



商贸零售行业中秋消费数据 点评：点状疫情影响致中秋 消费略平淡



投资要点:

本年中秋节在部分地区疫情影响的背景下，旅游人次、旅游收入、人均消费均低于往年，旅客减少为核心因素，而人均消费减少为次要因素。但从环比表现来看，表现优于上海疫情防控刚结束后的端午。在出行受阻情况下，本地游、露营已经相关行业继续维持 2020 疫情以来的高热度。

今年中秋假期整体不及 2021 年同期，出游人次、旅游收入均有双位数下滑。从出游人次来看，2022 年中秋节全国出游人次共计 0.73 亿人次，同比-16.7%，恢复至 2019 年同期 72.6%的水平。从国内旅游收入来看，今年中秋假期旅游收入共计 286.8 亿元，同比-22.80%，恢复至 2019 年同期 60.6%的水平。从人均消费来看，2022 年人均消费金额为 392.88 元，同比-6.93%，恢复至 2019 年同期 87.25%的水平。

中秋假期表现优于同年清明、端午。从单日平均值看，中秋假期日均出游人次低于今年以来其他假期，日均出游人次为 0.24 亿人次，与相同假期天数的清明节、端午节环比-4%、-11.11%。中秋假期日均旅游收入约 95.6 亿元，高于清明节 62.6 亿元（环比+52.72%）、端午节 86.07 亿元（环比+11.07%）。

从日均人均旅游费用来看，中秋人均消费远高于清明及端午假期，2022 年中秋人均消费 398.33 亿元，与清明、端午环比+59.08%、+24.96%。

本地周边游为主要趋势。受疫情多点爆发的影响，在多地倡导市民就

地过节的背景之下，大部分游客选择以“市内微旅行”和城市周边郊野度假休闲的方式欢度佳节。中秋假期，根据携程、途牛旅游网数据，本地游、周边游人次占比超 60%，小猪民宿本地民宿订单占比超 70%。从住宿类型来看，高星酒店、乡村民宿热度不减。根据飞猪数据，高星酒店订单量恢复至去年同期 80%水平。木鸟民宿乡村订单量达到了端午假期的 2.5 倍。

航班量、旅客量大幅下滑。根据非常准数据，2022 年中秋节当日“赏月航班”仅 1607 架，同比-47.26%。同时 9 月 10 日-11 日国内客运航班执行量共 7561 架，同比-66%，与疫情前 2019 年相比下滑近 7 成。此外，据航旅纵横数据，中秋假期民航旅客量预计超 100 万人次，比去年同期实际旅客出行量减少近 6 成，与今年端午假期比减少近 16%。从机票价格来看，去哪儿平台显示中秋机票国内订单裸票价格（不含基建燃油附加费）达到了近 5 年来最低水平，较暑期也下滑近 2 成。

中秋档票房不佳。根据灯塔专业版数据显示，2022 年中秋档总票房达到 3.73 亿元，档期总人次为 930.9 万。票房前三分别为《哥，你好》（1.43 亿）、《新神榜：杨戬》（4435.4 万）以及《独行月球》（3961.3 万）。票房

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_46165

