

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019 年 2 月热点报告

地产相关消费维持稳定，服装鞋包线上消费承压

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019 年 1-2 月，大部分品类销售额同比下降，但多数保持两位数高增速，仅服装鞋包销售低迷；地产相关消费较为平稳，各品类同比增速维持较高水平。

报告摘要

地产相关消费较为平稳，后装保持较高增速

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为 48%、27%和 23%；前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电移动平均的同比增速分别为 19%、17%和 10%。

家用电器销售保持稳定，个护健康持续领涨

1-2 月，家用电器同比增速保持稳定，为 15%。白电中，空调、冰箱和洗衣机同比增分别为 23%、16%和 10%；黑电中，厨卫大电同比增降至 6%，电视重回负增长，同比增跌至-10%；小家电中，个护健康依然领跑家电行业（51%），生活电器和厨房小电同比增大幅降至 1%和 7%。

服装鞋包消费低迷，运动户外需求释放

1-2 月，服装鞋包同比增降至-12%，大部分子类同比增下降至历史最低值：男装、女装、童装童鞋和内衣同比增速分别为-20%、-19%、-17%和-1%，男女包和功能箱包同比增为-7%和-57%。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 28%和 17%。

酒类和食品饮料保持稳定，子行业保持快速增长

1-2 月，酒类同比增 20%，其子类均维持两位数高增速，洋酒（30%）和啤酒（25%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增 25%，奶制品（48%）首次在春节期间同比增超过饮料（20%），调味品和休闲食品同比增分别为 37%和 12%。

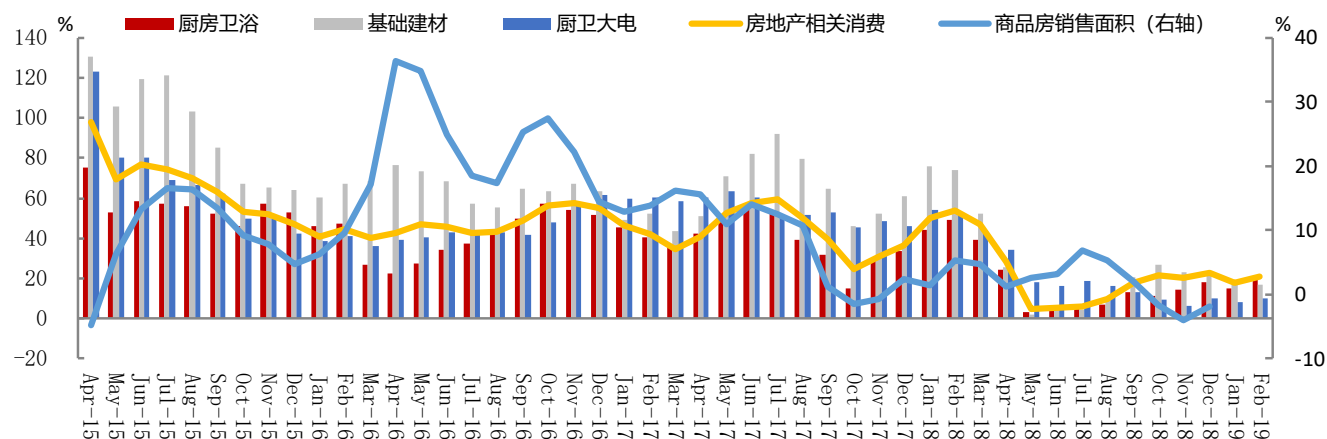
报告正文

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) 地产相关消费较为平稳，后装保持较高增速

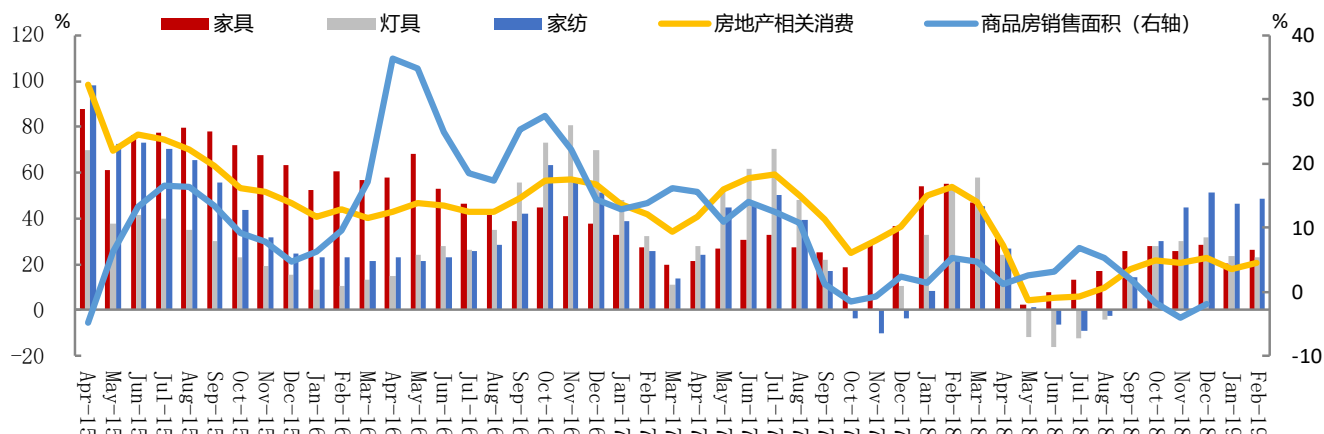
房地产相关消费与商品房销售面积移动平均的同比增速变动较为一致且波动更为剧烈，自 2017 年 3 月以来呈波动下降趋势，而近期维持在一个较高水平。2019 年 2 月，地产相关消费移动平均销售额同比增速小幅升至 21%。其中各子类销售额同比增速稳中有升，前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电移动平均的同比增速分别为 19%、17%和 10%；后装中，家纺、家具和灯具同比增速分别为 48%、27%和 23%。

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)

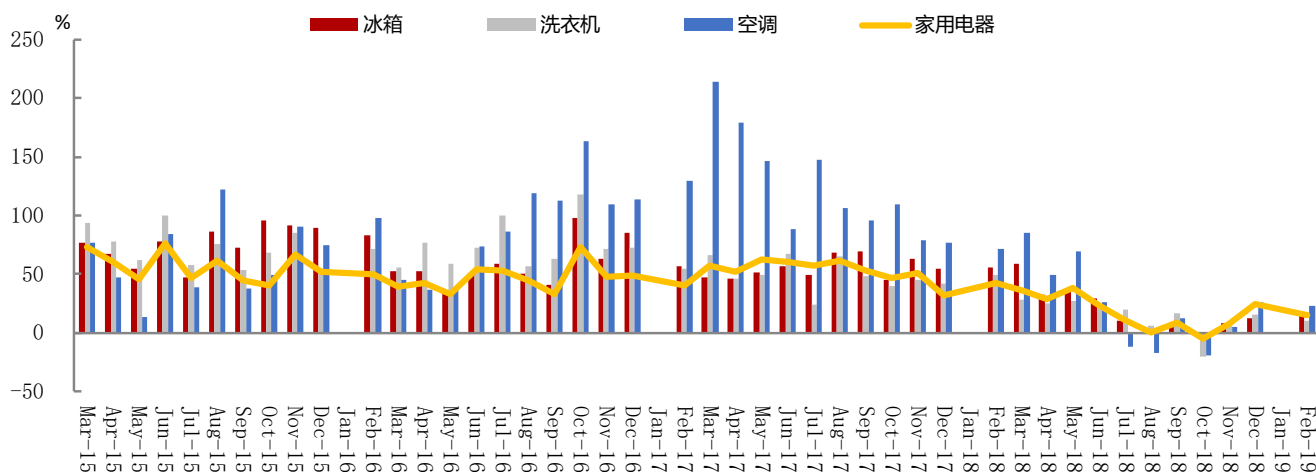


数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

(二) 家用电器销售保持稳定，个护健康持续领涨

2019 年 1-2 月，家用电器同比增速基本保持稳定，为 15%。白电均保持较高同比增速，空调、冰箱和洗衣机同比增速分别为 23%、16%和 10%。1 月 30 日，北京率先发布新一轮为期 3 年的节能减排促消政策，对冰箱、洗衣机等 15 类节能减排商品给予 8%至 20%不等的补贴，最高限额达 800 元，于 2 月 1 日正式实施。2019 年家电销售有望在政策的刺激下有所回升。

图表 3：白电 GMV 同比增速

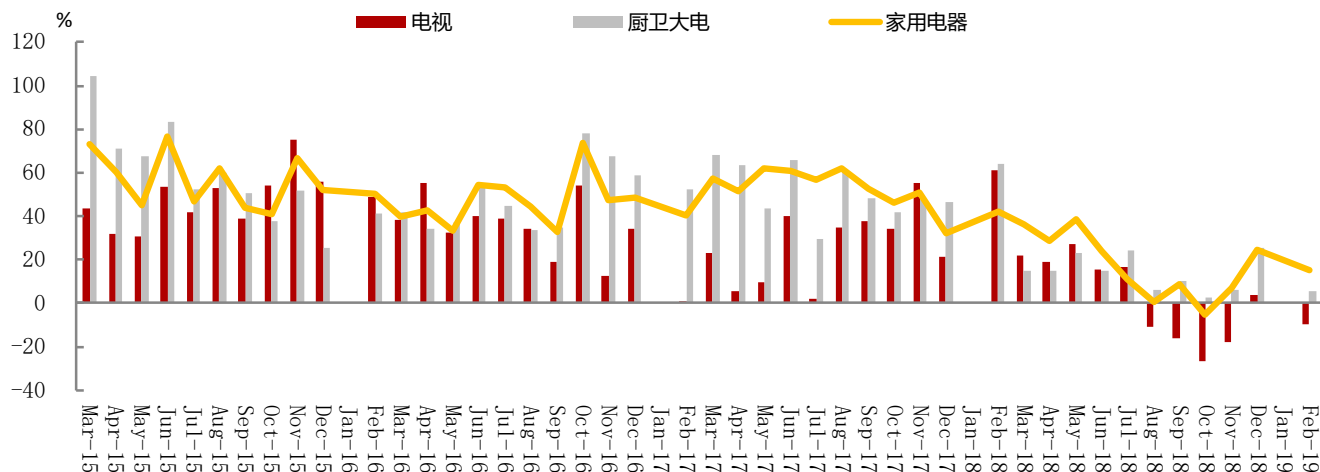


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 1-2 月降为 6%。同期，电视是家用电器中唯一同比负增长的子行业，销售额较去年同期下降

10%。

图表 4：电视和厨卫大电 GMV 同比增速

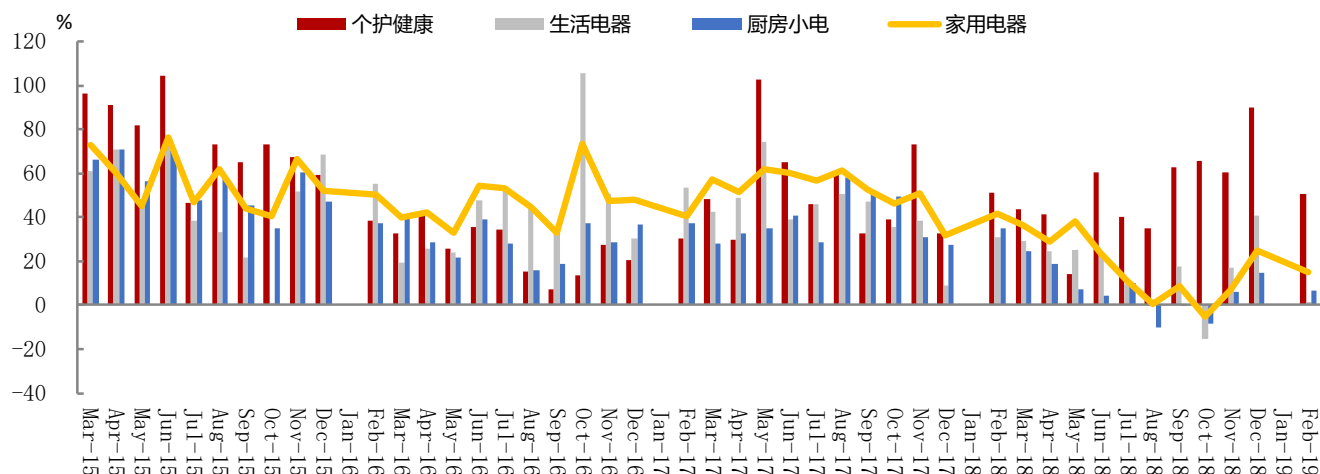


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

个护健康保持扩张态势，持续领跑家用电器行业，1-2 月同比增速高达 51%，远超平均水平。

生活电器和厨房小电同比增速均大幅下降至 1%和 7%。

图表 5：小家电 GMV 同比增速



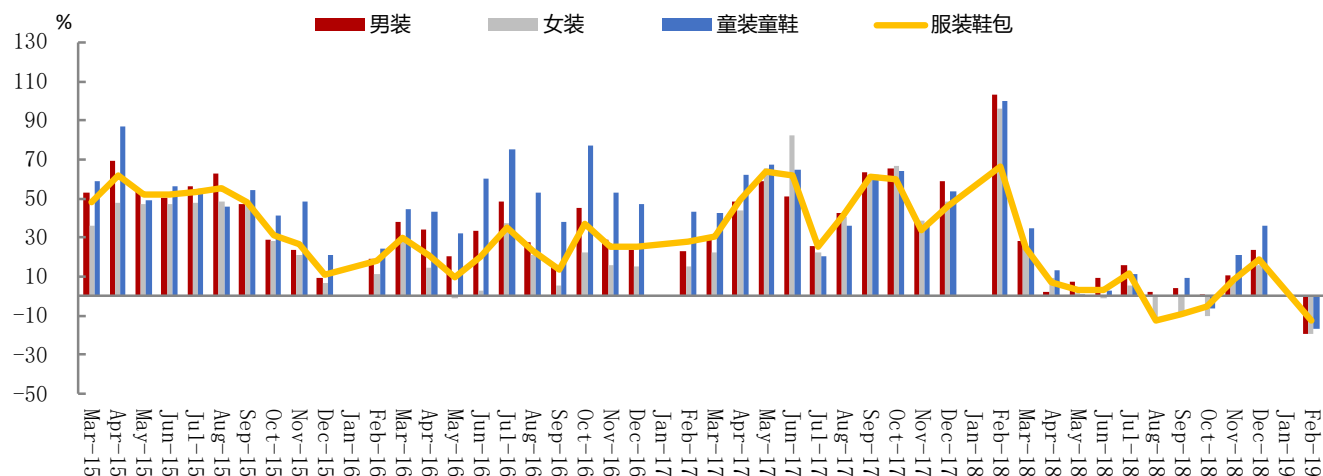
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包消费低迷，运动户外需求释放

即使进入消费旺季，服装鞋包消费依旧较为低迷，1-2 月销售额同比下降 12%。传统服装同比

增速均跌至历史最低值，男装、女装和童装童鞋分别为-20%、-19%和-17%。

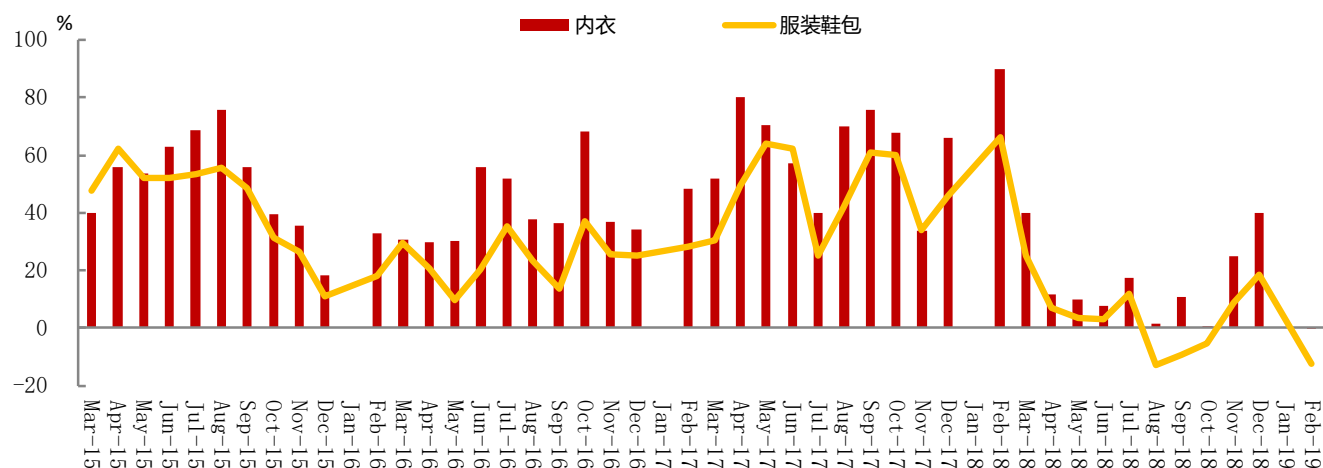
图表 6：传统服装 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣 1-2 月同比增速降至-1%，达到历史最低值。

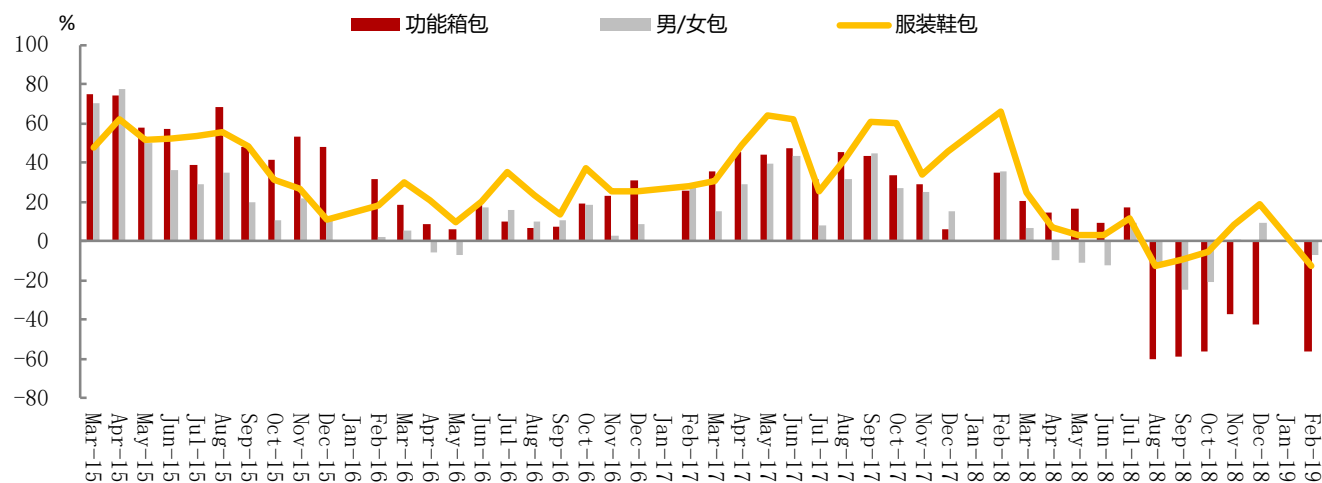
图表 7：内衣 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

1-2 月，男女包销售额同比增速降至-7%，功能箱包同比增为-57%，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。

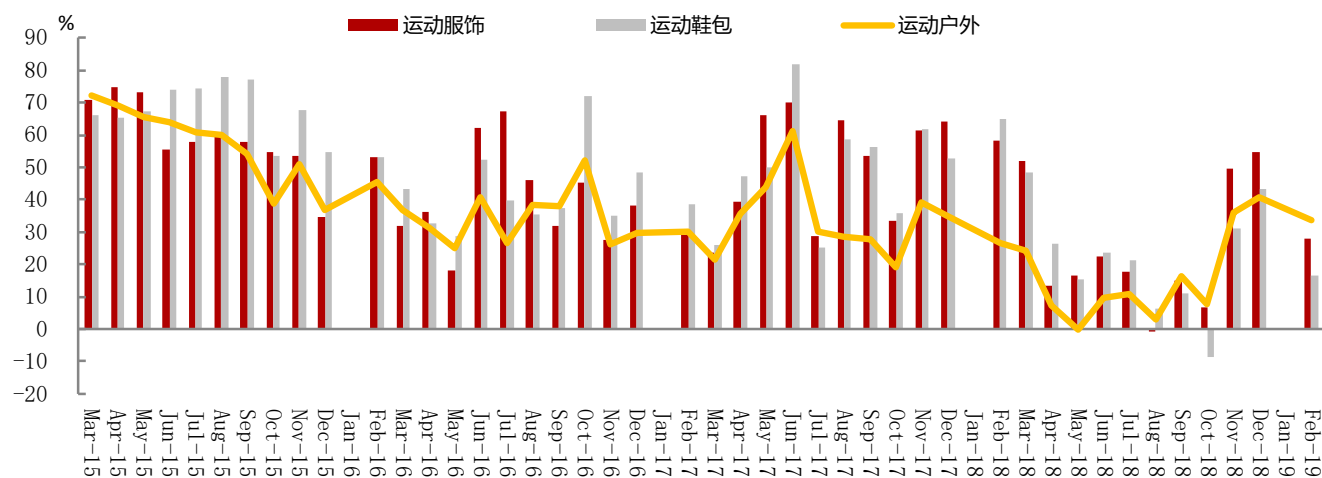
图表 8：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

1-2 月，运动户外销售额保持了 34% 的较高同比增速，其中，运动服饰和运动鞋包增速分别为 28% 和 17%，消费需求有望回暖。

图表 9：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速



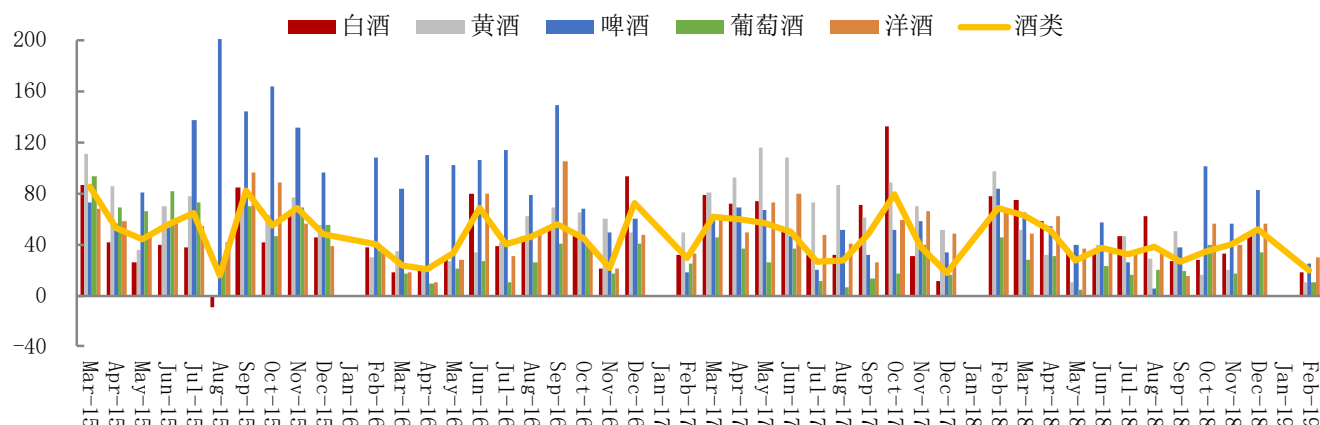
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

（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 1-2 月较去年同期小幅上涨 20%，远低于往年 1-2 月同比增速。由于元旦、春节等节假日，1-2 月虽然仍旧是酒类的销售高峰期，但随着健康饮酒理念的推广和年轻消费者观念的转变，酒类，尤其是白酒逐渐成为象征性产品，酒精含量低、具备养生性的酒类逐渐更受消费者喜爱。1-2 月，洋酒上涨幅度最高，同比增为

30%，啤酒（25%）、白酒（19%）、黄酒（11%）和葡萄酒（10%）紧随其后。

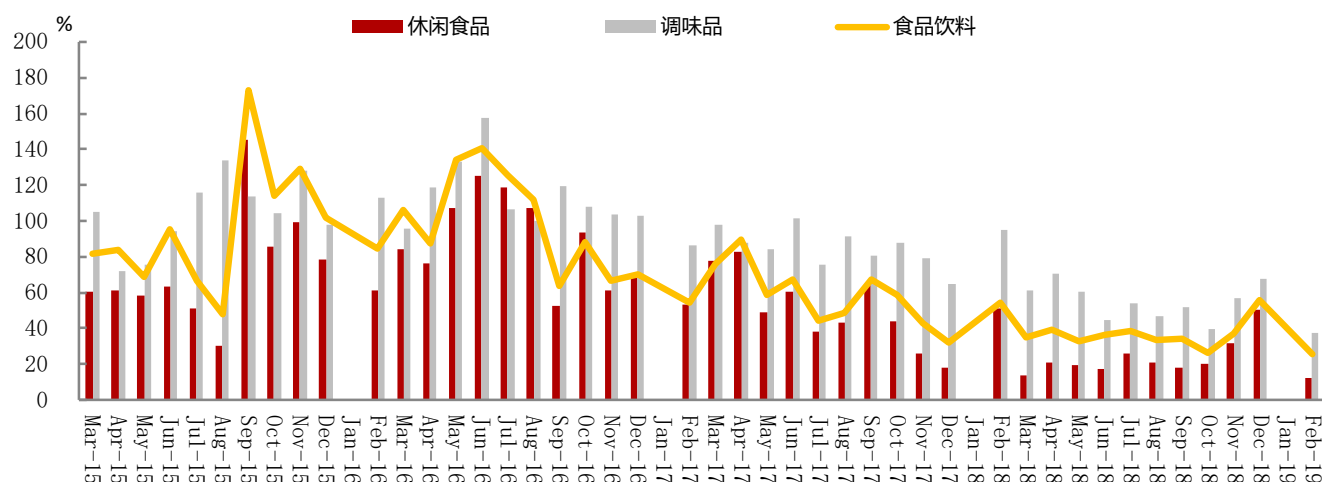
图表 10：酒类 GMV 同比增速



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，1-2月同比增25%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为12%和37%。

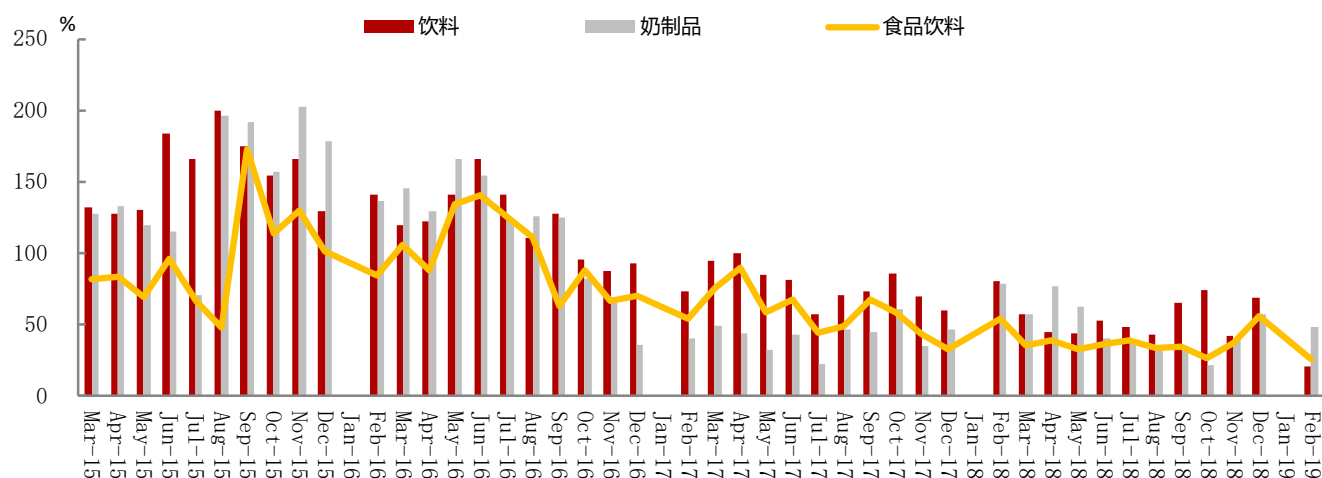
图表 11：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2019年1-2月，饮料和奶制品销售额同比增速分别高达20%和48%。随着对健康饮食的重视，人们选购年货饮品时逐渐偏向于奶制品，奶制品销售额首次在春节期间增长幅度超过饮料。

图表 12：饮料与奶制品 GMV 同比增速

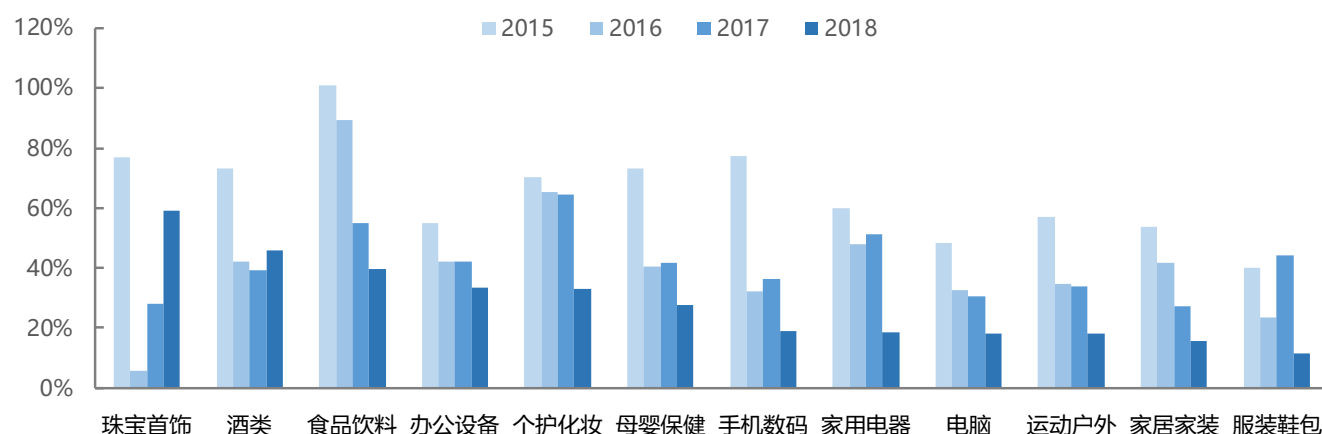


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、1-2 月社会消费品零售总额增速

2018 年，仅珠宝首饰和酒类销售额增速有所上涨，其余 10 个一级门类 GMV 增速均出现不同程度下降。其中，服装鞋包下降最为显著，2018 年增速仅为 11.5%，比 2017 年低 33 个百分点，其子类功能箱包 2018 年销售额甚至较 2017 年下降 12.8%，线上消费承压较大。

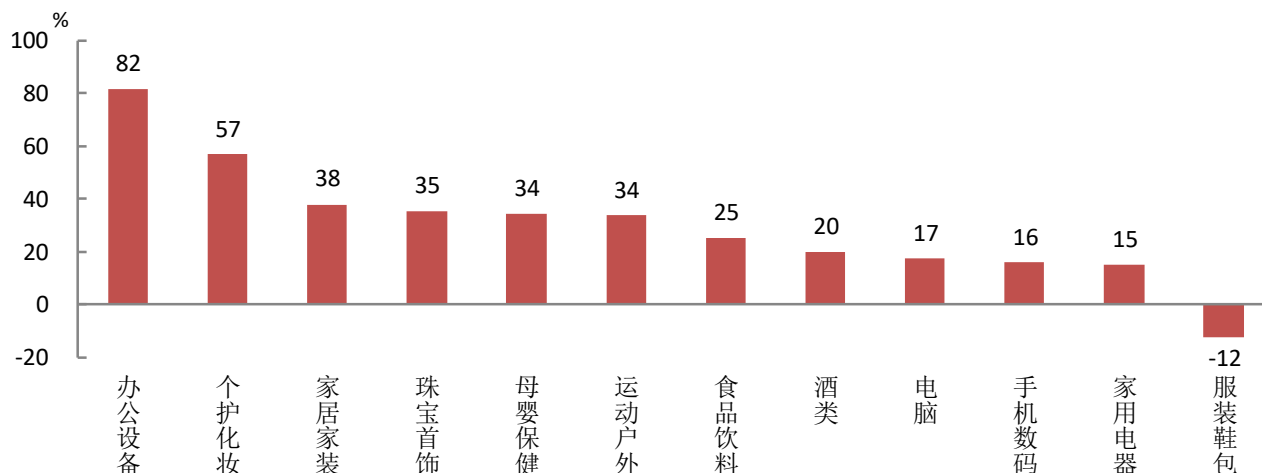
图表 13：2015-2018 年 12 个一级门类 GMV 增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2019 年 1-2 月，大部分门类实现了两位数以上的高增长，其中，办公设备和个护化妆增长最为突出，服装鞋包销售最为低迷，同比下降 12%。

图表 14: 2019 年 1-2 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

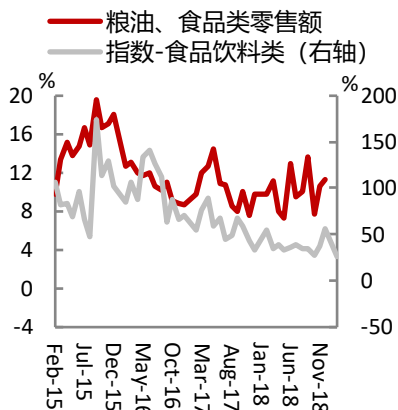
京东天灏线上数据的 12 个门类中，有 9 个门类与社会消费品零售数据的品类具有较强可比性。

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 15）。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。

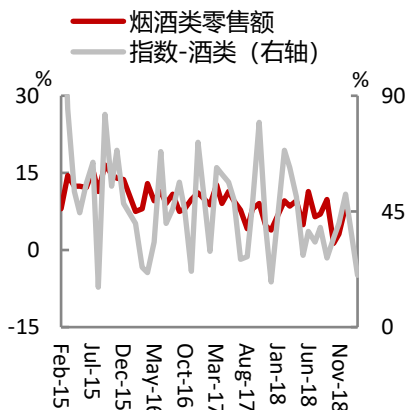
2018 年 12 月，网上实物商品零售额累计同比 25%，达 7.0 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 18.4%。2019 年 1-2 月，3 个消费品类的京东天灏消费指数同比增速出现上升，具体包括办公设备、个护化妆和家居家装；其余的珠宝首饰、食品饮料、酒类、手机数码、家用电器和服装鞋包 6 个消费品类，虽然大都保持较高的同比增速，但均出现不同程度的下降。我们预计社会消费品零售额总体保持稳定。

图表 15：9类消费品社会零售总额增速与线上零售额增速对比

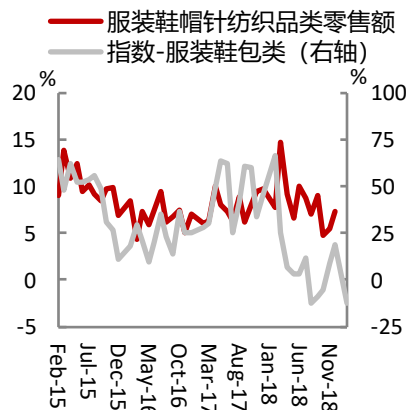
食品饮料



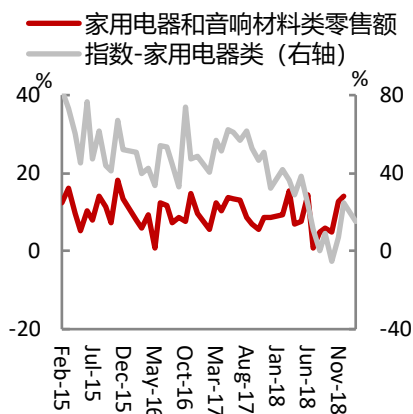
酒类



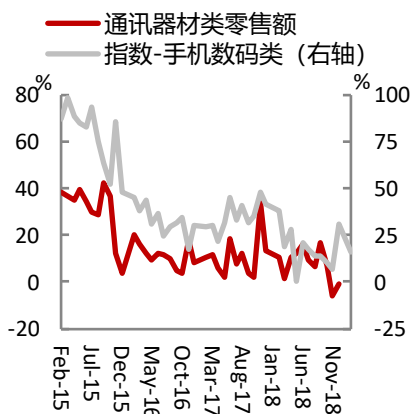
服装鞋帽



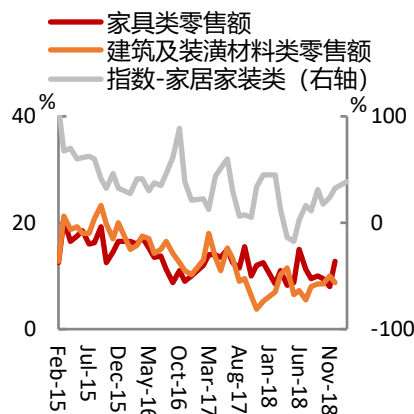
家用电器



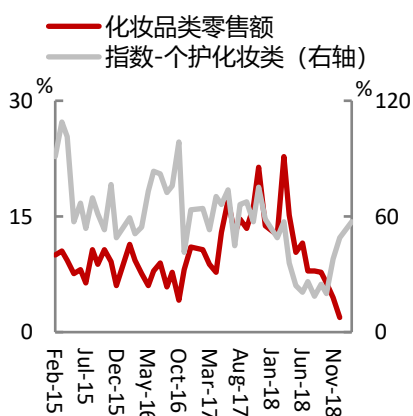
手机数码



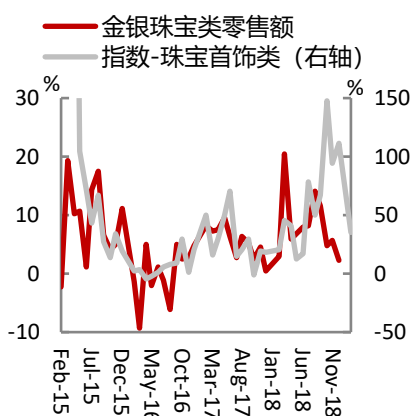
家居家装



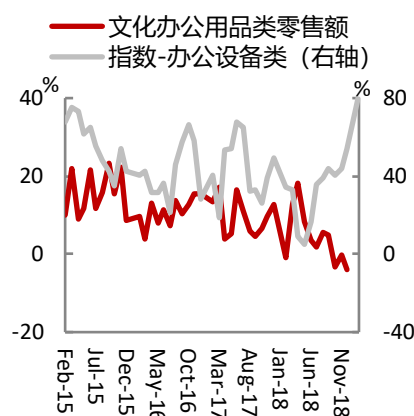
个护化妆



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

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。