NECI
中国消费升级指数
伊利

伊利中国消费升级指数

（试行版）

2018.02

研发机构：财新传媒 Caixin Media BBD

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。

消费升级指数计算：对于同一个品类的商品，我们将其按照单价排列在 0 到 1 的区间内，最低价为 0，最高价为 1，然后在相邻的两个时间段内观察消费者的消费结构，将总消费标准化为 1 后，计算每一个商品的消费占比。再将商品的消费占比向量乘以商品的价格百分位向量，得到一个点乘乘积。为了使消费升级纵向可比，我们需要计算相邻两个月一组相同商品的消费变化情况，即计算消费升级的月度环比。

消费升级的月度环比可以用下式表示：

$$P_t = \frac{\int_0^1 \mu_t(\theta)R_t(\theta)d\theta}{\int_0^1 \mu_{t-1}(\theta)R_{t-1}(\theta)d\theta}$$

其中，θ 表示在 t 时期和 t-1 时期重复的商品组合；

μ(θ) 表示每种商品的消费比例，有 $\int^1 \mu(\theta)d\theta=1$；

R（θ）表示价格低于 θ 的商品比例，^{0}在 0 到 1 之间，价格最高的商品取值为 1.

将基期指数设为 100，随后将每个月的消费升级指数环比连乘之后，便得到了消费升级指数。越高的消费升级指数，代表消费升级速度越快。

1. 指数概览

2018 年 2 月，消费升级指数录得 109.8，环比上升 1.1。截止本月，消费升级指数连续四个月呈现上涨，整体消费升级趋势明显。

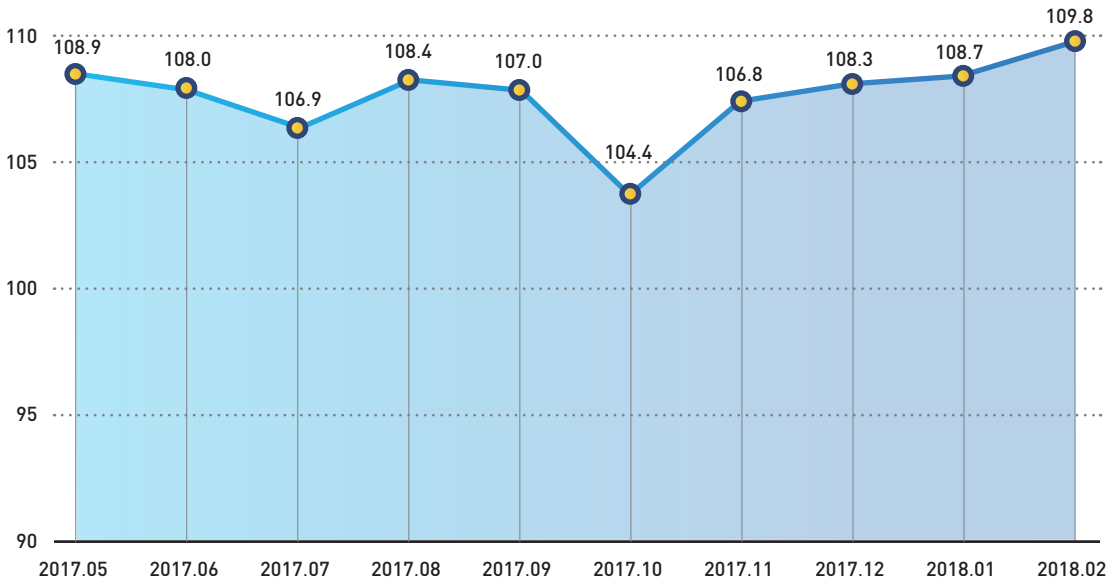

图 1 消费升级指数（2017.05–2018.02）

2. 实物消费升级指数

2.1 实物总体消费升级指数

实物消费升级指数是根据京东集团提供的京东小类商品前十大交易商品每月的电商交易数据，采用固定篮子指数 框架计算得出。

2018 年 2 月实物消费升级指数录得 119.5，环比下降 0.8。通过观察指数近两年的走势发现，实物消费升级指数已从两年前的 100 左右稳步上升至现在的 120 左右，数据显示我国实物消费升级已经迈上新台阶，升级步伐保持稳健。

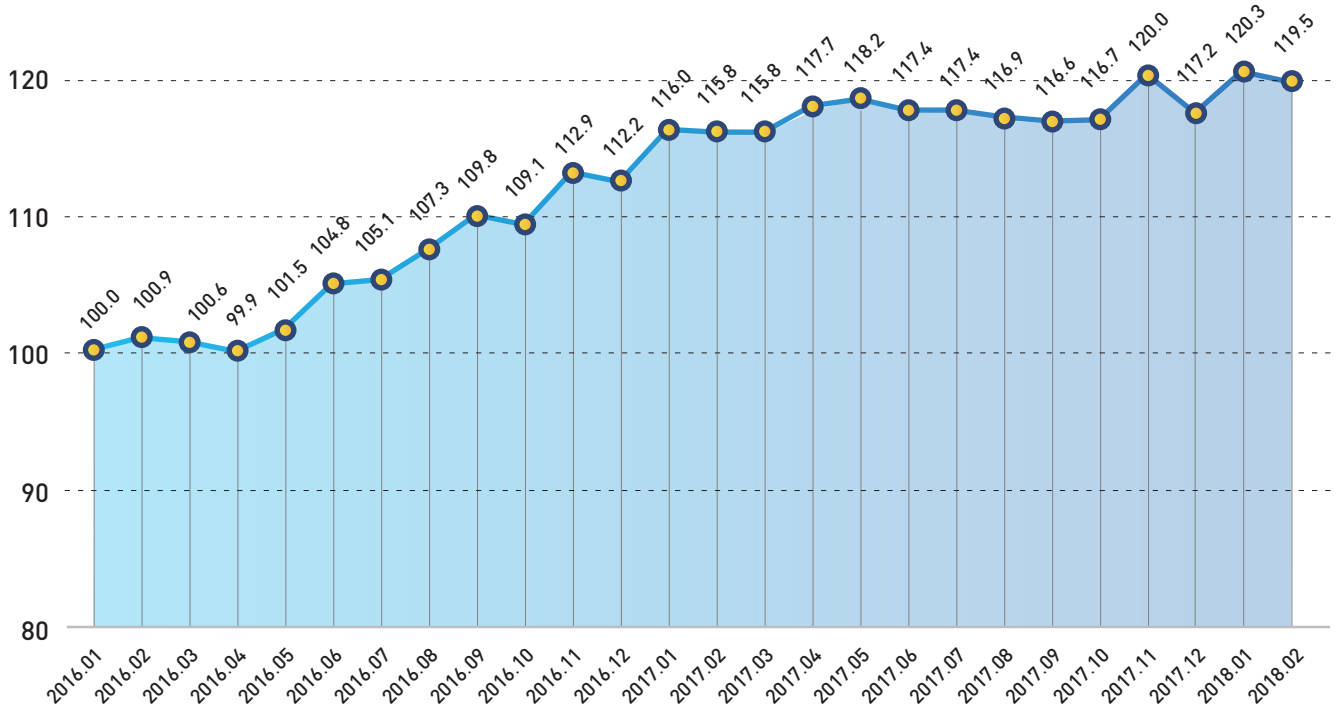

图 2 实物总体消费升级指数（2016.01–2018.02）

1. 固定篮子指数也称为产品费用指数，其测度思路是选择 1 个具有代表性的产品篮子，考察在不同的时点和不同的价格结构下，购买该产品篮子的费用变化程度就代表了价格变化。

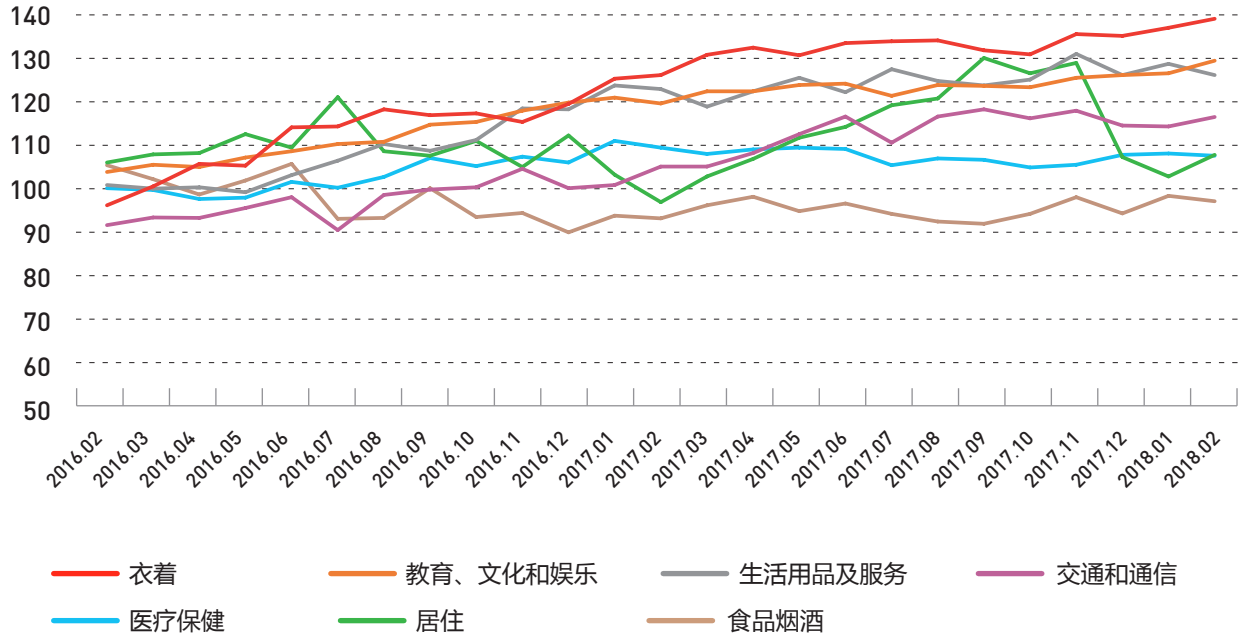

图 3 实物大类消费升级指数（2016.02–2018.02）

2.2 实物大类消费升级指数

从消费分类来看，衣着类消费指数本月仍居于首位，继续引领消费升级。此外，教育文化和娱乐类、生活用品及服务类消费升级趋势也较为明显。本月居住类消费升级指数有所回升。

本月消费者在居住类的消费升级最为明显，生活用品及服务类消费升级指数下降最多。居住类消费升级指数由上月的 102.0 上升至本月的 106.8，环比上升 4.8，是本月上升幅度最大的实物类别。此外，教育文化和娱乐类、衣着类、交通与通信类本月的消费升级指数也得到明显的上升。衣类消费升级指数本月录得 137.0，环比上升 2.0，稳居第一；教育文化和娱乐类消费升级指数本月录得 127.7，环比上升 2.8，排在第二位；生活用品及服务类消费升级指数本月录得 124.5，环比下降 2.5，排名第三。本月消费升级指数下降最快的是生活用品及服务类，此外，食品烟酒类和医疗保健类消费升级指数也略有下降。

2.3 实物商品消费情况变化

实物大类的变化似乎不能够给人们非常直观的感受，所以需要进一步分析京东这些类别的细分商品的消费情况。与上期一样，本期选取了两种实物大类进行详细分析。一类是本月消费升级最快的居住类，另一类是本月消费升级指数下降最多的生活用品及服务类。居住类主要分析了家装建材类商品的消费变化情况。生活用品及服务类主要分析了家具类、厨具类以及美妆个护类商品的消费变化情况。

1）京东家装建材类，墙地面材料以及灯饰照明商品消费持续「升级」

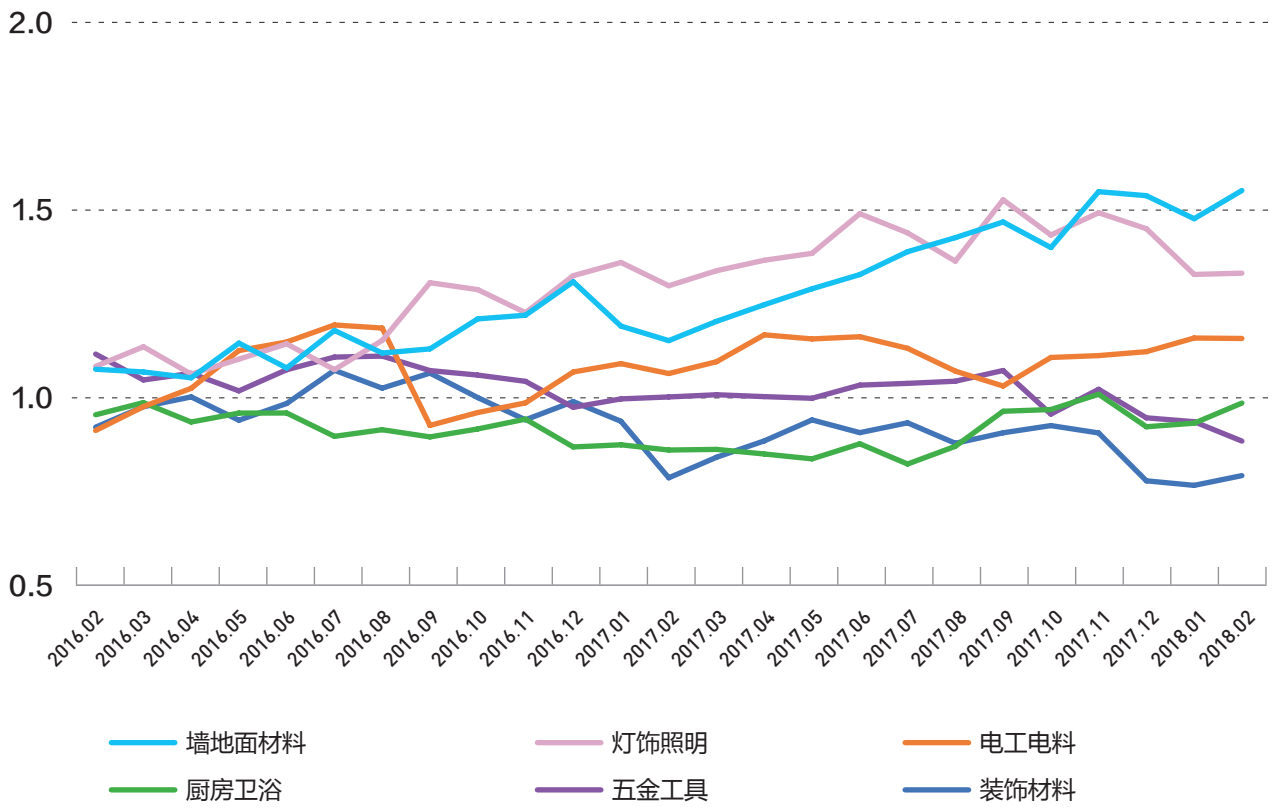

图 4 家装建材类商品消费升级指数（2016.02–2018.02）

2）京东家具类，客厅家具及餐厅家具明显「升级」，儿童家具出现「降级」

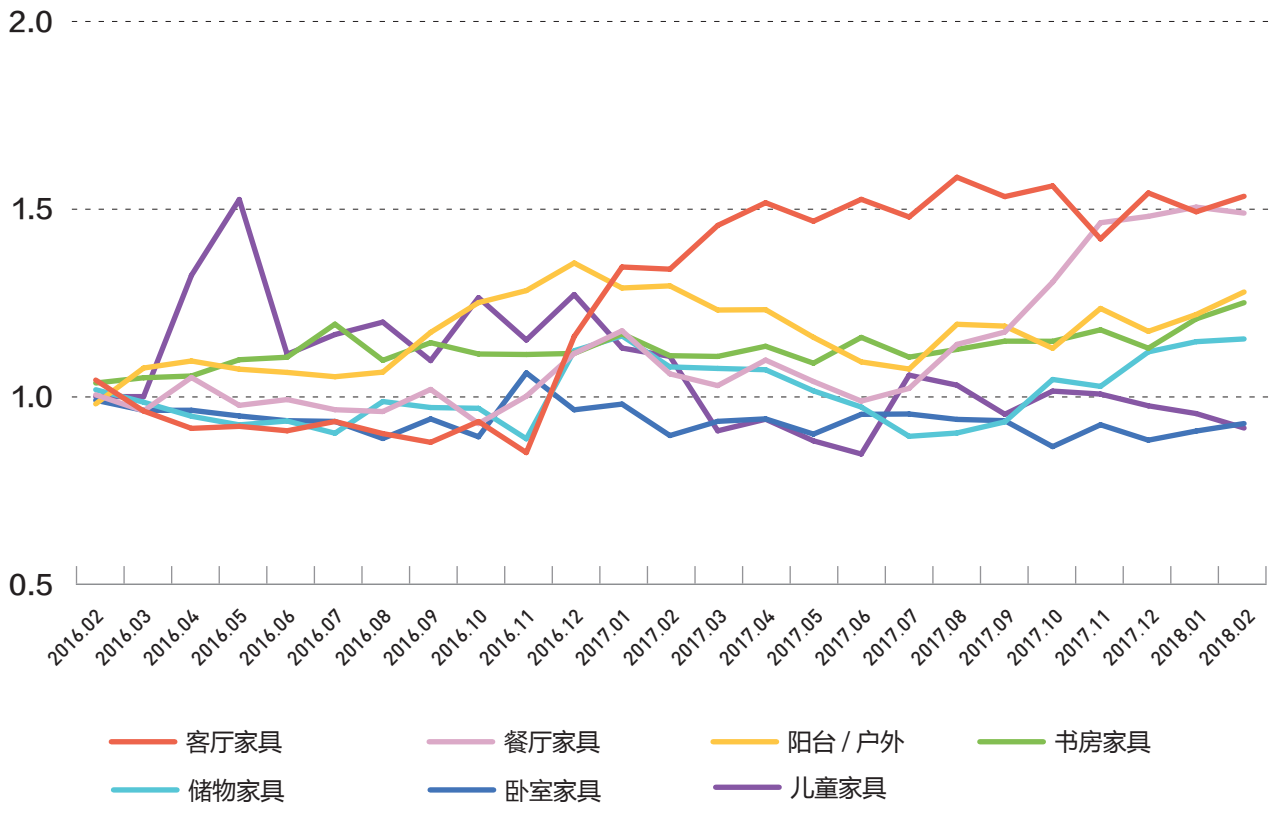

图 5 家具类消费升级指数（2016.02–2018.02）

3）厨具类消费，水具酒具以及酒店用品类「升级」尤为迅速

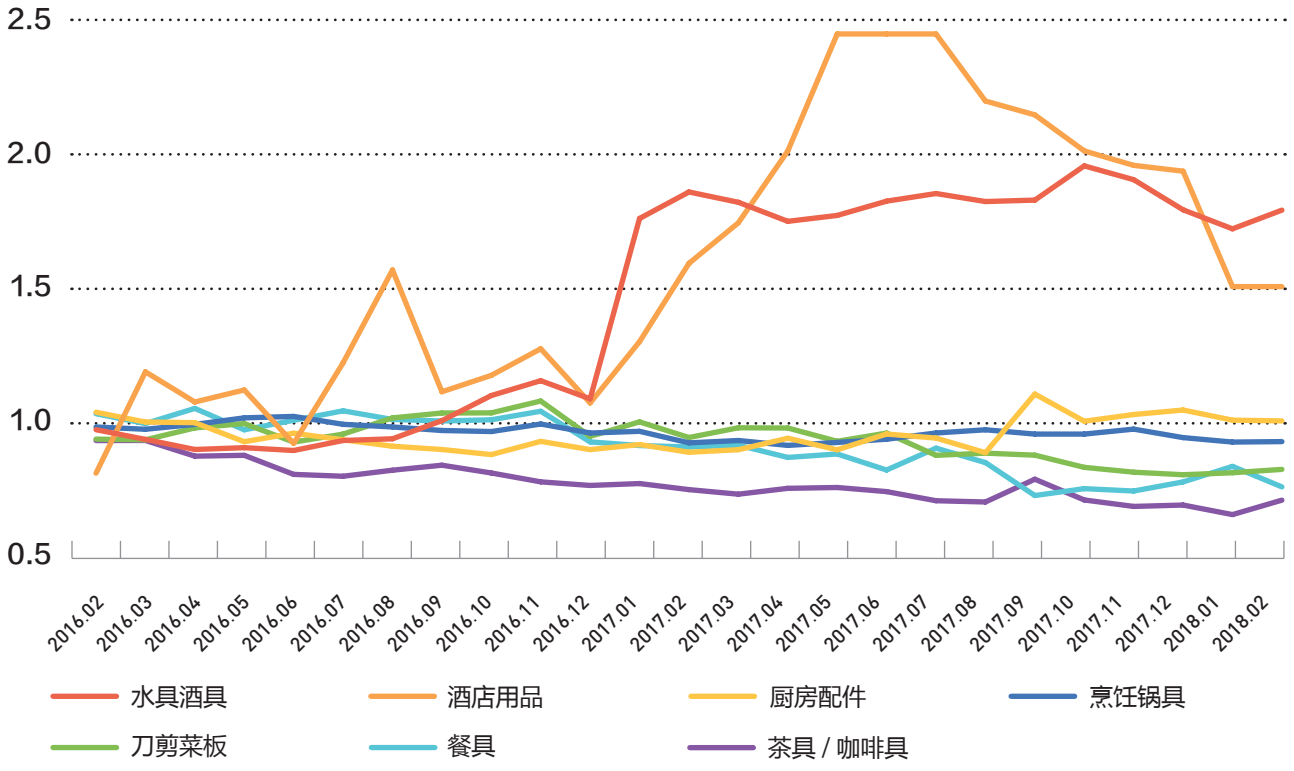

图 6 厨具类消费升级指数（2016.02–2018.02）

4）美妆个护类商品，身体护理「升级」明显

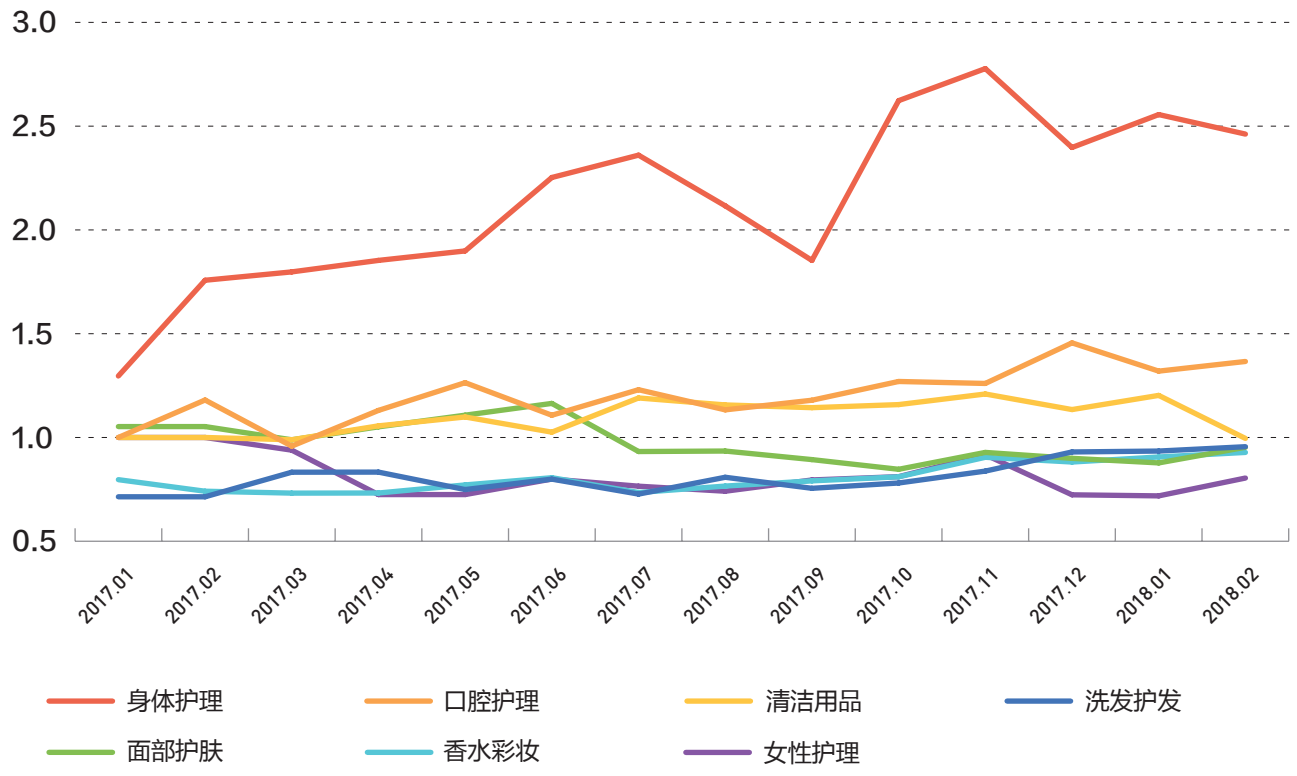

图 7 美妆个护类消费升级指数（2017.01–2018.02）

3. 服务消费升级指数

3.1 服务总体消费升级指数

2018 年 2 月服务消费升级指数由上月的 97.2 上升至本月的 100.0，环比上升 2.8。服务消费升级指数相比实物消费升级指数波动较大。

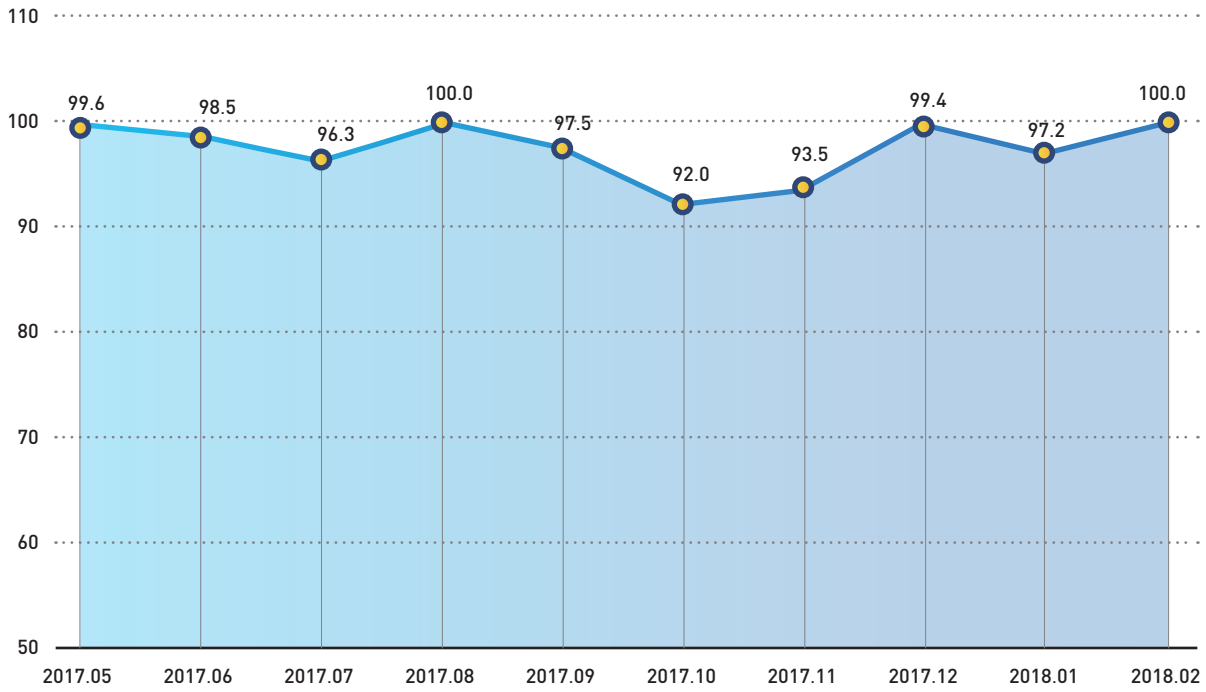

图 8 服务消费升级指数（2017.05–2018.02）

3.2 城市服务消费升级指数

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，2018 年 2 月，除武汉和深圳之外，其他城市的服务消费升级指数相比上月均上升。本月，杭州服务消费升级指数位列第一，指数录得 144.9，环比上升 17.0；其次为成都，服务消费升级指数相比上月上升 5.1，指数录得 125.9（图 8）。

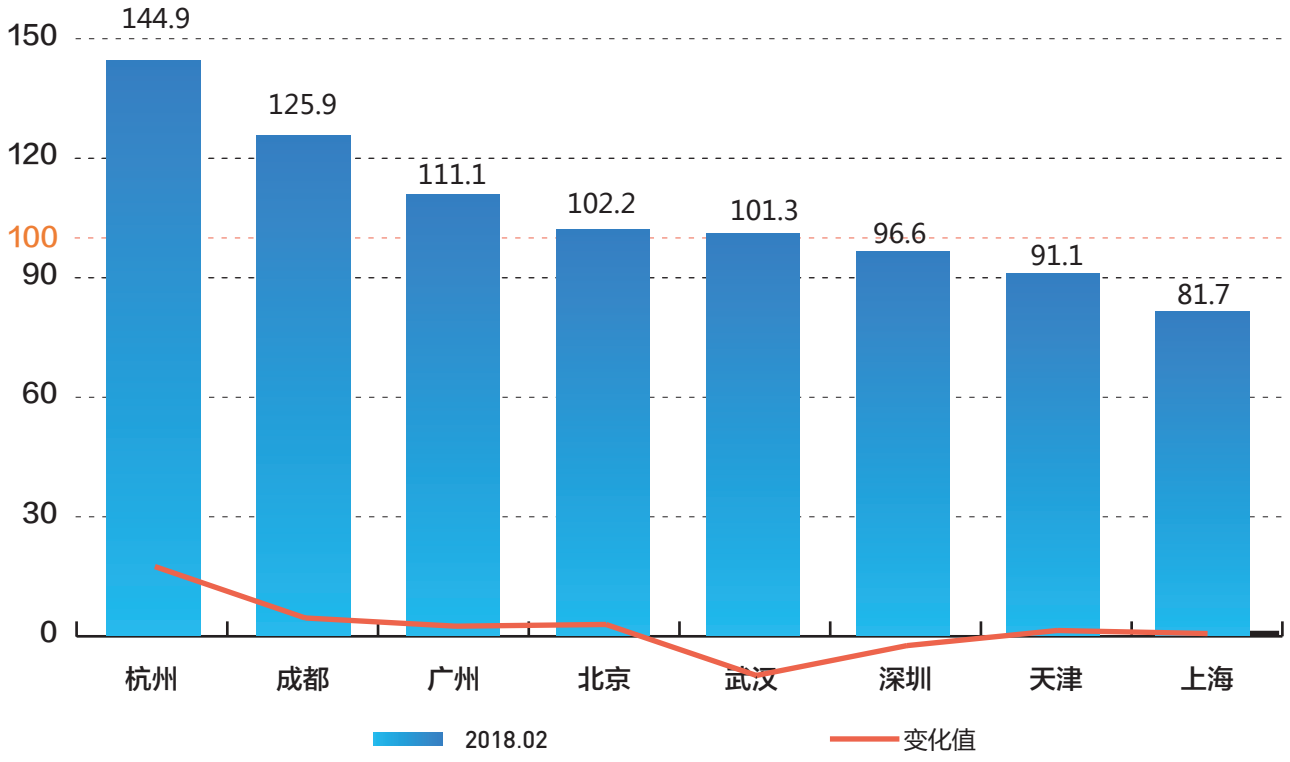

图 9 城市服务消费升级指数（2018.02）

3.3 服务大类消费升级指数

从 2017 年 5 月到现在，服务大类消费升级指数中，居住类消费升级指数远高于其他类别，消费升级现象明显。此外，衣着类服务消费升级指数持续上涨，也呈现出消费升级趋势。

本月居住、衣着、医疗保健三类服务消费升级指数位于前三，居住类服务消费升级指数稳居榜首，本月服务指数与上月持平。衣着类服务消费升级指数录得 138.7，环比上升 12.0，衣着类服务持续升级。本月教育、文化和娱乐消费升级指录得 101.1，环比上升 5.3；生活用品及服务消费升级指数录得 83.7，排在服务消费升级指数的末位。

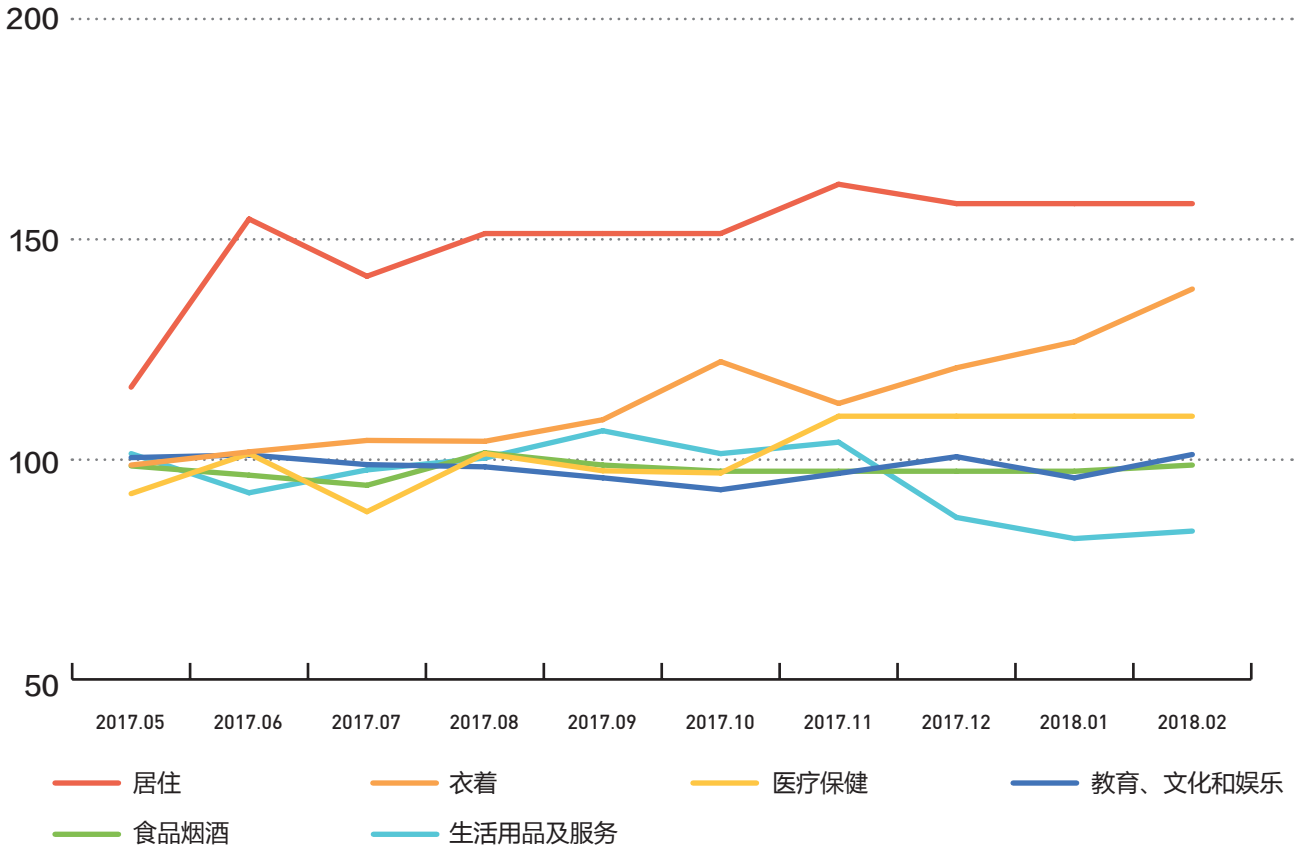

图 7 服务大类消费升级指数（2017.05-2018.02）

3.4 服务中类消费升级指数

从部分具有消费升级特征的代表性服务中类看，本月住房保养、维修及管理和衣类服务升级表现较为突出，教育类服务持续降级。

• 本月住房保养、维修及管理服务消费升级指数录得 158.1，与上月指数持平，是服务类中消费升级指数最高的类别。

• 本月交通类和衣类服务消费升级指数上升较快。交通类服务消费升级指数录得 131.4，环比上升 12.1，衣类服务消费升级指数录得 138.7，环比上升 12.0。衣类服务消费升级指数持续三个月在稳步上升，升级态势明显。

• 教育类服务消费升级指数持续四个月下跌，本月指数录得 60.7，环比下降 1.4，降级现象明显。

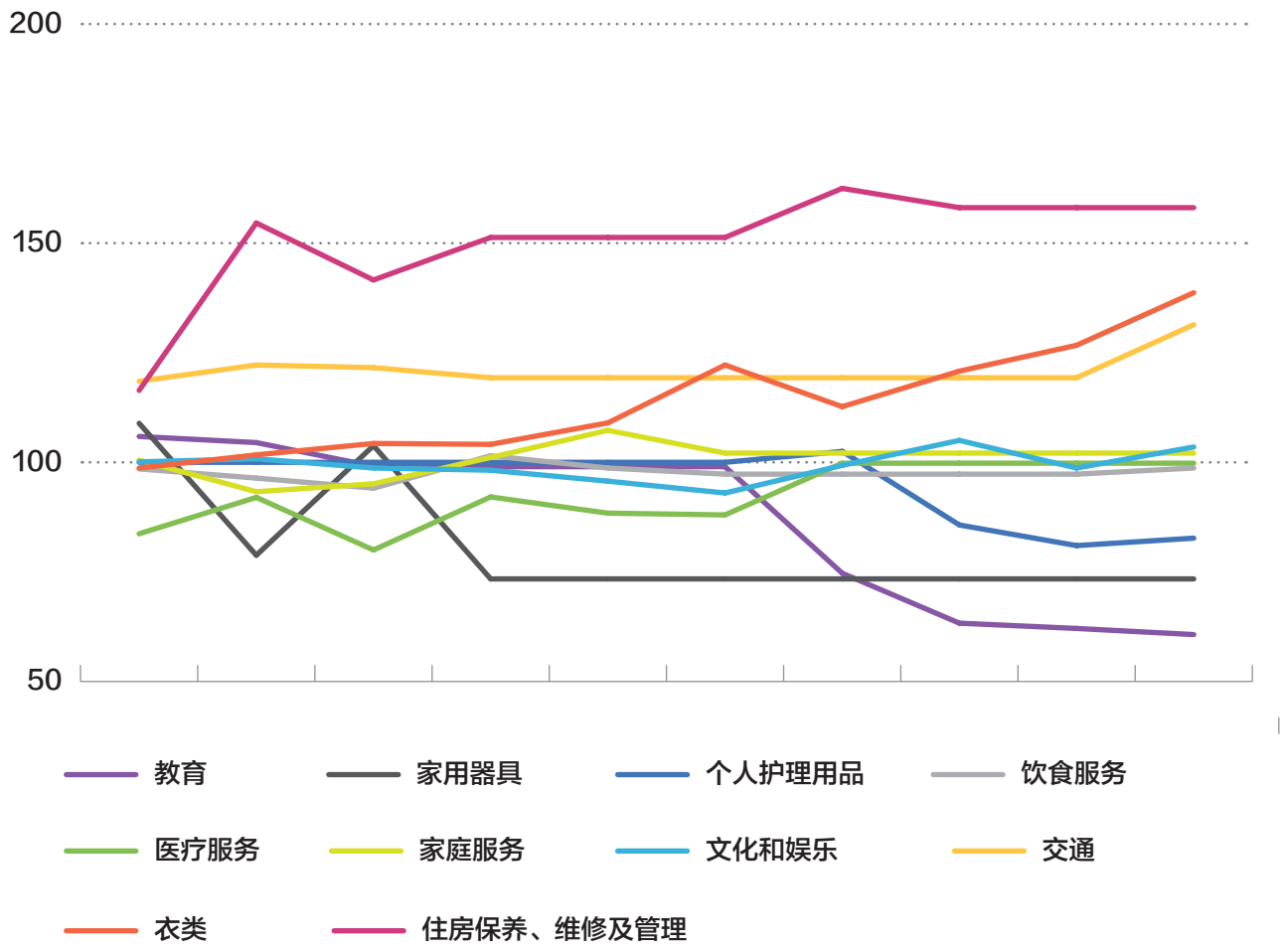

图 11 服务中类消费升级指数（2017.05-2018.02）

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 尤越
电话：010-85647243
邮箱：yueyou@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：
伊利集团连续位居全球乳业 8 强，蝉联亚洲乳业第一，也是中国规模最大、产品线最全的乳制品企业。同时，伊利还是中国唯一一家符合奥运会标准，为 2008 年北京奥运会提供服务的乳制品企业；是中国唯一一家符合世博会标准，为 2010 年上海世博会提供服务的乳制品企业。2017 年 8 月 30 日，北京冬奥组委与伊利集团正式签约并对外宣布：伊利集团成为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方唯一乳制品合作伙伴。伊利成为全球唯一同时服务夏季奥运和冬季奥运的健康食品企业，成就中国乳业新的里程碑。
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，有 1 亿多份伊利产品到达消费者手中。每年，有超过 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

NECI

中国消费升级指数

伊利

研发机构：财新传媒 Caixin Media BBD

冠名机构：伊利