



消费行业周报：国庆消费市场 概览：本地消费增长明显 内外 循环有看点



本周核心观点

十一黄金周旅游收入边际下降，周边游高端游火爆延续文旅部发布 2021 年国庆文旅市场情况：国庆假期国内游出游 5.15 亿人次，按可比口径同比减少 1.5%，按可比口径恢复至疫前同期的 70.1%；实现国内旅游收入 3890.61 亿元，同比减少 4.7%，恢复至疫前同期的 59.9%。国庆旅游出行人次略低于此前同程等平台预期。

国庆旅游消费延续中秋假期趋势，高品质旅游产品供给受到欢迎，周边游火爆延续。飞猪数据显示，车程 3 小时以内的本地及周边游占国庆长假出游订单近六成。

旅游出行转本地消费，电影票房高增

由于各地不同的疫情限制措施，尤其是学生出省相关规定，今年大部分人选择就地过节，本地日常消费增长明显。大麦数据显示，国庆档全国演出观演人次较春节档提升了 4 倍。而据猫眼专业版实时数据显示，今年 10 月 1 日至 7 日，电影总票房 43.90 亿元，超过去年国庆档期（10 月 1 日至 8 日）39.52 亿元的票房。

内外循环有看点，白酒动销稳中向上，免税高增，国潮受追捧今年国庆以内循环为主线，国内国际有看点。1) 下沉市场增速高于一二线城市，呈现网购高频化和消费升级的双重趋势。2) 白酒动销稳中向上。根据国金食品饮料团队对多个城市进行的渠道及终端调研，重点白酒动销稳中向上，

产品价格保持稳定，库存处于合理偏低，大部分龙头企业打款已经完成全年任务目标。3) 消费回流，免税销售高增。中免集团海南 5 店客流量呈现出持续增长趋势。国庆长假前三天，三亚国际免税城销售额同比增长 52%，海口日月广场免税店销售额同比增长 153%，海口美兰机场免税店销售额同比增长 41%。4) 国庆吹起了“中国风”。银泰百货数据显示，以莲花、凤凰等国风元素设计的“古法黄金”首饰占据了黄金市场 C 位；国货运动品牌长假首日整体增长达到 15%。5) 进口消费和跨境出口均保持较高增长。

社区团购头部集中，和直播一起成为重要渠道变量根据国金消费策略及数据中心数据，9 月盒马、京喜的 GMV 和日均单量都开始向上爬坡，推测美团、多多趋势相同。社区团购开始向头部集中，小平台收缩明显，野蛮生长在减少。随着社区团购进一步向头部集中，各品类的渠道价格将趋于稳定。我们认为社区团购和直播会是重要的渠道销售新业态，关注不同品类的渠道销售结构及新品牌的破圈。

投资建议

我们看好业绩确定性较高的龙头酒企，高端稳中有进，次高端回款表现亮眼，建议重点关注布局机会：首推高端，次高端推荐酒鬼酒、洋河、山西汾酒。同时建议关注受益疫情后健康意识提振的乳制品、高端化多品类且全球产能优势显著的白电龙头海尔智家。

风险提示：全球疫情严重、经济大幅下行、国际贸易政策变化等

关键词: 疫情 白酒 直播 黄金

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_27877

