

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019年6月热点报告

## 线上消费持续回暖，促销活动效果显著

### 核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019年6月，受促销力度加大和促销活动下沉影响，各品类销售额均高于去年同期，同比增速稳中有升；地产相关消费保持高速增长，后装涨幅较为显著。

### 报告摘要

#### 地产相关消费高速增长，后装消费涨幅尤为显著

6月，地产相关消费同比增速较为平稳，前装消费与商品房销售面积变动趋势较为一致，其中厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别升至51%、47%和23%；后装同比增速较高，灯具、家纺和家具同比增速分别升至81%、81%和74%。

#### 家用电器销售形势好转，电视市场颓势依然持续

6月，家用电器同比增速快速升至28%。白电中，洗衣机、空调和冰箱同比增速分别为33%、28%和22%；黑电中，厨卫大电同比增速为32%，电视依旧在低位徘徊（3%）；小家电中，厨房小电表现亮眼（39%），生活电器和个护健康分别升至35%和29%。

#### 服装鞋包消费大幅提振，运动户外需求不断释放

6月，服装鞋包同比增速为29%。得益于促销活动，男装、女装、童装童鞋、内衣和男女包同比增速分别升至39%、34%、58%、45%和19%，功能箱包（-41%）持续10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56%和61%。

#### 酒类和食品饮料韧性较强，饮料消费增速逐渐放缓

6月，酒类同比增53%，其子类均维持两位数高增长，白酒（76%）和洋酒（61%）表现最为亮眼。同期，食品饮料同比增36%，休闲食品（54%）、调味品（50%）和奶制品（61%）保持较高的景气度，饮料自2019年增速放缓，本月同比增速为13%。

## 报告正文

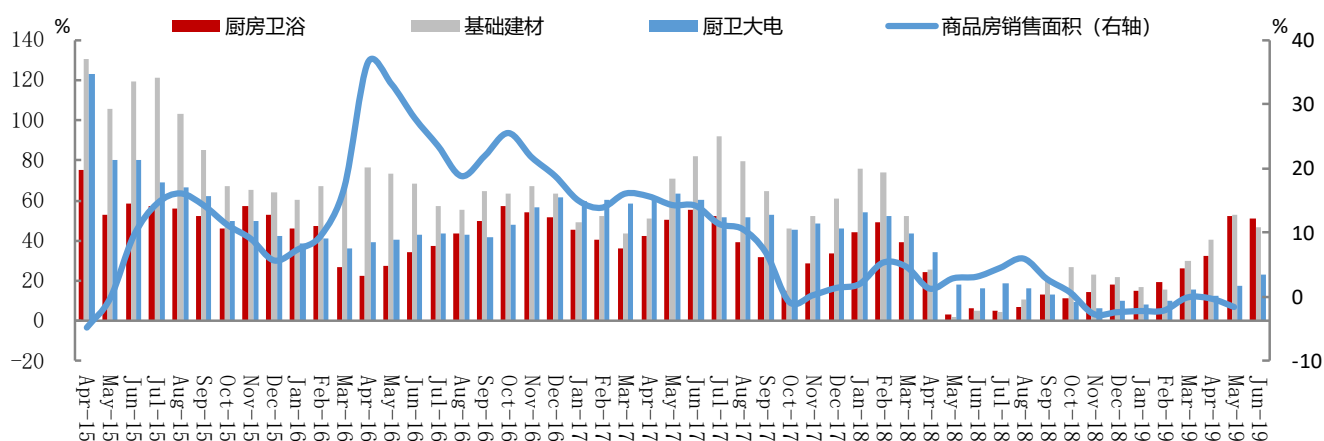
### 一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

#### (一) 地产相关消费高速增长，后装消费涨幅尤为显著

2019年1-5月，全国房地产开发投资46075亿元，同比增长11.2%，增速比1-4月份提高0.7个百分点，其中，住宅投资33780亿元，增长16.3%，增速回落0.5个百分点。同期，商品房销售面积55518万平方米，同比下降1.6%，降幅比1-4月份扩大1.3个百分点，销售额达到51773亿元，增长6.1%，增速比1-4月份提高2.0个百分点。1-5月份，房屋施工面积达745286万平方米，同比增长8.8%，增速持平。

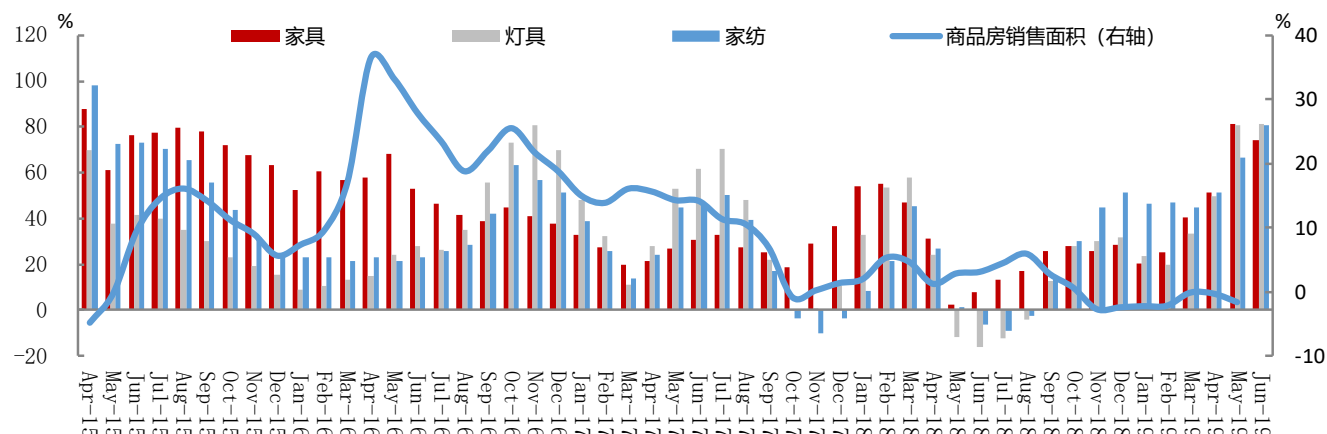
房地产市场整体向好，本月房地产相关消费稳中有升，维持较高水平。前装相关消费与商品房销售面积拟合度较好，整体趋势较为一致，其中厨房卫浴（51%）和基础建材（47%）移动平均的同比增速基本与上月持平，厨卫大电则升至23%。后装与商品房销售面积的相关性弱于前装，其中，家纺同比增速涨幅最为明显，6月升至81%，灯具（81%）同比增速与上月持平，家具同比增速小幅下降至74%。

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)**



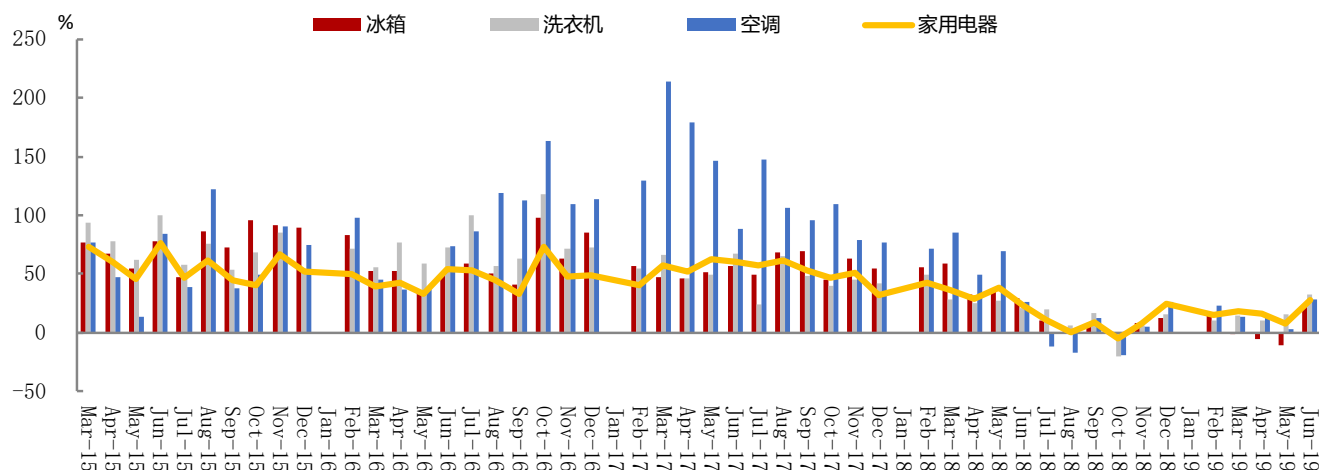
数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

## (二) 家用电器销售形势好转，电视市场颓势依然持续

2019年6月，得益于618电商大力度促销，家用电器销售额大幅提高，同比增速升至28%。

其中，洗衣机、空调和冰箱同比增速分别升至33%、28%和22%，环比分别高达103%、92%和146%。

**图表 3：白电 GMV 同比增速**

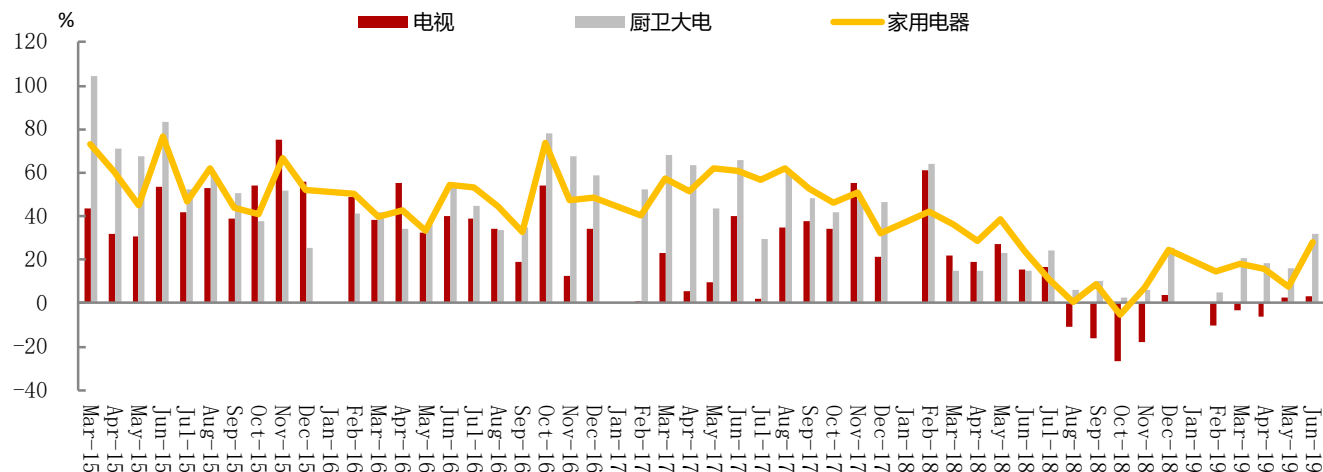


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

厨卫大电与商品房销量变动相关性较高，近三个月同比增速保持稳定且位于相对高水平，2019年6月升至32%。自2018年8月起，电视市场一直处于疲软状态，即使6月促销活动带动电视销售同比增速重回正增长，升至为3%，但整体景气度不容乐观。环比方面，厨卫大电和电视

增速分为 85%和 117%。

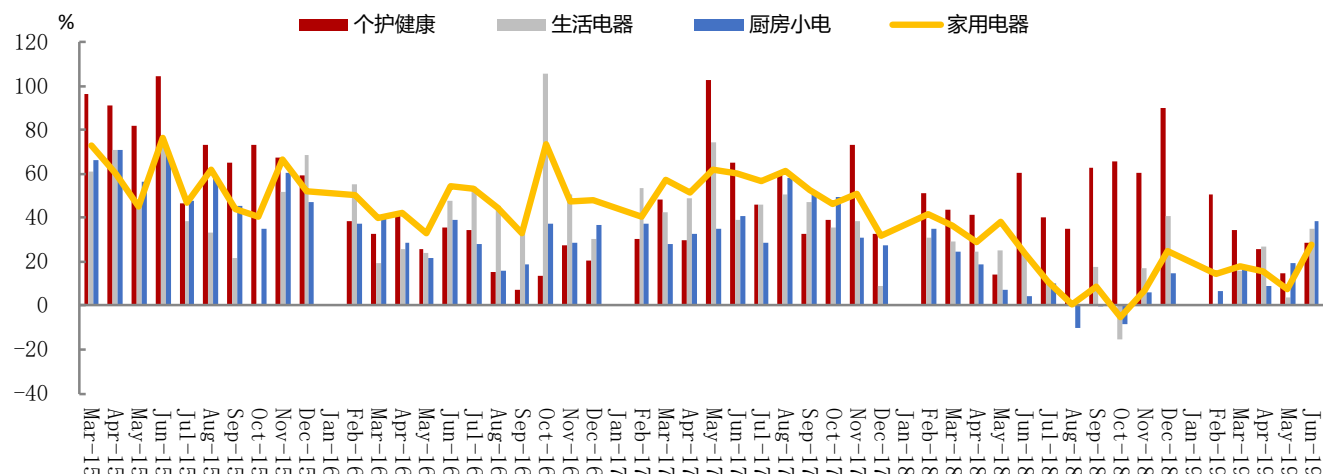
**图表 4：电视和厨卫大电 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

6 月，小家电同比增速均大幅上涨。其中，家用电器中厨房小电表现最为亮眼，同比增速升至 39%；生活电器同比增速涨幅最为显著，升至 35%；个护健康销售额同比增速自 2019 年开始放缓，6 月受益于促销活动，升至 29%。环比方面，厨房小电、生活电器和个护健康增速分别为 56%、68%和 114%。

**图表 5：小家电 GMV 同比增速**



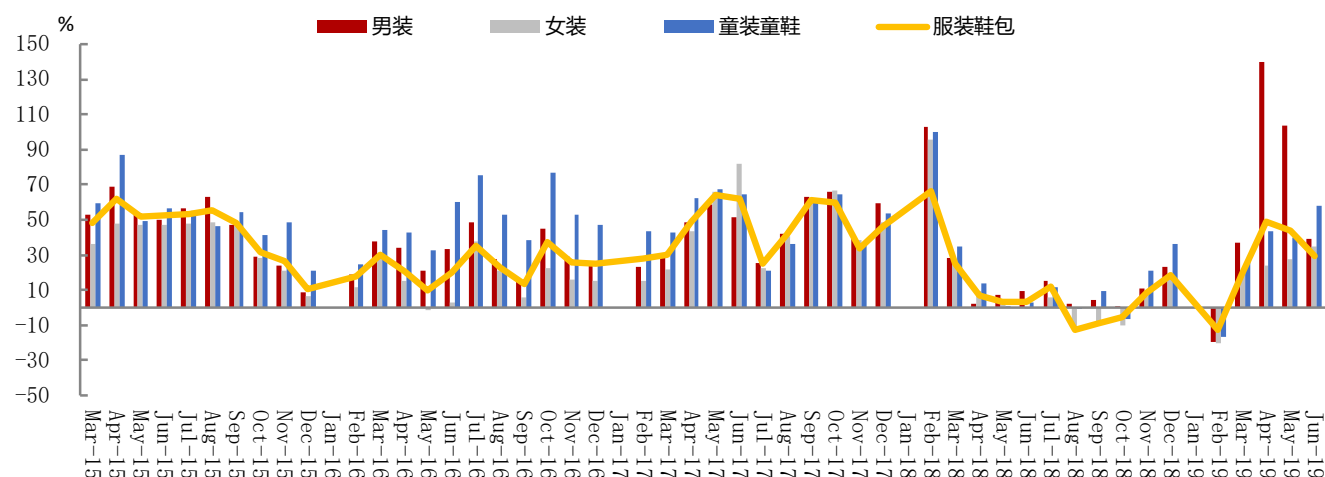
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

### (三) 服装鞋包消费大幅提振，运动户外需求持续释放

6 月，服装鞋包消费持续提振，销售额同比增速保持高位，为 29%。传统服装销售近几月有所

回暖，6月，童装童鞋、男装和女装的同比增速分别为58%、39%和34%。服装类促销活动开启于5月，促销时间有所延长，因此受高基数影响，童装童鞋、男装和女装的环比增速较低，分别为-15%、-30%和14%。

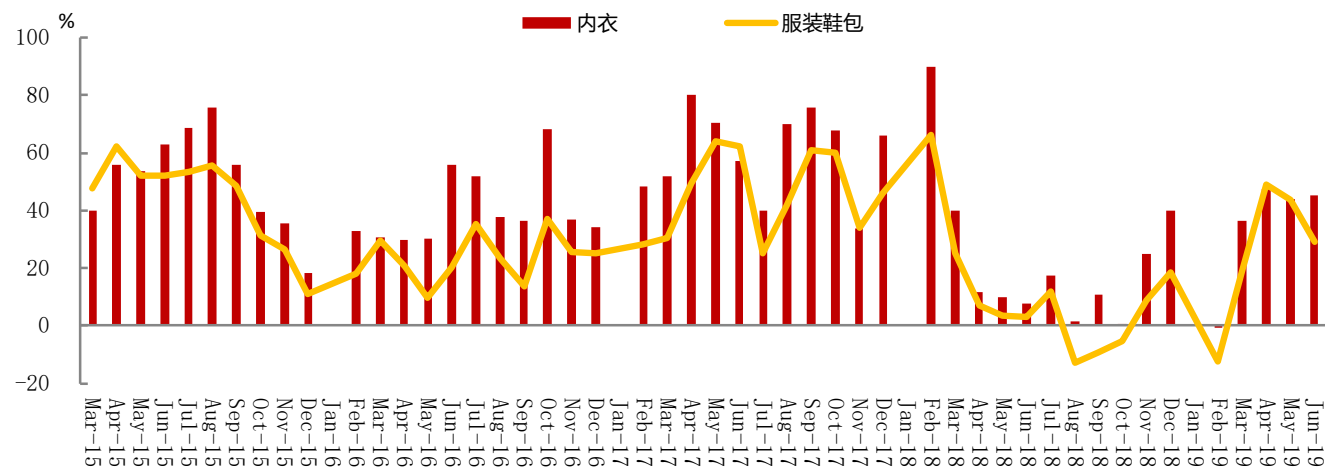
**图表 6：传统服装 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

服装鞋包中，内衣销售维持景气，6月销售额较去年同期增长45%，较上月增长14%。

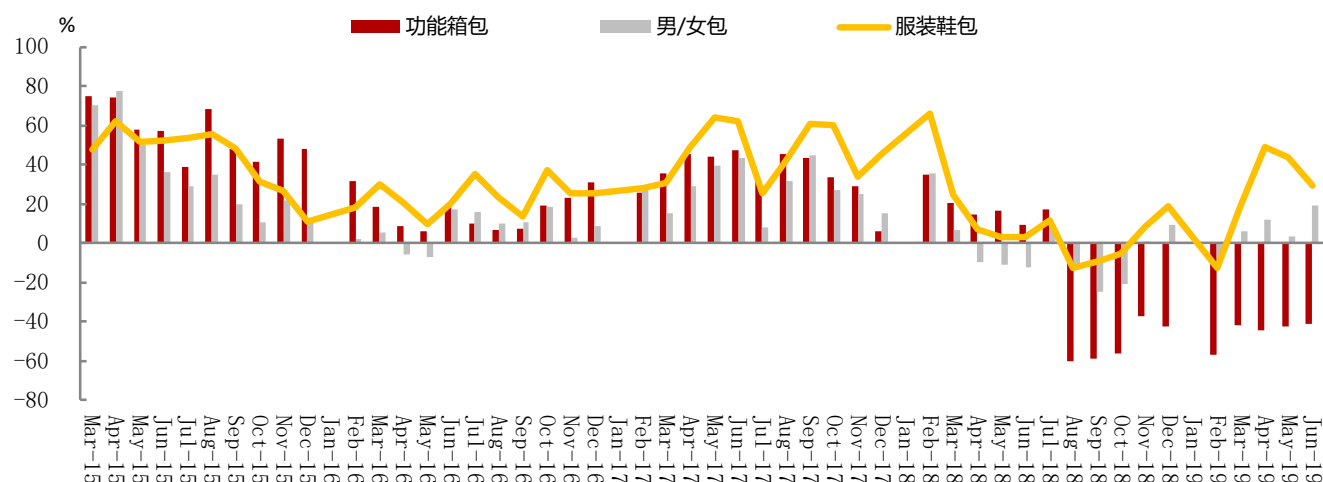
**图表 7：内衣 GMV 同比增速**



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

宏观经济下行压力导致居民减少了非必需品消费，6月，男女包销售额同比增速为19%，功能箱包同比增为-41%，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月上升59%和55%。

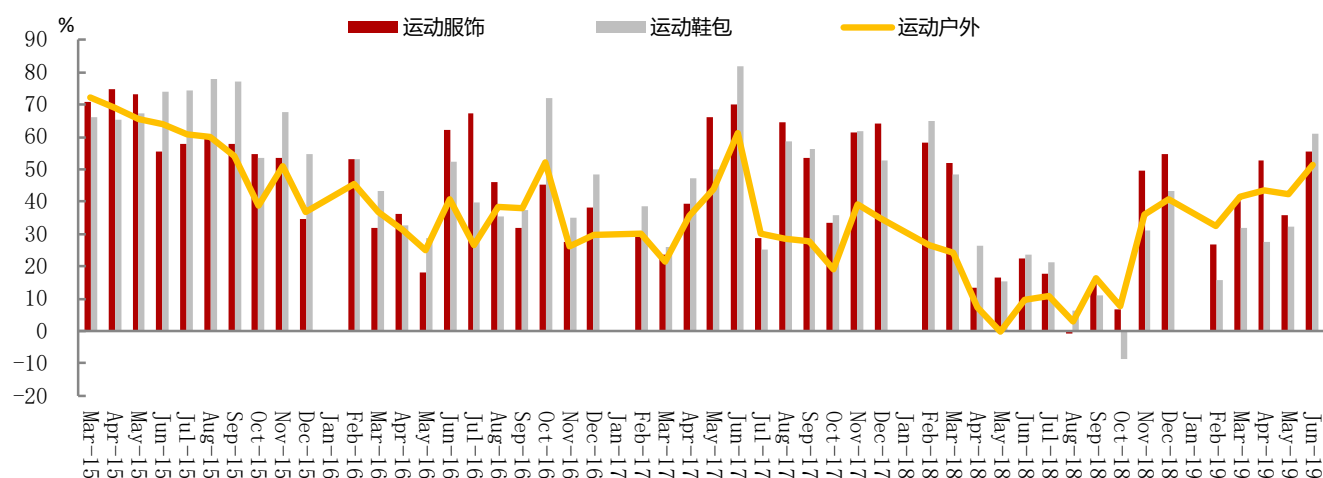
图表 8：功能箱包与男/女包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

6 月，运动户外销售持续向好，同比增速升至 51%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为 56%和 61%，环比增速分别为 52%和 86%。

图表 9：运动服饰与鞋包 GMV 同比增速



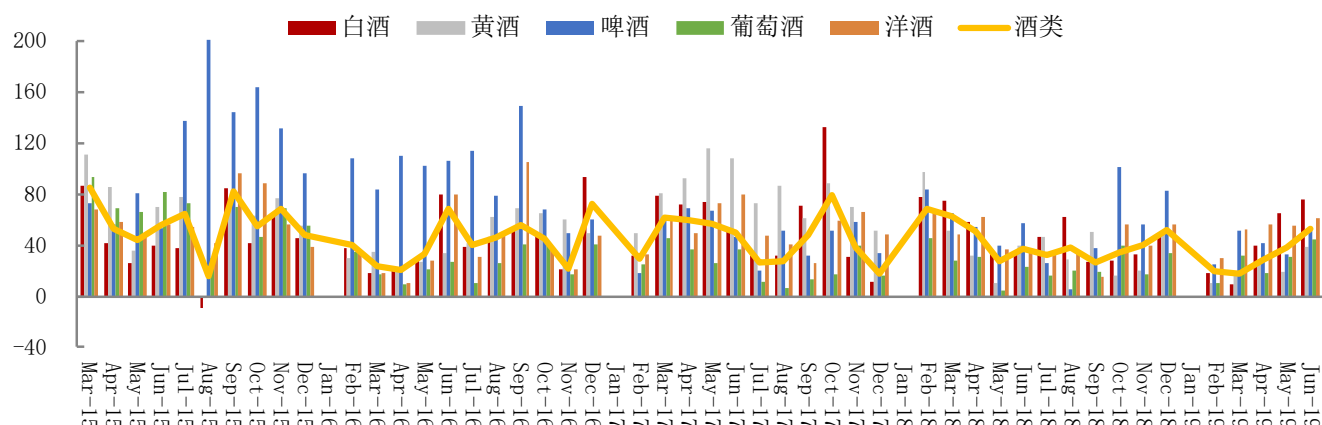
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

#### (四) 酒类和食品饮料韧性强，饮料消费增速逐渐放缓

酒类具有较强的抗周期性，不仅销售额同比增速相对稳定，2019 年 6 月较去年同期增长 53%，且价格持续上涨，6 月酒类价格同比上升 20%。白酒销售额上涨幅度最高，同比增为 76%，洋酒 (61%)、啤酒 (52%)、葡萄酒 (44%) 和黄酒 (39%) 紧随其后。环比方面，啤酒 (113%)、洋酒 (104%) 和白酒 (96%) 销售额涨幅较猛，黄酒 (61%) 和葡萄酒 (59%) 次之。



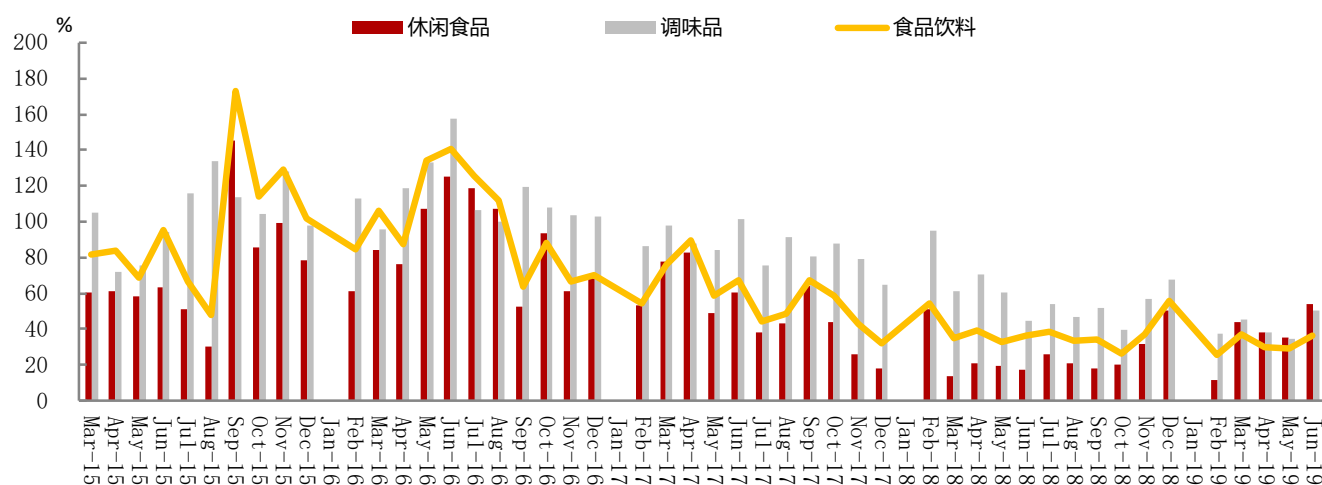
## 图表 10：酒类 GMV 同比增速



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，6月同比增速为36%。其中，休闲食品和调味品同比增速分别为54%和50%，环比增速分别为33%和45%。

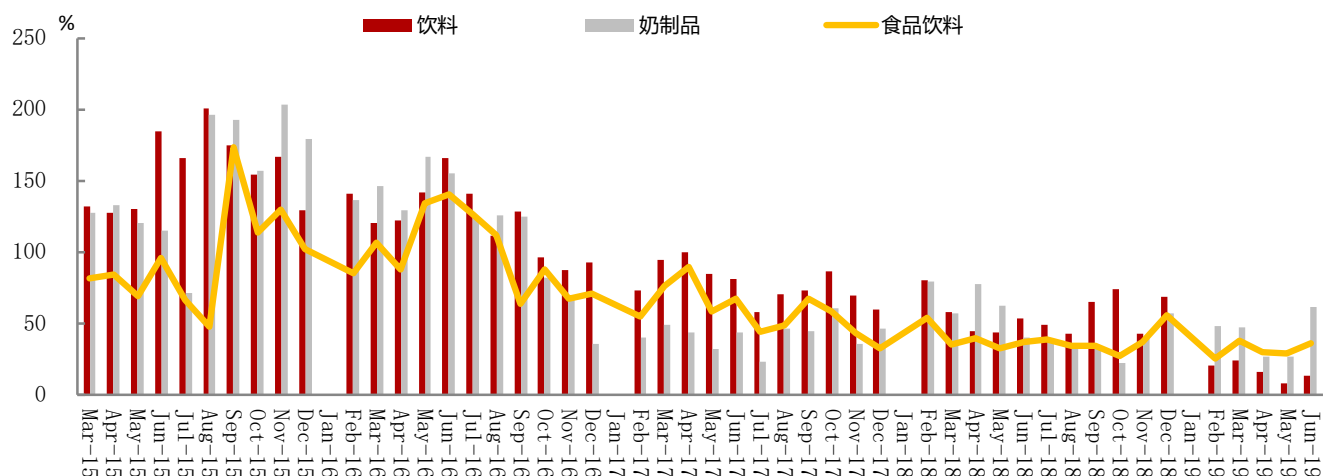
## 图表 11：休闲食品与调味品 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

2019年6月，奶制品同比增速大幅上涨至61%，饮料同比增速趋缓，已连续6个月低于奶制品，本月为13%。环比方面，奶制品和饮料持平，增速均为57%。

**图表 12：饮料与奶制品 GMV 同比增速**

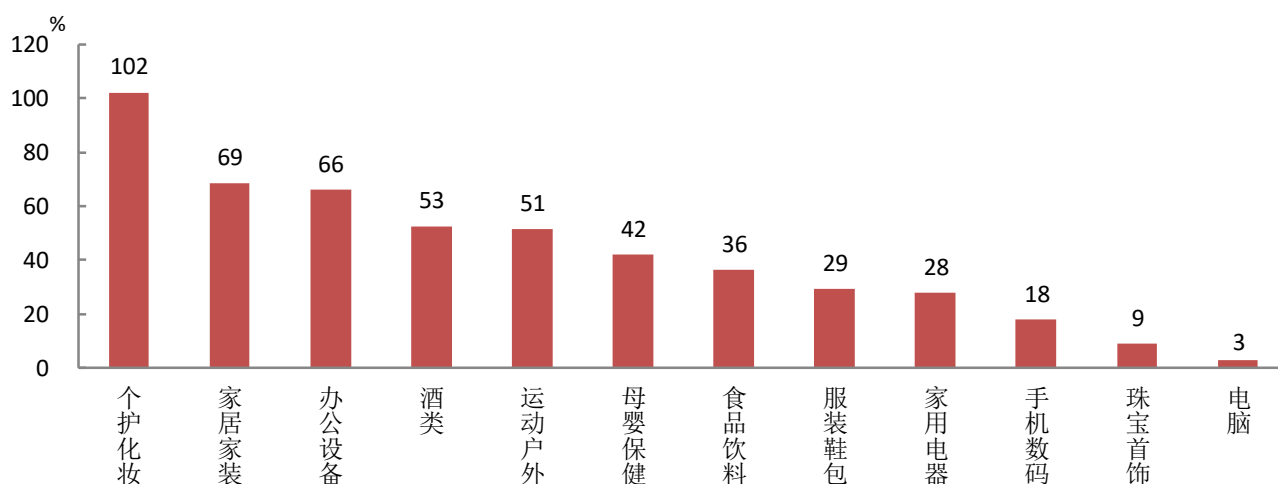


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

## 二、6月社会消费品零售总额增速

2019年6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102%，其中个人护理、身体护理和洗发护发自2019年以来实现高速增长，而香水彩妆今年促销活动销售额不如去年同期，同比下降28%。

**图表 13：2019年6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。

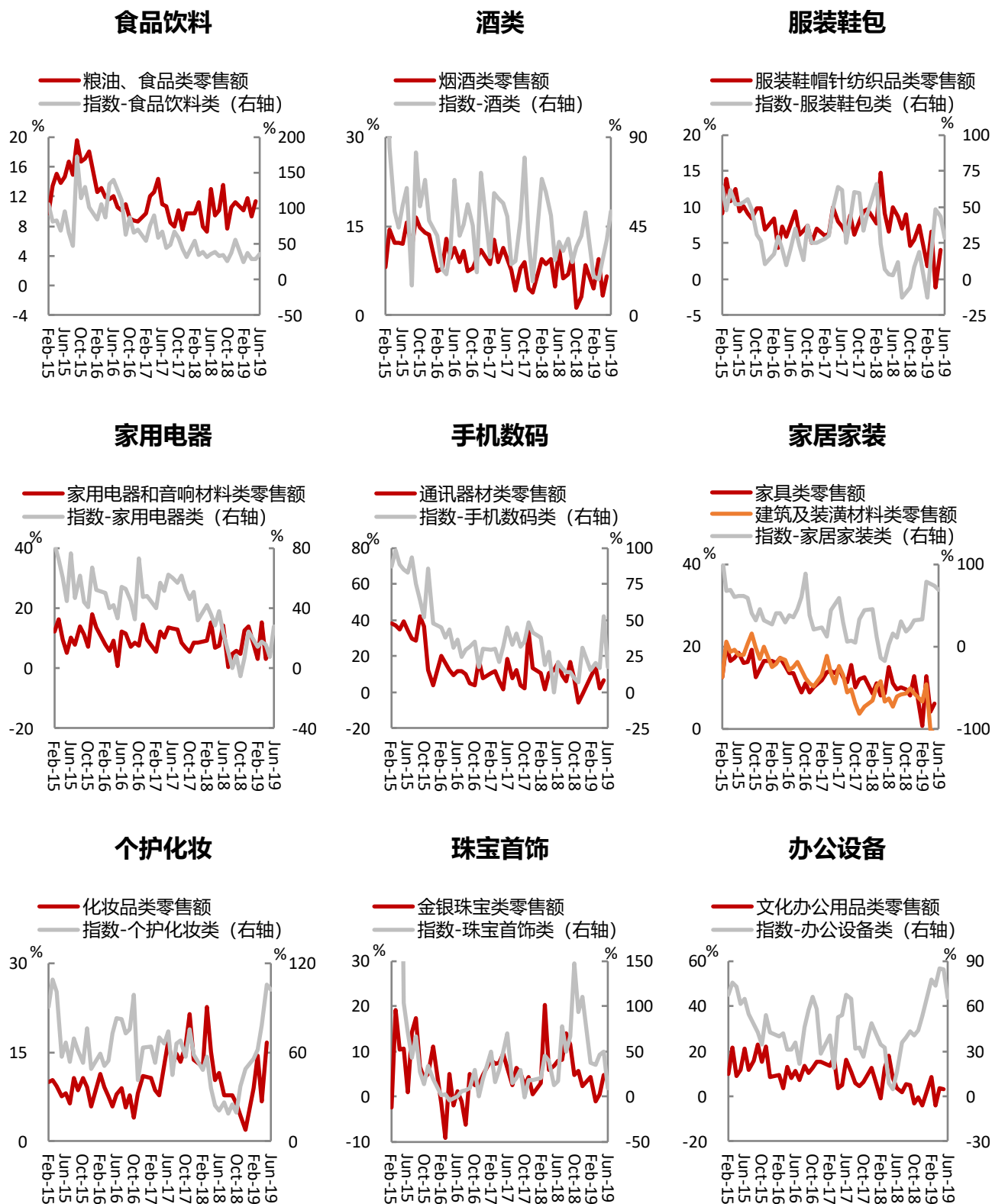
国家统计局每月中旬发布上月社会消费品零售额相关数据，晚于京东天灏线上数据（每月9日



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 5 月，网上实物商品零售额累计同比 22%，达 3.0 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 18.9%。2019 年 6 月，多种消费品类的京东天灏消费指数同比增速有所上升，虽然部分品类增速下降，但均维持在较高水平，个护化妆（102%）、家居家装（69%）和办公设备（66%）尤为显著。我们预计 6 月社会消费品零售额同比增速将稳中有升。

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](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)。