

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 热点报告

## 线上销售出现分化，地产销售不及预期

### 核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，8月，酒类和食品饮料稳中有升，快速增长，而服装鞋包、家居家装和户外运动消费大幅下降；除家居家装外，家用电器同比增速也略有下降，地产相关消费不及预期。

### 报告摘要

#### 家用电器景气度持续下降，个护健康保持高速增长

8月，家用电器受白电和黑电增速下降影响，同比增速首次降至个位数，仅为2%。其中，空调、电视和厨房小电同比负增长，其余子类同比增速也都不同程度下跌，仅个护健康保持两位数增速，同比增速高达35%，市场持续扩张。

#### 服装鞋包和运动户外销售额大幅下降，消费加速承压

2018年二季度以来，服装鞋包和运动户外受消费悲观的情绪影响，8月同比增速分别下降至-6%和-2%。服装鞋包的子类同比增速均大幅下降，除功能箱包外，销售额均不如往年同期水平。

运动户外中的运动服饰和运动鞋包同比增速也分别下降至-4%和2%。

#### 酒类和食品饮料平稳发展，各子类增速企稳

酒类同比增速稳中有升，8月为37%，其中白酒同比增速上涨至58%，啤酒下降幅度最大，同比增速下降至8%。食品饮料同比增31%，各子行业均保持两位数增长，调味品、饮料、奶制品和休闲食品的同比增速分别达到44%、43%、32%和16%。

#### 酒类和食品饮料表现亮眼，地产相关消费不及预期

8月，6个商品类别同比增速高于平均水平，酒类和食品饮料表现亮眼，同比增速均超过30%。

而地产相关消费不及预期，仅基础建材、厨卫大电和灯具保持同比增长，增速分别为14%、8%和8%。

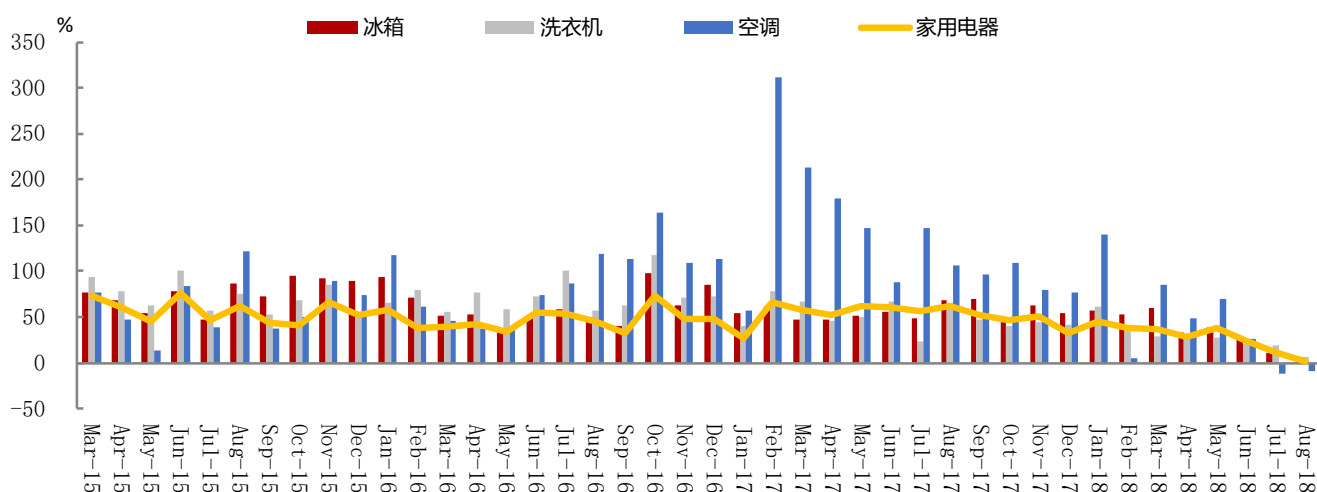
## 报告正文

### 一、家电、纺服、食品三大板块线上消费情况监测

#### (一) 家用电器景气度持续下降，个护健康保持高速增长

受房地产市场调控的影响，家用电器行业景气度呈现下行趋势，8月同比增速持续下跌至2%，达到历史新低。其中，冰箱和洗衣机同比增速小幅下降，分别达到历史低点6%和6%。虽然8月各地气温突破新高，但空调属于耐用消费品，需求经过前两年释放，我国每百户空调拥有量快速上升，2017年已达到96.1台。由于基数较大，空调销售额走低实属正常，8月销售额虽然仍旧同比负增(-9%)，但较上月有所好转。环比方面，空调持续负增长，增速低至-51.4%，冰箱和洗衣机环比增速大幅上升，分别上涨至2.4%和23.4%。

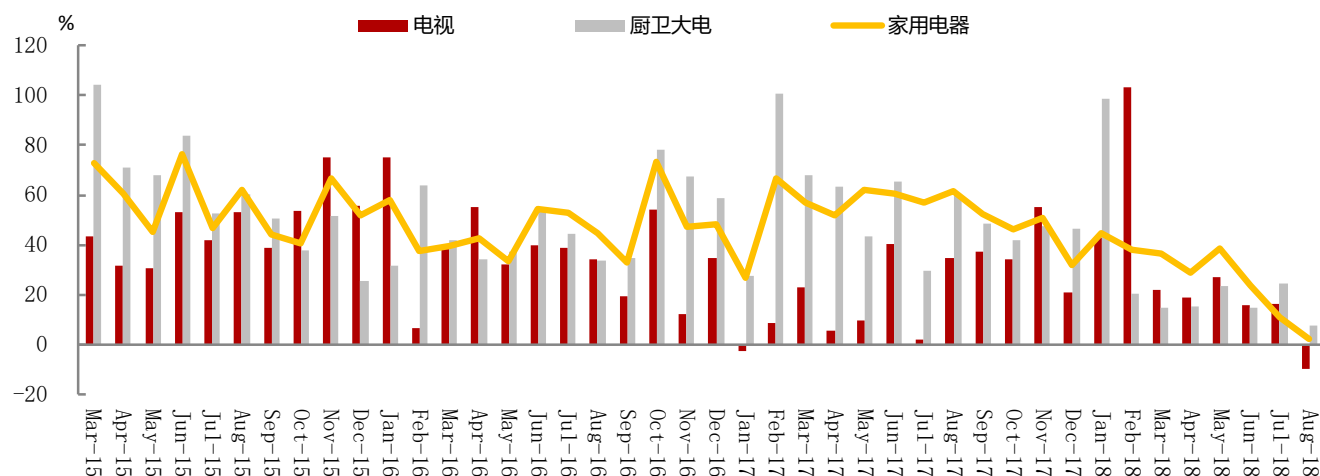
图表 1：白电 GMV 同比增速



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2月至今，同比增速一直保持在历史低位，8月厨卫大电同比增速降至历史新低8%。同期，电视同比负增长，增速降至-10%。环比方面，厨卫大电与电视环比增速分别小幅上升至19%和13.4%。

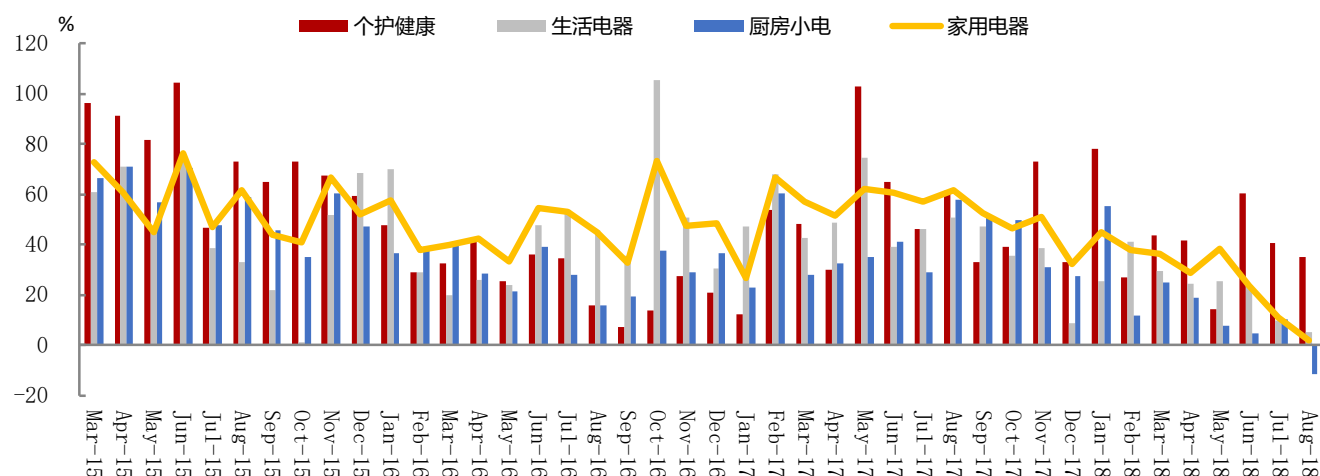
**图表 2：电视和厨卫大电 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

随着时尚与健康逐渐成为小家电的发展趋势，智能、美观和健康的个护健康电器市场规模不断扩张，是家用电器中唯一一个保持超高增速的子行业。8月，个护健康同比增速高达35%，远超平均水平。同期，生活电器和厨房小电同比增速不同程度下跌，分别为5%和-12%。

**图表 3：小家电 GMV 同比增速**



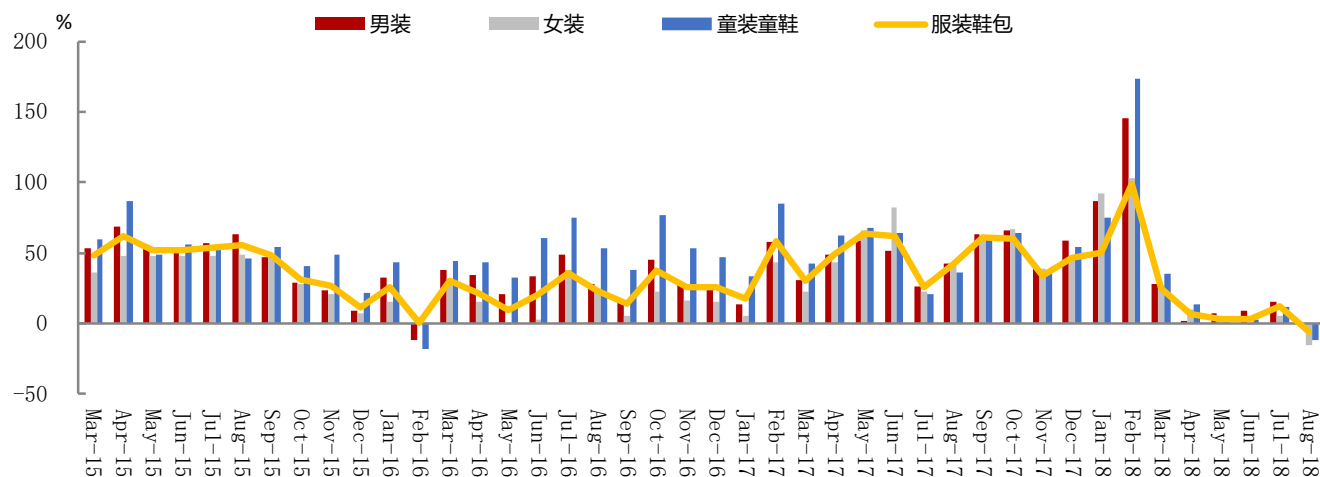
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

## (二) 服装鞋包和运动户外销售额大幅下降，消费加速承压

2018年二季度起，受到消费悲观的情绪影响，服装鞋包整体销售表现不佳且增长放缓，8月同比增长首次负增长，降至-6%，创历史新低。传统服饰逐渐进入消费淡季，叠加宏观经济下行压力，男装、女装和童装童鞋同比增速均下降至负数，分别为-2%、-15%和-12%，消费增速的大

幅下降令行业收入加速承压。

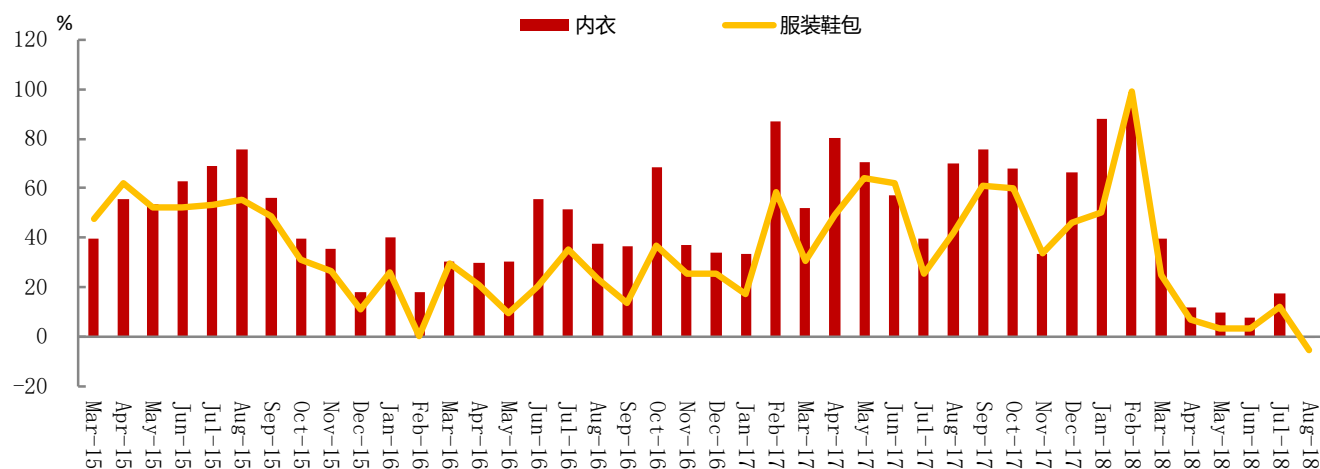
**图表 4：传统服装 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣同样受到行业不景气影响，8月同比增速下降至-1%，环比增速-2%。

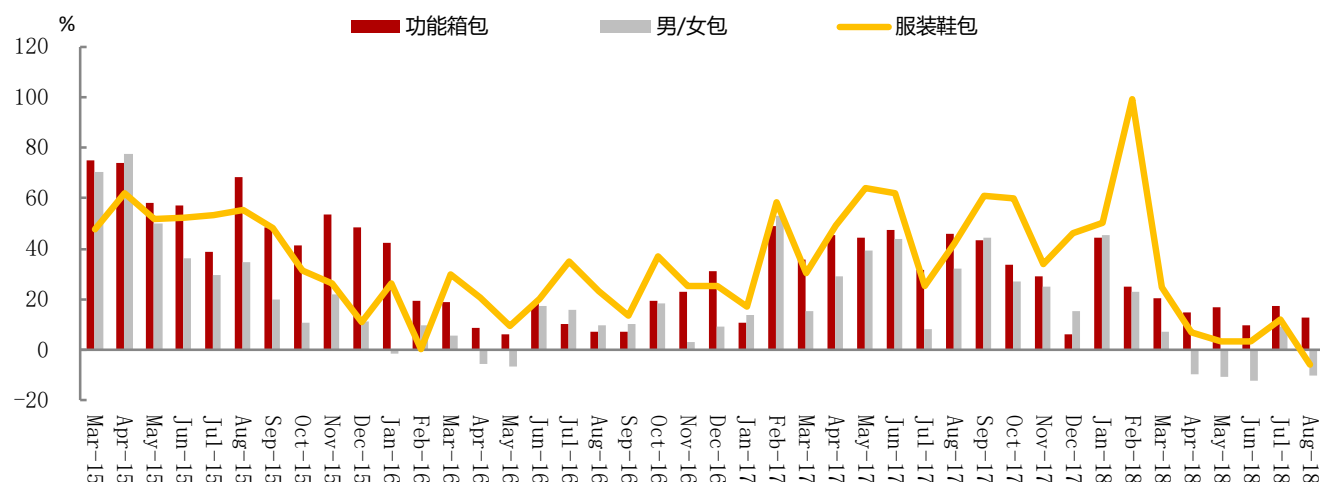
**图表 5：内衣 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

功能箱包线上需求比较稳定，是8月服装鞋包子类中唯一同比增速为正的细分行业，同比增速略降至13%。男女包同比增速在短暂回升后再次大幅下降，降至-10%。环比来看，功能箱包和男女包均较7月有大幅提高，同比增速分别为37.8%和16.6%。

**图表 6：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速**

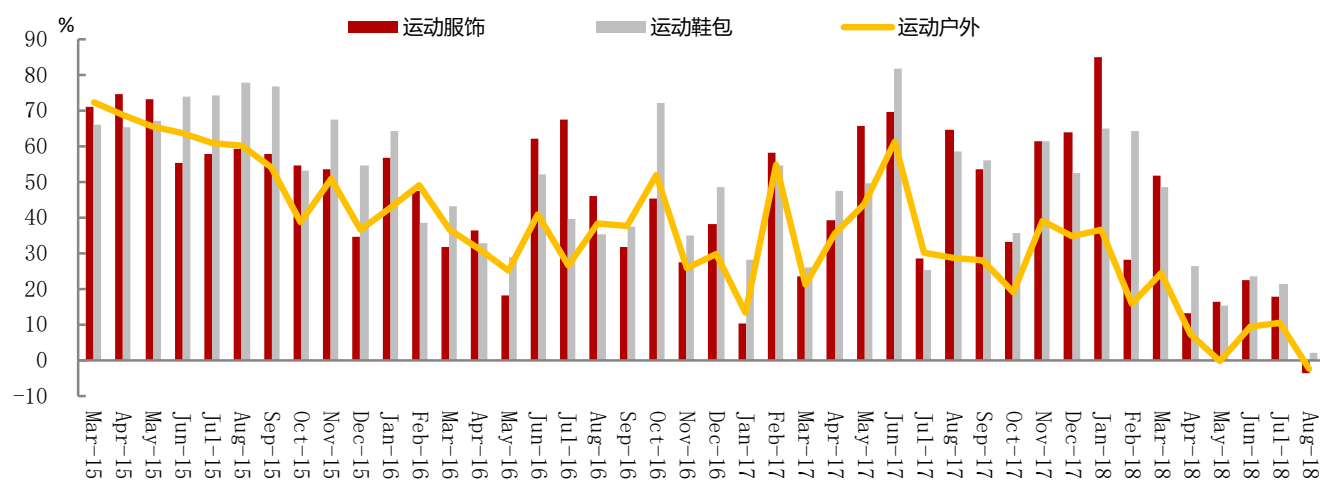


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2018 年 2 季度起，运动户外与服装鞋包同比增速相近，变动趋势一致，同比增速下降至-2%。

其中，运动服饰和运动鞋包同比增速大幅下降，分别为-4%和 2%。

**图表 7：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

### (三) 酒类和食品饮料平稳发展，各子类增速企稳

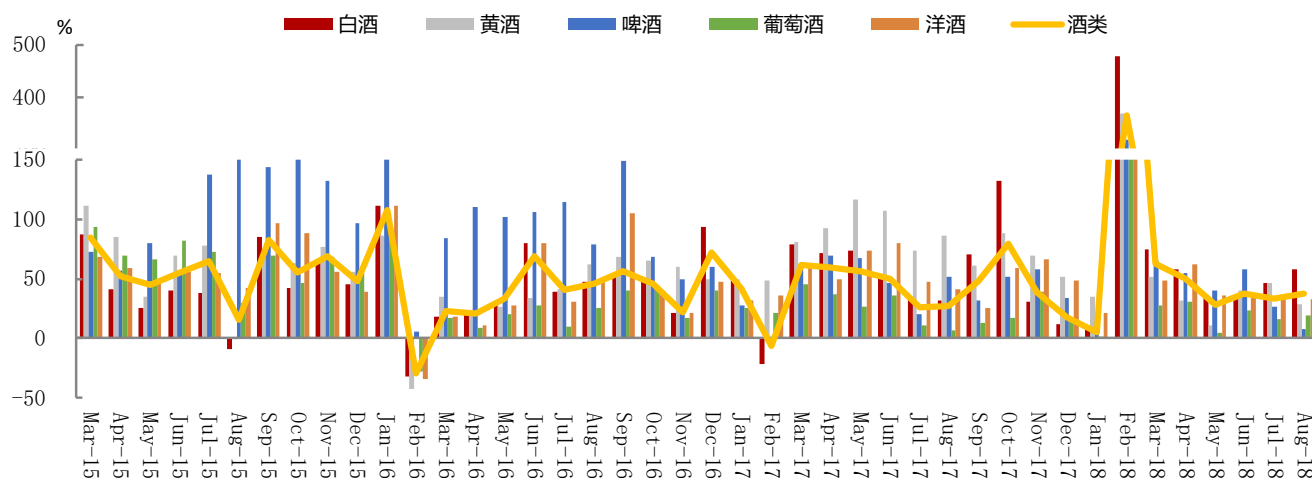
8 月，酒类同比增速小幅上升，达到 37%，除啤酒、黄酒下跌外，其余子行业均不同程度上涨。

白酒消费即将进入金九银十的双节旺季，8 月促销活动陆续开展，业绩较为亮眼，同比增速高达

58%；洋酒（33%）和葡萄酒（20%）发展较为稳定，同比增速基本持平；啤酒和黄酒同比增速

小幅下降，分别为 8%和 29%。

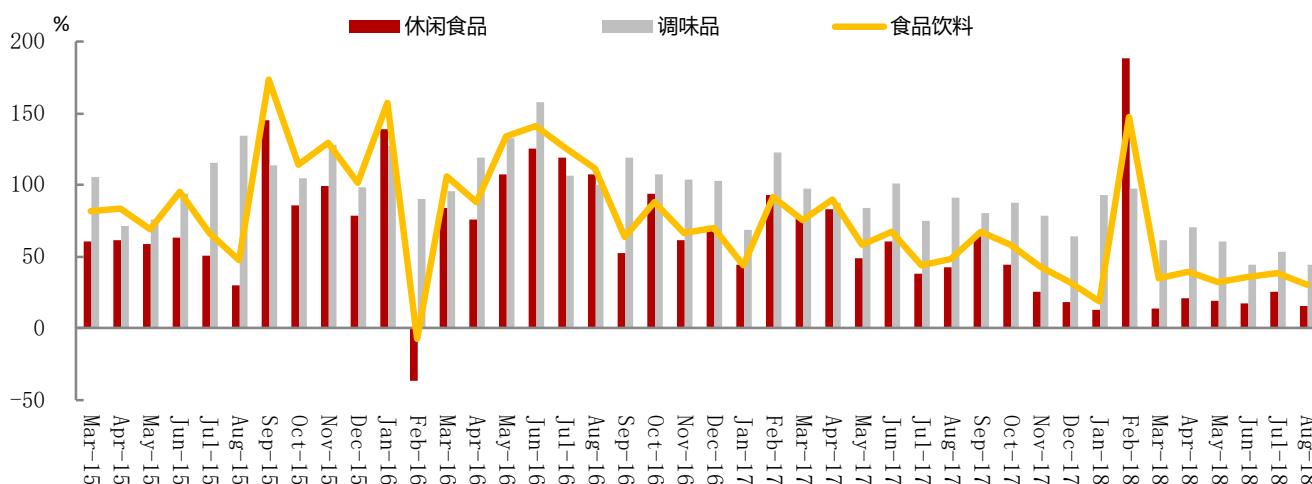
**图表 8：酒类 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

近几个月，食品饮料发展稳健，8月同比增速高达31%，继世界杯带动之后，中秋节和国庆节将再次拉动食品饮料销售额。同期，休闲食品和调味品同比增速分别为16%和44%，均维持在较高增速。同时，休闲食品和调味品环比增长分别达到21.5%和7.4%

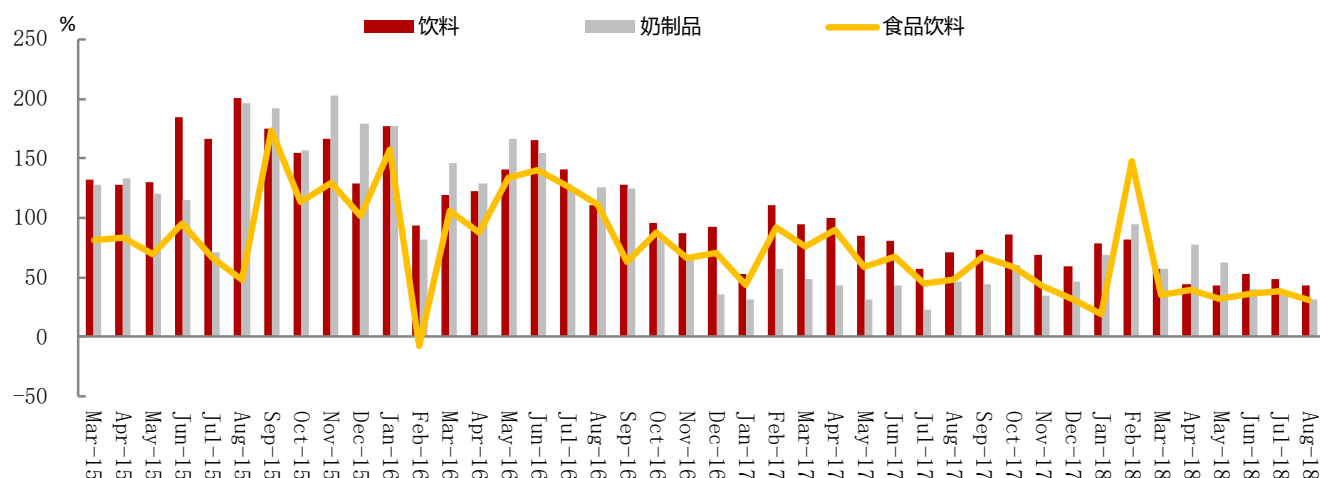
**图表 9：休闲食品与调味品 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

奶制品和饮料依然维持着此消彼长的变化趋势，8月同比增速分别为32%和43%。2017年，中国人均乳制品消费折合生鲜乳仅为36.9公斤，仅是亚洲平均水平的二分之一、世界平均水平的三分之一，因此，国内奶制品消费还有较大增长空间。环比方面，饮料和奶制品增速分别为4.5%和26.2%。

## 图表 10：饮料与奶制品 GMV 同比增速

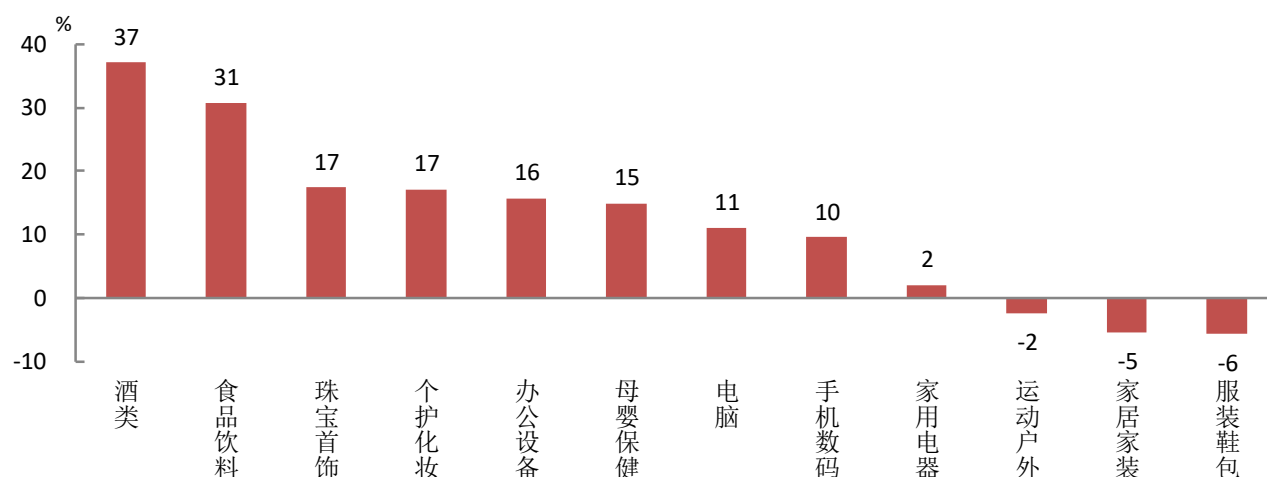


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

## 二、酒类和食品饮料表现亮眼，地产相关消费不及预期

8月，酒类和食品饮料销售额同比增长最快，业绩稳健，此外，珠宝首饰、个护化妆、办公设备和母婴保健同比增速也高于平均水平。

## 图表 11：12 个一级行业 GMV 同比增长

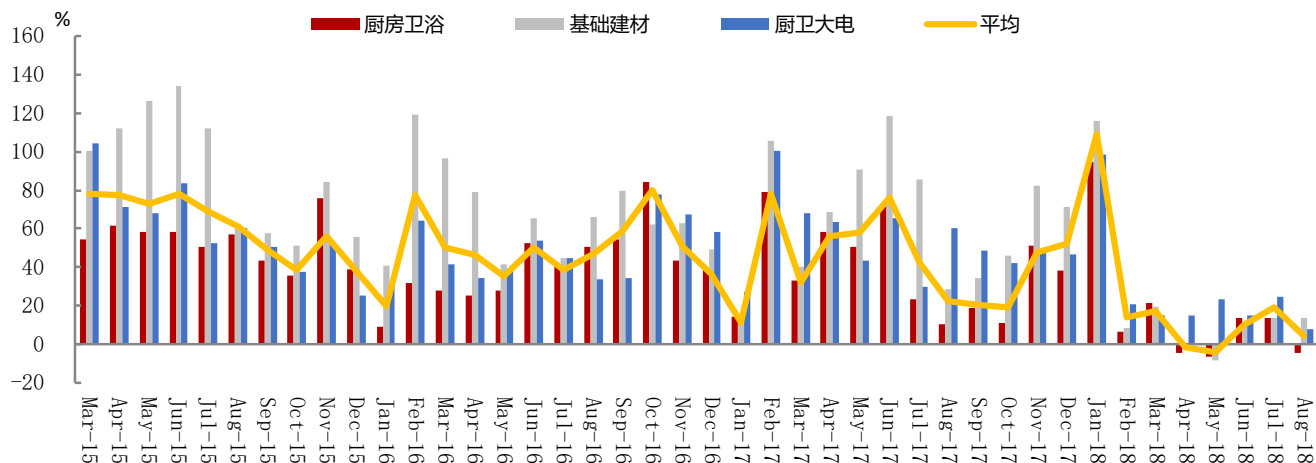


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

8月，与地产相关消费销售额不及预期。前装中，基础建材保持稳定，同比增速 14%，与 7 月持平，厨卫大电和厨房卫浴同比增速分别下降至 8%和-5%。后装中，家纺同比增速小幅上涨至 8%，家具和灯具同比增速分别下降至 0%和-9%。环比方面，除家具和灯具小幅下降外，其余

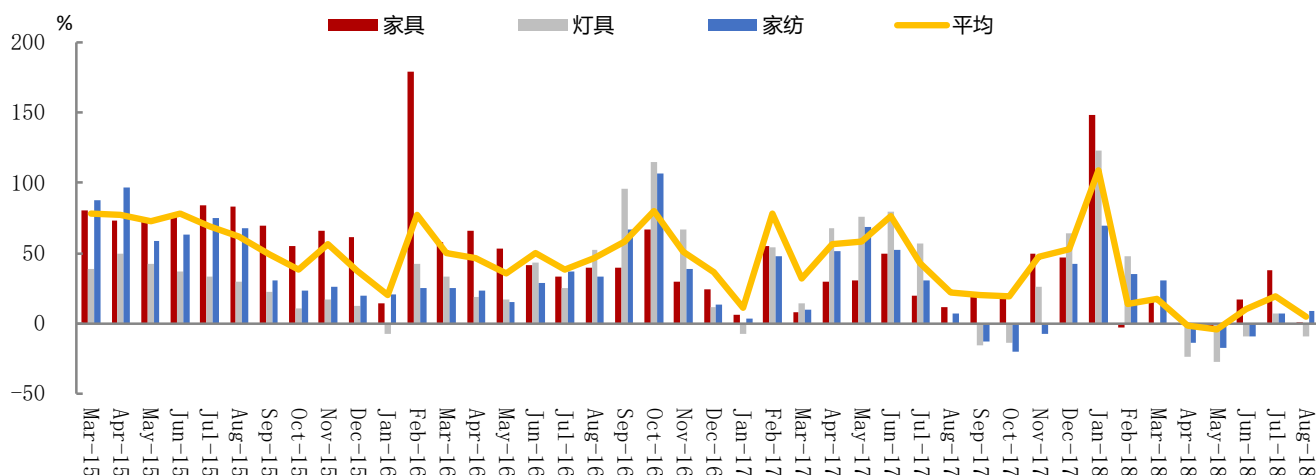
消费品类均有所上升，其中厨卫大电涨幅最为显著，8月环比增长19%。

**图表 12：厨房卫浴、基础建材、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

**图表 13：家具、灯具、家纺 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

### 三、8月社会消费品零售总额增速

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。

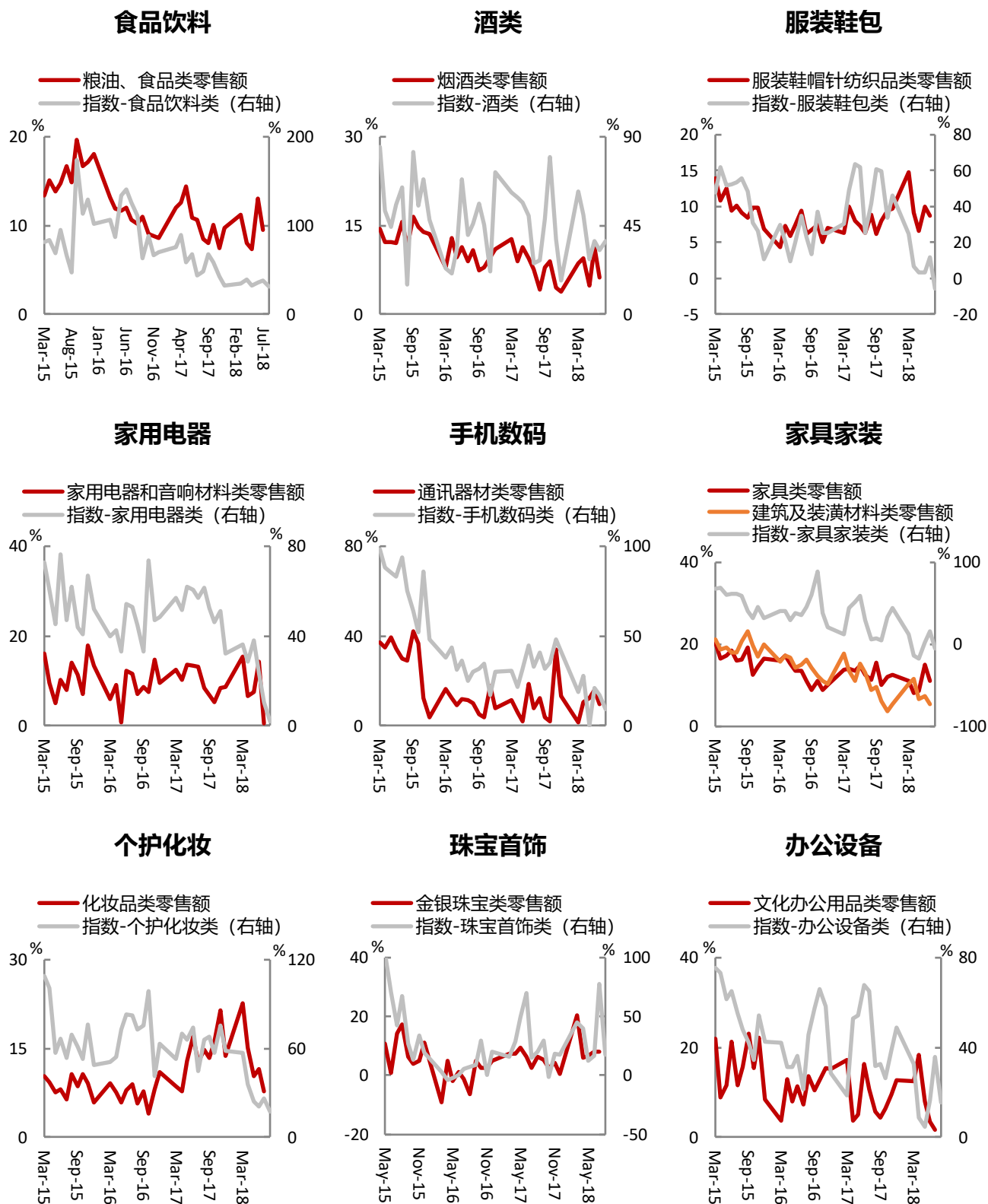
国家统计局每月中旬发布上月社会消费品零售额相关数据，晚于京东天灏线上数据（每月9日发布）。从两者同比增速对比看，京东天灏线上零售额增速显著快于社会消费品零售总额，且更富有弹性（图表14）。分行业看，京东天灏线上数据与社会消费品零售总额的同比走势具有较强



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7月，网上实物商品零售额累计同比29%，达3.65万亿元，占社会消费品零售总额比重为17.3%。2018年8月，除酒类外，其余消费品类的京东天灏消费指数同比增速均出现下降，具体包括食品饮料、服装鞋帽、家用电器、通讯器材、家居家装、化妆品、珠宝首饰和办公设备。我们预计8月社会消费品零售额总体仍呈下行趋势，烟酒类零售额增速或将有所回升，其余品类消费品增速或持续放缓。

图表 14：9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：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](mailto:zhewang@caixin.com)

财新智库研究员 马承瑶

电邮: [chengyaoma@caixin.com](mailto: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](http://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](http://www.thdata.com), [www.thdatacapital.com](http://www.thdatacapital.com)。