

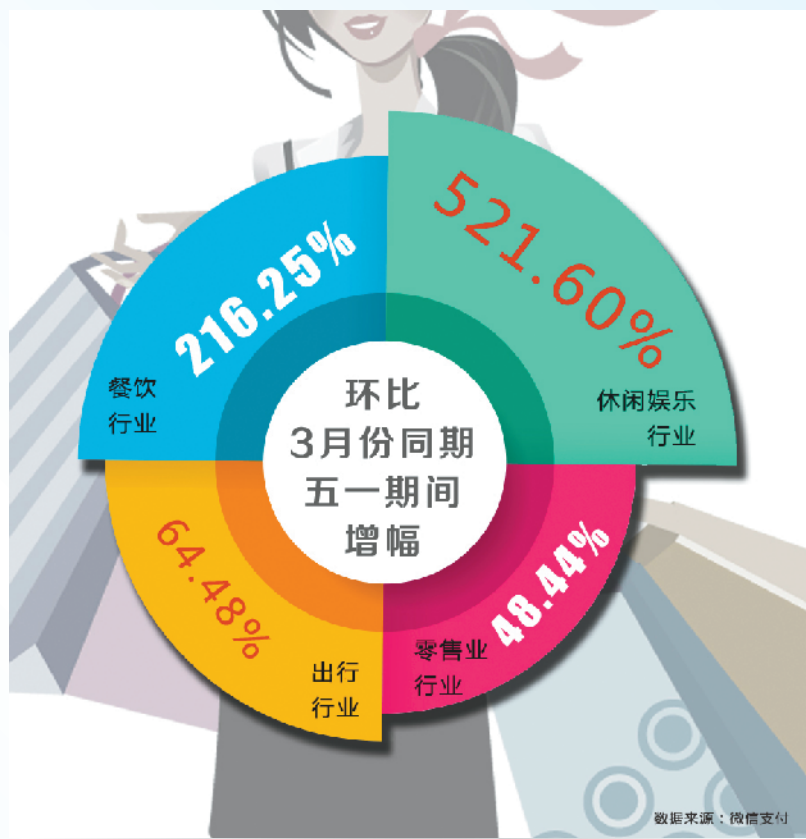


# 大数据告诉你广东小长假购买力

## 从“火锅奶茶烧烤”到“单车景点消费券”

今年五一小长假是12年来最长的五一假期，随着疫情阴霾逐渐散去，消费正在悄然复苏。羊城晚报记者从多方面获悉，五一期间广深等城市，在餐饮、出行、购物等方面逐步恢复。5月1日至5月3日，广东省微信发券地区共带动消费5.1亿元，拉动消费11倍；五一期间，广东省累计接待游客1861.5万人次，主要商圈人流量恢复至去年同期六七成；广州、深圳的市民五一期间烧烤、火锅、奶茶消费比4月增加3倍以上……

大数据显示，广东的消费军团已经集结完毕！



### 出游欲望高涨 广州挤进骑行最热门城市前十

五一期间，人们出游的欲望明显上涨，百度搜索大数据显示，五一期间“酒店预订”、“景区门票”热度分别环比上涨75%和102%。此外，周边游异军突起受到网友欢迎，“高速公路收费”搜索热度环比上涨124%。

广东省文旅厅发布的数据显示，5月1日-5月5日，广东省累计接待游客1861.5万人次，旅游总收入103.6亿元。作为旅游大省，广东共拥有426

家A级旅游景区，五一期间开放了72.5%。纳入监测的百家重点景区累计接待游客315.7万人次；纳入监测的14段古驿道重点区域累计接待游客104.3万人次；纳入监测的13家红色旅游经典景区累计接待游客33.5万人次。

广州白云山风景名胜区、惠州西湖旅游景区、肇庆市星湖旅游景区、东莞松山湖风景区、深圳华侨城欢乐海岸为全省游客人数前五。随着旅游热的到来，此次旅游业收入好于节前预期。

作为旅游大省，从全国各地来粤岭南风情的游客络绎不绝。根据美团大数据，五一机票火车票最热门目的地前五名分别为成都、上海、郑州、广州和杭州；最热门票源地前五名为成都、郑州、广州、上海和杭州。其中，广州至深圳成为五一高铁最热线路。

除了全国各地居民的旅游热，广州本地居民也趁着假期出来“放风”。疫情过后的春暖花开之际，单车骑行成为了大多数居民的出游选择。美团单车大数据显示，广州挤进五一期间骑行最热门城市前十名。在广州，商圈、休闲娱乐、商业中心等区域成热门骑行点，其中西城都荟、万菱广场、西门口广场、正佳广场、万国奥特莱斯等都是市民的常选场所。



### 线下消费增长三成 5.1亿元消费券拉动消费11倍

广州市商务局数据显示，在广州市的天河城等主要商圈，人流量已经恢复至去年同期的六七成。5月1日，天河城当天接待游客14.8万人次，比4月的周末日均客流量增长六成；天环广场节假日期间日均人流量为10万人次，比3月周末平均人流提升七成；市内万达广场客流已恢复至去年同期的82%，销售额恢复至去年同期的91%。

既然是出门旅游、逛街，线下消费必不可少。五一期间，微信支付线下消费总额较4月环比增长30%，已经恢复并超过去年12月的消费水平。环比3月份同期，五一期间休闲娱乐行业增幅521.60%，餐饮行业增幅216.25%，零售行业增幅48.44%，出行行业增幅64.48%。其中，消费券拉动作用显著。微信支付数据显示，5月1日至5月3日，广东省发券地区共带动消费5.1亿元，拉动消费11倍；深圳宝安区、福田区、光明区、龙岗区、龙华区、罗湖区、南山区、坪山区消费券共带动当地消费2.6亿元。

支付宝发布的首份《中国小店经济五一报告》则显示，在消费券发放和五一小长假的双重刺激下，中国上千万小店正在快速恢复元气，全国800多万小店实现逆势翻盘，单日收入超去年同期水平，其中500多万小店单日收入是去年五一的两倍以上。

同比增长小店数量前十的城市为：广州、上海、温州、杭州、深圳、成都、郑州、重庆、北京、武汉。八成小店主表示，消费券刺激效果明显，希望后续能自己掏钱继续给老顾客发消费券，增加营收。

### 野餐也点外卖 公园订单环比增加了2-3倍

小长假对于“憋久了”的消费者来说，是“消费”和“放松”合二为一的好时机。广州市商务局发布的数据显示，五一假期前4天，广州餐饮总营业额超10亿元，恢复至去年同期近六成水平。

在吃这个方面，广东从来就不让人失望。阿里本地生活数据显示，烧烤、火锅和奶茶已经成为今年“小长假”广深市民的“三件套”标配，消费环比相较于4月皆环比增加3倍以上。其中，深圳市民的奶茶消费是4月初的近

4倍，而最贵的一单外卖花费超过600元，买了22杯同一种类的奶茶，可谓“情有独钟”。此外，广州市民对火锅和烧烤的消费增速在全国排名第五，最贵的一单火锅外卖是一份近1800元、80多份食材的“饕餮大餐”，最贵的一单烧烤花费近1500元。

值得一提的是，近期刷屏朋友圈的“野餐”在天气炎热的广东地区照样通行，不少市民外出到公园游玩。百度搜索大数据显示，“烧烤食材清单大全”、“野餐带什么”、

“帐篷怎么搭”是人们最关注的问题，抓住春天的尾巴，和亲朋好友去城市周边露营、野餐广受欢迎。

饿了么数据则显示，广东送至公园的外卖订单环比4月也成倍增长。其中，深圳市民在小长假期间，在公园使用饿了么下单外卖，环比4月增加了2.5倍，广州公园外卖订单也是4月的3倍左右。细看一下广州市民的野餐外卖订单，不难发现，汉堡是广州市民最喜爱的食物，在全国排名第二，仅次于武汉市民。

# 泰笛9.5亿元并购天天洗衣 传统洗衣行业要变天

羊城晚报记者 许悦

新冠肺炎疫情为洗衣行业加快了行业整合与重构的节奏。近日，泰笛科技公司宣布9.5亿元并购华南地区最大的洗衣公司“天天洗衣”。

作为中国最大的互联网居家生活服务公司之一，泰笛为1200万户付费家庭用户提供在线洗衣、订购鲜花等服务。天天洗衣则是洗衣行业的老牌企业，深耕洗衣行业30年，拥有全球最大超级智能洗衣工厂。此次并购，泰笛将通过科技和数字化技术赋能天天洗衣，打造全球最大洗衣公司。



### 泰笛为何逆市整合洗衣市场?

今年疫情发生之后，以线下门店为主的传统洗衣行业受到了极大的影响。另一方面，疫情把很多人逼成了洁癖，刷新了人们的生活习惯，在线洗衣市场迎来新一轮出圈机会。

“这一次疫情确实给了泰笛一个机会，让泰笛的技术与服务布局速度比原来加快了好几倍。”泰笛创始人姚宗场说，泰笛APP在春节期间日均活跃用户同比增长200%，至今仍呈现持续上涨趋势。疫情期间，泰笛已经为超过150万户家庭提供了高质量的洗涤、消毒服务。

天眼查数据显示，泰笛科技公司于2013年在上海成立，公司主要从事以移动互联网为平台的各类衣物用品的洗护，以及日常鲜花订购服务。已先后获得多轮融资，股东包括红杉资本、元禾原点、招商局创投、中信证券等。天天洗衣则创办于广州，深

耕华南洗衣市场30年，是国内知名的老牌洗衣连锁企业，拥有洗衣、奢侈品洗护和家居日化产品三大核心产业。

在姚宗场看来，过去几年，泰笛不仅打造了一支专业的服务型物流团队，还储备了一批优秀的互联网科技人才，这成为泰笛能够扛住这次疫情冲击，并且能逆市整合洗衣市场的重要原因。据介绍，目前，泰笛科技已建立了一套业界领先的AI用户算法，会根据用户下单的时间、小区分布、衣服材质、服饰品牌，甚至小哥上门的不同的话术，对用户进行多次分析，从而计算出各个服务品类的需求。

姚宗场表示，从长期影响来看，此次疫情将进一步唤起公众对卫生和健康的意识，增强衣物专业洗护和消毒将得到极大普及，在线洗衣行业将迎来广阔发展空间。

### 天天洗衣或成生产总部

据姚宗场透露，早在疫情发生之前，泰笛科技与天天洗衣的并购协议就已达成。“天天洗衣或将成为泰笛的生产总部，为泰笛线上用户提供更高品质的洗护服务”。

作为前几年的热门创业领域，在线洗衣市场也曾出现过众多平台，但经过几轮大浪淘沙，很多平台已经退场。泰笛虽然通过自建服务型物流及供应链、改造洗护工厂异军突起，但地域和洗护质量的限制，一定程度上阻碍了泰笛的大范围扩张。

此次并购天天洗衣，泰笛看中的就是天天洗衣30年的工匠技术和现代化的智能工厂，能够补齐泰笛的供应链短板。通过线上和线下的融合，彻底解决线上洗衣的质量问题。

“并购天天洗衣再改造，是泰笛进行扩张的最快方法。”中国商业联合会洗涤专业委员会主任潘炜表示，天天洗衣这个传统洗衣巨头，在广东拥有近200个洗衣门店和完备的供应链。泰笛可以凭借天天洗衣多年积累下来的线下连锁店、加盟店等优势，通过数据技术进行资源的有机结合。

据介绍，早在一个月前，泰笛的技术团队就已入驻天天洗衣。首先通过科技和数字化技术来“赋能”天天洗衣，以实体店、移动互联网为核心，通过融合线上线下，实现服务、会员、交易、营销等数据的互联互通，向用户提供跨渠道、无缝化的极致体验，尝试改变传统洗衣店“前店后厂”的模式。

### 90后95后衣物送洗频率更高

在泰笛并购天天洗衣的当下，中国洗衣行业正处于行业的重要转折点。中华环保联合会副主席兼秘书长、绿色洗涤专业委员会主任谢玉红表示，近十年来，洗衣行业在快速发展的同时，企业规模小、装备水平落后等问题日益凸显。除少数知名品牌拥有大规模洗衣工厂及先进设备外，国内大多数的洗衣店仍在沿用传统的洗衣方式，大多数生产效率较低，还停留在耗能、耗水的传统阶段，且难以进行质量控制。

“之前的洗衣市场是1500亿元规模到2000亿元的，主要是70后、80后的市场。如今90后、95后长大了，整体数据有了非

常大的改变。”据姚宗场介绍，在泰笛的用户里面，70后洗护频率不高，一年大概两次左右，80后一个半月洗一次左右，但90后、95后能做到一周或一周半洗一次，这是令他非常兴奋的一件事。而且90后、95后全部是互联网原住民，沿用传统的洗衣模式肯定满足不了他们的需求。

对此潘炜也认为，疫情将加速行业分化，提速行业整合。大量的洗衣店和小企业现金流难以支撑，大型洗衣企业则迅速转线上化解危机。后疫情期，洗衣行业或迎来洗牌整合潮，市场份额将加速向龙头集中。未来，绿色、低碳、环保和健康洗涤将成为主流。



### 金谷观察

## 5月中旬仍然偏向多头市场

单纯从技术分析方面看，时间周期法提示，未来一周有一个重要的时间窗口，大盘有可能出现调整。如果这个调整出现的话，性质上就是对3月23日以来反弹行情的总体调整。具体时间点，A股和美股等外围市场不一致，因为A股有五一假期，时间点往后挪一，美股等外围市场的时间点则在月初。据此，从技术角度和操作层面看，未来一周需要对这种调整有所提防，但不必当真。

美国经纪商TD Ameritrade的一季度财报显示，新增零售账户数量达60.8万户，同比大增249%。美国另一零售金融交易平台则显示，其银证转账资金在一季度出现史无前例的流入。

显然，美国的散户们在跑步进场。这个情景让人想起A股的2月行情，彼时也是疫情严重，但市场升势如虹。这个现象可以这样解释，有趣，也能说明问题：宅在家里的人太多了，加上股市大幅波动带来了机会，所以市场反而止跌向上。

最新数据显示，美国4月失业率升至14.7%，是二战后的最高水平，美国全国失业人数达到惊人的约3300万人。股市毕竟是经济的晴雨表，在这样

的就就业数据面前，如果还相信股市处于牛市比较烧脑，老金还是宁愿相信，当下行情是由流动性支撑起来的一波反弹。

国际油价近期仍然波动剧烈，在负油价事件之后又出现大幅回升。此外，在虚拟货币市场，比特币重回1万美元之上，早些时候是借势中国央行开始内部测试央行数字货币的消息，近日则是炒作所谓挖矿创收数量即将减半的因素。市场走势波动大，投机资金会进一步趋之若鹜而集结。

5月7日，外资机构相关管理规定发布落实取消额度限制等，有利阶段A股市场进一步稳定。内外比较，A股在当下世界市场中吸引力越来越大。摩根士丹利最近的报告就表示，其他因素不足以动摇对中国股票的超配评级，MSCI中国的相对表现将继续好于其他新兴市场；与美国存托凭证(ADR)相比，建议超配A股，中国经济复苏态势明确、主权偿债能力更强。

不必过于纠结技术面上的启示，没有出现明确的转势信号如大盘有效跌破其10日均线时，适宜继续看好做多，相信5月中旬时间段仍然偏向多头市场。(金谷明)

### 建信基金：流动性合理充裕 债市持续向好

受新冠疫情影响，全球经济发展放缓，投资者风险偏好下降，债市走势令人关注。建信基金表示，结合宏观经济基本面和货币政策宽松预期，债市持续利好，建议投资者利用债券类基金进行资产配置。

截至3月底，在开放式债基中，建

信基金旗下共有7只基金(合并计算)获得3年五星评级。建信稳定得利A近3年收益率、近5年收益率均排名同类可比基金前1/3。截至4月17日，建信中债5-10年期国债债券指数A基金今年以来收益在同类型81只基金中排名第二。(杨广)

### 锁定3年中欧嘉和即将面世

5月11日到5月22日，业内资深老将王健将推出加入中欧基金后的第二只新基金——中欧嘉和3年持有期，限售20亿元。而其加入中欧后的第一只新基金，2018年1月成立的中欧嘉泽，至今年4月29日的累计收益为48.26%，显著高于同期成立的其他产品。

中欧嘉和每笔持有者锁定3年，力争提高盈利概率。根据中欧基金4月17日的公告，该基金拟调整基金募集规模达到20亿元后的提前结束募集安排，即募集期内任何一日，若达到或者超过20亿元，则下一日提前结束募集。(杨广)

### 上投摩根主动管理能力跻身行业前五

面对近期震荡的市场，部分基金公司凭借“硬核”的投研实力，取得了良好的业绩回报。以上投摩根基金为例，根据银河证券发布的《基金管理人股票投资主动管理能力评价》报告，截至今年一季度末，公司旗下股票基金近一年算

术平均收益率为25.79%，主动管理能力高居91家基金公司的第五位。未来，上投摩根仍将深耕本土，同时以国际化的视野借鉴海外成熟经验，为国内投资者提供更加全面的资产管理解决方案。(杨广)