

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019 年 4 月热点报告

线上消费持续回暖，地产相关消费复苏

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019 年 4 月，或受宏观经济向好影响，各品类销售额同比大幅上升；地产相关消费稳中有升，同比增速维持较高水平，后装涨幅较为显著。

报告摘要

地产相关消费稳中有升，后装消费涨幅尤为显著

4 月，地产相关消费同比增速稳中有升，后装同比增速较高，灯具、家纺和家具同比增速分别升至 60%、58%和 54%，涨幅持续扩大；前装中，基础建材、厨房卫浴和厨卫大电移动平均的同比增速分别为 44%、34%和 13%。

家用电器销售保持稳定，个护健康增速有所回落

4 月，家用电器同比增速保持稳定，为 17%。白电中，空调、洗衣机和冰箱同比增速分别为 12%、10%和 9%；黑电中，厨卫大电同比增升至 18%，电视依旧在低位徘徊（-6%）；小家电中，个护健康增速有所回落（27%），生活电器（28%）和厨房小电（11%）延续上月 2 位数的高增速。

服装鞋包消费大幅提振，运动户外需求持续释放

4 月，服装鞋包同比增大幅上升至 50%，得益于男装 141%的高增速，童装童鞋、女装、内衣和男女包同比增速分别升至 45%、25%、49%和 13%，功能箱包（-44%）已持续 8 个月负增长。运动户外需求近半年有所释放，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为 55%和 30%。

酒类和食品饮料韧性强，子行业均保持高速增长

4 月，酒类同比增 34%，其子类均维持两位数高增长，洋酒（67%）和啤酒（45%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增 42%，奶制品（52%）、调味品（47%）、休闲食品（46%）和饮料（41%）均保持较高的景气度。

报告正文

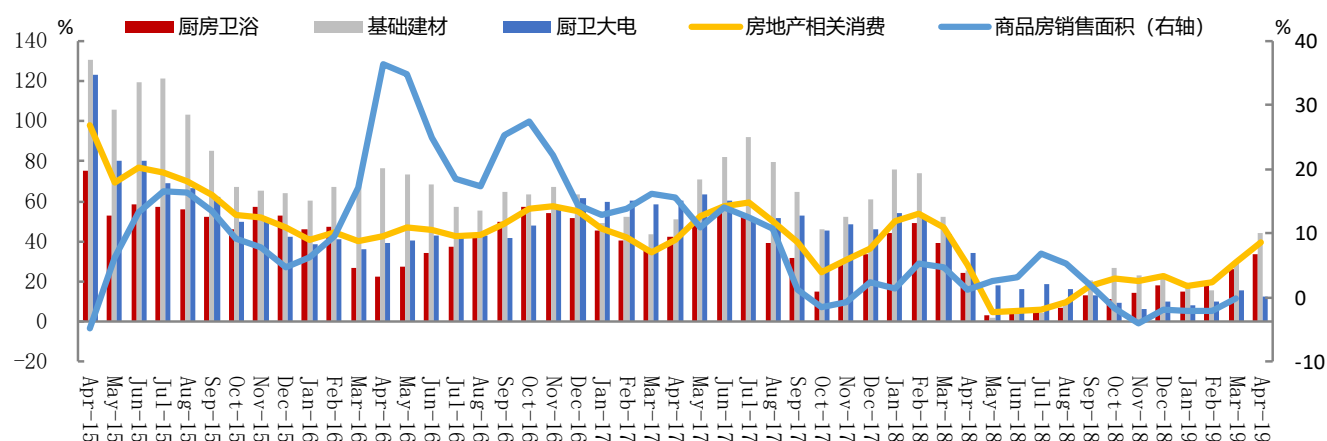
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费稳中有升，后装消费涨幅尤为显著

2019年1-3月，全国房地产开发投资23803亿元，同比增长11.8%，增速比1-2月份提高0.2个百分点，其中，住宅投资17256亿元，增长17.3%，增速回落0.7个百分点。同期，商品房销售面积29829万平方米，降幅比1-2月份收窄2.7个百分点，销售额达到27039亿元，增长5.6%，增速比1-2月份提高2.8个百分点。1-3月份，房屋施工面积达699444万平方米，同比增长8.2%，增速提高1.4个百分点。

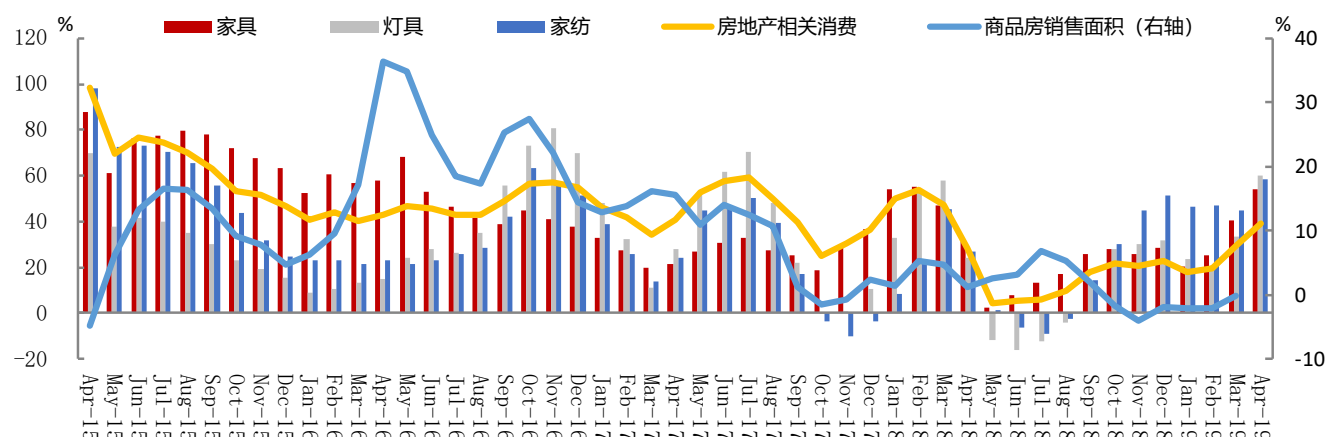
房地产市场整体向好，本月地产相关消费稳中有升，维持较高水平，销售额同比增速升至39%。其中各子类销售额同比增速大都有所上升，前装中，基础建材、厨房卫浴和厨卫大电移动平均的同比增速分别为44%、34%和13%；后装中，灯具、家纺和家具同比增速分别为60%、58%和54%。

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)

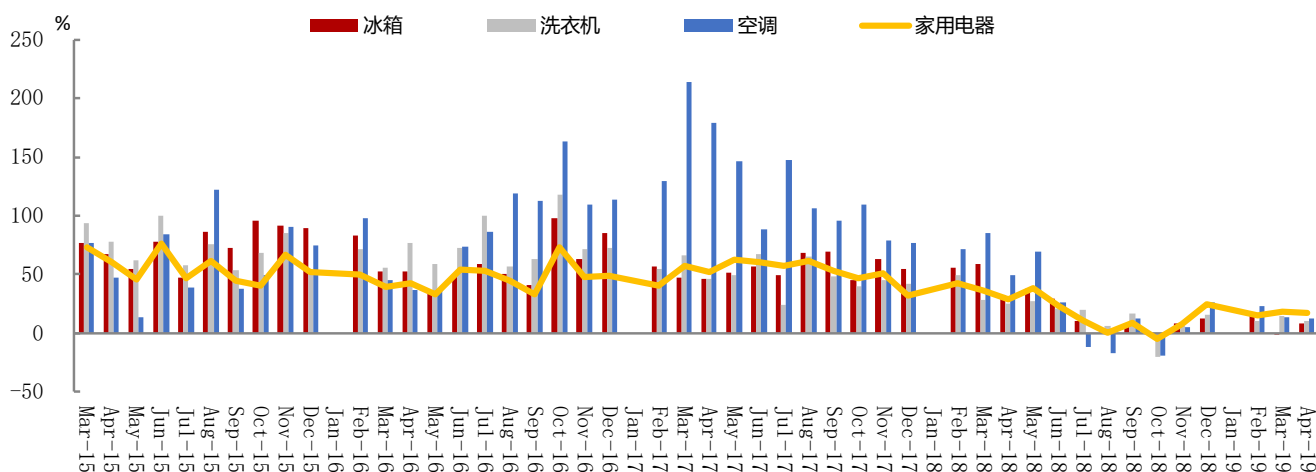


数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

(二) 家用电器销售保持稳定，个护健康增速有所回落

2019 年 4 月，家用电器同比增速基本保持稳定，为 17%。白电同比增速小幅回落，空调、洗衣机和冰箱同比增速分别为 12%、10%和 9%。家电消费政策进一步细化，国务院发改委办公厅于 4 月 17 日发布了《推动汽车、家电、消费电子产品更新消费促进循环经济发展实施方案(2019-2020 年) (征求意见稿)》，绿色、智能家电将有较大增长空间，辅以向好的房地产市场，家电行业消费有望回暖。环比方面，冰箱 (7.8%) 和空调 (1.7%) 销售额略高于 3 月。

图表 3：白电 GMV 同比增速

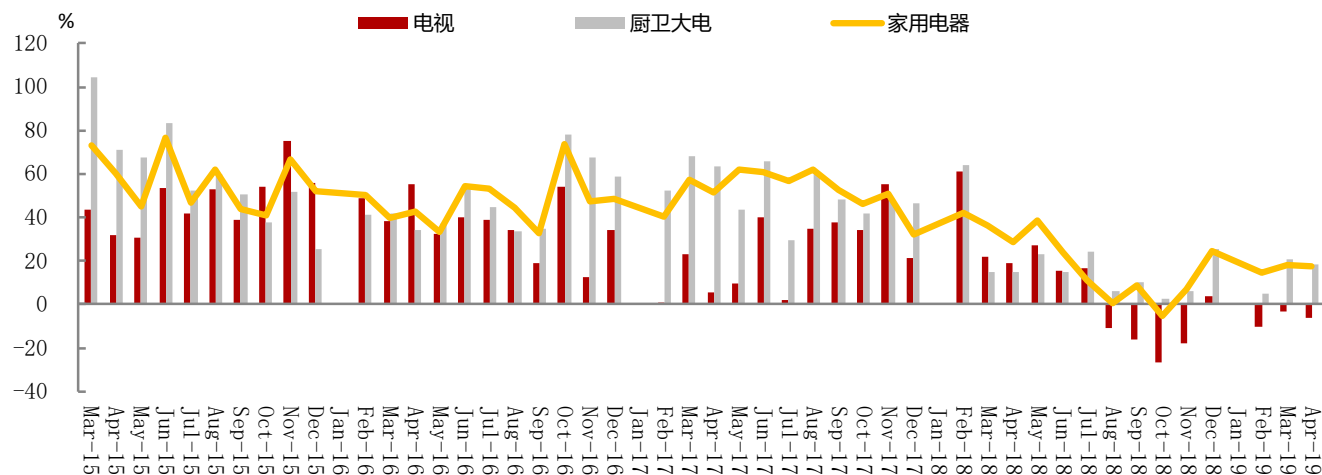


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

厨卫大电与商品房销量变动相关性较高，近两个月同比增速保持在较高水平，2019 年 4 月为

18%，有回暖趋势。同期，电视销售同比增速再次跌入负区间，较去年同期下降 6%，市场整体仍较为疲软。

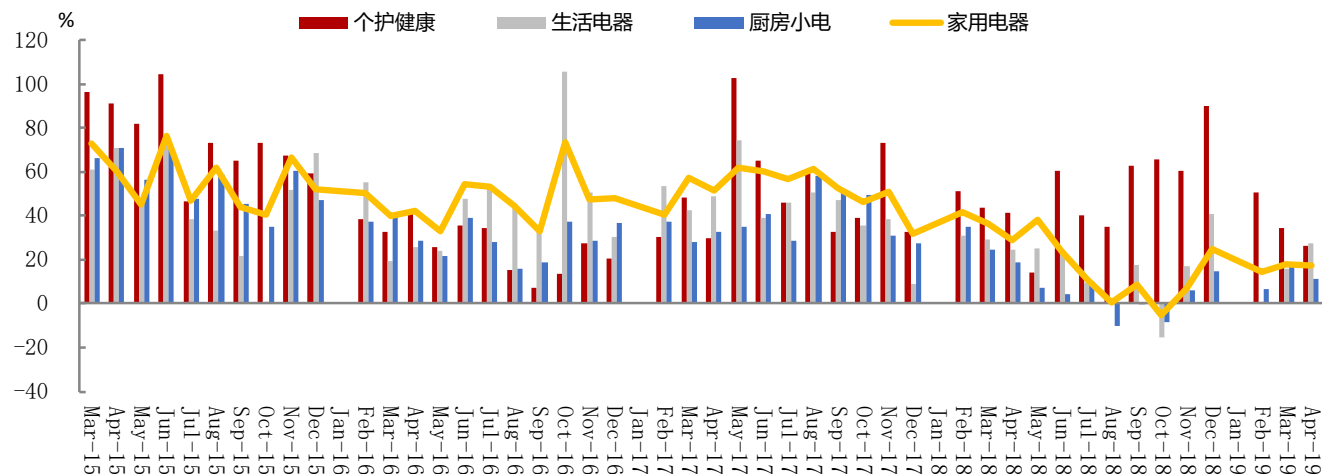
图表 4：电视和厨卫大电 GMV 同比增速



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，但同比增速明显放缓，4月降至 27%。生活电器和厨房小电保持了两位数的高增速，同比增速分别为 28%和 11%。环比方面，个护健康 (-22.6%) 和厨房小电 (-20.7%) 销售额较上月大幅下降。

图表 5：小家电 GMV 同比增速



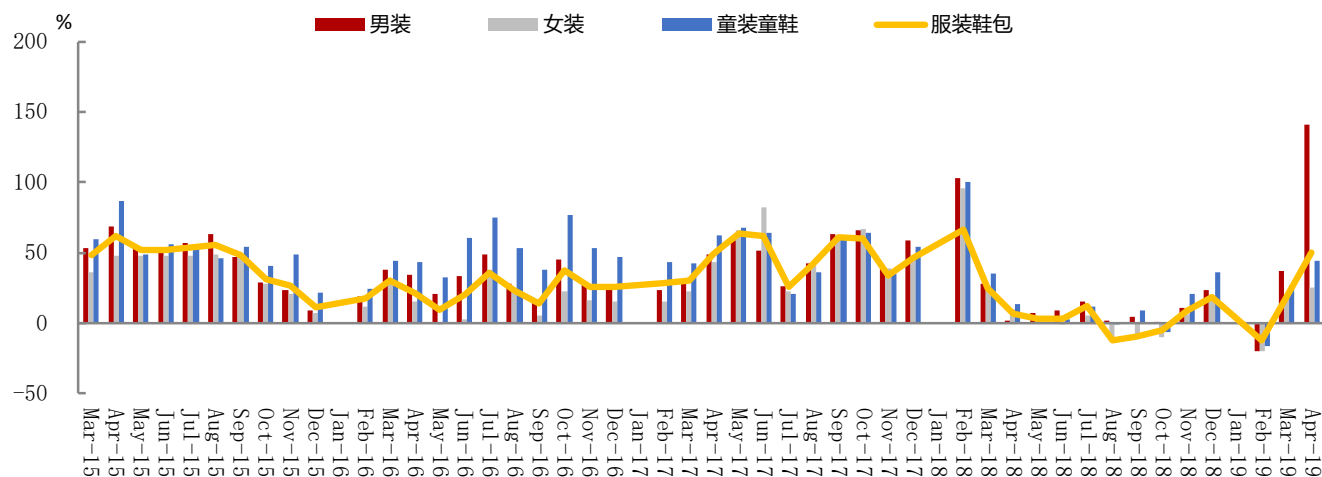
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包消费大幅提振，运动户外需求持续释放

4月，服装鞋包消费持续提振，销售额同比增速大幅上升至 50%，这主要得益于传统服装中男

装激增的消费额，其同比增速高达 141%。女装和童装童鞋消费有所回暖，同比增速分别为 25% 和 45%。环比方面，男装增速高达 75.3%，童装童鞋和女装分别为 21.1%和-5.6%。

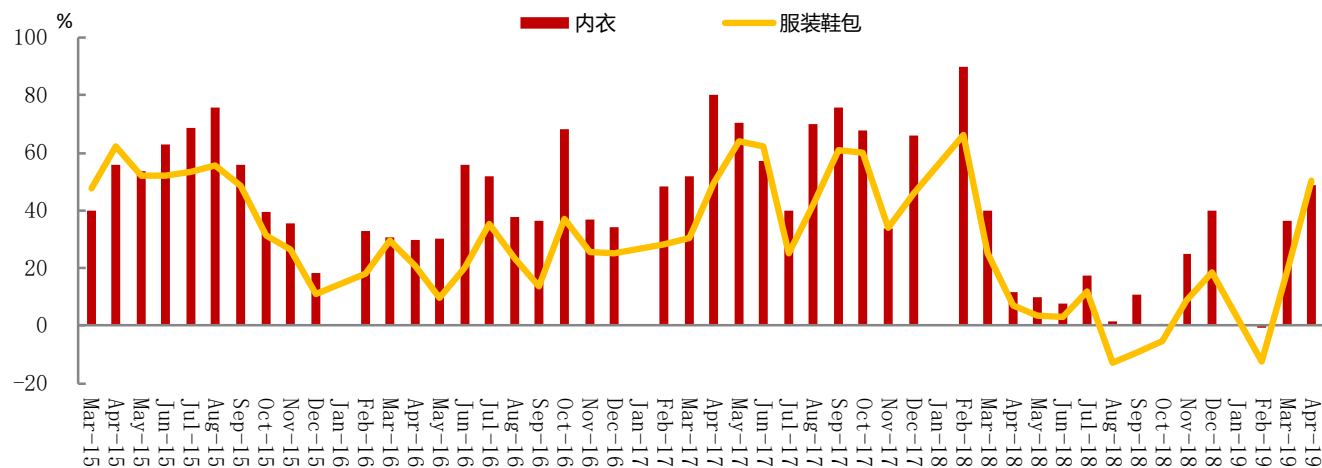
图表 6：传统服装 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣 4 月销售维持景气，销售额虽然较 3 月小幅下降 5.5%，但较去年同期增长 49%。

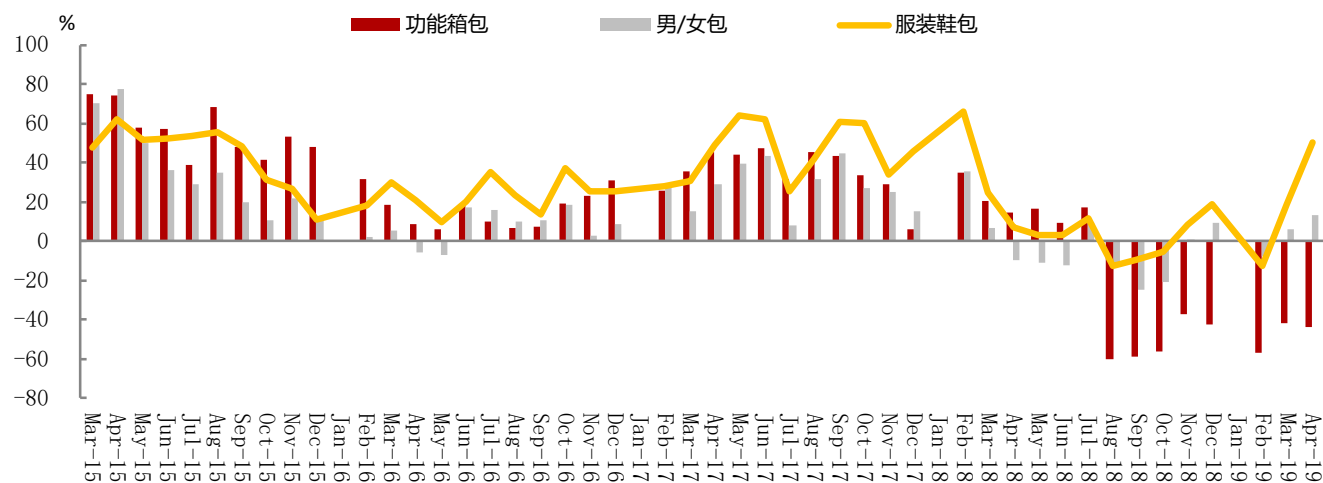
图表 7：内衣 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

4 月，男女包销售额同比增速升至 13%，功能箱包同比增为-44%，已持续数月负增长。环比方面也不容乐观，男女包和功能箱包销售额分别较 3 月下降 13.8%和 6.6%。

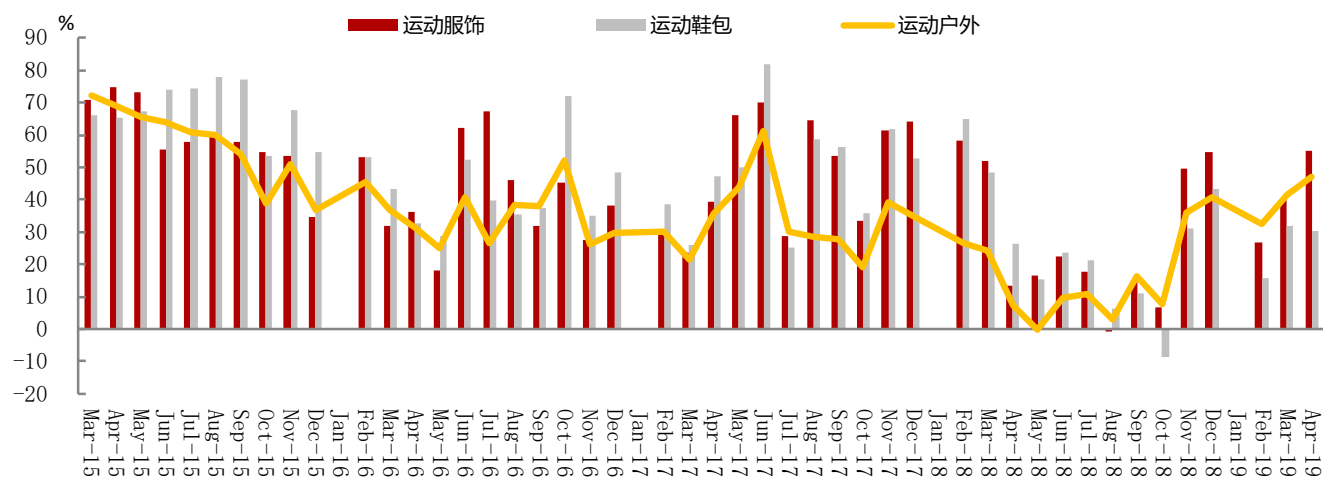
图表 8：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

4 月，运动户外销售持续向好，同比增速升至 47%，其中，运动服饰和运动鞋包增速分别为 55% 和 30%。

图表 9：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速

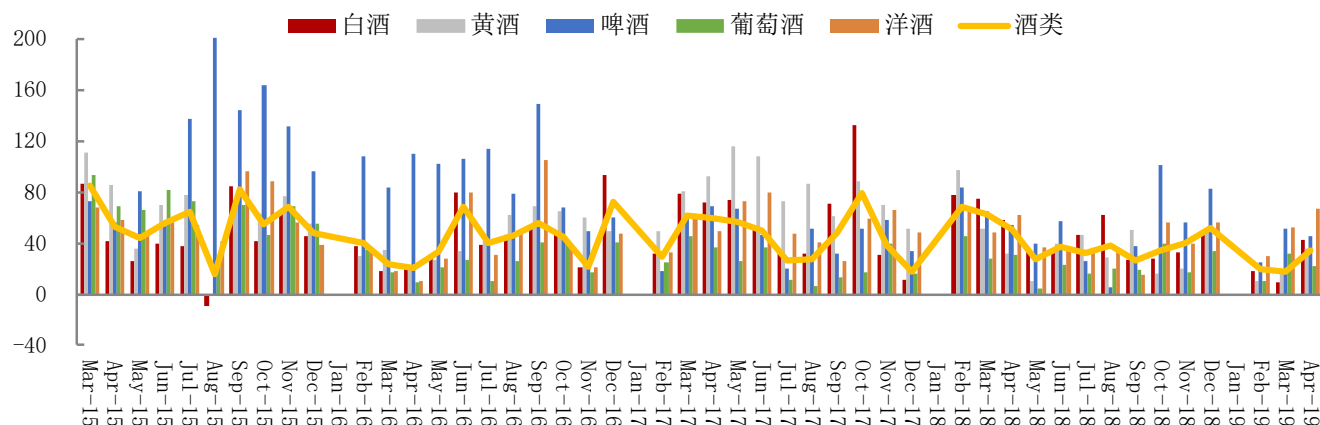


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类和食品饮料韧性强，子行业均保持高速增长

酒类具有较强的抗周期性，同比增速一直较为稳定，2019 年 4 月较去年同期上涨 34%。其中，洋酒上涨幅度最高，同比增为 66%，啤酒 (45%)、白酒 (43%)、黄酒 (35%) 和葡萄酒 (22%) 紧随其后。其中，白酒销售与旺季水平虽仍有差距，但长期增势较为稳健。环比方面，啤酒销售额较 3 月增长 28%，白酒和洋酒基本维持稳定，黄酒 (-6.8%) 和葡萄酒 (-14.2%) 略有下降。

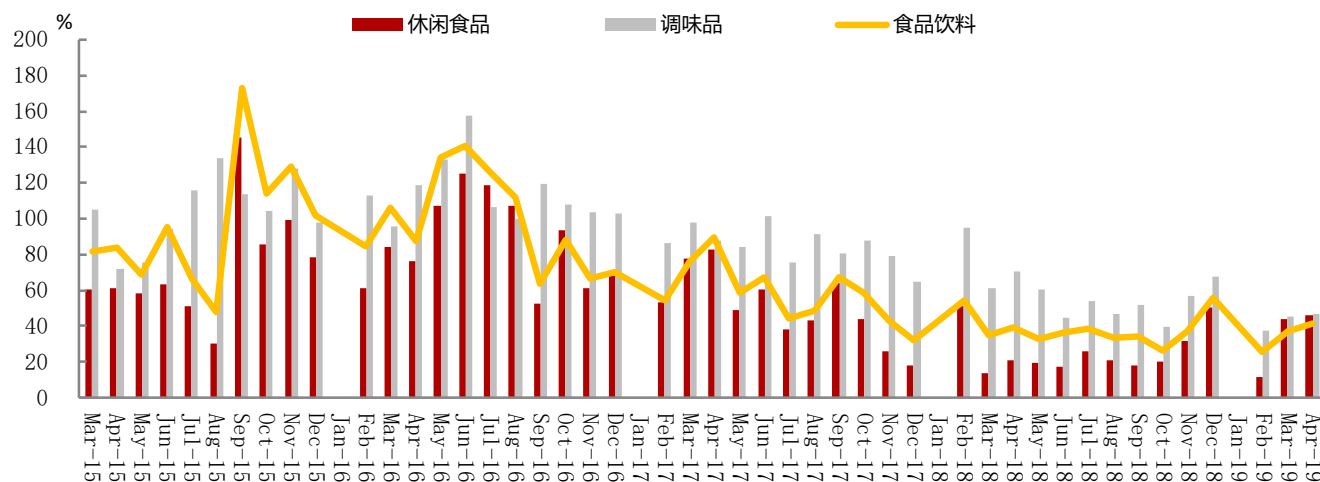
图表 10：酒类 GMV 同比增速



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，保持了较高的景气度，虽然销售额与 3 月相差无几，但同比增速保持高位，4 月同比增 42%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为 46%和 47%。

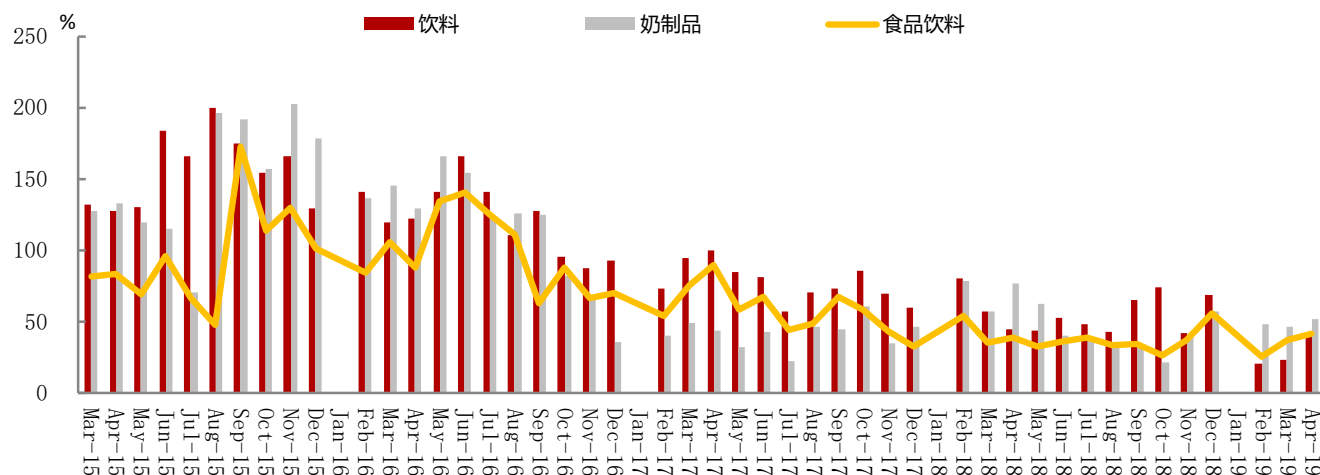
图表 11：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2019 年 4 月，饮料和奶制品销售额的同比增速呈平稳趋势，分别高达 41%和 52%，环比增速分别为 5.1%和 16.2%。

图表 12：饮料与奶制品 GMV 同比增速

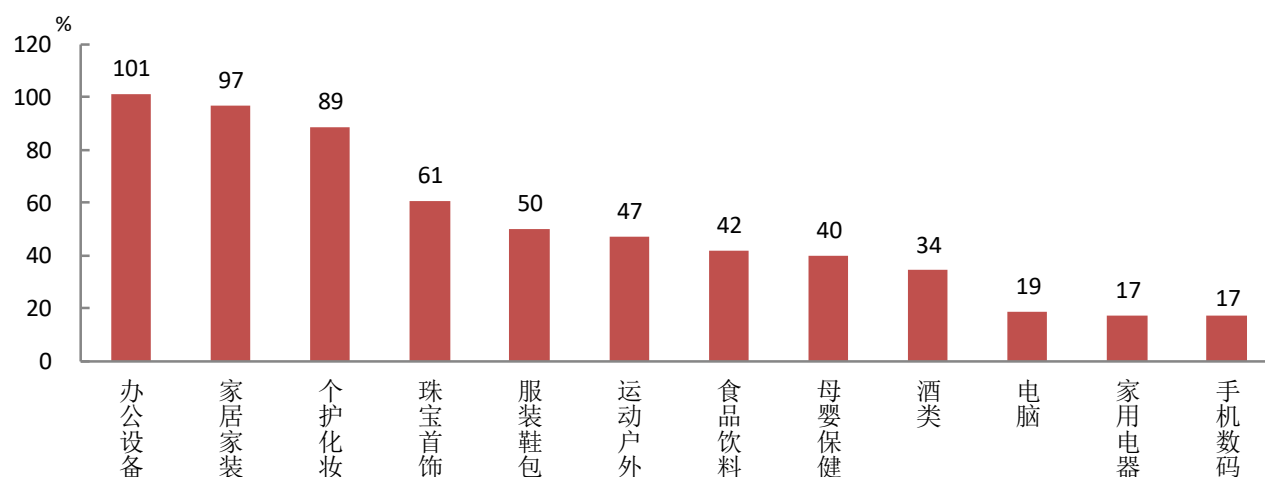


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、4月社会消费品零售总额增速

2019年4月,诸多宏观数据向好对消费有所提振,全部门类实现了两位数以上的高增长,其中,办公设备(101%)、家居家装(97%)、和个护化妆(89%)增长最为突出。

图表 13：2019年4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

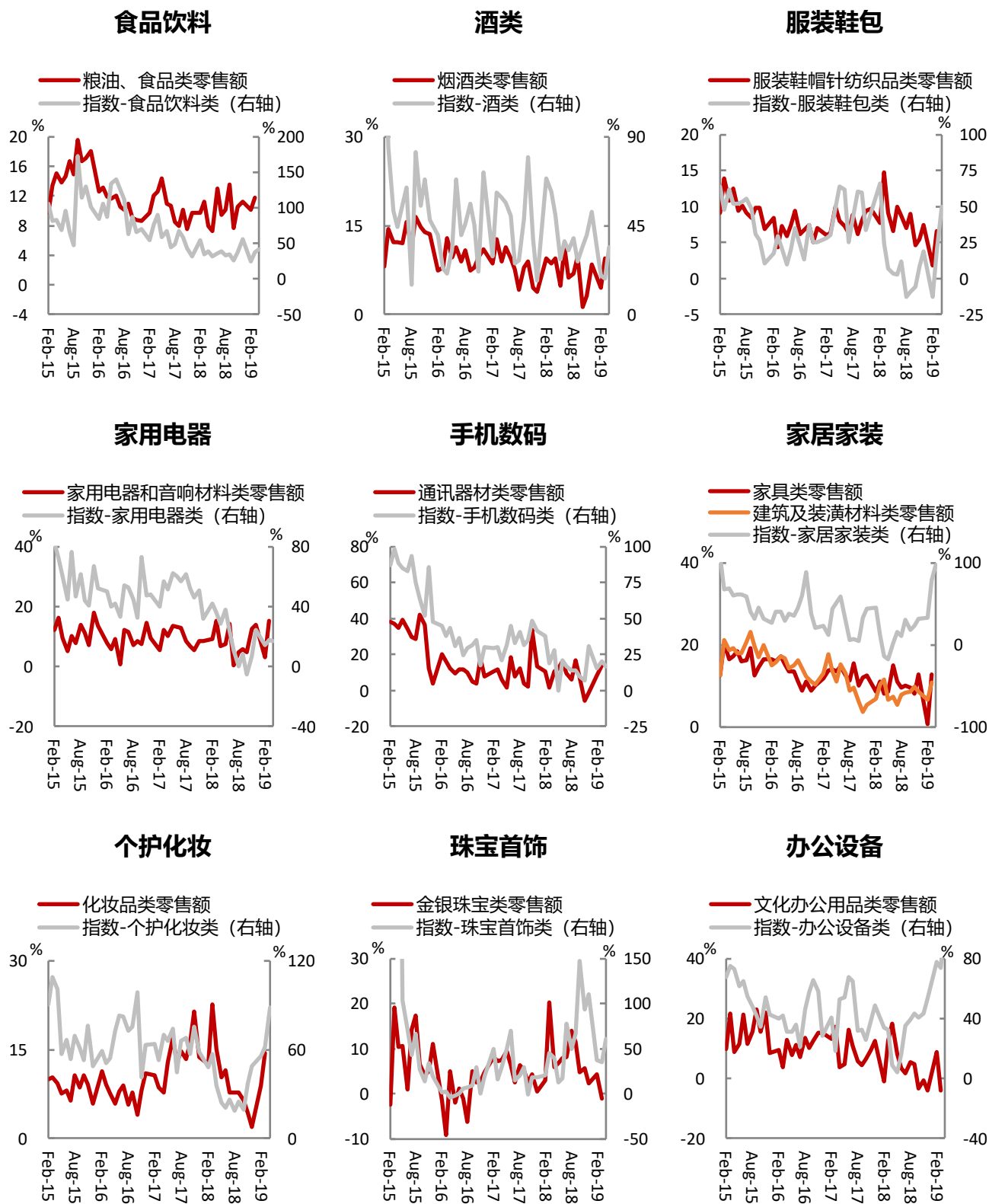
京东天灏线上数据的12个门类中,有9个门类与社会消费品零售数据的品类具有较强可比性。

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 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。

2019 年 3 月，网上实物商品零售额累计同比 21%，达 1.8 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 18.2%。2019 年 4 月，2 类消费品类的京东天灏消费指数同比增速小幅下降，具体包括家用电器和手机数码，分别降低 0.5 和 3.2 个百分点；其余的办公设备、个护化妆、珠宝首饰、食品饮料、酒类、家居家装和服装鞋包 7 个消费品类同比增速均出现不同程度的上升。我们预计社会消费品零售额同比增速将继续回升。

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：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。