

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2020年9月热点报告

中秋国庆双节带动消费复苏

核心提示

中秋和国庆双节带动了旺盛的消费需求，京东天灏中国消费线上指数显示，9月，77%的品类销售额同比增速超过10%，酒类同比增速位列第一，箱包类消费品同比增速均回正。

报告摘要

地产相关消费增速亮眼，厨房卫浴同比增创新高

9月，地产相关消费同比增速保持高位。其中，厨房卫浴同比增速远超其他商品种类，高达122%，基础建材和厨卫大电同比增速分别为95%和49%；后装增速虽低于前装，但均保持两位数高速增长，灯具、家具和家纺同比增速分别为39%、33%和24%。

白电同比增速涨幅显著，小家电同比增稳中趋缓

9月，家用电器同比增速为17%。9月，空调、冰箱和洗衣机同比增速分别大幅升至42%、36%和28%；厨卫大电和电视同比增分别为28%和-2%，均较8月下降5.9个百分点；个护健康、厨房小电和生活电器同比增速分别为31%、16%和8%，均保持较高景气。

服装类消费保持高增长，箱包类同比增速均回正

9月，服装鞋包同比增速为20%。其中，男装（43%）、童装童鞋（24%）、内衣（21%）和女装（11%）同比增速虽有所下降，但均保持两位数高速增长，受十一出行带动，男女包（13%）、功能箱包（3%）同比增速均回正。同期，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为22%和24%。

酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

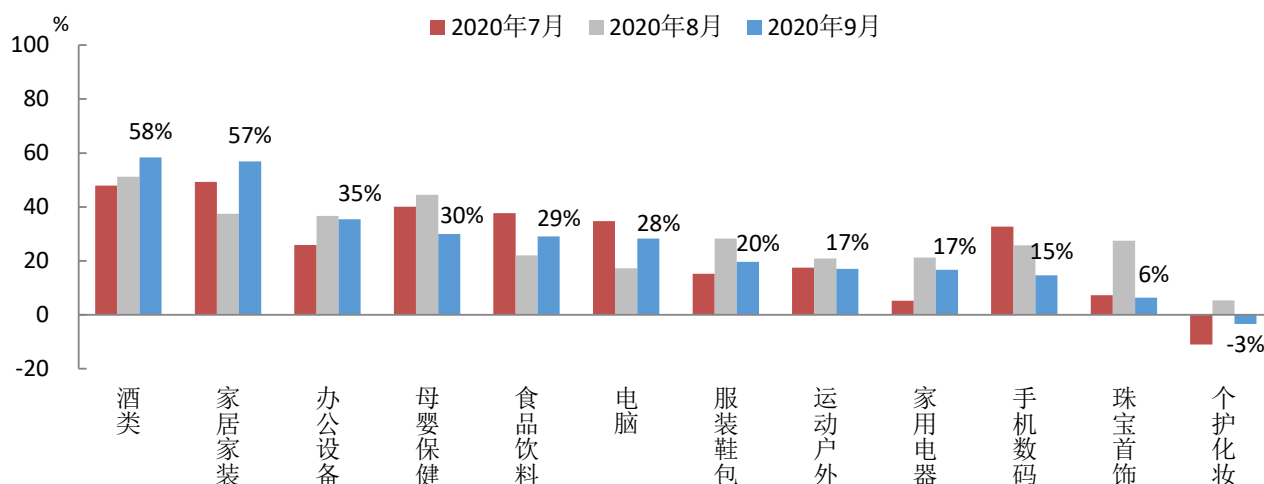
9月，酒类同比增58%，白酒（72%）、洋酒（68%）、啤酒（32%）、黄酒（28%）、葡萄酒（26%）均保持两位数高速增长。同期，食品饮料同比增29%，奶制品（55%）、调味品（35%）、饮料（32%）、休闲食品（16%）消费保持坚挺。

报告正文

一、9月社会消费品零售总额增速

2020年9月，大部分门类销售额实现两位数高增长。具体来看，必选消费品同比增速上涨，酒类（58%）和食品饮料（29%）同比增速均较8月增长7.0个百分点，分别位列第一和第五名；而可选消费销售额同比增速出现回落，珠宝首饰（6%）、个护化妆（-3%）降幅较大，且同比增速位于末位。此外，受房地产市场持续回暖影响，家居家装同比增速保持较高水平，位列第二。

图表 1：12 个一级门类 GMV 同比增长



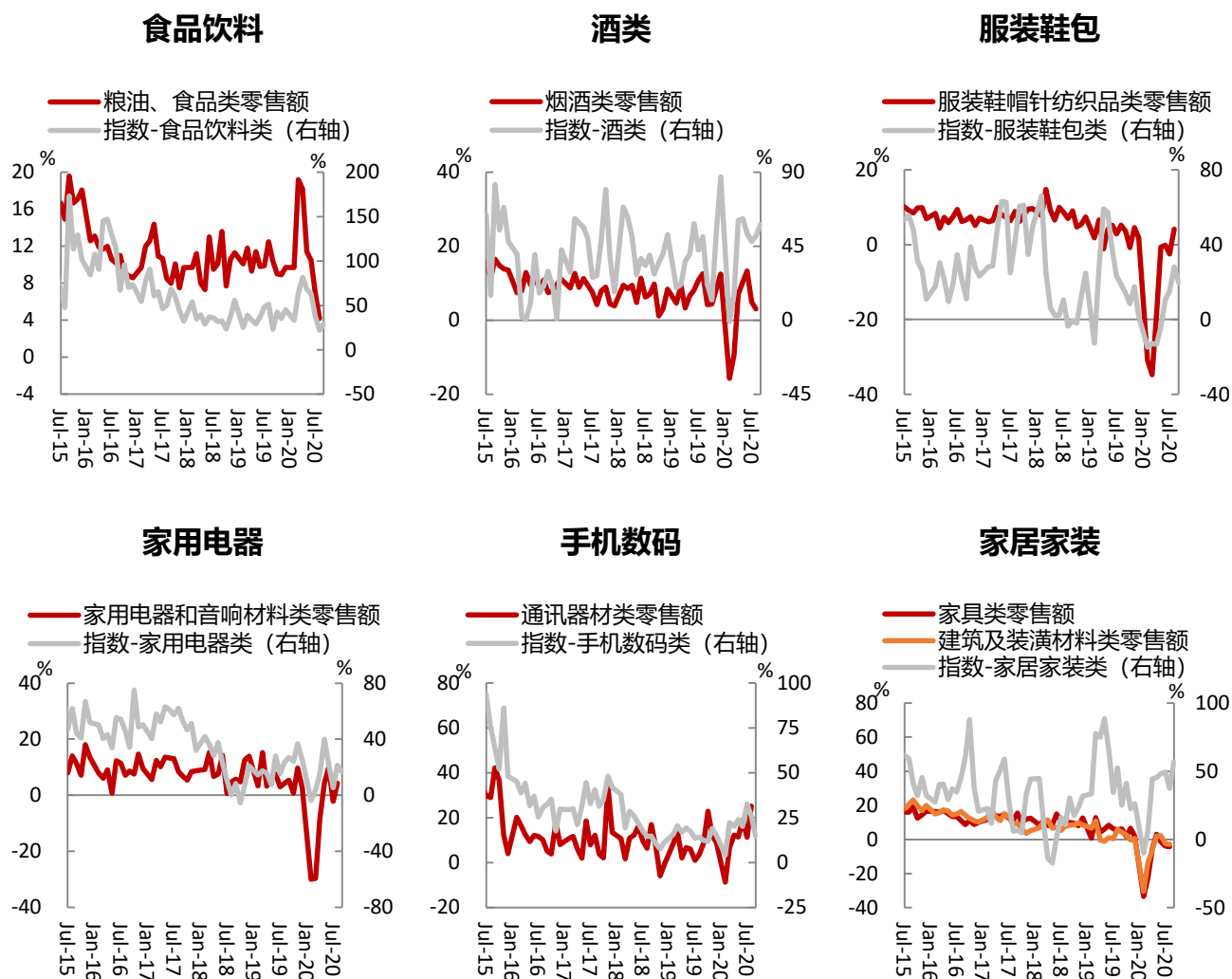
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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。

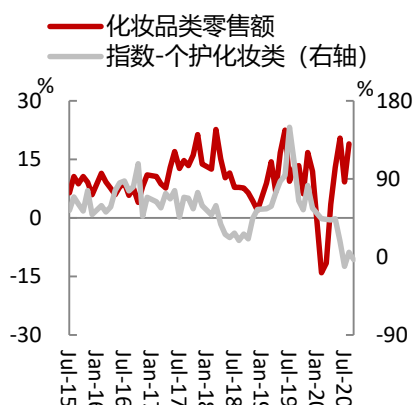
2020 年 8 月，网上实物商品零售额累计同比 15.8%，达 5.9 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 24.6%。2020 年 9 月，酒类、家居家装和食品饮料的京东天灏消费指数同比增速上升，其

他 6 个消费品类同比增速虽出现下降，但大都实现了高速增长。因此，我们预计 9 月社会消费品零售额同比增速将持续上涨。

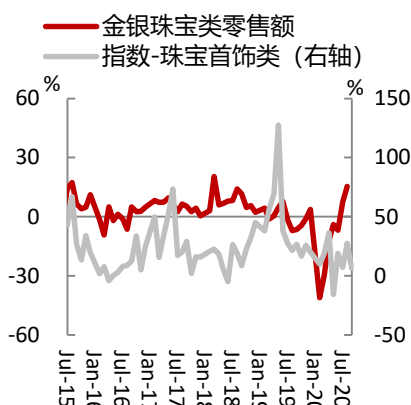
图表 2：9类消费品社会零售总额增速与线上零售额增速对比



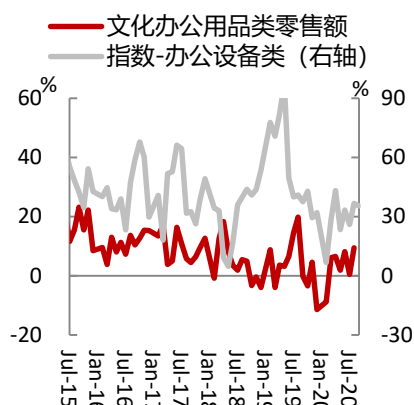
个护化妆



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

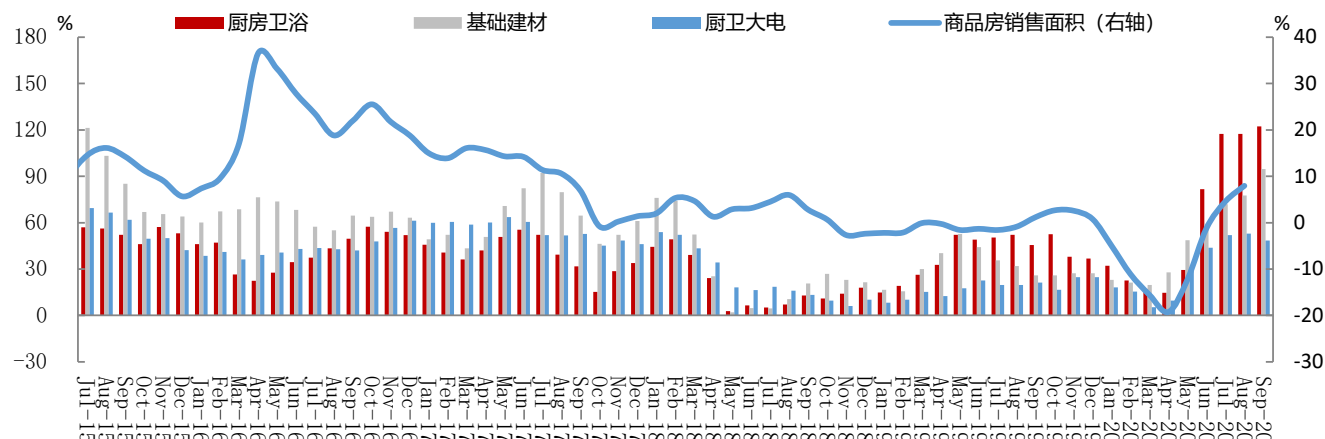
二、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费增速亮眼，厨房卫浴同比增创新高

2020年1-8月份，全国房地产开发投资88454亿元，同比增长4.6%，增速比1-7月份提高1.2个百分点。其中，住宅投资65454亿元，增长5.3%，增速提高1.2个百分点。同期，商品房销售面积98486万平方米，同比下降3.3%，降幅比1-7月份收窄2.5个百分点，商品房销售额96943亿元，增长1.6%，1-7月份为下降2.1%。1-8月份，房地产开发企业房屋施工面积839734万平方米，同比增长3.3%，增速比1-7月份提高0.3个百分点。

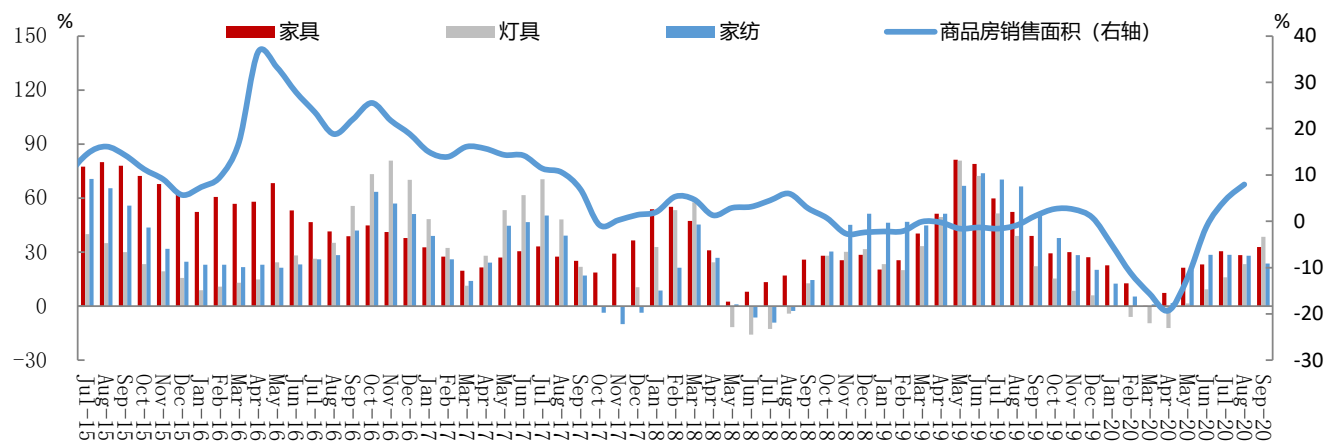
随着房地产市场逐渐回暖，地产相关消费保持较高增速。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别为122%、95%、49%，分别较8月变动4.9、17和-4.3个百分点；后装增速虽低于前装，但均保持两位数高增长，灯具、家具和家纺同比增速分别为39%、33%和24%，分别较8月变动15、4.5和-4.5个百分点。

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) 白电同比增速涨幅显著，小家电同比增稳中趋缓

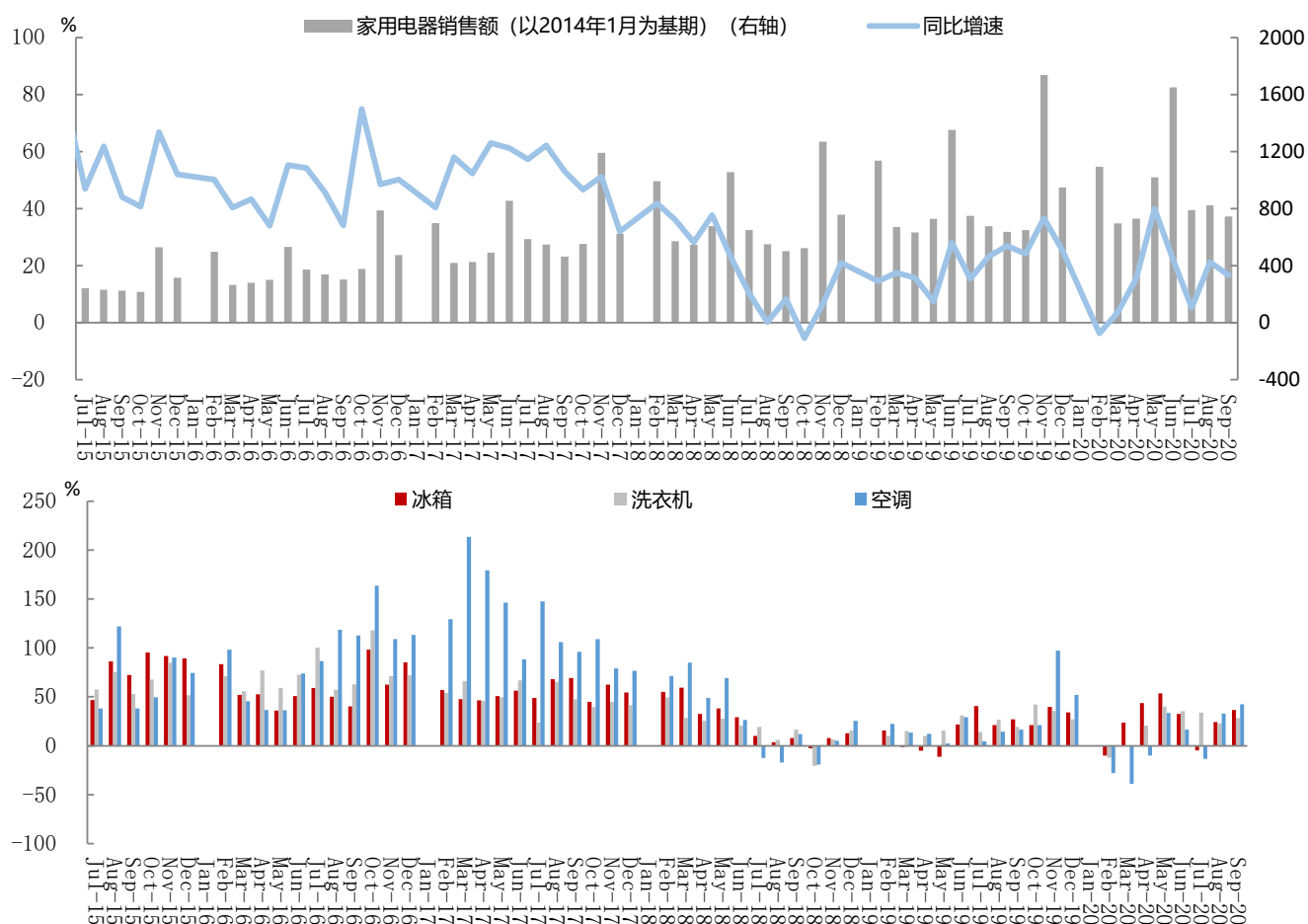
9月，家用电器销售额同比增长17%，较8月增速降低4.6个百分点。9月，白电销售额同比增速均上涨，空调、冰箱和洗衣机同比增速分别为42%、36%和28%，分别较8月增速增长9.6、12和5.5个百分点。环比方面，洗衣机销售额增长13%，冰箱和空调分别下降8.7%和52%。

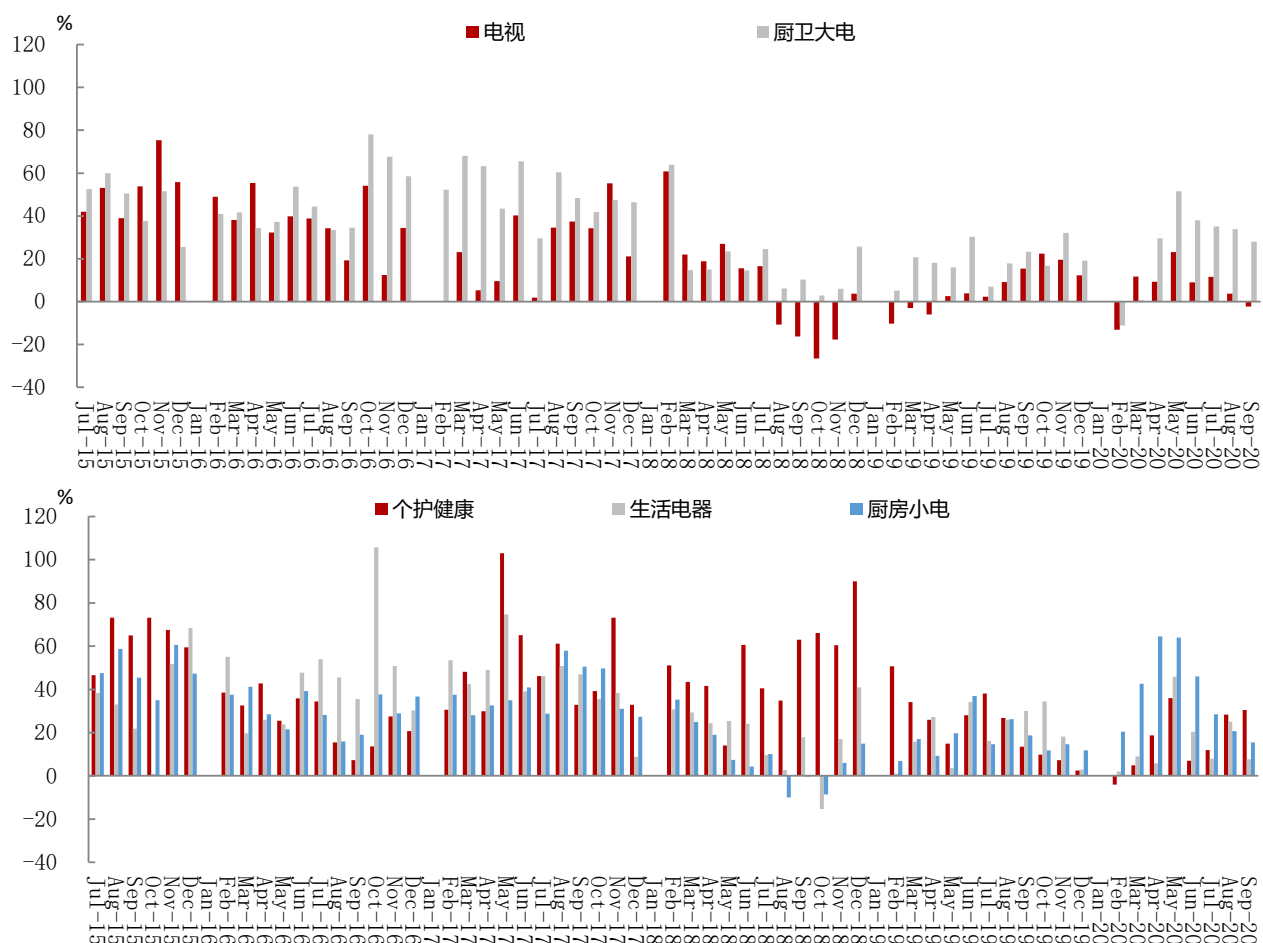
随着房地产市场逐渐回暖，厨卫大电9月销售额同比增速虽略有下降，但仍保持在28%的高水平；电视同比下降2%，较8月增速回落5.9个百分点。环比方面，厨卫大电与电视销售额分别

较8月销售额增长1.5%和3.2%。

随着国内疫情消退，小家电同比增速稳中趋缓，厨房小电和生活电器同比增速分别降至16%和8%，个护化妆同比增速小幅升至31%。环比方面，生活电器、个护健康和厨房小电环比分别为-8.0%、-4.8%和-3.9%。

图表 5：家用电器 GMV 同比增速





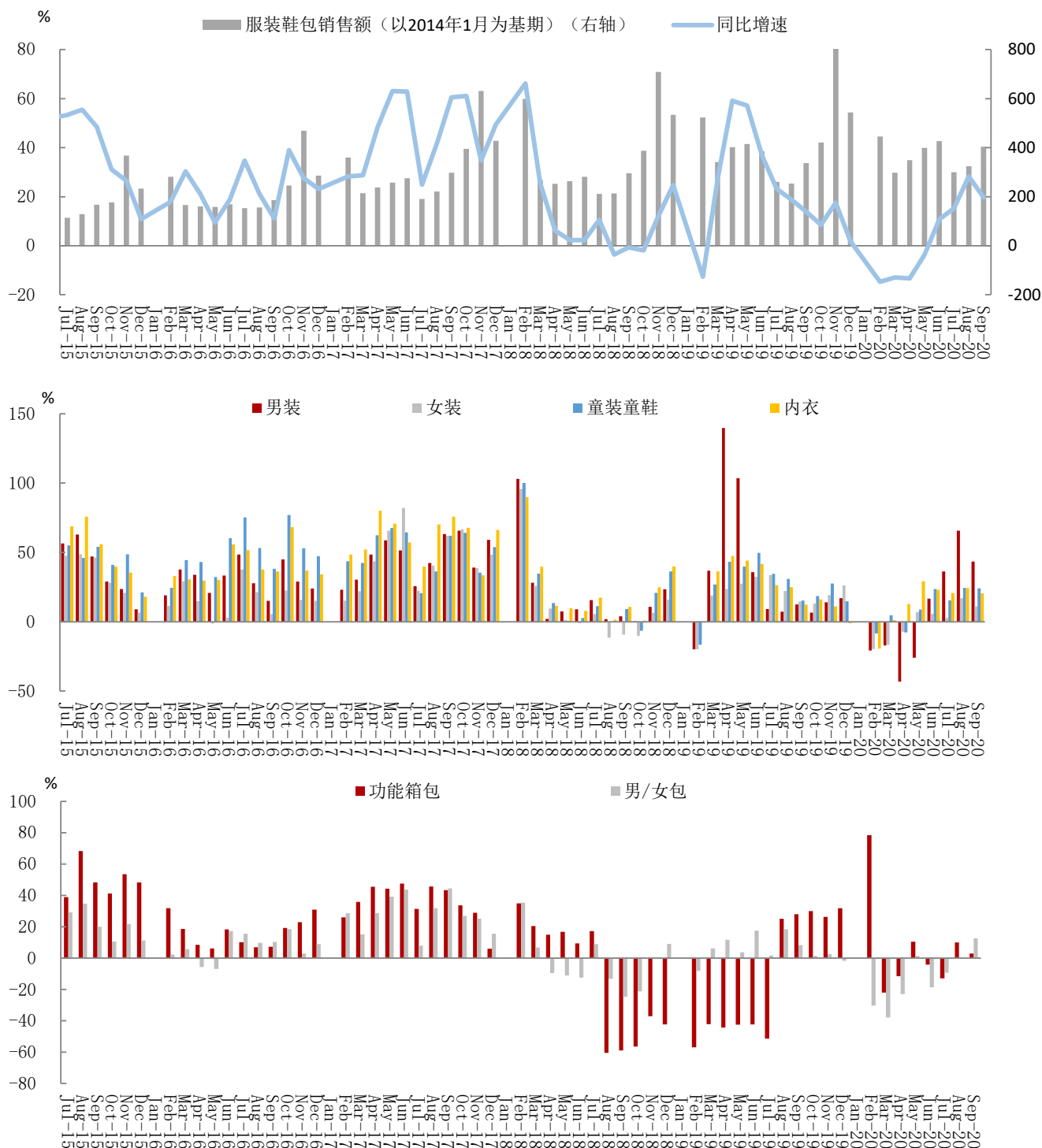
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装类消费保持高增长，箱包类同比增速均回正

9月，服装鞋包同比增速为20%，较8月回落8.5个百分点。9月，传统服装同比增速均有所回落，其中，男装同比增速虽降至43%，但远超过其他服饰种类，童装童鞋、内衣、女装同比增速分别为24%、21%和11%，分别较8月下降0.2、3.8和6.0个百分点。环比方面，童装童鞋、男装、女装和内衣增速分别为71%、45%、26%和15%。

今年十一超长假期激发居民出游热情，箱包类消费品均同比正增长，其中，男女包和功能箱包销售额同比增速分别为13%和3%。环比方面，功能箱包和男女包销售额分别较8月下降29%和22%。

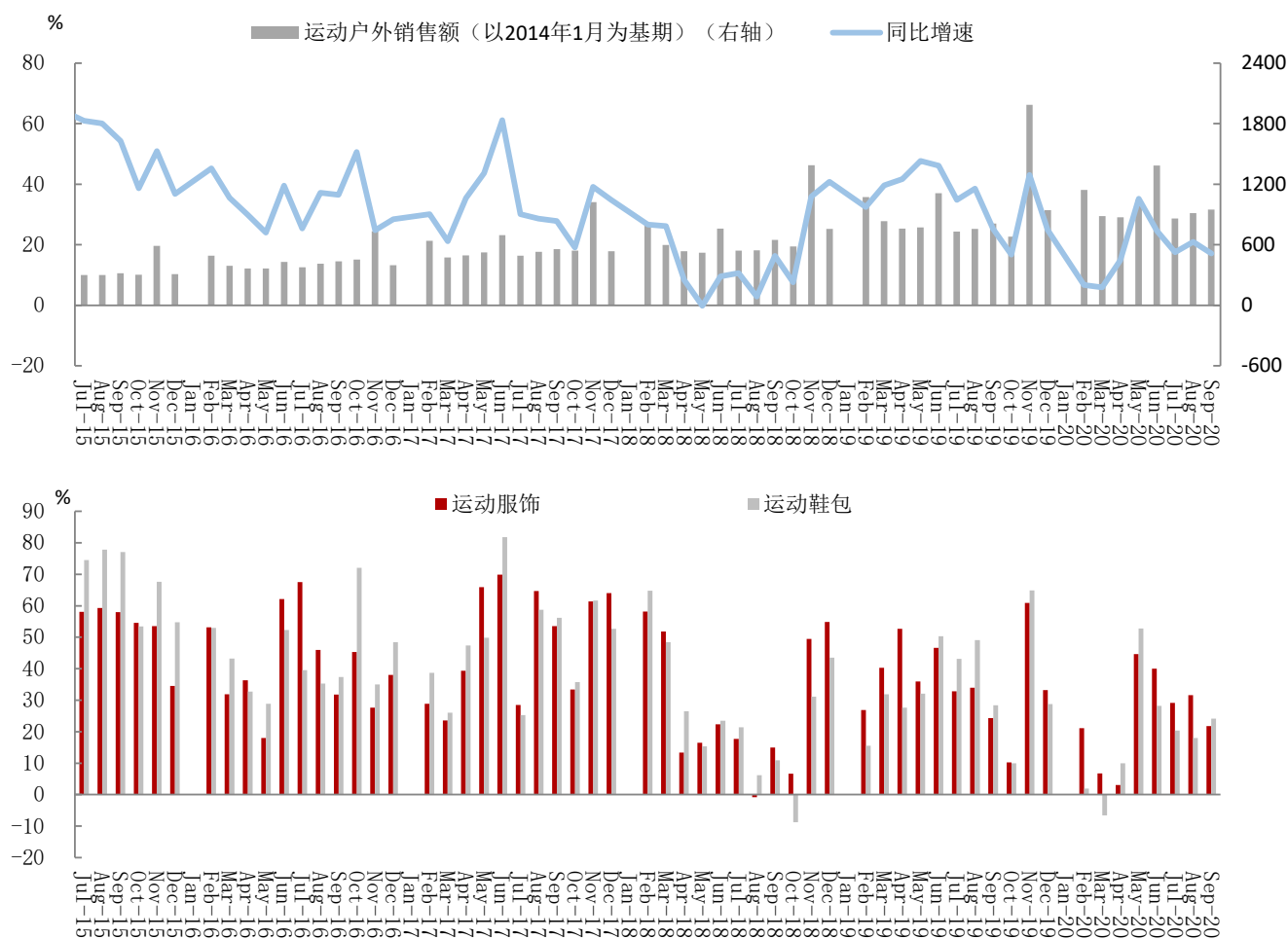
图表 6：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

9月，运动户外销售额同比增长17%，较8月回落3.8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22%和24%，分别较8月变化-9.8、6.2个百分点。环比方面，运动服饰和运动鞋包销售额分别较8月增长17%和7.4%。

图表 7：运动户外 GMV 同比增速

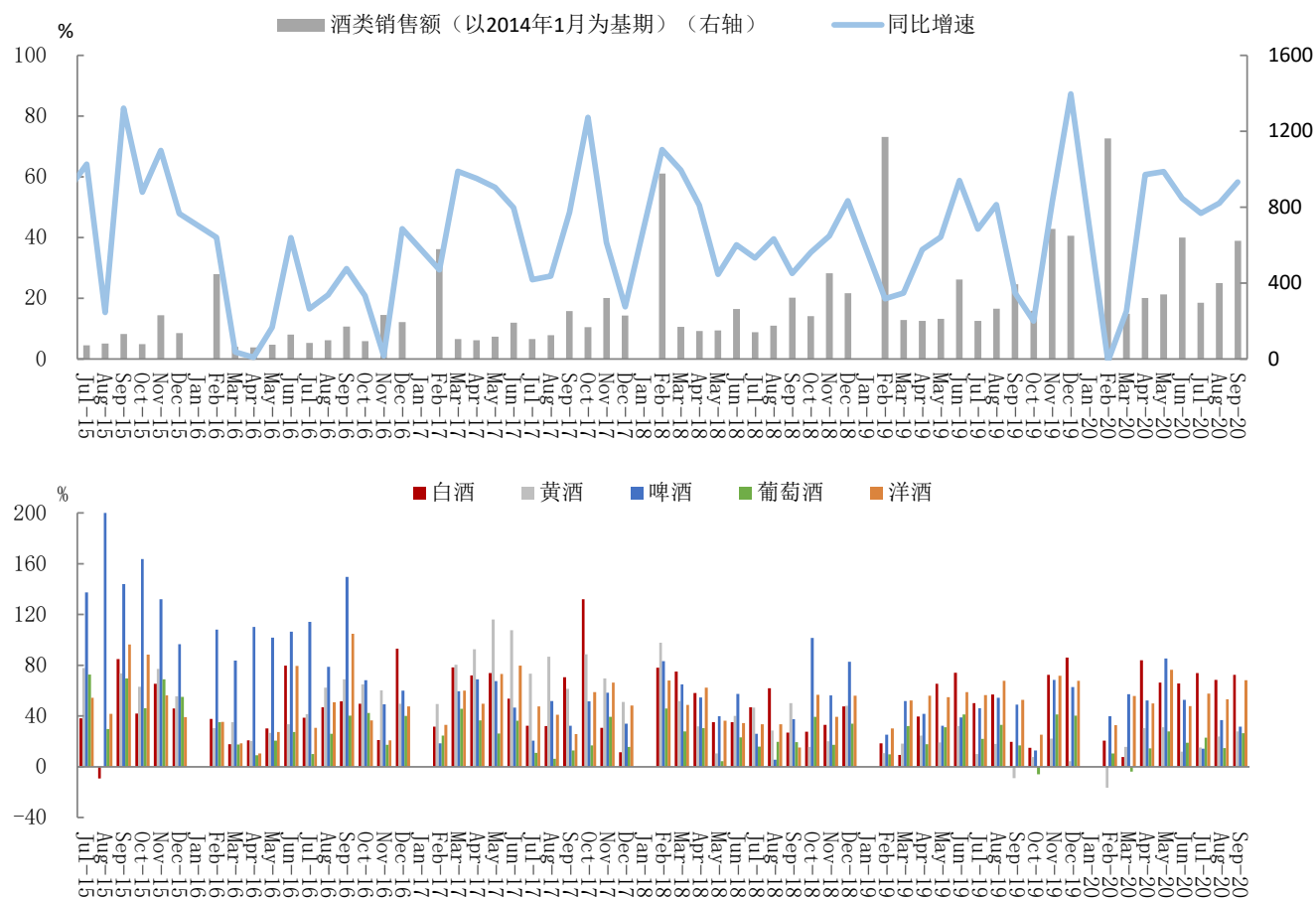


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

9月，受中秋国庆双节带动，酒类销售额同比增速升至58%。其中，白酒销售额同比增速为72%，位列第一，洋酒（68%）、啤酒（32%）、黄酒（28%）、葡萄酒（26%）紧随其后，各品类均保持两位数高增长。与8月相比，黄酒、白酒、葡萄酒、洋酒和啤酒销售额分别变化94%、70%、62%、39%和-2.9%。

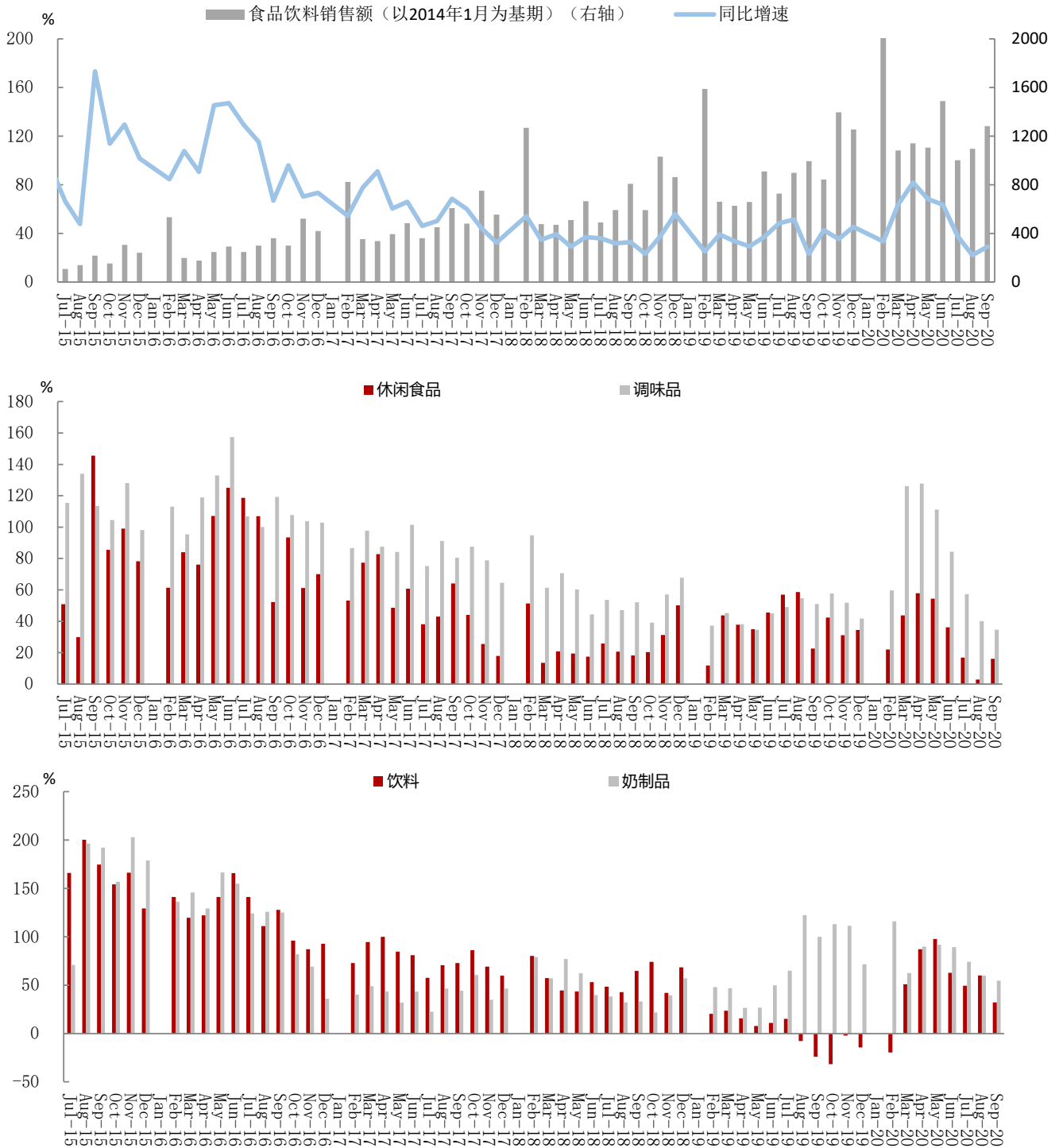
图表 8：酒类 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

9月，食品饮料同比增速升至29%，必需品消费表现坚挺。受中秋国庆双节影响，休闲食品销售额同比增速升至16%，较8月回升13个百分点，奶制品（55%）、调味品（35%）和饮料（32%）同比增速虽有所下降，但均保持较高增长。9月，休闲食品、奶制品、调味品和饮料销售额分别较8月变化17%、4.1%、1.6%和-18%。

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。