

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019年7月热点报告

线上消费增速放缓，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7月，促销分流拉低各品类增速，但多数品类仍保持两位数高增长；地产相关消费保持平稳增长，后装涨幅较为显著，地产调控政策影响有待观察。

报告摘要

地产相关消费平稳增长，后装消费涨幅尤为显著

7月，地产相关消费同比增速平稳，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别升至50%、38%和21%，家纺、家具和灯具同比增速分别升至73%、61%和58%。7月30日，中共中央政治局会议明确不将房地产作为短期刺激经济的手段，这可能会抑制未来房地产相关消费。

家用电器销售增速企稳，电视市场颓势依然持续

7月，家用电器同比增速为12%。白电中，洗衣机、空调和冰箱同比增速分别为14%、5%和5%；黑电中，厨卫大电同比增速为12%，电视依旧在低位徘徊（1%）；小家电中，个护健康（38%）和厨房小电（27%）表现亮眼，生活电器同比增速小幅降至17%。

服装鞋包消费增速下滑，运动户外需求持续释放

7月，服装鞋包同比增速为8%。服装类消费保持较高增速，童装童鞋、女装、男装和内衣同比增速分别为28%、25%、7%和22%；箱包类消费持续低迷，功能箱包（-52%）持续负增长，男女包同比增-5%。运动户外需求持续释放，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为27%和33%。

酒类和食品饮料韧性强，饮料增速远低于奶制品

7月，酒类同比增36%，其子类均维持两位数高增长，洋酒（66%）和白酒（53%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增49%，休闲食品（65%）、调味品（53%）和奶制品（98%）保持较高的景气度，饮料自2019年增速放缓，本月同比增速为20%。

报告正文

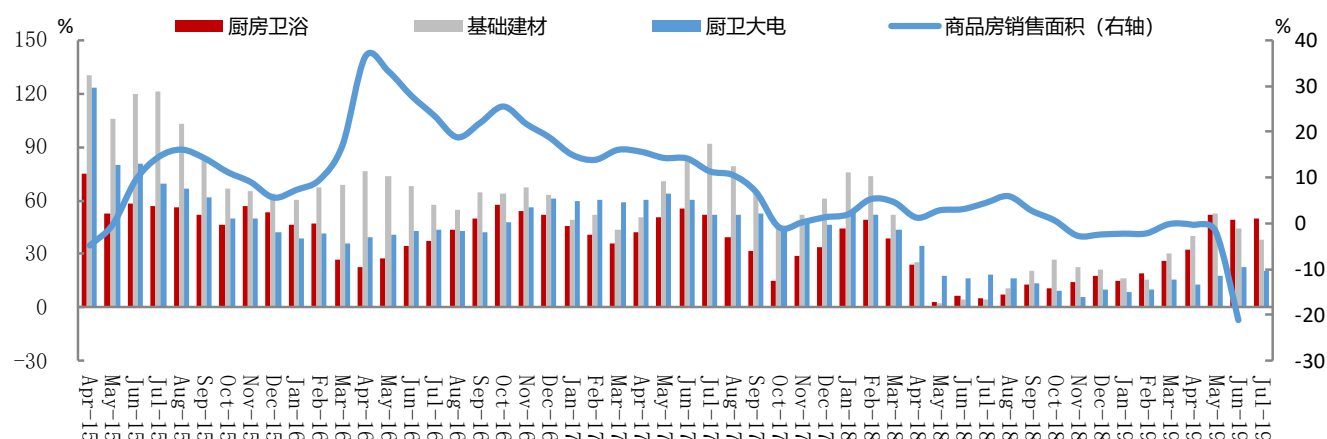
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费平稳增长，后装消费涨幅尤为显著

2019年1-6月，全国房地产开发投资61609亿元，同比增长10.9%，增速比1-5月份回落0.3个百分点，其中，住宅投资45167亿元，增长15.8%，增速回落0.5个百分点。同期，商品房销售面积75786万平方米，同比下降1.8%，降幅比1-5月份扩大0.2个百分点，销售额达到70698亿元，增长5.6%，增速比1-5月份回落0.5个百分点。1-5月份，房屋施工面积达772292万平方米，同比增长8.8%，增速持平。

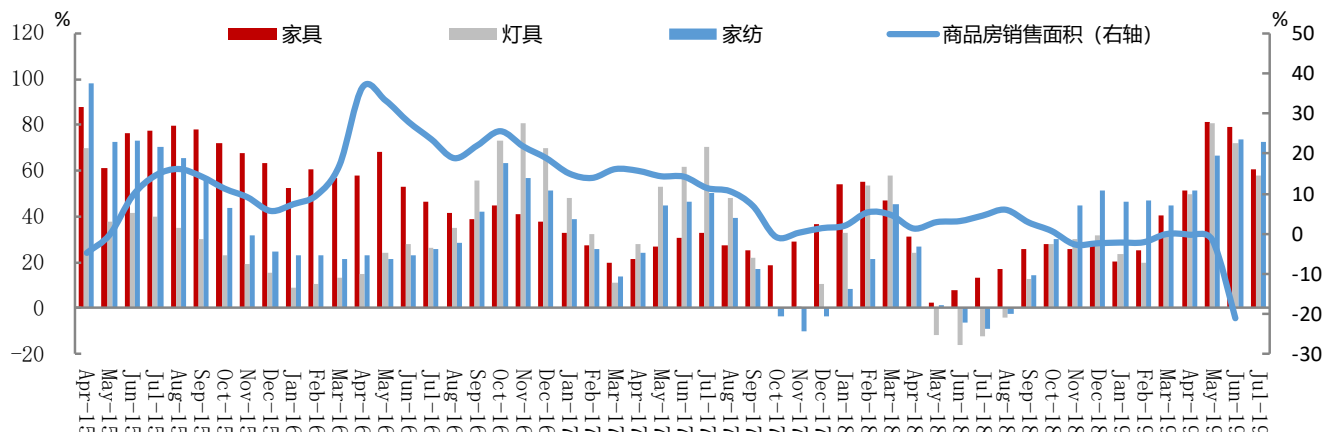
7月30日，中共中央政治局会议释放出我国坚持房地产调控不动摇的明确信号，不将房地产作为短期刺激经济的手段，对地产放松的乐观预期有所打击。但目前看来，还未传导至房地产相关消费，前装中，厨房卫浴（50%）、基础建材（38%）和厨卫大电（21%）的同比增速基本与上月持平；后装中，灯具下降幅度最大，本月同比增速为58%，家纺和家具同比增速小幅下降值73%和61%。

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

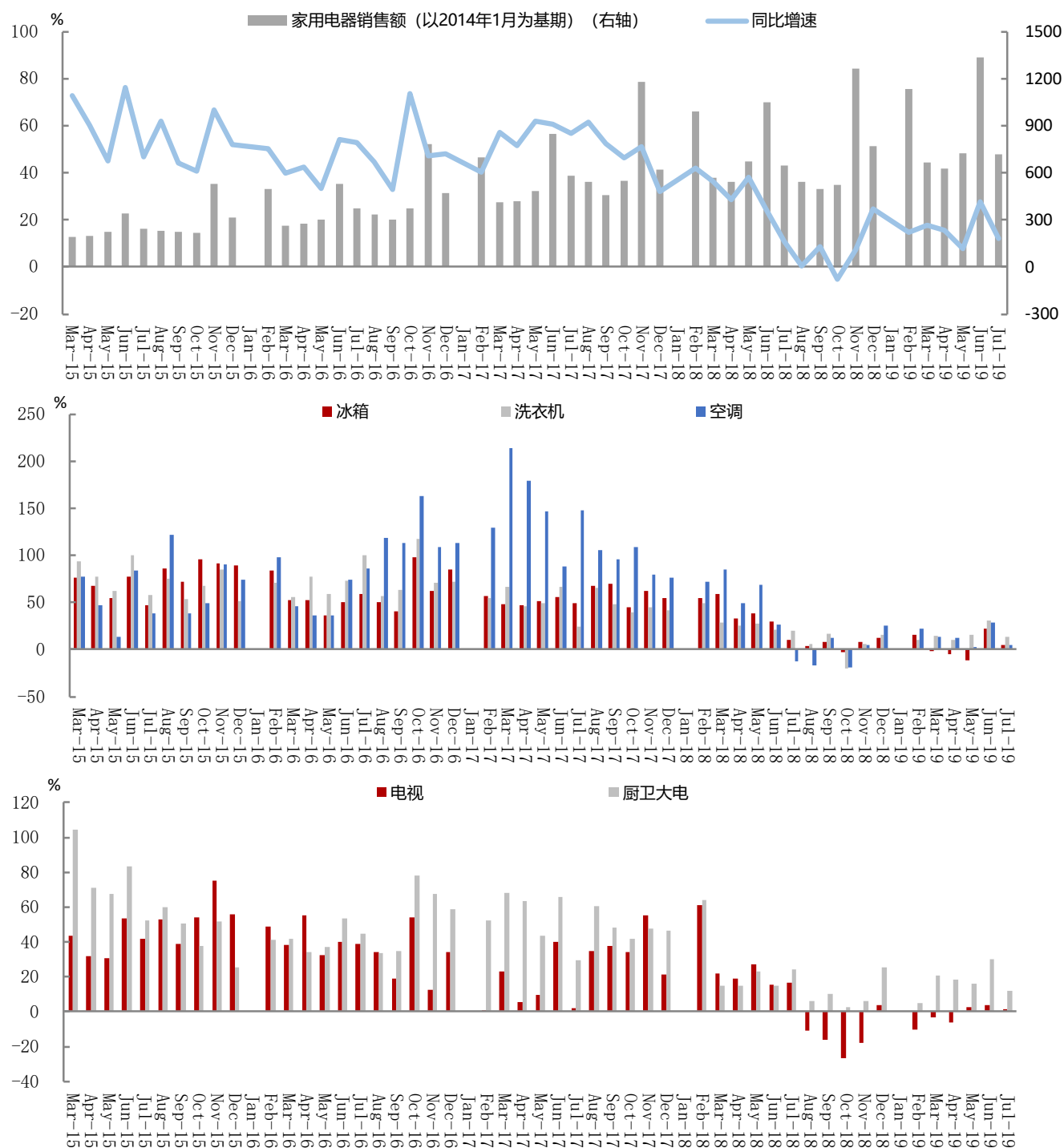
(二) 家用电器销售增速企稳，电视市场颓势依然持续

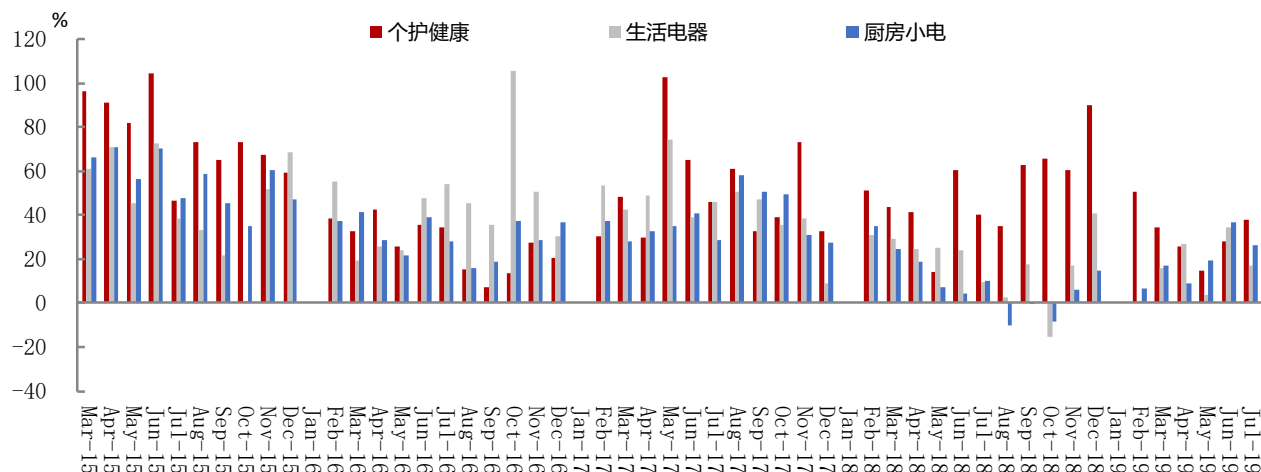
在国家调控下，曾经助推家电行业高速增长的房地产市场热度有所降温，家用电器销售额增长虽不如 2018 年，但基本保持稳定，2019 年 7 月同比增速为 12%，受 6 月促销分流影响，环比降低 46%。其中，洗衣机（14%）和冰箱（5%）同比增速均平稳增长。近年，由于夏天高温天气，空调保有量明显增加，空调市场接近饱和，加之空调更新换代周期较长，本月空调消费疲软，同比增速降至 5%。

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 7 月为 12%；电视市场自 2018 年 8 月起一直处于疲软状态，同比增速为 1%，整体景气度不容乐观。

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（38%）、厨房小电（27%）和生活电器（17%）均保持较高增速。

图表 3：家用电器 GMV 同比增速





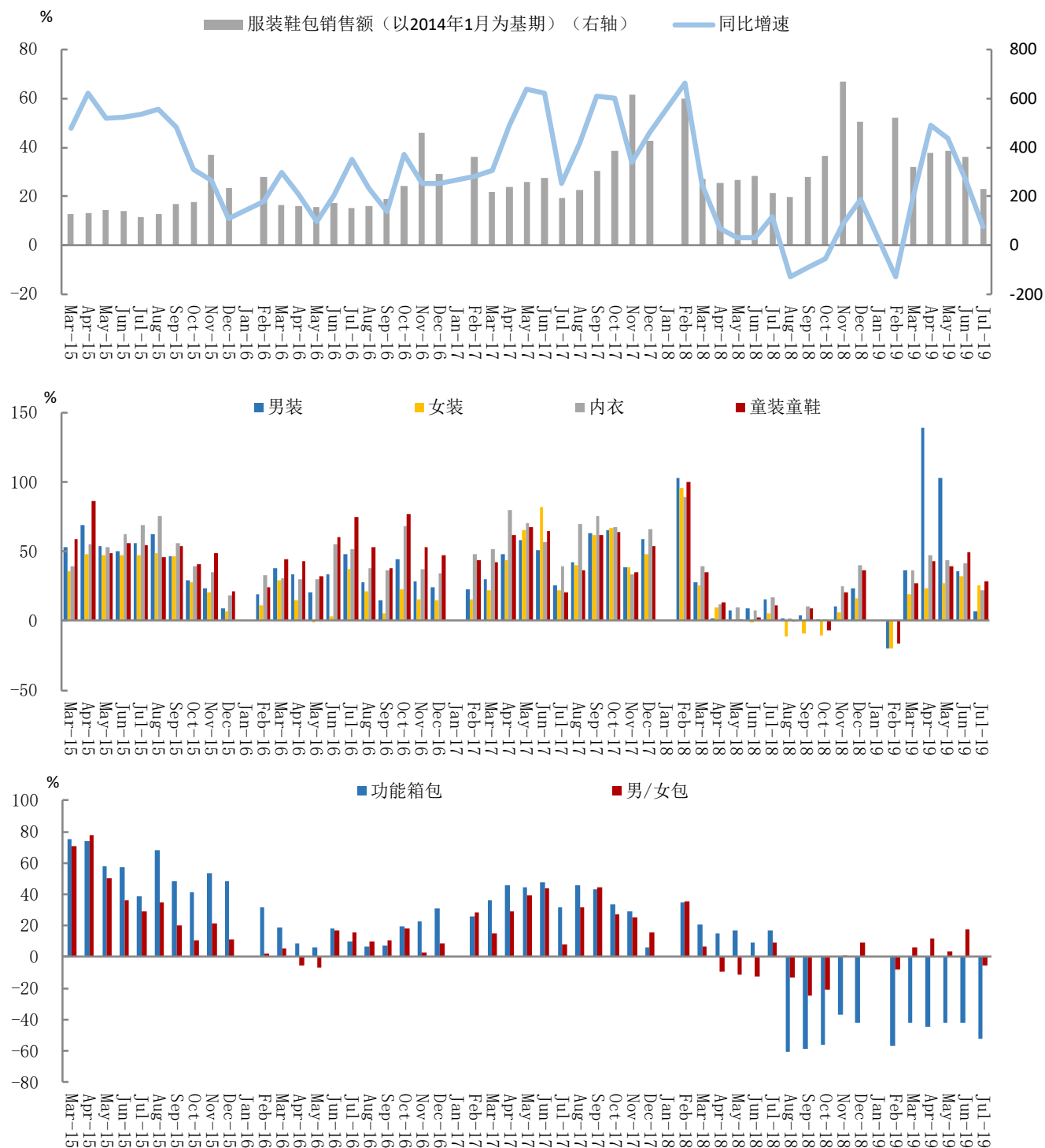
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包消费增速下滑，运动户外需求持续释放

7月，服装鞋包消费下滑，销售额同比增速降至8%。传统服装销售近几月有所回暖，7月，童装童鞋、男装和女装的同比增速分别为28%、25%和7%。内衣销售一直维持较高景气，销售额较去年同期增长22%。受促销分流影响，7月服装类销售额与上月相比均大幅下降，童装童鞋、女装、男装和内衣分别下降42%、31%、41%和31%。

宏观经济下行压力导致居民减少了非必需品消费，箱包类产品成为拉低服装鞋包增速的主要原因。7月，男女包销售额同比增速为-5%，功能箱包同比增速为-52%，已近一年负增长。环比方面，男女包和功能箱包销售额分别较5月下降26%和37%。

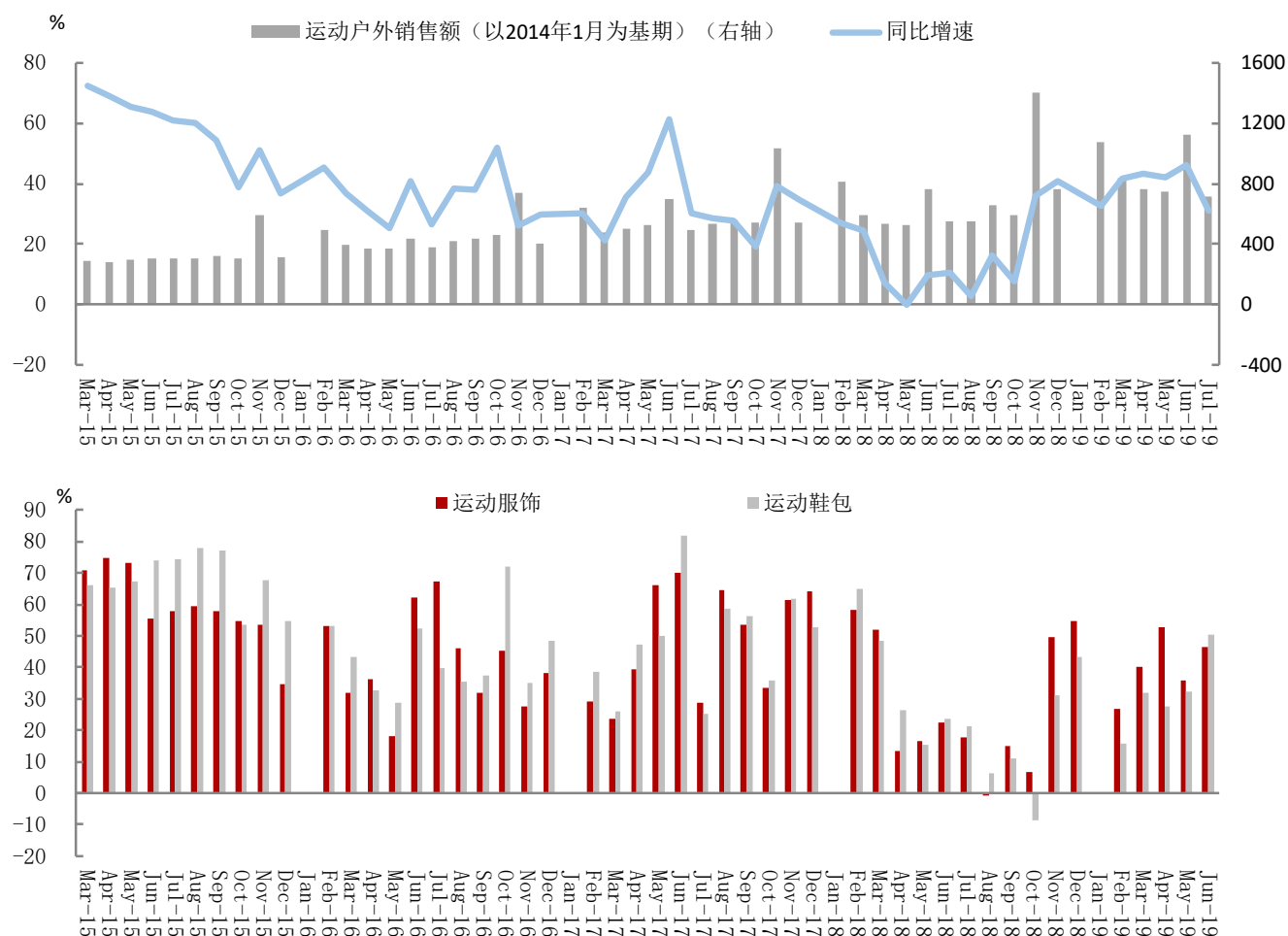
图表 4：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

7月，运动户外销售持续向好，同比增速为31%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为27%和33%，环比增速分别为-50%和-56%。

图表 5：运动户外 GMV 同比增速

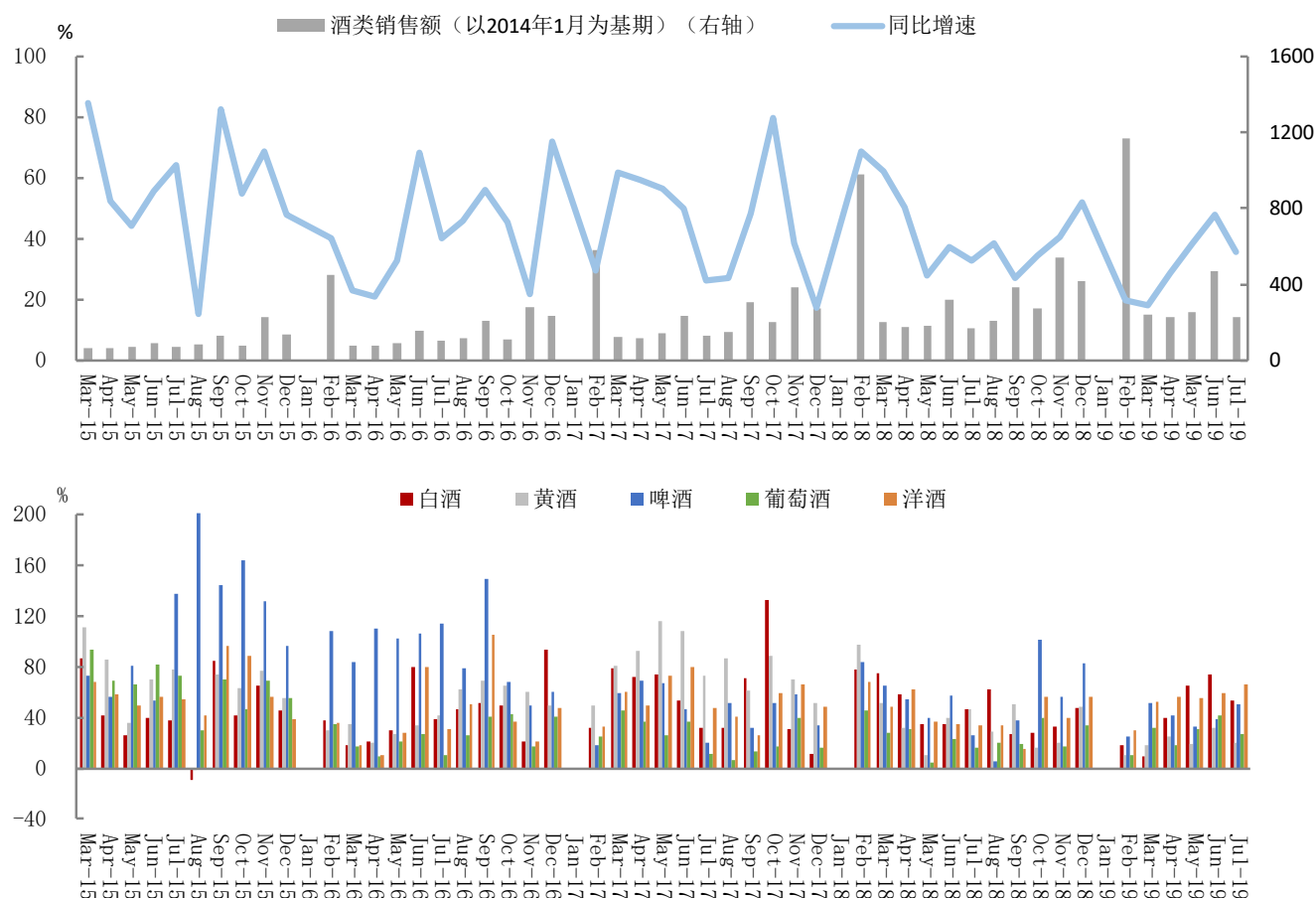


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(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7月同比增长36%。洋酒销售额上涨幅度最高，同比增为66%，白酒(53%)、啤酒(50%)、葡萄酒(27%)和黄酒(20%)紧随其后。

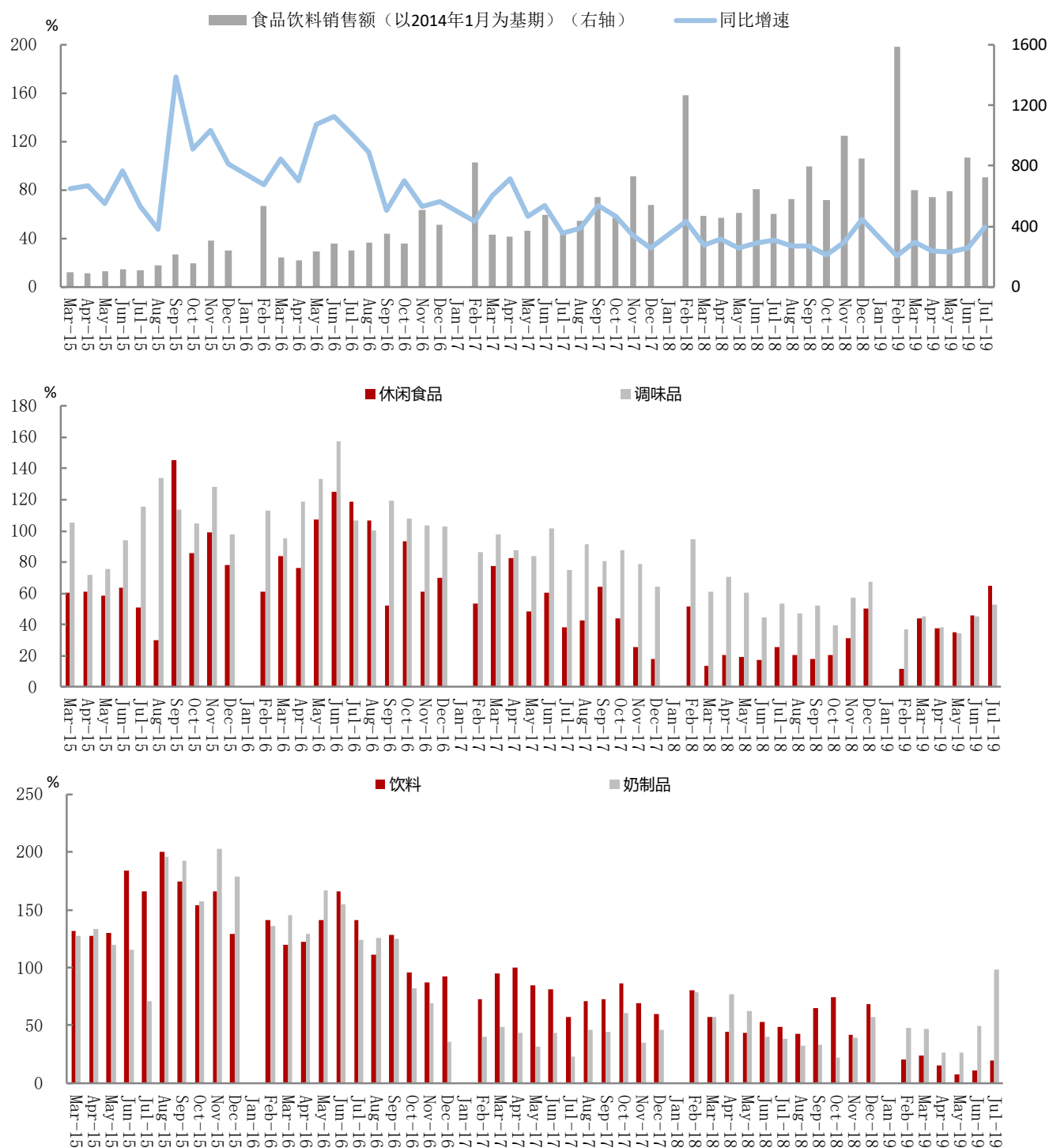
图表 6：酒类 GMV 同比增速



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，7月同比增速为49%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为65%和53%，奶制品同比增速大幅上涨至98%，饮料同比增速趋缓，已连续数月低于奶制品，本月为20%。环比方面，食品饮料是受促销影响最弱的品类，休闲食品、调味品、奶制品和饮料销售额分别较6月低4%、15%、17%和19%。

图表 7：食品饮料 GMV 同比增速



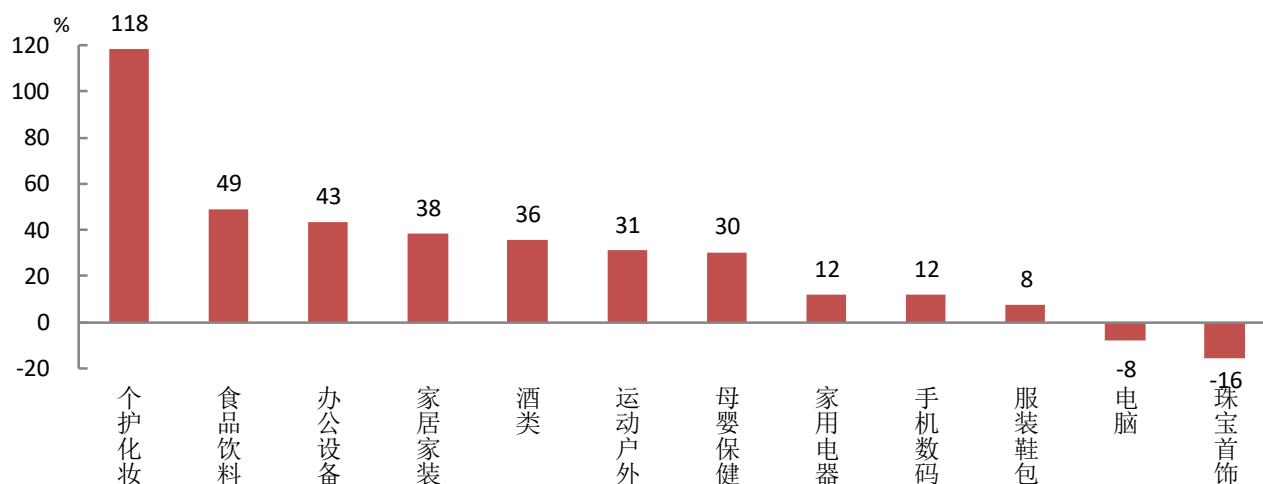
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、7月社会消费品零售总额增速

2019年7月，大部分门类实现了两位数以上的高增长。个护化妆位列第一，同比增长118%，

其中身体护理（136%）、个人护理（84%）和洗发护发（73%）自 2019 年以来实现高增速增长。

图表 8：2019 年 7 月 12 个一级门类 GMV 同比增长

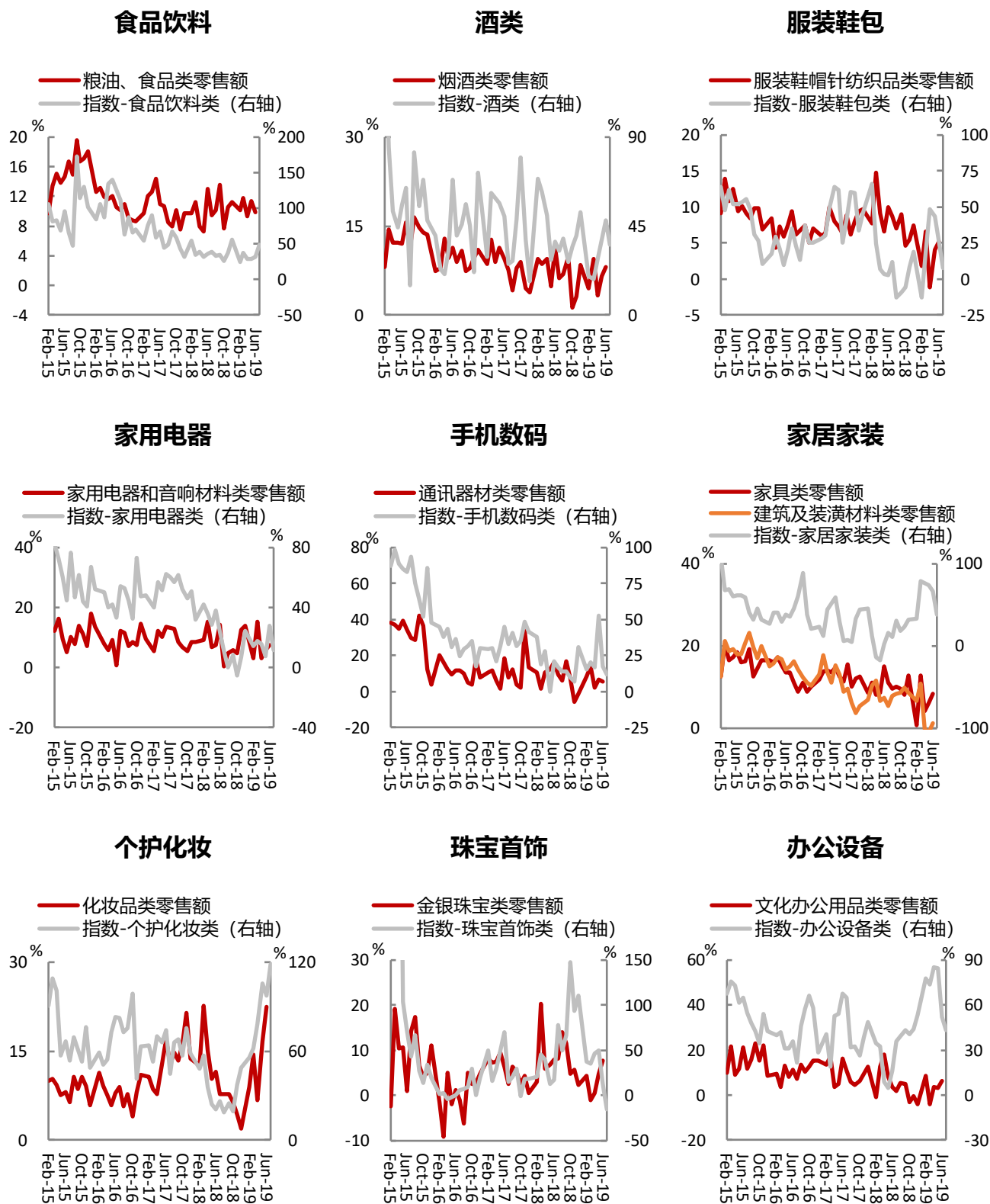


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 6 月，网上实物商品零售额累计同比 22%，达 3.8 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 19.6%。2019 年 7 月，多种消费品类的京东天灏消费指数同比增速放缓，但大部分维持在两位数的高水平，珠宝首饰、电脑和服装鞋包是为数不多的例外。我们预计 7 月社会消费品零售额同比增速可能小幅下降，但降幅不会十分猛烈。

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

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。