

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2020年7月热点报告

多数门类线上消费增速回落

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，7月，75%的品类销售额同比增速回落，近一半品类同比增速降幅超过10%，线上消费承压。但地产相关消费向好，前装和后装消费均保持两位数高增长。

报告摘要

地产相关消费持续回升，厨房卫浴同比增速居首

7月，地产相关消费同比增速回升。其中，厨房卫浴同比增速远超其他商品种类，高达148%，基础建材和厨卫大电同比增速分别升至73%和51%；后装相关消费增速不及前装，家具、家纺和灯具同比增速分别为30%、29%和20%，分别上升7.1、0.3和10.8个百分点。

家用电器增速显著回落，空调冰箱销售压力较大

7月，家用电器同比增速降至3%。7月，空调受凉夏影响，销售额同比下降13%，洗衣机和冰箱同比增速分别降至28%和-7%；厨卫大电和电视同比增分别为29%和7%；个护健康同比增速为12%，是家电中唯一增速有所上升的子类，厨房小电和生活电器同比增分别为26%和8%。

传统服饰消费有所分化，箱包类可选消费品低迷

7月，服装鞋包同比增速降至8%。其中，内衣（33%）、男装（25%）同比增速有所回升且维持较高水平，童装童鞋（3%）和女装（-2%）同比增速出现下降，功能箱包（-12%）、男女包（-25%）可选消费品持续负增长。同期，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为6%和7%。

酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

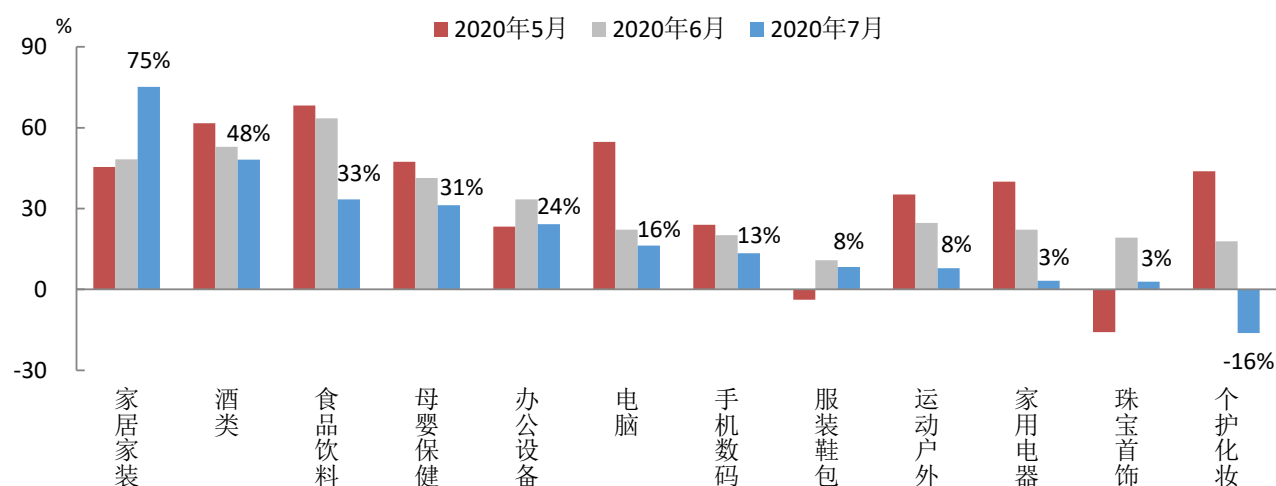
7月，酒类同比增48%，白酒（75%）、洋酒（57%）、葡萄酒（22%）、啤酒（13%）、黄酒（13%）均保持两位数高速增长。同期，食品饮料同比增33%，调味品（61%）、奶制品（57%）、饮料（44%）和休闲食品（15%）消费保持坚挺。

报告正文

一、7月社会消费品零售总额增速

2020年7月，大部分门类销售额同比增速出现回落，只有家居家装同比增速逆势上涨至75%，位列第一，较6月增速回升27个百分点。其中，必选消费品酒类（48%）和食品饮料（33%）同比增速较高，可选消费品个护化妆（-16%）和珠宝首饰（3%）位于末位。

图表 1：12个一级门类 GMV 同比增长

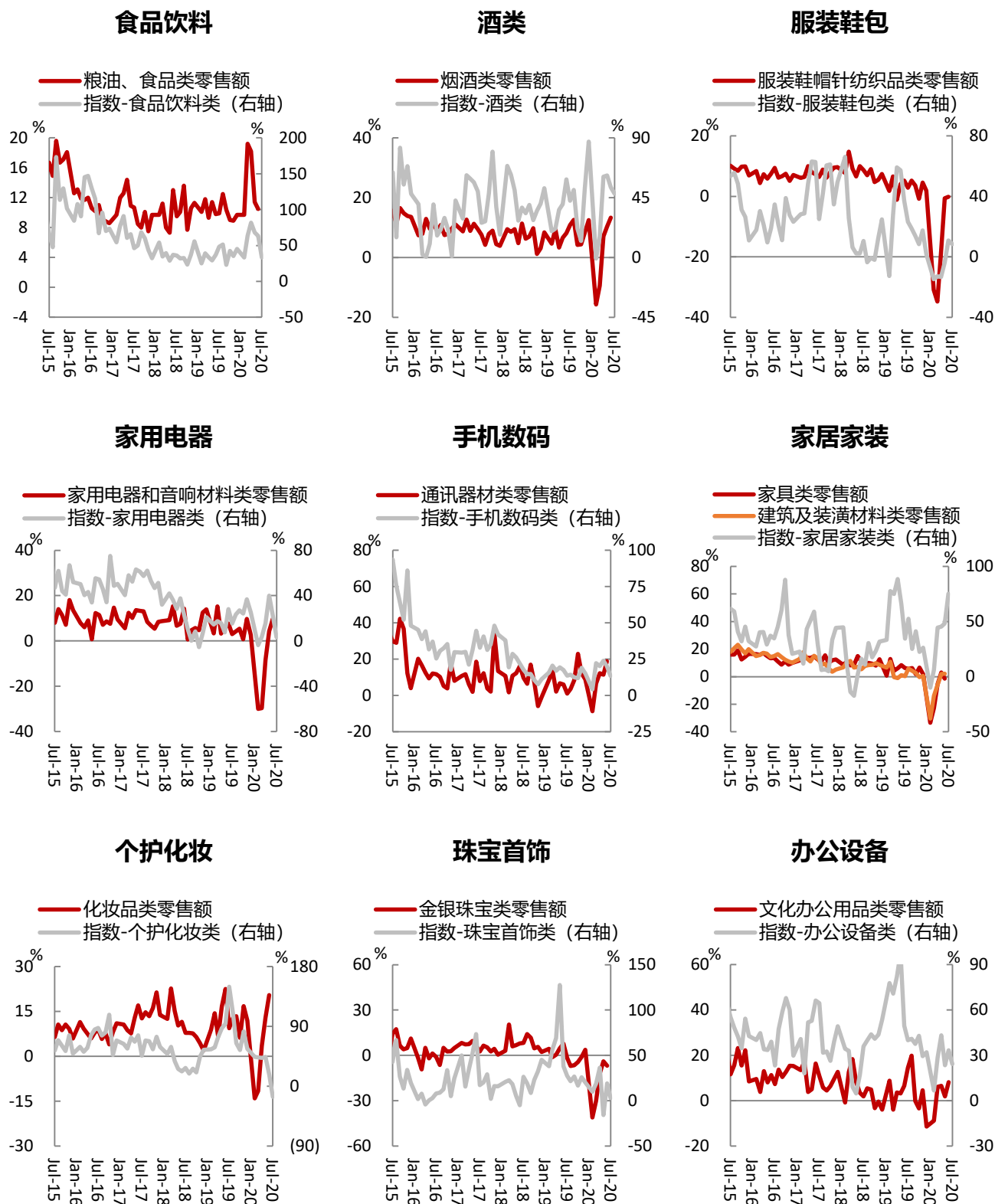


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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2）。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。

2020年6月，网上实物商品零售额累计同比14.3%，达4.3万亿元，占社会消费品零售总额比重为25.2%。2020年7月，家居家装的京东天灏消费指数同比增速上升，其他8个消费品类同比增速均出现下降。因此，我们预计7月社会消费品零售额同比增速将承压。

图表 2：9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

二、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

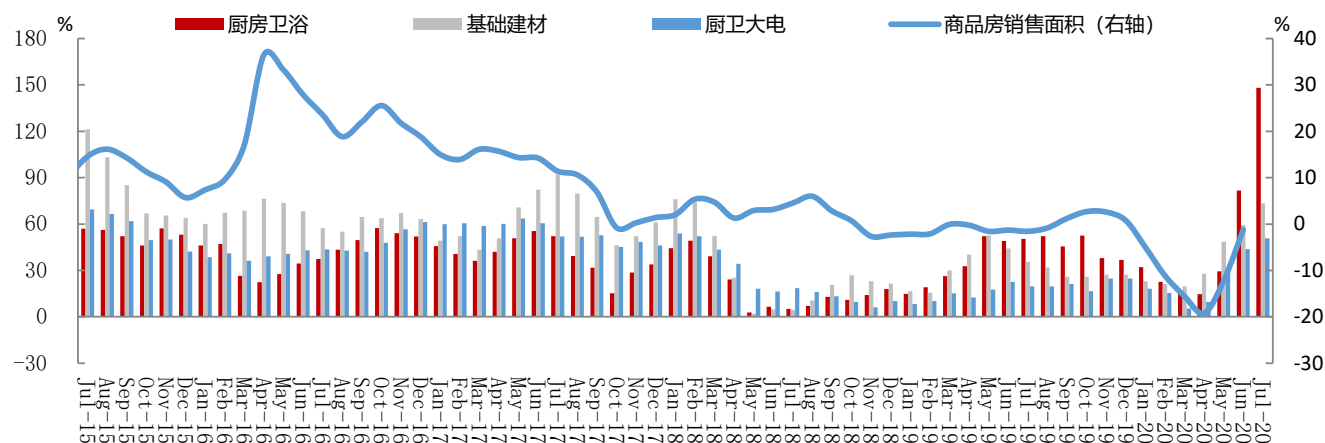
(一) 地产相关消费持续回升，厨房卫浴同比增速居首

2020年1-6月份，全国房地产开发投资62780亿元，同比增长1.9%，1-5月份为下降0.3%。

其中，住宅投资46350亿元，增长2.6%，增速比1-5月份提高2.6个百分点。同期，商品房销售面积69404万平方米，同比下降8.4%，降幅比1-5月份收窄3.9个百分点，商品房销售额66895亿元，下降5.4%，降幅比1-5月份收窄5.2个百分点。1-6月，房屋施工面积792721万平方米，同比增长2.6%，增速比1-5月份提高0.3个百分点。

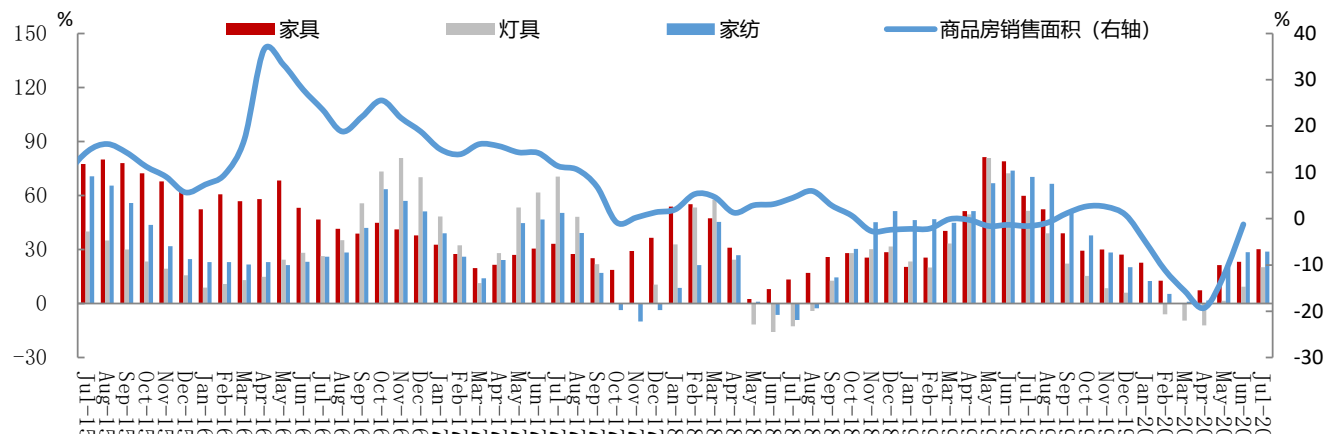
随着房地产市场逐渐回暖，地产相关消费增加。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速持续回升，分别升至148%、73%、51%；后装增速均低于前装，家具、家纺和灯具同比增速分别升至30%、29%和20%。

图表 3：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 4：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

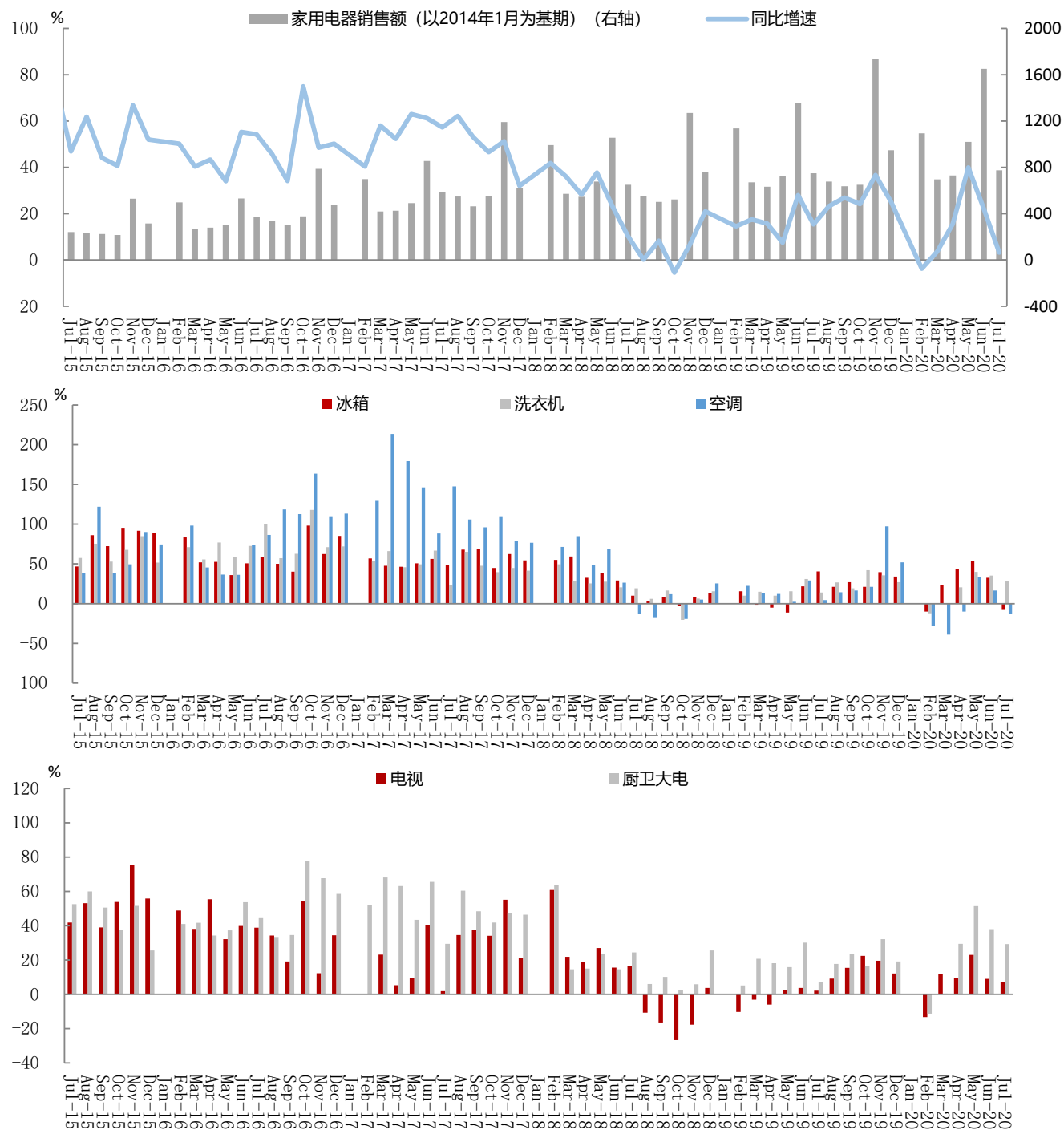
(二) 家用电器增速显著回落，空调冰箱销售压力较大

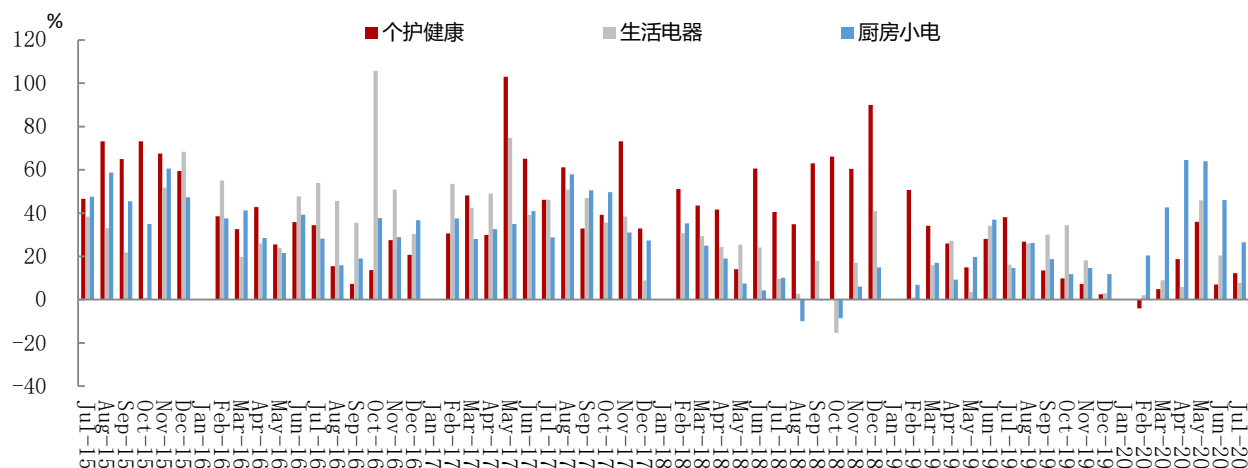
7月，家用电器同比增长3%，较6月增速回落19个百分点。今年受较长的梅雨季节影响，南方高温天气持续较短，平均气温较往年偏低，对空调销售产生较大负面影响。7月，空调销售额同比下降13%，为所有家电中增速最低的子类。同期，洗衣机、冰箱同比增速分别降至28%和-7%，环比增速分别为-60%和-54%。

随着房地产市场逐渐回暖，厨卫大电7月销售额同比增速虽略有下降，但仍保持在29%的高水平；电视同比增长7%，与上月基本持平。环比方面，厨卫大电与电视销售额分别较6月降低57%和54%。

小家电仍保持较高景气，其中，个护健康同比增速为12%，是家用电器中唯一增速有所上升的子类，厨房小电和生活电器同比增速分别降至26%和8%。环比方面，厨房小电、个护健康和生活电器销售额分别降低39%、51%和46%。

图表 5：家用电器 GMV 同比增速





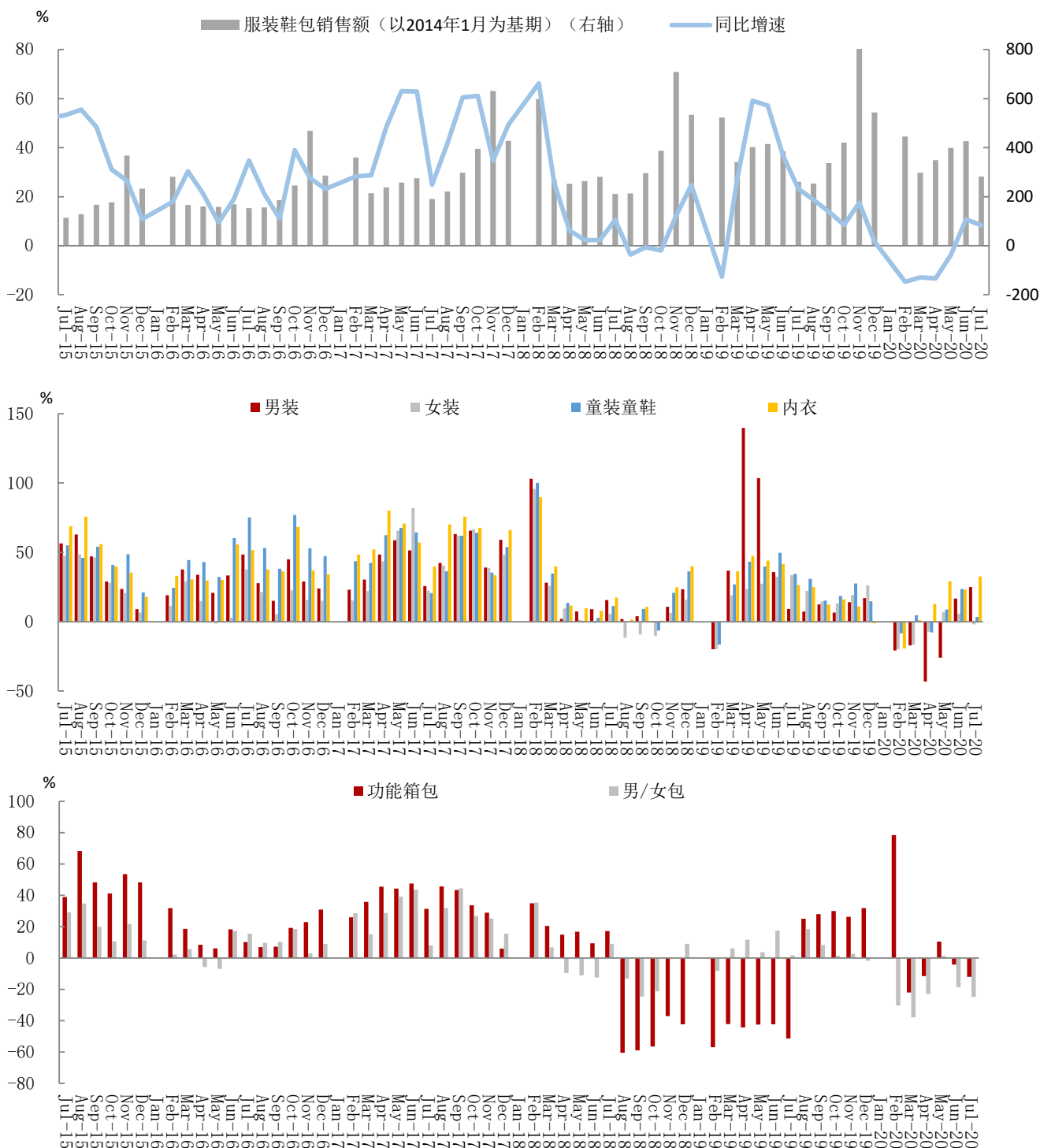
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 传统服饰消费有所分化，箱包类可选消费品低迷

7月，服装鞋包同比增速为8%，较6月回落2个百分点。7月，传统服装消费略有分化，其中，内衣和男装消费有所回暖，同比增速分别升至33%和25%，而童装童鞋和女装销售承压，同比增速分别降至3%和-2%。环比方面，内衣、女装、男装和童装童鞋分别为-23%、-32%、-35%和-49%。

受新冠疫情影响，居民对箱包类非必需品的消费意愿依旧不足，7月，男女包和功能箱包销售额同比增速分别降至-25%和-12%，已连续2个月负增长。环比方面，男女包和功能箱包销售额较6月分别下降26%和41%。

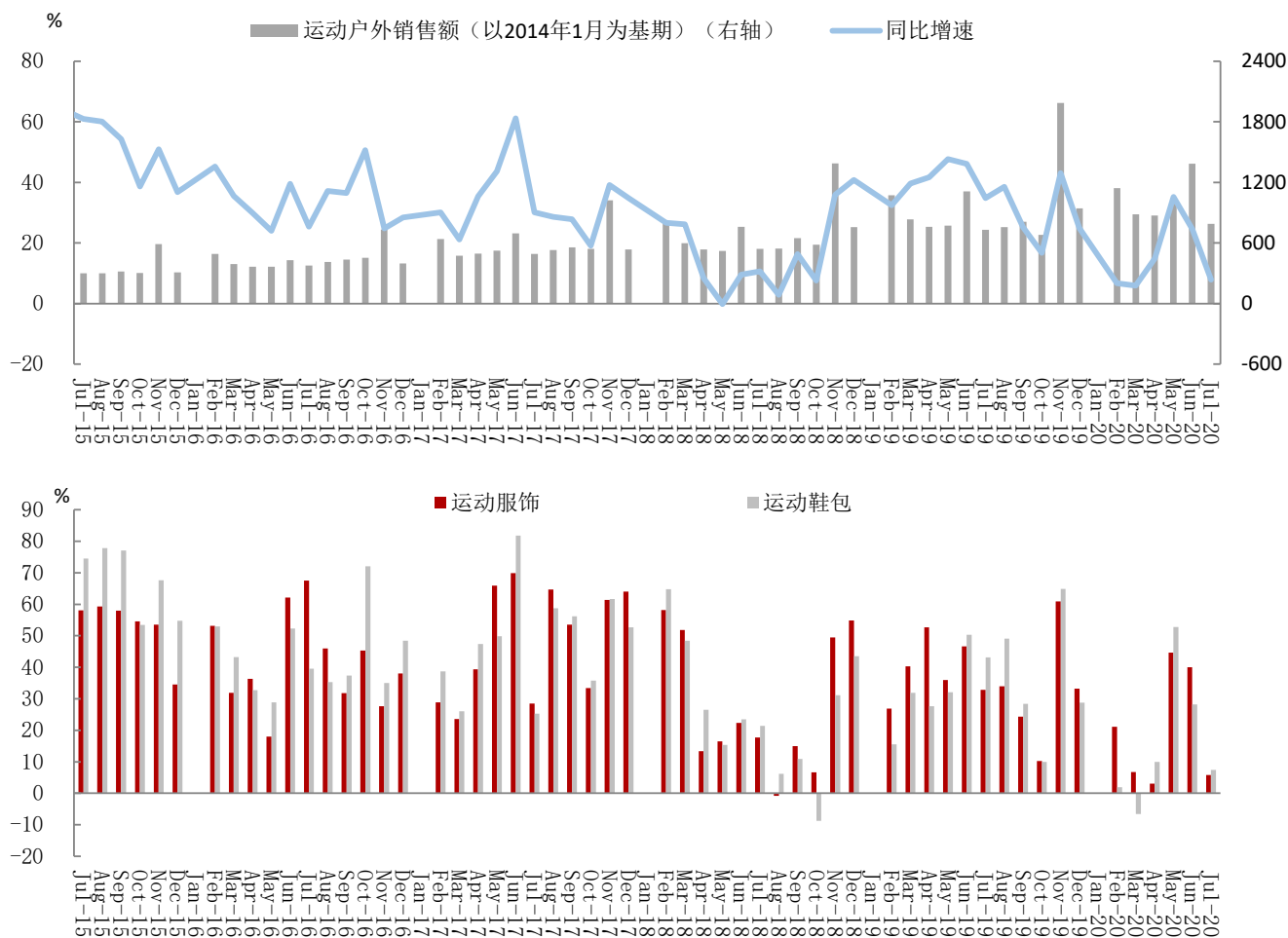
图表 6：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

7月，运动户外销售额同比增长8%，较6月回落17个百分点。其中，运动服饰和运动鞋包销售额同比增速分别为6%和7%，分别较6月降低34、21个百分点。环比方面，运动服饰和运动鞋包销售额均较6月回落60%。

图表 7：运动户外 GMV 同比增速

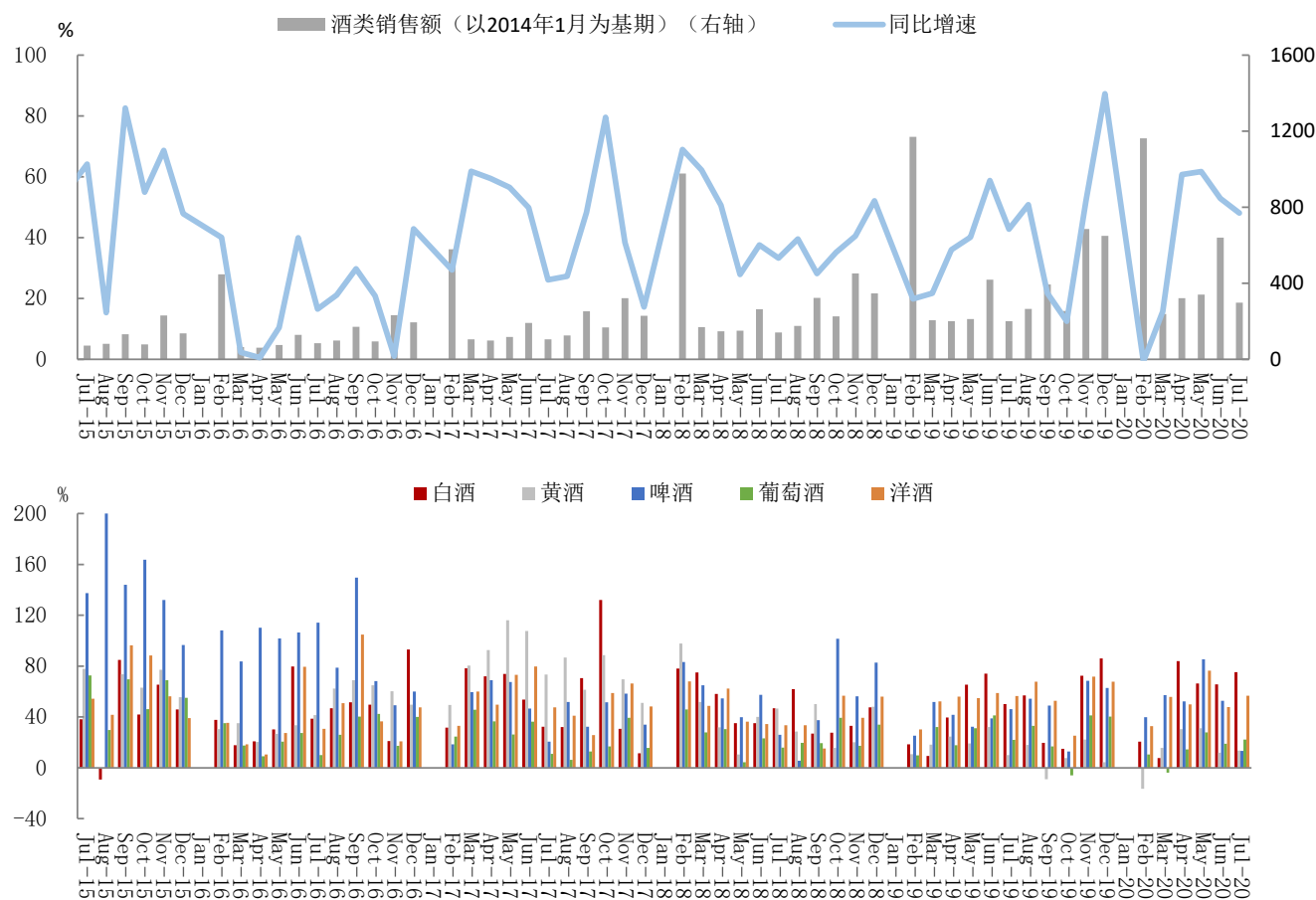


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

7月，酒类销售额同比增速保持高位，为48%。其中，白酒销售额同比增速升至75%，洋酒(57%)、葡萄酒(22%)、啤酒(13%)、黄酒(13%)均保持两位数高增长。与6月相比，黄酒(-43%)、啤酒(-49%)、葡萄酒(-49%)、洋酒(-52%)和白酒(-56%)7月销售额均大幅下降。

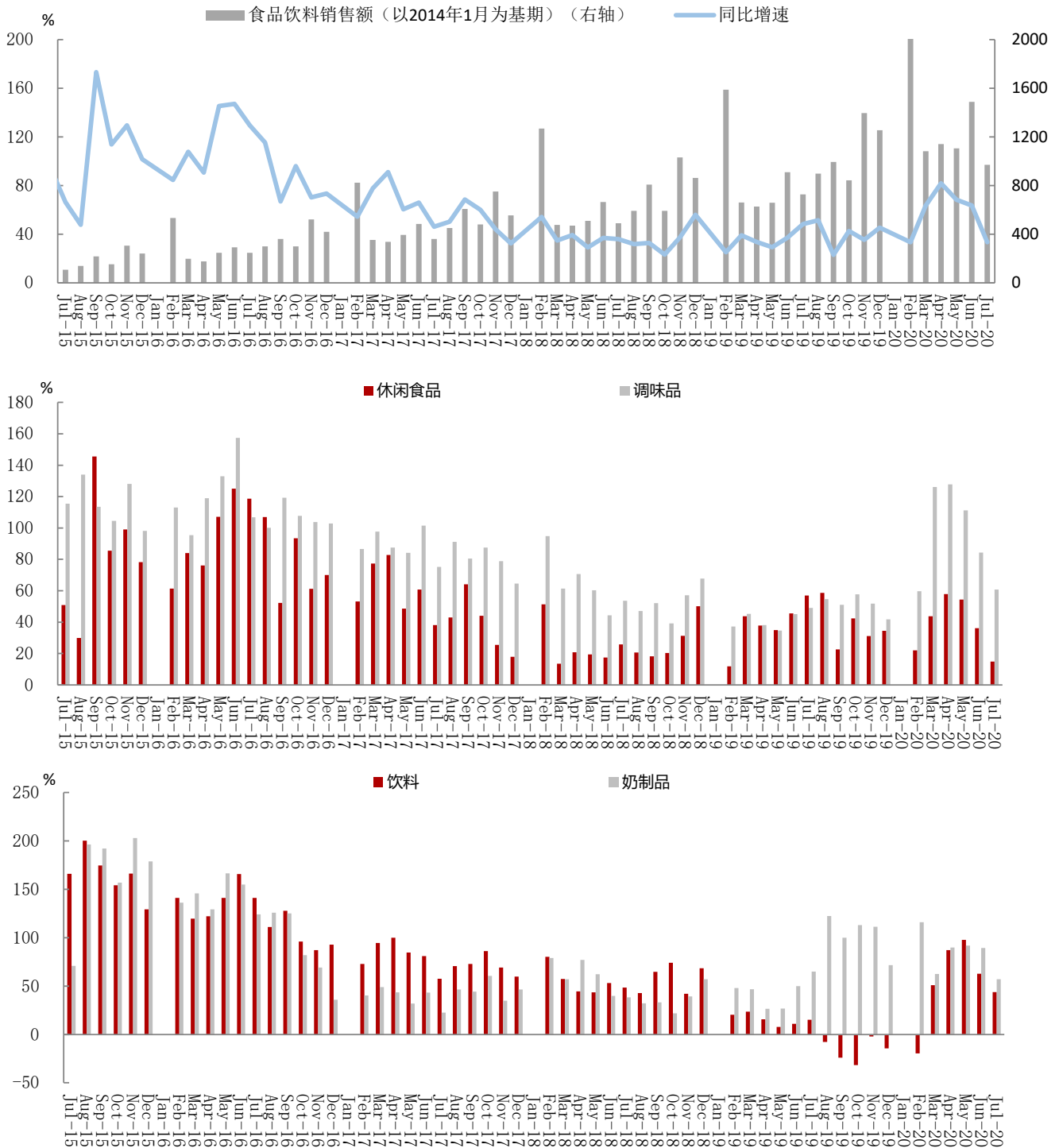
图表 8：酒类 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

7月，食品饮料同比增速降至33%。其中，调味品（61%）、奶制品（57%）、饮料（44%）和休闲食品（15%）同比增速虽有所下降，但均保持两位数的较高增速，总体来看，必需品消费表现坚挺。7月，奶制品、调味品、饮料、休闲食品环比增速分别为-46%、-27%、-26%、-23%。

图表 9：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

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。