

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2020 年 11 月热点报告

家电同比全面回落，服装销售有所转暖

核心提示

11 月京东天灏中国消费线上指数显示，在 12 个门类中，92% 的门类销售额同比增速超过 10%，67% 的门类同比增速下降，消费增速趋缓。双十一促销活动周期拉长，消费出现分化，家用电器销售承压，酒类和食品饮料保持较高增长。

报告摘要

地产相关消费增速亮眼，前装增速持续高于后装

11 月，地产相关消费同比增速保持高位。其中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别为 168%、75%、43%；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 31%、30%和 30%。

家用电器同比增速承压，空调同比接近历史低点

11 月，家用电器同比增速为 5%。11 月，冰箱和洗衣机同比增速分别为 23%和 15%，空调同比增速大幅降至-37%，接近历史低点；厨卫大电和电视同比增分别为 22%和-7%；个护健康、厨房小电和生活电器销售额同比增速分别为 25%、20%和 11%，均保持较高景气。

男装同比增速大幅上涨，运动服饰保持较高增速

11 月，服装鞋包同比增速为 18%。其中，男装（39%）和内衣（18%）同比增速有所上升，女装（8%）和童装童鞋（-1.4%）同比增速较 10 月略有下降，男女包（9%）、功能箱包（-15%）同比增速大幅回落。同期，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为 23%和 21%，保持较高增长。

酒类增长具有较强韧性，奶制品保持高增长态势

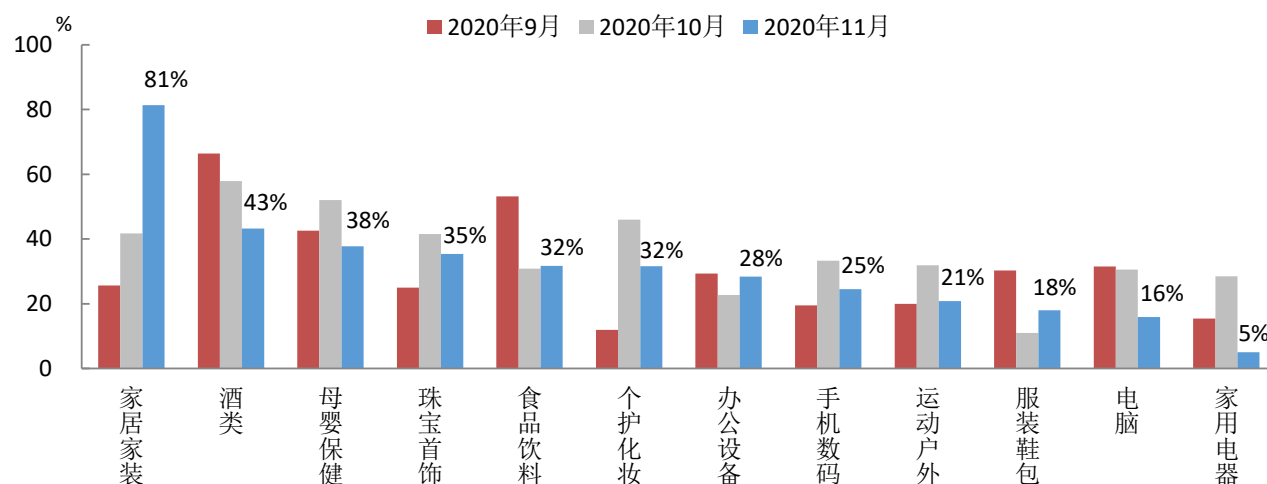
11 月，酒类同比增 43%，白酒（57%）、洋酒（47%）、啤酒（30%）、黄酒（11%）、葡萄酒（4%）均保持较高增长。同期，食品饮料同比增 32%，其中奶制品（74%）、饮料（49%）和调味品（30%）同比增速上涨，休闲食品同比增速略降至 17%。

报告正文

一、11月社会消费品零售总额增速

2020年11月，在12个一级门类中，92%的门类销售额实现两位数高增长，但67%的门类同比增速有所回落。具体来看，家居家装（81%）和酒类（43%）同比增速名列前茅，家用电器（5%）同比增速位于末位。

图表 1：12个一级门类 GMV 同比增长



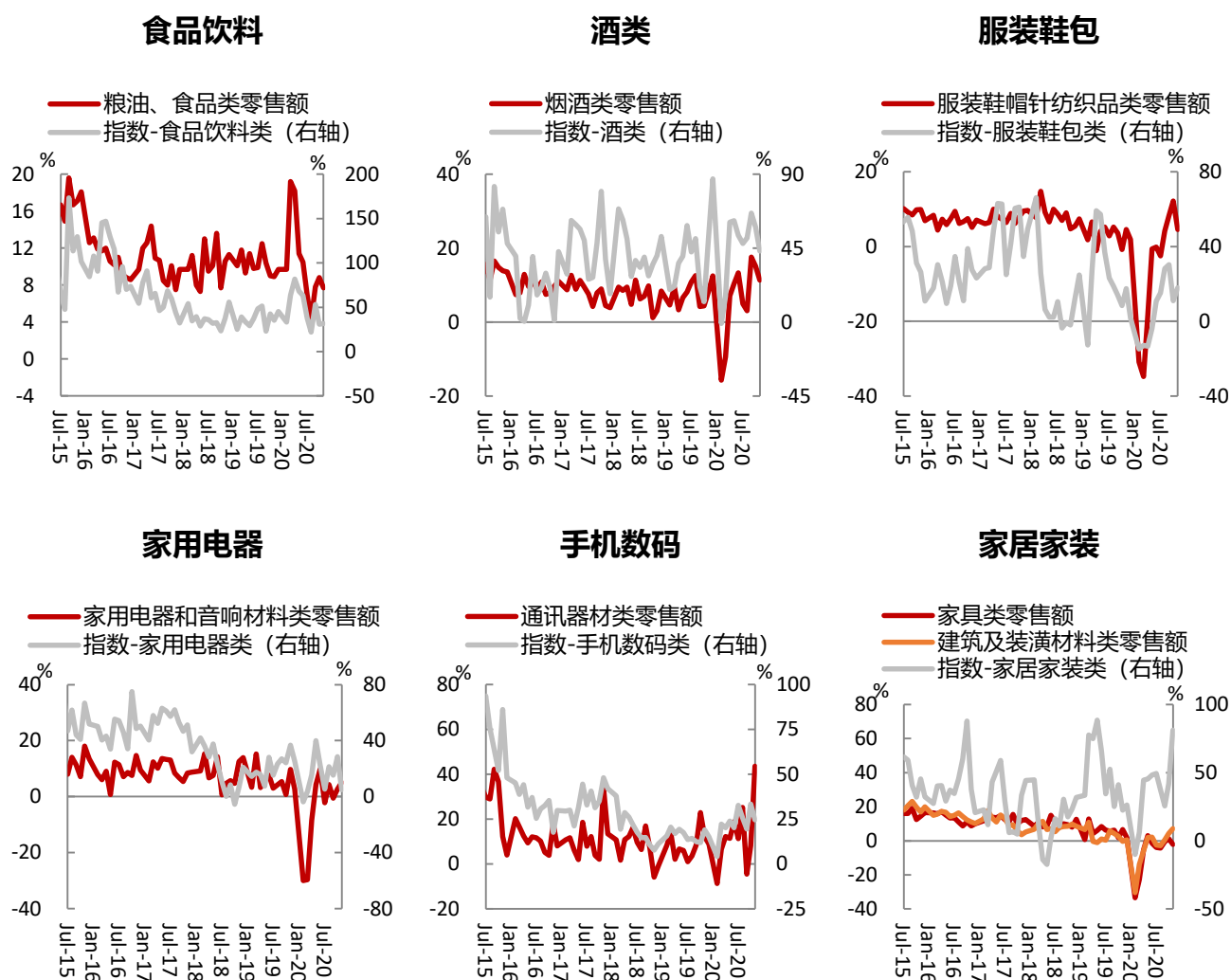
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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。

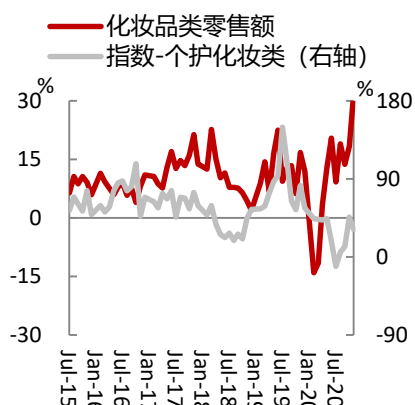
2020年11月，网上实物商品零售额累计同比15.7%，达8.8万亿元，占社会消费品零售总额比重为25.0%。2020年11月，家居家装、服装鞋包、办公设备和食品饮料的京东天灏消费指数同比增速上升，其他5个消费门类同比增速虽出现下降，但大都实现了高速增长。具体来看，

在 73 个二级品类中，81% 的品类销售额同比增速超过 10%，53% 的品类同比增速下降。与 11 月社会消费品零售额同比增速增长承压相一致。11 月，社会消费品零售总额 39514 亿元，同比增长 5.0%，增速比上月加快 0.7 个百分点。

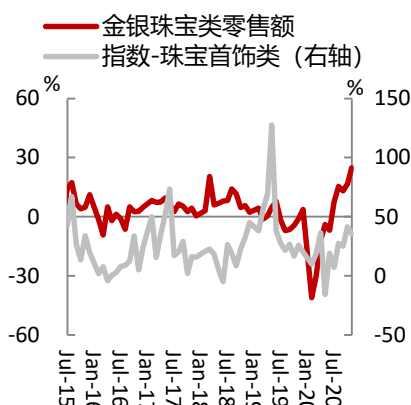
图表 2：9 类消费品社会零售总额增速与线上零售额增速对比



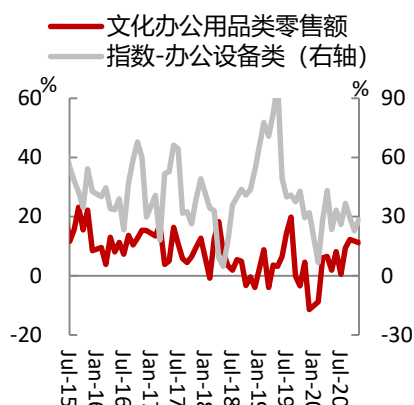
个护化妆



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

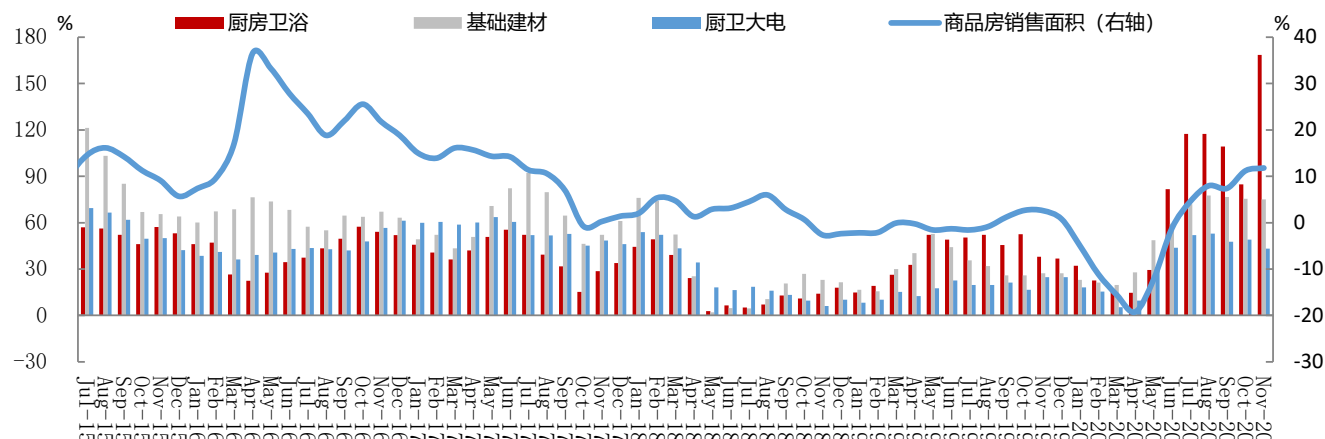
二、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费增速亮眼，前装增速持续高于后装

2020年1-11月份，全国房地产开发投资129492亿元，同比增长6.8%，增速比1-10月份提高0.5个百分点。其中，住宅投资95837亿元，增长7.4%，增速提高0.4个百分点。同期，商品房销售面积150834万平方米，同比增长1.3%，增速比1-10月份提高1.3个百分点，商品房销售额148969亿元，增长7.2%，增速提高1.4个百分点。1-10月份，房地产开发企业房屋施工面积902425万平方米，同比增长3.2%，增速比1-10月份提高0.2个百分点。

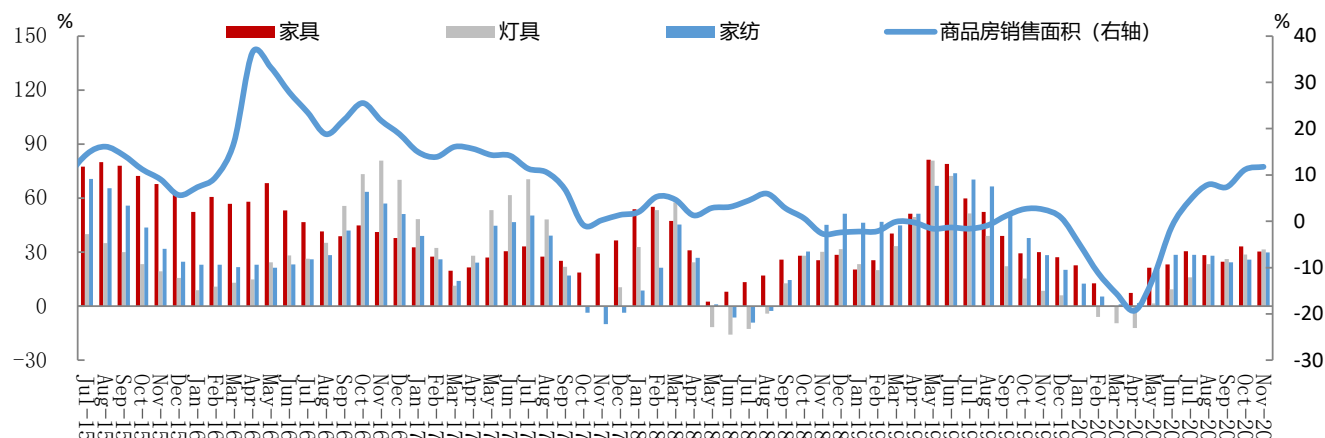
随着房地产市场逐渐回暖，地产相关消费保持较高增速。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别为168%、75%、43%，分别较10月变动84、-0.4和-5.7个百分点；后装增速虽低于前装，但均保持两位数高增长，灯具、家具和家纺同比增速分别为31%、30%和30%，分别较10月变动2.8、-2.9和3.9个百分点。

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) 家用电器同比增速承压，空调同比接近历史低点

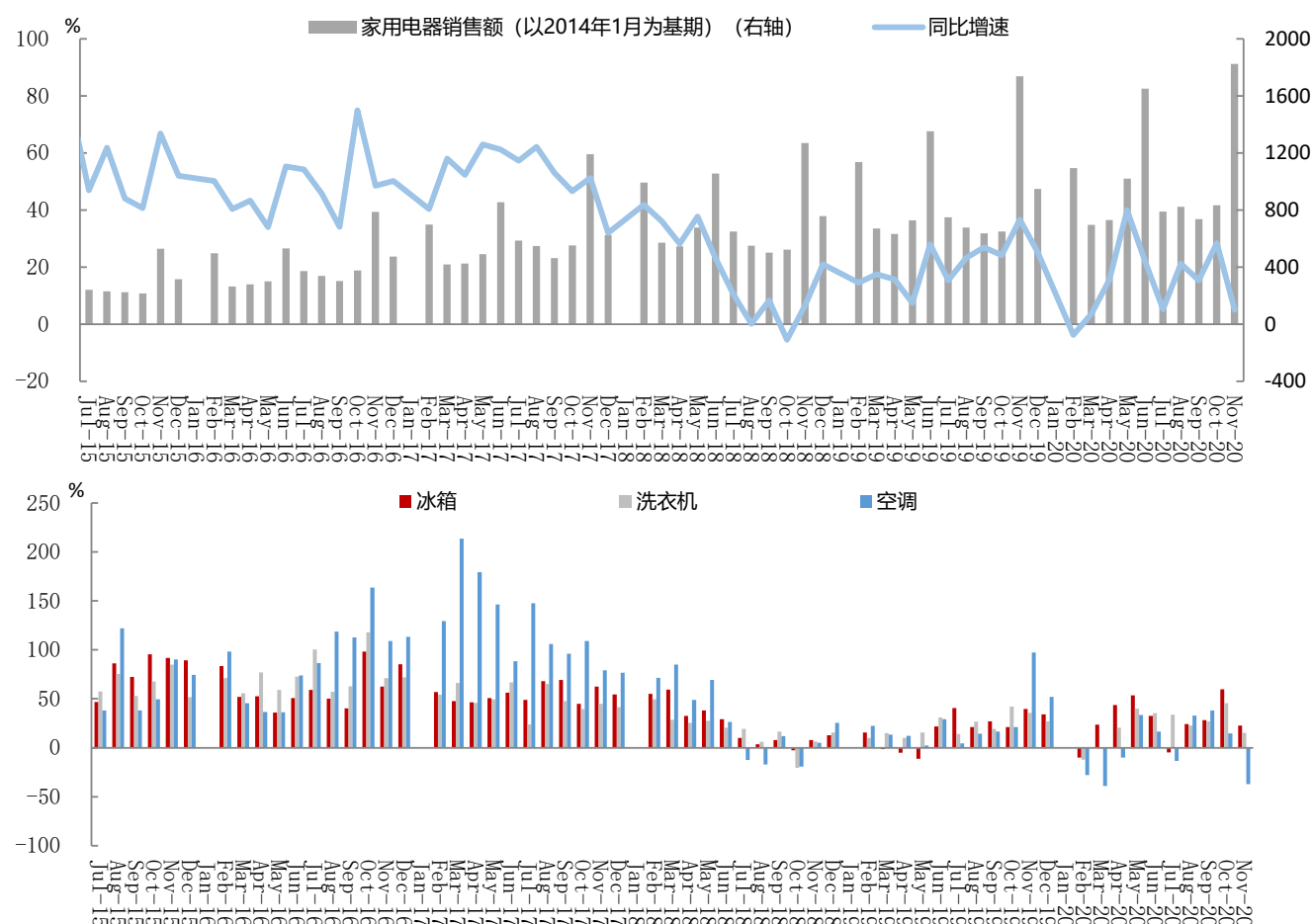
2020 年双十一促销活动周期再次拉长，部分消费需求已提前释放，导致 11 月家用电器销售承压。11 月，家用电器销售额同比增长 5%，较 10 月增速降低 23 个百分点。其中，空调销售额同比增速大幅降至-37%，接近历史低点。同期，冰箱和洗衣机同比增速分别为 23%和 15%，分别较 10 月增速下降 37 和 30 个百分点。环比方面，空调、冰箱和洗衣机销售额分别较 10 月增长 215%、129%和 121%。

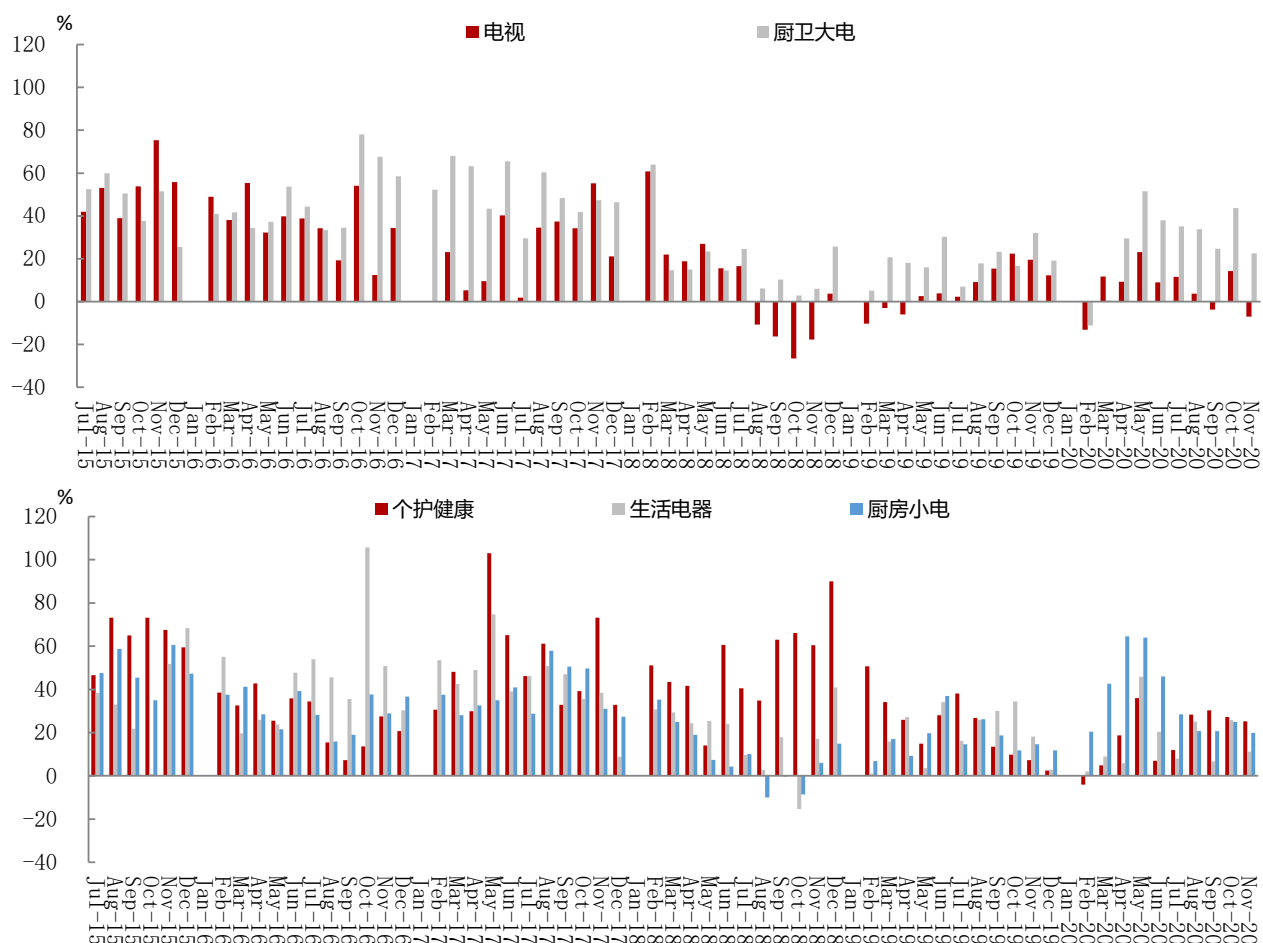
11 月，电视销售额同比增速降至负区间，为-7%。同期，厨卫大电销售额同比增速为 22%，虽

较10月下降21个百分点，但仍保持两位数高增长。环比方面，厨卫大电与电视销售额分别较10月增长106%和132%。

11月，小家电仍保持较高的同比增速，个护健康、厨房小电和生活电器销售额同比增速分别为25%、20%和11%。环比方面，生活电器、个护健康和厨房小电环比分别为109%、102%和99%。

图表 5：家用电器 GMV 同比增速





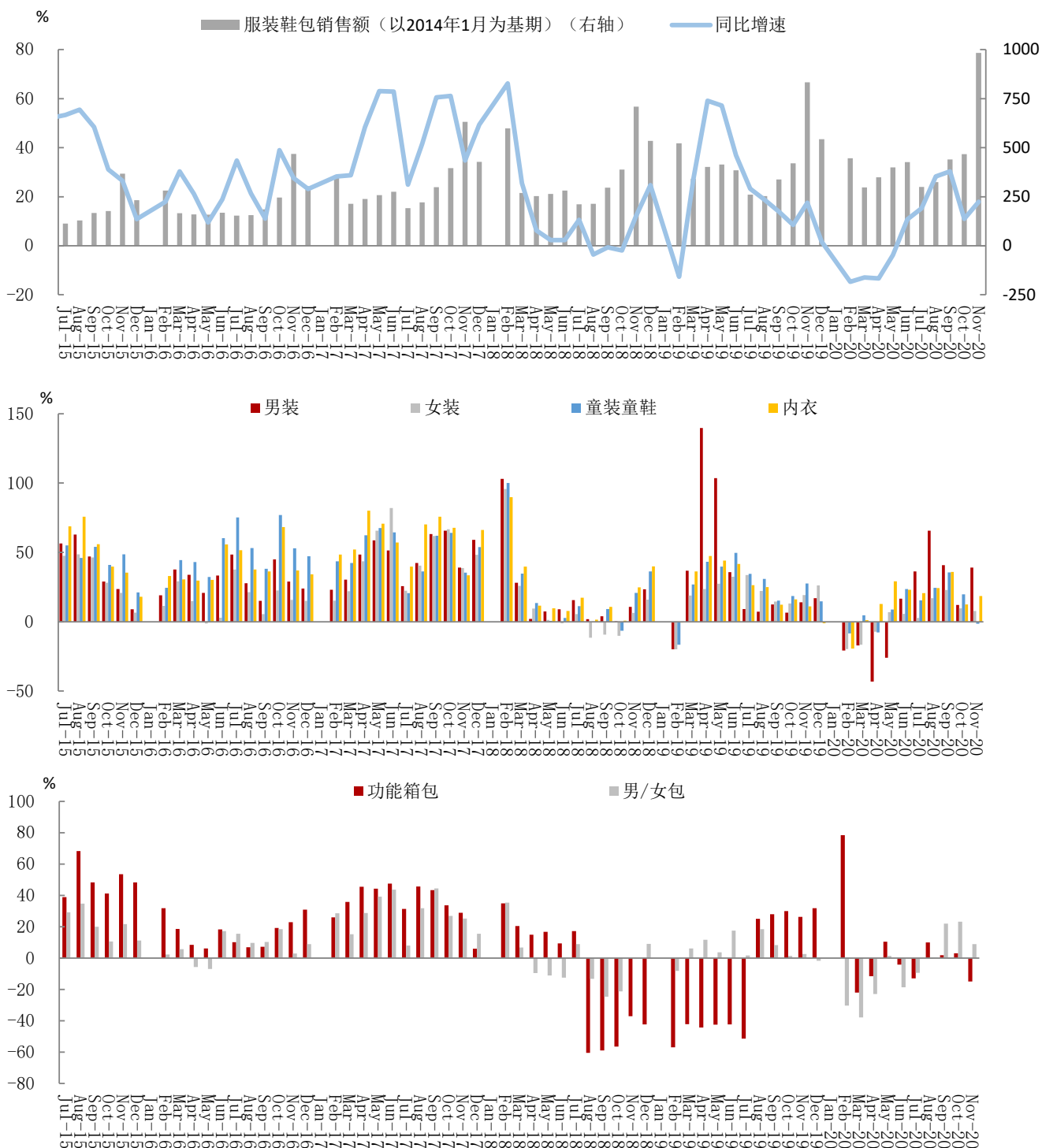
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 男装同比增速大幅上涨，运动服饰保持较高增速

随着全国范围降温，服装需求有所上升。11月，服装鞋包同比增速为18%，较10月增长7个百分点。11月，男装和内衣同比增速分别升至39%和18%，分别较10月上漲27和5.9个百分点，而女装和童装童鞋同比增速分别为8%和-1.4%，分别较10月下降1.9和21个百分点。环比方面，男装、女装、内衣和童装童鞋增速分别为143%、93%、89%和76%。

11月，箱包类消费品同比增速回落，其中，功能箱包和男女包同比增速分别为-15%和9%，分别较10月下降18和14个百分点。环比方面，功能箱包和男女包销售额分别较10月增长95%和92%。

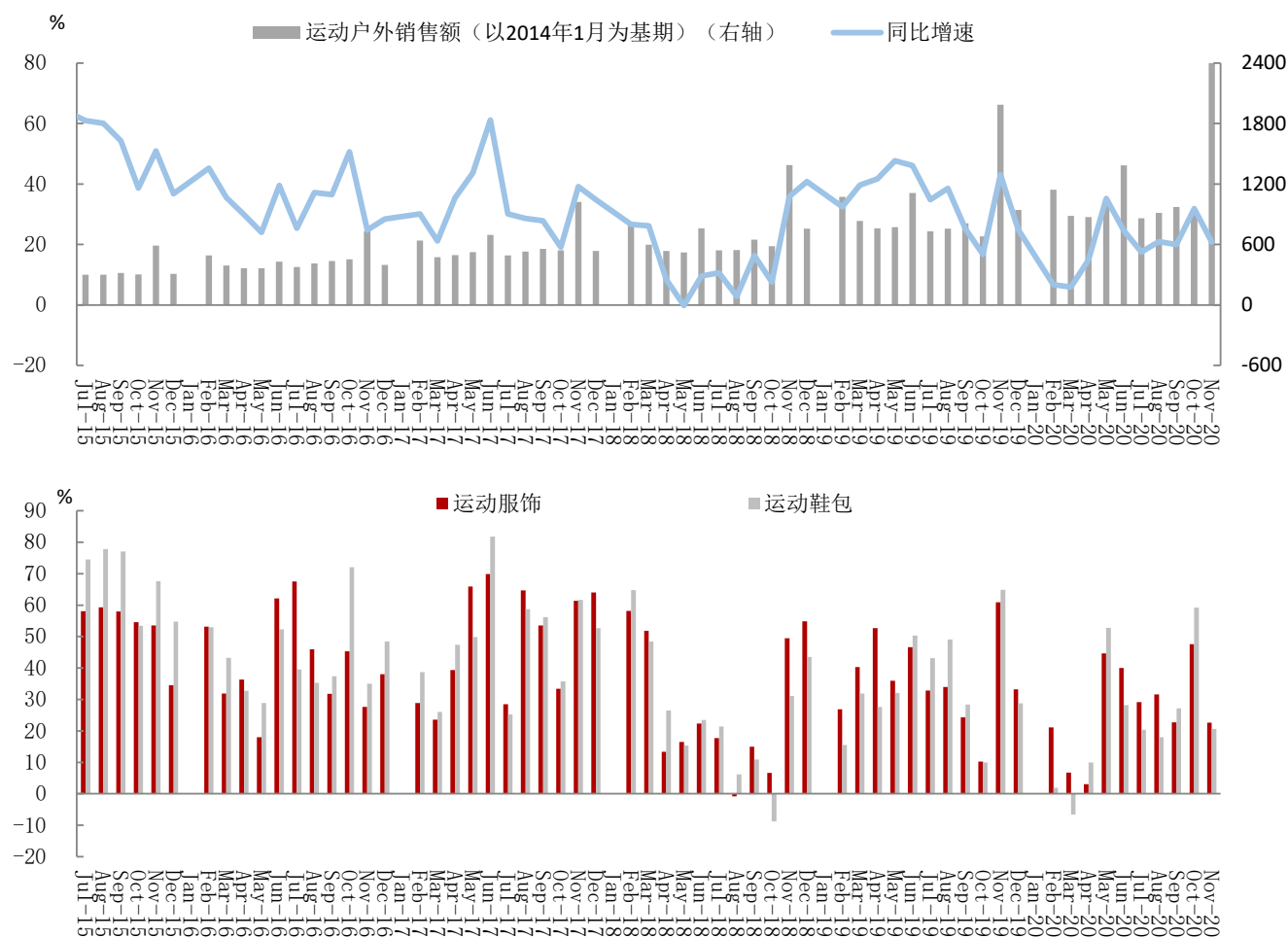
图表 6：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

11月，运动户外销售额同比增长21%，较10月回落11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23%和21%，分别较10月下降25、39个百分点。环比方面，运动服饰和运动鞋包销售额分别较10月增长255%和284%。

图表 7：运动户外 GMV 同比增速

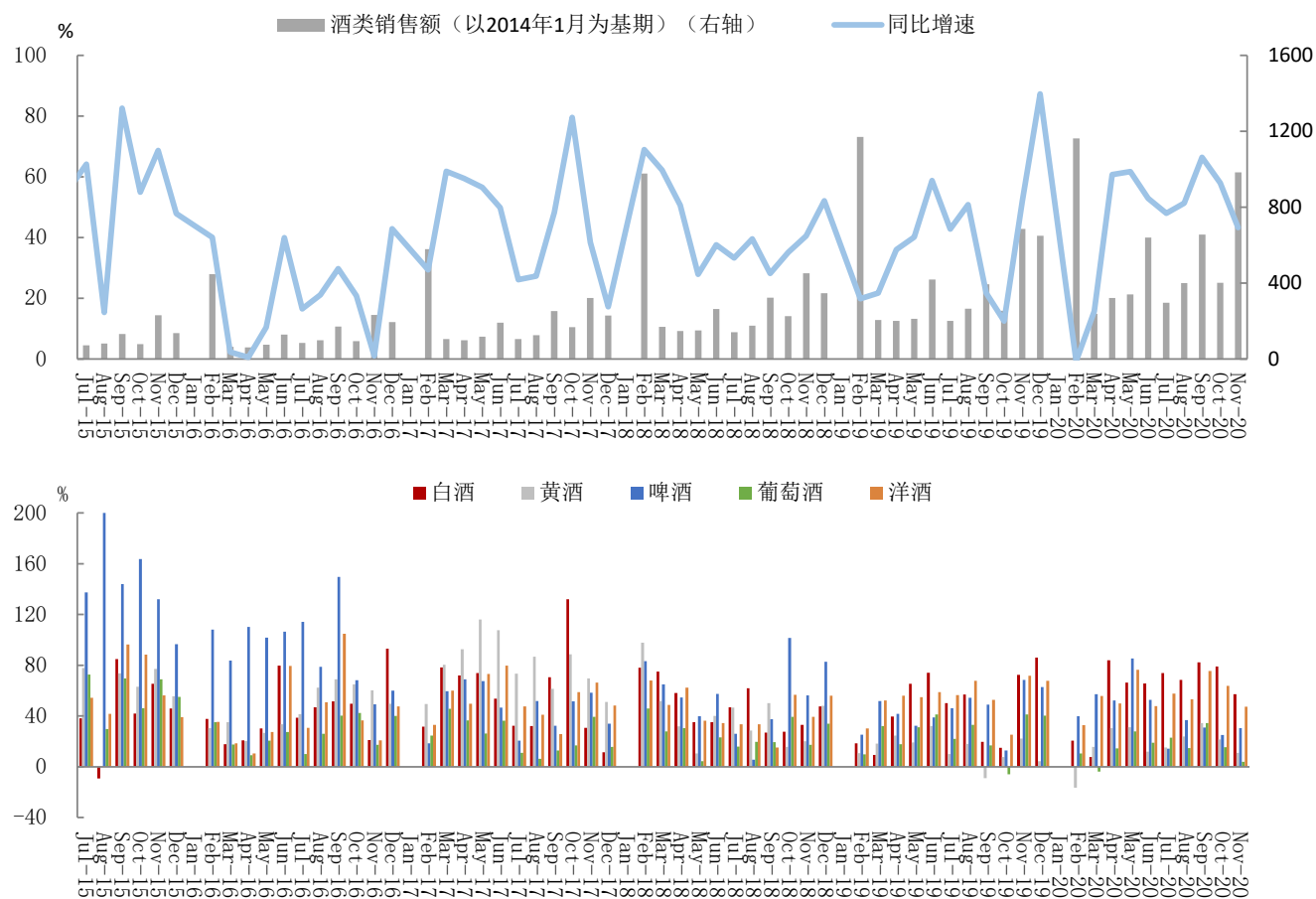


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类增长具有较强韧性，奶制品保持高增长态势

11月，酒类销售额同比增速小幅降至43%。其中，白酒销售额同比增速为57%，位列第一，洋酒(47%)、啤酒(30%)、黄酒(11%)、葡萄酒(4%)紧随其后，大部分品类保持两位数高增长。与10月相比，白酒、葡萄酒、洋酒、黄酒和啤酒销售额分别增长156%、138%、131%、108%和100%。

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

11月，食品饮料同比增速为32%。其中，奶制品、饮料和调味品销售额同比增速分别为74%、49%和30%，分别较10月增速增长8.1、13和0.4个百分点，休闲食品同比增速为17%，较去年同期下降5.8个百分点。11月，奶制品、饮料、调味品和休闲食品销售额分别较10月上漲79%、90%、68%和54%。

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。