

财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2020年6月热点报告

促销活动效果显著，可选消费逐渐复苏

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，6月，国内疫情好转叠加促销活动，线上消费持续向好，84%的品类同比增长超过10%，服装鞋包、珠宝首饰等可选消费品同比增速重回正区间，消费有所改善。

报告摘要

地产相关消费大幅回升，厨房卫浴同比大幅上涨

6月，地产相关消费同比增速回升。其中，厨房卫浴同比增速远超其他商品种类，高达160%，基础建材和厨卫大电同比增速分别升至66%和47%；后装相关消费增速不及前装，家纺、家具和灯具同比增速分别为31%、29%和17%，分别上升11.4、7.8和15.9个百分点。

家用电器促销效果显著，厨房小电保持较高景气

6月，受618促销拉动，家用电器同比增速为27%，环比增速高达69%。洗衣机、冰箱和空调同比增速分别为44%、41%、20%；厨卫大电和电视同比增分别为47%和14%；厨房小电同比增速位列家电首位，高达53%，生活电器和个护健康同比增分别为21%和7%。

服装消费显现回暖趋势，箱包类可选消费品低迷

6月，服装鞋包同比增速升至18%。受618促销带动，服装消费略有回暖，内衣、男装、女装、童装童鞋同比增速分别为48%、21%、19%和16%，疫情导致可选消费品需求收缩，功能箱包(-4%)、男女包(-20%)增长乏力。同期，运动服饰和运动鞋包同比增速分别为50%和52%。

酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

6月，酒类同比增56%，白酒(70%)、洋酒(52%)、啤酒(51%)、葡萄酒(20%)、黄酒(11%)均保持两位数高速增长。同期，食品饮料同比增63%，调味品(86%)、奶制品(76%)、饮料(64%)和休闲食品(38%)消费保持坚挺。

报告正文

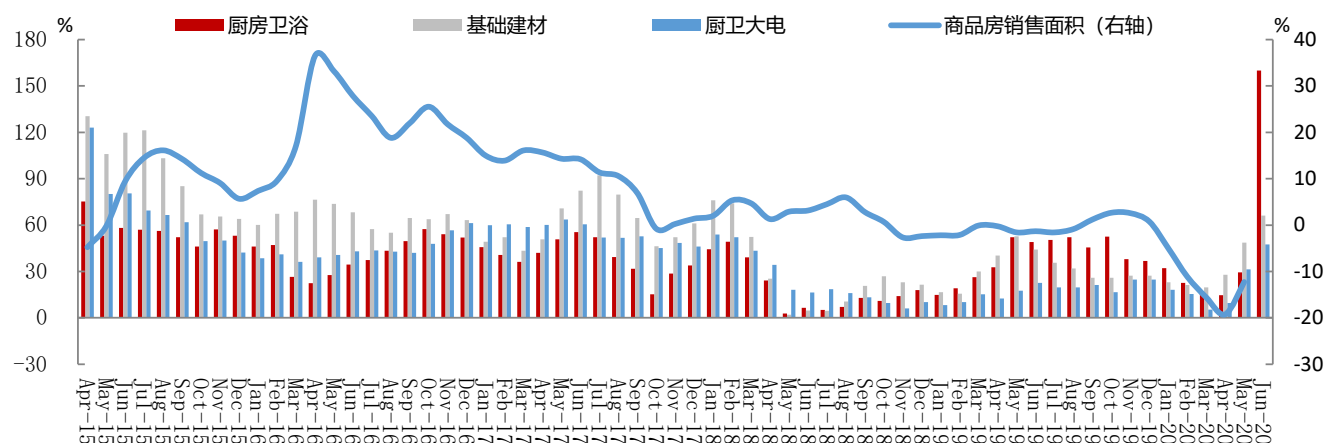
一、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

(一) 地产相关消费大幅回升，厨房卫浴同比大幅上涨

2020年1-5月份，全国房地产开发投资45920亿元，同比下降0.3%，降幅比1-4月份收窄3.0个百分点。其中，住宅投资33765亿元，下降2.8%，同比持平。同期，商品房销售面积48703万平方米，同比下降12.3%，降幅比1-4月份收窄7.0个百分点，商品房销售额46269亿元，下降10.6%，降幅比1-4月份收窄8.0个百分点。1-5月，房屋施工面积762628万平方米，同比增长2.3%，增速比1-4月份回落0.2个百分点。

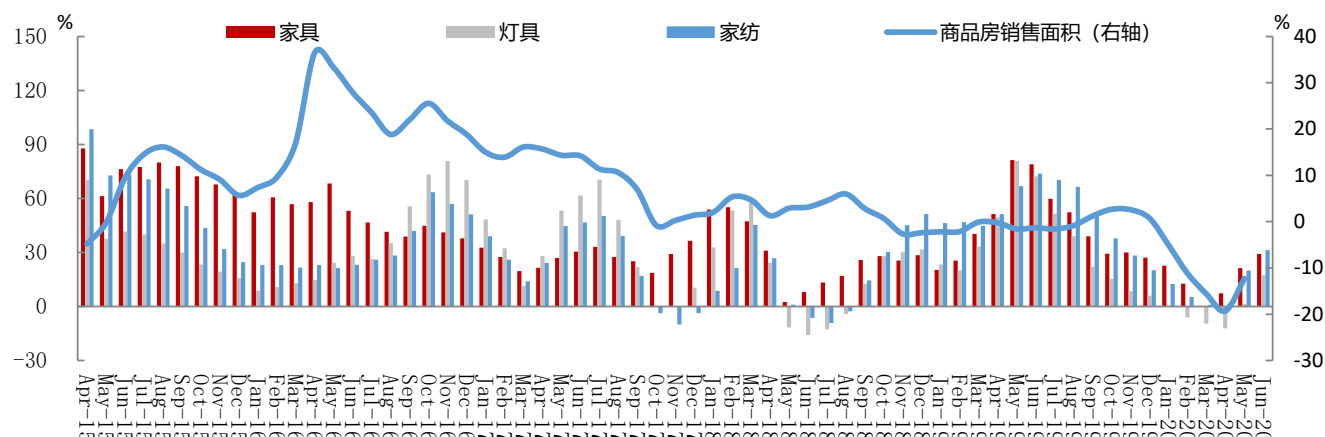
随着国内疫情好转，房地产市场逐渐回暖，地产相关消费增加。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速持续回升，分别升至160%、66%、47%；后装增速均低于前装，家纺、家具和灯具同比增速分别升至31%、29%和17%。

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

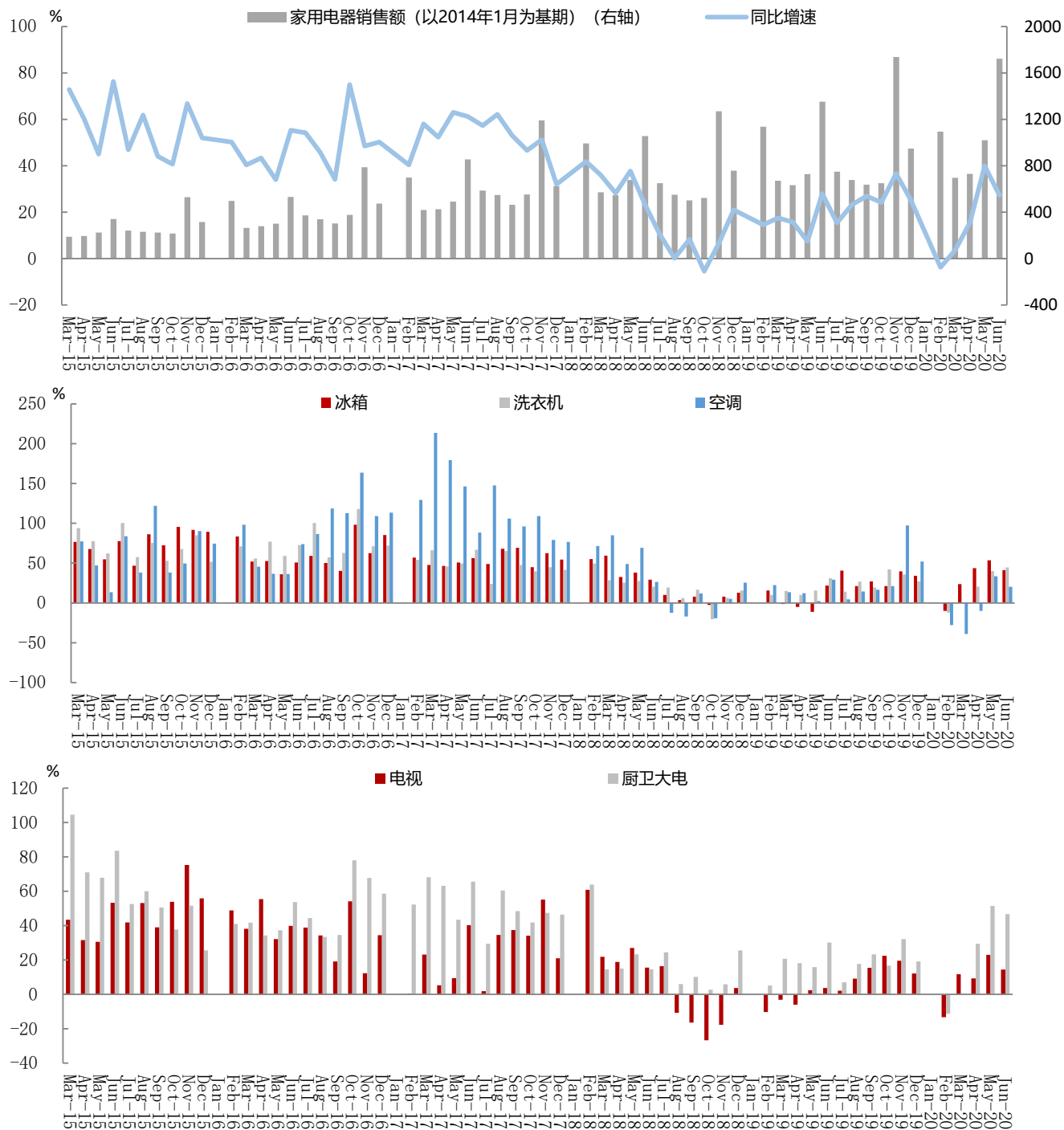
(二) 家用电器促销效果显著，厨房小电保持较高景气

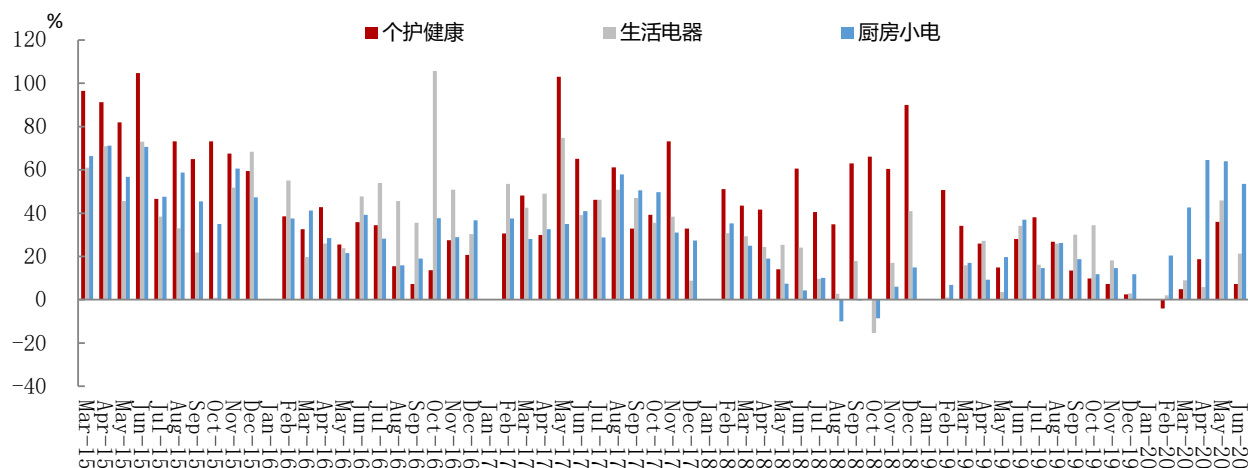
6月，家电市场迎来了疫情后的第一次大规模促销活动，销售额大幅增长，环比增速高达69%，同比增长27%。白电中，洗衣机、冰箱和空调同比增速分别为44%、41%和20%，均保持了两位数高增长，销售额分别较5月增长109%、92%和74%，618促销效果显著。

6月，厨卫大电和电视销售额同比增速略有下滑，分别为47%和14%，但受电商促销活动影响，销售额较5月大幅提升，其中电视环比增长114%，位居家用电器之首。

厨房小电仍保持较高景气，6月销售额同比增速为53%，高于其他类型家用电器。同期，生活电器和个护健康同比增速分别为21%和7%，增速较5月大幅回落。环比方面，个护健康、厨房小电和生活电器销售额分别增长69%、44%和42%。

图表 3：家用电器 GMV 同比增速





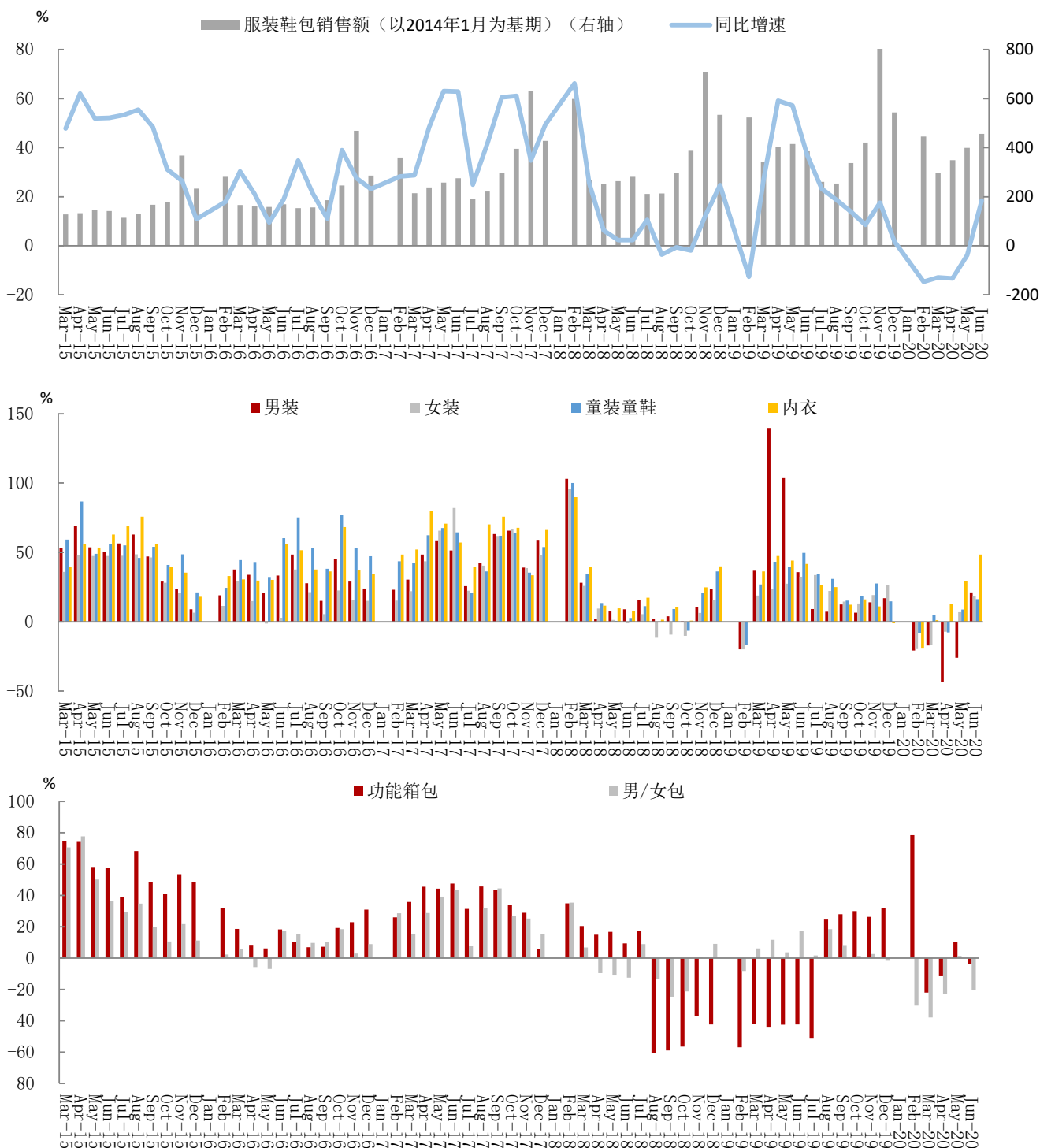
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(三) 服装消费显现回暖趋势，箱包类可选消费品低迷

6月，服装鞋包消费略有回暖，同比增速重回正区间，升至18%。6月，传统服装销售额同比增速均有所上涨，内衣、男装、女装、童装童鞋同比增速分别为48%、21%、19%和16%。环比方面，内衣、女装、男装和童装童鞋分别为32%、23%、10%和-14%。

受新冠疫情影响，居民对箱包类非必需品的消费意愿依旧不足，6月，男女包和功能箱包销售额同比增速分别为-20%和-4%，较5月销售额分别增长23%和30%。

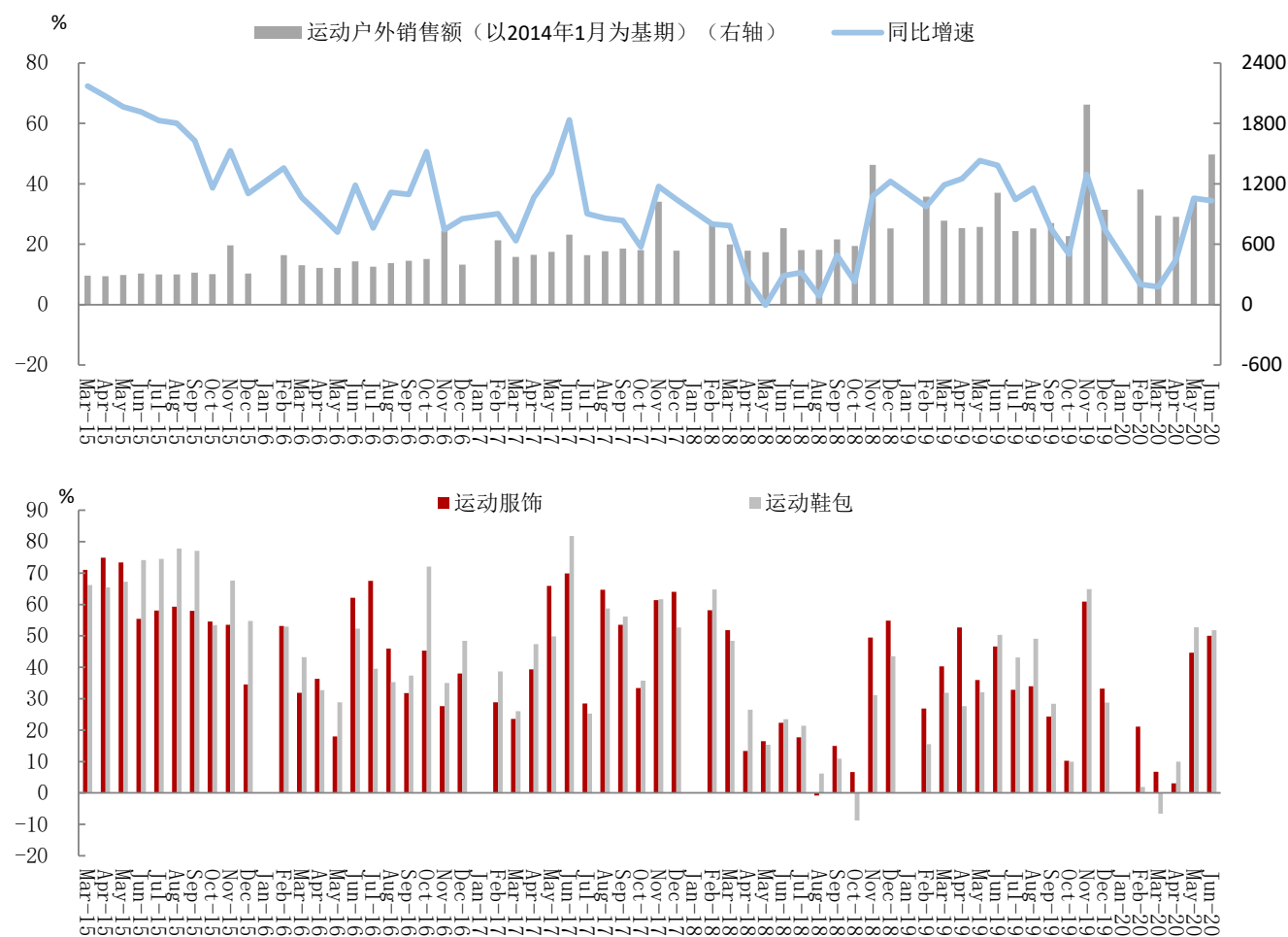
图表 4：服装鞋包 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

6月，随着国内疫情好转，运动户外呈复苏态势，销售额同比增长34%，其中，运动服饰和运动鞋包销售额同比增速分别上涨至50%和52%，分别较5月变化5、-1个百分点。环比方面，运动服饰和运动鞋包销售额分别较5月增长44%和65%。

图表 5：运动户外 GMV 同比增速

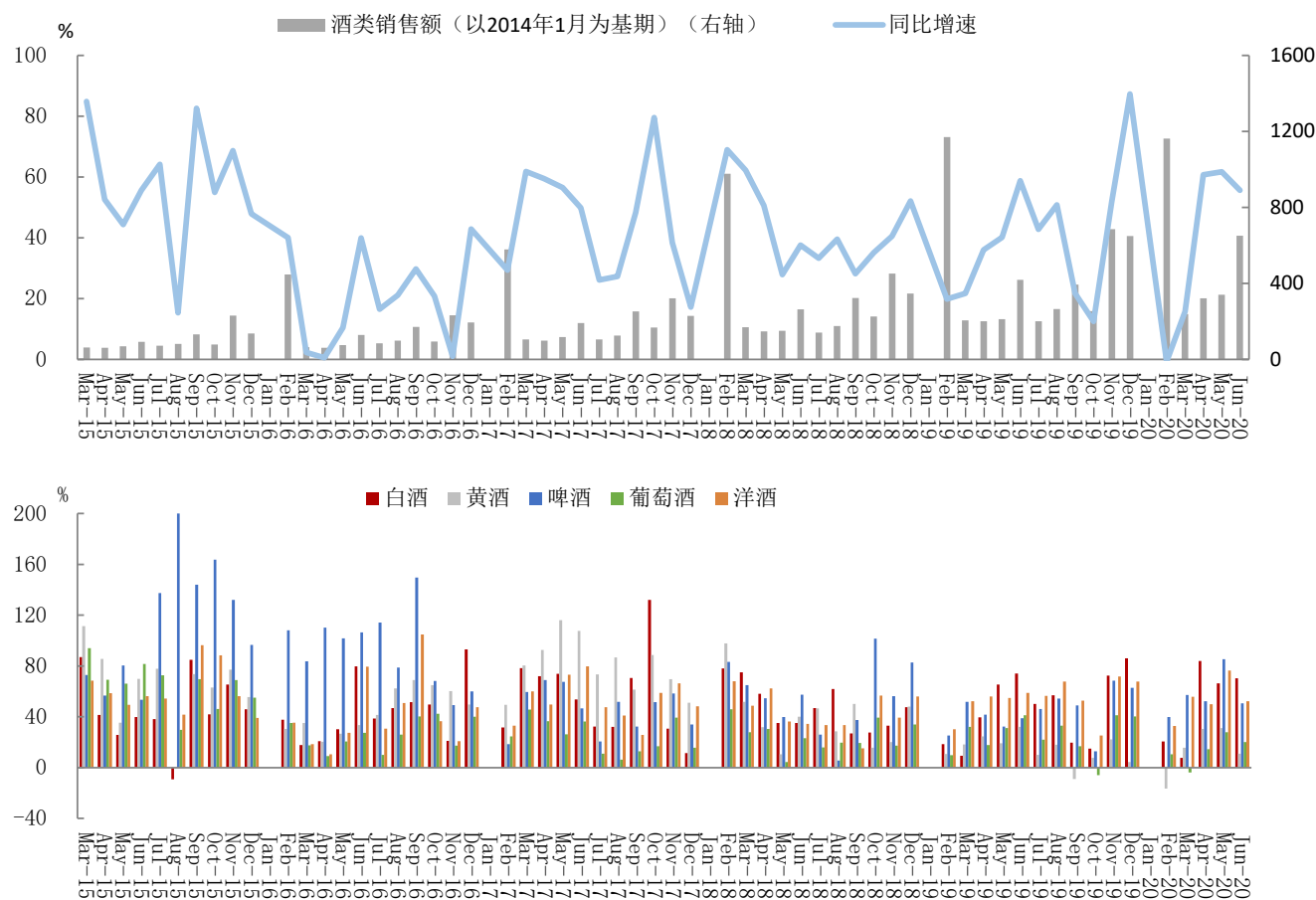


数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

(四) 酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

6月，酒类销售额同比增速保持高位，为56%。其中，白酒销售额同比增速升至70%，洋酒(52%)、啤酒(51%)、葡萄酒(20%)、黄酒(11%)均保持两位数高增长。与5月相比，白酒销售额上涨幅度最大，为110%，洋酒(83%)、啤酒(78%)、葡萄酒(53%)和黄酒(49%)销售额在促销活动的带动下也大幅增长。

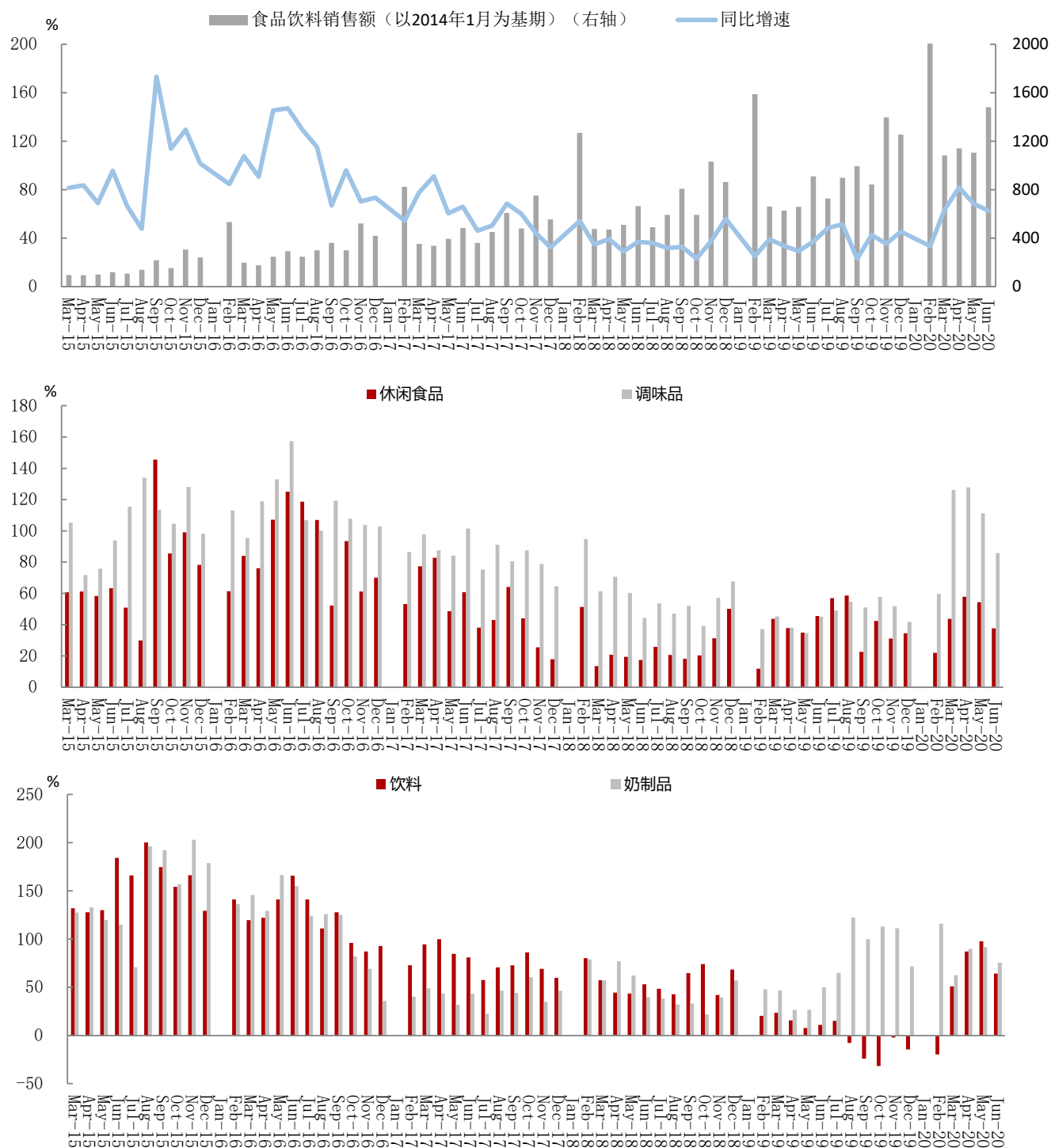
图表 6：酒类 GMV 同比增速



数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

6月，食品饮料同比增速为63%，必需品消费表现坚挺。随着居家烹饪需求增加，调味品销售额同比增速持续超过去年同期，6月为86%，奶制品（76%）、饮料（64%）和休闲食品（38%）均保持较高增速。6月，奶制品、饮料、调味品、休闲食品环比增速分别为40%、39%、27%、15%。

图表 7：食品饮料 GMV 同比增速



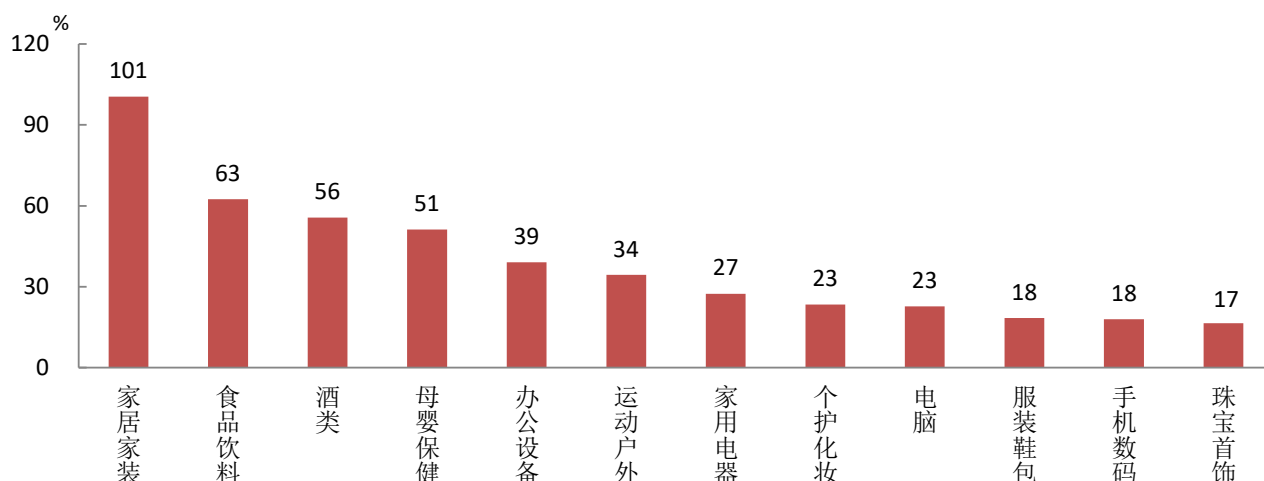
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

二、6月社会消费品零售总额增速

2020年6月，受618促销影响，各门类销售额均较5月大幅增长，其中家居家装受益于厨房

卫浴销售额的大幅提高，同比增速位列第一，较 5 月增速回升 55 个百分点。但大部分门类同比增速较 5 月放缓，这说明疫情好转后，消费状况虽然持续向好，但边际改善的程度有所减弱。其中，必选消费品食品饮料（63%）和酒类（56%）同比增速远超其他门类，可选消费品服装鞋包（19%）、珠宝首饰（17%）同比增速重回正区间。

图表 8：2020 年 6 月 12 个一级门类 GMV 同比增长



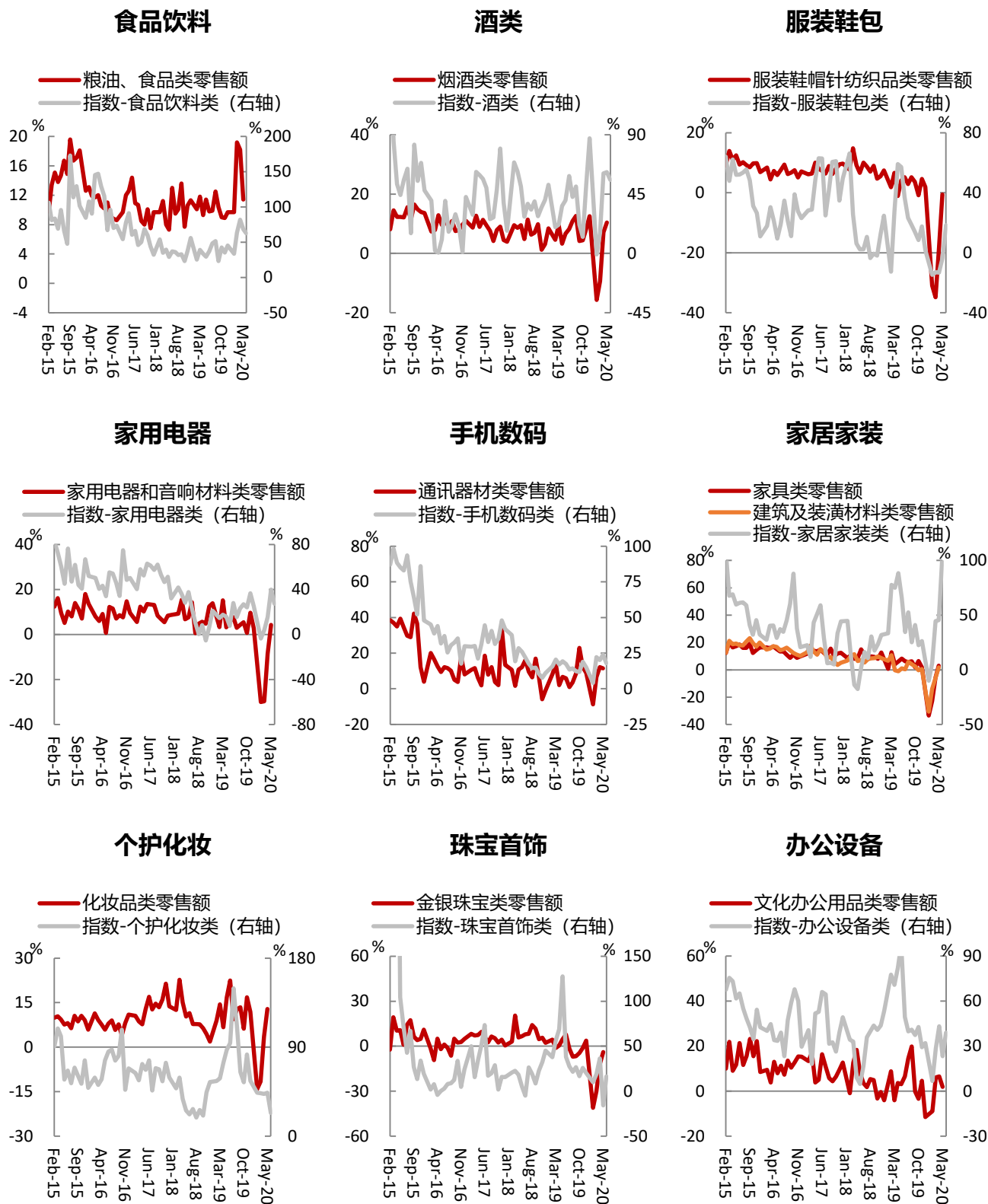
数据来源：京东天灏线上数据，财新智库

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 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。

2020 年 5 月，网上实物商品零售额累计同比 11.5%，达 3.4 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 24.3%。随着疫情好转，叠加 6 月促销活动，服装箱包、珠宝首饰等可选消费品有所回暖。2020 年 6 月，家居家装、服装鞋包、珠宝首饰和办公设备的京东天灏消费指数同比增速上升，其他 5 个消费品类同比增速虽小幅下降，但大多保持较高增速。因此，我们预计 6 月社会消费

品零售额同比增速将持续回升。

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。