

## 2022年春节旅游和消费数据跟踪

## 春节消费复苏成色如何

## 证券分析师

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

张德礼 投资咨询资格编号  
S1060521020001  
ZHANGDELI586@pingan.com.cn

## 研究助理

张璐 一般证券从业资格编号  
S1060120100009  
ZHANGLU150@pingan.com.cn



- 春节前国内边际放松疫情管控，但春节期间国内新增本土确诊病例数也明显回落。尽管如此，多个指标显示国内春节消费恢复不及预期，提振消费任重道远。
- 今年春节前国内防疫力度边际放松，但本土新增确诊病例数明显下降。和2021年春节相比，今年倡议“就地过年”的力度明显减弱，要求各地根据疫情风险情况，引导科学有序出行、防止“一刀切”。牛津大学公布的中国新冠疫情政府响应严格指数，在1月24日从前一日的79.17，下降至69.91。春节假期国内新增本土确诊163例，较节前一周的新增237例明显下降。国内春节期间疫情好转，预计将为进一步常态化精准防控和局部应急处置相结合提供实验基础，以更好平衡抗疫和经济成本。
- 出行恢复较2019年春节同期仍有较大差距。一是，旅客发送量，春运前21天（腊月十五到正月初六）合计发送旅客5.12亿人次，较2019年农历同期下降了65.8%。二是，百度迁徙指数，今年春运前21天百度迁徙指数均值较2021年春运同期高67.0%，比2019年低8.9%。百度迁徙指数和旅客发送量明显分化，原因可能有二：一方面是旅客发送量不包括私家车出行，而疫情后选择私家车出行的人数明显增加；另一方面是百度迁徙指数基于手机定位，相比于直接加总各公共交通出行人数，受到的影响因素更多。我们认为，今年春节假期实际出行情况要好于旅客发送量所显示的，但可能远没有百度迁徙指数恢复得这么快。三是，国内旅游出游人次和收入，分别同比下降2.0%、3.9%，按可比口径恢复至2019年同期的73.9%和56.3%，恢复率处于2020年中秋国庆节至今主要节日的低位。
- 消费恢复依然乏力。一是，央行支付数据，今年春节假期全国非现金支付业务笔数和金额分别同比增长10.0%和16.2%，均低于2021年国庆长假的增速。二是，电影票房，正月初一至初六，全国电影票房收入（含服务费）60.2亿元，同比下降23.1%，观影人数同比下降29.0%。三是，餐饮收入，央行数据显示今年春节期间餐饮类商户支付金额同比增长29.6%，低于2021年国庆假期的同比31.1%。
- 商品房销售同比回暖，但持续性有待观察。今年春节假期前六天，30个大中城市商品房日均成交面积农历同比增长65.1%，较2019年春节同期下降了22.8%。不过，考虑到春节期间商品房日均成交面积，只有平日成交面积的5%左右，因此今年春节商品房销售回暖，为判断后续商品房销售走势所提供的参考价值可能有限。

2022 年春节期间，国内放松了对跨地区人口流动的限制，更加注重精准抗疫，牛津大学公布的中国新冠疫情政府响应严格指数也显示，春节前中国的防疫政策开始有所松动。在防疫放松的同时，春节期间国内新增本土确诊病例数下降，为进一步常态化精准防控和局部应急处置相结合提供实验基础。

尽管如此，春节期间国内消费恢复不及预期。截至正月初六，国内春运旅客发送量同比虽增长 43.5%，但仍较 2019 年春节同期下降近 2/3。春节假期全国国内旅游出游人次和收入，分别恢复至 2019 年同期的 73.9%、56.3%，和 2021 年春节同期相比均负增长。央行数据显示，今年春节假期支付业务笔数和金额的同比，低于 2021 年国庆长假的增速。正月初一到初六，国内电影票房收入同比下降 23.1%，而观影人数同比下降了 29.0%。央行数据显示，春节期间餐饮类商户支付金额同比增长 29.6%，低于 2021 年国庆的增速 31.1%。商品房销售有所回暖，尤其是一线城市的，但由于春节期间日均成交规模只有平日的 5% 左右，它为判断后续商品房销售走势所提供的参考价值有限。总的来说，防疫放松和疫情好转，并未促进春节消费明显恢复，提振消费进而发挥其稳定经济“压舱石”的作用，仍任重道远。

## 一、国内疫情好转

今年春节假期在人员流动增加的同时，国内疫情整体呈好转之势。春节假期（腊月廿九-正月初六），国内新增本土确诊 163 例，较前一周的新增 237 例明显下降。分省市自治区看，新增确诊主要集中在广西、天津、浙江和广东。截至正月初四（2 月 4 日），国内每百人疫苗接种量为 207.9 剂。

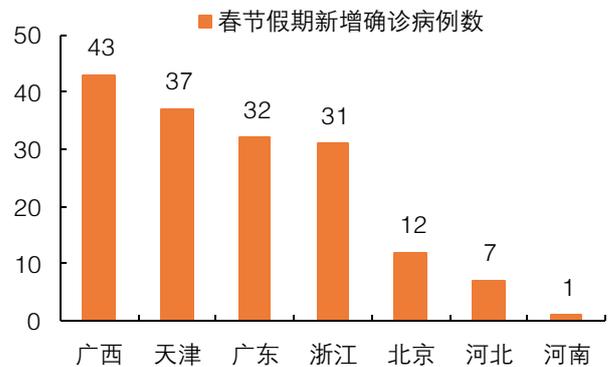
和 2021 年相比，今年春节放松了对跨地区人口流动的限制，国务院联防联控机制要求各地根据疫情风险情况引导科学有序出行、防止“一刀切”。牛津大学公布的新冠疫情政府响应严格指数也显示，中国的这一指标在 1 月 24 日从前一日的 79.17，下降至 69.91，表明中国的防疫政策有所松动。我们认为，春节期间管控放松的同时本土新增确诊病例数下降，为国内进一步常态化精准防控和局部应急处置相结合提供实验基础，预计国内抗疫的重点，将继续从事前防范（“外防输入，内防反弹”的方针不会变），适度向事后管控转移，以更好平衡抗疫和经济成本。

图表1 春节期间新增本土确诊病例数下降



资料来源:Wind, 平安证券研究所

图表2 春节假期各省市新增本土确诊病例数



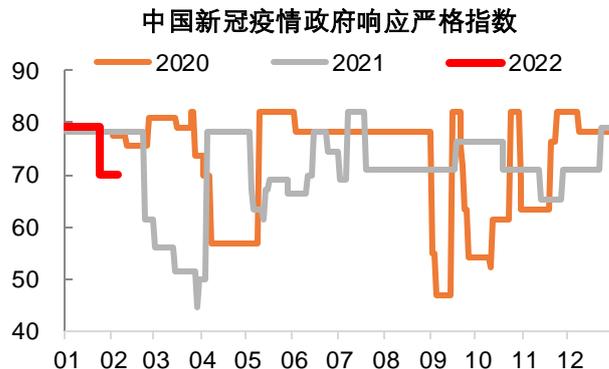
资料来源:Wind, 平安证券研究所

图表3 2月4日国内每百人新冠疫苗接种量达 207.9剂



资料来源:Wind, 平安证券研究所

图表4 1月末中国边际放松了对新冠疫情的防控力度



资料来源:Our World in Data, 平安证券研究所

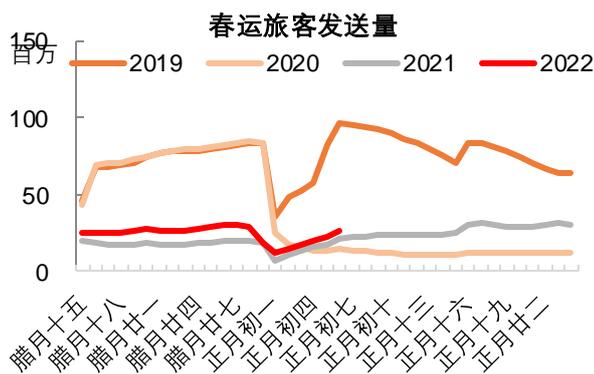
## 二、春节出行和消费复苏乏力

### (一) 春节出行

#### 1. 旅客发送量

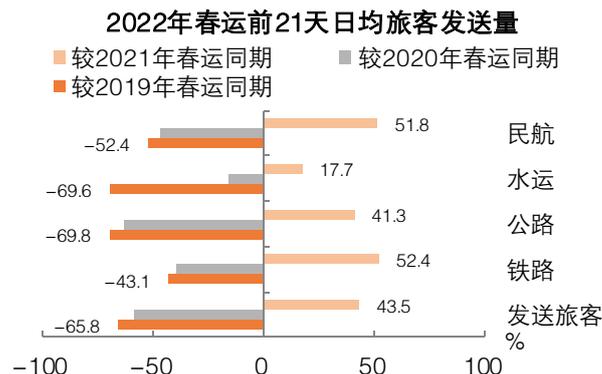
根据国务院联防联控机制的统计,今年春节假期全国预计共发送旅客 1.31 亿人次,日均 1876 万人次,农历同比增长 33.4%,较 2019 年同期下降 69.0%。今年正月初六是春运第 21 天,春运前 21 天(农历腊月十五—正月初六)全国共计发送旅客 5.12 亿人次,日均 2436 万人次,农历同比增长 43.5%,较 2019 年同期下降 65.8%。分出行方式看,今年春运前 21 天铁路、公路、水运和民航四种交通工具的日均旅客发送量,较 2019 年同期均大幅下降。

图表5 今年春运前 21 天旅客发送量虽同比增长超四成,但较 2019 年同期仍下降近 2/3



资料来源:国务院联防联控机制, 交通运输部, 平安证券研究所

图表6 各交通工具的日均旅客发送量较 2019 年同期均大幅下降



资料来源:国务院联防联控机制, 交通运输部, 平安证券研究所

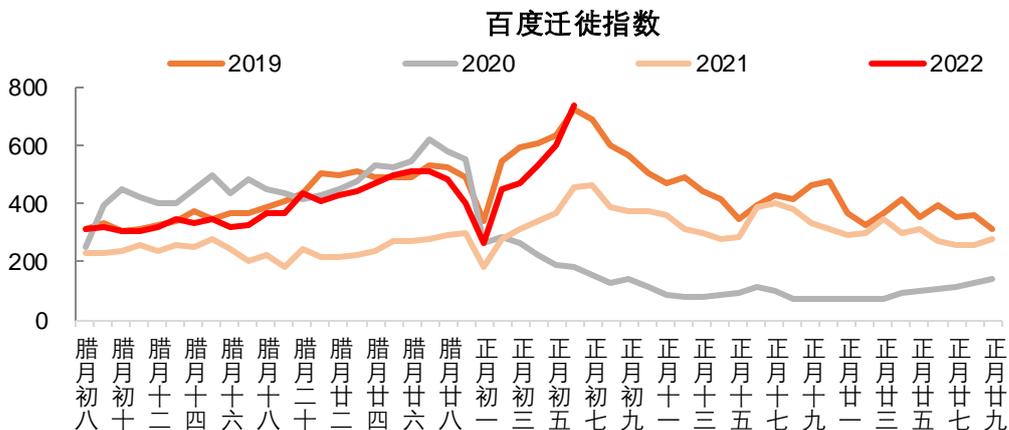
#### 2. 百度迁徙指数

百度迁徙指数,利用百度地图定位可视化展现人口的迁徙情况。今年春运前 21 日,全国百度迁徙指数均值为 446.4,较 2021 年春运同期的高 67.0%,比 2019 年、2020 年春运同期的分别低 8.9%和高 6.0%。

百度迁徙指数显示的出行恢复情况,明显要好于国务院联防联控机制公布的旅客发送量所体现的。产生这种分化的原因可能有二:一是,旅客发送量统计的主要是通过公共交通工具出行的人次,而百度迁徙指数的基础数据来源包括了通过私家车的

跨地区出行。疫情后选择私家车出行的人数明显增加，从而导致两个指标出现较大差异；二是，百度迁徙指数通过手机定位来反映人群迁徙，而旅客发送量将铁路、公路、水运、民航这四种公共交通出行人数直接加总，前者易受百度相关 APP 用户规模、跨地区后使用相关 APP 的用户比例等因素的扰动。我们认为，春节假期实际的出行情况要好于旅客发送量所显示的，但可能远没有百度迁徙指数恢复得这么快。

图表7 百度迁徙指数显示，今年春运前 21 天出行情况明显好于 2021 年，略低于 2019 年

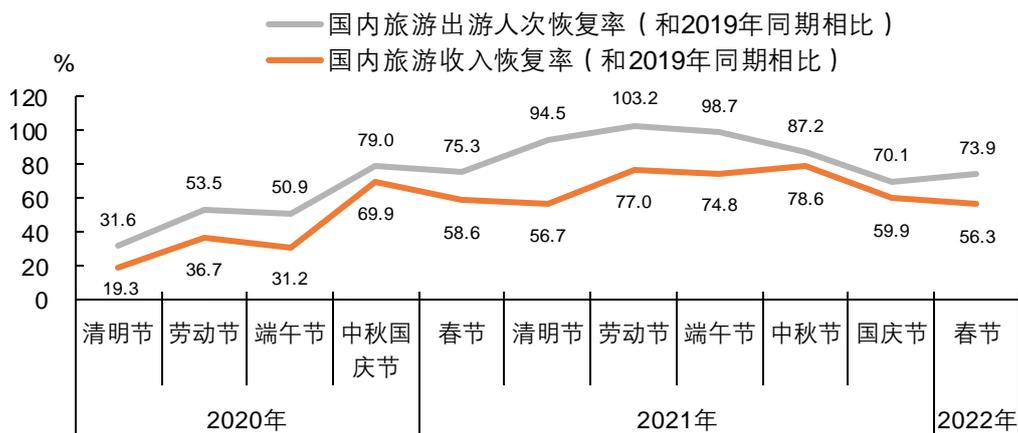


资料来源：百度迁徙，平安证券研究所

## (二) 国内旅游

根据文化和旅游部数据中心的统计，春节假期全国国内旅游出游 2.51 亿人次，同比减少 2.0%，按可比口径恢复至 2019 年春节假期的 73.9%；国内旅游收入 2891.98 亿元，同比减少 3.9%，恢复至 2019 年春节假日同期的 56.3%。对比 2020 年中秋国庆节至今主要节日的国内旅游人次和收入的恢复率（均和 2019 年同期相比），今年春节的两个恢复率都处于较低水平。

图表8 和 2019 年同期相比，今年春节国内旅游出游人次和收入的恢复率在主要节日里都处于低位



资料来源：文化和旅游部，平安证券研究所

## (三) 央行支付数据

中国人民银行数据显示,综合主要商业银行、支付机构和清算机构的数据测算,2022年春节假期全国非现金支付业务量为208.4亿笔、金额14.9万亿元,较2021年同期分别增长10.0%和16.2%,两者都低于2021年国庆假期的同比增速22.6%、24.1%。

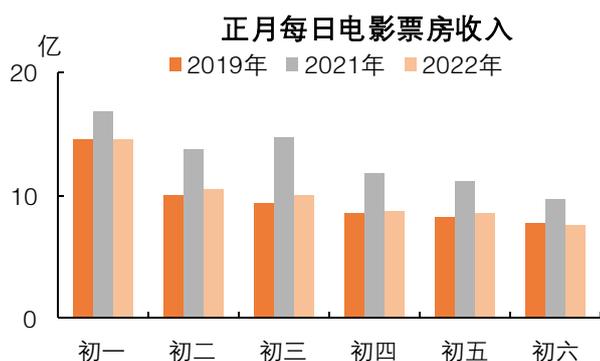
#### (四) 电影票房

根据猫眼专业版的统计,2022年正月初一至初六,全国电影票房收入(含服务费)60.16亿元,同比下降23.1%。和2019年同期相比,全国电影票房收入恢复率为102.6%,略高于2021年国庆的98.3%和2022年元旦的101.8%(两者均为和2019年同期相比的恢复率)。

相比于电影票房收入,2022年正月初一至初六,观影人数降幅更大。这段时间日均观影人数为1894.4万人,较2019年、2021年的春节假期同期,分别下降13.3%和29.0%。2022年正月初一至初六,电影票(含服务费)均价为52.9元,较2019年、2021年春节同期的电影票均价,分别上涨了18.4%和8.3%。可见,电影票涨价一定程度上缓解了票房总收入的下降。

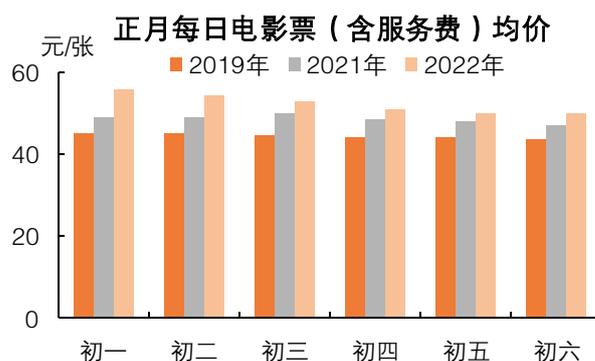
正月初一至初六,《长津湖之水门桥》和《这个杀手不太冷静》票房收入合计为39.2亿元,占同期电影票房总收入的65.2%。和2021年国庆期间票房收入前二的影片合计收入占比95.1%相比,票房高度集中的局面有所缓解。

图表9 今年正月票房收入(含服务费)同比下降



资料来源:猫眼专业版,平安证券研究所

图表10 对比前几年,今年电影票明显涨价



资料来源:猫眼专业版,平安证券研究所

#### (五) 餐饮

今年春节餐饮业收入增速延续走低。央行数据显示,春节期间餐饮类商户非现金支付金额同比增长29.6%,低于2021年国庆假期的同比增速31.1%。部分省份公布了春节期间重点监测餐饮企业的营收同比,比如河北为23.3%、江苏为10.0%、

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\\_37073](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37073)

