

2023 年 01 月 16 日

宏观研究团队

春运提速，购物旅游餐饮超过 2022 年同期——疫后 复苏跟踪 1 月第 3 期

——宏观经济点评

何宁（分析师）

hening@kysec.cn

证书编号：S0790522110002

● **国内：春运第一周，人流向上、物流向下，购物旅游餐饮超过 2022 年同期**
(1)93%省市、84%城市疫情退坡至 2022 年 1-2 月水平。1 月 14 日国家卫健委医政司司长焦雅辉指出“全国发热门诊的诊疗量在 2022 年 12 月 23 日达到高峰”，与我们基于搜索指数的达峰计算较为接近。截至 1 月 13 日，测算 93%省市、84%城市疫情回到 2022 年初的平均水平。

(2)**春节消费可期**：春运第一周，全国消费指数环比改善 13.3%，斜率收窄但延续向好态势，达到 2022 年 11 月均值的 139%。其中，一线、二线、三四线分别环比改善 10.5%、14.3%、13.9%，达到 2022 年 11 月同期的 127%、151%、133%。城市呈现从北向南按“杨康”形势进行修复，旅游城市和三四线城市表现较好，与春节旅游、春运返乡、三四线达峰偏慢等因素有关。

(3)**消费场景持续修复**：我们跟踪了购物、旅游、餐饮、电影等一系列重要消费场景，覆盖 2500+购物场景、2000+旅游景区的客流量和周边拥堵指标。**购物**：春运第一周，购物中心、百货商场客流量分别环比改善 18.4%、12.8%，达到 2022 年同期的 113%、106%。**旅游**：旅游景区客流量环比改善 9.0%，博物馆、水族馆修复较好；**餐饮**：全国海底捞、喜茶收入额为 5.5、1.0 亿元，改善至 2022 年同期的 117%、125%；**电影**：全国电影票房收入 2.5 亿元，分别为 2019 年、2021、2022 年的 34%、44%、58%，较元旦档改善有限。

(4)**市内人流加快回升**。**生活和消费半径**：春运第一周，全国重点十城客运量为 3044 万人、修复至 2019 年的 78%；**百城加权拥堵指数**：全国加权平均拥堵指数为 1.64、超过 2019 年至 2022 年同期水平；**消费人流延续向上**：消费人流（就餐休闲出行强度指数）环比改善了 8.2%，达到 2021、2022 年的 92%、90%，复工人流（上班出行强度指数）环比下滑 4.6%，达到 2021、2022 年的 104%、105%。

(5)**城际人流显著回暖**。**百度迁徙指数**：春运第一周，百度迁徙指数（周频）超过 2021、2022 年春运同期水平。湖南、河南、安徽、江西、广西为主要迁入省，深圳、东莞、广州、上海、佛山为主要迁出城市；**春运**：截至 2023 年 1 月 15 日，春运累计发送 3.4 亿人次、同比 2019 年春运同期下滑 47.9%，其中铁路、民航同比增速从春运首日的-35.7%、-41.3%改善至 1 月 15 日的-17.8%、-23.9%。

(6)**物流小幅回落**。春运第一周，公路货车日均通行量达到 701.16 万辆、环比回落 0.4%；全国整车货运流量指数、公共物流园吞吐量、快递分拨中心吞吐量均走弱，环比下滑 5.7、6.3、4.8 个百分点，为 2022 年同期的 70%、72%、74%。

● 海外：美国 XBB 亚型加速传播

(1)**美国 XBB 亚型加速传播**。截至 2023 年 1 月 14 日，美国 XBB.1.5、BQ.1.1、BQ.1 分别占比 40.3%、28.8%、15.9%。根据 CoVariants 数据，截至 2023 年 1 月 2 日，全球 BQ.1、BA.5、XBB 为优势毒株的国家/地区分别占比 60.0%、16.0%、10.7%。截至 2022 年 12 月 19 日，中国 BA.5、XBB 分别占比 96.9%、1.2%。

(2) **限制我国入境后，海外完全放开比例明显回落**。截至 2023 年 1 月 9 日，全球共有 104 个国家完全放开、较上周减少 14 个。截至 2023 年 1 月 15 日，有 33 个国家/地区限制我国入境，较上周新增 18 个。

● **风险提示**：疫情扩散超预期，国内政策执行力度不及预期。

相关研究报告

《大部分省市 2023 年经济增速目标下调——宏观周报》-2023.1.15

《促外贸政策仍需持续发力——12 月进出口数据点评——宏观经济点评》-2023.1.14

《CPI 环比首度转负，但服务通胀仍有韧性——美国 12 月 CPI 点评——宏观经济点评》-2023.1.13

目 录

1、国内：春运提速，春节消费可期	4
1.1、93%省市、84%城市疫情退坡至 2022 年 1-2 月水平。	4
1.2、春节消费可期	5
1.3、消费场景持续修复	6
1.4、人流加速回暖，航运、铁路斜率向上	8
1.5、物流小幅回落	12
2、海外：美国 XBB 亚型加速传播	13
2.1、美国 XBB 亚型加速传播	13
2.2、限制我国入境后，海外完全放开比例大幅回落	14
3、风险提示	15

图表目录

图 1：全国发烧指数环比减少 45.9%	4
图 2：城市层面“退烧”接近尾声	4
图 3：省、城市分别于 12 月 25 日、12 月 29 日完全达峰	4
图 4：93%省市、84%城市退坡至 2022 年 1-2 月水平	4
图 5：春运第一周，全国消费环比改善 13.3%	5
图 6：旅游城市和沿海城市改善仍较快	5
图 7：春运第一周，一线消费修复斜率收窄	5
图 8：春运第一周，重点二线维持修复斜率	5
图 9：春运第一周，全国消费指数修复至 2022 年 11 月的 135%	6
图 10：购物中心客流量修复超过 2022 年	6
图 11：广深、北京、上海购物中心人流依次修复	6
图 12：重点二线城市修复时点相近	7
图 13：旅游景区客流量环比改善 9.0%	7
图 14：博物馆、水族馆改善较快	7
图 15：海底捞周营业额为 2022 年同期的 117%	8
图 16：喜茶周营业额为 2022 年同期的 125%	8
图 17：电影消费仍待改善	8
图 18：居民生活和消费半径迅速回升	9
图 19：开年各地积极出台地产宽松政策	9
图 20：执行航班持续回升	9
图 21：加权平均拥堵指数超过 2019 至 2022 年	9
图 22：西安、济南、北京、武汉、长沙等城市周均拥堵指数靠前	10
图 23：春运第一周，工作日人流和周末人流均恢复至 2019 年同期水平	10
图 24：消费人流向上	11
图 25：复工人流向向下	11
图 26：复工人流/消费人流指标下行	11
图 27：北京复工人流、消费人流均修复	11
图 28：春运启程推升百度迁徙指数	12
图 29：湖南、河南、安徽、江西、广西为主要迁入省	12
图 30：1 月 15 日，民航、铁路同比 2019 年春运增速改善至 20%左右	12

图 31: 高速公路货车通行量延续回升	13
图 32: 整车货车流量指数修复为 2022 年的 70%	13
图 33: 公共物流园吞吐量为 2022 年的 72%	13
图 34: 快递分拨中心吞吐量为 2022 年的 74%	13
图 35: 美国 XBB.1.5 变种占比 40.3%	14
图 36: XBB 毒株仍在东南亚和南亚的印度、巴基斯坦优势传播	14
图 37: 海外完全放开比例回落、亚太稳步提升	15
图 38: 33 个地区限制中国入境	15

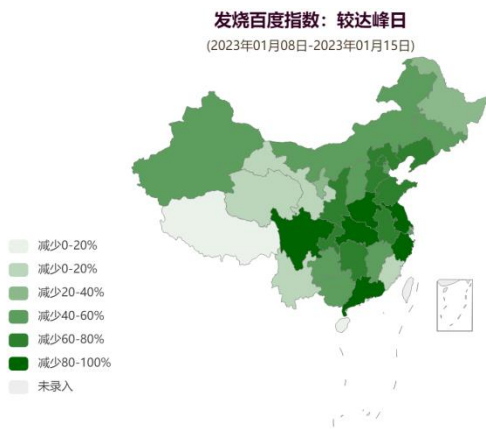
1、国内：春运提速，春节消费可期

1.1、93%省市、84%城市疫情退坡至 2022 年 1-2 月水平。

(1)93%省市、84%城市疫情退坡至 2022 年 1-2 月水平。我们曾在《达峰第一周，消费开启复苏——疫后复苏跟踪 1 月第 1 期》指出，“2022 年 12 月 25 日 31 省市完成 100%达峰比例，2022 年 12 月 29 日 362 个城市完成 100%达峰比例”。1 月 14 日，国家卫健委医政司司长焦雅辉指出“全国发热门诊的诊疗量在 2022 年 12 月 23 日达到高峰，之后是持续下降，到 2023 年 1 月 12 日回落到 47.7 万人次，较峰值时数量减少 83.3%”，与我们基于搜索指数的达峰计算较为接近。截至 1 月 13 日，测算 93%省市、84%城市疫情回到 2022 年初的平均水平。

(2)分省市来看，春运第一周 2023 年 1 月 8 日-1 月 15 日当周，全国发烧指数环比减少 45.9%，仅西藏“退烧”较慢。城市层面来看，金华、镇江、无锡、厦门、中山等沿海城市仍在退烧，环比减少 49%、41%、40%、38%、36%。

图1：全国发烧指数环比减少 45.9%



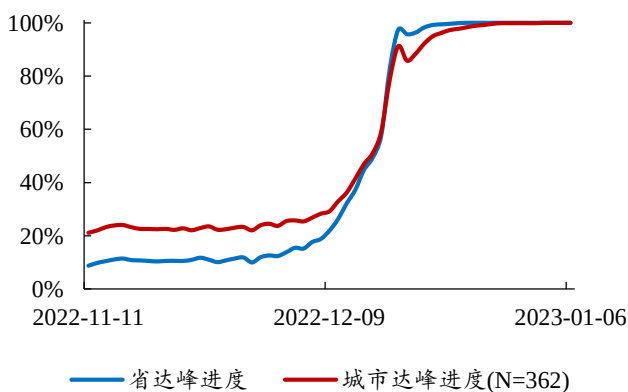
数据来源：百度指数、开源证券研究所

图2：城市层面“退烧”接近尾声



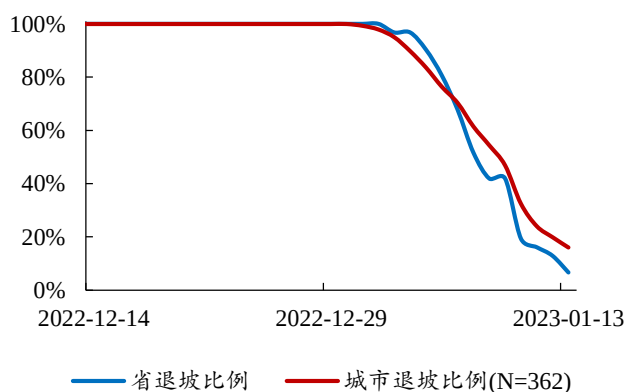
数据来源：百度指数、开源证券研究所

图3：省、城市分别于 12 月 25 日、12 月 29 日完全达峰



数据来源：百度指数、开源证券研究所；注：达峰进度为连续变量，计算为当日百度指数/达峰日百度指数，达峰后标记为 1。

图4：93%省市、84%城市退坡至 2022 年 1-2 月水平



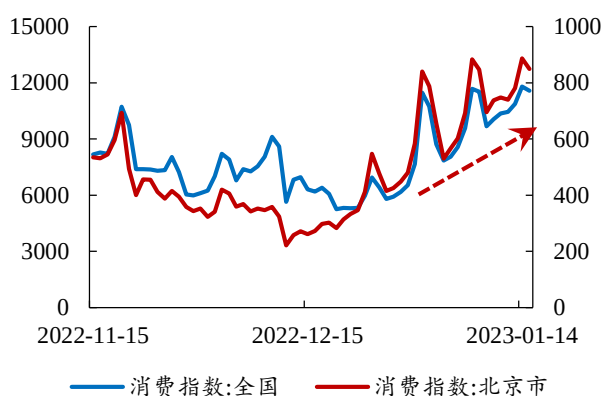
数据来源：百度指数、开源证券研究所；注：退坡比例为 01 变量，疫情完全退坡标记为 0，此前标记为 1。

1.2、春节消费可期

百度地图消费指数¹：消费指数并非百度搜索指数，为百度地图发布的反映出行消费规模的指标。春运第一周，全国消费指数环比改善 13.3%，斜率收窄但延续向好态势，达到2022年11月均值的139%。其中，一线、二线、三四线分别环比改善10.5%、14.3%、13.9%，达到2022年11月同期的127%、151%、133%，一线主要系上海达峰偏慢拖累。

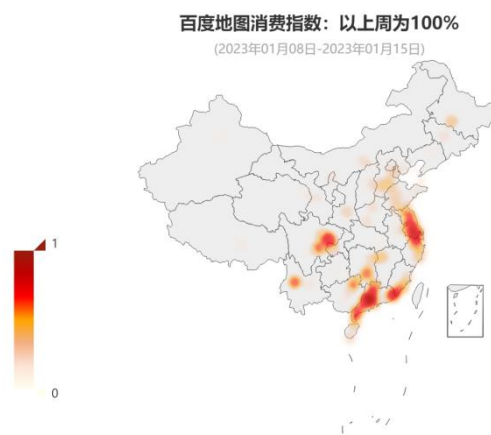
城市呈现从北向南按“杨康”形势进行修复，旅游城市和三四线城市表现较好，与春节旅游、春运返乡、三四线达峰偏慢等因素有关，大理、衡阳、桂林、哈尔滨、海口分别环比改善37%、36%、31%、26%、26%。

图5：春运第一周，全国消费环比改善 13.3%



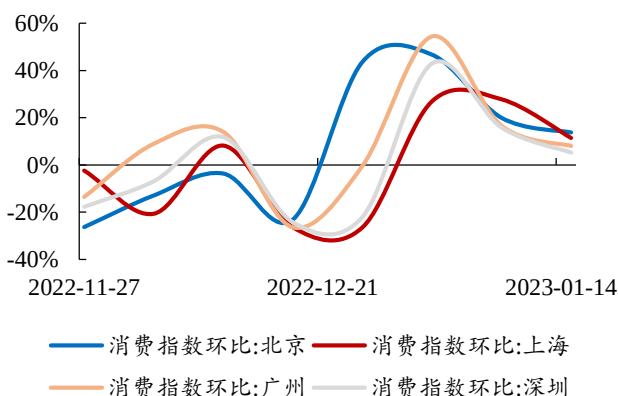
数据来源：百度地图、开源证券研究所

图6：旅游城市和沿海城市改善仍较快



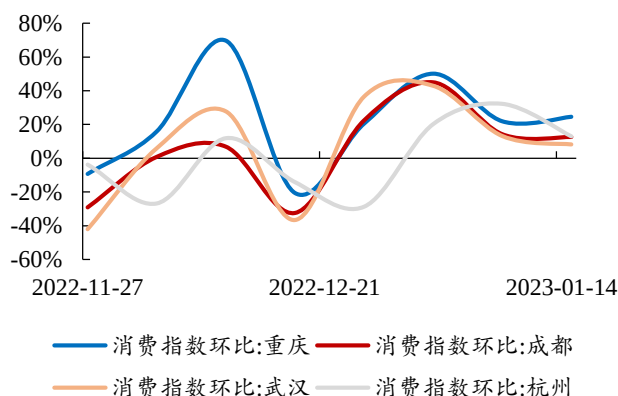
数据来源：百度地图、开源证券研究所

图7：春运第一周，一线消费修复斜率收窄



数据来源：百度地图、开源证券研究所

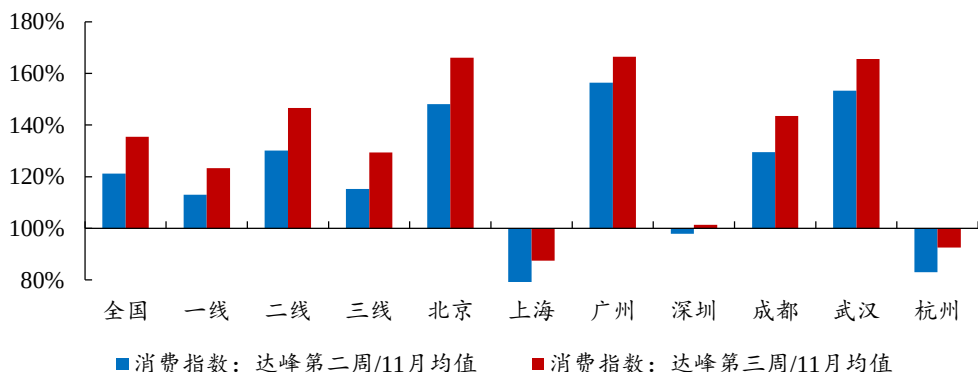
图8：春运第一周，重点二线维持修复斜率



数据来源：百度地图、开源证券研究所

¹ 消费指数是反映出行消费规模的指标，数值越大，说明居民出行消费意愿越强。在地理信息系统中，一个POI可以是一栋房子、一个商铺、一个邮筒、一个公交站。地理信息系统对POI（Point of Interest 兴趣点）进行分类，常见分类有吃、住、行、玩、景点、购物、生活等。百度地图基于用户对消费类POI的出行需求、位置服务计算形成消费指数。

图9：春运第一周，全国消费指数修复至 2022 年 11 月的 135%



数据来源：百度地图、开源证券研究所；注：消费指数基于百度地图消费出行需求、位置服务挖掘计算所得

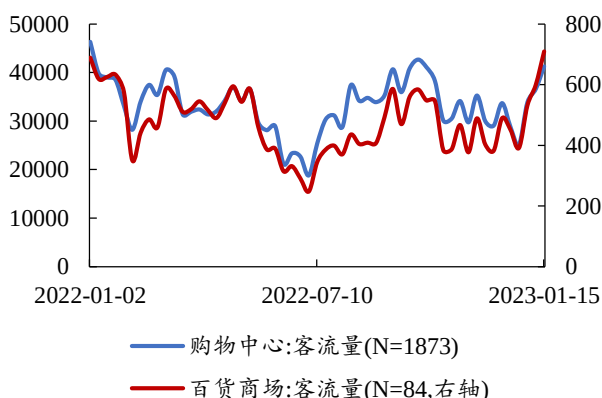
1.3、消费场景：购物旅游餐饮超过 2022 年同期

我们跟踪了购物、旅游、餐饮、电影等一系列重要消费场景，其中覆盖 2500+ 购物场景（购物中心、百货商场、超市等）、2000+ 旅游景区（动物园、水族馆、博物馆、植物园、游乐园等）的客流量和周边拥堵指标。

(1)购物：春运第一周，购物中心、百货商场客流量分别环比改善 18.4%、12.8%，达到 2022 年同期的 113%、106%，达到 2022 年春运同期的 112%、107%。其中，购物中心客流量的修复节奏为“广深快于北京快于上海”、“二线城市修复时点较为相近”。

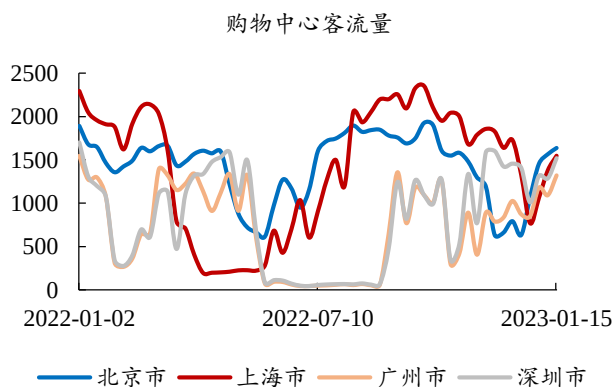
(2)旅游：春运第一周，旅游景区客流量环比改善 9.0%。分类型来看，博物馆、水族馆修复斜率较为陡峭，较达峰周改善了 81%、96%。

图10：购物中心客流量修复超过 2022 年



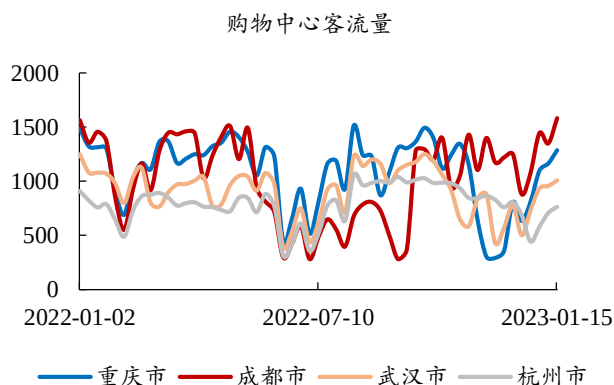
数据来源：百度地图慧眼、开源证券研究所

图11：广深、北京、上海购物中心人流依次修复



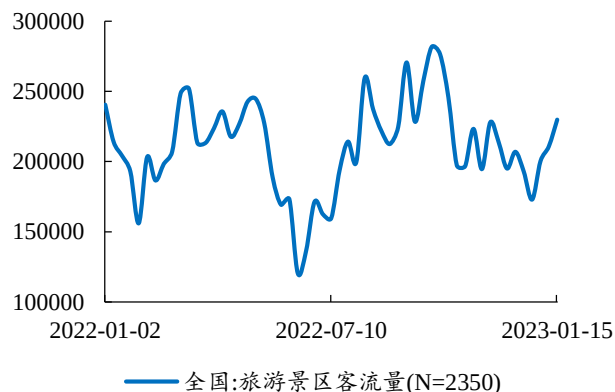
数据来源：百度地图慧眼、开源证券研究所

图12: 重点二线城市修复时点相近



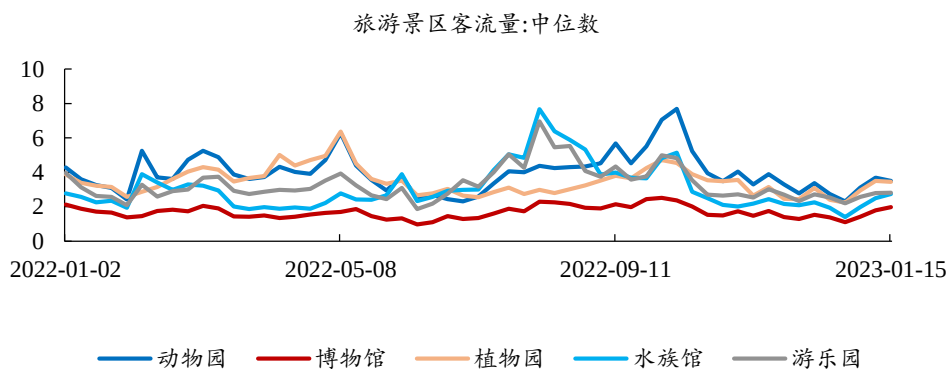
数据来源: 百度地图慧眼、开源证券研究所

图13: 旅游景区客流量环比改善 9.0%



数据来源: 百度地图慧眼、开源证券研究所

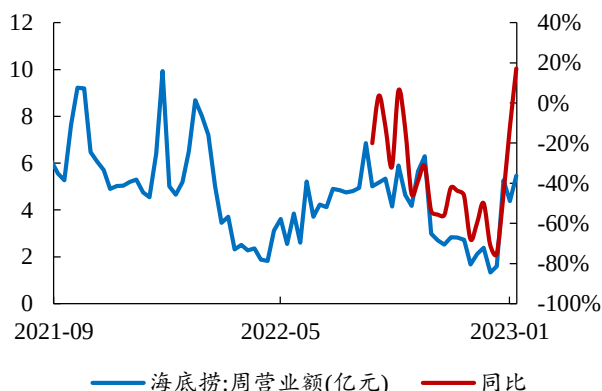
图14: 博物馆、水族馆改善较快



数据来源: 百度地图慧眼、开源证券研究所

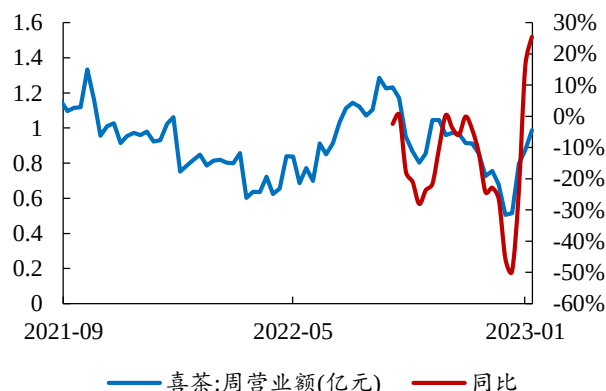
(3) 餐饮: 春运第一周, 全国海底捞收入额 5.5 亿元, 改善至 2022 年同期的 117%、2022 年春节同期的 105%; 全国喜茶收入额为 1.0 亿元, 改善至 2022 年同期的 125%、2022 年春运同期的 120%。

图15: 海底捞周营业额为 2022 年同期的 117%



数据来源：久谦、开源证券研究所

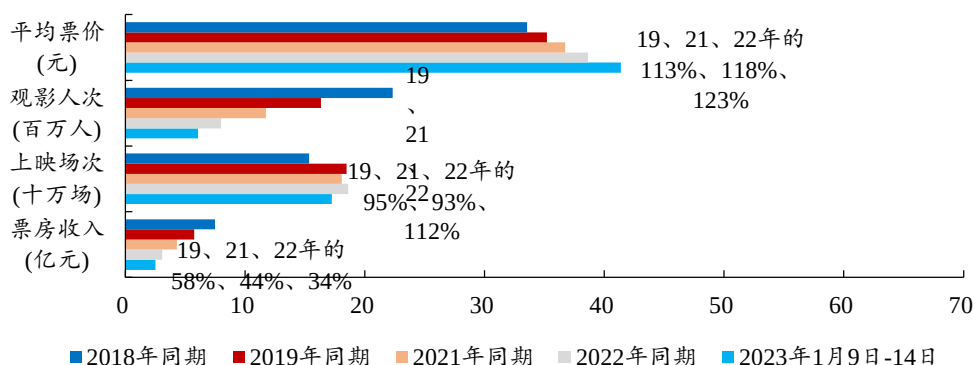
图16: 喜茶周营业额为 2022 年同期的 125%



数据来源：久谦、开源证券研究所

(4) 电影：春运第一周，全国电影票房收入 2.5 亿元，分别为 2019 年、2021、2022 年的 34%、44%、58%，较元旦档改善有限；观影人次 0.06 亿，分别为 2019 年、2021、2022 年的 27%、37%、52%；平均票价 43.8 元，超过前三年。

图17: 电影消费仍待改善



数据来源：Wind、猫眼电影、开源证券研究所

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_51376

