



电商行业 7 月社零点评：大促虹吸导致增速回落 必选消费基本盘稳固



核心结论

一、短期大促虹吸导致增速回落，长期必选消费基本盘稳固？由于七月高温、暴雨以及局部地区疫情暴发，社会消费增长速度有所回落。

7月社会消费品零售同比增长 8.5% (2021年6月 12.1%)，较 2019年7月增长 5.6%，两年平均增长 2.8%。其中，除汽车以外的消费品零售额 31578 亿元，同比增长 9.7%。

短期表现来看，大促虹吸导致增速回落。化妆品、通讯设备类当月同比不及去年同期，618 大促带来的虹吸作用对这两个品类尤为显著。黄金珠宝类 7月当月同比为 14.3% (2021年6月 26%)，较上月有明显回落，线上黄金珠宝品类呈现同样环比增速回落状态，或由于积压的婚庆需求逐步消化，以及 7月疫情反复带来不确定性部分婚庆需求暂缓，景气度或出现拐点。

长期视角来看，必选消费基本盘稳固，剔除去年基数影响，两年平均增速表现稳健。通过限额以上各行业收入占比变化来反应“消费者钱包”的份额变化，回溯过去两年，通讯器材、日用品、粮油食品的占比提升最为显著。平均增速来看，饮料类的两年平均增速 13.8%，为所有行业相对最优。

二、线上消费家具家装、运动户外高景气

七月线上消费核心看点：①家具家装线上持续高景气。线上增速优于

家具零售整体，线上渗透率提升，商家备货积极，存货同比高增速。②运动板块由于奥运季叠加全民健身计划的实施，户外运动相关产品增速明显提振，在纺织服装板块中处于相对高景气。关注新渠道运营带来的增量，运动服饰中新渠道（抖音电商）运营优势向头部品牌集中。③受 618 电商大促虹吸效应影响明显的品类如个护、化妆品、手机电脑等在七月线上 GMV 增速放缓。④珠宝手表线上增速环比明显回落，社零黄金珠宝品类呈现相同趋势。

三、京东增速稳健，抖音电商强化消费者权益

电商平台表现来看，京东 GMV 增速稳健，核心品类 3C 数码、家用电器的基本盘稳固。天猫、京东、拼多多的七月 GMV 同比增速分别为 13%/33%39%。新兴渠道抖音电商强化消费者权益，3C 家电品类增速超过美妆服饰。

我们认为电商竞争格局变化值得持续关注：①传统电商如阿里、京东、拼多多继续加固各自壁垒，大力扶持商家和主力新品牌；②抖快电商通过兴趣及信任突围，品类持续扩展。

风险提示

终端需求疲软，消费复苏不及预期；宏观经济不景气；行业竞争加剧等

关键词: 健身 疫情 黄金

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34332

