财新智库、京东金融和天灏资本联合发布 • 2020 年 8 月热点报告

地产相关消费回暖，可选消费持续低迷

核心提示

京东天灏中国消费线上指数显示，8 月，地产相关消费向好，家居家装和家用电器同比增速涨幅显著。但56%的品类销售额同比增速回落，线上消费压力仍存。

报告摘要

地产相关消费增速亮眼，厨房卫浴同比增速居首

8 月，地产相关消费同比增速保持高位。其中，厨房卫浴同比增速远超其他商品种类，高达 113%，基础建材和厨卫大电同比增速分别为 83%和 52%；后装相关消费增速不及前装，灯具、家纺和家具同比增速分别为 28%、27%和 26%，分别变动 11.7、-1.1 和-4.2 个百分点。

家用电器增速大幅回升，白电同比增速涨幅显著

8 月，家用电器同比增速升至 33%。8 月，空调和冰箱同比增速分别大幅升至 34%和 25%，洗衣机同比增速略降至 21%；厨卫大电和电视同比增分别为 29%和 3%；个护健康、生活电器和厨房小电同比增速分别为 29%、24%和 17%，均保持较高景气。

传统服饰消费持续分化，箱包类可选消费品低迷

8 月，服装鞋包同比增速降至-0.3%。其中，男装（71%）、内衣（31%）同比增速有所回升且维持较高水平，童装童鞋（7%）和女装（2%）同比增速出现下降，功能箱包（11%）、男女包（-14%）可选消费品持续低迷。同期，运动服饰和运动鞋包同比增速分别降至 25%和 8%。

酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

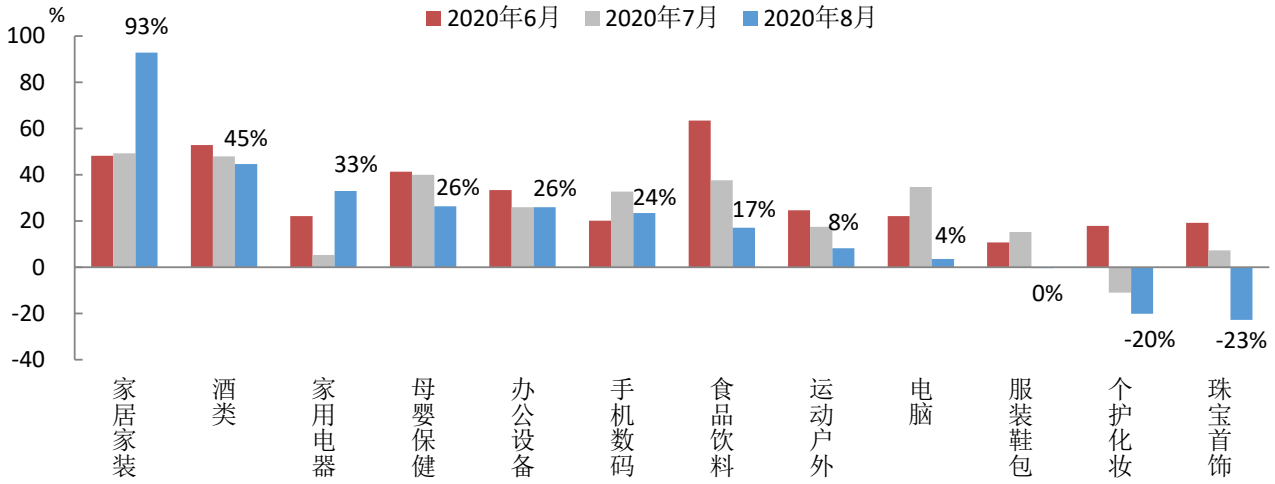
8 月，酒类同比增 45%，白酒（66%）、洋酒（56%）、啤酒（44%）、葡萄酒（11%）、黄酒（11%）均保持两位数高速增长。同期，食品饮料同比增 17%，饮料（55%）、奶制品（49%）、调味品（39%）消费保持坚挺，休闲食品同比下降 5%。

报告正文

一、8 月社会消费品零售总额增速

2020 年 8 月，大部分门类销售额同比增速出现回落，只有家居家装和家用电器同比增速分别逆势上涨至 93%和 33%，分别较 7 月增速回升 43.6 和 27.8 个百分点。其中，必选消费品酒类（45%）和食品饮料（17%）维持较高的同比增速，可选消费品个护化妆（-20%）和珠宝首饰（-23%）位于末位。

图表 1：12 个一级门类 GMV 同比增长



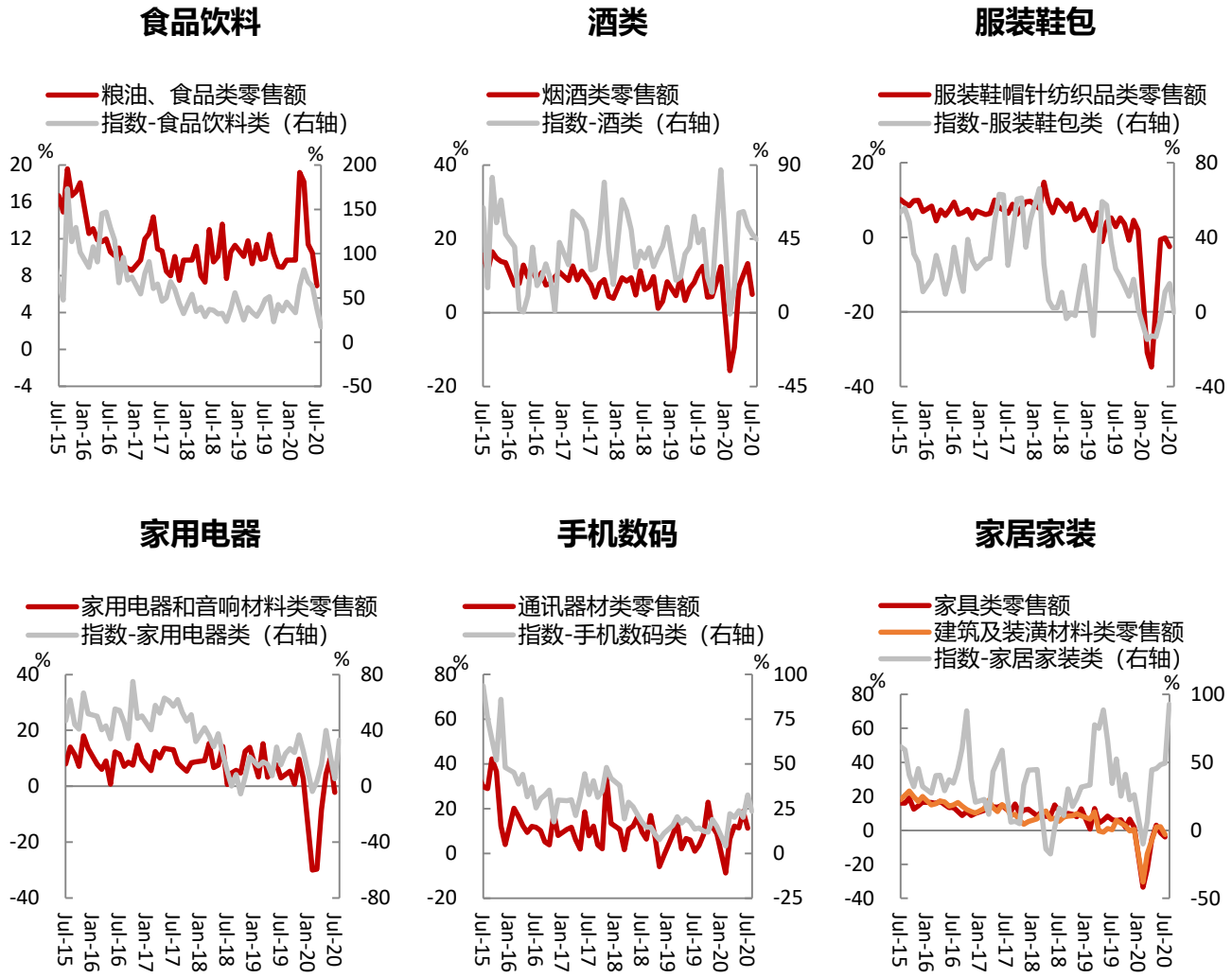
数据来源 ：京东天灏线上数据，财新智库

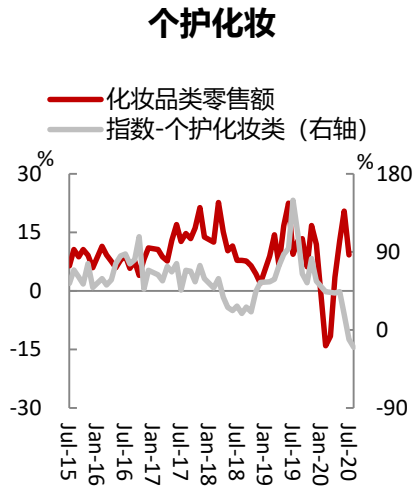
京东天灏线上数据的 12 个门类中，有 9 个门类与社会消费品零售数据的品类具有较强可比性。国家统计局每月中旬发布上月社会消费品零售额相关数据，晚于京东天灏线上数据（每月 9 日发布）。从两者同比增速对比看，京东天灏线上零售额增速显著快于社会消费品零售总额，且更富有弹性（图表 2）。分行业看，京东天灏线上数据与社会消费品零售总额的同比走势具有较强同步性，鉴于发布时间的差异，前者对于后者具有一定指示意义。

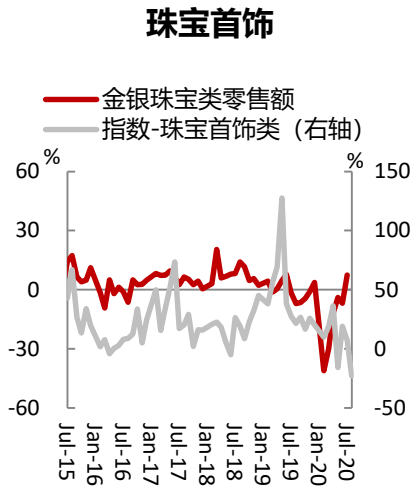
2020 年 7 月，网上实物商品零售额累计同比 15.7%，达 5.1 万亿元，占社会消费品零售总额比重为 25.0%。2020 年 8 月，家居家装、家用电器和办公设备的京东天灏消费指数同比增速上

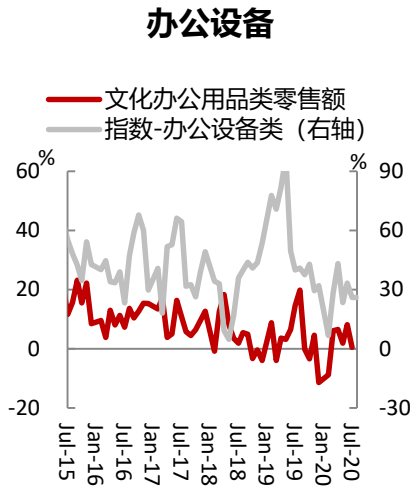
升，其他 6 个消费品类同比增速均出现下降。因此，我们预计 8 月社会消费品零售额同比增速上涨承压。

图表 2：9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

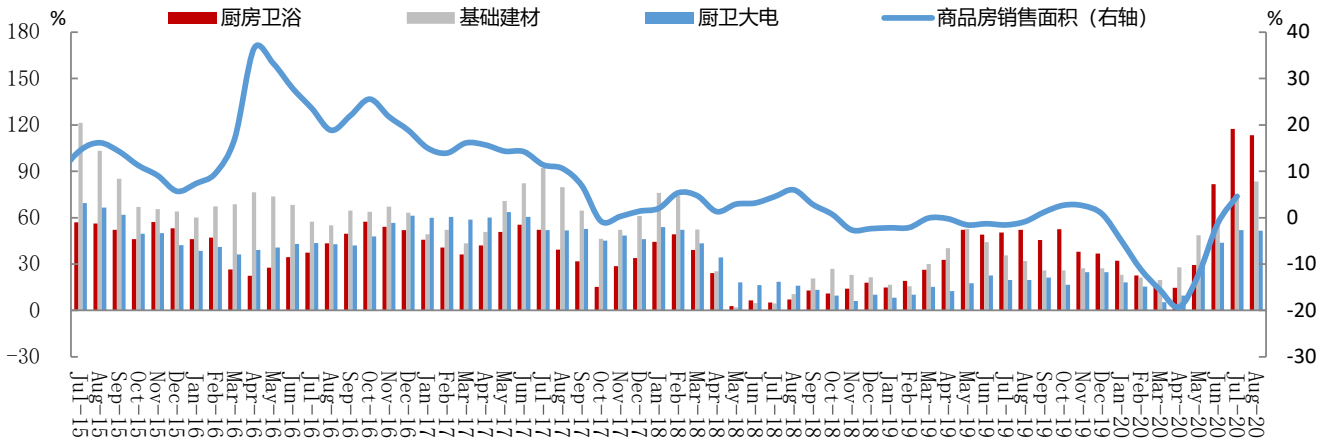
二、地产相关消费、家电、服装、食品四大板块线上消费情况监测

（一）地产相关消费增速亮眼，厨房卫浴同比增速居首

2020 年 1-7 月份，全国房地产开发投资 75325 亿元，同比增长 3.4%，增速比 1-6 月份提高 1.5 个百分点。其中，住宅投资 55682 亿元，增长 4.1%，增速提高 1.5 个百分点。同期，商品房销售面积 83631 万平方米，同比下降 5.8%，降幅比 1-6 月份收窄 2.6 个百分点，商品房销售额 81422 亿元，下降 2.1%，降幅比 1-6 月份收窄 3.3 个百分点。1-7 月份，房地产开发企业房屋施工面积 818280 万平方米，同比增长 3.0%，增速比 1-6 月份提高 0.4 个百分点。

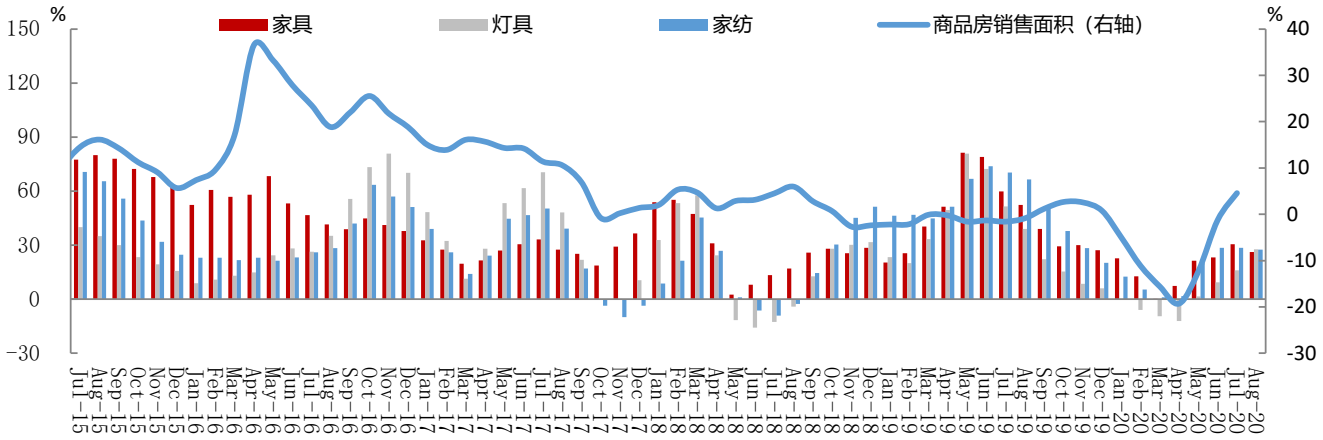
随着房地产市场逐渐回暖，地产相关消费保持较高增速。前装中，厨房卫浴、基础建材和厨卫大电同比增速分别为 113%、83%、52%，分别较 7 月变动-3.9、11.6 和-0.4 个百分点；后装增速均低于前装，灯具、家纺和家具同比增速分别为 28%、27%和 26%。

图表 3：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 4：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）家用电器增速大幅回升，白电同比增速涨幅显著

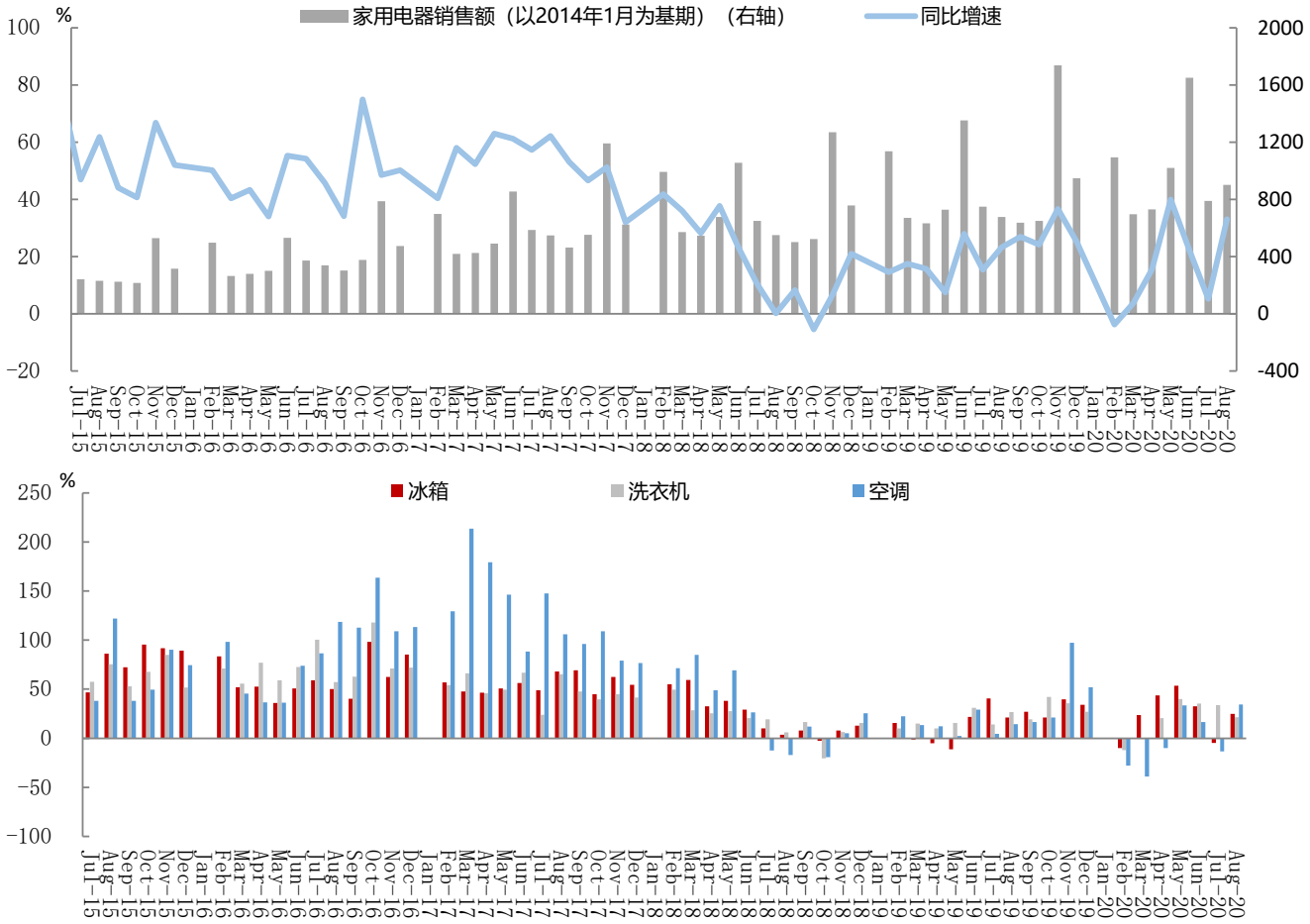
8 月，家用电器销售额同比增长 33%，较 7 月增速提高 28 个百分点。家用电器增速的回升主要受空调和冰箱同比增速大幅上涨所拉动，8 月，空调和冰箱同比增速分别为 34%和 25%，分别较 7 月增速提高 48 和 30 个百分点。同期，洗衣机销售额同比增速为 21%，连续 5 个月保持在较高水平。环比方面，洗衣机和冰箱销售额分别增长 24%和 13%，空调销售额下降 25%。

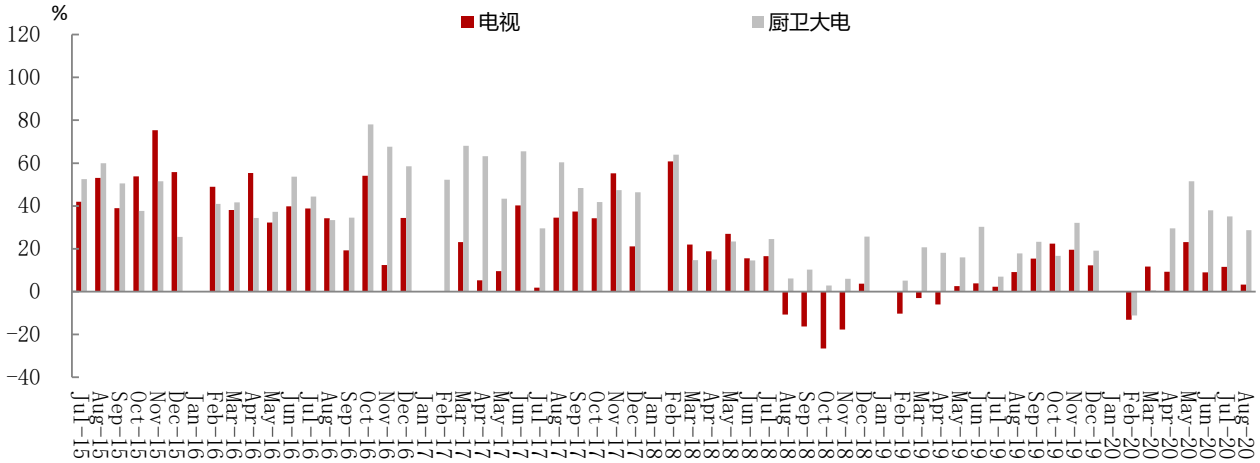
随着房地产市场逐渐回暖，厨卫大电 8 月销售额同比增速虽略有下降，但仍保持在 29%的高水平；电视同比增长 3%，较 7 月增速回落 8 个百分点。环比方面，厨卫大电与电视销售额分别较

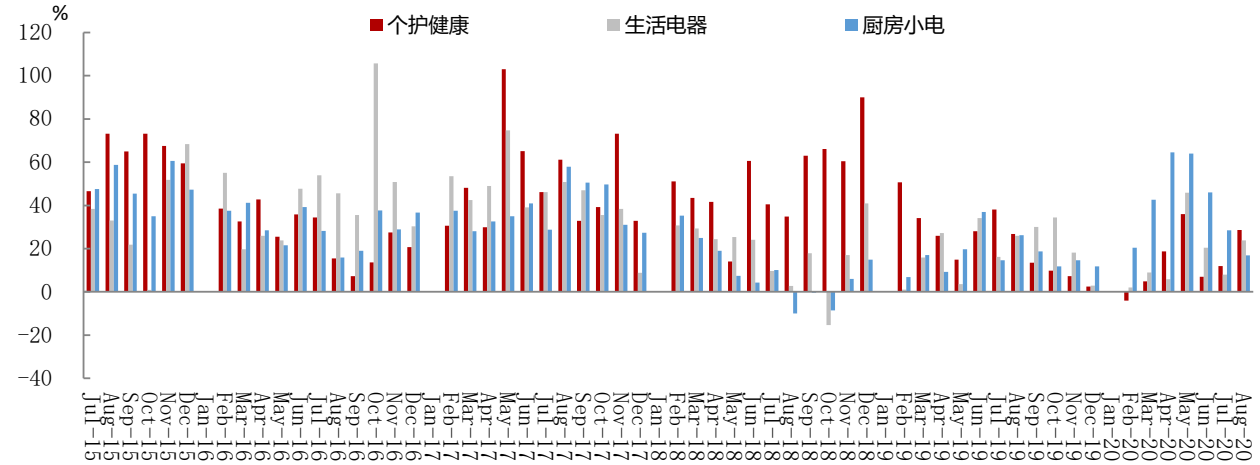
7 月销售额增长 23%和 12%。

小家电仍保持较高景气，其中，个护健康和生活电器同比增速分别升至 29%和 24%，厨房小电同比增速小幅跌至 17%，但仍保持两位数高增长。环比方面，个护健康、厨房小电和生活电器环比分别为 32%、7.9%和-5.2%。

图表 5：家用电器 GMV 同比增速







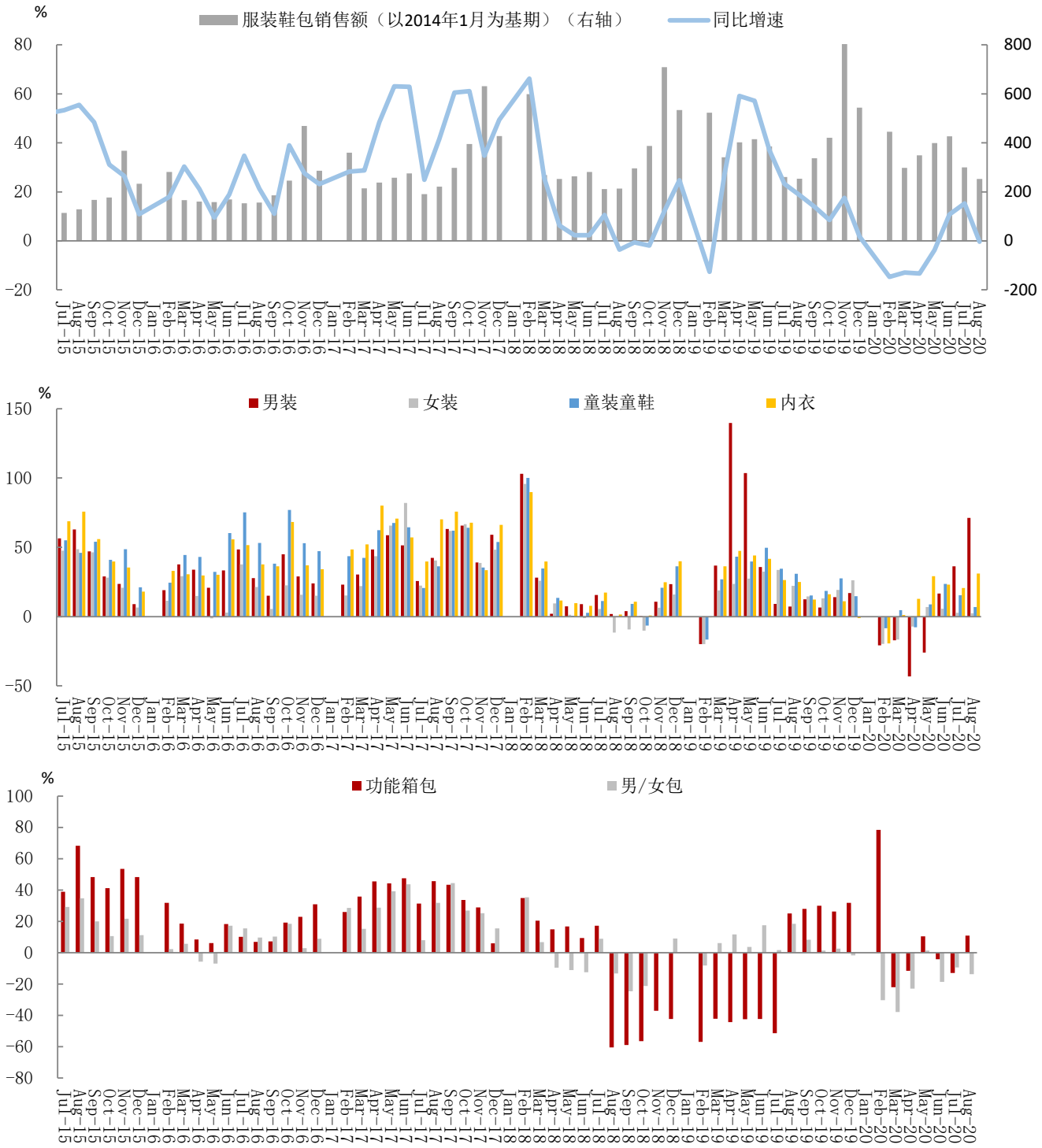
数据来源 ：京东天灏线上数据，财新智库

（三）传统服饰消费持续分化，箱包类可选消费品低迷

8 月，服装鞋包同比增速为-0.3%，较 7 月回落 16 个百分点。8 月，传统服装消费持续分化，其中，男装和内衣消费持续回暖，同比增速分别升至 71%和 31%，而童装童鞋和女装销售承压，同比增速分别降至 7%和 2%。环比方面，男装、内衣、童装童鞋和女装分别为 15%、7.9%、12%和-9.5%。

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，8 月，功能箱包和男女包销售额同比增速分别为 11%和-14%，其中，男女包已连续 3 个月负增长。环比方面，功能箱包和男女包销售额分别较 7 月增长 58%和 25%。

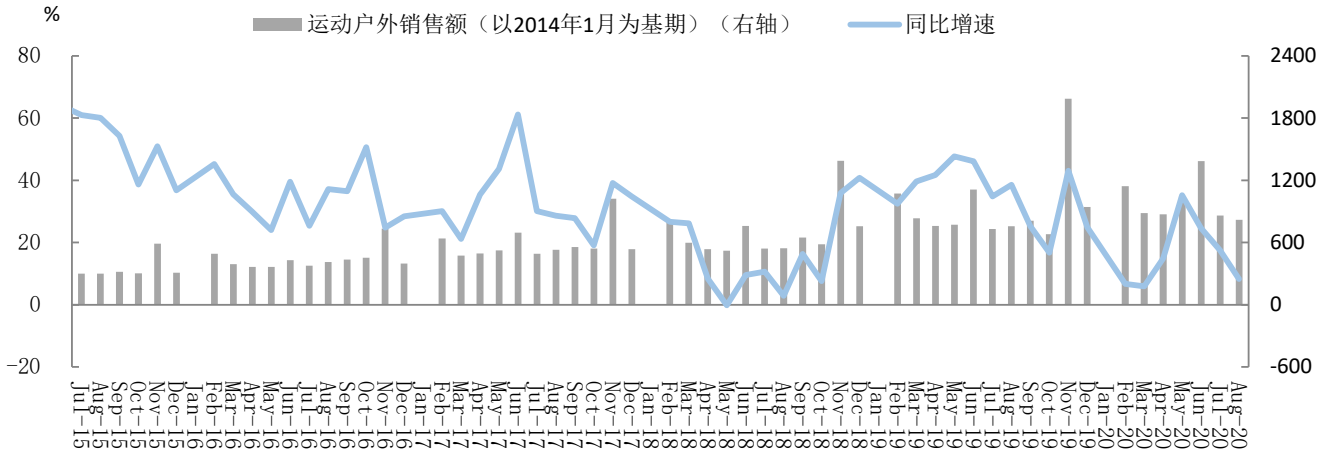
图表 6：服装鞋包 GMV 同比增速

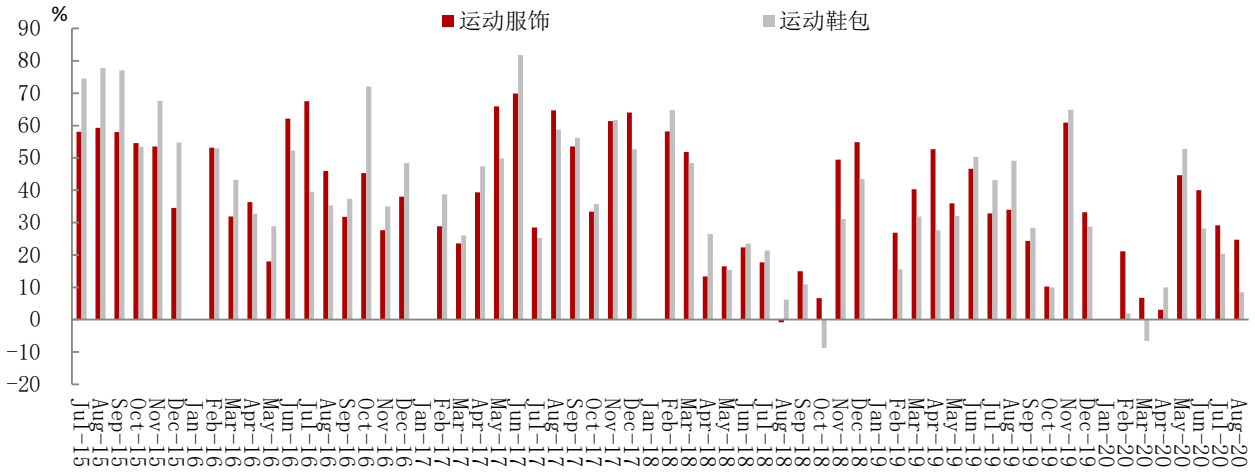


数据来源 ：京东天灏线上数据，财新智库

8 月，运动户外销售额同比增长 8%，较 7 月回落 9 个百分点。其中，运动服饰和运动鞋包销售额同比增速分别为 25%和 8%，分别较 7 月降低 4、12 个百分点。环比方面，运动服饰和运动鞋包销售额分别较 7 月变动-2.0%和 26%。

图表 7：运动户外 GMV 同比增速



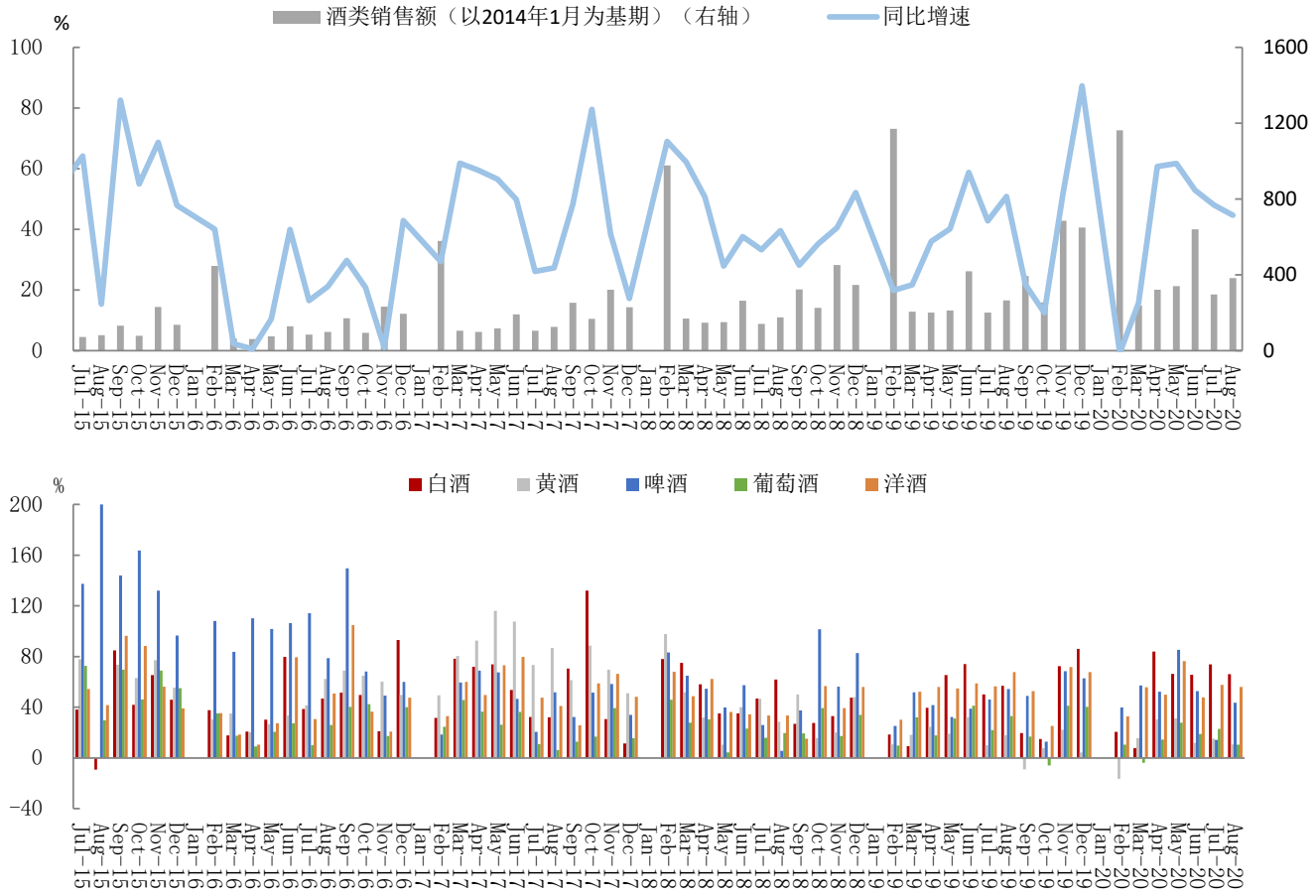


数据来源 ：京东天灏线上数据，财新智库

（四）酒类增长具有较强韧性，必选消费表现较为坚挺

8 月，酒类销售额同比增速保持高位，为 45%。其中，白酒销售额同比增速为 66%，洋酒（56%）、啤酒（44%）、葡萄酒（11%）、黄酒（11%）均保持两位数高增长。与 7 月相比，白酒（46%）、洋酒（32%）、葡萄酒（26%）、黄酒（14%）和啤酒（8.9%）8 月销售额均有所回升。

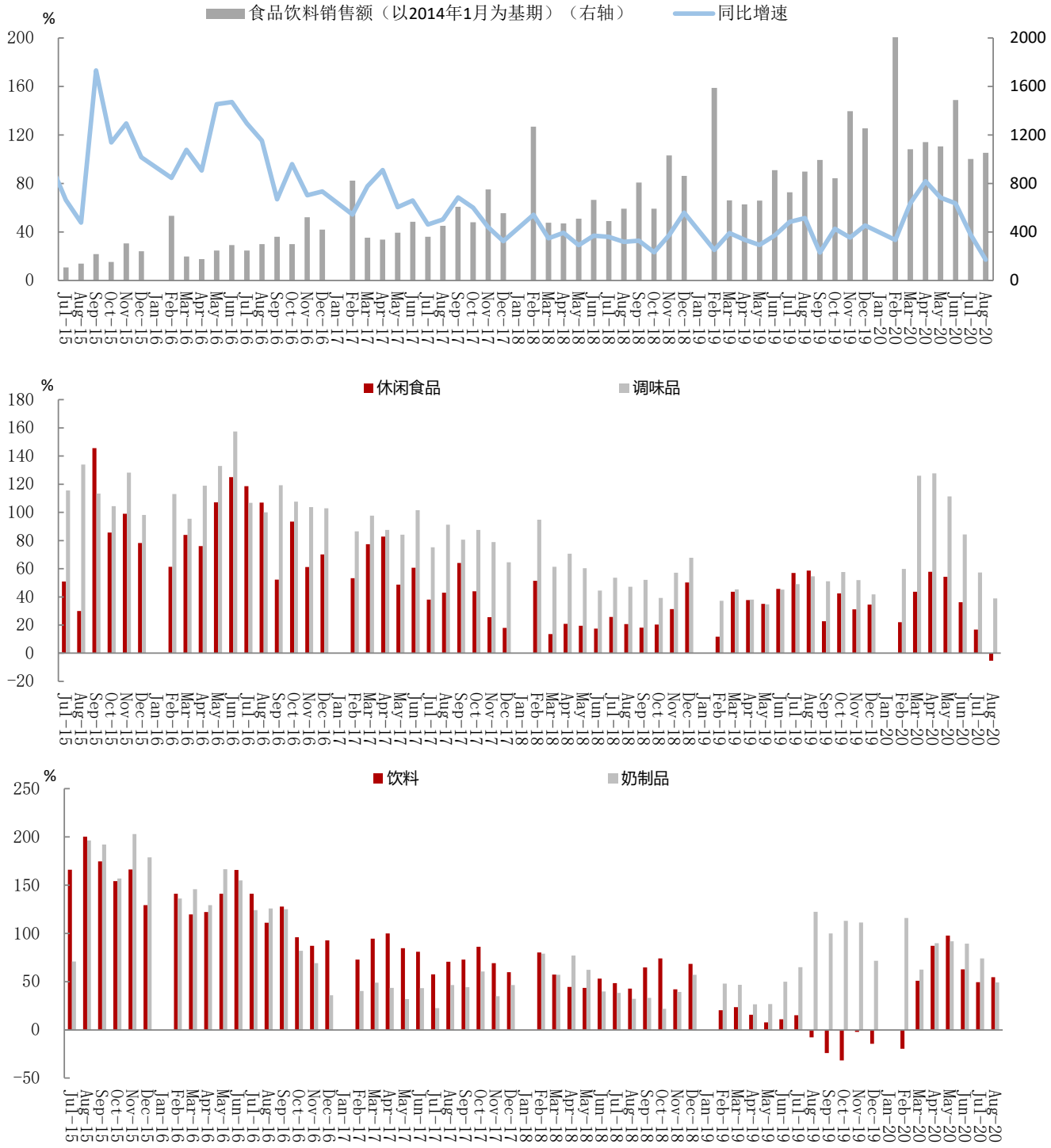
图表 8：酒类 GMV 同比增速



数据来源 ：京东天灏线上数据，财新智库

8 月，食品饮料同比增速虽降至 17%，但总体来看，必需品消费表现坚挺。其中，饮料同比增速小幅上涨至 55%，奶制品（49%）和调味品（39%）同比增速虽小幅下降，但仍保持两位数的较高增速，休闲食品同比增速降至-5%，拖累整体增速。8 月，奶制品、调味品、饮料、休闲食品销售额与 7 月基本持平。

图表 9：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

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。