

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019 年 3 月热点报告

地产相关消费稳中有升，线上消费增速重回高位

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019 年 3 月，或受宏观经济向好影响，各品类销售额同比大幅上升；受季节性因素影响，地产相关消费稳中有升，同比增速维持较高水平，后装涨幅较为显著。

报告摘要

地产相关消费稳中有升，后装涨幅尤为显著

地产相关消费同比增速稳中有升，后装同比增速较高，家纺、家具和灯具同比增速分别升至 51%、44%和 42%，家具和灯具涨幅持续扩大；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 33%、26%和 16%。

家用电器销售保持稳定，个护健康长期领涨

3 月，家用电器同比增速保持稳定，为 22%。白电中，洗衣机、空调和冰箱同比增分别为 18%、15%和 14%；黑电中，厨卫大电同比增升至 25%，电视依旧在低位徘徊（4%）；小家电中，个护健康依然领跑家电行业（34%），生活电器和厨房小电同比增大幅升至 18%和 21%。

服装鞋包有所提振，运动户外需求释放

3 月，服装鞋包同比增升至 16%，大部分子类销售额有所好转：男装、女装、童装童鞋和内衣同比增速分别为 33%、17%、22%和 32%，男女包和功能箱包同比增为 7%和-42%。运动户外需求近期有所释放，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为 43%和 31%。

酒类和食品饮料保持稳定，子行业保持快速增长

3 月，酒类同比增 27%，其子类均维持两位数高增速，洋酒（64%）和啤酒（60%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增 48%，奶制品（75%）、调味品（58%）和休闲食品（57%）同比增速大幅上涨，饮料同比增近半年呈下降趋势，本月为 32%。

报告正文

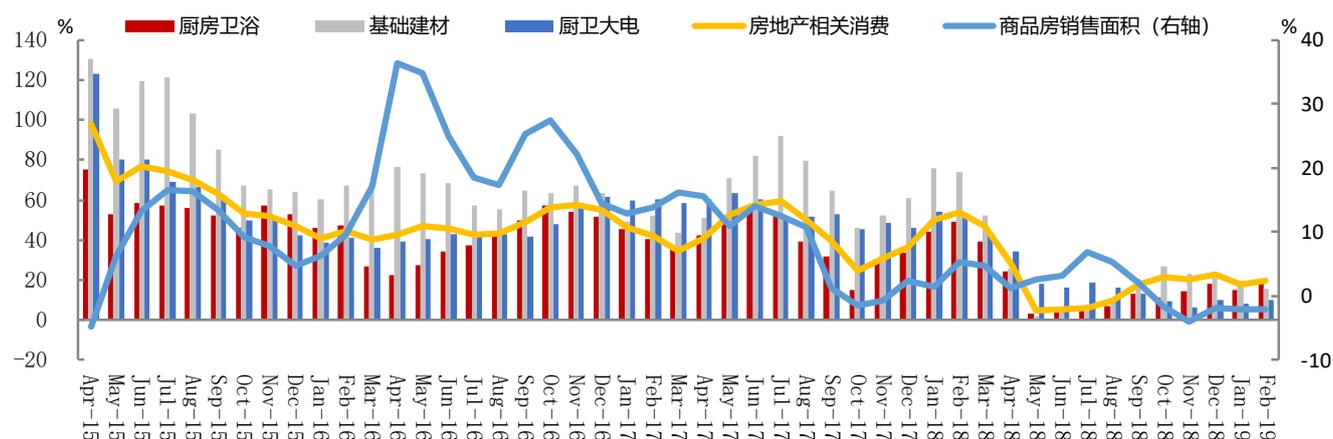
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费稳中有升，后装涨幅尤为显著

2019年1-2月，全国房地产开发投资12090亿元，同比增长11.6%，增速比2018年全年提高2.1个百分点，其中，住宅投资8711亿元，增长18.0%，增速提高4.6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变化-34.1%、-3.6%和2.8%，房屋施工面积达674945万平方米，累计同比增长6.8%，是2016年以来的最高值。

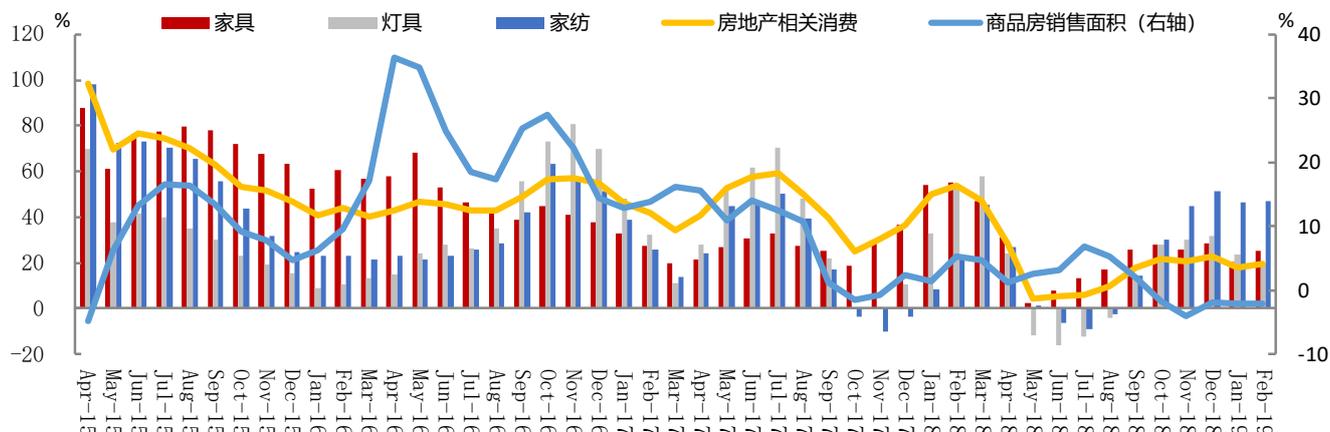
房地产市场整体向好，且2019年春节较去年偏早，季节性因素大幅提升3月同比增长。本月房地产相关消费稳中有升，维持较高水平，销售额同比增速升至33%。其中各子类销售额同比增速均有所上升，前装中，基础建材、厨房卫浴和厨卫大电移动平均的同比增速分别为33%、26%和16%；后装中，家纺、灯具和家具同比增速分别为51%、42%和44%。

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)



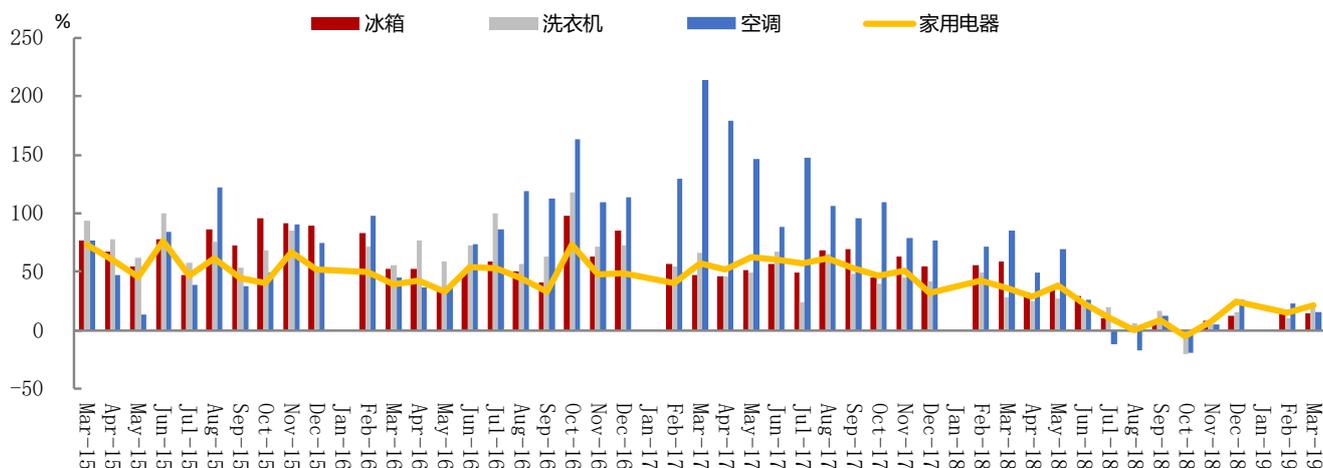
数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

此外，国家发展改革委于4月8日印发《2019年新型城镇化建设重点任务》，提出城区常住人口100万-300万的II型大城市要全面取消落户限制；城区常住人口300万-500万的I型大城市要全面放开放宽落户条件，并全面取消重点群体落户限制；超大特大城市要调整完善积分落户政策，大幅增加落户规模、精简积分项目，确保社保缴纳年限和居住年限分数占主要比例。落户限制的取消或将带动二线城市房地产市场回暖。

(二) 家用电器销售保持稳定，个护健康长期领涨

2019年3月，家用电器同比增速基本保持稳定，为22%。白电均保持较高同比增速，其中仅洗衣机同比增速有所回升，为18%，空调和冰箱同比增略降至15%和14%。随着消费政策的推行、企业减税的落地和后续交房预期的提高，家电行业消费有望回暖。

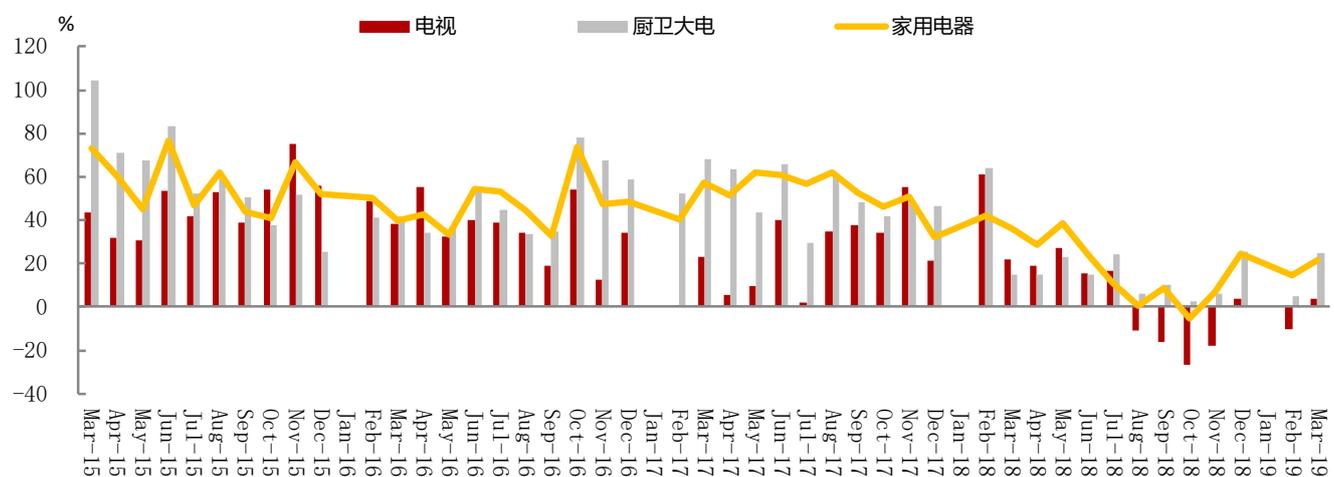
图表 3：白电 GMV 同比增速



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 年以来，同比增速大都在较低水平波动，2019 年 3 月升至 25%，有回暖趋势。同期，电视销售额较去年同期略有提升，同比增 4%，电视市场整体仍较为疲软。

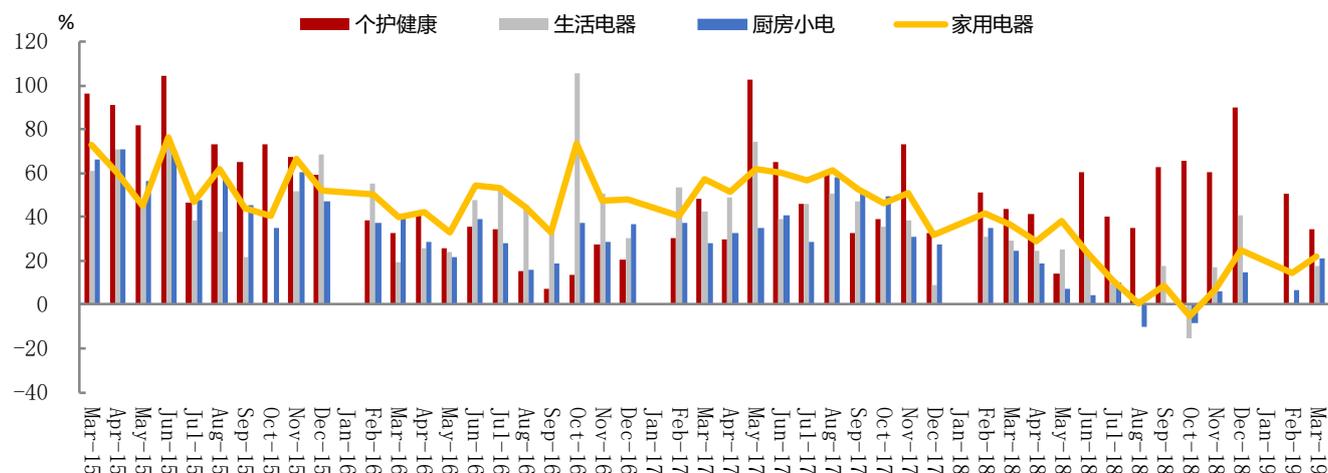
图表 4：电视和厨卫大电 GMV 同比增速



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，3 月同比增速高达 34%，远超平均水平。生活电器和厨房小电同比增速大幅升至 18%和 21%。

图表 5：小家电 GMV 同比增速

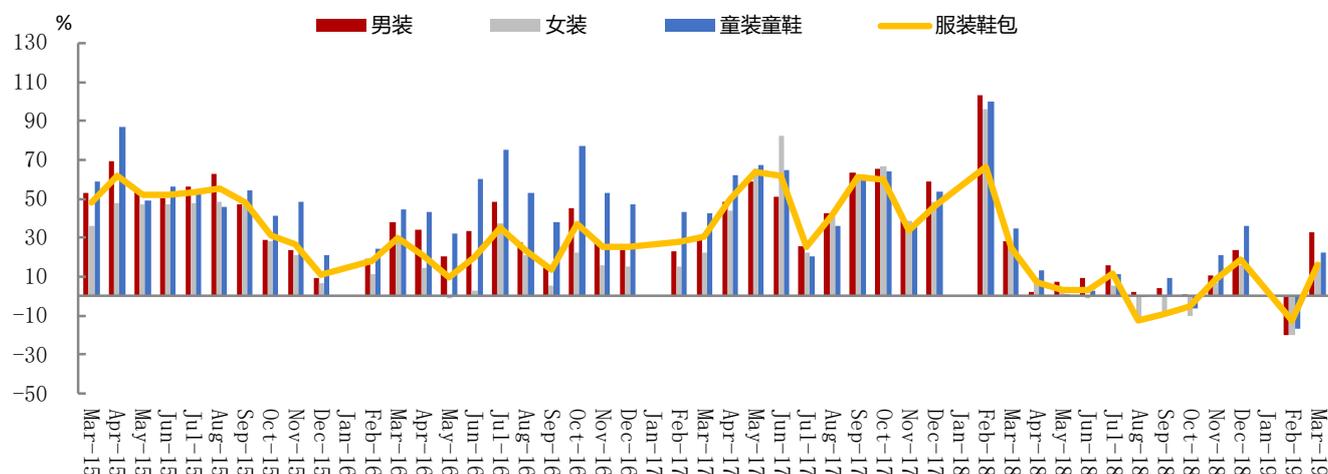


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包有所提振，运动户外需求释放

服装鞋包消费在 3 月有所提振，销售额同比升至 16%。传统服装销售 1-2 月受高基数拖累收入增长表现，在 3 月有所好转，男装、童装童鞋和女装同比增速分别增至 33%、22%和 17%。

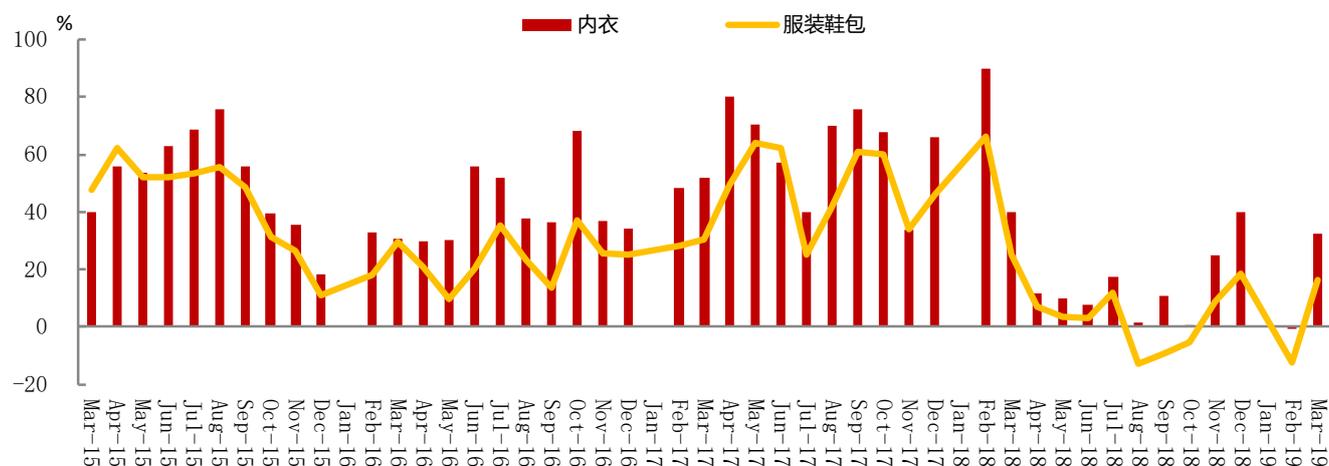
图表 6：传统服装 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣 3 月同比增速重回高位，升至 32%。

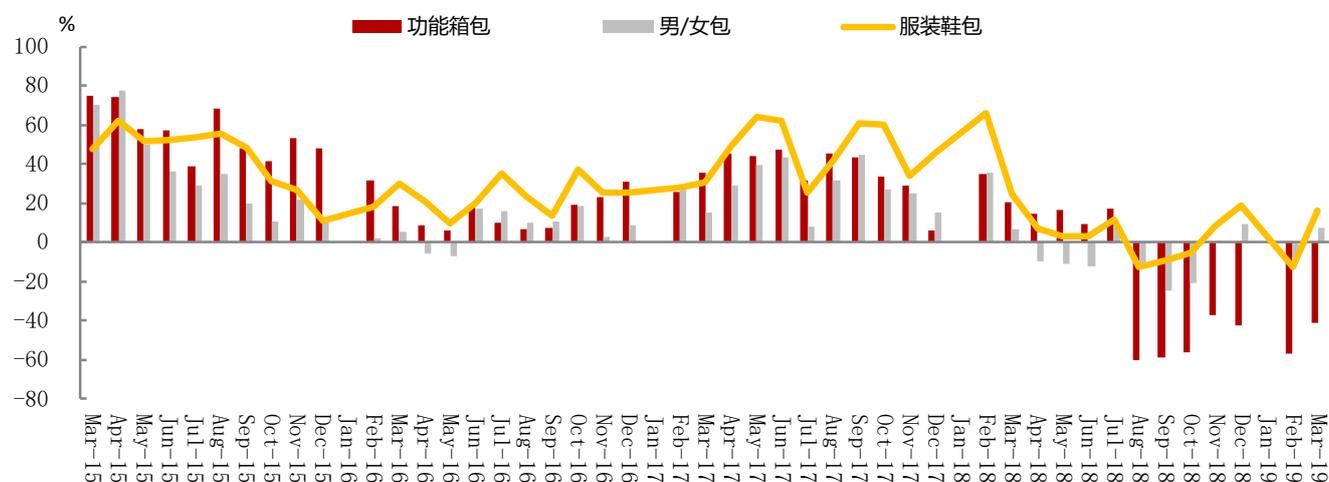
图表 7：内衣 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

3月，男女包销售额同比增速降至-7%，功能箱包同比增为-42%，已持续数月负增长，是导致服装鞋包行业同比增速涨幅较低的主要原因。

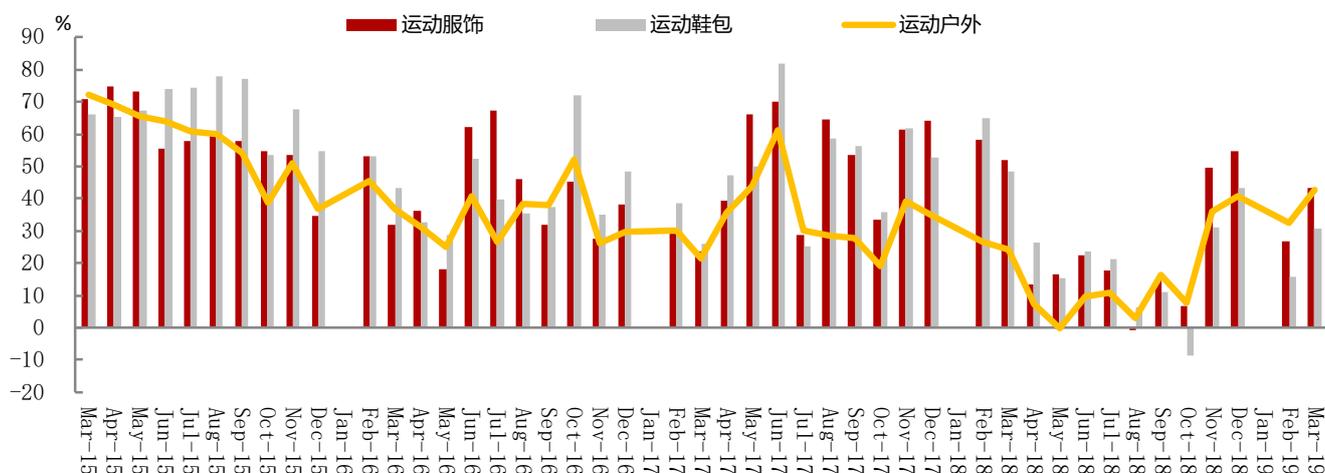
图表 8：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

3月，运动户外销售额保持了43%的较高同比增速，其中，运动服饰和运动鞋包增速分别为43%和31%，消费需求有望回暖。

图表 9：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速

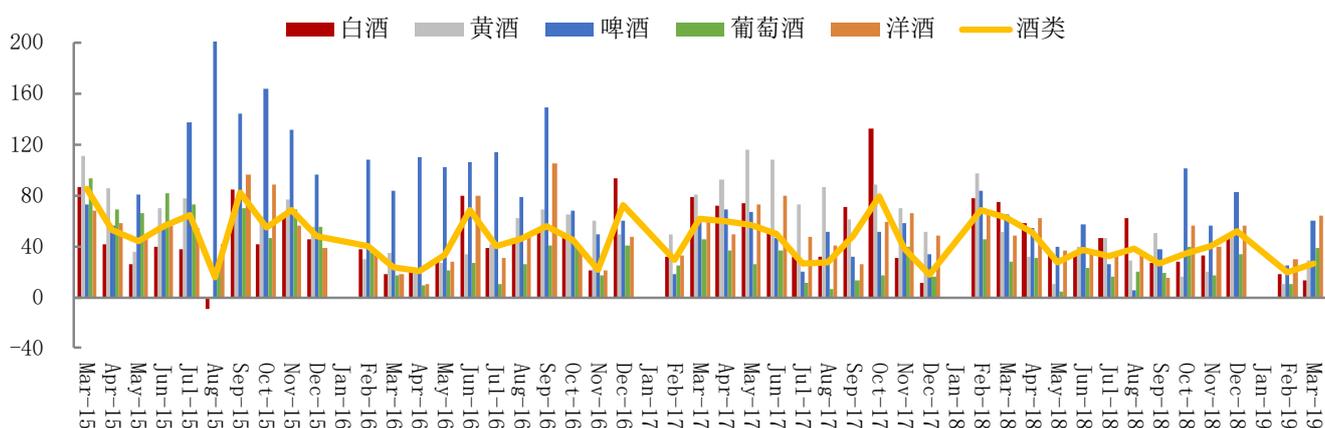


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类和食品饮料保持稳定，子行业保持快速增长

酒类具有较强的抗周期性，半年来同比增速较为稳定，2019 年 3 月较去年同期上涨 27%。3 月，洋酒上涨幅度最高，同比增为 64%，啤酒 (60%)、葡萄酒 (38%)、黄酒 (29%) 和白酒 (13%) 紧随其后。其中，白酒销售与旺季水平虽仍有差距，但长期增势较为稳健。

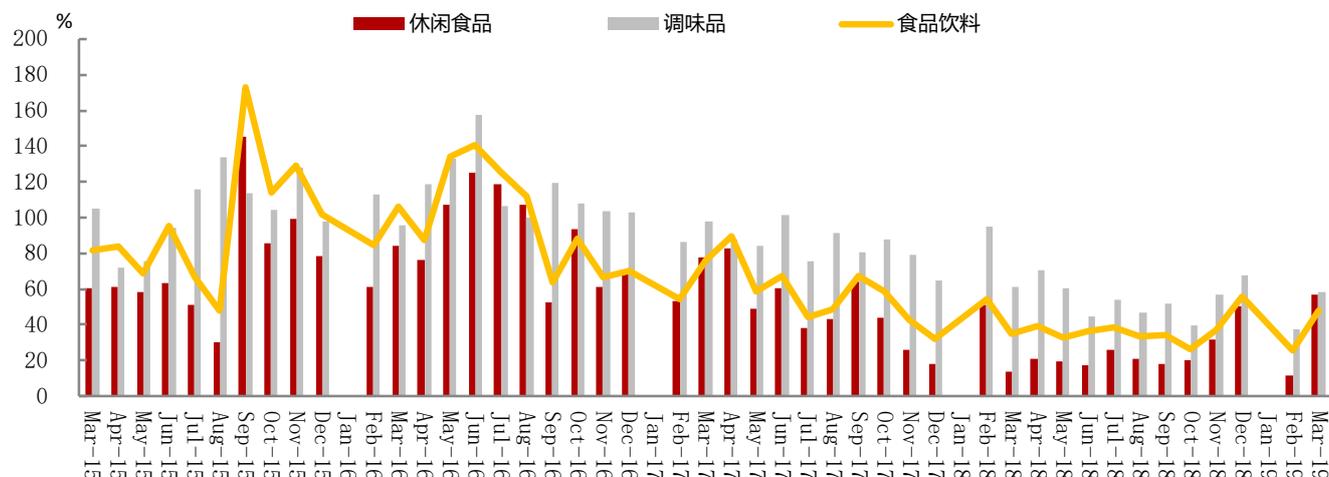
图表 10：酒类 GMV 同比增速



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较强，同比增速保持高位，3 月同比增 48%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为 57%和 58%。

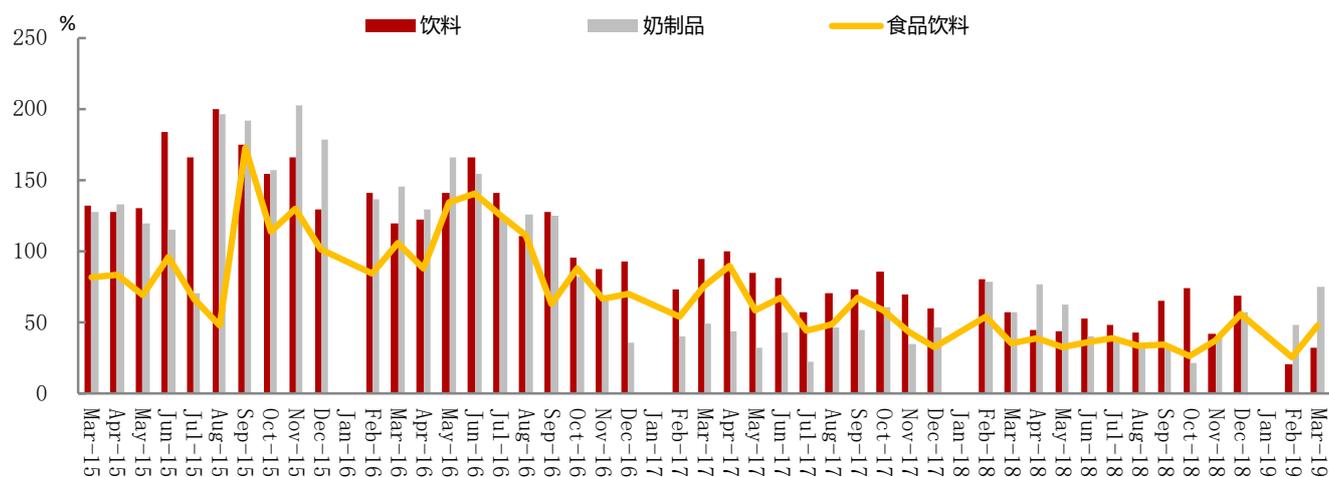
图表 11：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2019年3月，饮料和奶制品销售额同比增速分别高达32%和75%，此消彼长的趋势依然显著。

图表 12：饮料与奶制品 GMV 同比增速

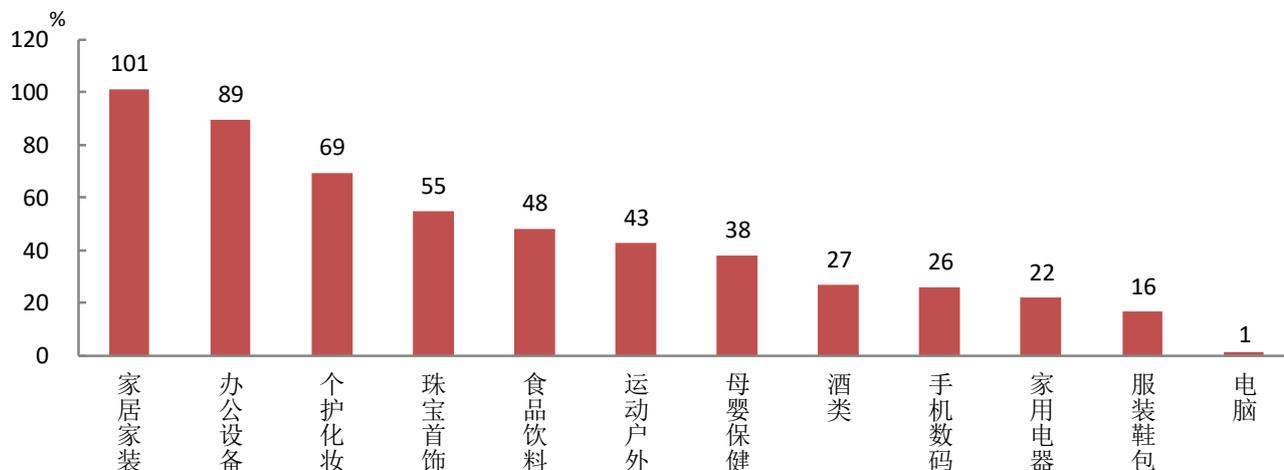


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、3月社会消费品零售总额增速

2019年3月，诸多宏观数据向好对消费有所提振，大部分门类实现了两位数以上的高增长，其中，家居家装（101%）、办公设备（89%）和个护化妆（69%）增长最为突出，电脑销售最为低迷。

图表 13: 2019 年 3 月 12 个一级门类 GMV 同比增长



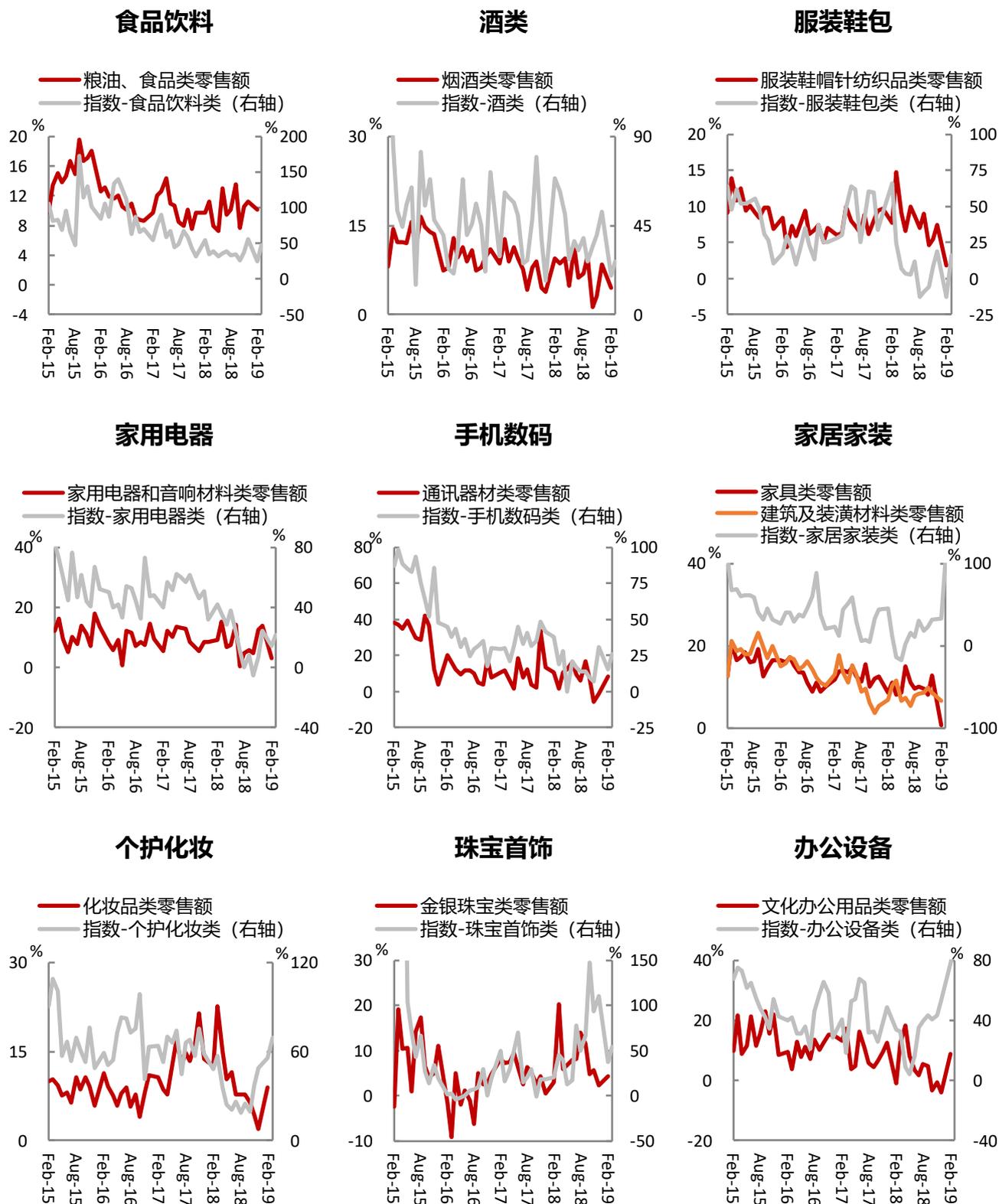
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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。

2019 年 1-2 月，网上实物商品零售额累计同比 20%，达 1.1 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 16.5%。2019 年 3 月，9 类消费品类的京东天灏消费指数同比增速均出现不同程度的上升。我们预计社会消费品零售额同比增速继续回升。

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



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。