



伊利中国消费升级指数

(试行版)

2017.11

研发机构:

财新传媒
Caixin Media



作为受到国内外权威机构及媒体广泛认可及援引的新经济系列指数 (NEI) 的子指数, 伊利中国消费升级指数 (NECI) 利用网络大数据挖掘手段, 同时量化中国消费结构及质量升级状况, 力求全面、真实地展现居民消费升级趋势, 准确把握市场消费升级的进展, 也为政府、企业和投资者提供了重要参考依据。

1. 指数概览

根据消费质量升级的指标体系构成及计算方式得出, 2017年11月, 消费质量升级指数录得106.8, 环比上升12.1, 消费质量升级指数逐渐开始回升, 现处于指数较高的水平。

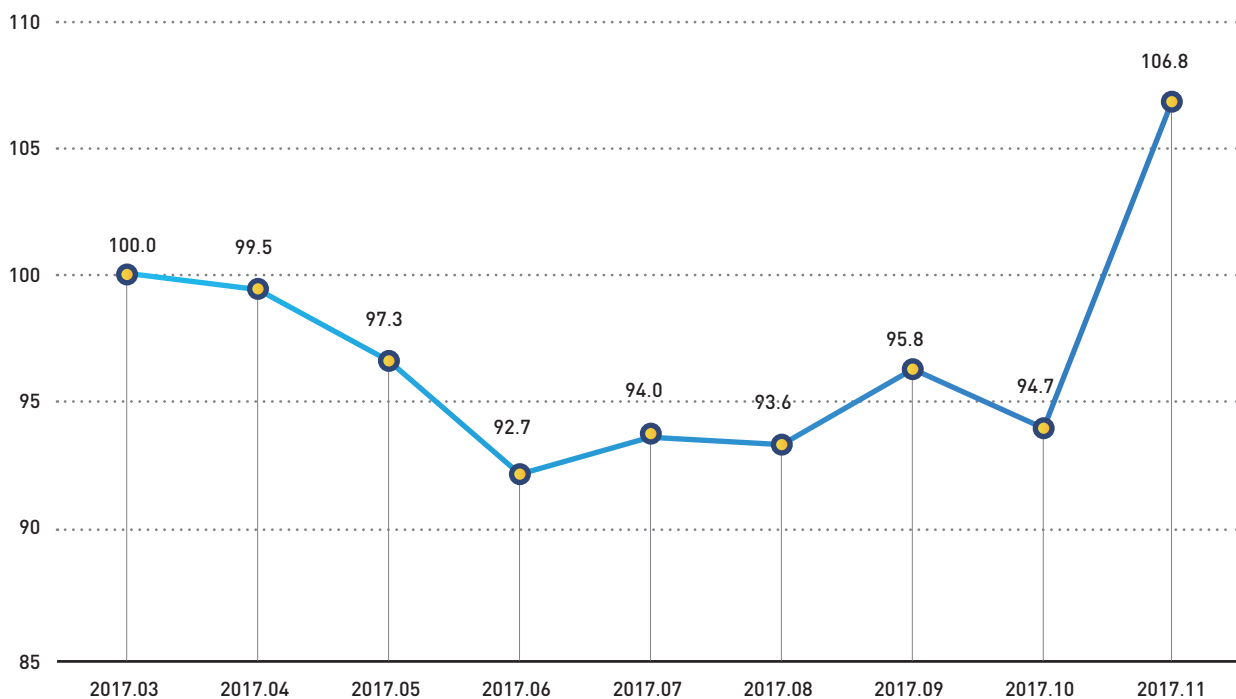


图1 消费质量升级指数 (2017.11)

2. 实物消费升级指数

2.1 实物总体消费升级指数

本月实物消费升级指数采用京东实物商品交易数据，数据时间从 2016 年 1 月到 2017 年 11 月。采集主要数据字段包括商品品类、商品名称、销量以及销售额等。采用固定篮子计算实物消费升级指数。

2017 年 11 月实物消费升级指数录得 96.3，环比上升 10.5，实物消费升级指数逐渐开始回升。

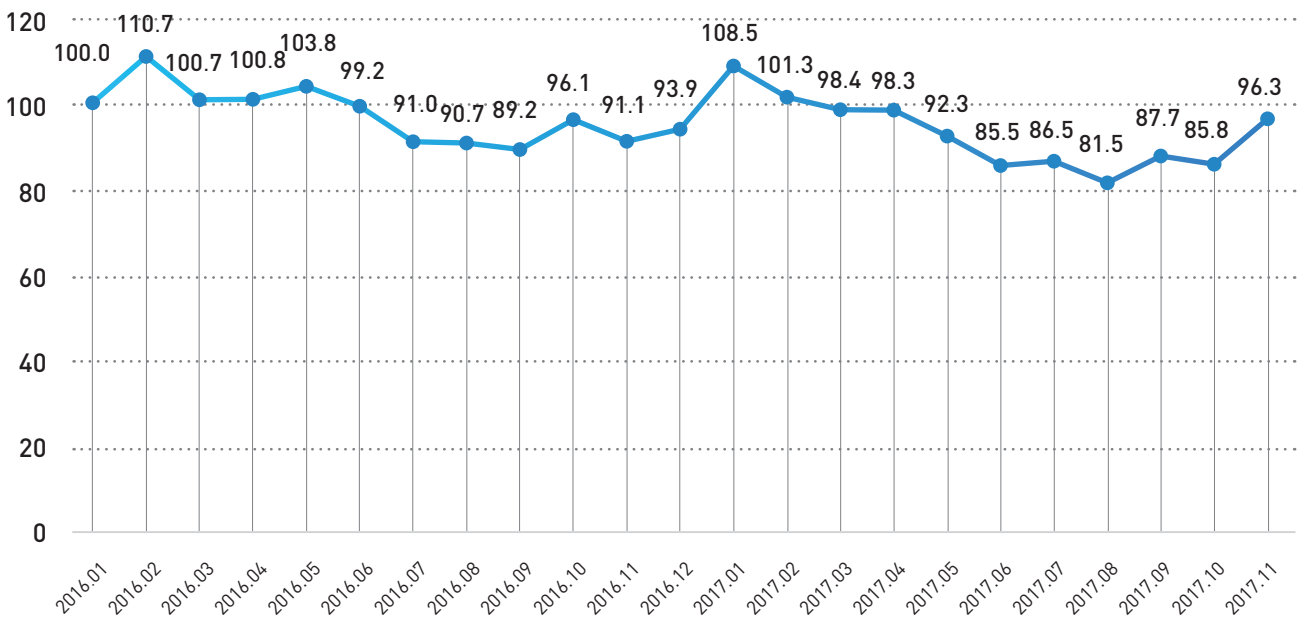


图 2 实物消费升级指数 (2017.11)

从实物商品的消费情况来看，2017 年 11 月，中高端产品的消费份额较上月有所上升，本月中高端产品的消费比例约为 71.2%，低端、中端、高端产品的消费结构为 (1.00: 1.34:1.13)，中端产品的消费份额最高。从数据结果来看，11 月高端产品消费比例从上月的 30.3% 上升到 32.6%，环比增长 2.3%；中端产品的消费比例从上月的 37.8% 上升到 38.6%，略微回升；低端产品的消费比例有所下降，从上月的 32.0% 下降为 28.8%。

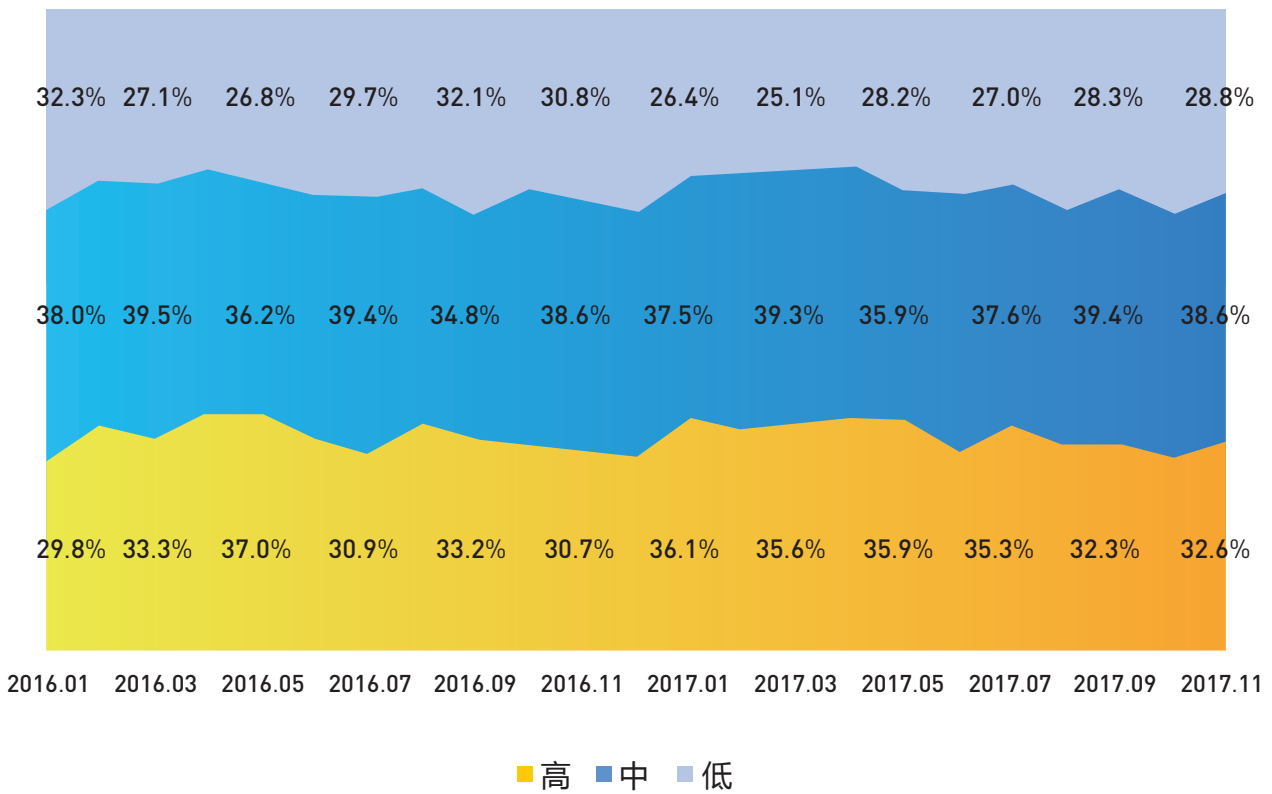


图 3 实物消费品档次结构变化 (2017.11)

2.2 实物大类消费升级指数

2017 年 11 月，实物大类消费升级指数波动不大，衣着类、交通与通信类、生活用品及服务类、居住类实物消费升级指数较上月有所上升，其他类别指数均下降；生活用品及服务类、居住类、衣着类升级现象明显(图 4)。本月食品烟酒类消费升级指数录得 152.3，排名第一，环比下降 18.4；教育文化和娱乐类实物消费升级指数录得 112.3，排名第二；衣着类消费升级指数为 111.9，排名第三。交通与通信类指数从上月的 109.8 略微上升到本月的 110.6；生活用品及服务类指数相比上月上升 27.0，上升幅度最大；居住类指数环比上升 18.3，医疗保健类指数本月为 91.8，环比下降 7.6；其他用品和服务的消费升级指数依然处于较低状态，指数为 40.3。

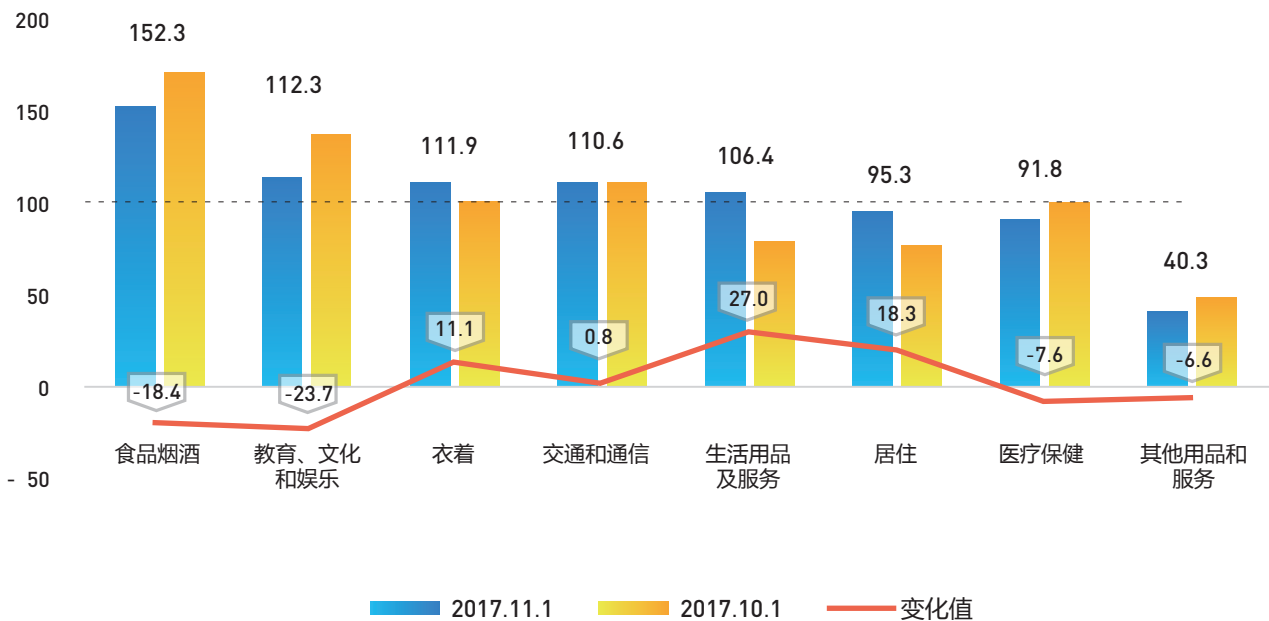


图 4 实物大类消费升级指数 (2017.11)

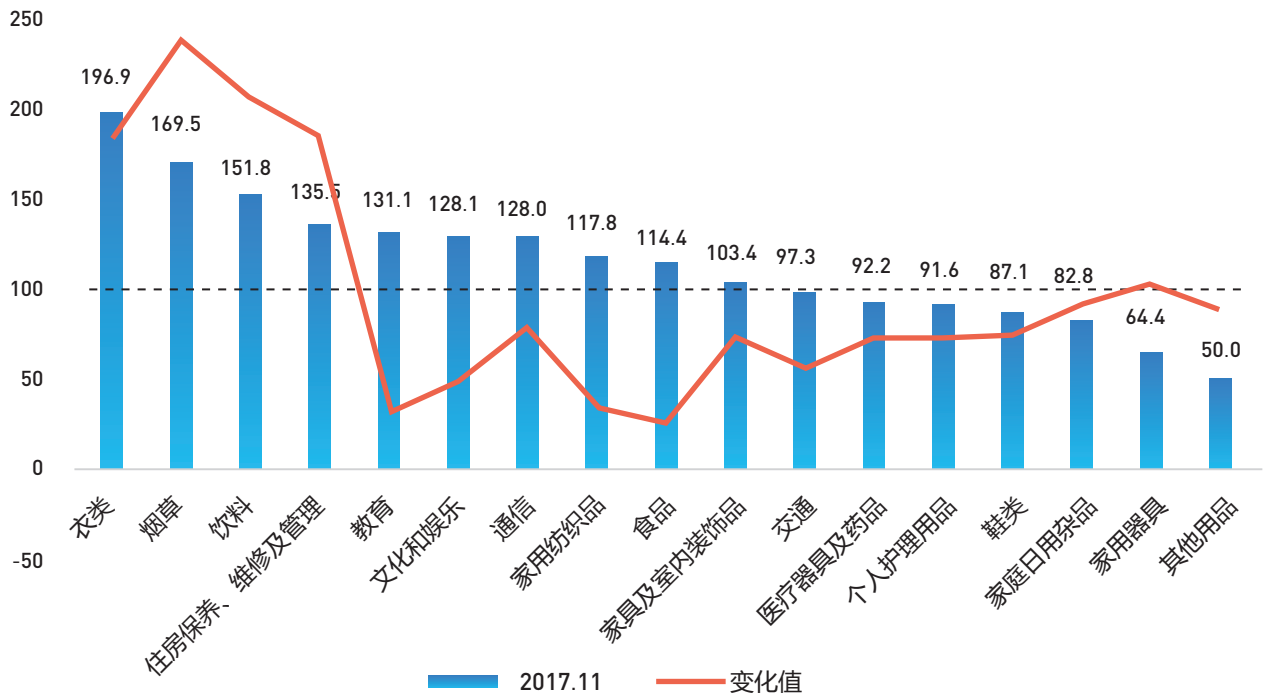


图 5 实物中类消费升级指数 (2017.11)

2.3 实物中类消费升级指数

从部分具有消费升级特征的代表性实物中类看，本月衣类、烟草、饮料类三类消费品表现较为突出（图 5）：

- 衣类本月指数录得 196.9，衣服类引领消费升级，双十一购物节促进了消费者对服装上的消费。高端服装及奢侈品受到消费者的青睐。
- 烟草类本月指数录得 169.5，饮料类本月指数录得 151.8，双十一购物节的到来也加速了烟酒、饮料的消费升级。
- 住房保养、维修及管理的消费升级指数本月有较大的回升，达到 135.5，环比上升 16.8。
- 其他用品类、家用器具类、家庭日用杂品的消费升级趋势并不明显，指数均低于 90，在本月的实物种类消费升级指数中排在最末三位。

3. 服务消费升级指数

3.1 服务总体消费升级指数

2017年11月服务消费升级指数由10月的103.5上升至117.4,指数显著上升13.9。

3.2 服务大类消费升级指数

从2017年4月到11月,服务大类消费升级指数中,除医疗保健类,其他大类变化相对平稳(图6)。相比10月的指数,本月生活用品及服务、教育、文化和娱乐等多类服务消费升级指数都有较大的增长。

本月其他用品和服务、生活用品及服务、教育、文化和娱乐三类服务消费升级指数位于前三;生活用品及服务本月表现突出,服务指数达到157.2;受双十一购物节的影响,生活用品及服务消费升级指数升级明显。生活用品及服务消费升级指数环比增长50.0;衣着类服务消费升级指数为99.0,环比下降4.9。教育、文化和娱乐类服务消费升级指数为116.2,环比增长15.9,排名第三;其他类别的服务消费升级指数均在100左右。

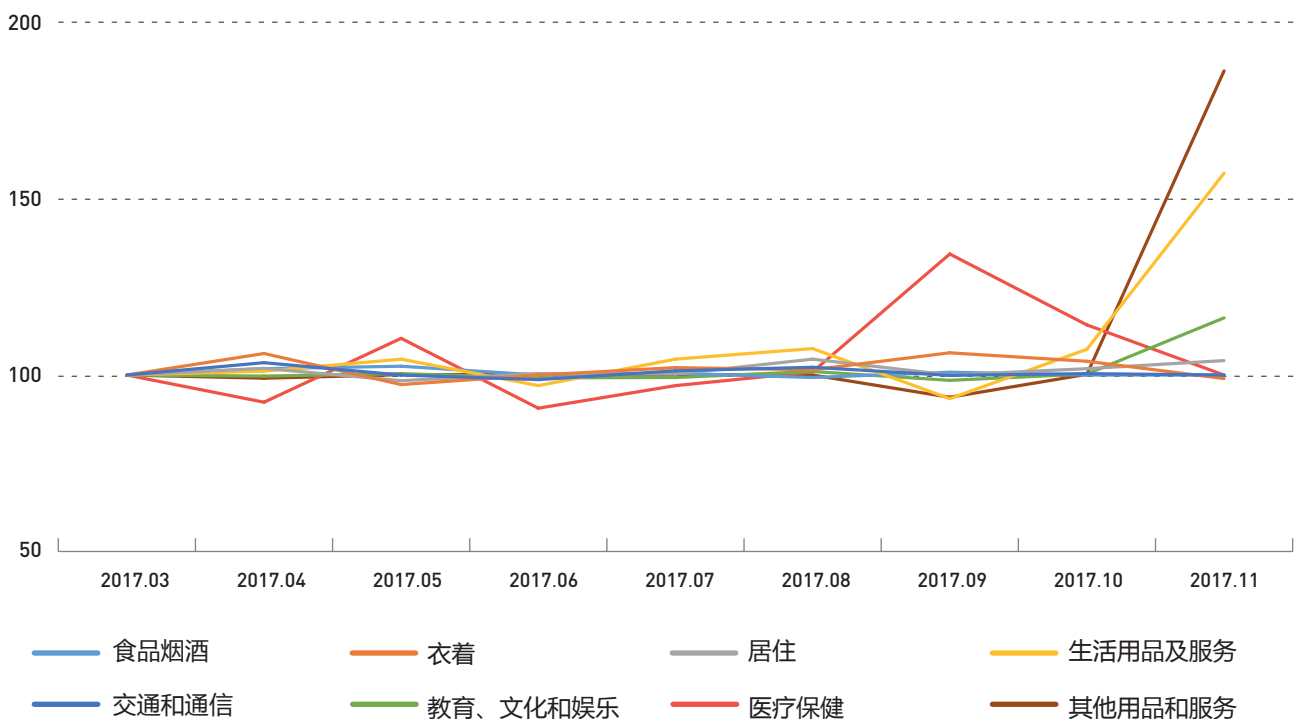


图6 服务大类消费升级指数 (2017.04-2017.11)

3.3 城市服务消费升级指数

和上期一样，从华北、中西部、华东和华南各选取两个代表城市进行对比分析。从样本城市来看，2017年11月，除深圳和武汉外，其他城市的服务消费升级指数相比上月均上升。本月，广州服务消费升级指数位列第一，指数为108.9；其次为上海，服务消费升级指数相比上月上升5.7，指数录得106.5（图7）。

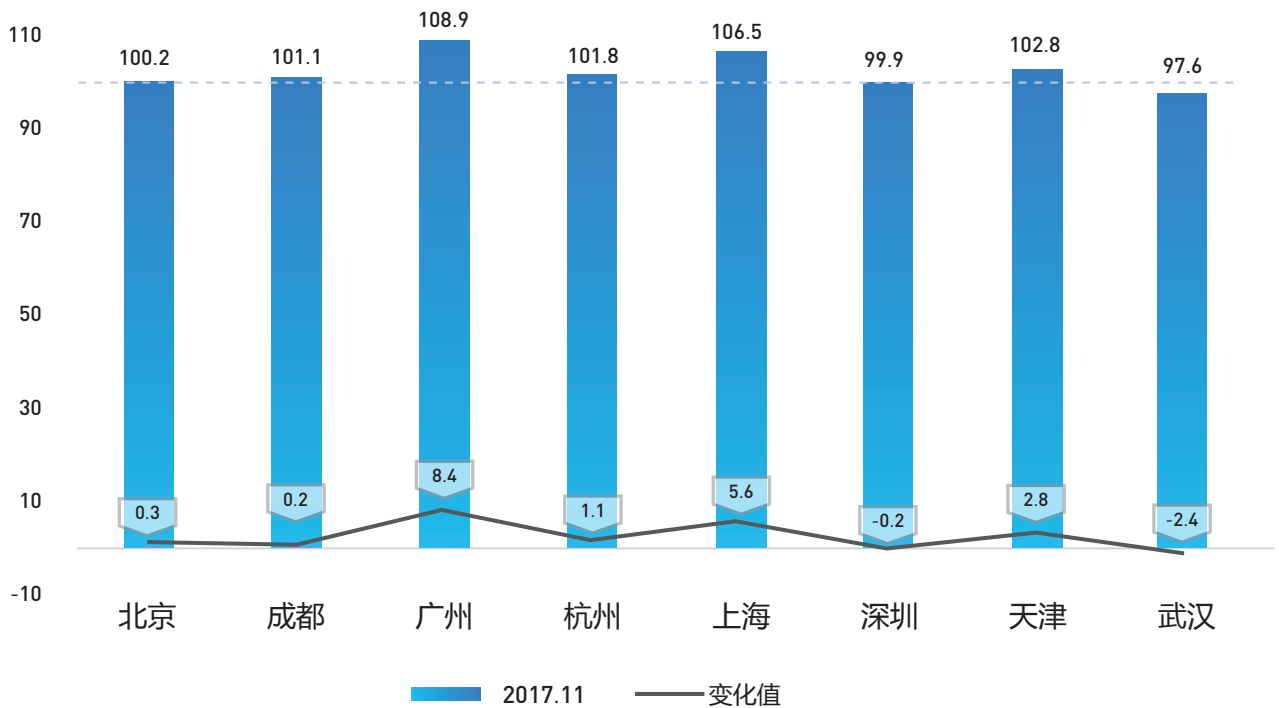


图7 城市服务消费升级指数 (2017.11)

4. 消费结构变化

我们将基期服务消费的占比标准化为 100%，11 月的服务消费占比为 95.5%。服务消费占比近几个月波动较大，本月继续回升，说明消费结构仍处于逐渐形成的过程中。

在实物消费中，交通与通信类、生活用品及服务类、教育文化和娱乐的消费比重波动较大，其他大类变化相对平稳。交通与通信消费占比增长最大，环比增长 3.0%。此外，食品烟酒类的比重本月环比增长 2.1%；衣着类占比略有上升；生活用品及服务类占比环比下降 2.2%；其他类别变化细微。

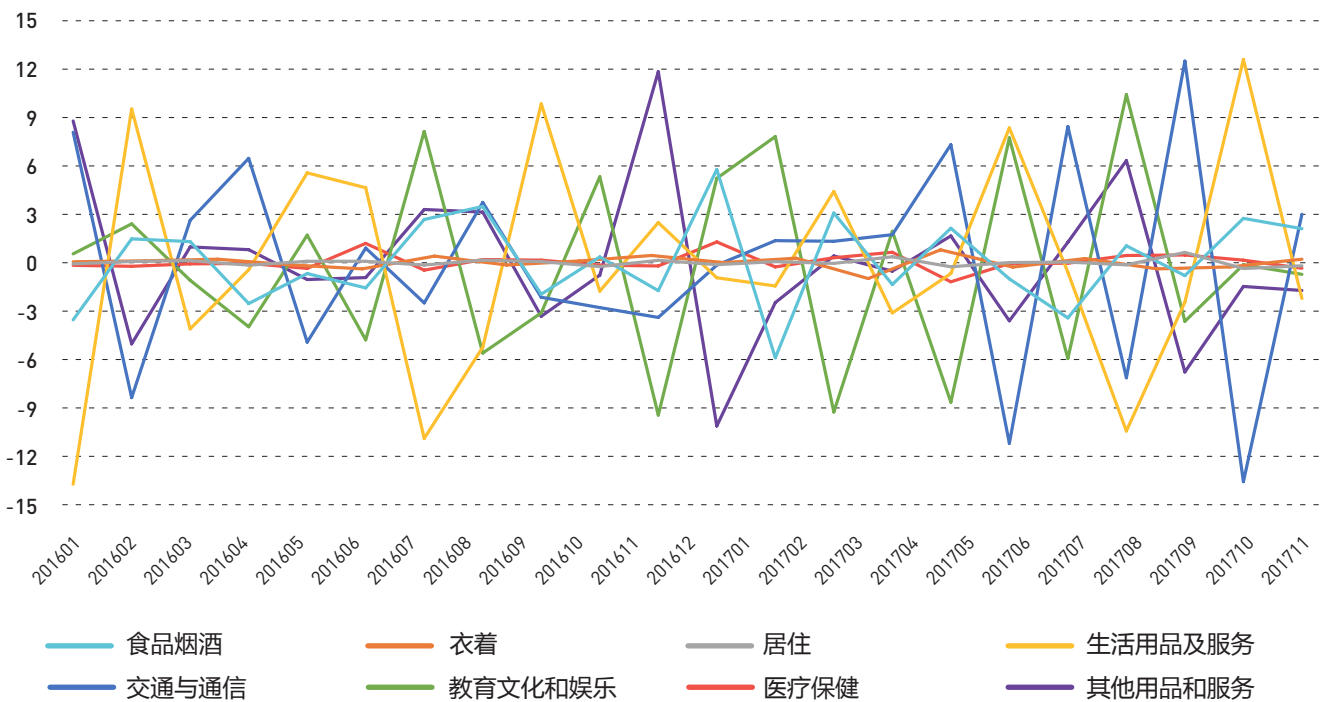


图 8 实物消费结构变化 (2017.11)

查询详细数据，敬请联络：

伊利集团

伊利集团副总裁 张轶鹏
电话：010-58640054
邮箱：zhangyp@yili.com

财新传媒

行业分析师 高言
电话：010-85905214
邮箱：yangao@caixin.com

行业分析师 高婉茹
电话：010-85905008
邮箱：wanrugao@caixin.com

财新智库高级经济学家 王喆
电话：010-85905019
邮箱：zhewang@caixin.com

BBD

BBD(数联铭品)首席经济学家 陈沁
电话：028-65290823
邮箱：chenqin@bbdservice.com

版权声明：

“伊利中国消费升级指数”由伊利集团冠名，财新传媒和成都数联铭品科技公司共同研发，按月度发布。该指数作为新经济系列指数（NEI）的最新子指数，利用网络大数据挖掘手段，量化中国消费结构及质量升级状况，力求全面、真实地展现居民消费升级趋势，准确把握市场消费升级的进展，为政府、企业和投资者提供了重要参考依据。详细信息，敬请浏览<http://index.caixin.com/nei>

关于伊利集团：

内蒙古伊利实业集团股份有限公司（以下简称“伊利集团”）是唯一一家进入全球乳业8强的亚洲乳企。2016年7月25日，在荷兰合作银行发布的2016年度“全球乳业20强”中，伊利的排名跃升至全球乳业8强。这一名次不仅是中国乳制品企业有史以来的最好成绩，同时也是亚洲乳企迄今的最高排名，被认为是中国正式迈入全球乳业强国和改写全球乳业格局的重要标志。同时，伊利集团是国内唯一一家符合奥运及世博标准、为2008年奥运会及2010年上海世博会提供乳制品的企业。在发展历程中，伊利始终坚持“国际化”和“创新”两个轮子，固守“质量”和“责任”两个根本，以高品质、高科技含量、高附加值的多元化产品，赢得了消费者的高度信赖。每天，1亿多份伊利产品，到达消费者手中。每年，有将近11亿中国消费者享用到营养美味的伊利产品。详细信息，敬请浏览www.yili.com

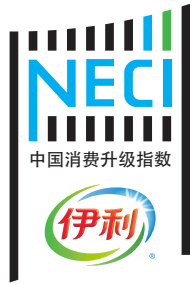
关于财新传媒：

财新传媒是提供财经新闻的全媒体集团，依托专业的团队和强大的原创新闻优势，以网站、移动端、期刊、视频、图书、会议等多层次的业务平台，为中国最具影响力的受众群，提供准确、全面、深入的财经新闻产品。财新智库是财新传媒通过孵化另行建立的高端金融资讯服务平台，旨在通过发展金融数据业务，壮大宏观经济研究队伍，服务于智库业务客户。详细信息，敬请浏览www.caixin.com

关于 BBD：

BBD（数联铭品）是行业领先的大数据解决方案提供商，紧密围绕新经济，通过动态尽调、信用评级、风险定价和经济指数四个步骤，BBD提供从微观到宏观的大数据服务。详细信息，敬请浏览：<http://www.bbdservice.com>





研发机构:

财新传媒
Caixin Media



冠名机构:

