



消费行业周报：旅游消费逐渐恢复 周边品质游成亮点



本周核心观点

旅游消费逐渐恢复

文旅部发布 2021 年中秋文旅市场情况：中秋假期 3 天，全国累计国内旅游出游 8815.93 万人次，实现国内旅游收入 371.49 亿元，按可比口径分别恢复至 2019 年中秋假期的 87.2%和 78.6%。

根据国金数据中心数据显示，中秋前一周，酒店、旅游 APP 活跃度分别回到 19 年 12 月 (1.00) 的 0.69 和 0.73，显示 7 月疫情后，国内旅游正逐渐复苏，后续国庆长假可期。

周边游、高品质、新玩法指引旅游复苏新道路疫情发生近两年后，旅游业在震荡复苏中或走出了新的趋势道路。

1) 超 5 成用户选择周边游，周边游、短途游持续走热。2021 年中秋期间，周边游预订人数占出游总人数比例为 56%，高于 2019 年中秋和今年端午、清明假期水平；中秋周边游订单对比 2019 年，酒店订单量增长逾 20%，门票预订量增长近 30%，租车订单量增长 77%。周边游这一趋势预计将延续。截至 9 月 21 日，通过携程预订国庆景区门票的订单量与去年同期相比增长超三成，周边景区门票占比较去年提升，且周边酒店的订单占比高于去年同期。

2) 高品质旅游受到消费者追捧，定制游、体育旅游应运而生。国内高星级酒店、高价乐园等消费上升。数据显示，中秋期间入住的酒店订单中，

中高档酒店订单间夜量较平时上涨了 230%，而同期经济型酒店仅上涨 18%。

“酒店沉浸式度假”逐渐在高线城市的亲子家庭中风靡。北京环球影城开园火爆，带动国内迪士尼、长隆等在内的主题乐园迎来更多游客。随着国务院印发的《全民健身计划（2021-2025）》推行，体育旅游市场预计高增，我国“体育旅游”相关企业逆势增长，吸引了众多大旅游集团以及众多小企业加入。

3) 露营、租车自驾游、“下五线”等正成为国内游网红。今年中秋出游，租车自驾游、露营、Citywalk 等多种新玩法颇受关注。携程露营产品中秋期间订单量较今年端午假期增长近 50%，GMV 增长逾 60%。这一数据与国金数据中心 8 月线上平台“户外运动”品类，尤其是“户外/登山/旅行野营”品类的销量高增相吻合。五线城市出现在消费者“新兴旅游视野”。今年中秋许多新奇小众目的地出现在游客视野，而国庆五线“潜力股”目的地有：布尔津、康定、香格里拉、喀什市、张掖、稻城、海西、中卫、克拉玛依及林芝。五线城市的预订占比从去年的 6% 升至今年的 12%。

投资建议

我们看好行业景气度提升，产品力突出、品牌力强、对供应链更有把控力的公司以及对渠道变化、营销方式更敏锐执行力更强的公司。建议关注受益疫情后健康意识提振的乳制品；受益下半年竣工持续回暖，集中度持续提升的家居龙头；高端化多品类且全球产能优势显著的白电龙头海尔

智家；以及回款情况向好，行业需求稳步恢复的白酒龙头企业。

风险提示：全球疫情严重、渠道改革低于预期、国际贸易政策变化等。

关键词：健身 海西 疫情 白酒 网红 迪士尼

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_26882

