

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 热点报告

地产销售有所回暖，双节拉动消费增长

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，9月，中秋和国庆双节促进消费增长，珠宝首饰、食品饮料和酒类表现亮眼；同时，随着房地产市场回暖，地产相关消费均有所提高，后装同比增速涨幅尤为突出。

报告摘要

家用电器景气度有所回升，个护健康保持高速增长

9月，家用电器行业有所回暖，同比增速上升至6%。其中，白电同比增速均上升至平均水平以上；个护健康依然领跑家电行业，同比增速高达62%；电视和厨房小电同比增速持续负增长，分别为-18%和-17%。

服装鞋包消费持续承压，运动户外增速回调

服装鞋包受消费悲观的情绪影响，同比增速一直处于低位，9月为-12%。服装鞋包的子类表现不佳，其中，功能箱包和男女包销售额下降幅度最为明显，同比增速分别降至-57%和-16%。运动户外增速回调，9月同比增为20%，运动服饰和运动鞋包销售回暖。

酒类和食品饮料涨幅明显，子行业呈普涨态势

9月，酒类同比增27%，其中黄酒（48%）和啤酒（38%）同比增速涨幅最为明显，白酒和洋酒同比增速虽有所下降，但仍保持高速增长。同期，食品饮料同比增39%，子行业同比增速均上涨，其中涨幅最大的为饮料（67%）。

珠宝首饰表现亮眼，地产相关消费有所回暖

9月，5个商品类别同比增速高于平均水平（29%），珠宝首饰得益于翡翠玉石而表现亮眼，同比增速高达85%。地产相关消费有所回暖，前装和后装销售额均有所提高，其中，家具、灯具和家纺同比增速上涨尤为突出，分别达到43%、77%和55%。

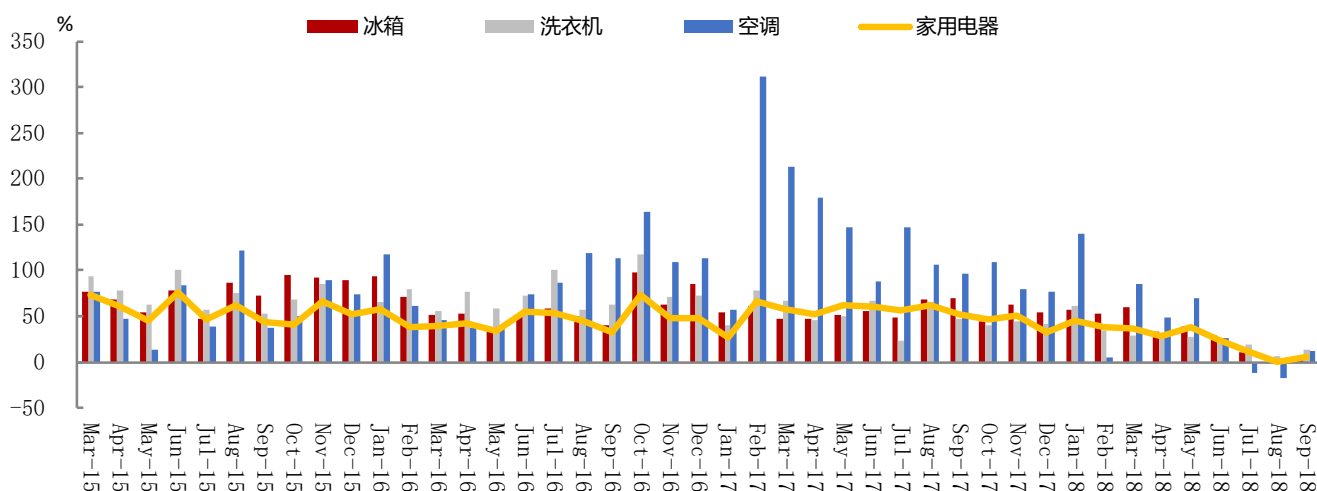
报告正文

一、家电、纺织服装、食品三大板块线上消费情况监测

(一) 家用电器景气度有所回升，个护健康保持高速增长

随着房地产开发景气指数上涨至一年以来的最高值 101.98，家用电器行业景气度也随之回升，9月同比增速小幅上涨至6%。9月，白电同比增速均上升至平均水平以上，其中，冰箱、洗衣机和空调的同比增速分别为7%、13%和11%。2018年9月20日，中共中央、国务院发布《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》，要规范发展家电、电子产品回收利用行业，促进实物消费提档升级，家用电器行业有望在政策刺激下终止下滑趋势。环比方面，白电销售额均不及上月水平，空调环比增速持续负增长，低至-56%，冰箱和洗衣机环比增速小幅下降至-21%和13%。

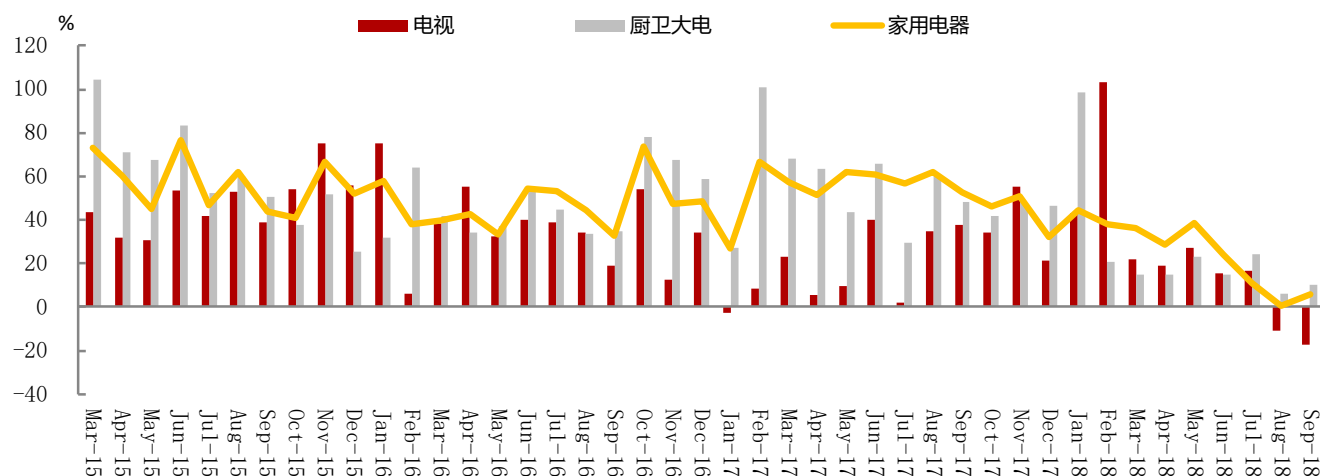
图表 1：白电 GMV 同比增速



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，虽然2018年2月以来，同比增速一直处于较低水平，但9月有回暖趋势，同比增速上涨至10%。同期，电视持续负增长，同比增速为-18%。环比方面，厨卫大电与电视环比增速分别下降至-1.3%和2.2%。

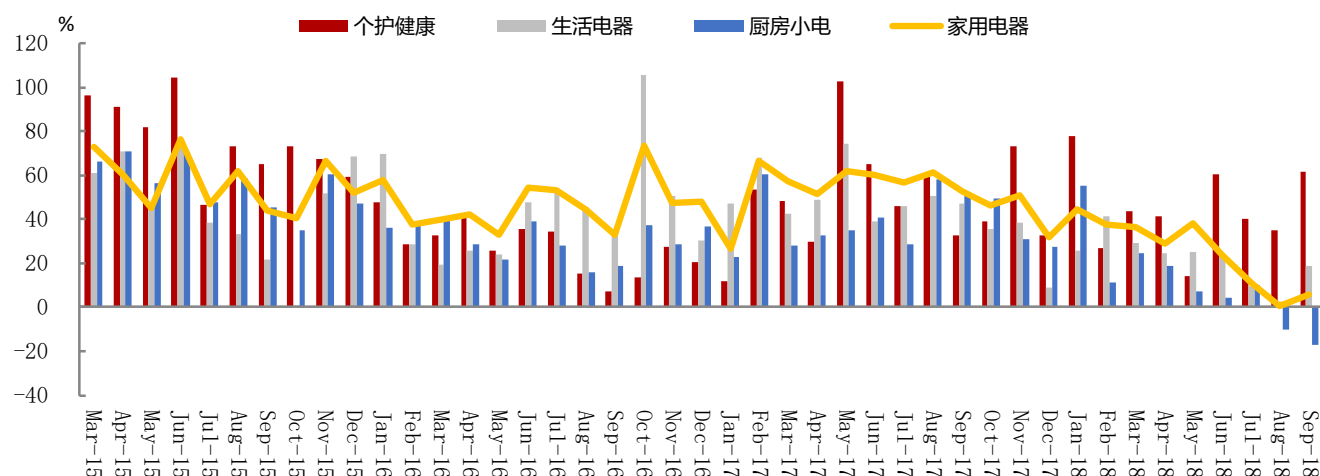
图表 2：电视和厨卫大电 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

个护健康保持扩张态势，持续领跑家用电器行业，9月同比增速高达62%，远超平均水平。同期，生活电器同比增速大幅上涨至19%，厨房小电同比增速下跌至-17%。小家电9月销售额不及8月，环比增速均不同程度下降。

图表 3：小家电 GMV 同比增速



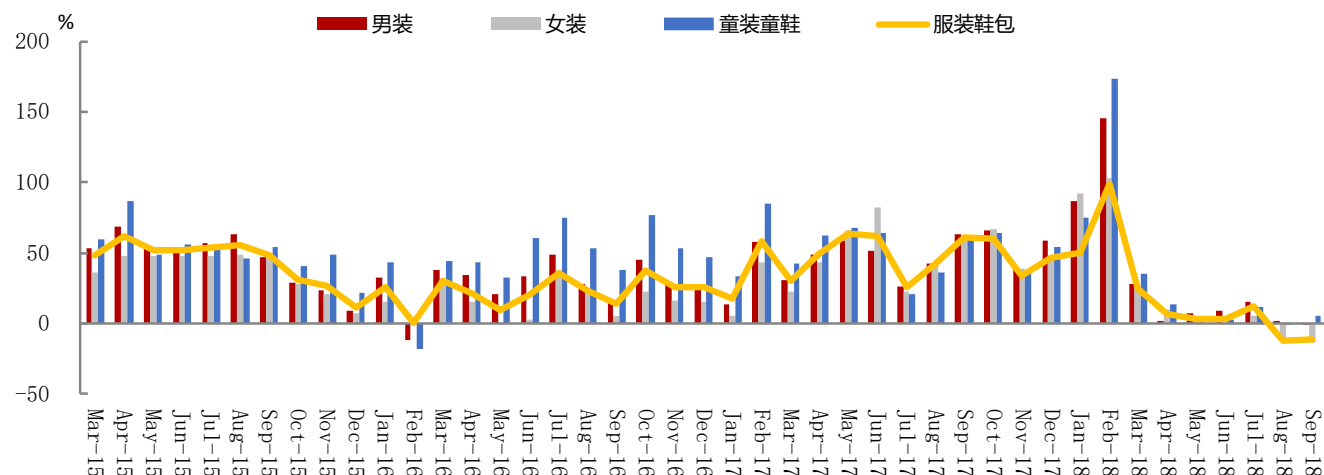
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(二) 服装鞋包消费持续承压，运动户外增速回调

宏观经济下行加之消费悲观情绪发酵，服装鞋包整体销售持续下滑至历史低位，9月同比增速基本持平，为-12%。服装消费承压，男装、女装同比增速分别下降至0%和-14%，童装童鞋略有上升，同比增速为5%。环比方面，女装和童装童鞋销售额较上月有所好转，环比增速分别为12%

和 35%。

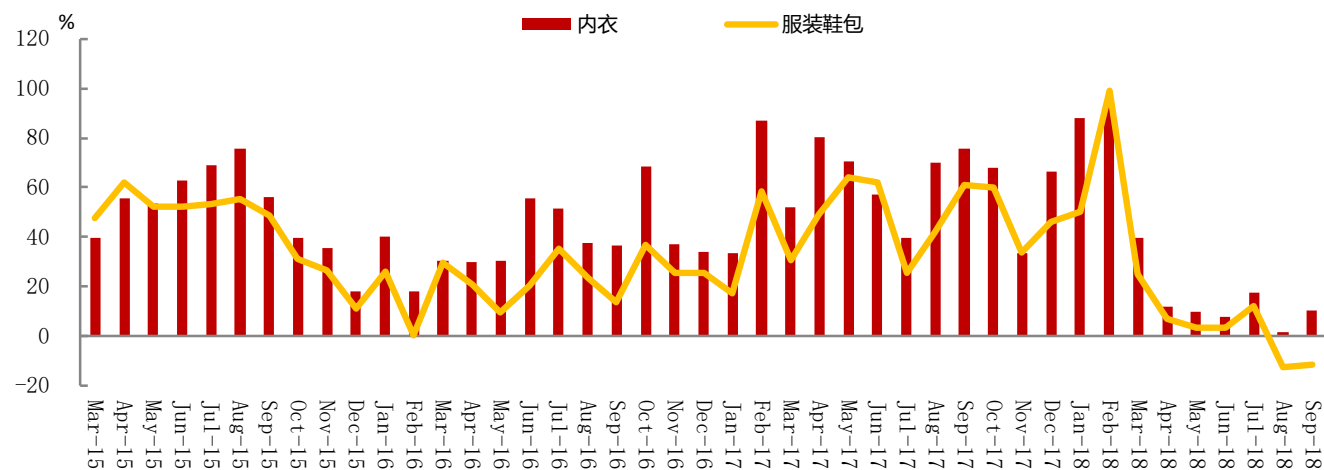
图表 4：传统服装 GMV 同比增速



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，同比增速在低位徘徊，9月同比增速略升至10%，环比增速升至12%。

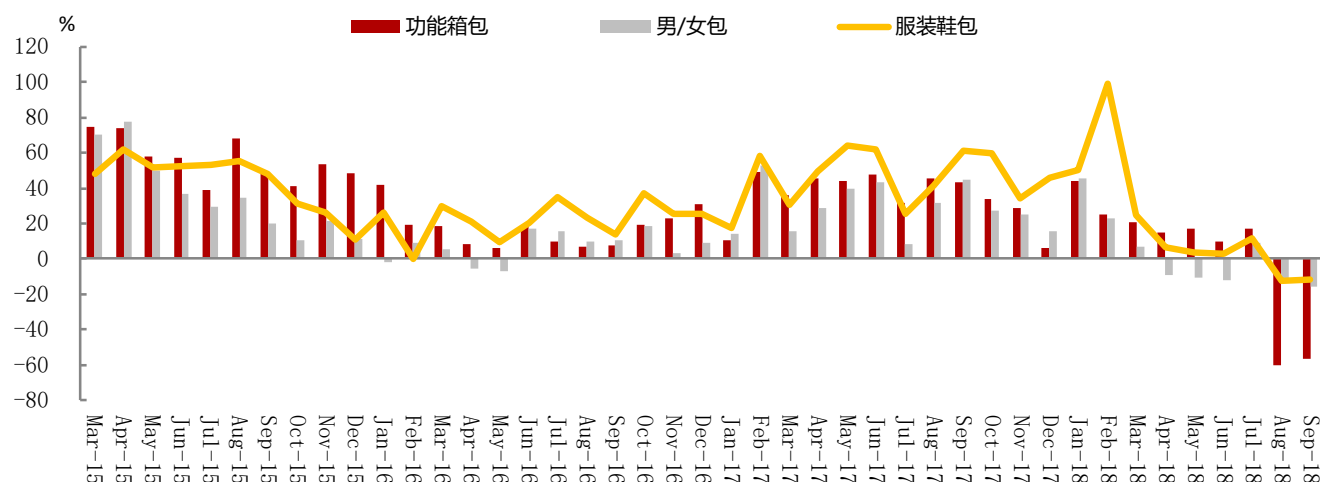
图表 5：内衣 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

8月功能箱包退换货等情况较多，导致调整后指数大幅下降，同比增速降至历史最低点-60%，而9月功能箱包销售情况丝毫不见好转，同比增速为-57%。同期，男女包同比增速持续下降至16%。

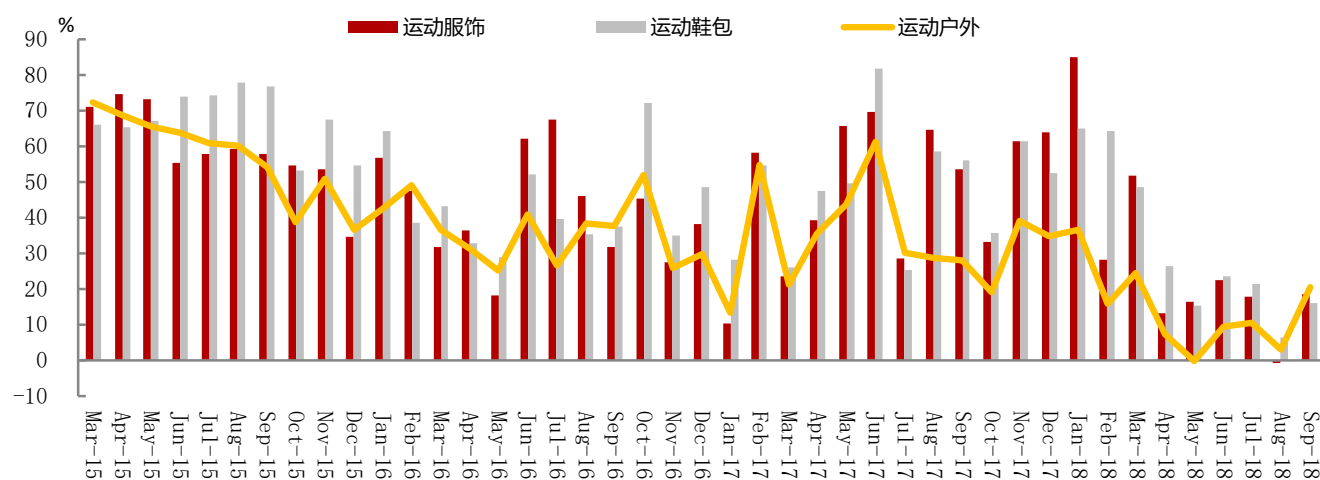
图表 6：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



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变动趋势相似，但运动户外9月销售额上升幅度较大，同比增速为20%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别上升至19%和16%。

图表 7：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速

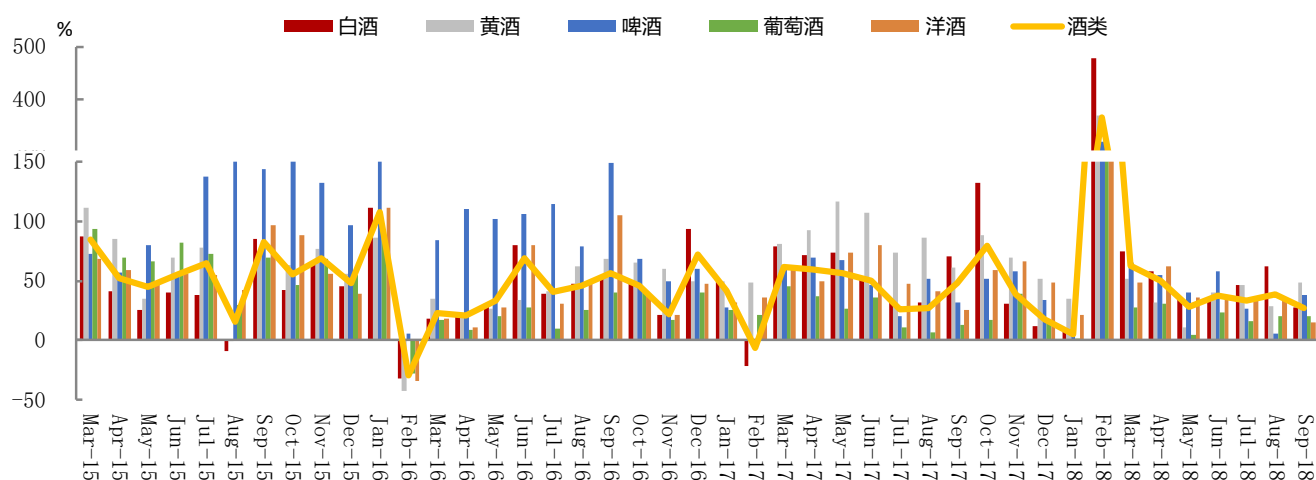


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 酒类和食品饮料涨幅明显，子行业呈普涨态势

节日开启酒类销售旺季，9月，酒类同比增速为27%，其中，黄酒、啤酒和葡萄酒同比增速分别升至48%、38%和20%，仅白酒（27%）和洋酒（15%）同比增速略有下降，但仍维持两位数的高增速，整体业绩较为亮眼。环比方面，9月各酒类销售额较8月大幅提高，白酒和黄酒环比增速分别高达119%和140%，葡萄酒（69%）、洋酒（40%）和啤酒（5%）紧随其后。

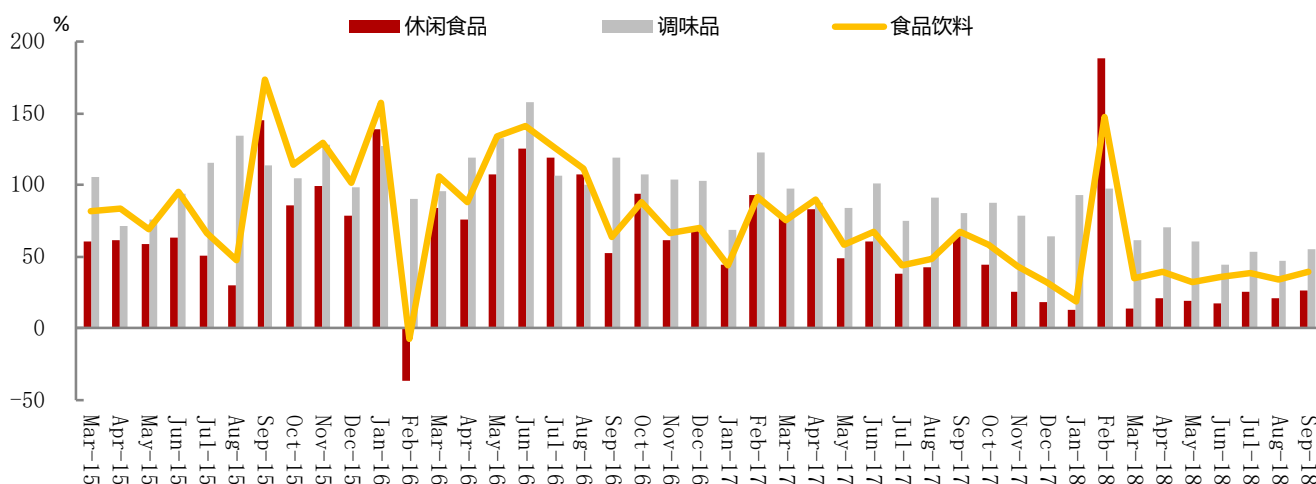
图表 8：酒类 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

中秋和国庆双节拉动了食品饮料的销售，9月食品饮料同比增速上涨至39%，其中，休闲食品和调味品同比增速分别升至26%和55%，销售持续升温。同期，休闲食品和调味品环比增长分别达到43%和10%。

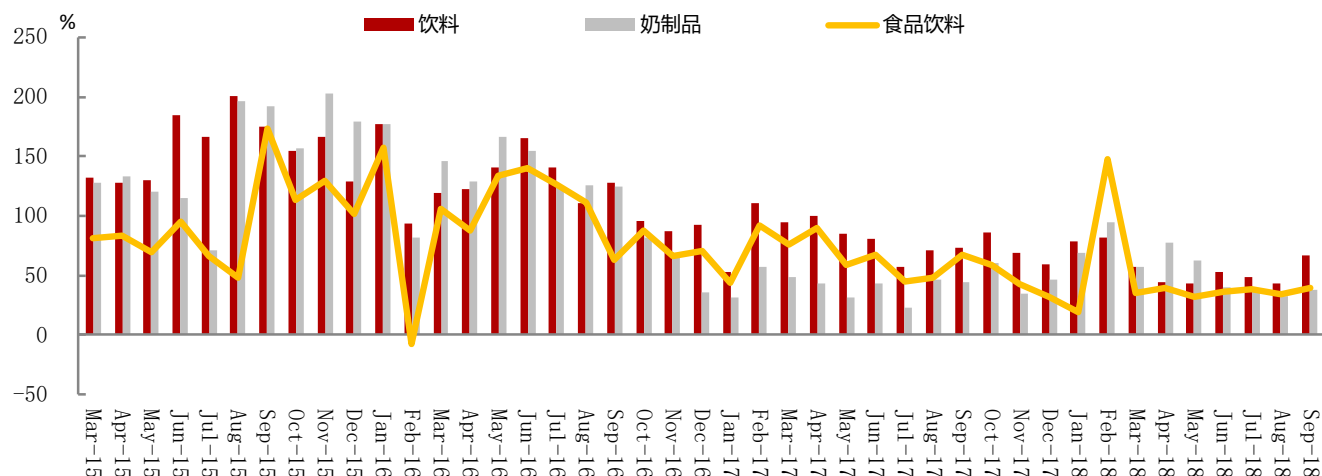
图表 9：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

节假日对饮料拉动力更为明显，饮料9月同比增速大幅上涨至67%，环比增长23%。同期，奶制品同比增速小幅上涨至37%，环比增长23%。

图表 10：饮料与奶制品 GMV 同比增速

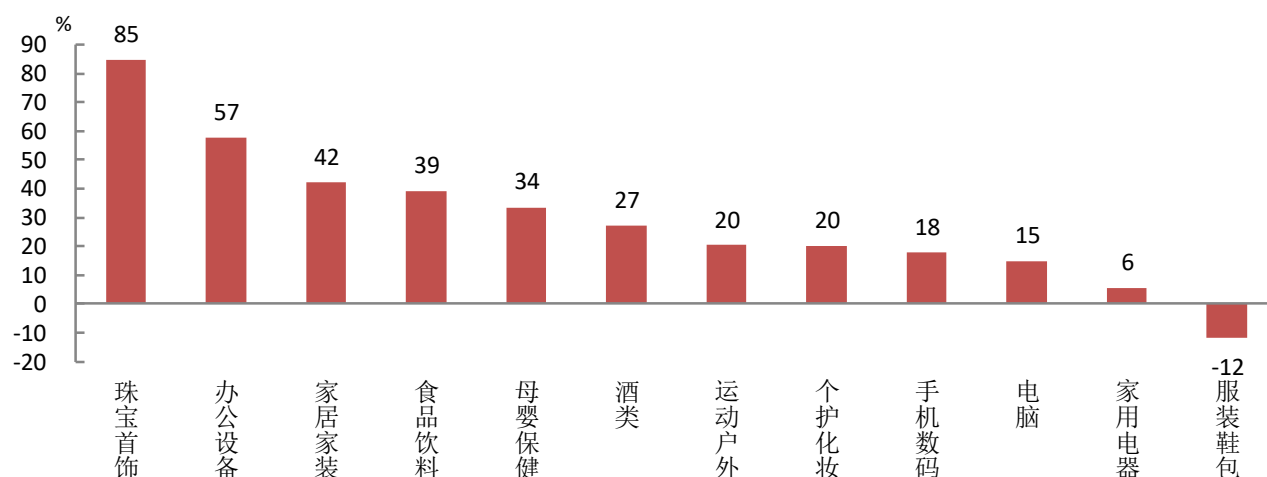


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、珠宝首饰表现亮眼，地产相关消费有所回暖

9月，珠宝首饰同比增长最快，主要得益于翡翠玉石9月同比增速大幅上涨至1030%，此外，办公设备、家居家装、食品饮料和母婴保健同比增速也高于平均水平。12个行业中，服装鞋包已连续2个月同比负增长，持续多次位列倒数，可见其承压严重。

图表 11：12个一级行业 GMV 同比增长

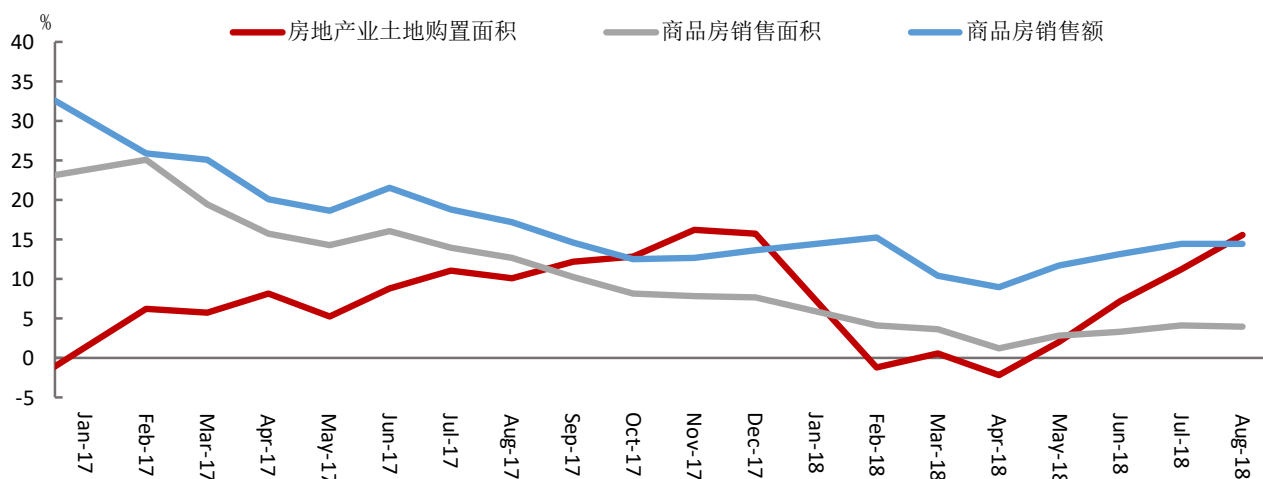


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

9月，与地产相关消费销售额有所提高，前装和后装同比增速均不同程度上涨。房地产业土地购置面积在2018年4月后快速上升，基础建材销售额同比增速随之上涨，至9月，高达47%。

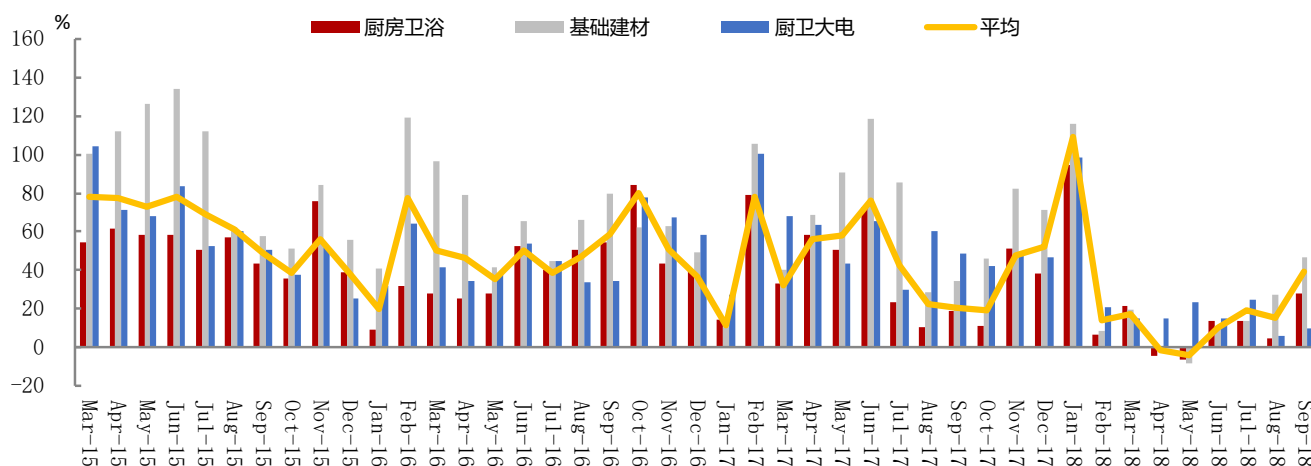
1-8 月份, 商品房销售面积 102474 万平方米, 同比增长 4.0%, 其中, 住宅销售面积增长 4.1%; 商品房销售额 89396 亿元, 增长 14.5%, 其中, 住宅销售额增长 16.4%, 房地产市场有所回暖。因此, 地产相关行业销售有所好转, 9 月, 厨房卫浴和厨卫大电同比增速分别上涨至 28% 和 10%, 后装涨幅更为突出, 家具、灯具和家纺同比增速分别上涨至 43%、77% 和 55%。

图表 12: 房地产相关指标累计同比增速



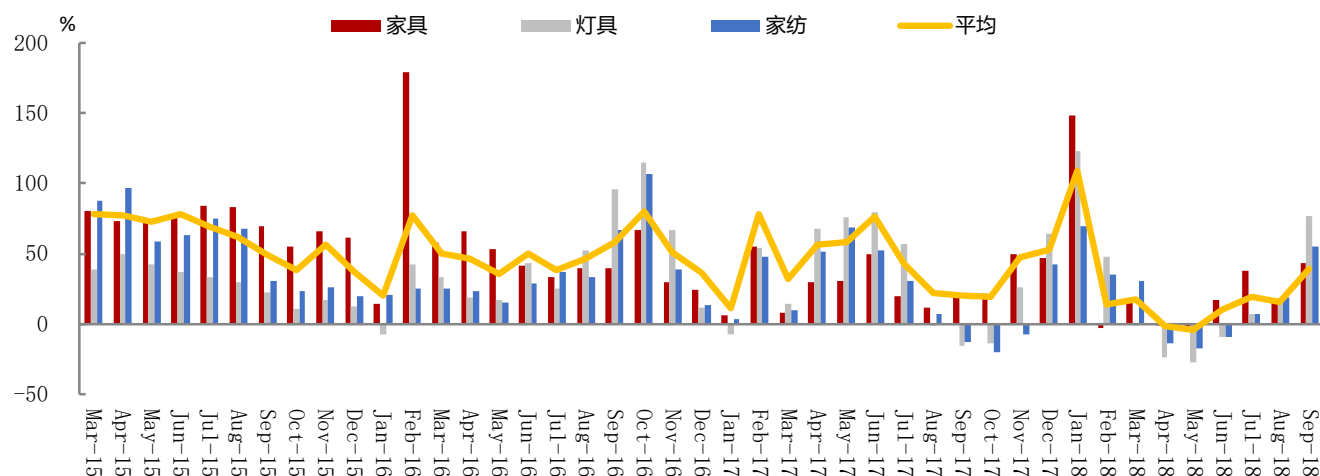
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

图表 13: 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 14：家具、灯具、家纺 GMV 同比增速



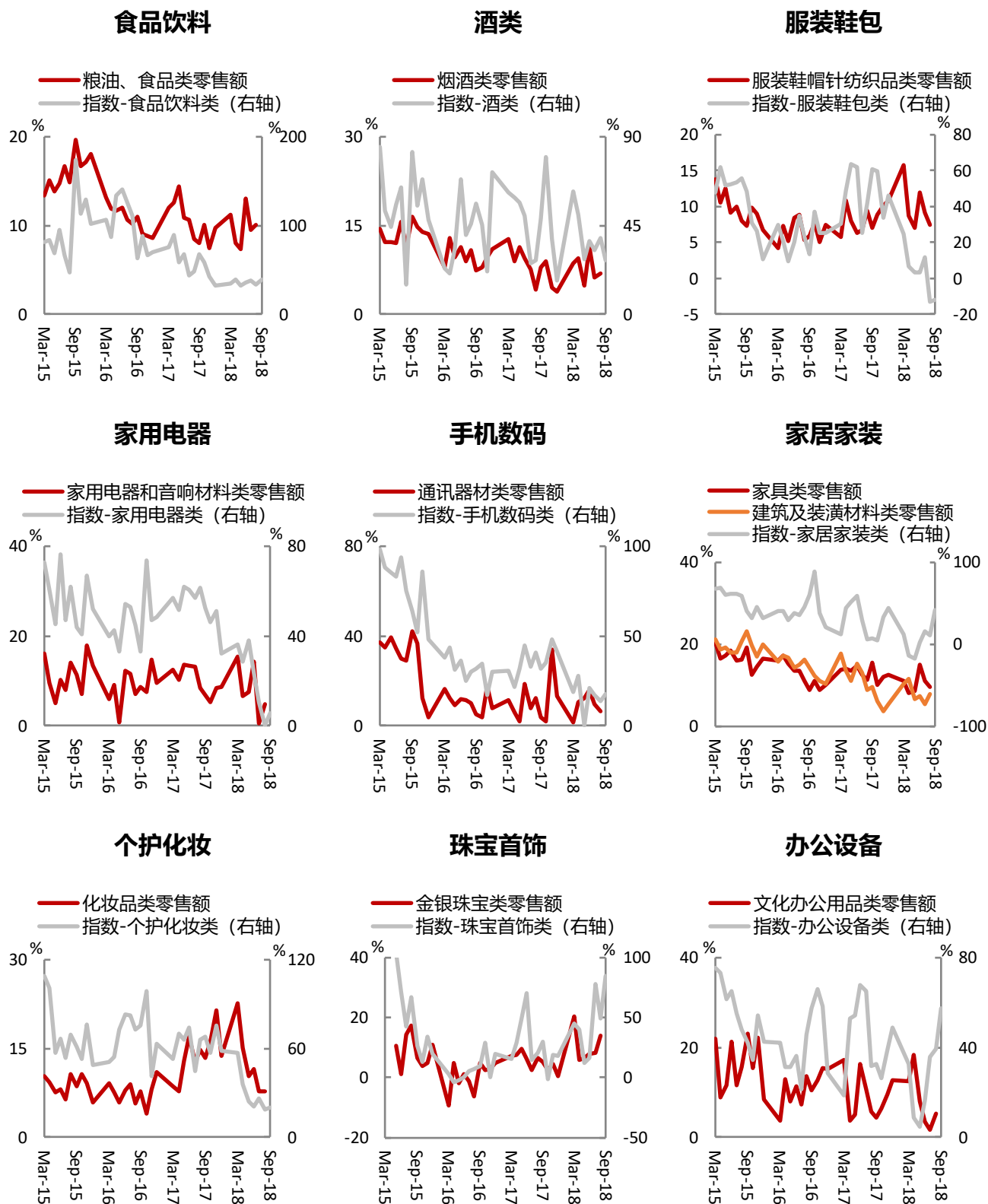
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

三、9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 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 8 月，网上实物商品零售额累计同比 29%，达 4.2 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 17.3%。2018 年 9 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上升，具体包括珠宝首饰、办公设备、食品饮料、家居家装、家用电器、通讯器材、个护化妆和服装鞋包，但需注意，酒类同比增速虽然略有下降，但仍保持两位数高增速，而服装鞋包同比增速虽然小幅上升，但依旧处于负增长状态。我们预计 9 月社会消费品零售额总体将有所回暖，烟酒类零售额增速或小幅降低，其余品类消费品增速或略有回升。

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



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。