

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2019年10月热点报告

线上消费活力凸显，地产相关持续下行

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，2019年10月，或受益于促销预热活动，消费市场展现较大活力，53%的品类同比增速上升，33%的品类同比增速涨幅超过10个百分点；地产相关消费中，后装收缩较为显著。

报告摘要

地产相关消费持续下行，后装消费降幅更为明显

10月，地产相关消费同比增速持续下降，其中，厨房卫浴和厨卫大电的同比增速分别小幅降至44%和20%，基础建材大幅降至14%；而后装相关消费降幅均超过10个百分点，家纺、家具和灯具同比增速分别降至34%、24%和10%。

家用电器销售开始回暖，小家电呈欣欣向荣之势

10月，家用电器同比增速为40%。白电中，洗衣机、冰箱和空调同比增速分别为65%、41%和25%；黑电中，电视和厨卫大电同比增速分别升至40%和29%；小家电中，生活电器（45%）和厨房小电（40%）同比增速大幅上涨，个护健康同比增速小幅降至10%。

服装鞋包消费平稳增长，运动户外需求略有回升

10月，服装鞋包同比增速为21%。男装同比增速略降至5%，女装（36%）、童装童鞋（34%）和内衣（23%）大幅增长，功能箱包（45%）和男女包（37%）消费提振。同期，运动户外（33%）消费略有回升，运动鞋包和运动服饰同比增速分别增至49%和43%。

酒类同比增速略有下滑，食品饮料子类出现分化

10月，酒类同比增7%，其子类增速大都出现下降，其中，啤酒（14%）和葡萄酒（-8%）同比增速降幅较大，洋酒（36%）和白酒（19%）保持高景气。同期，食品饮料同比增34%，休闲食品和调味品同比增分别为34%和57%，奶制品（107%）和饮料（-27%）的分化越发显著。

报告正文

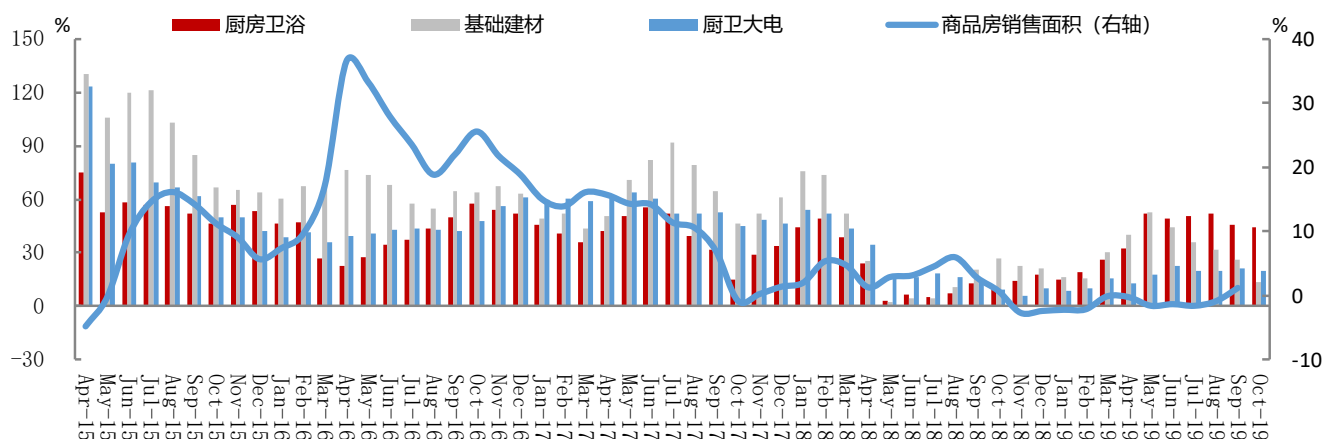
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费持续下降，后装消费降幅更为明显

2019年1-9月，全国房地产开发投资98008亿元，同比增长10.5%，增速与1-8月持平，其中，住宅投资72146亿元，增长14.9%，增速持平。同期，商品房销售面积119179万平方米，同比下降0.1%，降幅比1-8月份收窄0.5个百分点，销售额达到111491亿元，增长7.1%，增速比1-8月份加快0.4个百分点。1-9月份，房屋施工面积达834201万平方米，同比增长8.7%，增速回落0.1个百分点。

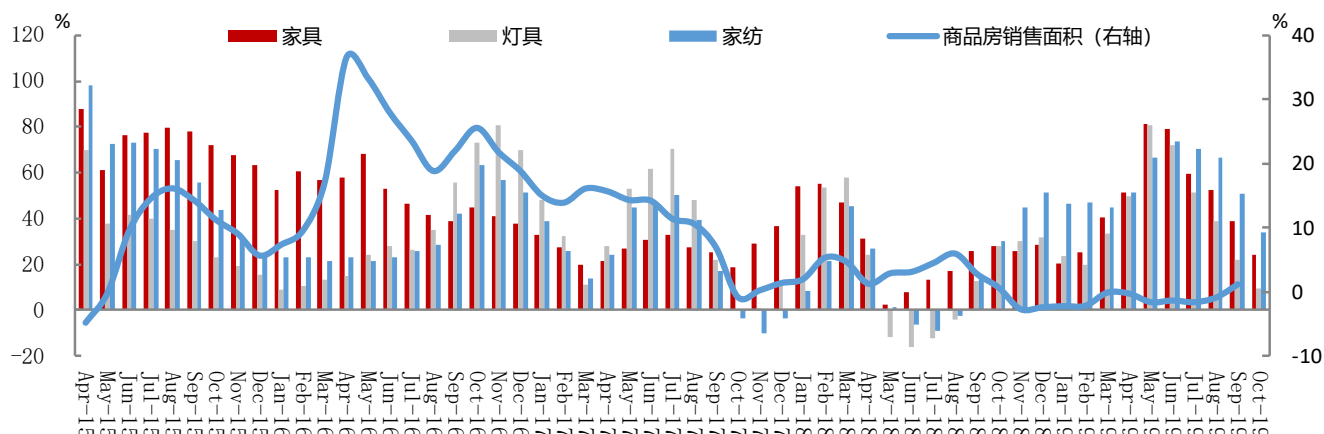
在商品房销售面积持续数月的负增速影响下，地产相关消费同比增速全面回落。前装中，基础建材降幅超过10个百分点，10月同比增降至14%，厨房卫浴和厨卫大电同比增速虽然分别下降至44%和20%，但依然保持在较高水平；后装降幅均超过10个百分点，家纺、家具和灯具的同比增速分别为34%、24%和10%。

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)



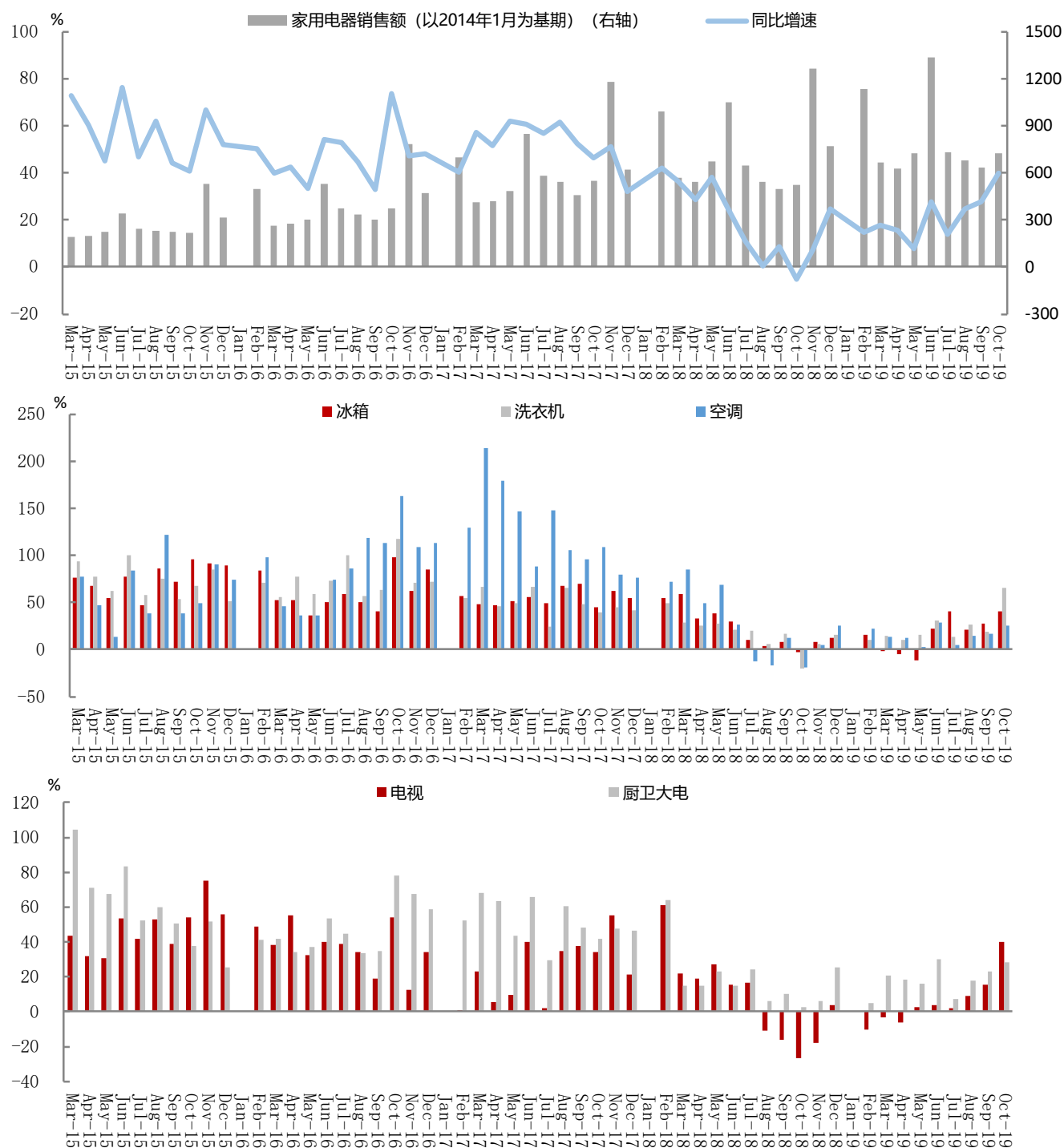
数据来源：国家统计局，京东天灏线上数据，财新智库

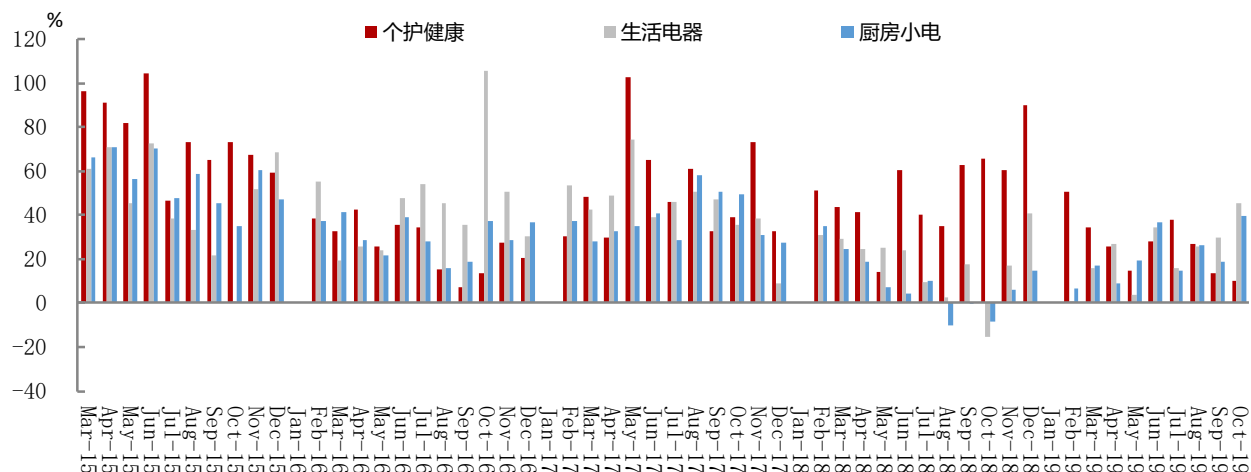
(二) 家用电器销售开始回暖，小家电呈欣欣向荣之势

2019年10月，家用电器同比增速大幅升至40%。或受今年促销活动提前至10月中旬影响，白电和黑电的销售额均出现较大增长。白电中，洗衣机同比增速高达到65%，较9月增加了46个百分点，冰箱和空调同比增速分别升至41%和25%。环比方面，洗衣机、空调和冰箱分别增长34%、11%和-0.9%。黑电方面，电视同比增速大幅上涨至40%，较9月增长25个百分点，达到近一年内最高水平；厨卫大电同比增速小幅上涨至29%。环比方面，厨卫大电和电视分别增长23%和6.4%

10月，小家电市场也呈现欣欣向荣的趋势，生活电器和厨房小电分别大幅增长至45%和40%，仅个护健康受去年高基数影响，同比增速略微下滑至10%。环比方面，生活电器、厨房小电和个护健康分别变动21%、18%和-0.7%。

图表 3：家用电器 GMV 同比增速





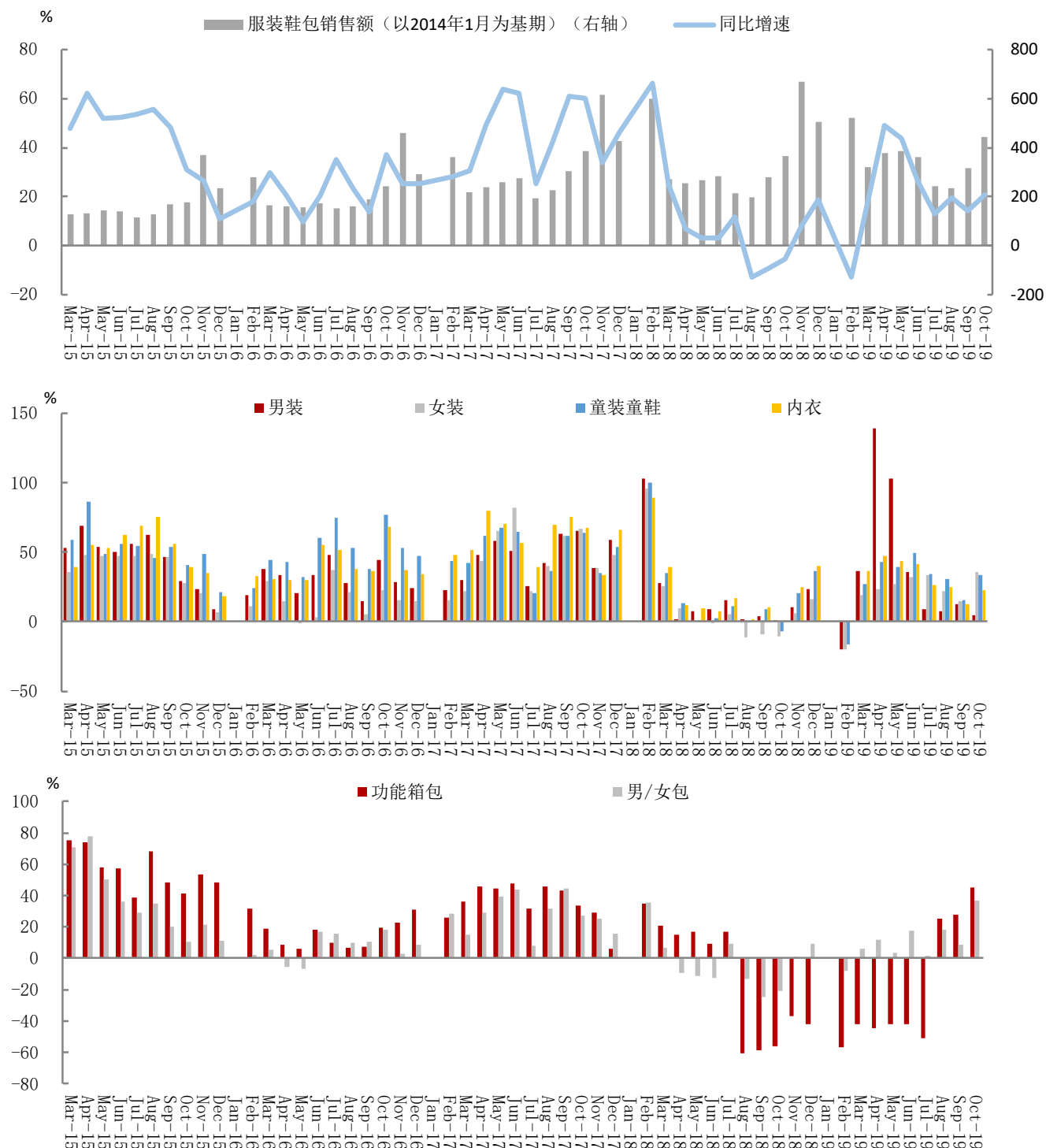
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装鞋包增速平稳增长，运动户外需求略有回升

10月，服装鞋包消费同比增速升至21%。传统服装中，仅男装小幅下降至5%，女装、童装童鞋和内衣受促销活动提前影响，同比增速分别升至36%、34%和23%。环比方面，或受服装换季影响，男装(41%)、女装(43%)、童装童鞋(30%)和内衣(57%)销售额较9月大幅增加。

10月，在2018年低基数情况下，功能箱包消费边际改善，同比增速上升至45%。同期，促销活动带动男女包销售额大幅增长29个百分点，同比增速升至37%。环比方面，功能箱包和男女包销售额分别较9月下降4.5%、上升2.1%。

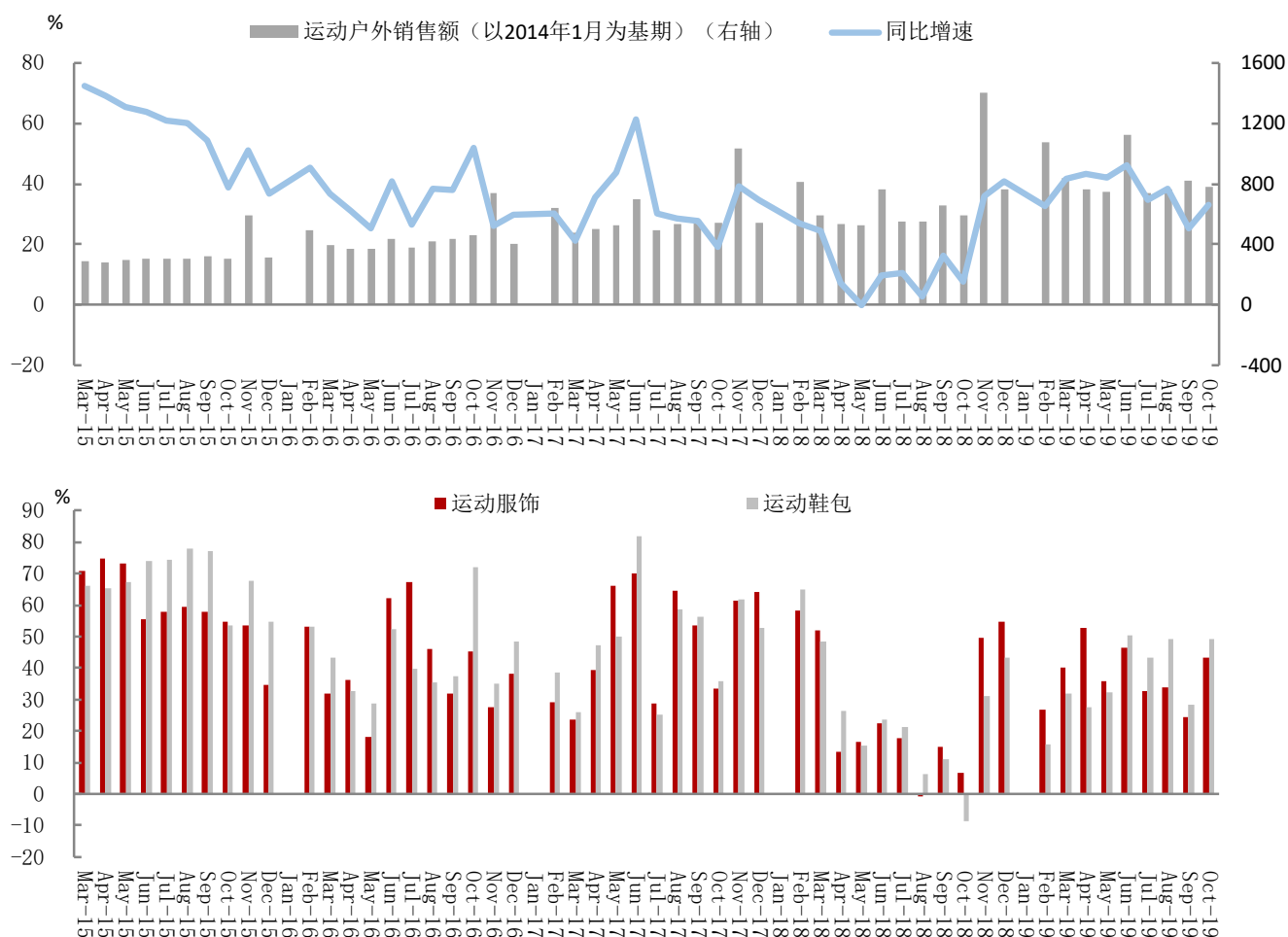
图表 4：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

10月，运动户外销售额同比增速升至33%。其中，运动服饰和运动鞋包同比增速分别升至43%和49%，环比增速分别为6.9%和-6.2%。

图表 5：运动户外 GMV 同比增速

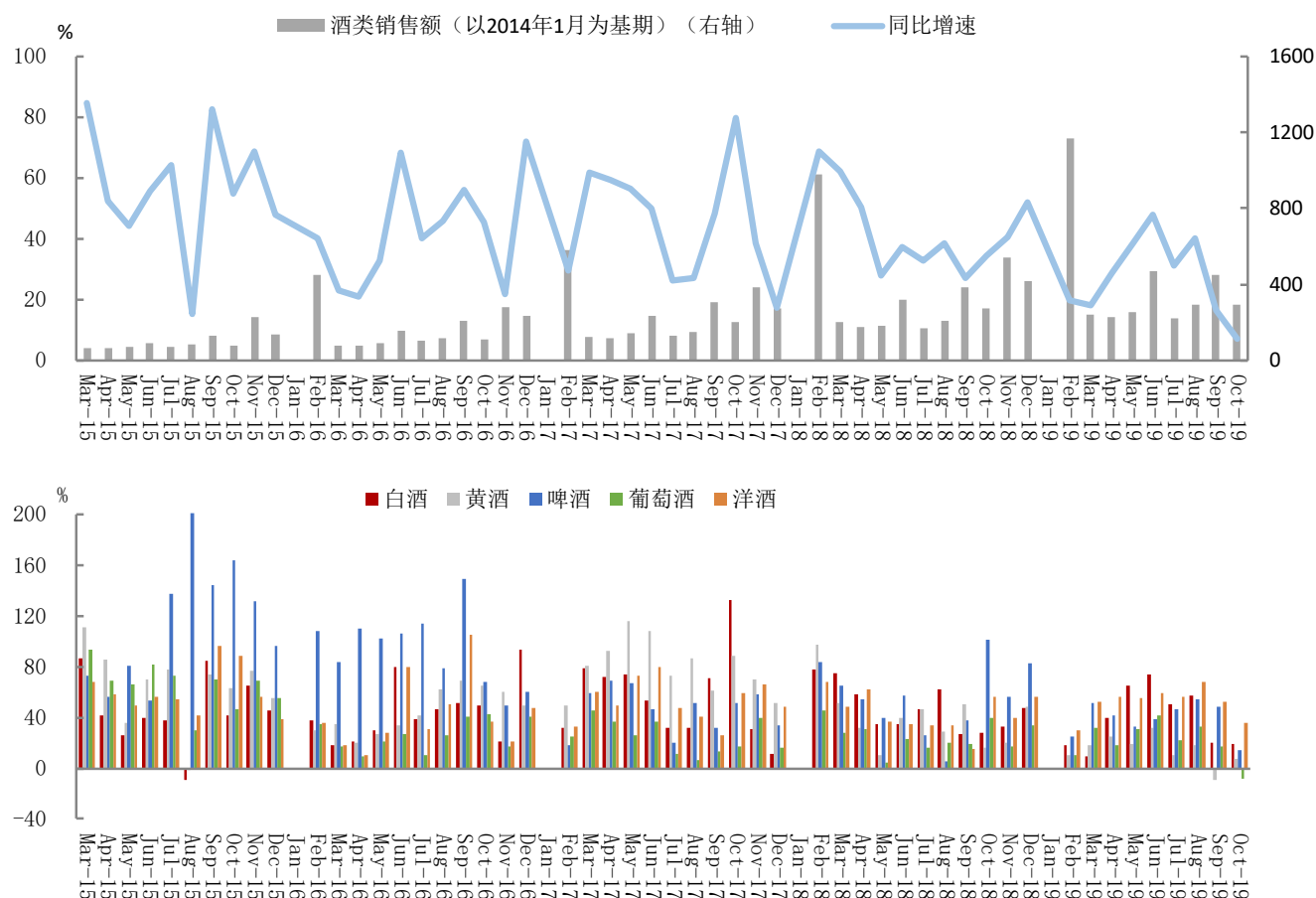


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类同比增速略有下滑，食品饮料子类出现分化

2019年10月，酒类销售额同比增长7%，较9月略有下降。其中，洋酒同比增速虽然大幅下降，但仍保持了36%的高增速，位列第一；白酒（19%）和啤酒（14%）紧随其后，保持着较高的景气度；黄酒同比增速升至7%，而葡萄酒同比增速大幅降至-8%，达到历史新低。与9月相比，全部酒类销售额下行。

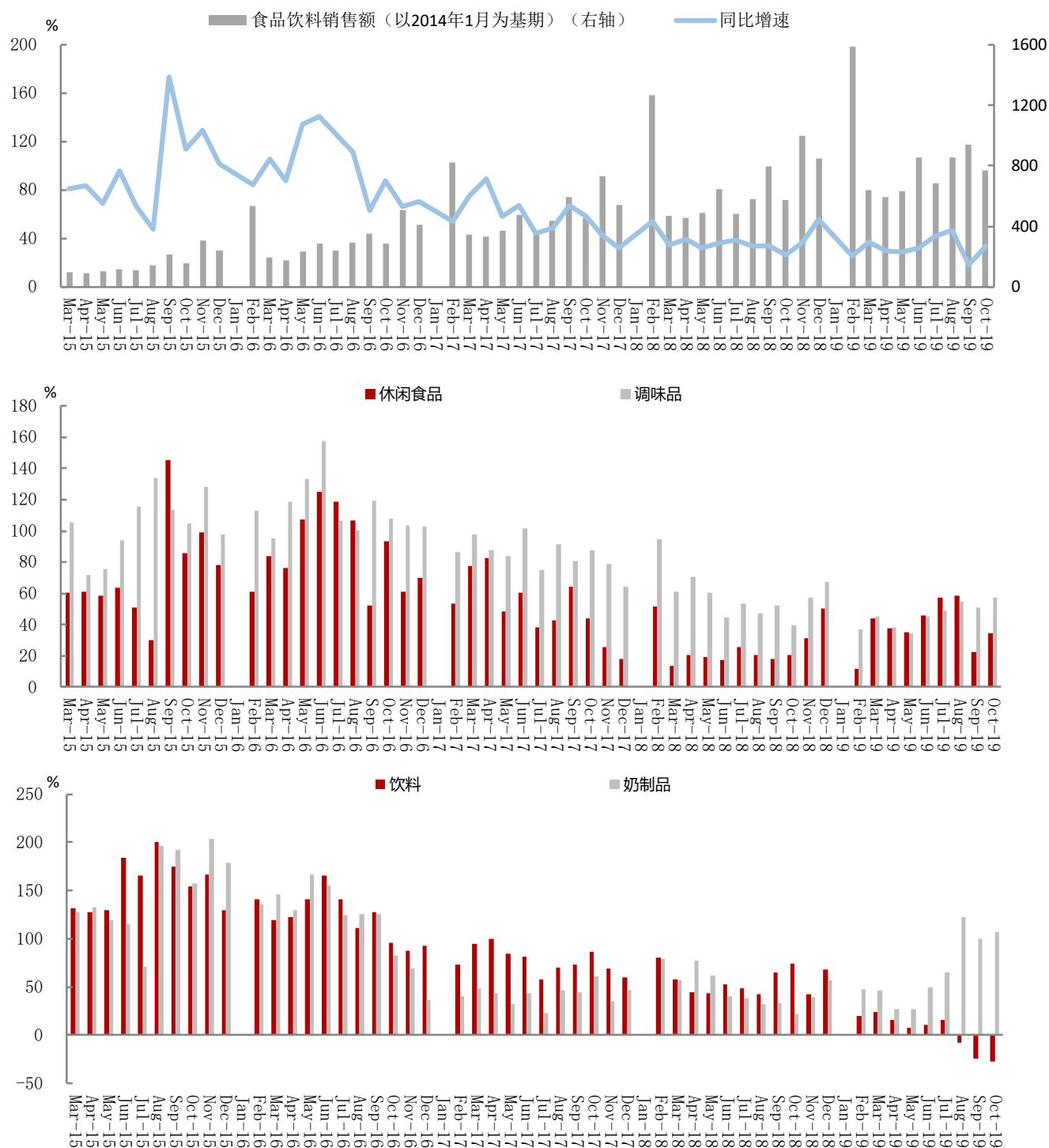
图表 6：酒类 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

10月，食品饮料同比增速回升，为34%。其中，调味品和休闲食品销售额稳健增长，同比增速分别为57%和34%。同期，奶制品同比增速小幅升至107%，饮料同比增速持续下行，本月为-27%，奶制品与饮料的分化逐渐加剧。环比方面，仅调味品销售额较9月增长1.9%，休闲食品、奶制品、饮料分别下降17%、14%和7.5%。

图表 7：食品饮料 GMV 同比增速



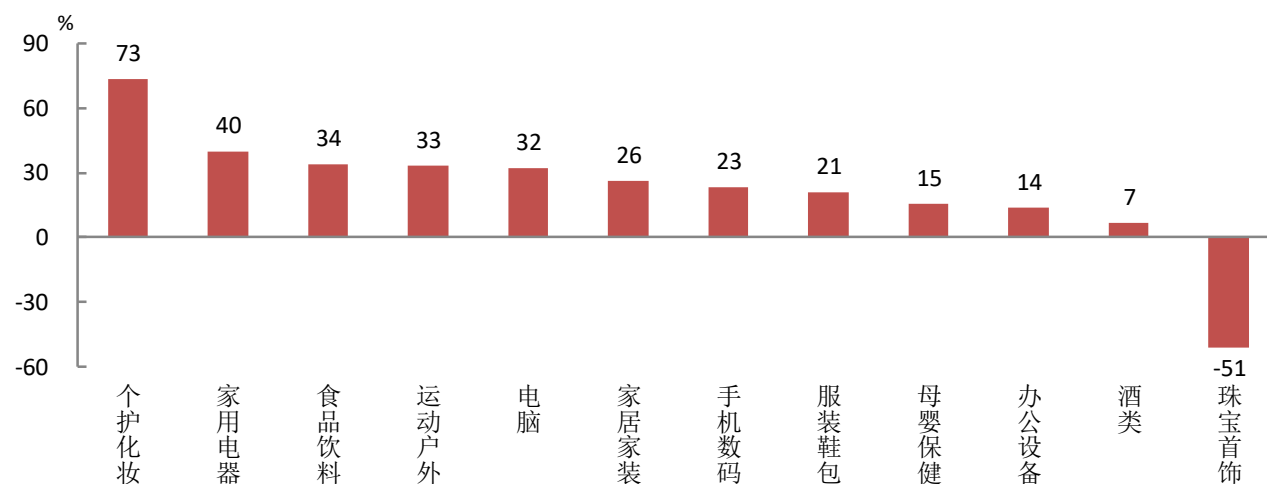
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、10月社会消费品零售总额增速

2019年10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6个月位列第

一，同比增长 73%，其中身体护理（68%）和洗发护发（58%）自 2019 年以来实现高速增长。与其相对，珠宝首饰连续 4 个月负增长，居行业末位，主要受翡翠玉石（-94%）和黄金（-53%）增速骤降影响。

图表 8：2019 年 10 月 12 个一级门类 GMV 同比增长

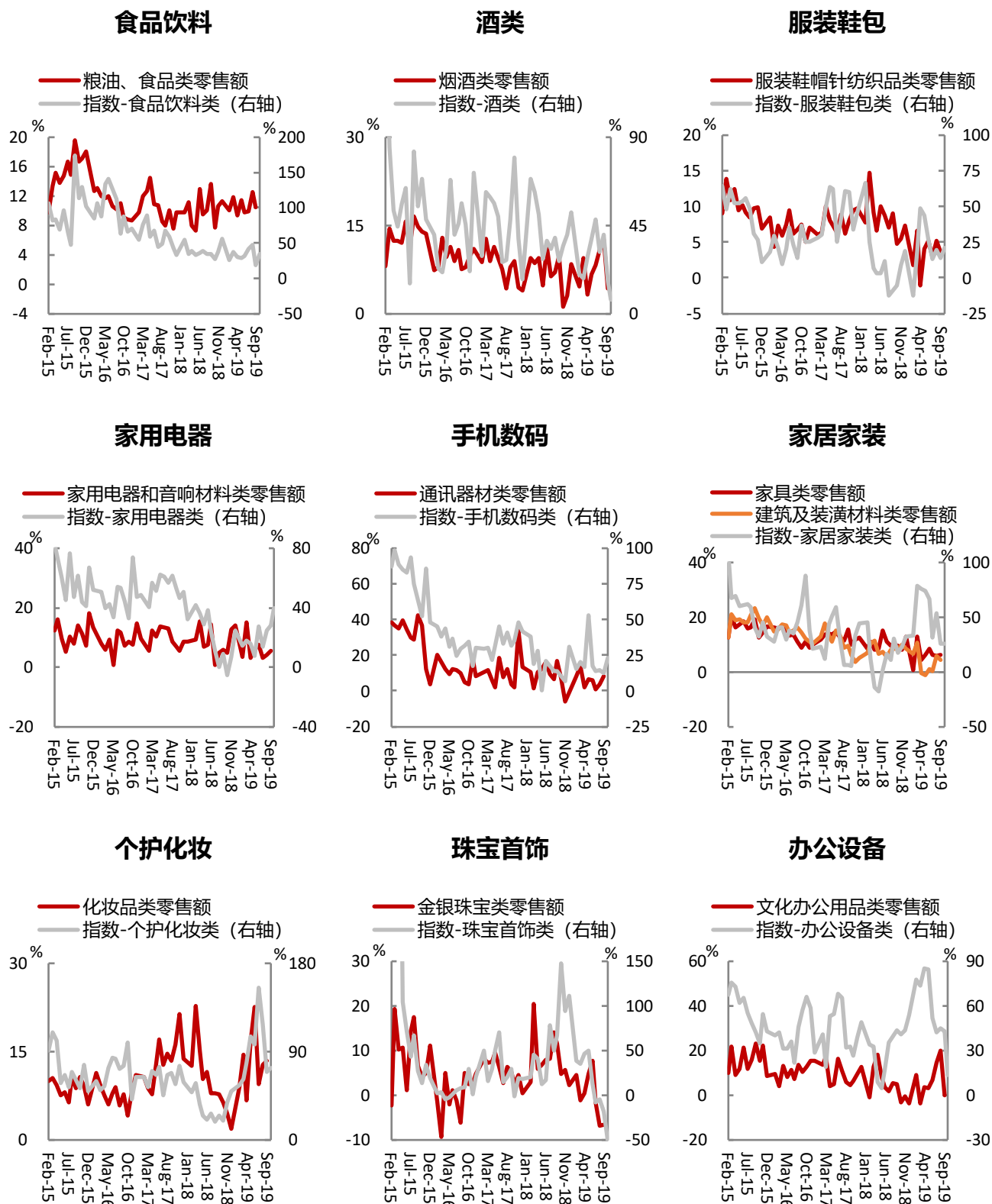


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 9 月，网上实物商品零售额累计同比 21%，达 5.8 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 19.5%。2019 年 10 月，6 个消费品类的京东天灏消费指数同比增速出现上升，包括食品饮料、家用电器、手机数码、服装鞋包、个护化妆和家居家装，其中 3 个品类涨幅超过 10 个百分点，因此，我们预计 10 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。