

社会服务行业跟踪周报

政策暖风吹向消费券，两轮消费券复盘与对比 增持（维持）

2022年06月12日

证券分析师 汤军

执业证书：S0600517050001

021-60199793

tangj@dwzq.com.cn

研究助理 宋小雯

执业证书：S0600121070062

songxw@dwzq.com.cn

投资要点

■ 消费券专题研究：

本专题梳理了 2022 年和 2020 年两轮消费券发放，通过对比两轮发放的差异，并复盘 2020 年消费券的发放效果，以期对此轮消费券的政策力度与政策效果得到一定启示。

消费券具有杠杆效应，有助于挖掘消费潜能。2020 年疫情后至当年 5 月初，28 个省份、170 个地市累计发放消费券超 190 亿元。2022 年 3 月以来疫情反复，已有 23 个省市陆续发布 48 项消费券政策。消费券限制了使用时间，能在短期内有效提升消费欲望。消费者使用消费券，不仅限于消费券的面额，还会带动更多的消费支出，产生显著的杠杆效应；再通过需求端传导到供给端，叠加乘数效应，刺激企业产出，形成良性循环。

本轮消费券梳理：多地政府针对零售、餐饮、文旅、汽车、家电等领域发放消费券，力促消费市场回暖。北京政府提供绿色节能消费券，促进家电产品消费；苏宁易购发放超 3 亿元的消费券。深圳通过美团、京东等平台陆续发放 4 亿元购物消费券、6000 万元餐饮消费券、1000 万元文体旅游消费券、3000 万元数字人民币红包，美食消费券满 500 元减 200 元仅用时 3 秒即被抢空，首轮餐饮、外卖消费券已核销超 3000 张。成都市政府分两批次发放 6 亿元的“520”消费券，鼓励零售、餐饮企业参与让利促销。太原市政府投入 4.2 亿元发放消费券，共设置 5 类 22 种数字消费券。

复盘 2020 年疫后消费券发放：济宁最早发放消费券，武汉相对较晚，各地力度差异较大。截至 2020 年 4 月 18 日，全国共有 36 个城市发放了消费券，总金额达 57.4 亿元。3 月 11 日，山东济宁最早发放消费券；疫情最为严重的武汉于 4 月 20 日推出政策，相对较晚。各地的金额有较大差异，经济较为发达的东部沿海城市金额普遍更高。杭州以 16.8 亿元的金额位居首位，温州/青岛/南京/郑州/武汉的投放金额分别为 6/3.6/3.18/4/5 亿元。

两轮消费券发放有何差异。1) 2022 年加大 3C 产品促进力度，新增汽车补贴。2020 年消费券主要针对餐饮、旅游、商超等直面疫情冲击的行业。2022 年消费券的适用范围更广，针对 3C 产品的力度明显加强，并与绿色节能相结合；推出针对汽车的补贴措施，鼓励汽车消费。**2) 发放形式更多样，新增数字人民币和补贴形式。**2020 年基本通过线上平台发放优惠券。2022 年积极与美团、支付宝等线上平台合作的同时，推出数字人民币红包的形式，深圳采取在线下购买 3C 产品后再申请补贴的方式。**3) 参与主体更多。**本轮采取政府满减补助、机构资助福利、商家折扣让利等方式，共同助力消费增长，企业参与意愿和社会责任意识增强。

消费券效果如何。2020 年，通过支付宝发放的数字消费券杠杆率为 8 倍，截至 2020 年 5 月中旬，全国数字消费券核销率达 62%。**分行业看**，疫后文旅、餐饮行业直面冲击，消费券促进受损严重行业复苏。**分规模看**，1 元消费券中会有 0.87 元流向小微商家，规模越小的企业越受益。1 元消费券投放于受疫情影响高/中/低的商家，会分别带来 12.23/11.33/5.4 元的收入。**分年龄段看**，后浪促进消费的杠杆率更高，26-30 岁消费者能够实现 8.88 的消费券杠杆比例；前浪注重使用效率，60 岁以上人群的核销比率达 62%。基于 2020 年的消费券数据，消费券的拉动效应远超预期，且不存在“透支消费”问题。2022 年以来，消费券效果已逐步显现，伴随疫情态势边际好转，前期受损的行业有望享受消费券的拉动效应，迎来边际修复。

■ 风险提示：疫情持续蔓延、宏观经济波动、政策变化风险；行业竞争激烈风险；业务转型、市场开拓、产能提升等方面进度低于市场预期风险。

行业走势



相关研究

《从老乡鸡、乡村基、杨国福看中式快餐行业：从区域到全国，标准化与一体化》

2022-06-01

《端午展望：跨省游热度提升，露营火热延续》

2022-05-29

《拨云见日，厘清餐茶饮月度经营数据口径》

2022-05-22

内容目录

1. 专题：政策暖风吹向消费券，两轮消费券复盘与对比	4
1.1. 本轮消费券梳理:	4
1.2. 复盘 2020 年疫后消费券发放:	6
1.3. 两轮消费券发放有何差异:	7
1.4. 消费券效果如何:	8
2. 板块涨跌幅回顾（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）	11
3. 行业动态	13
4. 上市公司重要公告	23
5. 风险提示	26

图表目录

图 1:	2020 年各地级市消费券计划发放总额及时间一览（截至 2020 年 4 月 18 日）	6
图 2:	2019.12-2020.4 分行业微信支付交易金额变化	9
图 3:	2019.12-2020.4 分行业微信支付交易笔数变化	9
图 4:	消费券流入不同规模商家（销售额）的金额比例	10
图 5:	消费券发放一周后不同商家的营收环比增加倍数	10
图 6:	消费券对不同商家（疫情影响程度）的杠杆效应	10
图 7:	不同年龄消费人群的杠杆效应和核销率	10
图 8:	本周市场涨跌幅（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）	11
图 9:	板块单周涨跌幅前十的股票（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）	11
图 10:	板块单月涨跌幅前十的股票（2022 年 6 月 1 日至 6 月 12 日）	12
图 11:	板块年涨跌幅前十的股票（2022 年 1 月 1 日至 6 月 12 日）	12

1. 专题：政策暖风吹向消费券，两轮消费券复盘与对比

我们在本专题中梳理了 2022 年和 2020 年两轮消费券发放，通过对比两轮发放的差异，并复盘 2020 年消费券的发放效果，以期对此轮消费券的政策力度与政策效果得到一定启发。

据商务部统计，2020 年疫情后至当年 5 月初，28 个省份、170 多个地市为提振消费统筹地方政府和社会资金，累计发放消费券超 190 亿元。2022 年 3 月以来疫情反复，已有 23 个省市陆续发布 48 项消费券政策。

消费券具有杠杆效应，有助于挖掘消费潜能。相比直接发放现金，消费券限制了使用时间，能够在短期内有效提升消费欲望；而现金流向具有不确定性，居民可能选择储蓄、或投向资本市场等。消费者使用消费券，不会仅限于消费券的面额，会带动更多的消费支出，产生显著的杠杆效应。同时，杠杆效应会通过需求端传导到供给端，叠加乘数效应，刺激企业产出，形成良性循环。

1.1. 本轮消费券梳理：

2022 年以来多地政府针对零售、餐饮、文旅、汽车、家电等领域发放消费券，力促消费市场回暖。北京政府提供绿色节能消费券，促进居民的家电产品消费；苏宁易购发放超 3 亿元的消费券。自 4 月 28 日起，深圳通过美团、京东等平台陆续发放 4 亿元购物消费券、6000 万元餐饮消费券、1000 万元文体旅游消费券、3000 万元数字人民币红包，满足市民购物、美食、旅游等多元消费需求。成都市政府分两批次发放 6 亿元的“成都 520”消费券，鼓励零售、餐饮企业参与让利促销。太原市政府投入 4.2 亿元进行消费券发放，重点围绕住宿餐饮、零售通用、家电、文旅、电商通用、汽车等领域，共设置 5 类 22 种数字消费券，活动覆盖全市六区三县一市，参与活动的商家千余家。宁波于 2 月 28 日启动消费券发放活动，计划投入超 3 亿元，携手 10 万多家商贸企业及文化旅游体育相关单位促进消费复苏，活动将持续至 9 月底。

表1：2022 年各地发放消费券（截至 2022.6）

城市	发放时间	发放金额	适用范围	领取方式	优惠金额及使用方式
北京	4 月至 9 月		绿色节能产品（包含手机、笔记本电脑、平板电脑空气净化器、洗碗机等）	京东、苏宁、真快乐、百安居等 APP 或小程序	总金额 1500 元的 8 张消费券
	3 月 10 日-3 月 31 日	1000 万元	昌平区，汽车消费券	昌享惠小程序	根据所买汽车价格分为四档，2000 元、3000 元、4000 元、5000 元
	3 月 1 日-3 月 31 日	3 亿元	苏宁易购消费券（电器、百货等）	苏宁易购 APP、小程序等	3000 元（套餐券），100-500 元不同面值
深圳	6 月 3 日—6 月 30 日	1000 万元	南山区，水上运动、冰雪运动、户外运动等文体活动	南山文体通小程序	水上运动满 300 减 180、冰雪运动满 100 减 90、户外运动满 100 减 90、大白健身券 200 以内全额抵扣
	6 月至 12 月	1500 万元	光明区，餐饮券、文旅券、购物券	美团、大众点评 APP	堂食消费券：满 100 减 50、满 200 减 80、满 500 减 200。 外卖消费券：满 20 减 8、满 30 减 15、满 50 减 25。

	6月2日-6月12日		大鹏新区, 品类通用	数字人民币红包	文旅券: 酒店消费券: 满100减50、满200减100、满300减150、满400减200等 10元、38元、48元、88元红包无门槛使用
	5月30日-6月1日; 6月9日-6月12日	3000万元	美团数字人民币消费券, 针对餐饮、文化等产品	美团 APP	88元、100元、128元红包无门槛使用
	5月28日-6月20日		京东电商产品	京东 APP	满28元减28元、满100元减50元、满500减150元、满1000元减200元、满3000元减300元、满5000元减500元
广州	5月7日-5月8日	1亿元	住宿餐饮券、购物消费券、电商消费券	穗好办、云闪付、“羊城通×穗康生活”小程序	面额从10元至1000元不等
	6月8日		京东电商产品	京东 APP	满1000元享9折; 满800元享9.5折, 最高优惠400元
成都	5月20日、27日、6月3日、10日	6亿元	520消费券, 涵盖全市重点零售、餐饮企业以及个体工商户	云闪付 APP	满600元减200元, 满300元减100元, 满100元减40元, 满50元减20元
	6月10日-6月26日	1.6亿元	数字人民币消费券, 涵盖零售、餐饮、文旅游等行业	京东、唯品会、美团 APP	兑换足额数字人民币后, 在京东、唯品会、美团电商平台使用数字人民币支付方式完成支付
石家庄	6月1日至6月30日	1700万元	市政府消费券, 针对商超百货	云闪付、建行生活 APP	面额设置20元、50元、100元, 实际消费金额必须满足消费券面值4倍及以上才能核销
太原	5月21日至5月31日; 6月1日至6月15日	4.2亿元	全市零售、餐饮、住宿等领域的限额以上入统企业。	云闪付、建行生活、京东 APP	5类22种数字消费券
海口	5月20日-29日		生活用品、免税产品和酒店消费	支付宝 APP	免税: 满2000元减200元; 餐饮: 满78元减20元、满118元减30元, 满198元减50元; 商超: 满78元减20元、满118元减30元, 满198元减50元; 酒店消费券: 满600元减200元, 满400元减150元, 满200元减50元
	6月1日至8月31日	2亿元	在郑州市范围内汽车销售企业购买小型非营运车辆并完成新车注册上牌手续	云闪付 APP	补贴: 燃油车分三档3000元、5000元、7000元, 新能源汽车每档多加1000元
郑州	6月1日、6月8日、7月15日	3000万元	餐饮产品	云闪付、支付宝、饿了么、郑好办 APP	满减
	6月16日	5000万元	购物、加油、餐饮	云闪付、支付宝、郑好办 APP	支付宝: 10元、15元、25元, 云闪付: 30元、50元、100元 饿了么: 5元、10元、15元。
湖北	6月2日-6月15日	1000万元	文旅产品	携程、美团、同程 APP	以满减让利递增原则, 分为湖北星级酒店住宿、湖北A级景区门票、湖北省内旅游线路三类产品, 设定10%至40%的消费优惠券满减
	6月3日至9日、6月10日至16日、6月17日至23日、6月24日至30日		在“建行生活 APP”公布的商家使用	建行生活 APP	购物消费券共9种, 分A、B两类, A类消费券为家电类(仅限电视、冰箱、洗衣机、空调4类零售商品)共3种面额; B类消费券为购物类, 共6种面额
济南	6月1日、6月11日、6月21日		购置新能源乘用车或燃油乘用车并上牌的个人消费者,	云闪付 APP	新能源乘用车券值: 3000元、4000元、6000元 燃油乘用车券值: 2000元、3000元、5000元
	6月8日、6月13日、6月		济南市住宿餐饮市场经营主体	美团、大众点评 APP	满200元减80元、满80元减30元、满30元减10元

	月 18 日、6 月 23 日				
无锡	5 月 1 日和 5 月 20 日晚 8 点	1400 万元	涵盖餐饮、百货零售、汽车等领域	云闪付 APP 无锡消费券专区	餐饮券设了“满 100 元减 30 元”“满 200 元减 50 元”“满 300 元减 100 元”三种面值，百货零售券有“满 200 元减 50 元”“满 500 元减 100 元”“满 1000 元减 200 元”三种面值
宁波	2 月 28 日持续至 9 月底，分 4 期	超 3 亿元	10 万多家商贸企业及文化旅游体育相关单位	云闪付 APP	通过云闪付 APP 扫码支付，若满足满减条件，系统会自动核销电子消费券
云南	4 月 25 日-5 月 25 日	1500 万元加油券及 1200 万元文旅消费券	涵盖旅游景区、旅游住宿、旅游演艺休闲等文旅消费领域	携程、同程、游云南、美团等线上平台	满减

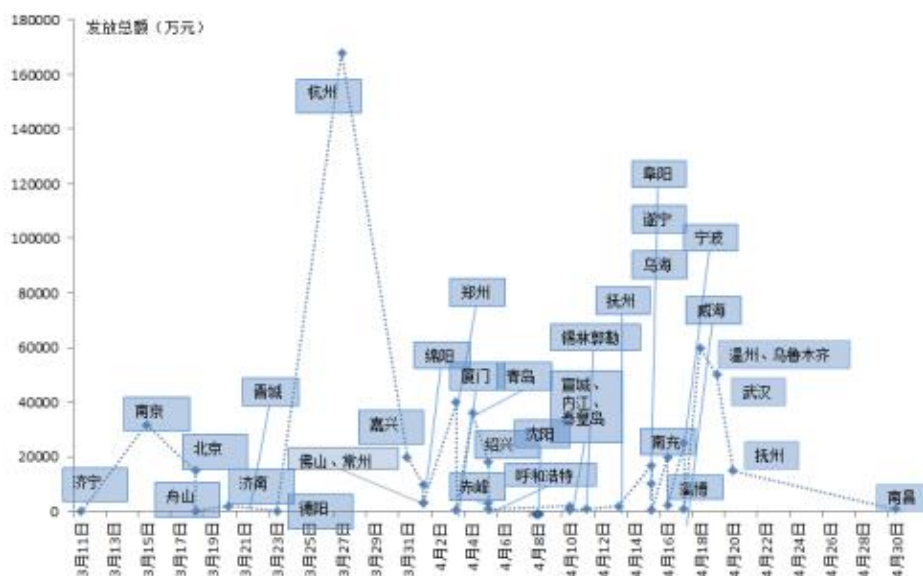
数据来源：本地宝平台，新闻整理，东吴证券研究所

1.2. 复盘 2020 年疫后消费券发放：

2020 年疫情爆发阶段，餐饮、零售、娱乐等服务业全面停摆。疫情态势缓和后，企业陆续复工复产，各地政府积极采取发放消费券的方式推动经济复苏。

截至 2020.4.18，济宁最早发放消费券，武汉相对较晚，杭州金额最高。据《消费券的中国实践》统计，截至 2020 年 4 月 18 日，全国共有 36 个城市发放了消费券，总金额达 57.4 亿元。3 月 11 日，山东济宁最早发放消费券；南京、舟山、北京等 9 座城市在 3 月相继出台政策发放消费券。其余 25 座城市在 4 月加入发放行列，疫情最为严重的武汉于 4 月 20 日推出政策，相对较晚。金额方面，各地力度有较大差异，经济较为发达的东部沿海城市金额普遍更高。杭州以 16.8 亿元的金额位居首位，温州/青岛/南京/郑州/武汉的发放金额分别为 6 亿/3.6 亿/3.18 亿/4 亿/5 亿元。

图1：2020 年各地级市消费券计划发放总额及时间一览（截至 2020 年 4 月 18 日）



数据来源：《消费券的中国实践》，东吴证券研究所

截至 2020 年底，更多城市出台相关政策。苏宁易购面向北京市民发放 100 亿元消

费券，涵盖苏宁易购旗下各业态。上海先后发放 3 亿元苏宁易购消费券、1 亿元永乐电器消费券和 1 亿元国美电器消费券，推动商超百货特别是家电产品的消费增长。从 7 月 1 日起，杭州相关部门联合支付宝连续 17 天发放总计 100 亿元规模的全国通用消费券，成为消费券的首次全国性动作。

表2: 2020 年各地发放消费券 (截至 2020 年底)

城市	发放时间	发放金额	适用范围	领取方式	优惠金额
北京	6 月 6 日、6 月 13 日和 6 月 20 日	超 100 亿	朝阳区，支付宝、天猫、优酷、饿了么、口碑、盒马等线上平台；朝阳区线下全城商家	支付宝 APP	包含 3 张满 40 减 10 元的消费券
	4 月 15 日-6 月 30 日	3 亿元	苏宁易购消费券，覆盖消费电子、电器、母婴、百货、快消等全领域	苏宁平台、线下门店	1000 元、800 元、500 元、300 元等不同面值
	5 月 11 日-5 月 17 日		云闪付消费券，针对线下指定百多家餐饮百货类商户	云闪付 APP	满减 7 元-50 元不等
上海	4 月 18 日-5 月 5 日	1 亿元	永乐消费券，覆盖冰箱、彩电、洗衣机、空调等全品类	永乐电器微信号	满 5000 元减 500 元、满 3000 元减 200 元、满 2000 元减 100 元消费券各一份
	4 月 18 日-5 月 5 日	1 亿元	覆盖冰箱、彩电、洗衣机、空调、吸油烟机、燃气灶具、手机、电脑等全品类	上海国美电器微信号	满 5000 元减 500 元、满 3000 元减 200 元、满 2000 元减 100 元消费补贴券各一份
	8 月 24 日-10 月 30 日	6000 万元	文旅产品	支付宝 APP	满减
苏州	4 月 27 日-12 月 31 日		通用	支付宝、微信 APP	共 4 种面值，5/10/20/50 元
	7 月 27 日-2020 年 10 月 28 日		通用、汽车产品	太 e 办小程序	通用消费券：5/10/20 元；购车消费券：1000 元/2000 元
武汉	4 月 19 日起至 7 月 30 日	超 4300 万张	商超百货、餐饮、文体产品	微信小程序	满足面值 3 倍及以上
郑州	9 月 10 日-12 月 7 日	3000 万元	电影	线上领取	满 21 减 20
	9 月 30 日-11 月 27 日，共 4 期	1000 万元	银联消费券，商超百货、餐饮、汽油产品	银联 APP	满减
重庆	9 月 30 日前，每周五-周日	4 亿元	支付宝消费券，针对商超百货、出行	支付宝 APP	商品消费券：满 20 元立减 5 元；满 35 元立减 6 元；满 50 元立减 7 元 出行消费券：15 元火车优惠券；20 元网约车优惠券。
杭州	7 月 1 日-17 日	100 亿元	支付宝消费券，针对餐饮住宿、文化旅游、美容美发、百货商场等线下实体经营商家	支付宝 APP	满减，全国通用
宁波	2020 年 6 月 8 日、15 日、22 日、29 日	8000 万元	餐饮、通用	支付宝、云闪付、口碑网 APP	通用满减消费券、餐饮满减消费券、特色街满减消费券、直播活动满减消费券

数据来源：本地宝平台，新闻整理，东吴证券研究所

1.3. 两轮消费券发放有何差异：

对比 2020 年和 2022 年的两轮消费券，2022 年在覆盖行业、发放形式、企业参与度有所提升。

2022 年加大促进 3C 产品力度，新增汽车补贴。在消费券适用产品品类中，2020 年消费券主要针对餐饮、旅游、商超等直面疫情冲击的行业。而 2022 年消费券的适用范围更广，针对 3C 产品的力度明显加强，并与绿色节能相结合；推出针对汽车的补贴措施，鼓励汽车消费。

发放形式更加多样，新增数字人民币和补贴形式。2020 年的优惠方式基本为通过线上平台发放优惠券。2022 年在积极与美团、支付宝、苏宁易购、云闪付等平台合作的同时，推出数字人民币红包的创新形式；深圳的 3C 产品补贴采取先在线下门店购买，现场填写补贴申请表，由中国银联审核后向支付账户发放补贴的形式。

发放活动的形式更加丰富，参与主体更多。本轮消费券活动以政府主导、多方联合、自愿参与为原则，采取政府满减补助、机构资助福利、商家折扣让利，消费者享受补助、福利、让利等多重实惠的方式，共同助力消费增长。企业参与意愿和社会责任意识有所增强，电商平台洋码头宣布发放 2.5 亿消费券助力上海复工复产，拼多多宣布为所有上海用户派发规模超过 30 亿元的专属 618 消费优惠券等。

1.4. 消费券效果如何：

三条结论总结消费券的经济效果。基于 2020 年杭州和广西两地的消费券数据，北京大学光华管理学院通过深入研究得出以下结论：（1）消费券的拉动效应远超预期，杭州地区数字消费券带来的边际消费倾向达到 3.5-5.8 倍，远大于过去纸质消费券不足 1 的边际消费倾向。（2）数字消费券不存在“透支消费”问题，使用过消费券之后消费者的消费额并没有显著下降。（3）消费券对人均 GDP 低地区、年龄较大或过去消费意愿较低的人群，拉动效应更好。

以深圳为例，2022 年轮次消费券发放效果初显，消费者参与热情高。深圳多部门联合发布《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》，涉及汽车、电子产品、家电、文体旅游、大宗商品等九大方面。据相关部门预计，将拉动消费约 450 亿元。据深圳特区报，苏宁易购自参与深圳促销费补贴活动后，5 月 1 日至 5 月 25 日，冰箱/视听/厨卫类产品销售额分别实现 59%/24%/17% 的同比增幅。4 月 28 日中午 12 点，第一批深圳消费券在美团和大众点评 APP 上开抢。美团数据显示，美食消费券满 500 元减 200 元仅用时 3 秒即被抢空，满 200 元减 80 元用时 11 秒抢完；酒店、门票等品类消费券均在 15 秒内抢完，50 元以上全品类消费券 20 秒抢空。截至 4 月 28 日中午 12 点 30 分，深圳首轮消费券已被领取 48 万张，餐饮、外卖等消费券已核销超过 3000 张。5 月 1 日至 5 月 3 日，深圳在京东平台推出的 4 亿元线上消费购物券共计发放 155.82 万张，带动消费 3.28 亿元。深圳通过美团平台分批发放金额 1 亿元的餐饮、文旅消费券及数字人民币红包。截止 5 月 3 日上午 10 点，全市参与消费券堂食餐厅 3.1 万家，参加外卖消费券餐饮商户约 5 万家，共计发放餐饮、文旅消费券 75.66 万张，带动消费约 522.4 万元。

2020 年支付宝数字消费券杠杆率为 8 倍，全国核销率超 60%。在 2020 年轮次的消费券发放中，蚂蚁集团研究院数据显示，通过支付宝发放的数字消费券的杠杆率为 8 倍，截至 2020 年 5 月中旬，全国数字消费券核销率达 62%；仅在五一小长假期间，直接拉动消费近 50 亿元，大规模发放消费券提振消费效果显著。

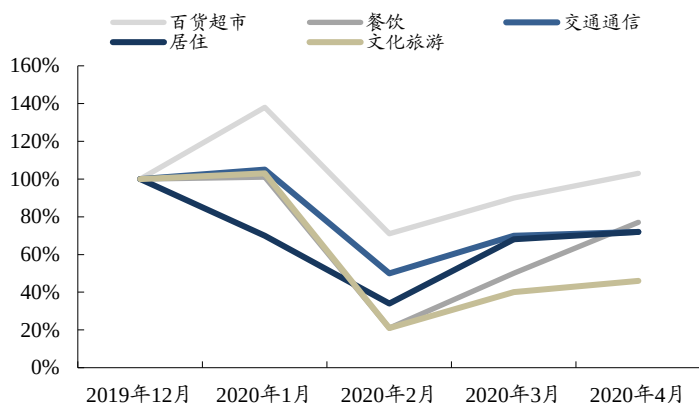
表3: 2020 年各地消费券核销率情况统计

城市	发放日期	统计时间段	发放总额 (万元)	核销总额 (万元)	核销率 (%)	关联消费 (万元)	关联消费/ 核销金额
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)/(4)	(7)	(7)/(5)
晋城	03.22	03.22-04.19	1500	1442	96.1	17300	
杭州	03.27	03.27-04.16	37500	32100	85.6	342200	10.7
嘉兴	03.31	03.31-04.16	10600		80.0		
佛山	04.01	04.01-04.11	5000	3870	77.4	13600	3.5
内江	04.10	04.10-04.24		243		821	3.4
沈阳	04.10	04.10-04.24	2000	944	47.2	6459	6.8
衢州	04.03	04.03-04.13	3390	1846	54.5	10147	5.5
郑州	04.03	04.03-04.16	5000	3925	78.5	55200	14.1
赤峰	04.05	04.05-04.20	500	364	72.9	3692	10.1
呼和浩特	04.05	04.05-04.14	1000	86	8.5	719	8.4
绍兴	04.05	04.05-04.12	7500	2333	31.1	10900	4.7
宁波	04.17	04.17-04.23	1070	515	48.1	5321	10.3
乌鲁木齐	04.18	04.18-04.24	4786	330	6.9	5498	16.7
温州	04.18	04.18-04.25	19720	13000	66.2	98200	7.6

数据来源:《消费券的中国实践》, 东吴证券研究所

疫后文旅、餐饮行业直面冲击, 消费券促恢复。借助微信支付数据复盘 2020 年疫情后各行业景气度, 文旅、餐饮的交易金额跌至 2019 年 12 月的 20% 左右, 受损直接。2020 年 3-4 月, 伴随疫情态势边际好转, 以及各地出台消费券, 百货超市的交易金额已超越 2019 年 12 月水平, 餐饮的交易金额和笔数分别恢复至 2019 年底的 77%、69%; 而文旅行业的客流难以较快恢复, 交易金额和笔数仅实现 2019 年底的 46%/55%。

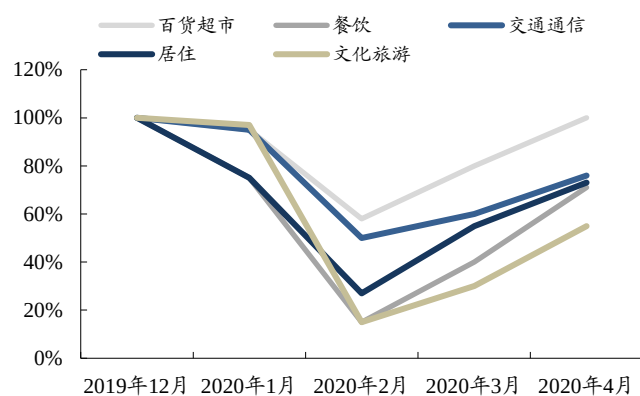
图2: 2019.12-2020.4 分行业微信支付交易金额变化



数据来源:《消费券的中国实践》, 东吴证券研究所

注: 以 2019 年 12 月为基准 100% 计算

图3: 2019.12-2020.4 分行业微信支付交易笔数变化



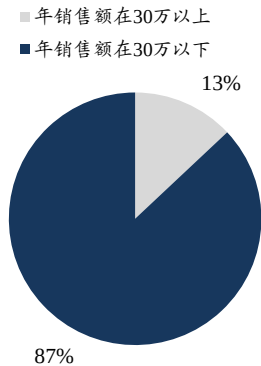
数据来源:《消费券的中国实践》, 东吴证券研究所

注: 以 2019 年 12 月为基准 100% 计算

1 元消费券中有 0.87 元流向小微商家, 规模越小越受益。据中国财政科学研究院和蚂蚁集团研究院, 将年销售额 30 万元以下的商家划分为小微企业, 87% 的消费券都会流

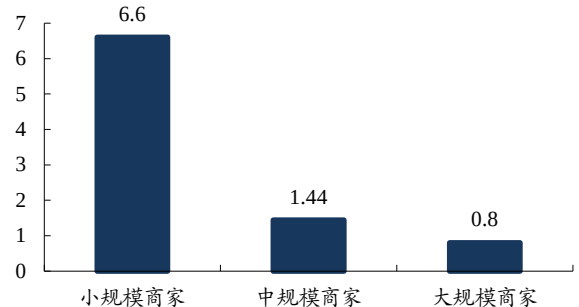
向小微企业。以一周为时间维度，相比发券前一周，经营流水小、中、大的商家流水分别增加了 6.6 倍、1.44 倍和 0.8 倍，规模越小的商家越受益。

图4：消费券流入不同规模商家（销售额）的金额比例



数据来源：蚂蚁集团研究院，东吴证券研究所

图5：消费券发放一周后不同商家的营收环比增加倍数

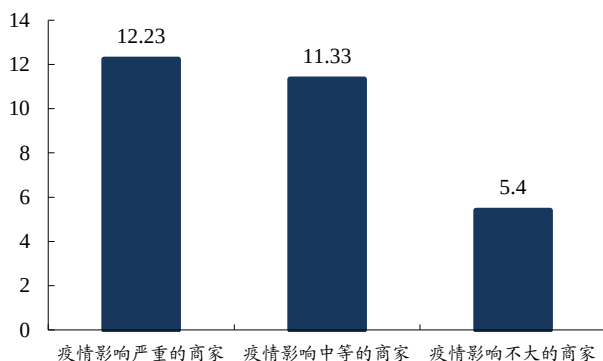


数据来源：蚂蚁集团研究院，东吴证券研究所

受疫情冲击越大，消费券带来的杠杆效应越显著。同样1元消费券投放于受疫情影响高、中、低的商家，会分别带来12.23元、11.33元、5.4元的收入，疫情影响较低的商家的杠杆明显较低。

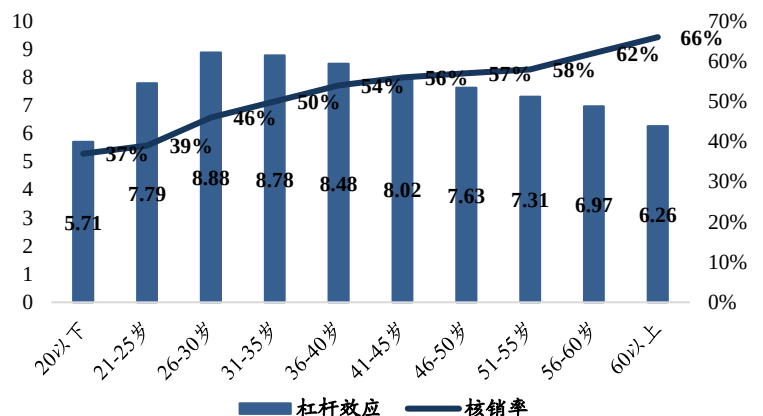
后浪促进消费的杠杆率更高，前浪注重使用效率。26-30岁消费者能够实现8.88的消费券杠杆比例，拉动消费的价值更高；31-45岁年龄段的消费者杠杆比例也在8以上。而前浪们能够最大化发挥消费券的使用效率，会在规定时间内用消费券消费。年龄越大，核销比例越高，60岁以上人群的核销比率达62%。

图6：消费券对不同商家（疫情影响程度）的杠杆效应



数据来源：蚂蚁集团研究院，东吴证券研究所

图7：不同年龄消费人群的杠杆效应和核销率



数据来源：蚂蚁集团研究院，东吴证券研究所

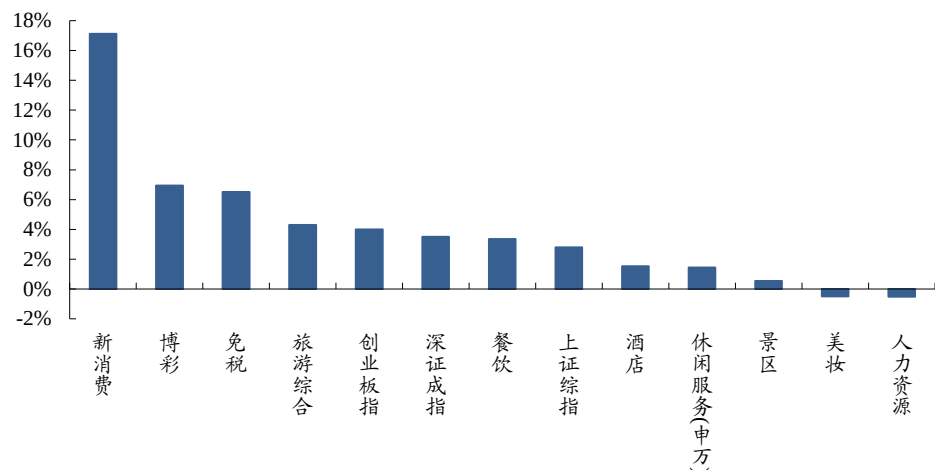
综上，消费券能够有效提振消费，前期受损行业有望迎边际复苏。消费券不会“透支消费”，而是促进“消费回补”，对疫情受影响严重的商户具有更强的修复作用。2022年以来，消费券效果已逐步显现，伴随疫情态势边际好转，企业推进复工复产，前期受损的行业及企业有望享受消费券的拉动效应，迎来边际修复。

2. 板块涨跌幅回顾（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）

本周上证综指上涨 2.80%，收于 3,284.83 点。深证成指本周上涨 3.50%，收于 12,035.15 点。创业板指本周上涨 4.00%，收于 2,556.47 点，本周行情小幅上扬。伴随上海、北京等地疫情防控措施边际放松，本周社服板块（申万）整体上涨 1.44%。细分板块中新消费表现较好，上涨 17.11%。

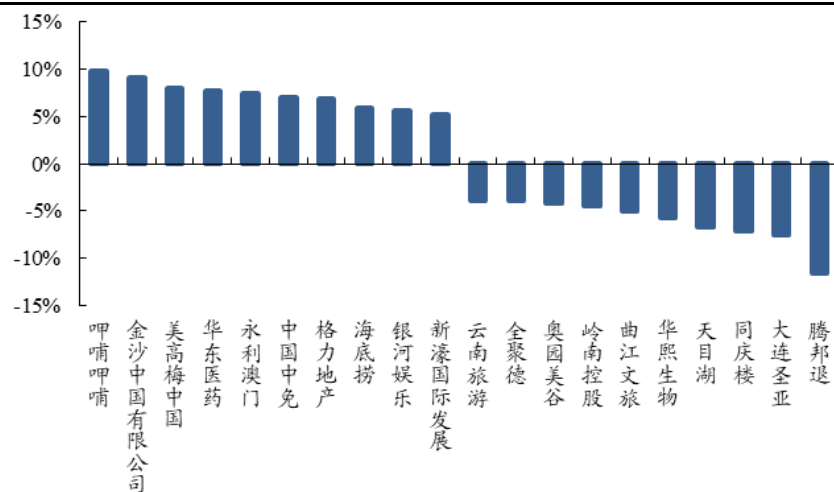
个股方面表现分化，涨幅前五分别为：呷哺呷哺（+9.78%）、金沙中国有限公司（+9.10%）、美高梅中国（+7.98%）、华东医药（+7.79%）、永利澳门（+7.44%）。跌幅前五分别为：腾邦退（-11.54%）、大连圣亚（-7.49%）、同庆楼（-7.06%）、天目湖（-6.65%）、华熙生物（-5.66%）。

图8：本周市场涨跌幅（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）



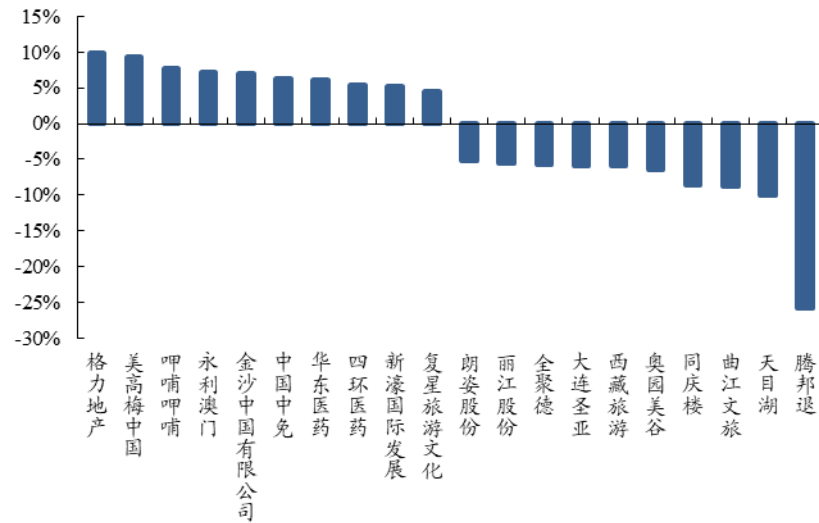
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图9：板块单周涨跌幅前十的股票（2022 年 6 月 6 日至 6 月 12 日）



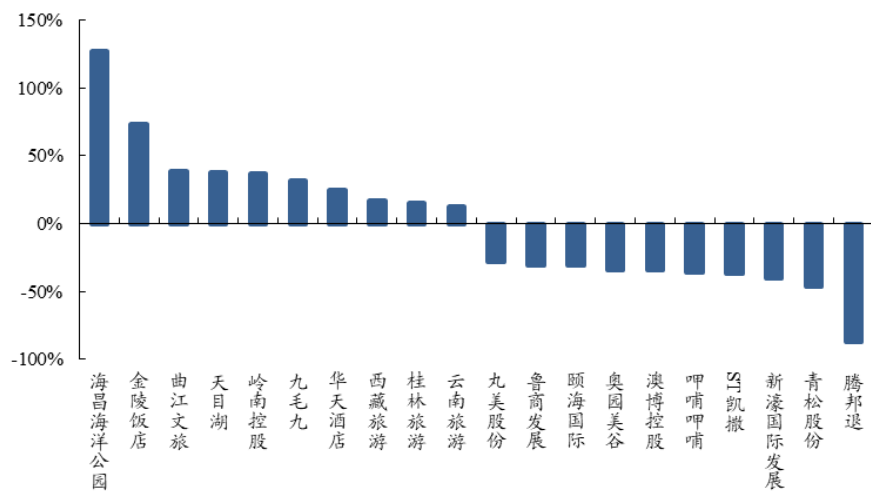
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图10: 板块单月涨跌幅前十的股票 (2022 年 6 月 1 日至 6 月 12 日)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图11: 板块年涨跌幅前十的股票 (2022 年 1 月 1 日至 6 月 12 日)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

3. 行业动态

2022 年端午节假期国内旅游出游 7961.0 万人次，国内旅游收入 258.2 亿元

经文化和旅游部数据中心测算，2022 年端午节假期，国内旅游出游 7961.0 万人次，同比下降 10.7%，按可比口径恢复至 2019 年同期的 86.8%；实现国内旅游收入 258.2 亿元，同比下降 12.2%，恢复至 2019 年同期的 65.6%。文化和旅游部印发通知，对跨省旅游“熔断”机制进行调整，将跨省团队旅游“熔断”区域进一步精准到县（区）域。

同程旅行端午报告：北京、上海“回归”，热门出游城市 TOP10 榜单出炉

6 月 5 日，同程旅行发布《2022 端午假期旅行消费报告》，数据显示，上海节前的全面复工复产、北京疫情防控进入扫尾阶段，带动了全国旅游市场逐步恢复。同程旅行数据显示，端午小长假期间国内酒店预订间夜较“五一”假期上涨 31%。北京、上海两座城市也已回归假期热门出游城市前十名。

携程发布端午旅行数据：端午总预订量较清明高 3 成 跨省团队游加速回暖

携程数据显示，截至 6 月 4 日，端午假期总订单量相较清明增长超 3 成；酒店和门票预订量较清明增长两位数，端午假期，国内跨省团队游在跟团游业务中的占比接近 80%，与 2022 年清明假期相比，增幅超过 20%，相比 2022 年五一假期，增长近 10%，达到近 3 个月以来的峰值。从携程露营的数据来看，端午假期首日，非省内的露营出行订单占比 8%，较五一基本持平，较清明上涨 6%。西北五省（陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区）作为端午热门旅游目的地，订单量较五一假期首日增长 1 倍，增长率与国内大盘持平；较清明假期首日增长 2 倍，增长率超出国内大盘 50%。

飞猪端午消费观察：旅游市场有序回暖

6 月 5 日，飞猪发布端午消费观察，酒店、乡村民宿、租车订单量较五一同期均实现翻倍增长；火车票订单量增幅亦达 70%。端午节是上半年最后一个小长假，飞猪数据反映出，相较清明和五一，端午旅游市场呈现有序回暖态势。端午期间，飞猪上酒店、乡村民宿的订单量较五一均呈三位数增长。其中，高星酒店增速最快，订单量劲增超 160%，平均消费金额增长了近 2 成。受亲子出游刚需的推动，主题乐园、动物园等亲子类景区的门票出票量增长近 30%。

马蜂窝端午大数据：各地复苏态势明显，上海热度大涨

马蜂窝旅行玩乐大数据显示，近一周，“上海端午去哪玩”搜索热度涨幅超过 150%，上海露营热度大涨 233%。民宿表现突出，随着气温不断攀升，“避暑游”也被游客提上日程。从国内客源城市来看，成都依旧领跑全国，位居榜首。近一周“成都端午”的搜索热度 175%，“成都周边露营”涨幅也高达 150%。深圳、广州、杭州、武汉、贵阳、

佛山、南京、重庆等南方城市实力“霸榜”，凸显南方旅游市场复苏势头的强劲。

天巡复苏报告：旅客愿为旅游花更多钱，多国长途订单量迅速增长

携程旗下元搜索比价平台天巡近期发布了旅游业复苏趋势报告，天巡对英国、美国、澳大利亚和德国 4000 名旅客进行问卷调查，近 90% 的受访者表示 2022 年愿意增加旅游支出或保持 2019 年的支出水平，其中 50% 的人愿意花更多钱。

从地区来看，澳大利亚旅客出行热情最高，60% 的受访者都愿意增加对旅游的投入。报告显示，2019 年欧洲、中东和非洲地区（EMEA）的旅客预订窗口较长，35% 的人会在出发前 90 天甚至更早的时候规划、预订旅游产品。2022 年，EMEA 地区预订窗口为 +90 天的旅客占比将一直低于 2019 年水平。不过这种情况正在逐渐改变，2022 年第 12 周（W12）与第 1 周（W1）相比，预订窗口为 30-59 天和 60-89 天的订单分别增长了 24% 和 38%，而预订窗口为 7 天的订单减少了 41%。目前，预订窗口为 7-29 天的订单占比最高。整体而言，预订窗口较短的订单占比仍较高，旅客出行需求旺盛。

从出行距离来看，EMEA 地区 2022 年 Q1 的各类型占比基本与 2019 年同期持平。短途游仍占总订单量的 50% 以上。不过相比 2019 年 Q1，EMEA 地区 2022 年 Q1 短途游占比上升了 2 个百分点，长途游占比则下降了 2 个百分点。随着欧洲和中东地区旅行限制的放松，短途游的订单量在三个月里增长了 13%。国内游的订单量相比 2019 年同期减少了 16%。

航班管家：端午假期,民航客运航班量超 1.5 万班次

2022 年端午假期（6.3-6.5）中国民航执行客运航班量超 1.5 万班次，日均航班量 5165 班次，同比 2021 年同期下降 54.0%，同比 2020 年下降 41.4%，日均航班量与五一假期相比提升 47.5%。2022 年端午假期（6.3-6.5）中国民航执行客运航班量超 1.5 万班次，日均航班量 5165 班次，同比 2021 年同期下降 54.0%，同比 2020 年下降 41.4%，日均航班量与五一假期相比提升 47.5%。2022 年端午假期 TOP10 航司执飞率前三分别为华夏航空（47.3%）、厦门航空（40.6%）、四川航空（37.5%），东航执飞率为 34.9%，居于三大航首位，南航、国航执飞率分别为 32.1%、27.8%。2022 年端午假期千万级机场中，深圳宝安机场进出港航班量居于首位。

北京恢复“在京团队游”业务，市内跟团游环比增长 11%

6 月 5 日上午，北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组研究决定，自 6 月 6 日起，除丰台区全域及昌平区部分区域外，全市其他地区进一步分区分级动态实施相关社会面防控措施，其中，恢复本市旅行社经营市民“在京团队旅游”业务，参加团队旅游人员应完成新冠疫苗全程接种或加强免疫接种。各类景区、景点、公园坚持“限量、预约、错峰”，按照 75% 限流开放。携程数据显示，6 月 6 日至 12 日，北京市旅游总订单量环比前一周增长 14%，包括酒店、门票、跟团游等产品均呈现两位数的增长态势。其中，北京市景区门票增幅最快，超过 90%。北京市内跟团游环比上周增长 11%。

第一轮 1800 万元文旅消费券加油券发放，云南多项措施推动旅游市场恢复

6月3日，云南发放了文旅消费券和加油券。面对已经开始全面恢复的云南旅游，云南文旅做足准备，出台多项措施，落实好纾困和恢复旅游业发展的若干政策措施，积极推动旅游市场恢复发展。据悉，6月至7月，云南将分三轮发放不低于1亿元的文旅消费券和加油券。6月3日端午节，第一轮1800万元文旅消费券和加油券已在游云南、携程、同程、美团4家平台，面向本省和全国来滇游客发放。

四川:端午小长假共接待游客 658.21 万人次

6月6日，据四川省文化和旅游厅消息，端午小长假期间，四川纳入统计的715家A级旅游景区共接待游客658.21万人次，实现门票收入4341.79万元，游客接待人次恢复到2021年同期的7成以上，较2022年清明小长假分别增加18.35%和24.48%，全省文旅市场呈现加速回暖态势。

华侨城集团：开发深圳首个碳中和文旅示范项目

近日，龙岗区城市更新和土地整备局就红花岭片区土地整备利益统筹前期服务项目公开招标。华侨城集团有限公司中标，提出将从采石场生态修复着手，开发深圳首个碳中和文旅示范项目。深东集团规划设计团队以集团“文化+旅游+城镇化”创新发展模式为引领，紧扣文旅融合发展脉络，致力于探索废弃采石场生态治理与综合利用新模式。

端午假期 29 个省份恢复跨省游预热暑期市场

从全国范围来看，截至6月5日发稿，已有28个省市宣布恢复跨省游，另有多个大型景区推出门票减免的优惠措施。据去哪儿度假产品运营负责人杨光会，截至目前，恢复跨省游的29个省份有河南、湖南、河北、黑龙江、吉林、江苏、山东、内蒙古、福建、陕西、山西、安徽、天津、浙江、贵州、四川、云南、湖北、重庆、海南、甘肃、青海、广西、西藏、宁夏、新疆、江西、辽宁、广东。

香港故宫将于 7 月 2 日正式对外开放

香港故宫文化博物馆宣布将于2022年7月2日正式对外开放，成人标准票价定为50元港币，预计每天将接待7000人次。香港故宫表示，来自北京故宫博物院的900多件珍贵文物已获中央政府批准赴港，将于2022年7月在香港故宫开幕展中亮相。香港故宫文化博物馆指出，此次来港的故宫文物数量多、等级高、种类丰富，有绘画、法书、青铜器、陶瓷、金银器、珐琅、玉器、漆器、玻璃、玺印、织绣、首饰、雕塑和图书典籍等。

一手纾困，一手促活，5 月多省市多政策助力酒旅产业复苏

自从2022年2月国家发改委等部门印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干措施》后，全国各省市跟进出台相关落地细则措施。海南省先后出台《关于开展

特困行业阶段性缓缴企业社会保险费工作的通知》和《海南省进一步促进服务业领域困难行业恢复发展的实施办法》，涉及酒店、餐饮、文旅企业。其余如吉林、福建、贵州、山东、安徽、新疆、北京、上海、天津、广东广州、福建漳州、安徽铜陵、河南洛阳、江苏苏州等均印发相关文件。

途家民宿：端午广东乡村民宿预订量同比增一倍，北京京郊民宿预订量恢复至 2021 年同期 7 成

6 月 5 日，途家民宿发布的端午小长假报告显示，随着全国疫情防控趋稳，民宿市场也企稳回升。北京、上海民宿市场加速回暖，部分热点乡村民宿一房难求，京郊民宿端午预订量已恢复至 2021 年同期 7 成；广东省民宿市场反超 2021 年端午假期，民宿预订量较 2021 年端午同比增一倍。途家民宿发布的数据显示，端午 3 天期间（6.3-6.5），京郊民宿搜索量环比上周同期（5.27-5.29）增长超 6 倍，从端午假期全国民宿预订情况来看，订单量最高的 top10 城市是：成都、重庆、广州、北京、深圳、惠州、长沙、厦门、青岛、杭州。

凌晨排队！直击北京恢复堂食加速现场

自 6 月 6 日起，除丰台区全域及昌平区部分区域外，全市餐饮经营单位开放堂食服务。暂停堂食 36 天，不仅憋坏了一群居家办公的有志青年，也同样憋坏了餐饮人。恢复堂食的第一天，头部餐饮纷纷出击，如：6 月 5 日上午 10 点，北京宣布正式恢复堂食。晚上 9:13 分，北京胡大饭馆微信公众号发布推文“凌晨见”，几乎成为北京第一家恢复堂食的饭馆。海底捞劲松店在 6 月 6 日 0 点准时开启堂食，内参君听到店内服务人员介绍，不少顾客深夜前来等候，只为第一时间吃上火锅。

第 17 届中国-东盟文化论坛在广西举行

近日，由文化和旅游部、广西壮族自治区政府主办的第 17 届中国-东盟文化论坛在广西北海市举行。本届论坛主题为“博物馆文物‘活化’与文化创意产业的发展”，旨在交流中国与东盟各国在博物馆文物“活化”工作经验和文化创意产业高质量发展的趋势及路径，展望开展博物馆和文化创意产业领域合作愿景，助推各国文化产业共同繁荣，助力构建更为紧密的中国-东盟命运共同体。

世界旅游组织：全球旅游业复苏强劲，Q1 国际旅客数量同比增长 182%

联合国世界旅游组织（UNWTO）近日发布的世界旅游晴雨表显示，全球旅游业持续稳健复苏。2022 年第一季度，全球目的地接待的国际旅客数量近 1.17 亿人次，同比增长 182%。其中，欧洲地区复苏最快，接待的国际旅客数量同比增长 280%，美洲地区同比增长 117%。不过相比 2019 年同期，欧美地区接待的国际旅客数量分别减少了 43% 和 46%。中东和非洲地区复苏势头也比较强劲，接待的国际旅客数量同比分别增长了 132% 和 96%，不过也仅为 2019 年同期 40% 左右的水平。亚太地区复苏最慢，仅为 2019 年同期 7% 的水平。

多国放宽旅游入境或取消口罩令

据《欧洲时报》报道，意大利现行的室内场所口罩令将于6月15日到期。根据意大利政府目前计划，届时进入电影院、音乐厅等室内公共场所，将不再强制要求戴口罩。据希腊卫生部公告，6月1日起，所有室内和室外区域都将取消强制使用口罩。奥地利卫生部长 Johannes Rauch 和总理府部长 Karoline Edtstadler 宣布暂停佩戴口罩和接种疫苗要求三个月。比利时近日正式取消非必要旅行禁令。当地时间6月1日，日本政府放宽了新冠疫情边境口岸政策，把此前1万人的每天入境人数上限上调至2万人。韩国政府将从6月8日起全面解除未接种新冠疫苗入境人员的隔离义务，以及对仁川机场远航时间等的限制措施。德联邦卫生部部长劳特巴赫决定在夏季放宽入境防疫规定——从6月1日起至8月底，入境德国的旅客不再需要遵守“3G”规则，即无需证明自己已接种疫苗，或感染后已康复，也无需出示阴性检测证明。印尼国家移民局公布再对12个国家和地区开放入境落地签证政策。西班牙卫生部6月2日发布一项决议，规定当日起从欧盟国家和瑞士、冰岛、挪威等国入境西班牙的旅客将无须出示新冠疫苗接种证书。

北京环球度假区官宣开业，云南用户抢先预订周边5公里酒店

6月7日上午，北京环球度假区发布官方公告称，北京环球度假区将于6月15日起按照每日75%的限流比例恢复开放。其中，环球影城大酒店、诺金度假酒店计划在6月14日向入住客人开放。携程数据显示，6月7日上午，携程平台“北京环球度假区”的关键词搜索热度较前一日增长200%。

云南澄江发放首批文旅消费券 共计344万元

近日，首批澄江文旅消费券通过“澄江文旅”微信公众号发出。第一批次参与发放消费券的商家包括14家餐饮、5家住宿、5家土特产、3家娱乐场所和1家商超零售经营户，发放金额共计344万元。抢券活动一经推出，立即引起社会大众和省内外游客的关注，第一天抢券3万余张，根据后台数据分析，97%的抢券者为云南人，45%的用户分布地区为玉溪市、20%的用户分布地区为昆明市，其余抢券者以四川、重庆、贵州等地游客居多。

2022年1季度全球酒店集团财务分析报告

2022年一季度国际酒店集团营收和净利润来看，得益于全球旅行限制的放松和旅游需求的持续恢复，营收和净利润均实现大幅增长，除去凯悦酒店，均实现扭亏为盈。2022年一季度国际酒店集团资产和现金流量来看，资产负债率均值为85.35%，股东权益比率均值为16.65%，表现出较高的负债程度。与国际酒店集团在中国区外的业绩恢复表现不同，2022年一季度国内酒店集团深受散发疫情及管控措施等影响，营收同比不同程度呈现缩减态势，可谓冰火两重天。从国内酒店集团资产和现金流量来看，资产负债率均值为58.48%，股东权益比率均值为41.52%。

2022年5月亚洲（中国）酒店业发展报告：国内旅游将继续引领2022年Q2市场

复苏

来到本土酒店市场，由于国内疫情防控趋于稳定，5月酒店开业数量大幅增加，整体市场明显回温。ABN指数监测品牌高中端开业酒店升至83家，环比增长104.7%。其中高端酒店（奢华、国际高端、国内高端）开业17家，增幅88.9%，万豪国际集团开业3家，SLH开业2家；中端酒店（中高端、中端）开业66家，增幅94.1%，本土酒店品牌共27家，开业11家的维也纳酒店和开业7家的你好酒店是本土品牌主力军。值得注意的是，丽呈轻资产的扩张模式已取得阶段性成果，集团在4月末迎来第300家开业数的里程碑，并在5月16日上线第303家贵阳数聚丽呈酒店。

端午迎旅游拐点，多地亿元级旅游消费券发放

广州市文化广电旅游局数据显示，端午假日期间全市累计接待市民游客471.63万人次，实现文旅消费收入21.93亿元。深圳市文化广电旅游体育局数据显示，端午假期深圳共接待游客250.54万人次，旅游总收入14.13亿元。端午假期，成都市A级景区接待游客208.33万人次，实现门票收入1569.75万元，较清明小长假分别增长60.7%、102.7%。另外，根据抽样调查显示，成都市端午露营旅游人次较“五一”增长10%左右，人均消费约500元。

北京环球度假区官宣开业 携程：关键词搜索热度较前一日增长200%

携程数据显示，6月7日上午，携程平台“北京环球度假区”的关键词搜索热度较前一日增长200%。受多重利好政策的刺激，未来一段时期内，北京旅游市场呈现明显复苏的迹象。携程数据显示，与5月24日至6月5日相比，未来两周内，北京旅游市场总订单量增长近20%。其中，酒店预订量增长近7成，门票预订量增长达4倍以上。

成都即将发放1.6亿数字人民币线上消费券，惠及文化、旅游等行业

6月10日，成都“520”数字人民币线上消费券即将发放。此次消费券由财政资金与电商平台、数字人民币运营机构(各试点银行)优惠叠加，共计发放1.6亿元，涵盖零售、餐饮、文化、旅游等行业；将通过京东、唯品会、美团3个电商平台分为3波次进行发放，共计约141万份。

美启动旅游复苏五年计划，每年将吸引9000万游客

美国商务部6日表示，政府将启动一项为期五年的旅游复苏计划，旨在尽快挽回新冠疫情给美国旅游业造成的数十亿美元损失。美国商务部长吉娜·雷蒙多说，这项五年计划将每年给美国带来9000万国际游客和约2790亿美元收入，同时还能为美国创造大量就业机会。

全包式度假村将在2022年主导酒店业吗？

仲量联行最近发布《美洲全包式度假村行业趋势与展望》报告，报告指出目前对全

包式度假村(All-Inclusive Resorts)的需求正在飙升,2022年3月墨西哥全包式度假村的平均入住率相较于2019年增长77%。

多地高考结束,旅行平台“毕业旅行”搜索热度上涨超300%

携程平台数据显示,本周“毕业旅行”关键词搜索热度环比上周提升超过300%。武汉、成都、大连、南京、长沙、济南、哈尔滨、北京、杭州、南昌等高校聚集城市,上榜毕业群体热门TOP10出发城市,参加完毕业典礼后直接踏上旅途,成为首批“00后”毕业生告别校园的时髦方式。

上海:10余家景区热度环比前一周翻倍

携程数据显示,端午假期首日,上海已经复工的超过40家景区,总售票量超过4万张,相当于每分钟售出28张门票。当天活动曝光量高达1亿,门票搜索量超过170万。其中,上海海昌海洋公园页面浏览量环比增长近20倍。6月8日,上海市门票预订环比上周同期增长近30%。本周内包括上海野生动物园、上海欢乐谷、顾村公园、上海动物园在内的10余家景区搜索量较上周同期普遍增长3位数。上海海昌海洋公园、上海共青森林公园、上海佘山国家森林公园三家景区的搜索量环比上周增长达4位数。

海南免税:政策推动下的慢热市场

近日,海南发展和海汽集团相继披露将海控全球精品免税城和三亚海旅免税城注入上市公司。与此同时,王府井耗巨资拿下海南万宁奥特莱斯项目,根据万宁市相关规划,万宁奥特莱斯项目将有望成为王府井首个落地的免税项目。截止目前,海南省已有包括中免集团、海免公司、深圳免税等在内的多家离岛免税持牌主体和数家上市公司;涉及包括三亚免税国际城、三亚凤凰国际机场店等在内的10家离岛免税店。

沈阳:发放1100万文旅惠民消费券

6月8日,沈阳市文化旅游和广播电视局党组成员、副局长李志强在“沈阳市发放文、商、体惠民消费券活动”新闻发布会上介绍,沈阳市文化旅游惠民消费券于6月9日至12月31日每周四上午11时准时发放。本次消费券发放金额为1100万元,其中,市政府出资1000万元,银联配资100万元。

厦门:旅行社或景区最高可获补助50万元

6月8日,厦门市文旅局发布《关于促进文旅行业加快恢复发展若干措施的通知》,推出8条具体举措,着力稳住文旅行业市场主体,激发市场活力,促进文旅行业加快恢复发展。《通知》从稳岗补贴、金融支持、推介宣传、纾困补助以及助企惠民等5个方面重点发力,涵盖旅行社、限额以上宾馆饭店、A级景区、互联网上网服务经营场所、文化娱乐场所、营业性演出经营单位等6种文旅行业市场主体。其中,各大网络平台发布原创视频根据点赞量最高可获2万元奖励;对旅行社及A级旅游景区依据营业收入给予不同档次的纾困补助,最高补助50万元。

疫情之下，80 万导游何去何从？期待开启新一轮导游体制改革

当前，我国有近 80 万导游人员，如果再加上数十万名讲解员，导游讲解队伍初步估计已经形成了一支百万从业大军。2020 年新冠疫情以来，旅行社出入境旅游业务停摆，国内游由于疫情也不算畅通，不少导游人员的生存状况堪忧。2021 年 6 月，文化和旅游部发布了《加强导游队伍建设和管理工作行动方案（2021—2023 年）》（以下简称《方案》），《方案》强调，要推进导游执业改革，完善导游资格准入制度。

海外投资、品牌收购、特许经营、集团合作，中国酒店再度“出海”？

2022 年 7 月，锦江酒店(中国区)旗下中端商旅品牌“非繁城品”酒店将进驻韩国，韩国江陵寺沙川海滩店作为该品牌首家跨国门店，将正式迈开跨国人文探索之旅的步伐。根据亚洲旅宿大数据研究院最新一期酒店业发展报告显示，中东地区的酒店市场复苏速度正赶超全球平均水平，以阿联酋的开斋节日期（2022 年 5 月 2 日）为例，阿布扎比的酒店入住率达到 79.1%，同比疫情前的开斋节（2019 年 6 月 4 日）高出 4.5 个百分点。在亚太地区，澳大利亚、日本、越南、新西兰也已经在为到来的国际游客作准备。

破除电竞酒店伪命题，探讨行业未来的新趋势

在年轻人市场的红利下，酒店业也开始了全新的尝试与探索。一方面是以电竞酒店等为代表的主题酒店发展势头强劲。据迈点研究院数据显示，2019 年全国电竞酒店数量为 2600 家，2021 年新增注册电竞酒店相关企业达 1.5 万家。另一方面则是业态融合的边界探索更加广泛。近年来关于“酒店+”的话题频频出圈，剧本杀、密室逃脱、桌游等均成为酒店产品结构调整的方向之一，以期打开多元化发展思路，提升酒店营收。

2022 年中国火锅行业发展与消费行为监测报告

数据显示，2021 年中国火锅行业市场规模达到 4998 亿元，预计 2025 年市场规模将达到 6689 亿元。调研数据显示，川渝火锅是最受消费者欢迎的火锅品类（58.7%），毛肚（54.9%）和虾滑（52.2%）是最受消费者欢迎的火锅单品。消费者选择火锅店时首要关注的是口味（74.7%）以及卫生状况（65.3%）。在火锅品牌选择上，消费者通常会选择海底捞火锅（65.7%）。

去哪儿：复工复产、高考结束为暑运输送人流，航班量增、价格降至 750 元

据去哪儿大数据显示，截至 6 月 8 日，平台上机票、火车票预订量均已恢复至 3 月份 7 成左右。另外，近期民航执飞飞机航班数量增多，近一周（6.2-6.8）机票平均支付价格环比上一周（5.25-6.1）下降 2 成，近 5 日来机票平均支付价格平稳保持在 750 元左右（含机场建设费、燃油附加费）。

暑期旅游“热度”比上周超一倍

6 月 9 日，携程发布《2022 年暑期旅游趋势预测》。数据显示，近一周暑期机票订

单环比增长 162%；团队旅行产品订单量环比增长 109%；暑期酒店的订单环比增长超五成。携程平台数据显示，本周“毕业旅行”关键词搜索热度环比上周提升超过 300%。多项数据指明暑期旅游市场强劲复苏。随着 6 月到来，暑期出游机票预订热度也逐渐上涨。携程机票数据显示，截至 6 月 8 日，近一周预订暑期机票的订单环比上周增长 162%。

日本恢复外国游客入境，目前仅限带导游的旅游团

综合日媒报道，日本政府 10 日起重新允许外国游客入境。这是日本时隔约 2 年重新接纳以观光为目的的外国游客。游客需来自日本认定的感染风险较低的 98 个国家和地区，且仅限有导游同行的旅游团。报道称，日本政府在每天 2 万人的入境人数上限内接纳访日游客。无论是否接种新冠疫苗，游客入境时均免除检测和居家隔离。不过，报道指出，由于需要办理签证等手续，游客实际入境最短也要一个月左右。

上海 10 余家景区热度环比前一周翻倍，迪士尼度假区明日起部分恢复

携程数据显示，端午假期首日，上海已经复工的超过 40 家景区，总售票量超过 4 万张，相当于每分钟售出 28 张门票。当天活动曝光量高达 1 亿，门票搜索量超过 170 万。其中，上海海昌海洋公园页面浏览量环比增长达近 20 倍。端午假期过后，上海旅游业的热度不减，旅游信心逐渐回暖。携程数据显示，6 月 8 日，上海市门票预订环比上周同期增长近 30%。本周内包括上海野生动物园、上海欢乐谷、顾村公园、上海动物园在内的 10 余家景区搜索量较上周同期普遍增长 3 位数。上海海昌海洋公园、上海共青森林公园、上海佘山国家森林公园三家景区的搜索量环比上周增长达 4 位数。

北京环球度假区：受疫情影响将继续关闭

6 月 10 日晚，据北京环球度假区公众号消息，配合政府部门防疫工作，北京环球度假区，包括北京环球影城、环球影城大酒店、诺金度假酒店和北京环球城市大道将继续关闭，原计划于 6 月 11 日启动的北京环球影城主题公园门票、酒店产品以及北京环球影城夏秋漫游卡预售工作将推迟进行。北京环球度假区曾在 6 月 7 日发布公告，将于 6 月 15 日起恢复限流开放，其中环球影城大酒店、诺金度假酒店计划在 6 月 14 日向入住客人开放，北京环球城市大道将在同日开启营业，北京环球影城主题公园于 6 月 15 日正式开放。游客入园需持 72 小时核酸检测阴性证明。

新生的市场、老旧的问题，露营企业背后的辛酸

5 月 28 日，北京门头沟、平谷、怀柔、密云、延庆等远郊区酒店民宿农家乐恢复正常接待服务，但位于怀柔的某露营地运营商却高兴不起来：因防疫要求，选择暂缓开放营地一个月。好在 6 月初北京市及全国对于防疫措施更为精准后，露营地又逐渐恢复了生机。“恢复得太快了，市场是被用户抬起来了。”某露营地运营机构负责人表示，端午期间，一个营地的单日流水达到十几万元。虽然露营风头正盛，但企业一方面要面临政策管控，另一方面要承受新风潮的冲击。此外，土地资质也是“老大难”问题。

已恢复堂食的北京高星酒店超 400 家，占北京高星酒店总量近 8 成

根据携程集团酒店业务部的摸排统计，截至 6 月 9 日中午，北京恢复正常开业的高星酒店超过 510 家，约占北京市高星酒店总量 65%。其中，已恢复堂食及午餐和晚餐的高星酒店超过 400 家，约占北京已开业高星酒店总量的近 8 成。已恢复自助餐的高星酒店占已开业高星酒店的 50% 以上。携程数据显示，截至 6 月 7 日下午 20 点，包括朝阳区、东城区、海淀区在内的城六区，以及城市副中心的高星酒店开业比例接近 70%，较京郊地区高星酒店 5 成以上的开业占比，高出约 10 个百分点。其中，东城区高星酒店开业占比超过 85%。而在市郊地区中，怀柔区的高星酒店以超过 90% 的恢复率一马当先，门头沟区的高星酒店以近 8 成的恢复比例紧随其后。

济南加速，中端酒店如何成为产业复苏新引擎？

华东地区一直是各大酒店品牌市场扩张的必争之地，以济南为代表的二三线城市正在成为重要的酒店投资洼地。首先，不断增强的经济实力和消费能力是酒店市场发展的底气。2021 年山东 GDP 总量超过 8 万亿，济南 GDP 总量也突破万亿大关，城镇居民人均消费支出超过 3 万元，同比增长 7.2%。其次，新旧动能转换，高新产业发展推动商旅消费爆发。2021 年，济南高新区总产值 1510.3 亿元，位列全国高新区第十位，山东省第一位。最后，政策助力打造“好客山东”文旅标签，进一步拉动区域酒店市场的扩大。近年来，山东持续致力打造“好客山东”文旅名片，提振区域旅游复苏。在刚刚过去的端午假期中，全国国内旅游出游 7961 万人次，实现旅游收入 258.2 亿元。

4. 上市公司重要公告

【首旅酒店】(600258.SH) 2018 年限制性股票激励计划预留授予的限制性股票第一个解除限售期解除限售暨上市公告

公司 2018 年股票激励计划预留授予的限制性股票第一个解除限售期解除限售, 本次解除限售股票数量为 174,000 股, 占公司目前总股本的 0.0155%, 激励对象 12 人, 上市流通时间为 2022 年 6 月 13 日。

【桂林旅游】(000978.SZ) 非公开发行股票上市公告书&关于公司董事、监事和高级管理人员持股情况变动的报告

公司以非公开方式向特定对象发行 A 股 108,030,000 股, 公司总股本由 360,100,000 股增加至 468,130,000 股, 公司董监高持股数量未发生变化。

【桂林旅游】(000978.SZ) 收购报告书

公司计划认购本次上市公司非公开发行股份 108,030,000 股, 认购金额为 478,572,900.00 元, 交易完成后总公司直接持股 174,150,473 股, 占总股本 37.20%, 仍为上市公司控股股东。

【中青旅】(600138.SH) 关于终止公开挂牌出售资产的公告

公司于 6 月 8 日拟通过北京产权交易所挂牌出售北京市海淀区知春路 128 号(8 层 801-805、891-895) 商业房产, 截至挂牌期届满未征集到意向受让方, 本次挂牌自行终止。

【中青旅】(600138.SH) 独立董事提名人声明

公司第八届董事会提名翟进步、李聚合、李任芷、王霆为公司第九届董事会独立董事候选人。

【云南旅游】(002059.SZ) 公司关于深圳证券交易所关注函的回复

公司对深圳证券交易所关注函进行回复: 1. 公司本次冻结资金占公司最近一期经审计净资产的比例较低, 公司资金能够保障正常生产经营。2. 截止目前, 公司发行股份收购杨建国、常州中驰所持江南园林股权的相关工作正在积极推进中。

【云南旅游】(002059.SZ) 公司关于董事长变更的公告

公司董事长张睿先生因工作变动辞去公司董事长、董事职务, 选举程旭哲先生担任董事长职务。

【豫园股份】(600655.SH) 2021 年年度权益分派实施公告

根据 2021 年度利润分配方案, 公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.35 元, 公司

通过集中竞价交易方式回购的股份不参与利润分配，现金红利发放日为 2022 年 6 月 17 日。

【西安旅游】(000610.SZ) 关于募集资金专项账户销户的公告

公司于 2022 年 6 月 7 日完成了 2015 年非公开发行股票募集资金专项账户的销户工作。

【王府井】(600859.SH) 关于换股吸收合并北京首商集团股份有限公司并募集配套资金暨关联交易之部分限售股上市流通公告

公司 113,773,505 股非公开发行限售股上市流通，占总股本 10.0%，上市流通日期为 2022 年 6 月 17 日。

【王府井】(600859.SH) 关于股东权益变动的提示性公告

公司股东京国瑞基金于 2022 年 6 月 10 日通过集中竞价减持公司股份 1,000 股，占公司总股本的 0.0001%。减持后持有公司股份 50,453,800 股，占公司总股本 4.4538%。

【同庆楼】(605108.SH) 2021 年年度权益分派实施公告

公司 2021 年度利润分配以总股本 260,000,000 股为基数，每股派发现金红利 0.28 元（含税），共计派发现金红利 72,800,000 元，现金红利发放日为 2022 年 6 月 17 日。

【三湘印象】(000863.SZ) 关于举行 2021 年度业绩说明会的公告

公司定于 2022 年 6 月 10 日 15:30-16:30 采用网络远程的方式举行 2021 年度业绩说明会，投资者可登陆“全景·路演天下”(<http://ir.p5w.net>) 参与。

【美高梅中国】(2282.HK) 授出购股权

公司根据购股权计划以 4.33 港元/股价格向若干合资格人授出共 28,614,400 份购股权，其中授予非执行董事冯小峰 1,976,400 股。

【九华旅游】(603199.SH) 关于持股 5%以上股东减持股份超过 1%的提示性公告

公司股东嘉润金地通过集中竞价、大宗交易方式减持 1,300,000 股，占公司总股本的 1.17%，减持后持股 11,400,000 股，占公司总股本的 10.30%。

【九华旅游】(603199.SH) 关于股东股份解除质押的公告

公司股东嘉润金地于 2022 年 6 月 9 提前购回 600,000 股解质股份，占总股本 0.54%，本次股票质押式回购交易提前购回后，嘉润金地剩余质押股份 10,800,000 股，占总股本 9.76%。

【锦江酒店】(600754.SH) 关于召开 2021 年度暨 2022 年第一季度业绩说明会的公

告

公司定于 2022 年 6 月 15 日下午 15:00-16:30 在上证路演中心举行 2021 年度暨 2022 年第一季度业绩说明会。

【金龙鱼】(300999.SZ) 2022 年限制性股票激励计划

公司 2022 年限制性股票激励计划授予激励对象 1635 人，拟授予激励对象 2980 万股（占总股本 0.55%），本次授予为一次性授予，无预留权益。

【金陵饭店】(601007.SH) 关于获得政府补助的公告

公司及控股子公司自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 7 日累计收到政府补助共计人民币 6,625,305.12 元。

【海昌海洋公园】(2255.HK) 完成根据一般授权配售新股份

公司按 5.50 港元/股价格向承配人 Capital Research Global Investors 配售 57,001,000 股配售股份（占总股本 1.41%），配售所得款项净额约 309.79 百万港元，其中约 30%用以开发建设郑州大型海洋文化主题公园，约 30%用以拓展轻资产管理输出业务，约 40%拨作营运资金。

【ST 凯撒】(000796.SZ) 关于转让海南微凯创新实业发展有限公司股权暨关联交易的公告

公司同意将全资子公司三亚凯撒发展持有的海南微凯 49%股权转让给凯撒世嘉，转让对价为 4900 万元，本次交易构成关联交易。

5. 风险提示

可能存在疫情持续蔓延、宏观经济波动、政策变化等风险。餐饮、酒店旅游行业整体受宏观经济波动影响,个人可支配收入以及消费能力对餐饮、酒店旅游支出具有影响,旅游差旅需求也对酒店需求具有影响。

可能存在行业竞争激烈的风险。餐饮、旅游行业可能存在进入门槛低、竞争者进入导致竞争加剧的风险,导致上市公司也能面临业务规模受挤压、盈利水平降低的风险。

可能存在业务转型、市场开拓、产能提升等方面进度低于市场预期的风险。产业龙头积极进行业务扩展,但受到行业背景、资金情况以及战略落地等各方面影响,战略落地有进度低于市场预期的风险,导致业绩低于市场预期

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15%以上；

增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5%与 15%之间；

中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-5%与 5%之间；

减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5%以上；

中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘-5%与 5%；

减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5%以上。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>