

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019 年 1 月热点报告

地产相关消费维持稳定，线上消费显现回暖迹象

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，或受春节临近影响，珠宝首饰、酒类和食品饮料同比增长较为显著，服装鞋包销售低迷；地产相关消费较为平稳，各品类同比增速维持较高水平。

报告摘要

地产相关消费较为平稳，后装保持较高增速

地产相关消费同比增速均小幅回落，后装同比增速较高，家纺、灯具和家具移动平均的同比增速分别为 50%、28%和 22%；前装中，基础建材、厨房卫浴和厨卫大电移动平均的同比增速分别为 18%、15%和 8%。

家用电器销售保持稳定，个护健康持续领涨

1 月，家用电器同比增速保持稳定，为 21%。白电中，空调、洗衣机和冰箱同比增分别为 22%、13%和 6%；黑电中，厨卫大电同比增大幅降至 2%，电视小幅上涨至 6%；小家电中，个护健康依然领跑家电行业（57%），生活电器和厨房小电同比增大幅降至 7%和 4%。

服装鞋包消费略显低迷，运动户外需求释放

1 月，服装鞋包同比增降至 2%，其子类同比增均大幅下降：男装、女装、童装童鞋和内衣同比增速分别降至-9%、-17%、1%和 4%，男女包和功能箱包同比增为-8%和-59%。运动户外需求近三个月有所释放，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为 15%和 21%。

酒类和食品饮料稳中有升，子行业保持高速增长

1 月，酒类同比增 95%，其子类同比增速均大幅上升至 60%以上，白酒（97%）和啤酒（91%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增 67%，其中，奶制品（66%）和休闲食品（53%）同比增有所上涨，调味品（51%）和饮料（35%）略有下降。

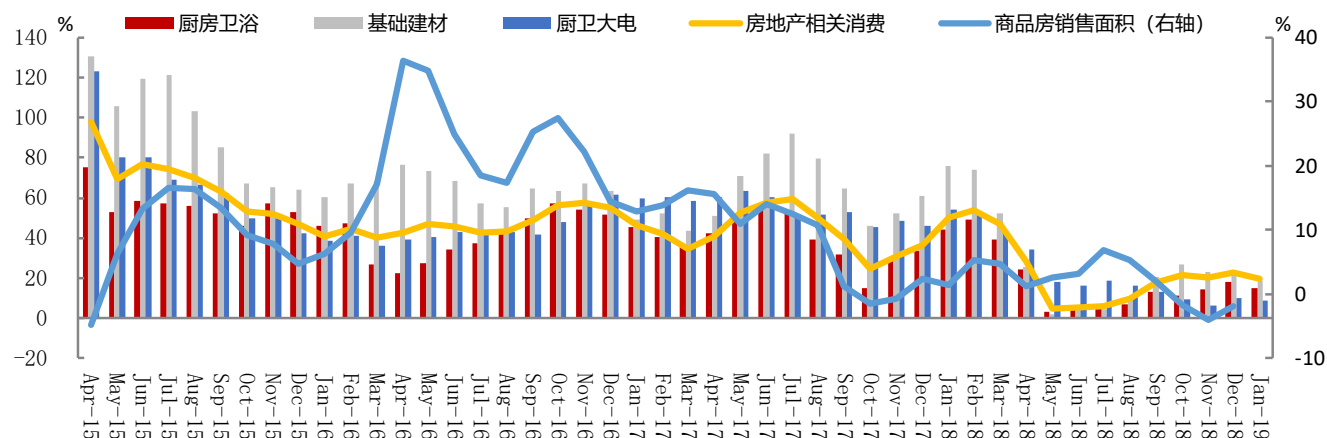
报告正文

一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费较为平稳，后装保持较高增速

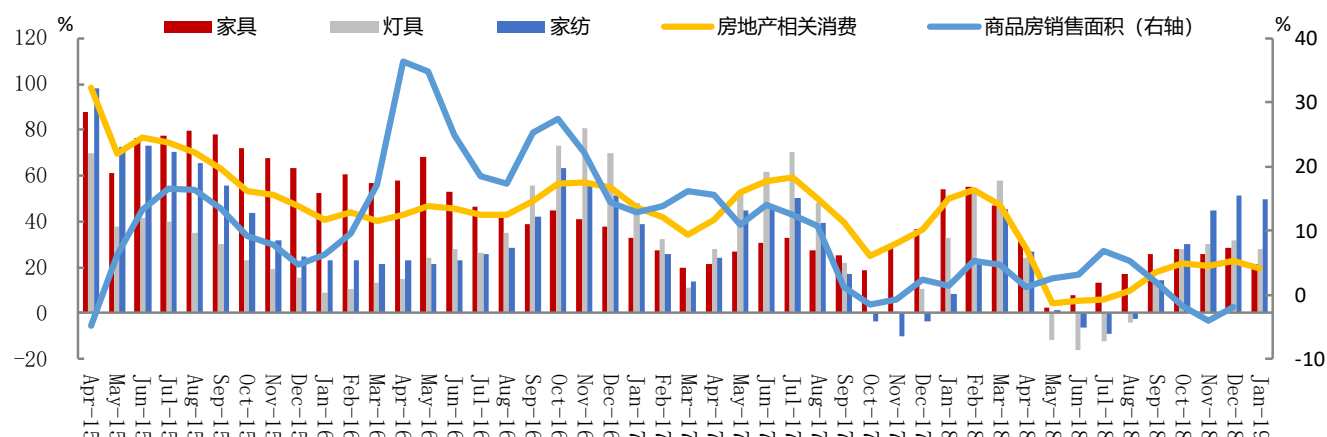
2018年1-12月，全国房地产开发投资120264亿元，累计同比增长9.5%，增速较1-11月下降0.2个百分点，高于上年同期2.5个百分点。同期，房地产开发企业土地购置面积、商品房销售面积和商品房销售额分别增长14.2%、1.3%和12.2%，分别较1-11月小幅变动-0.1、-0.1和0.1个百分点，房地产市场相对平稳。地产相关消费与商品房销售面积移动平均的同比增速变动较为一致且波动更为剧烈，自2017年3月以来呈波动下降趋势，而近期维持在一个较高水平。2019年1月，地产相关消费移动平均销售额同比增速小幅降至19%。其中各子类销售额同比增速均略有回落，前装中，基础建材、厨房卫浴和厨卫大电移动平均的同比增速分别为18%、15%和8%；后装中，家纺、灯具和家具同比增速分别为50%、28%和22%。

图表 1：厨房卫浴、基础建材、厨卫大电移动平均 GMV 同比增速 (MA=4)



数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

图表 2：家具、灯具、家纺移动平均 GMV 同比增速 (MA=4)

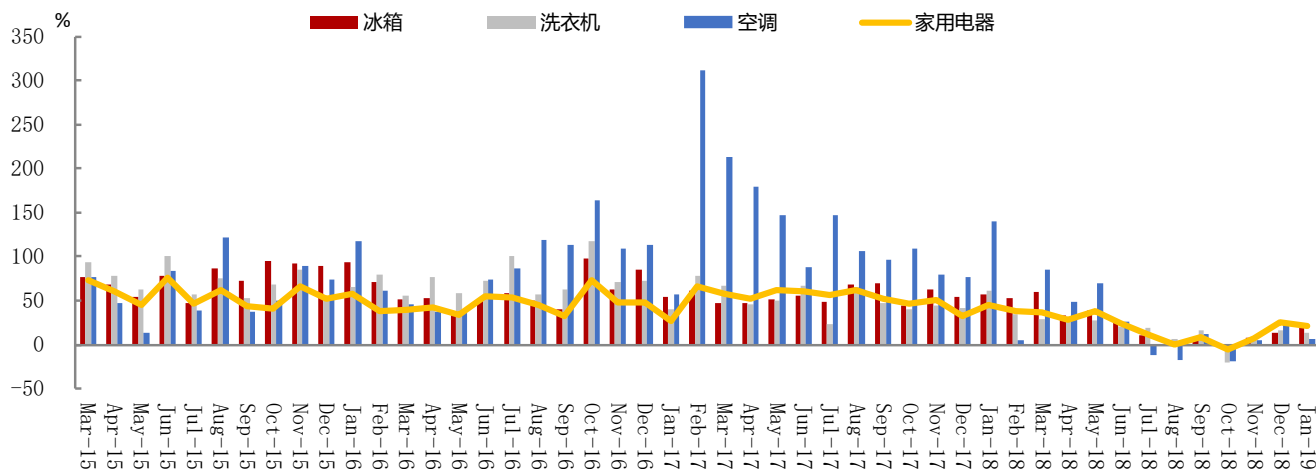


数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

(二) 家用电器销售保持稳定，个护健康持续领涨

2019年1月，家用电器同比增速基本保持稳定，为21%。白电中，冰箱(22%)和洗衣机(13%)均保持较高的同比增速，空调同比增速下降至6%。环比方面，白电的安装、配送等体系受春节影响而产生滞后，导致其销售较为冷淡，空调的销售额较2018年12月下降18%。白电平均寿命为10年左右，距我国上轮家电刺激政策也已过去10年之久，当时购买的家用电器将逐渐进入更新换代时期。2019年1月29日，国家发改委等十部门联合印发了《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》，明确支持绿色、智能家电销售，促进家电产品更新换代和积极开展消费扶贫带动贫困地区产品销售。2019年家电销售有望在政策的刺激下有所回升。

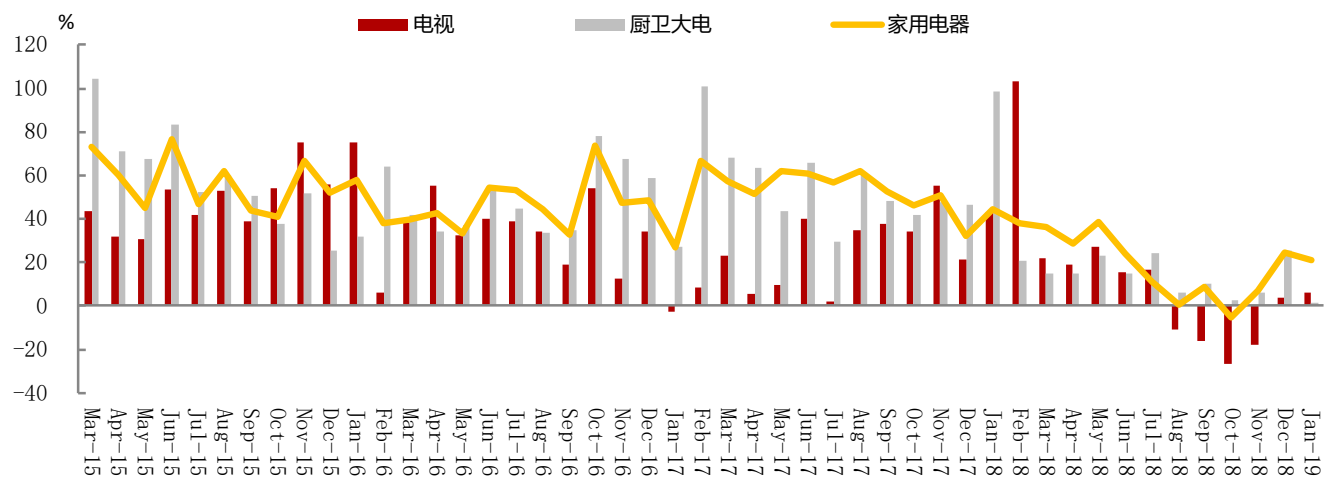
图表 3：白电 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

厨卫大电与商品房销量变动相关性较高，2018年2月以来，同比增速在较低水平波动，1月达到历史最低值2%，环比增速为-21%。同期，电视销售额同比增速升至6%，环比也大幅上涨至25%。

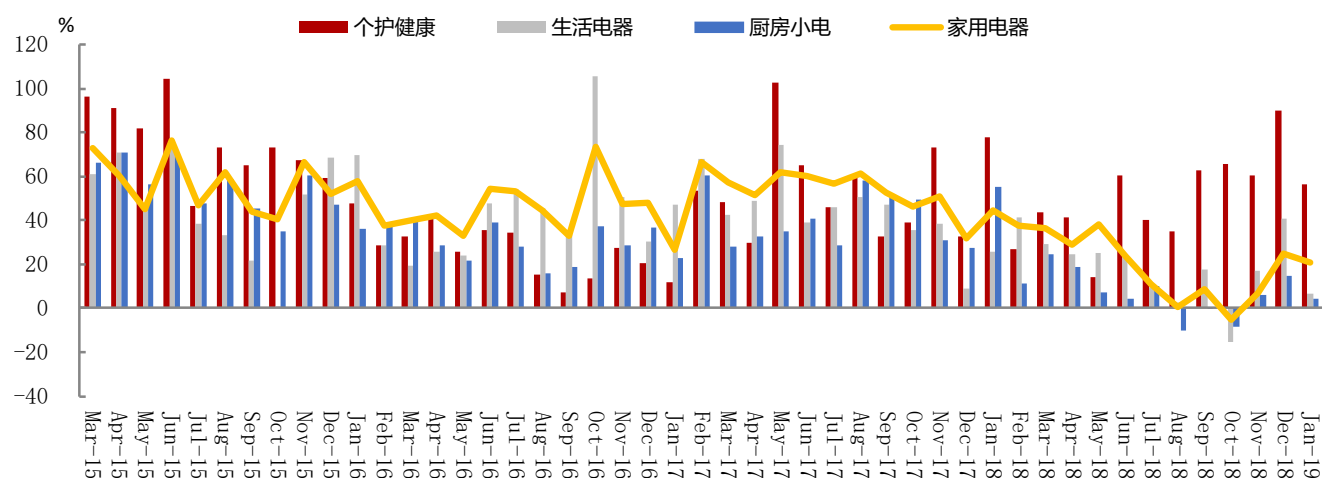
图表 4：电视和厨卫大电 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

个护健康保持扩张态势，持续领跑家用电器行业，1月同比增速高达57%，远超平均水平。生活电器和厨房小电同比增速均大幅下降至7%和4%。与2018年12月销售额相比，个护健康和厨房小电基本持平，生活电器小幅下降23%。

图表 5：小家电 GMV 同比增速

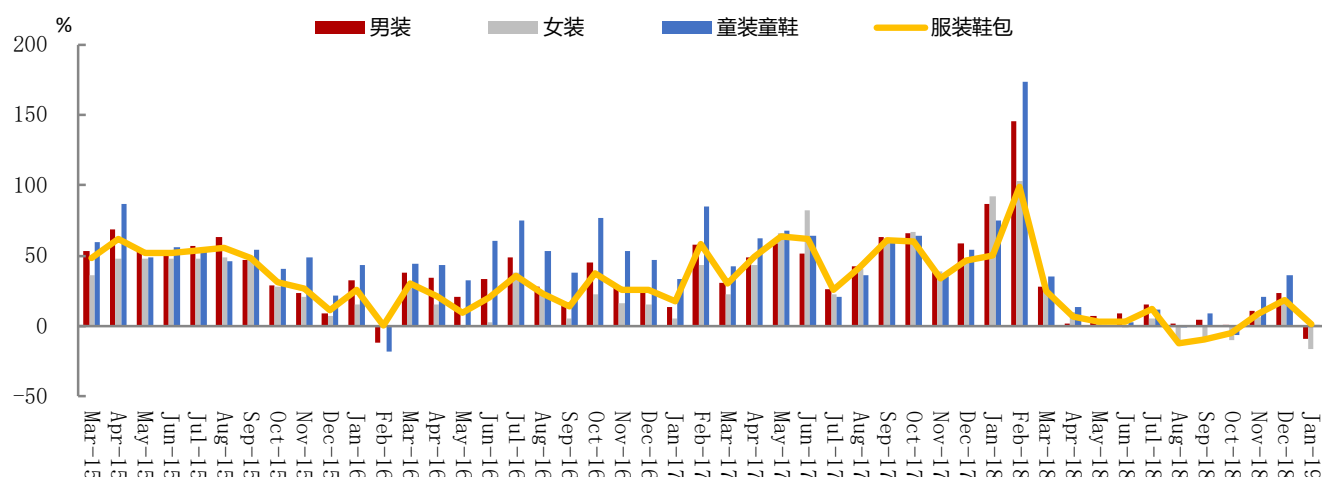


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包消费略显低迷，运动户外需求释放

服装鞋包消费略显低迷，1月销售额同比增为2%。由于节前促销较多以及快递行业提前进入春节假期，致使居民消费前移，1月传统服装的同比增速大幅回落，其中女装同比增速达到历史最低值-17%，男装和童装童鞋的同比增速分别为-9%和1%。环比方面，男装、女装和童装童鞋环比分别为-29%、-27%和-21%。

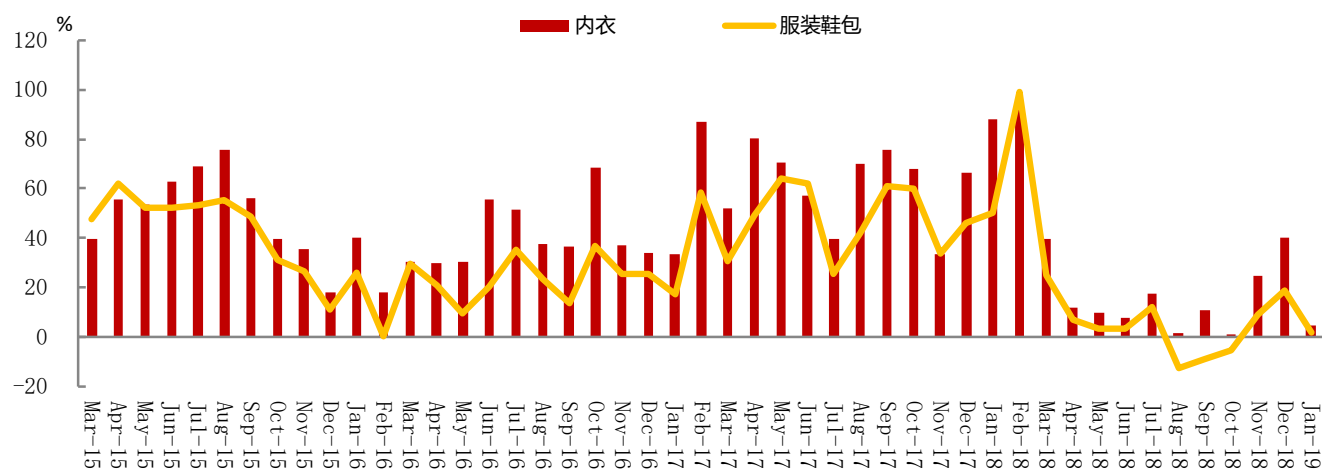
图表 6：传统服装 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣1月同比增速降至4%，环比降至-34%，销售状况优于传统服装。

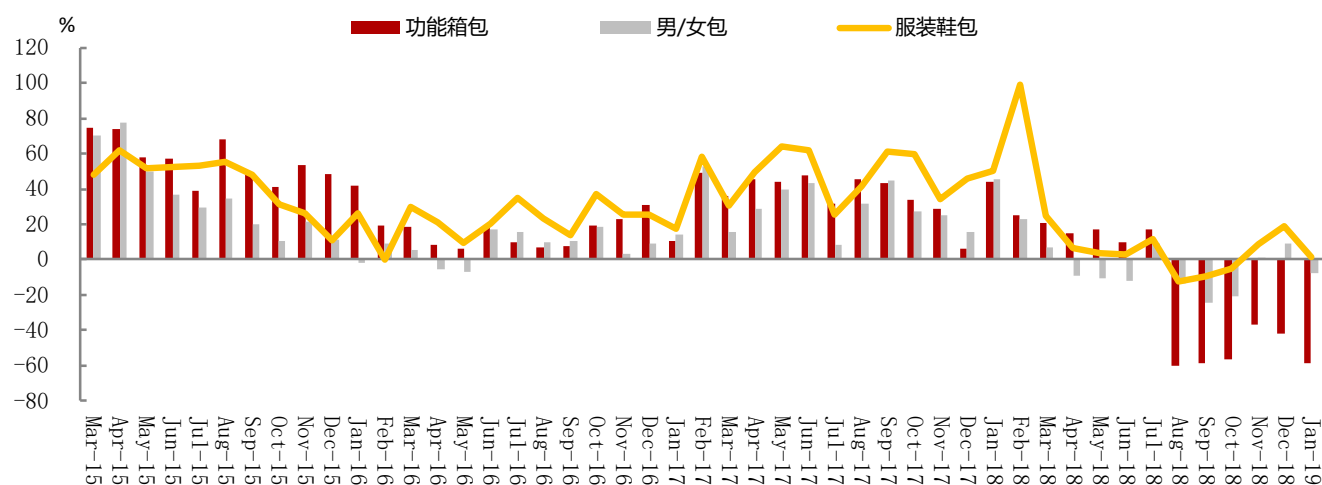
图表 7：内衣 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

1月，男女包销售额同比增速降至-8%，功能箱包同比增为-59%，已持续6个月负增长，是导致服装鞋包行业同比增速涨幅较低的主要原因。环比方面，功能箱包和男女包分别为-9%和3%。

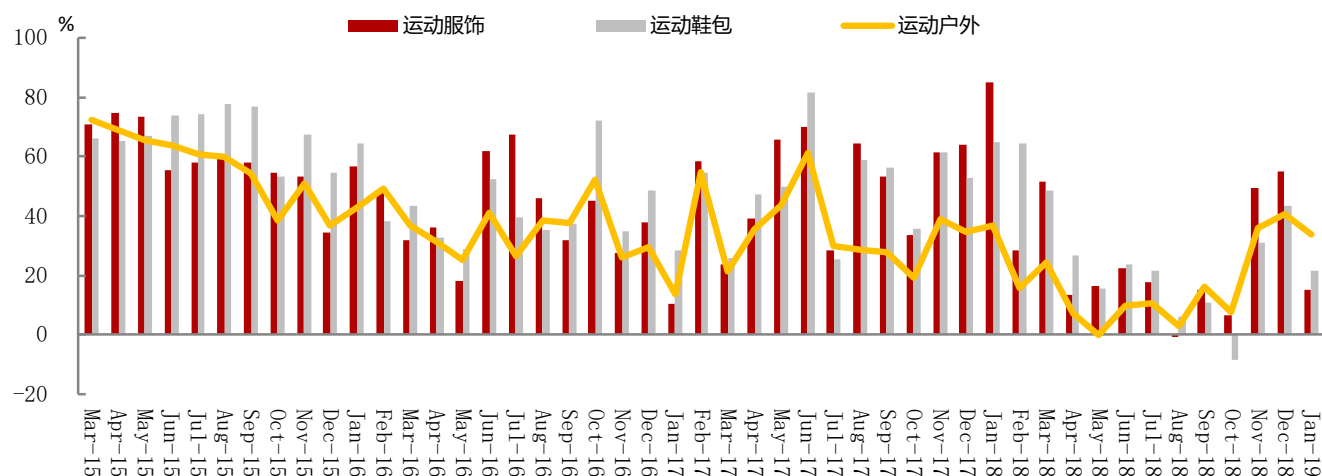
图表 8：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

1月，户外运动销售额保持了34%的较高同比增速，其中，运动服饰和运动鞋包均保持两位数同比增长，增速分别为15%和21%，消费需求有望回暖。

图表 9：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速

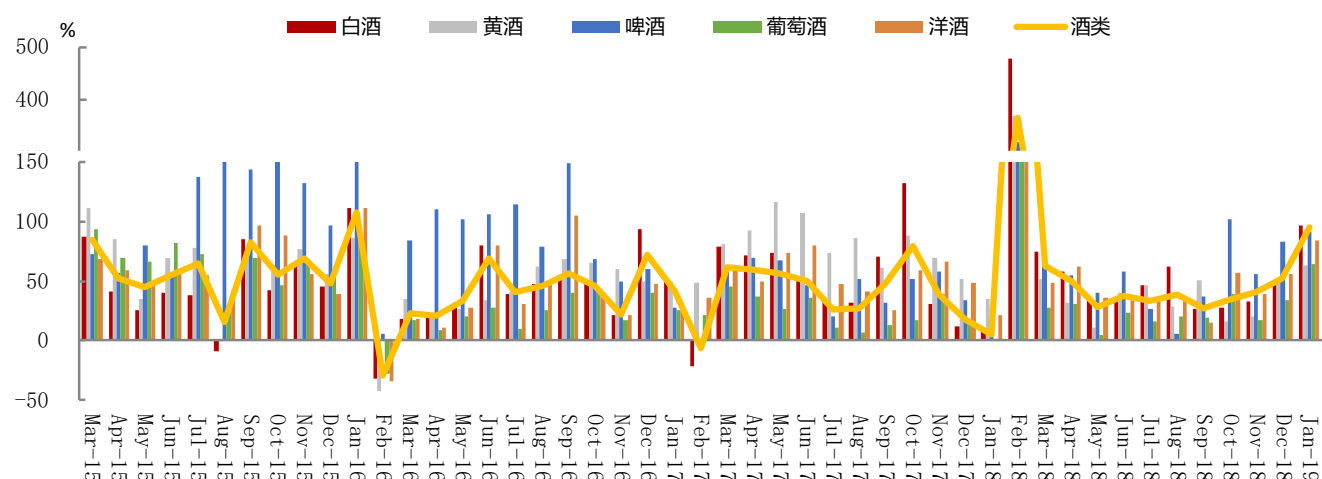


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类和食品饮料稳中有升，子行业保持高速增长

酒类具有较强的抗周期性，半年来同比增速稳中有升，2019 年 1 月升至 95%。春节临近，酒类进入销售旺季，各酒类同比增速均有所上升，白酒同比增速最高，达到 97%，啤酒（91%）、洋酒（84%）、葡萄酒（65%）和黄酒（63%）紧随其后，均保持较高水平。环比方面，各酒类销售额较上月均大幅提高，其中白酒（172%）和葡萄酒（102%）增长最为显著。

图表 10：酒类 GMV 同比增速

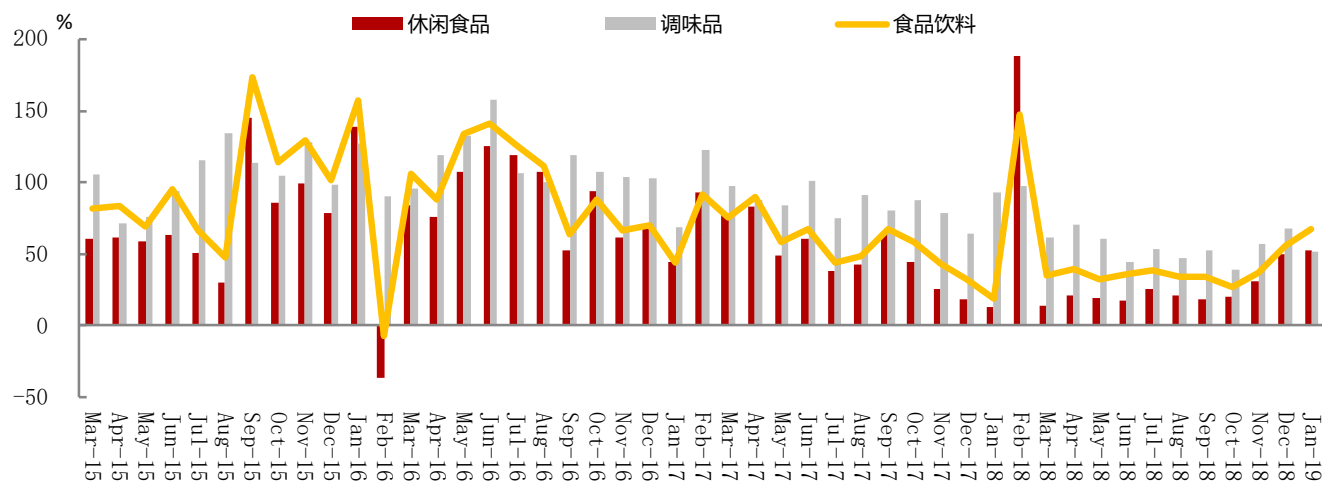


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

食品饮料等大众消费品抗经济周期性强，同比增速保持高位，1 月同比增 67%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为 53%和 51%。同期，春节营销旺季来临，休闲食品抢占年货市场，

销售额较上月增长 61%。

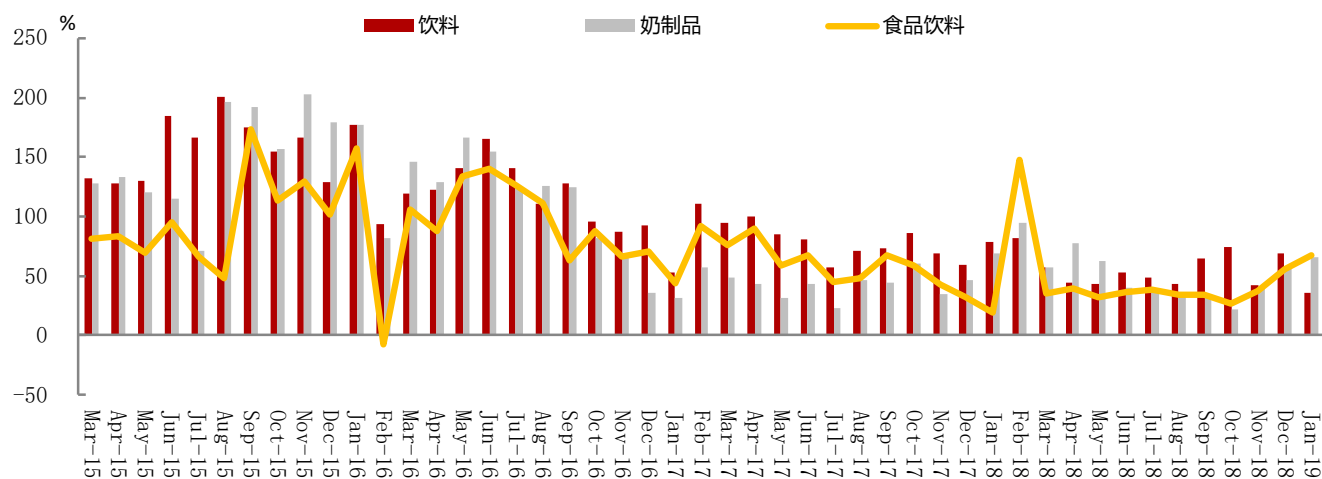
图表 11：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

1月，或受筹备年货影响，饮料和奶制品销售额同比增速分别高达 35%和 66%，环比增速分别为-4%和 24%。

图表 12：饮料与奶制品 GMV 同比增速



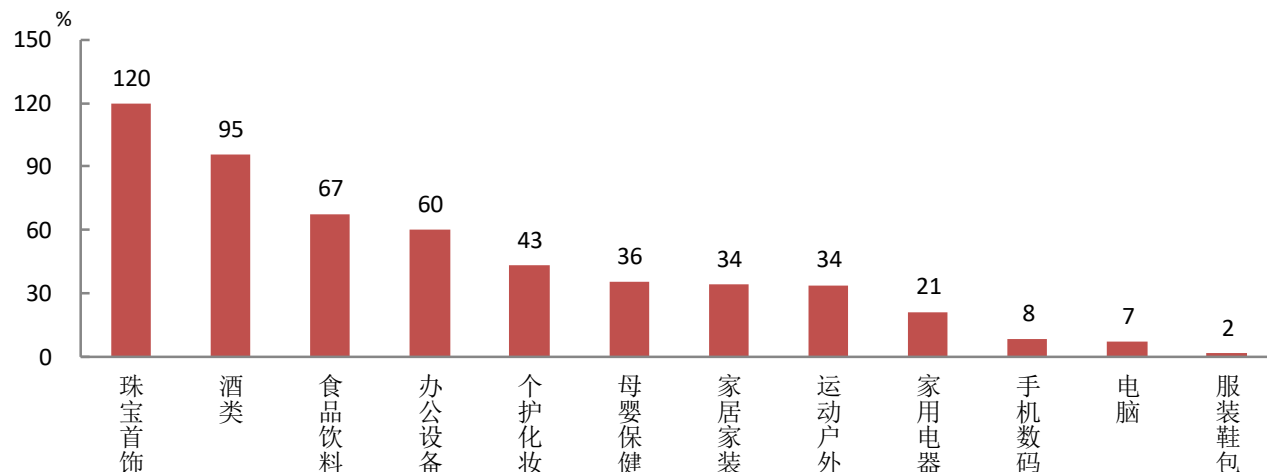
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、1月社会消费品零售总额增速

2019年1月，大部分门类实现了两位数以上的高增长，其中，珠宝首饰、酒类和个护化妆得益于其较强的礼品属性同比增速位列前茅，服装鞋包由于节前促销较多以及快递行业提前进入春

节假期而略显低迷。

图表 13：12 个一级门类 GMV 同比增长



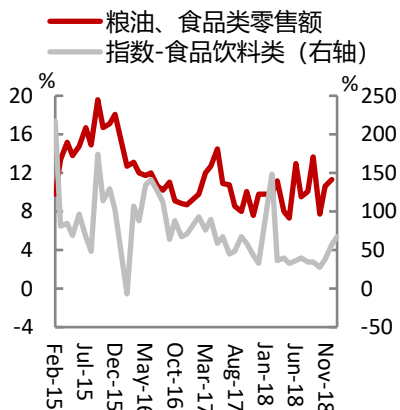
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

京东天灏线上数据的 12 个门类中，有 9 个门类与社会消费品零售数据的品类具有较强可比性。国家统计局每月中旬发布上月社会消费品零售额相关数据，晚于京东天灏线上数据（每月 9 日发布）。从两者同比增速对比看，京东天灏线上零售额增速显著快于社会消费品零售总额，且更富有弹性（图表 14）。分行业看，京东天灏线上数据与社会消费品零售总额的同比走势具有较强同步性，鉴于发布时间的差异，前者对于后者具有一定指示意义。

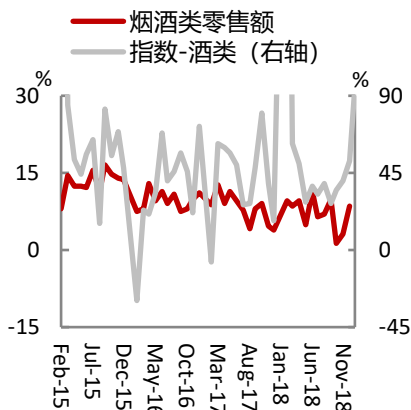
2018 年 12 月，网上实物商品零售额累计同比 25%，达 7.0 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 18.4%。2019 年 1 月，5 个消费品类的京东天灏消费指数同比增速均出现上升，具体包括食品饮料、酒类、家居家装、珠宝首饰和办公设备，且这些品类的同比增速均实现了两位数以上的高增长；其余的服装鞋包、家用电器、个护化妆和手机数码四个品类同比增速出现下降，其中服装鞋包和手机数码增速下降至个位数。我们预计社会消费品零售额总体仍显回暖趋势。

图表 14：9类消费品社会零售总额增速与线上零售额增速对比

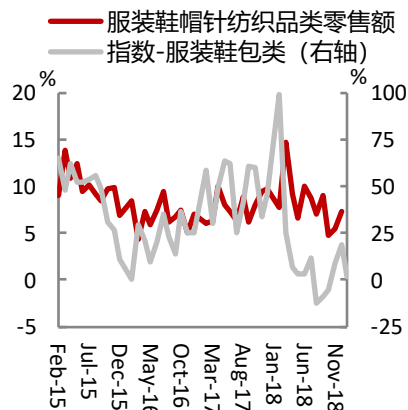
食品饮料



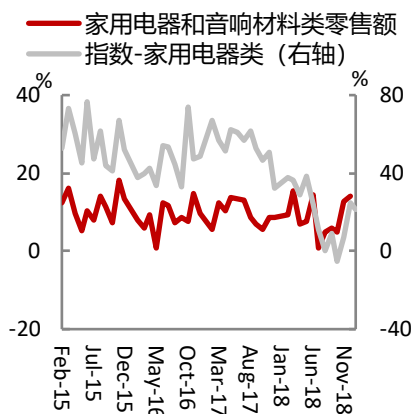
酒类



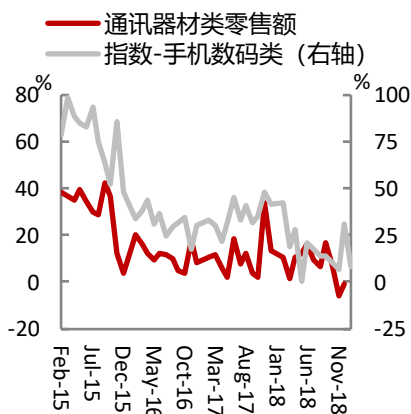
服装鞋帽



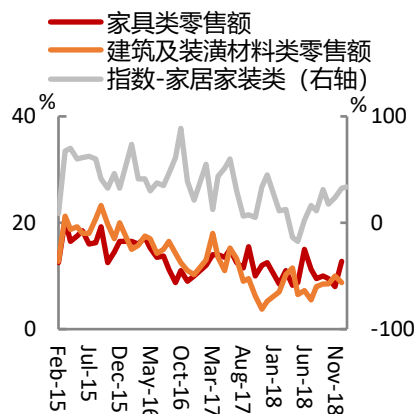
家用电器



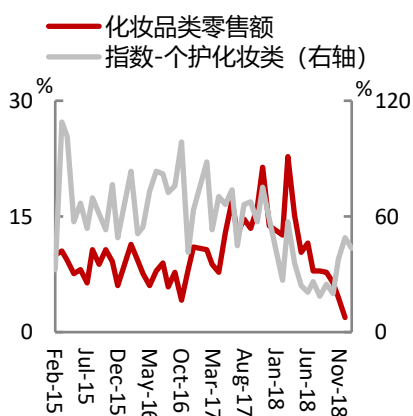
手机数码



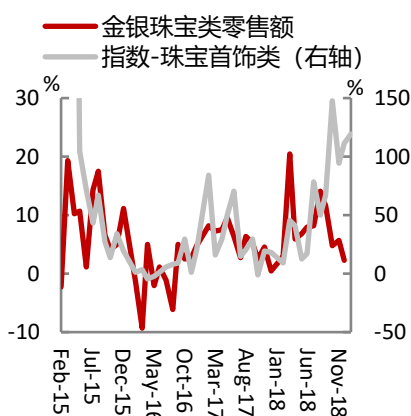
家居家装



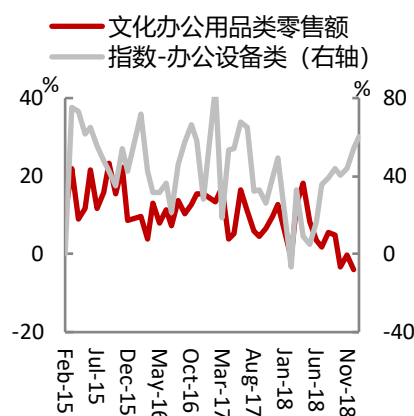
个护化妆



珠宝首饰



办公设备



数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

更多咨询敬请联络:

财新智库

财新智库高级经济学家 王喆

电话: +86-10-85905019

电邮: zhewang@caixin.com

财新智库研究员 马承瑶

电邮: chengyaoma@caixin.com

免责声明

本研究报告中所提供的信息仅供参考。报告根据国际和行业通行的准则，以合法渠道获得这些信息，尽可能保证可靠、准确和完整，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不能作为投资研究决策的依据，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。

关于财新智库:

财新智库是集研究、数据、指数和资产证券化服务为一体的高端金融服务平台。财新智库关注中国新经济的发展，以及传统产业向新经济领域的转型升级，通过为中外金融机构、实业企业、研究机构和政府监管部门提供全面、深入和领先的金融信息服务，致力于成为新经济时代中国金融基础设施建造商。

财新智库借助财新传媒多年积累的品牌公信力、人才凝聚力、市场号召力和国际影响力，通过单独的机制设计，与传媒业务整体互补，形成合力。详细信息，敬请浏览www.caixininsight.com。

关于京东金融:

京东金融集团，于2013年10月开始独立运营，已建立起七大业务板块--供应链金融、消费金融、众筹、财富管理、支付、保险、证券，实现了公司金融和消费者金融的双重布局。京东金融集团定位金融科技公司，通过领先的大数据应用，叠加机器学习、人工智能、区块链等新兴科技，建立起独有的大数据体系、技术体系、风控体系、支付体系、投研体系、投顾体系等一整套金融底层基础设施，并通过将技术、产品、用户、资金端、资产端开放给银行、证券、保险等各类金融机构及其他非金融机构，提供菜单式、嵌入式服务，打造出“金融+互联网”的全新模式。

关于天灏资本 (T. H. Capital) :

天灏资本 (后简称“天灏”) 是一家以对公开数据开发，处理和分析为核心的独立投资研究机构。她领先于市场，多年来致力于将大数据的方法应用于传统的金融投资和其他商业决策领域，独创出一套以数据为驱动的研究方法，通过标准化及个性化的方式，持续不断地在大数据中挖掘出对投资决策有决定意义的精准数据和投资建议。天灏注册于美国和中国两地。详情请浏览 www.thdata.com, www.thdatacapital.com。