

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019年11月热点报告

线上消费活力凸显，地产相关下行趋缓

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019年11月，受益于促销活动，消费市场展现较大活力，51%的品类同比增速上升，73%的品类同比增速超过10%；地产相关消费下行趋势减缓，后装收缩更为显著。

报告摘要

地产相关消费下行趋缓，后装消费降幅更为明显

11月，地产相关消费同比增速小幅下降，其中，厨房卫浴同比增速降至38%，基础建材和厨卫大电同比增速分别小幅升至27%和25%；后装相关消费降幅较大，家具、家纺和灯具同比增速分别为30%、28%和9%，灯具和家纺分别下降6.8和9.6个百分点。

家用电器销售开始回暖，空调销售呈爆发性增长

11月，家用电器同比增速为37%。白电中，空调表现亮眼，同比增速大幅升至98%，冰箱和洗衣机同比增速分别为40%和36%；黑电中，厨卫大电和电视同比增速分别为32%和20%；小家电增长放缓，生活电器、厨房小电和个护健康同比增速分别为18%、15%和7%。

服装鞋包增速平稳增长，运动户外需求大幅回升

11月，服装鞋包同比增速为18%。男装（14%）、女装（19%）和童装童鞋（28%）同比增速大幅上涨，内衣同比增速略降至11%，功能箱包（27%）和男女包（3%）销售未有明显改善。同期，运动户外（43%）消费大幅回升，运动鞋包和运动服饰同比增速分别增至65%和61%。

酒类同比增速大幅上涨，食品饮料子类出现分化

11月，酒类同比增46%，其子类增速均大幅上升，白酒（73%）、洋酒（71%）、啤酒（68%）、葡萄酒（41%）和黄酒（22%）保持高景气。同期，食品饮料同比增32%，休闲食品和调味品同比增速分别为31%和52%，奶制品（111%）和饮料（-2%）的分化越发显著。

报告正文

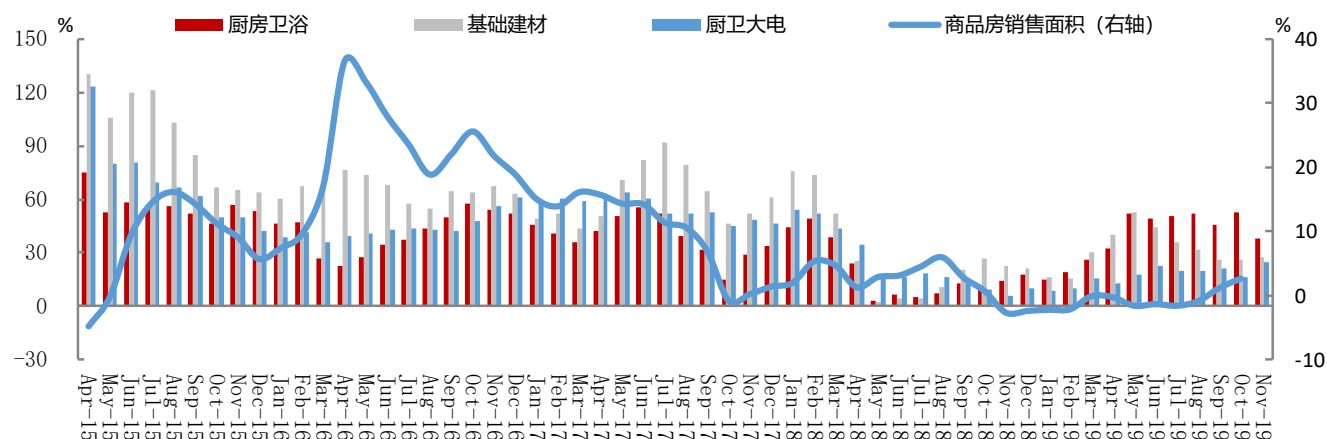
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费下行趋缓，后装消费降幅更为明显

2019年1-10月，全国房地产开发投资109603亿元，同比增长10.3%，增速比1-9月份回落0.2个百分点，其中，住宅投资80666亿元，增长14.6%，增速回落0.3个百分点。同期，商品房销售面积133251万平方米，同比增长0.1%，1-9月份为下降0.1%，销售额达到124417亿元，增长7.3%，增速比1-9月份加快0.2个百分点。1-10月份，房屋施工面积达854882万平方米，同比增长9.0%，增速加快0.3个百分点。

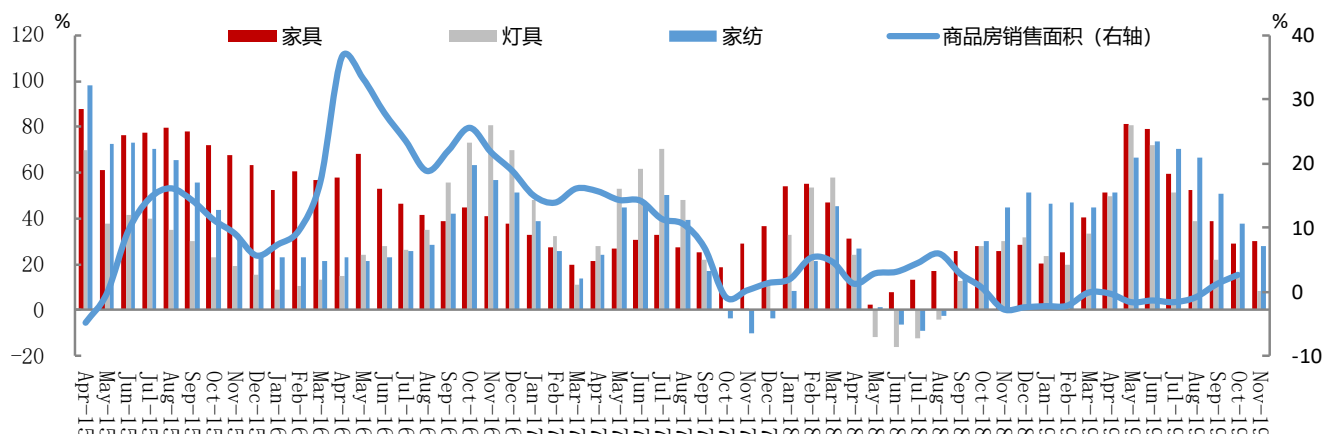
商品房销售面积的增速今年以来首次由负转正，地产相关消费回落趋势稍有减弱。前装中，厨房卫浴同比增速虽然降幅较大，但仍保持38%的高增速，基础建材和厨卫大电同比增速分别上涨至27%和25%；后装增速与前装存在一定差距，家具、家纺和灯具的同比增速分别为30%、28%和9%，分别变动0.8%、-9.6%和-6.8%。

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

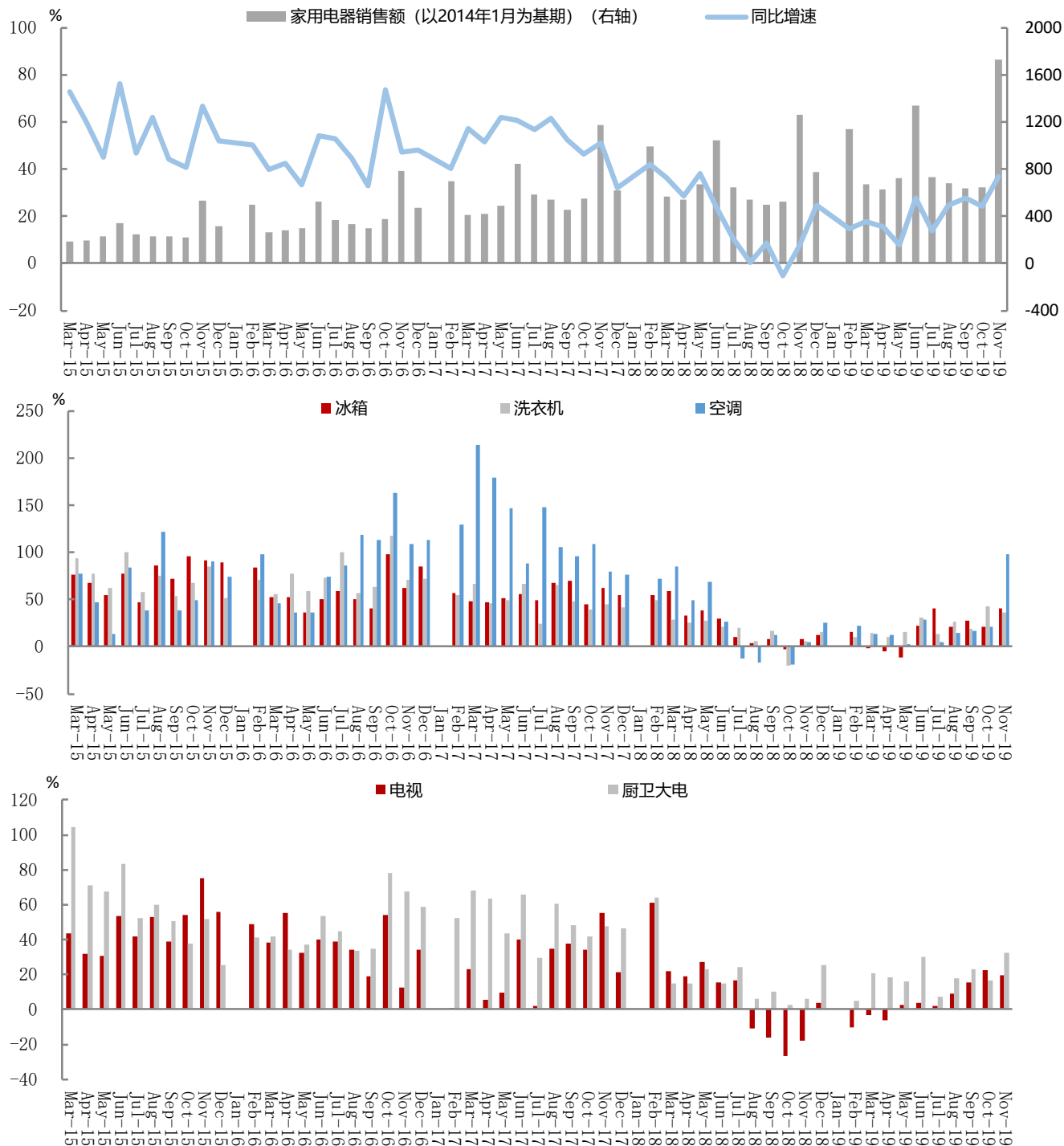
(二) 家用电器销售开始回暖，空调销售呈爆发性增长

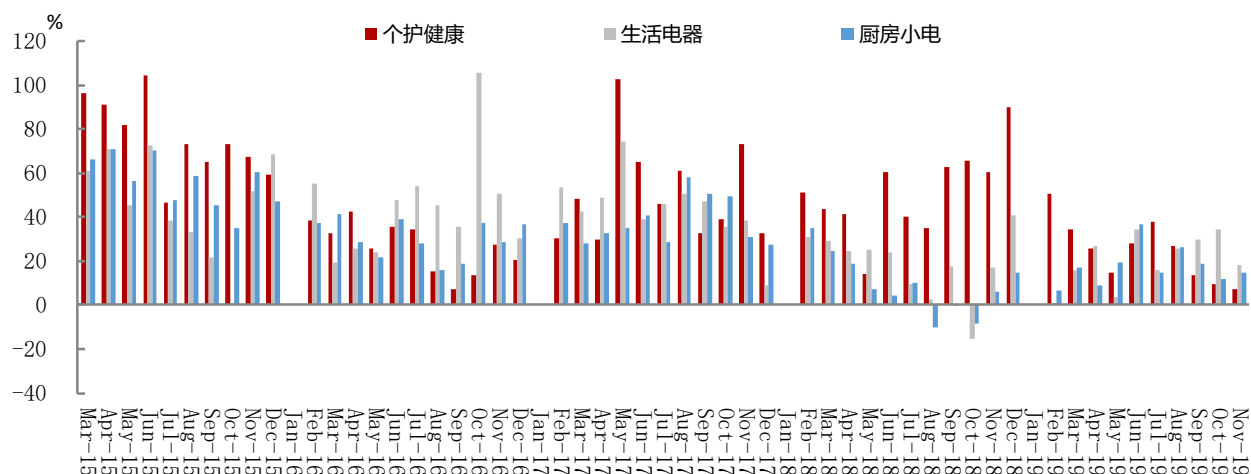
2019年11月，受地产回暖和双11促销活动影响，家用电器同比增速大幅升至37%。白电中，空调表现尤为亮眼，受双11价格战影响和去年同期低基数带动，11月销售额大幅爆发，同比增速高达98%，增长77个百分点。冰箱和洗衣机也分别维持在40%和36%的高增速。环比方面，空调、冰箱和洗衣机分别增长477%、199%和179%。

黑电方面，厨卫大电涨幅显著，11月销售额同比增长32%，是10月增速的近2倍，而电视销售额在促销活动中仍未有明显改善，反而小幅降至20%，增长略显乏力。环比方面，厨卫大电和电视分别增长138%和186%。

小家电普及基本完成，增速整体呈放缓趋势。11月，厨房小电销售额同比增速小幅上涨至15%，生活电器和个护健康同比增速出现不同程度下滑，分别为18%和7%。环比方面，生活电器、厨房小电和个护健康分别为145%、103%和106%。

图表 3：家用电器 GMV 同比增速





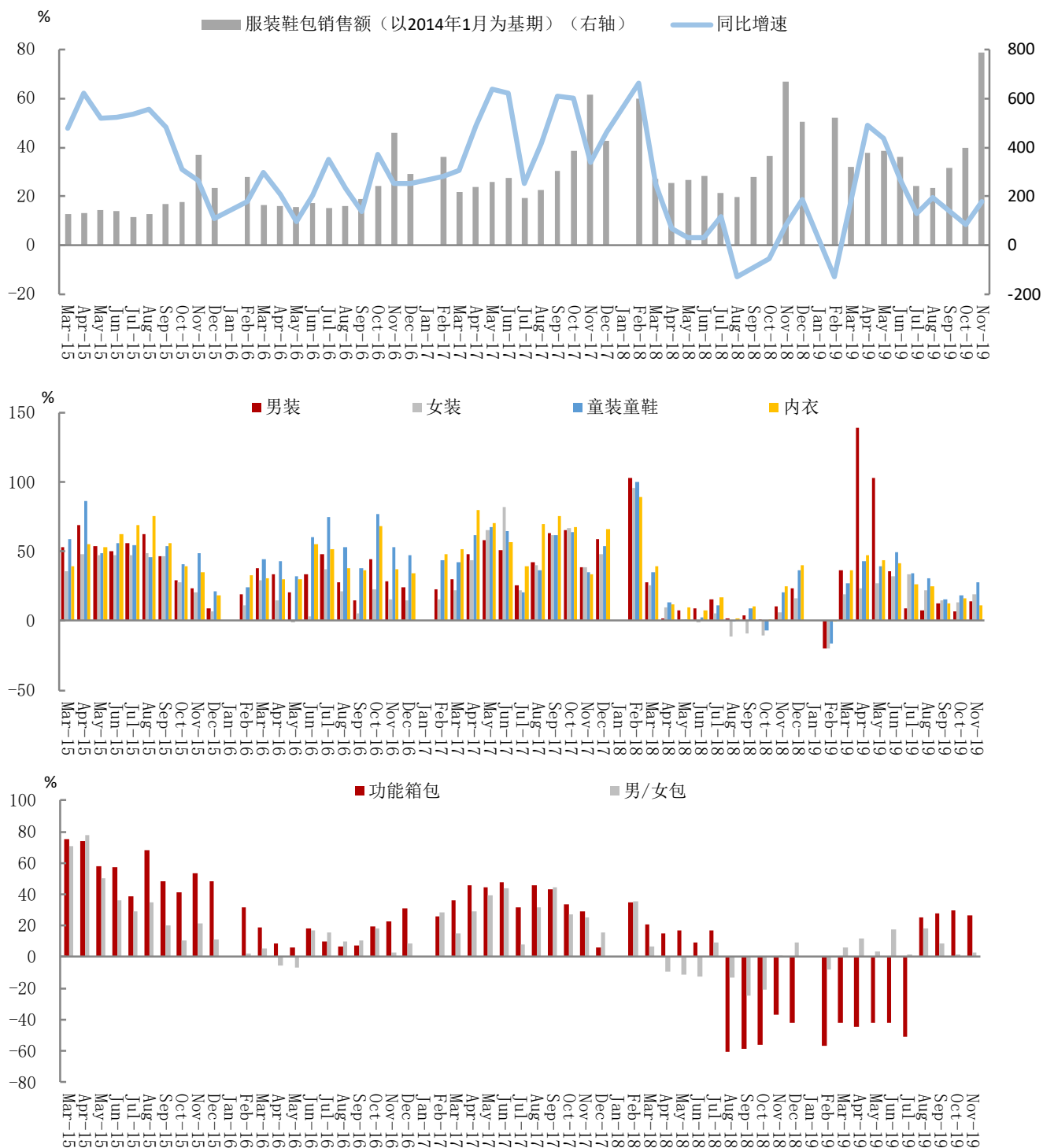
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包增速平稳增长，运动户外需求大幅回升

11月，服装鞋包消费同比增速升至18%。受促销活动影响，传统服装销售额大都有所增长，童装童鞋、女装和男装的同比增速分别升至28%、19%和14%，内衣同比增速小幅降至11%。环比方面，男装（96%）、女装（97%）、童装童鞋（114%）和内衣（80%）销售额较10月大幅增加。

11月，在2018年低基数情况下，功能箱包消费边际改善，同比增速为27%。男女包促销结果不甚理想，较去年同期仅增长3%。环比方面，功能箱包和男女包销售额均大幅上涨，分别较10月增长138%和117%。

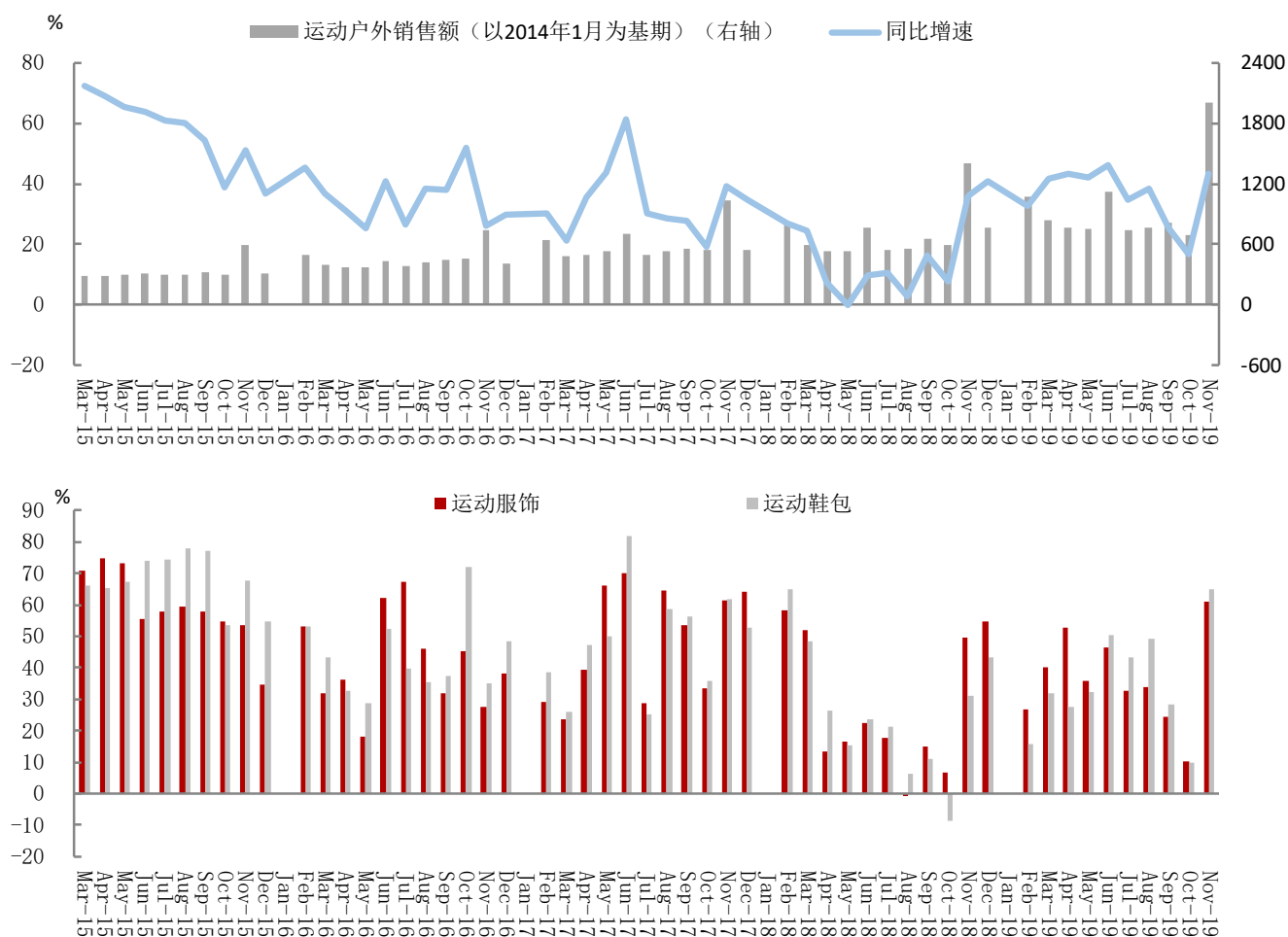
图表 4：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

11月，运动户外销售额同比增速升至43%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别升至61%和65%，环比增速分别为327%和407%。

图表 5：运动户外 GMV 同比增速

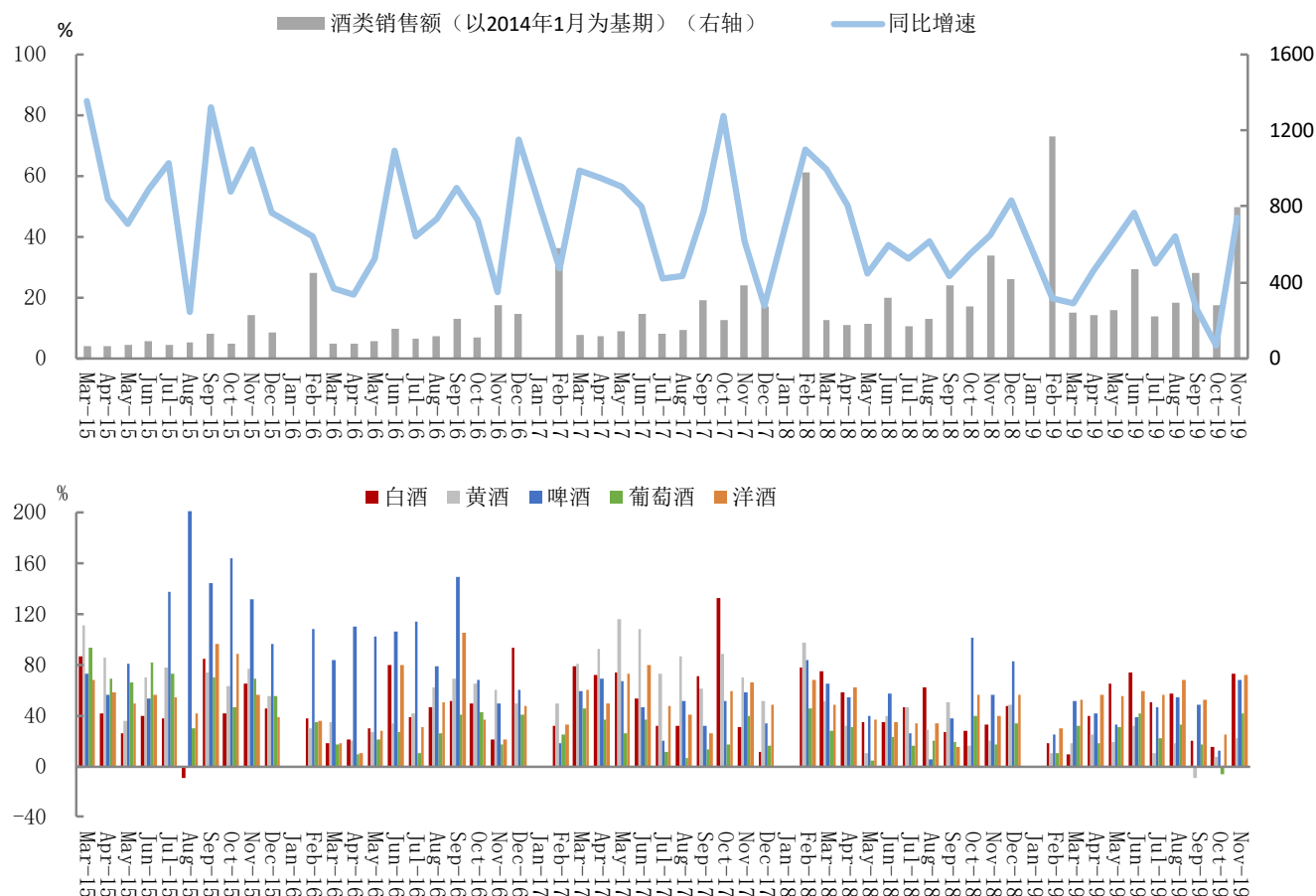


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类同比增速大幅上涨，食品饮料子类出现分化

2020年春节较早，酒类旺季提前启动，辅以双11大力促销活动，2019年11月，酒类销售额同比大幅上涨至46%，较10月增加42个百分点。其中，白酒上涨幅度最大，同比增速为73%，位列第一；洋酒（71%）、啤酒（68%）、葡萄酒（41%）和黄酒（22%）紧随其后，保持着较高的景气度。与10月相比，白酒（191%）、葡萄酒（167%）、洋酒（157%）、黄酒（129%）和啤酒（92%）销售额均显著提升。

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

11月，食品饮料同比增速为32%。其各子类增速均较为稳定，受促销活动影响较小。其中，调味品和休闲食品销售额同比增速分别为52%和31%。同期，奶制品同比增速为111%，饮料同比增速仍位于负区间，本月为-2%，奶制品与饮料的分化逐渐加剧。环比方面，调味品、休闲食品、奶制品和饮料增速分别为68%、62%、71%和74%。

图表 7：食品饮料 GMV 同比增速



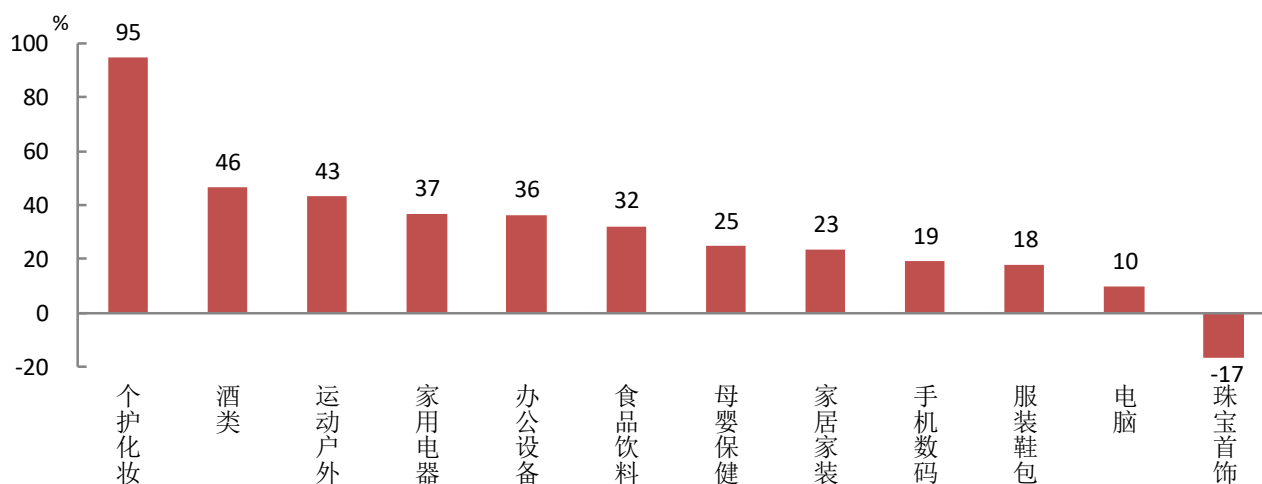
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、11月社会消费品零售总额增速

2019年11月，大部分门类实现了两位数以上的高增长。其中，个护化妆已连续7个月位列第

一，同比增长 95%，其中个人护理（96%）和身体护理（79%）增长较为迅猛。与其相对，珠宝首饰连续 5 个月负增长，居行业末位，主要受翡翠玉石（-83%）和钻石（-26%）多月负增长影响。

图表 8：2019 年 11 月 12 个一级门类 GMV 同比增长

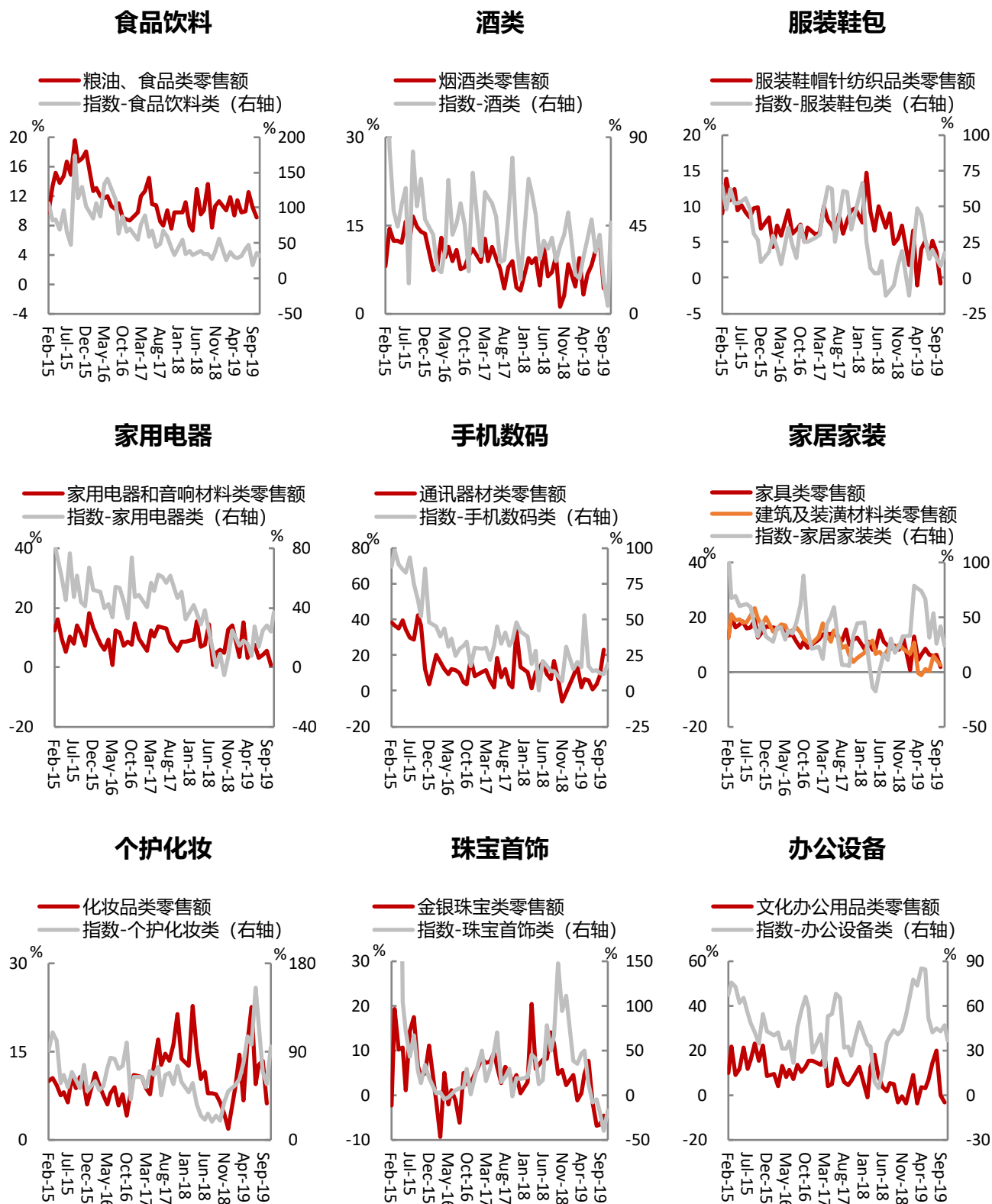


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 10 月，网上实物商品零售额累计同比 20%，达 6.5 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 19.5%。2019 年 11 月，6 个消费品类类的京东天灏消费指数同比增速出现上升，包括酒类、个护化妆、珠宝首饰、家用电器、服装鞋包和手机数码，其中 4 个品类涨幅超过 10 个百分点，因此，我们预计 11 月社会消费品零售额同比增速将略有上升。

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。