

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019年8月热点报告

## 线上消费增速回升，地产相关消费平稳

### 核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019年8月，过半品类的线上消费增速有所上涨，近三分之一品类保持两位数高增长，消费品市场仍充满活力；地产相关消费稳中有降，后装收缩较为显著。

### 报告摘要

#### 地产相关消费稳中有降，后装消费降幅更为明显

8月，地产相关消费同比增速小幅下降，其中，厨房卫浴（51%）、基础建材（34%）和厨卫大电（21%）同比增速基本与上月持平，而后装相关消费大都下降7个百分点左右，家纺、家具和灯具同比增速分别降至67%、52%和44%。

#### 家用电器销售开始回暖，电视增速达近一年最高

8月，家用电器同比增速为23%。白电中，洗衣机、冰箱和空调同比增速分别为28%、23%和19%；黑电中，厨卫大电和电视同比增速分别为25%和9%；小家电中，厨房小电（26%）和生活电器（25%）同比增速大幅上涨，个护健康同比增速小幅降至27%。

#### 服装鞋包增速保持平稳，运动户外需求持续释放

8月，服装鞋包同比增速为16%。传统服装增速全面下跌，童装童鞋、内衣、女装和男装同比增速分别降至22%、22%、19%和4%；而功能箱包（25%）和男女包（13%）同比增速大幅上涨。运动户外需求持续释放，运动鞋包和运动服饰同比增速分别为47%和32%。

#### 酒类和食品饮料韧性强，饮料增速远低于奶制品

8月，酒类同比增39%，其子类均维持两位数高增长，洋酒（74%）和啤酒（65%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增47%，休闲食品（54%）、调味品（56%）和奶制品（54%）保持较高的景气度，饮料自2019年增速放缓，本月同比增速为17%。

## 报告正文

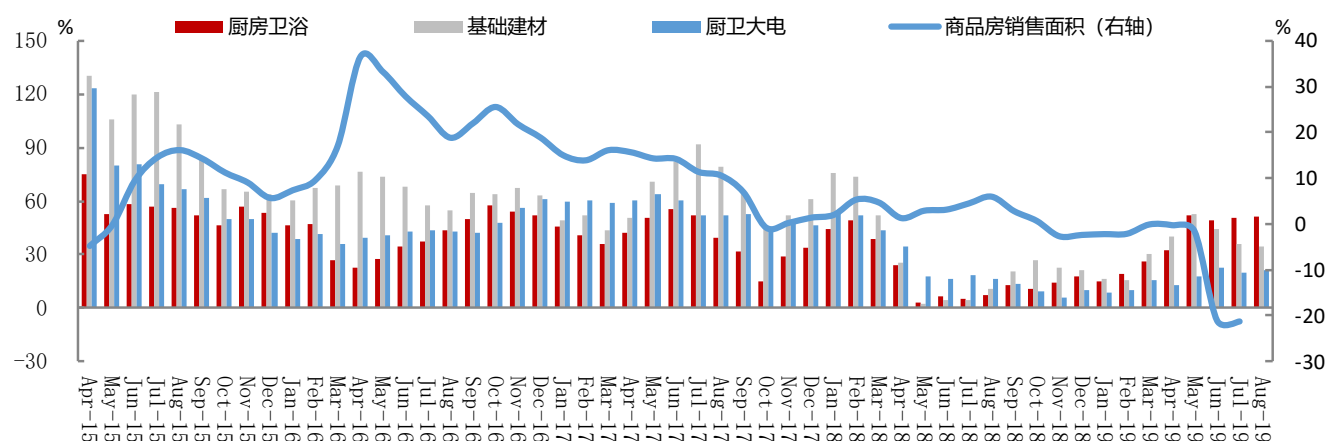
### 一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

#### (一) 地产相关消费稳中有降，后装消费降幅更为明显

2019年1-7月，全国房地产开发投资72843亿元，同比增长10.6%，增速比1-6月份回落0.3个百分点，其中，住宅投资53466亿元，增长15.1%，增速回落0.7个百分点。同期，商品房销售面积88783万平方米，同比下降1.3%，降幅比1-6月份收窄0.5个百分点，销售额达到83162亿元，增长6.2%，增速比1-6月份加快0.6个百分点。1-7月份，房屋施工面积达794207万平方米，同比增长9.0%，增速加快0.2个百分点。

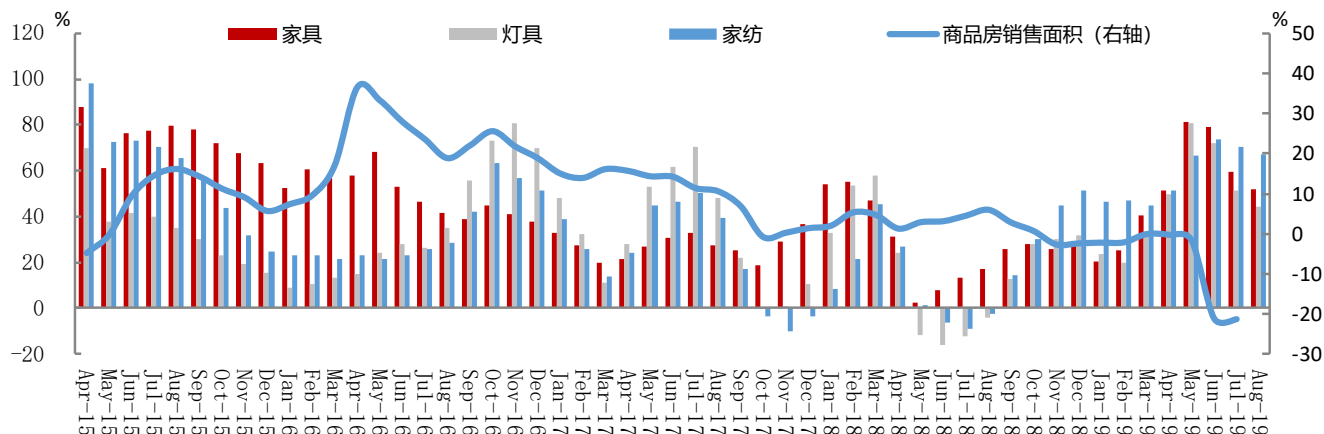
地产相关消费同比增速基本与上月持平，保持在较高水平。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电的同比增速分别为51%、34%和21%；后装增速的降幅比前装略大，家纺、家具和灯具的同比增速分别为67%、52%和44%

**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

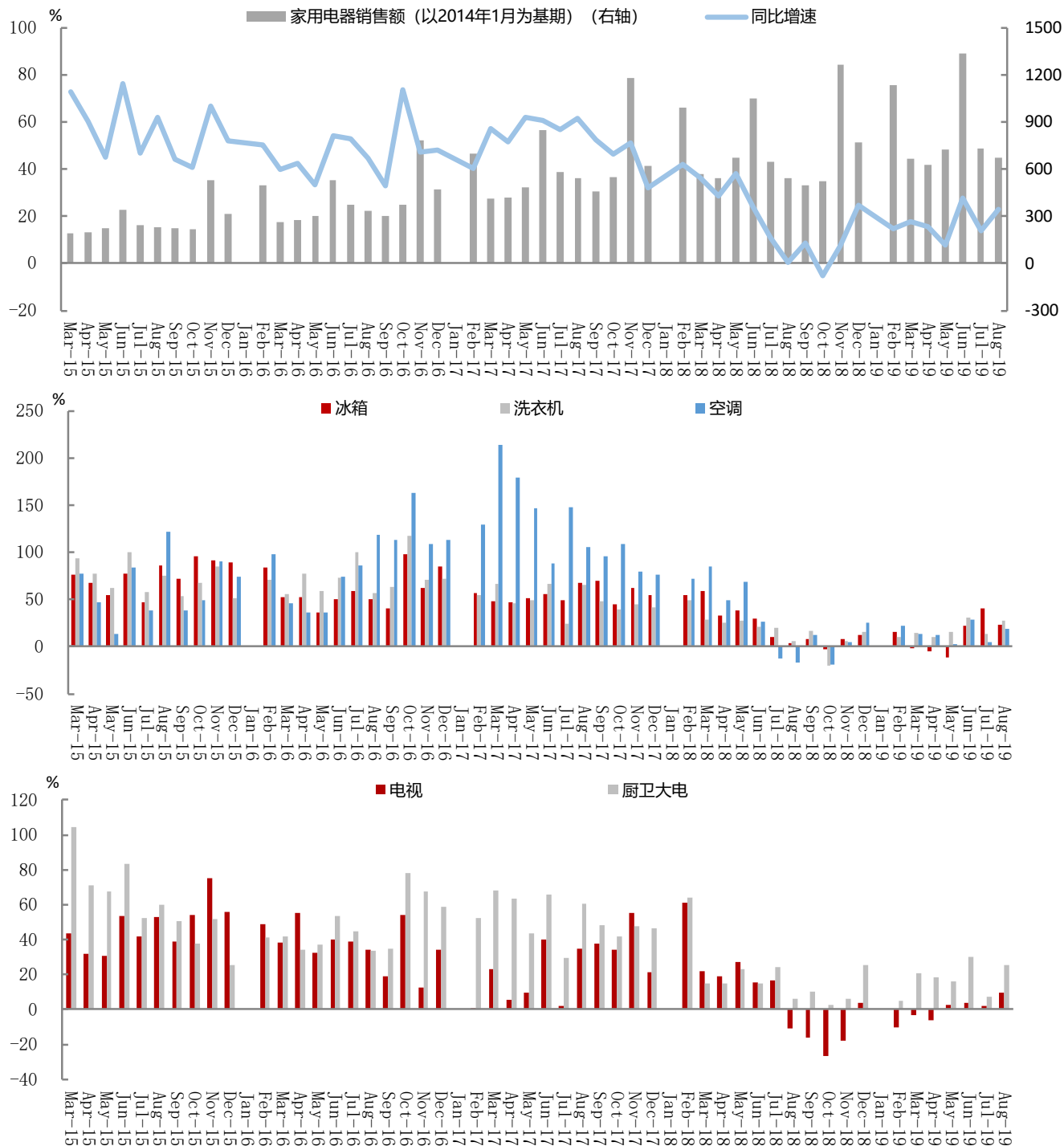
## (二) 家用电器销售开始回暖，电视增速达近一年最高

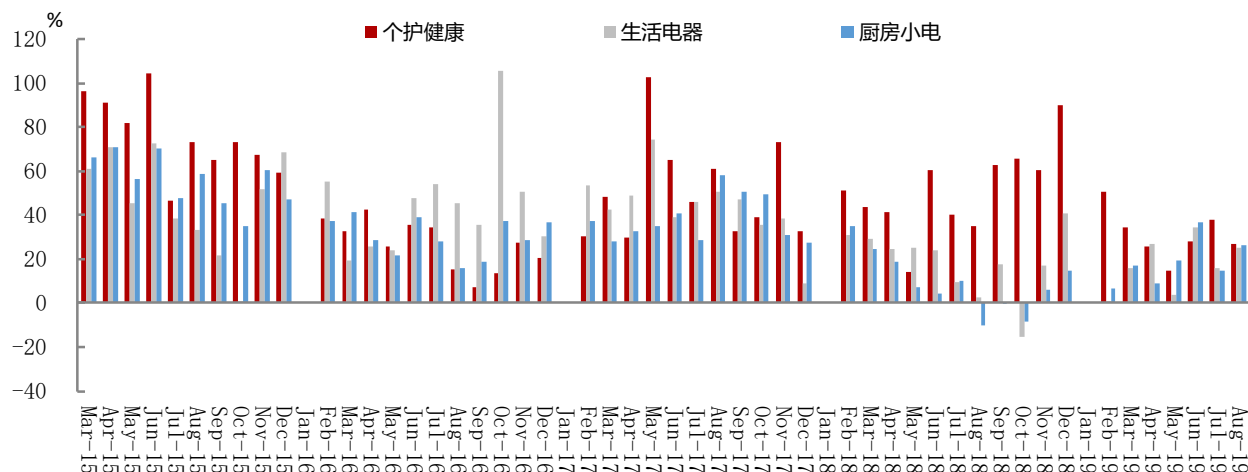
2019年8月，家用电器同比增速升至23%。其中，洗衣机表现最优，同比增速（28%）和环比增速（38%）均位列第一，随着生活水平的提高和更新换代周期的临近，滚筒洗衣机、变频洗衣机、洗烘一体机等智能化产品占据的市场份额正逐年递增，成为洗衣机行业新的增长点。同时，空调销售额也因为去年同期的低基数和今年南方8月的高温天气而走高，同比增速大幅升至19%。冰箱销售额保持两位数高增长，为23%。

黑电方面，厨卫大电同比增速保持稳定且位于相对高水平，2019年8月为25%；电视同比增速表现出上涨趋势，本月增至9%，达到近一年内最高水平。环比方面，厨卫大电和电视分别增长37%和20%。

与大家电相对，小家电蓬勃发展，保持快速扩张趋势，个护健康（27%）、厨房小电（25%）和生活电器（26%）均保持较高同比增速。环比方面，受促销活动的影响逐渐削弱，厨房小电和个护健康环比增速已升至24%和15%，生活电器增速（-20%）仍未脱离负区间。

### 图表 3：家用电器 GMV 同比增速





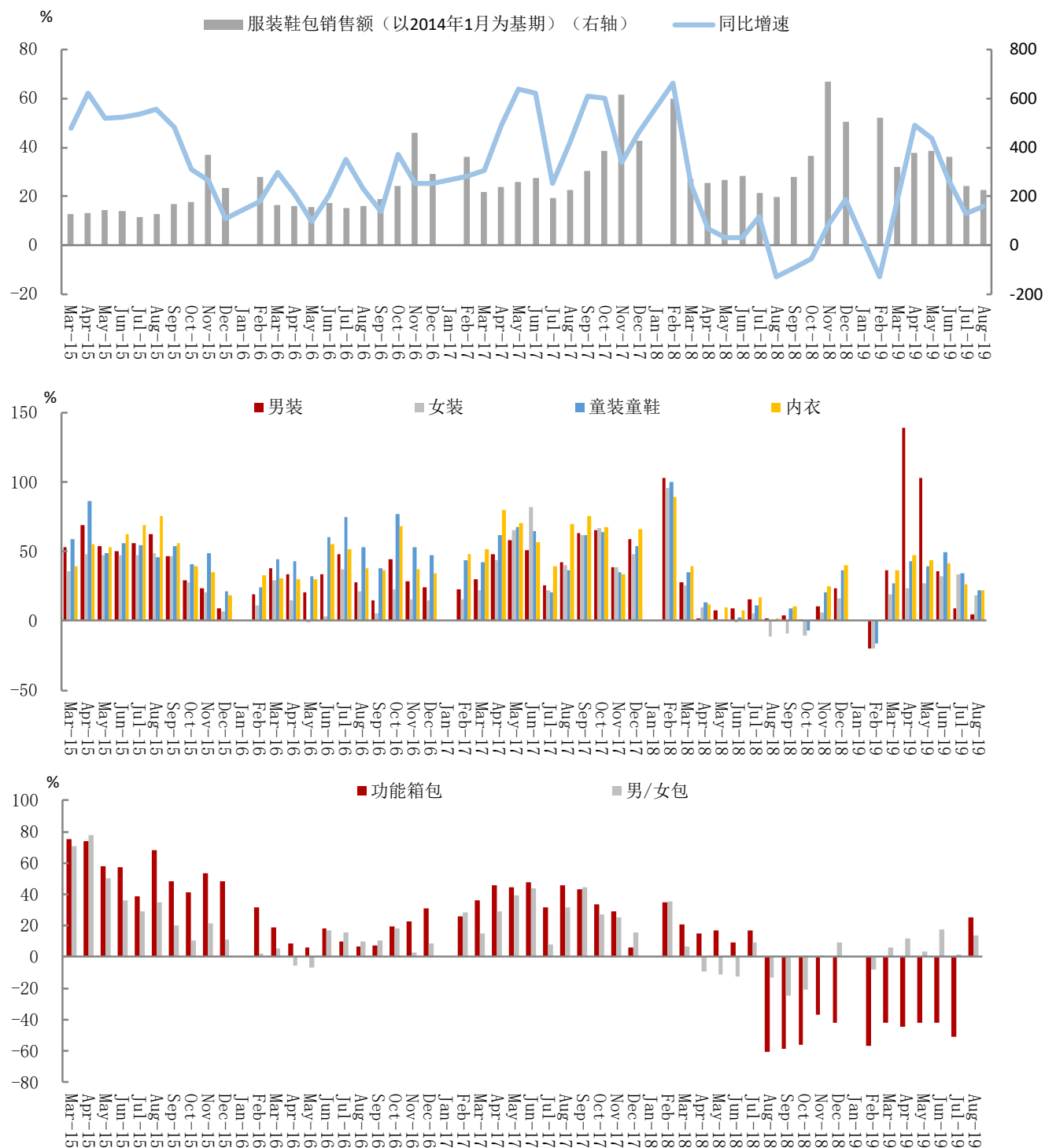
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

### (三) 服装鞋包增速保持平稳，运动户外需求持续释放

8月，服装鞋包消费同比增速较为稳定，略升至16%。传统服装销售额同比增速全面下行，童装童鞋、女装和内衣分别降至22%、19%和22%，而男装消费在4-5月爆发后，有再次陷入低迷迹象，8月同比增速进一步下降至4%。环比方面，仅童装童鞋销售额较7月增长13%，男装(-11%)、女装(-12%)和内衣(-3%)均有所下降。

8月，功能箱包同比增速告别负增长，大幅上涨至25%，男女包同比增速也升至13%，这或由2018年低基数导致，对于箱包类产品是否进入景气区间还有待观察。环比方面，功能箱包和男女包销售额分别较7月上升26%和24%。

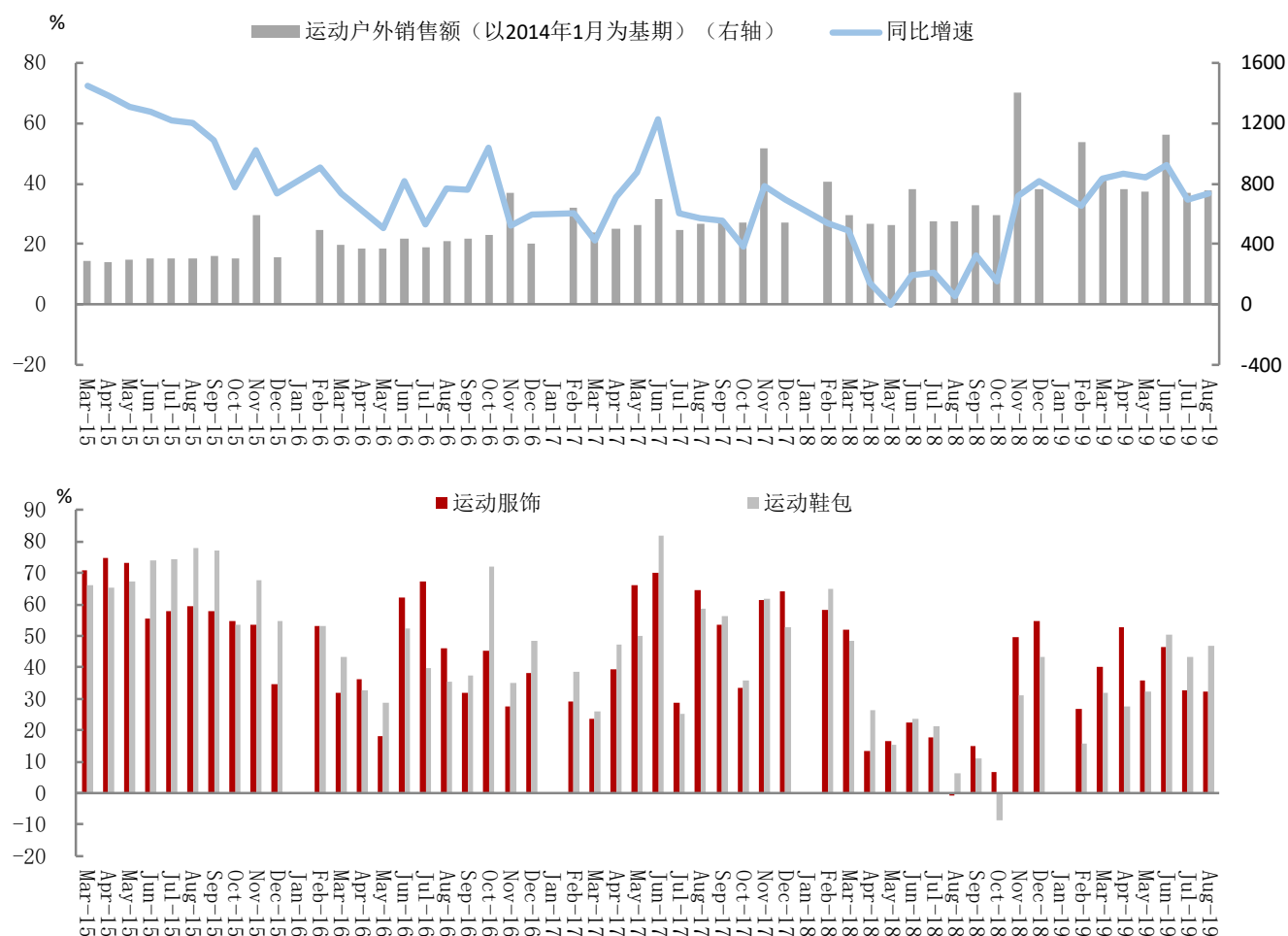
## 图表 4：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

8月，运动户外销售持续向好，同比增速为37%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为32%和47%，环比增速分别为0%和38%。

**图表 5：运动户外 GMV 同比增速**



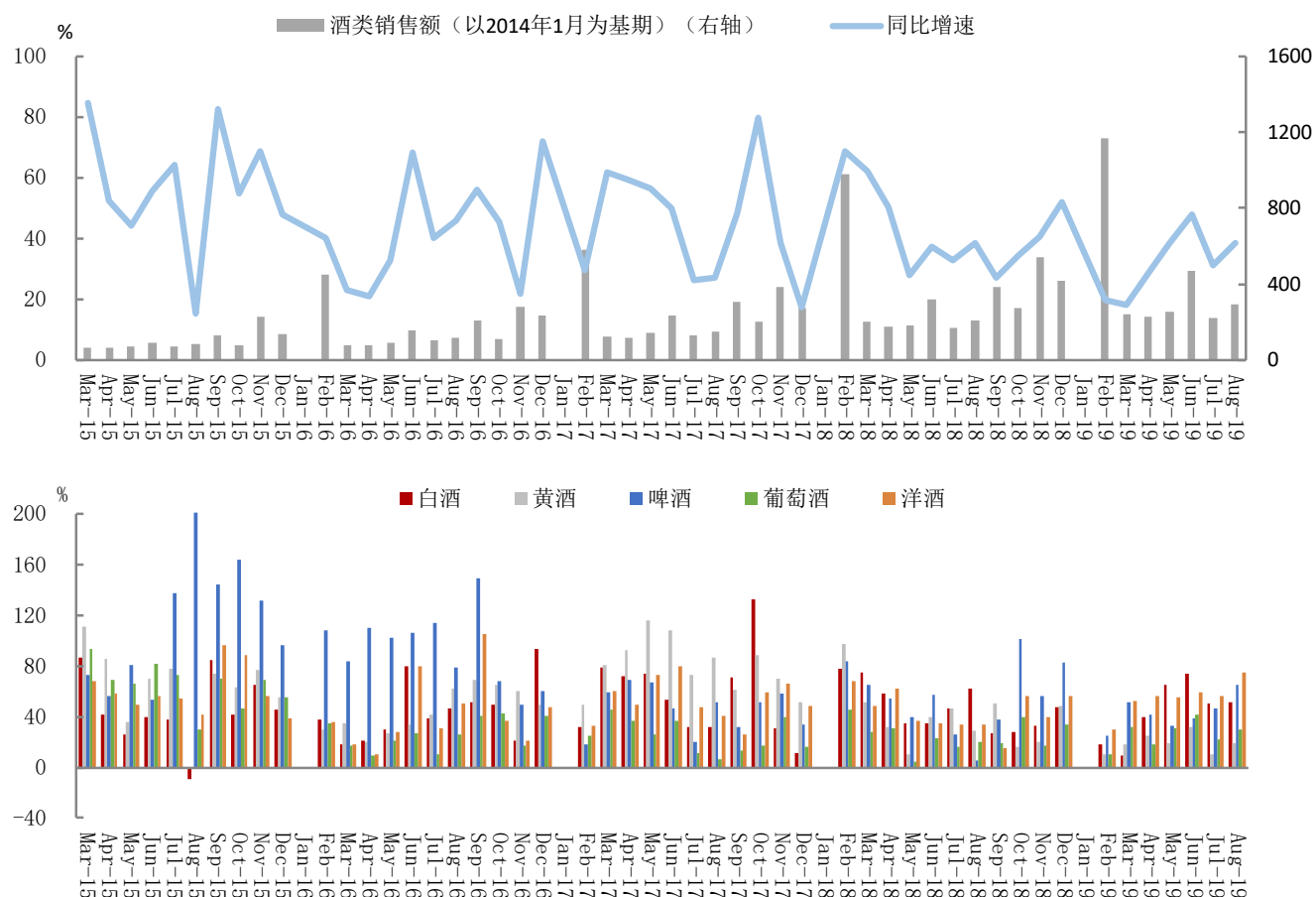
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

#### (四) 酒类和食品饮料韧性强，饮料增速远低于奶制品

酒类具有较强的抗周期性，销售额同比增速相对稳定，2019年8月同比增长39%。中秋和十一假日即将来临，酒类销售进入旺季，各品类同比增速均有所上涨，其中洋酒（74%）同比增速位列第一，啤酒（65%）、白酒（51%）、葡萄酒（30%）和黄酒（19%）紧随其后。环比方面，除啤酒小幅低于7月销售额，其余酒类均上涨超过20%。



### 图表 6：酒类 GMV 同比增速

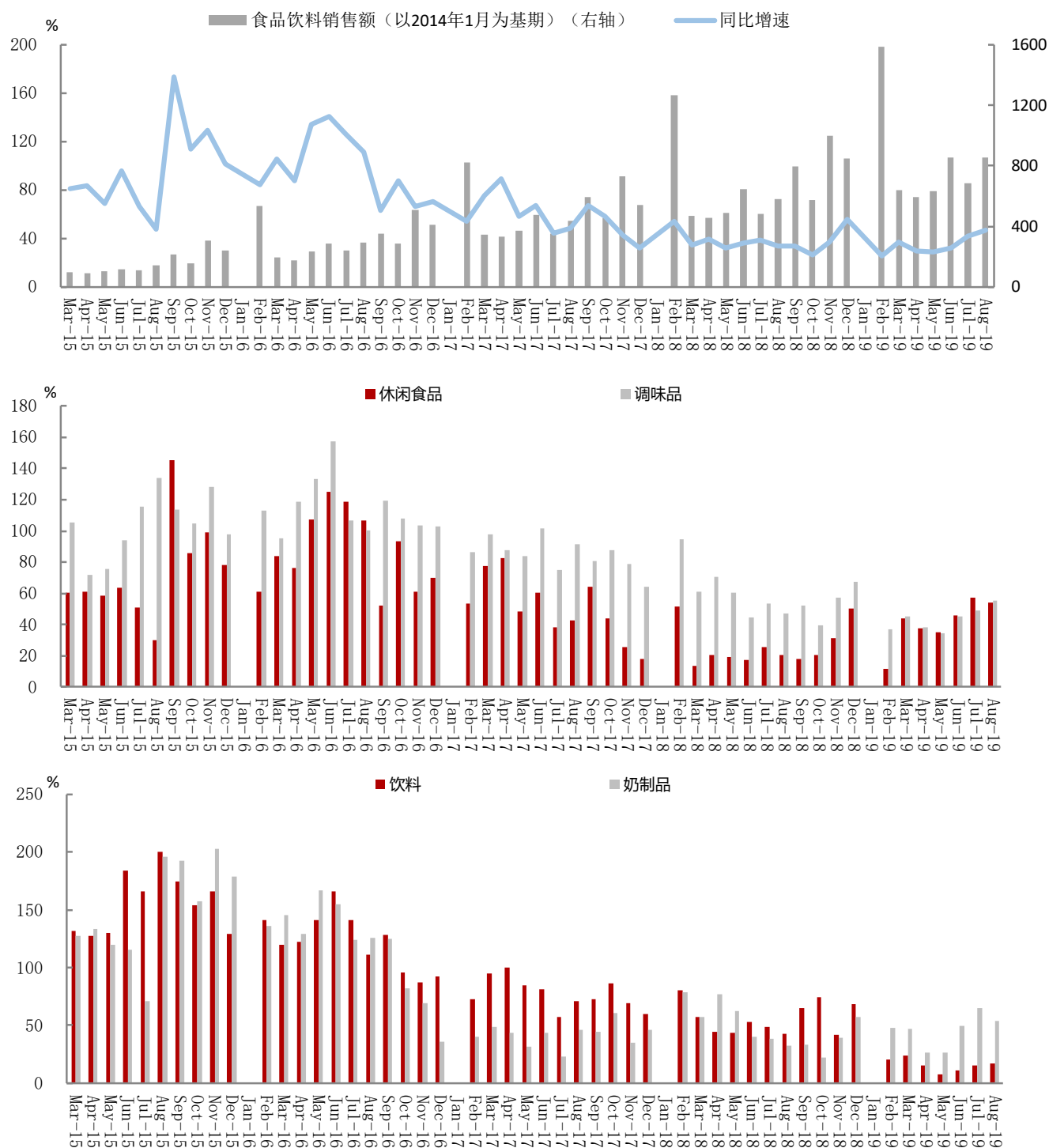


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

食品饮料等大众消费品抗经济周期性较强，保持了较高的景气度，8月同比增速为47%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为54%和56%，奶制品同比增速小幅降至54%，饮料同比增速趋缓，本月为17%，已连续数月低于奶制品且差距正逐渐拉大。环比方面，休闲食品、调味品、奶制品和饮料销售额增速分别24%、14%、18%和6%。



## 图表 7：食品饮料 GMV 同比增速



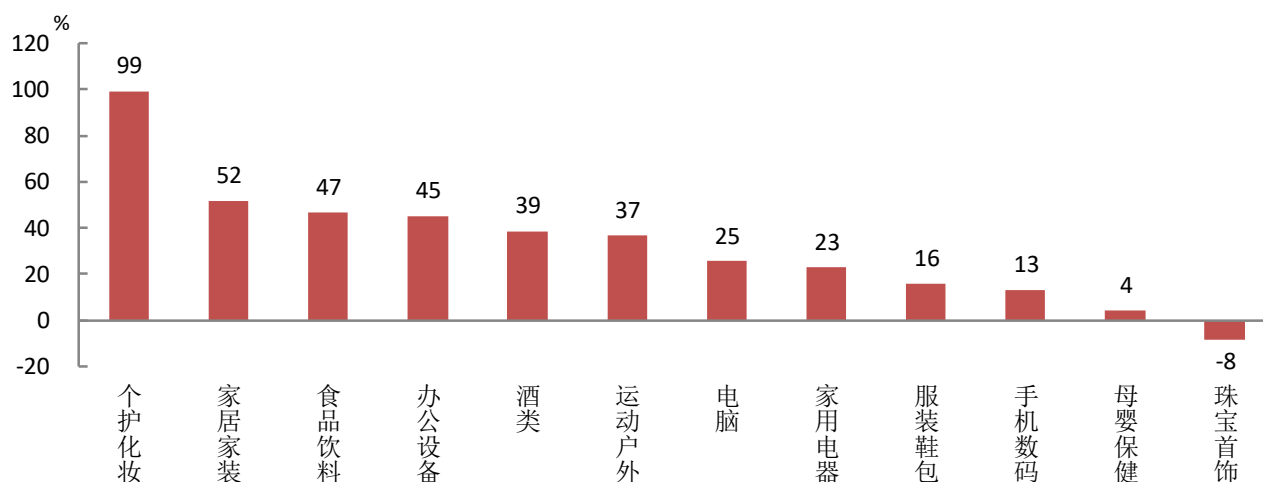
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

## 二、8月社会消费品零售总额增速

2019年8月，大部分门类实现了两位数以上的高增长。其中，个护化妆已连续4个月位列第

一，同比增长 99%，其中身体护理（122%）和洗发护发（69%）自 2019 年以来实现高速增长。与其相对，珠宝首饰连续两个月负增长，居行业末位，主要受翡翠玉石（-81%）增速骤降影响。

**图表 8：2019 年 8 月 12 个一级门类 GMV 同比增长**

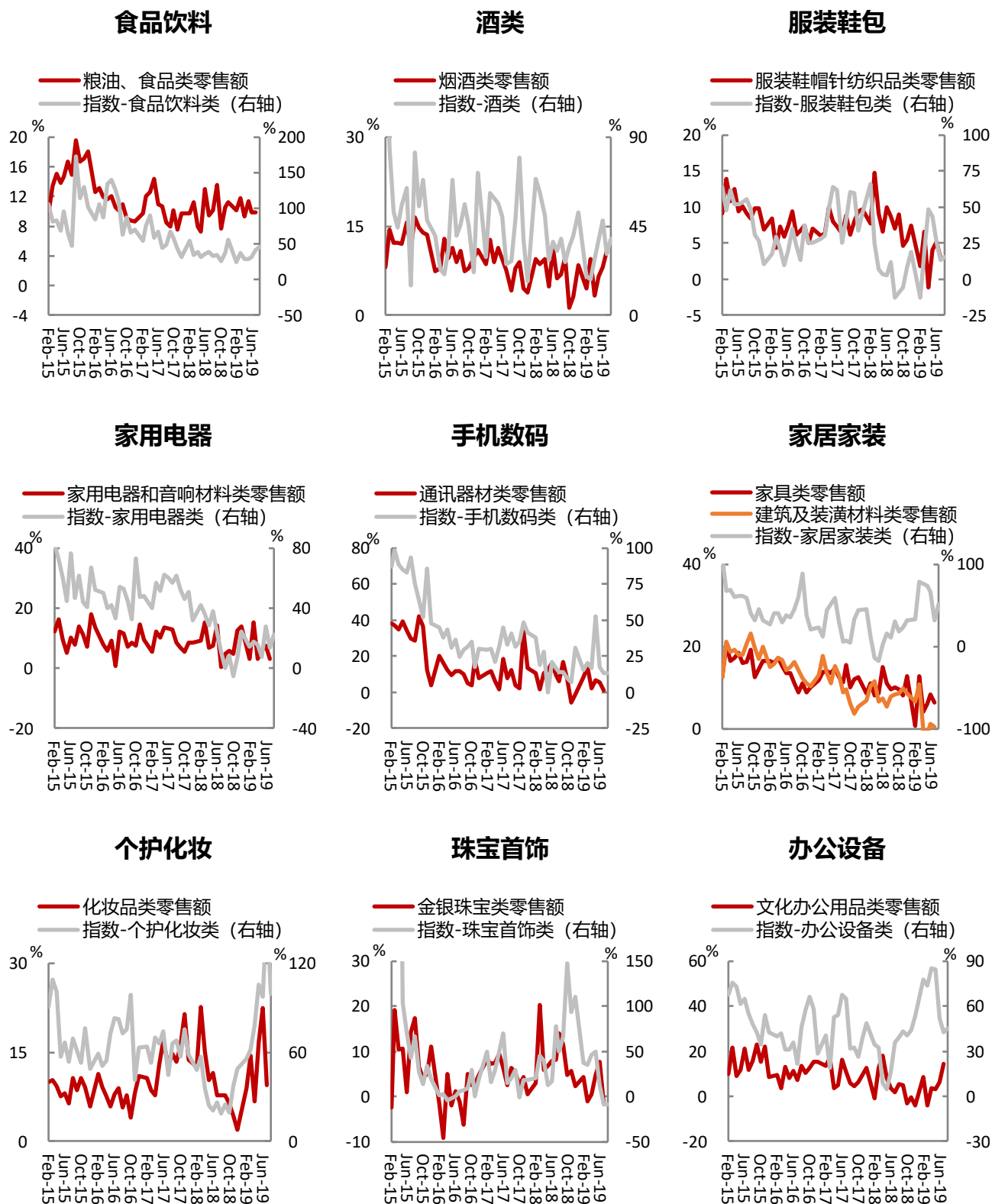


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 9）。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 7 月，网上实物商品零售额累计同比 21%，达 4.4 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 19.4%。2019 年 8 月，多种消费品类的京东天灏消费指数同比增速有所回升，个护化妆、手机数码和珠宝首饰是为数不多的例外，其中，个护化妆虽然同比增速降幅略大，但仍保持两位数高增速，而手机数码和珠宝首饰同比增速仅分别下降 0.3%和 0.1%。因此，我们预计 8 月社会消费品零售额同比增速将略有回升。

图表 9：9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](mailto:zhewang@caixin.com)

财新智库研究员 马承瑶

电邮: [chengyaoma@caixin.com](mailto: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](http://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](http://www.thdata.com), [www.thdatacapital.com](http://www.thdatacapital.com)。