



可选消费：冰雪消费、数字经济等成为黄金周消费亮点



行业动态

行业近况

今年春节黄金周，阿里巴巴、京东、美团、携程等企业发布了虎年春节假期的消费相关报告，同时我们还搜集了文旅部，以及湖南、河北、重庆、四川等地区商务厅的相关春节消费数据。整体看，今年春节黄金周，受部分地区疫情反复，及去年春节、情人节叠加高基数等影响，我们预计春节消费虽未恢复至疫情前水平，但仍呈现结构性消费亮点，如冰雪消费、数字经济、本地旅游等。展望 2022 年，我们认为在经济稳增长的大背景下，消费需求仍有韧性，预计 2022 年消费数据前低后高。

评论

1、中西部等区域的黄金周消费数据表现较好。因疫情防控等原因，今年多数地区仍倡导“就地过年”，分地区看消费零售额情况，湖南（相较 2021 年+12.4%）、重庆（相较 2021 年+9.3%）、河北（相较 2021 年+7.2%）、四川（相较 2021 年+7.3%，相较 2019 年+15.8%）、上海（线下支付相较 2019 年+28.6%）等地区重点监测企业的春节黄金周销售表现较好。

2、冬奥会带动冰雪消费热潮，含“虎元素”的品质消费表现突出，绿色消费渐显头角。北京冬奥会的到来点燃了人们对冰雪运动的热情，也带动了冰雪相关消费的热潮，天猫数据显示，除夕至正月初四滑雪装备销售同增超 180%，冰上运动品类销售同增超 300%。虎年萌虎赢人心，京东

数据显示，带有“虎元素”的品质消费商品表现突出，春节期间珠宝首饰类、面部护肤和身体护肤类、玩具乐器类相关商品销售分别同增超 50%、2 倍、10 倍。“双碳”战略下，绿色消费渐显头角，天猫数据显示，春节期间绿色家电销售同增超 110%，更省电的一级能效产品销售占比明显提升。

3、数字经济等新模式带来新年味，预制菜增长亮眼。春节期间，多平台提供“春节不打烊”服务，除夕至正月初五京东平台成交额同增 50%+。与此同时，“线上年夜饭”成为更多消费者的选择，据美团外卖数据，春节期间提供年夜饭供给的外卖商家同增 200%，年夜饭菜品销量同增 143%。此外春节期间的预制菜增长亮眼，淘宝上预制菜销量同增超 100%。

4、本地游特点明显，观影等体验型消费体现韧性。据文旅部数据，春节期间旅游出游人次同减 2.0%，恢复至 2019 年同期的 73.9%。携程数据显示，春节期间本省景区门票占比高达 82%，去哪儿数据显示，短途游、近郊游游客比重达七成以上，本地游是主流选择。此外，海南和东北受独特气候优势成为热门目的地。据灯塔专业版，截止 6 日 23 时，今年春节档票房已超 60 亿元，略高于 2019 年的 59 亿元，但低于 2021 年的 78 亿元。

估值与建议

继续推荐家用轻工、运动健身、美妆、潮玩等高景气赛道龙头，重点推荐久祺股份、稳健医疗、裕同科技、公牛集团、晨光文具、思摩尔、贝泰妮、华熙生物、泡泡玛特、欧派家居、敏华控股、顾家家居等。

风险

行业竞争加剧，疫情影响超预期，消费恢复不及预期。

关键词: 健身 疫情 阿里巴巴 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_37023

