消费持续复苏，零售餐饮好于旅游

——国庆黄金周消费数据点评

从国庆中秋双节假期（以下称“黄金周”）消费数据来看，零售、餐饮、旅游、住宿恢复均体现出良好趋势，国内消费意愿与消费能力显著回升。零售与餐饮消费持续复苏，国内旅游市场已恢复至去年同期的 7-8 成。

一、零售与餐饮消费持续复苏

2020 年 10 月 1 日至 8 日，全国零售和餐饮企业实现销售额约 1.6 万亿。日均销售额同比增长 4.9%，较去年+8.5%的增速有所放缓，但对比今年过往月份、以及五一、端午假期，消费数据呈持续复苏态势。主因国内疫情有效管控、双节叠加等多重因素拉动，前期居民被压制的消费需求得以释放。

（1）双节重叠、消费聚拢叠加促销推动，经济发达省市表现不俗。今年国庆与中秋重叠有效增强消费意愿，同时更多的居民将消费聚拢在当地而非外流，叠加各地商贸企业以国庆、中秋、婚庆等为主题，发放大量补贴和消费券，有力激发了购买热情。分地区看，北京、上海、江苏等经济发达省市实现两位数以上的同比增速，表现好于中西部地区。

（2）餐饮业客流有所恢复，但部分地区收入增速仍低于实物商品。黄金周期间，餐饮业堂食客流量有所增加，但是受防疫心态约束以及线上点餐分流，餐饮门店收入增速仍不及实物商品。根据各地商务厅已公布数据，陕西、山东、河南重点监测餐饮企业收入同比增速分别为+6.3%、+1.4%、-4.5%，均低于当地商品企业收入增速（+8.6%、+4.04%、+16.2%）。

（3）消费持续升级，汽车、黄金珠宝、智能家电、离岛免税等表

现活跃。黄金周期间，北京、广西、甘肃、青海、宁夏等地举办汽车展，带动汽车销售增长；受婚庆递延影响，黄金珠宝销售也呈现较大增幅；智能家电线上销售、离岛免税购物异常活跃。

二、国内旅游市场已恢复 7-8 成

黄金周期间，国内旅游市场恢复至去年同期的 7-8 成。1-7 日全国共接待游客 6.18 亿人次，同比恢复 79%；实现国内旅游收入 4543.3 亿元，同比恢复 69.9%。

（1）黄金周国内旅游市场整体延续了暑期旅游旺季的恢复势头。黄金周期间，主要景区人流量恢复至去年 7 成左右，北京、上海、三亚等城市酒店入住率甚至超过去年同期。旅游特征方面，本地游和周边游依旧是最热门的旅游方式，自驾游占比大幅提升，团队游恢复较慢。西北、西南和东部沿海等地旅游相对活跃，90 后、00 后成为出行主力军。出游主题方面，红色旅游、夜游赏月、亲子乐园等人气较高。

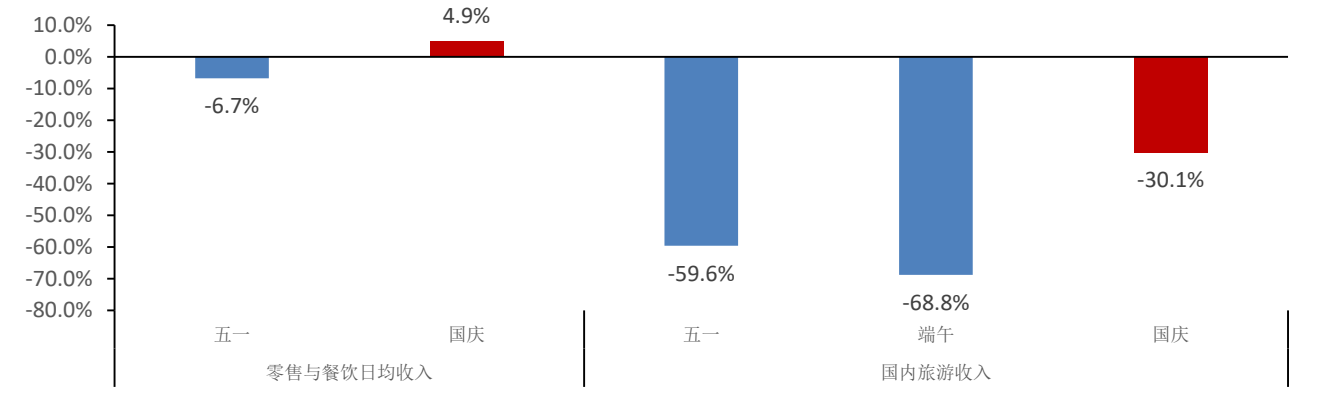
（2）压制因素的逐步解除将有助于旅游市场继续回暖。尽管旅游市场尚未完全恢复到去年同期水平，但是相比较今年“五一”、“端午”等假期（恢复水平 5 成左右），黄金周国内旅游市场已经明显回暖，反应居民出游意愿在不断提升。未能完全恢复预计是受到景区限流、学校禁令以及海外疫情扩散等因素拖累。

结合月度社零和黄金周数据，我国消费已进入回升通道，预计全年将表现前低后高的特征。由于海外疫情扩散对市场持续造成压力，今年国内消费恢复节奏慢于 2003 年 SARS 期间。但是，考虑到黄金周客流高峰期间防疫效果尚可，以及疫苗进入三期提振市场信心，后续消费有望稳步向上，双十一、元旦、春节等消费节假日值得关注。

（评论员：张晏铭 夏嘉南）

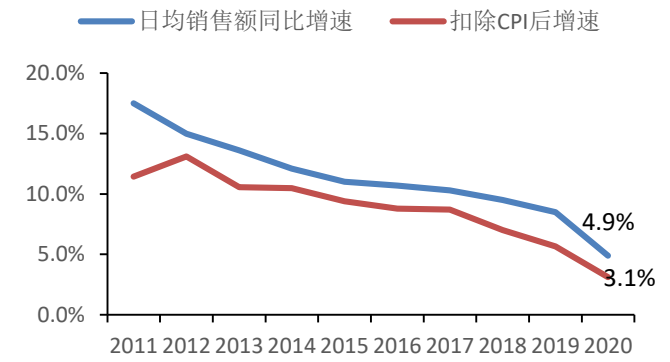
附录

图 1：零售与餐饮、国内旅游收入黄金周期间同比增速较“五一、端午”假期明显回升（%）



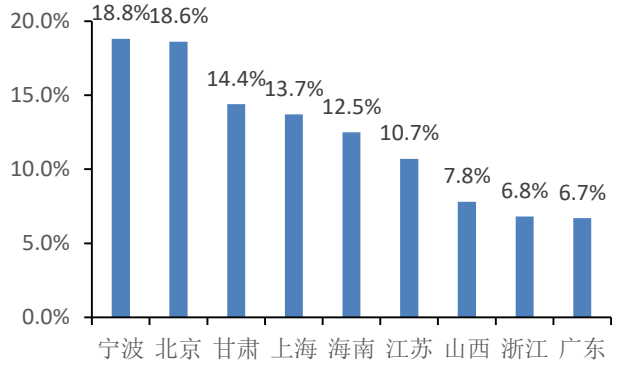
资料来源：商务部、招商银行研究院

图 2：历年黄金周零售与餐饮日均增速（%）



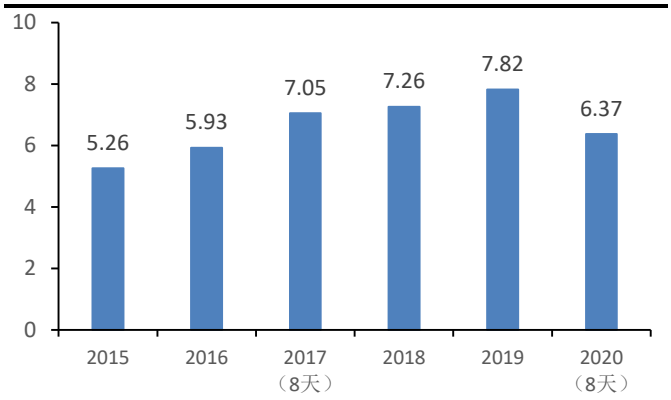
注：日均销售额增速为官方公布口径，CPI 取历年 9 月数据
资料来源：商务部、WIND、招商银行研究院

图 3：多地零售与餐饮企业销售额同比正增长（%）



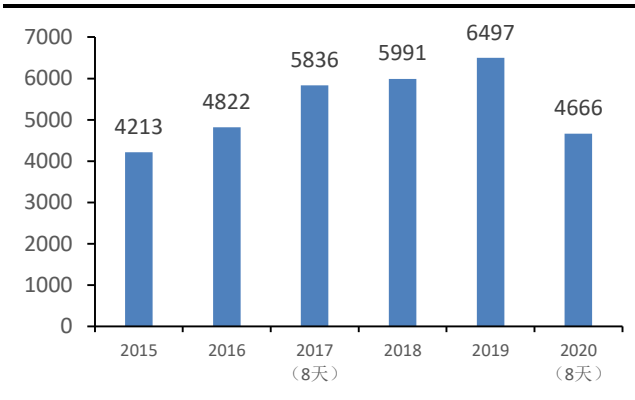
资料来源：商务部、招商银行研究院

图 4：历年黄金周国内游客数量（亿人次）



资料来源：国家文旅部，招商银行研究院

图 5：历年黄金周国内旅游收入（亿元）



资料来源：国家文旅部，招商银行研究院