食/坚果/特产	1.99%	-4.49%	-8.39%	-39.27%	
粮油米面/南北干货/调味品	8.22%	-4.64%	-43.79%	-50.04%	
酒类	29.80%	-1.36%	-0.66%	3.89%	
生活电器	-26.89%	-23.06%	-19.29%	-20.92%	

来源：国金证券研究所

图表 22：线上主要类目 7 日收藏人气周度环比变化

	收藏人气（较前7日）				趋势
	(1.18-1.24环比)	(1.25-1.31环比)	(2.1-2.7环比)	(2.8-2.14环比)	
零食/坚果/特产	2.90%	-6.29%	-21.56%	-42.51%	
粮油米面/南北干货/调味品	7.28%	-7.14%	-29.33%	-51.88%	
酒类	20.36%	-4.05%	-12.75%	-13.73%	
生活电器	-25.05%	-21.10%	-21.04%	-27.13%	

来源：国金证券研究所

图表 23：线上主要类目 7 日加购人气周度环比变化

	加购人气（较前7日）				趋势
	(1.18-1.24环比)	(1.25-1.31环比)	(2.1-2.7环比)	(2.8-2.14环比)	
零食/坚果/特产	5.65%	-6.18%	-22.28%	-52.63%	
粮油米面/南北干货/调味品	18.64%	-7.70%	-46.62%	-65.47%	
酒类	41.79%	-4.75%	-11.48%	-12.86%	
生活电器	-29.25%	-26.92%	-32.22%	2.22%	

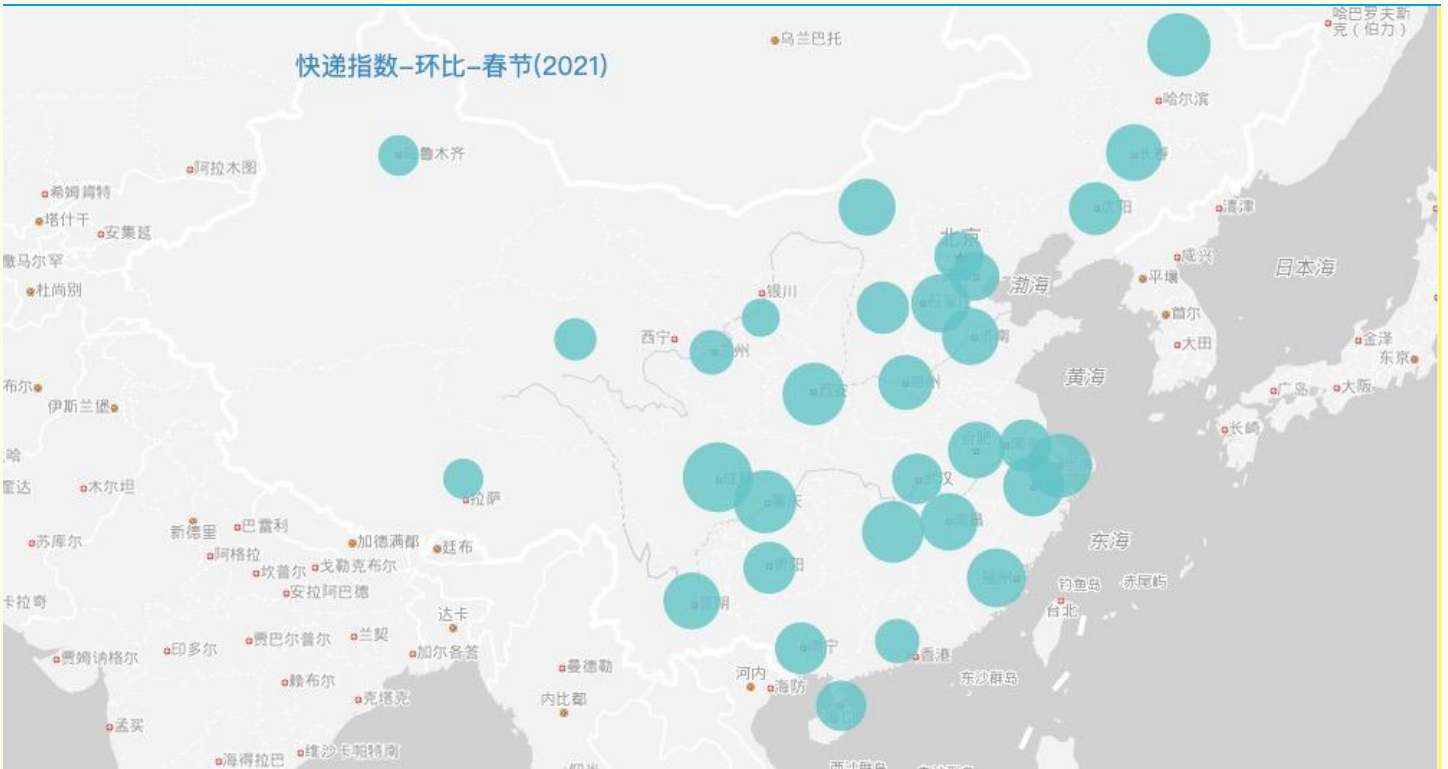
来源：国金证券研究所

依据国金指数对于快递强度的追踪，春节期间快递强度相比起春节前一周环比均呈下降趋势。但 2021 年春节期间快递强度的环比减少明显弱于 2020 年同期。邮政、顺丰、京东、通达系等多家快递企业宣布春节不打烊，并对自愿在岗的快递员给予激励。国家邮政局表示，春节期间，预计全行业在岗人数在百万人以上。据国家邮政局邮政业安全中心数据，从 2 月 11 日（除夕）到 2 月 15 日（正月初四），全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹 3.65 亿件，同比增长 224%。

受去年春节假期正值一月及新冠疫情导致基数较低的因素影响，2021 年 1 月，同城、异地、国际/港澳台快递业务量占比分别为 12.4%/85.4%/2.2%，全国快递同城业务量完成 10.5 亿件，同比增长 58.0%。异地业务量完成 72.6 亿件，同比增长 141.5%，就地过年拉动了年货邮寄业务的大幅增长。从县乡镇往外基础的年货包裹，主要流往广东及江浙沪等地。

根据国金独家卡车物流强度数据追踪，2021 年春节周卡车物流强度环比下滑约 35%，2020 年同期环比下滑 37.8%，2019 年环比下滑 57.2%，2021 年春节周卡车物流强度降幅低于往期，春节期间“快递不打烊”，海外消费需求旺盛与“就地过年”推动制造业持续景气等因素或造成卡车物流强度环比下滑趋势低于往期。

图表 24: 2021 年快递强度环比变化_春节期间相比春节前一周



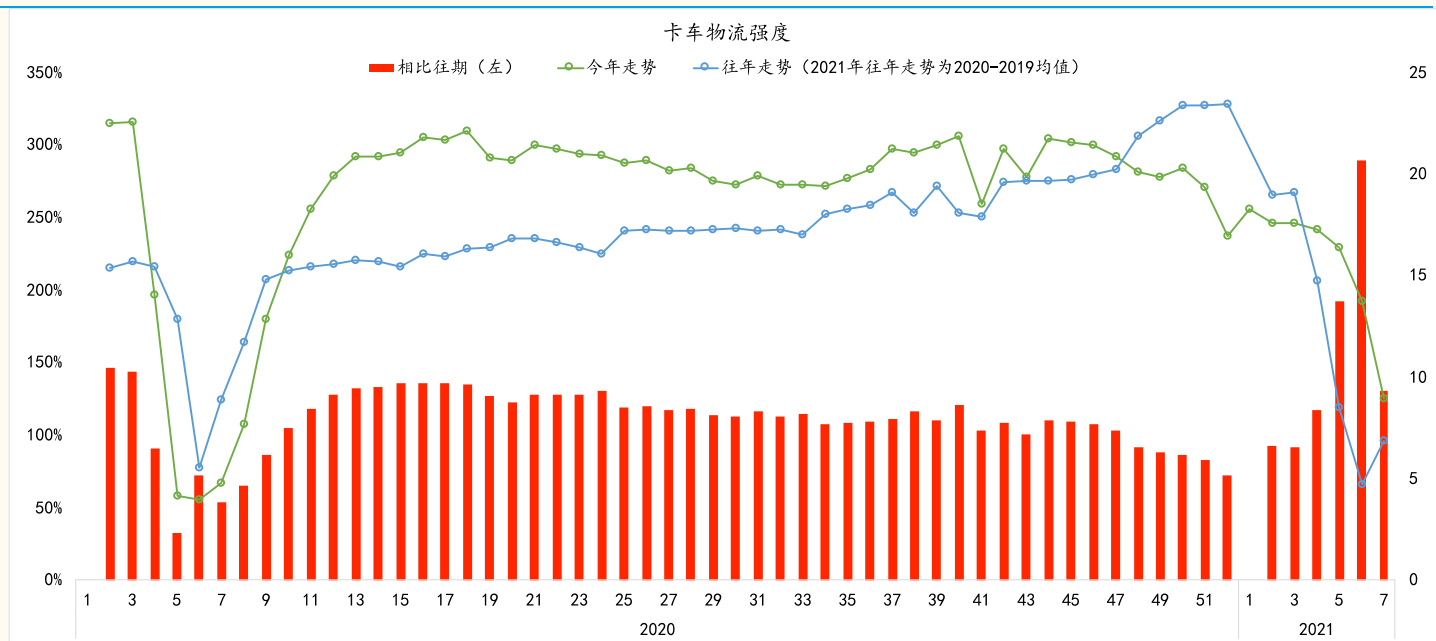
来源: 国金证券研究所

图表 25: 2020 年快递强度环比变化_春节期间相比春节前一周



来源: 国金证券研究所

图表 26: 卡车物流强度



来源: 国金证券研究所

据国金指数对外卖强度的追踪, 春节期间外卖强度均低于和春节前一周, 环比变化数据显示, 2021 年春节期间环比减少程度高于 2020 年同期。

据美团外卖数据, 除夕 (2 月 11 日) 全国外卖订单量同比增长 70%, 其中品牌餐饮商家外卖销量同比增长 82%。外卖订单量位居前五的城市为北京、上海、深圳、广州、重庆, 其中北京除夕外卖年夜饭销量同比增长 122%。春节期间下单外卖的用户中, “常驻地”点单的用户占比高达 81%。与往年春节相比, 今年的“1 人食”订单占比和异地订单增长明显。

据国金指数对餐饮线下排队强度数据的追踪, 春节期间低线城市排队强度明显优于平日周末表现, 高线城市餐饮排队强度低于平日周末水平, 春节期间低线城市线下消费强度高于高线城市。

预览已结束, 完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18035

