

Joulukauppa 2021

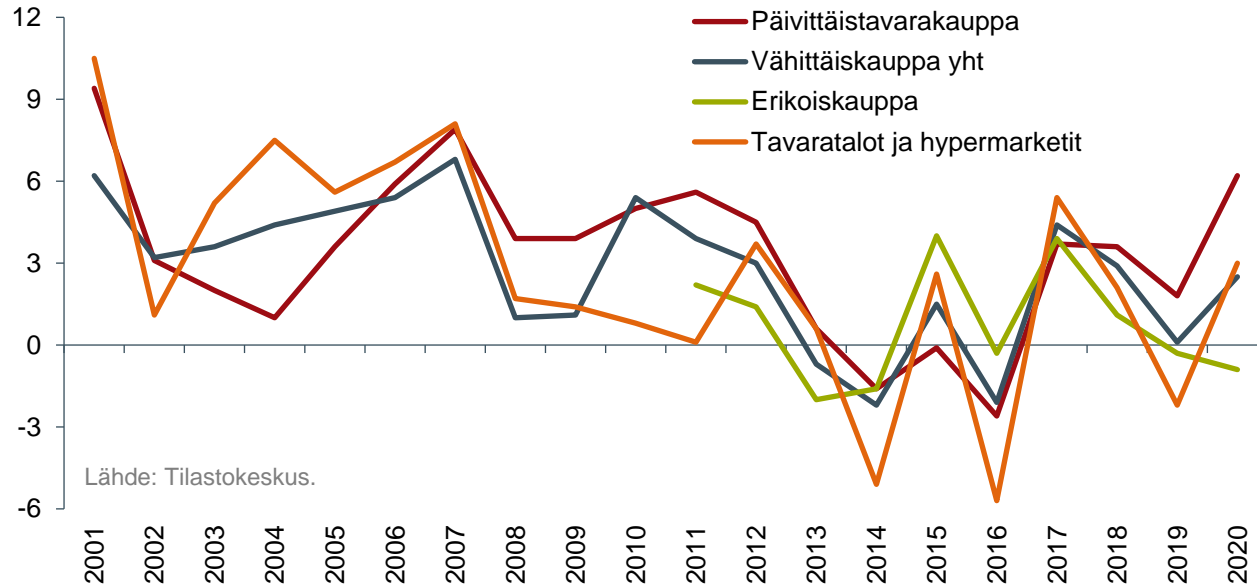
Joulukauppa euroina

- Viime vuonna koko vähittäiskaupan arvonlisäverollinen myynti joulukuussa oli noin 5 mrd. euroa, eli 1110 euroa jokaista Suomessa asuvaa 15–85-vuotiasta kohti. Kotitaloutta kohti joulukuun myynti oli 1810 euroa (Tilastokeskus, Kaupan euroestimaatit).¹
- Joulusesongin tuoma myynnin lisäys (sis. arvonlisäveron) kuukausikeskiarvon päälle oli noin 810 milj. euroa joulukuussa 2020. Joulusesongin tuoma myynnin lisäys oli siis 178 euroa jokaista Suomessa asuvaa 15–85-vuotiasta kohti ja 290 euroa kotitaloutta kohti.
- Marras- ja joulukuun sesonkien tuoma myynnin lisäys oli yhteensä 185 euroa jokaista 15–85-vuotiasta kohti ja 302 euroa jokaista kotitaloutta kohti.

¹ Luvut ovat pyöristettyjä.

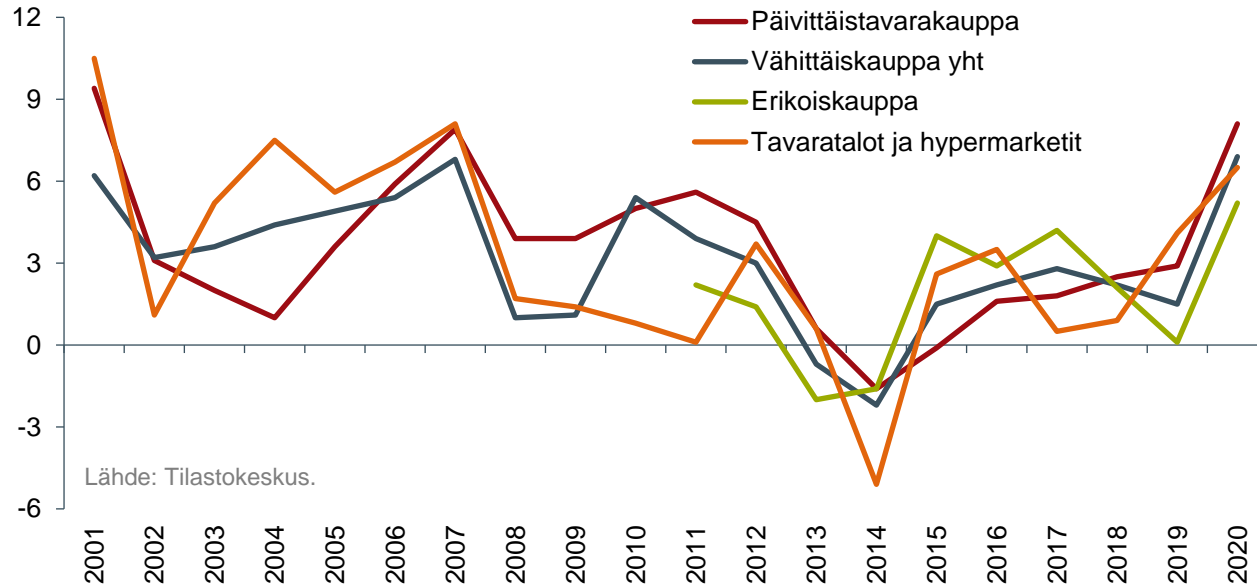
Liikevaihdon vuosimuutokset ovat joulukuussa vaihdelleet vuosittain paljon

Vähittäiskaupan työpäiväkorjatun liikevaihdon vuosikasvu joulukuussa, %



Viime vuosina kaupan keskimääräinen vuosikasvu on marraskuussa ollut joulukuuta nopeampaa

Vähittäiskaupan työpäiväkorjatun liikevaihdon vuosikasvu marraskuussa, %



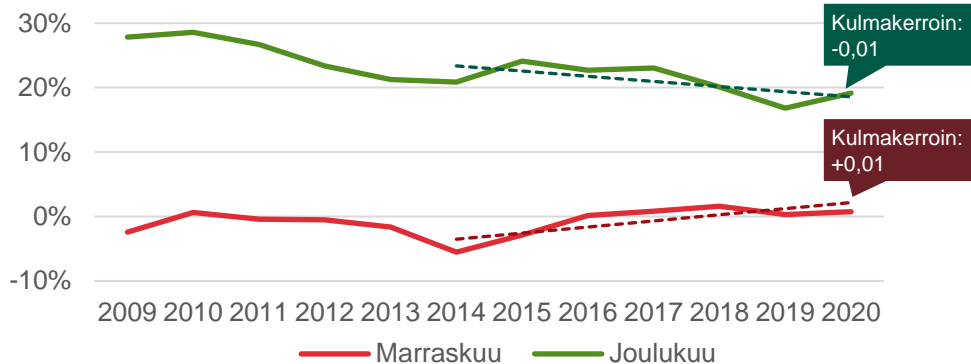
Joulukauppa ja ”Black Friday” -ilmiö

- Vähittäiskaupan ehdoton ykkössesonki, joulukauppa, keskittyy edelleen joulukuulle. Joulukuun myynti kasvaa vuoden kuukausikeskiarvoon verrattuna noin viidenneksen.
 - Vähittäiskaupan joulukuun myynti on 2010-luvulla alkanut hieman tasaantua muille kuukausille.
 - Black Friday -ilmiö on joillakin erikois- ja käyttötavarakaupan aloilla siirtänyt jonkin verran sesongin myyntiä marraskuulle. Erityisesti tämä näkyy kodintekniikassa ja urheilukaupassa.
 - Kyse ei kuitenkaan ole pelkästään joulusesongin aikaistumisesta marraskuun puolelle vaan myös siitä, että erilaisia kampanjoita ja pienempiä sesonkeja on ympäri vuoden.
- Tavarataloille ja monille erikoiskaupan aloille joulumyynnin onnistuminen on lähes kriittistä. Vaikka joulukuun suhteellinen merkitys päivittäistavarakaupassa on laimentunut 2010-luvulla, se on edelleen ylivoimaisesti suurin myyntikuukausi ruokakaupoille ja marketeille.

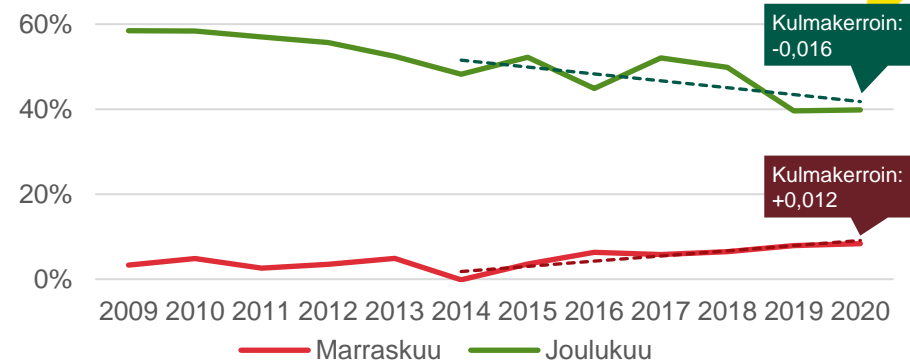
Marraskuun merkitys joulumyynnissä on kasvanut viime vuosina

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna

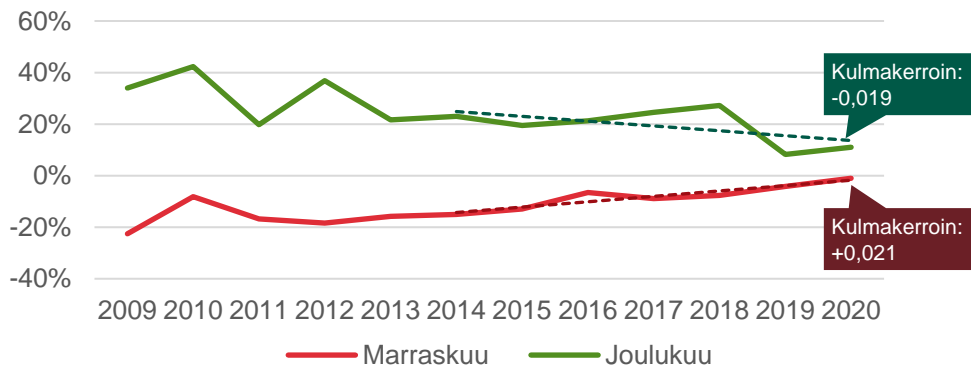
Koko vähittäiskauppa



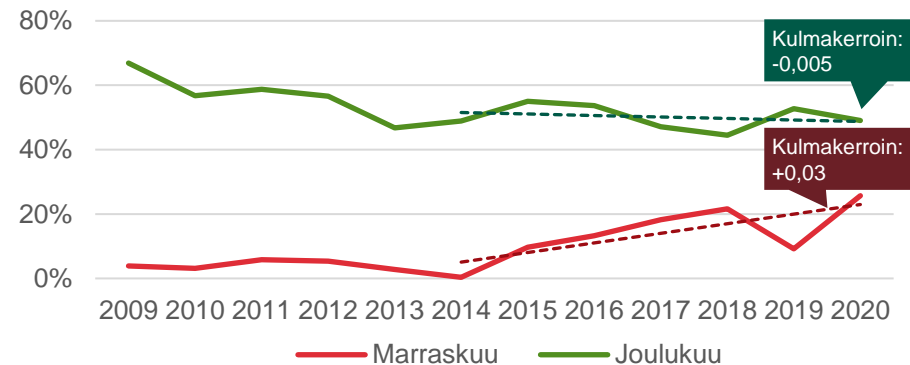
Tavaratalot ja hypermarketit



Urheilu



Kodintekniikka



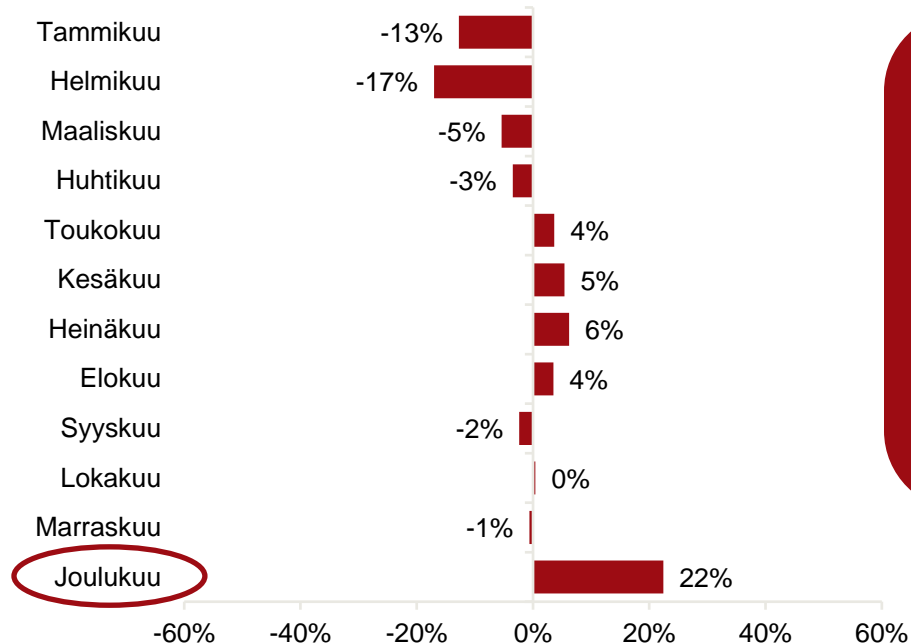
Joulukauppa on elintärkeää tavarataloille ja monille erikoiskaupan aloille

Joulukuun liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna
Keskiarvo 2000–2020



Vähittäiskaupan sesonki on joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna
Keskiarvo 2000–2020



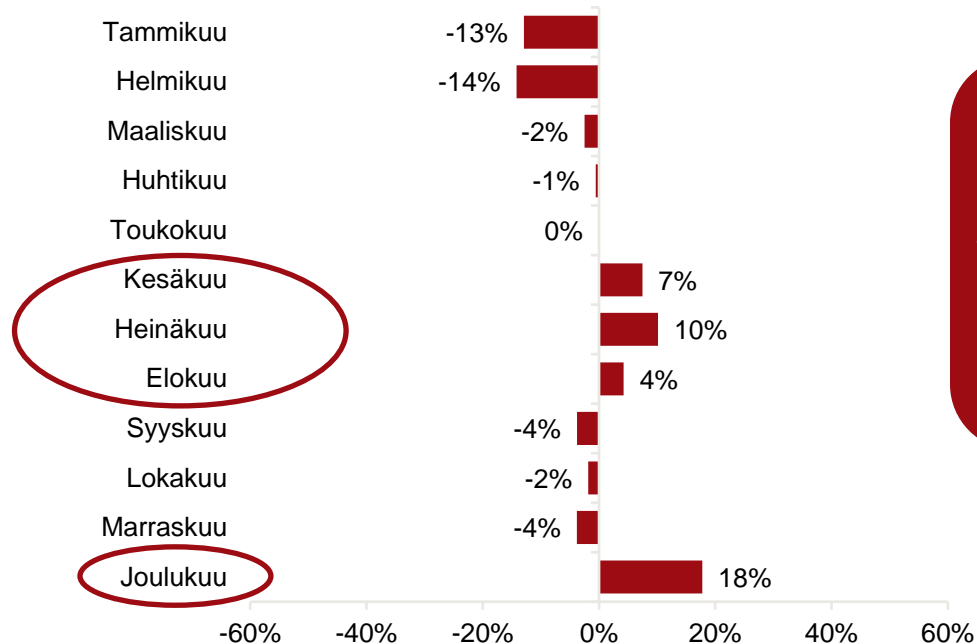
Viime vuosina joulukuun myynnin ero vuosikeskiarvoon on alkanut pienentyä. Kun joulukuussa 2000–2010 ero oli 27 %, 2011–2019 se oli 22 % ja viime vuonna enää 19 %.

Kulutus on alkanut tasoittua ympäri vuoden. Kyse ei siis ole pelkästään ”Black Friday” -ilmiöstä.

Tilastolähde: Tilastokeskus.
Analyysi: Kaupan liitto.

Päivittäistavarakaupan sesongit ovat kesällä ja joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna
Keskiarvo 2000–2020



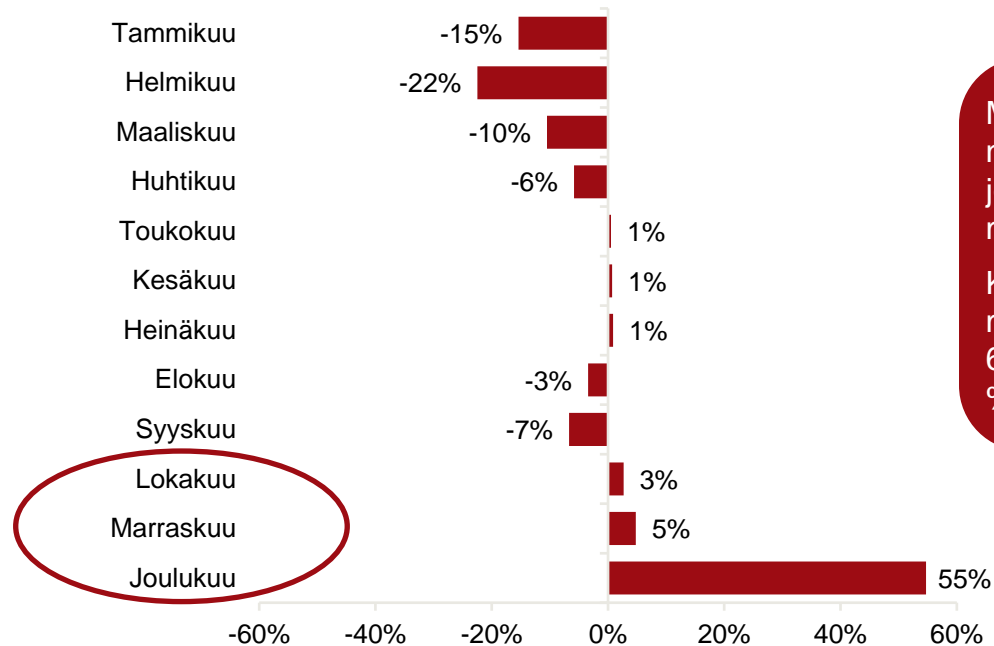
Viime vuosina joulukuun myynnin ero vuosikeskiarvoon on alkanut pienentyä myös päivittäistavarakaupassa.

Joulukuussa 2000–2010 ero oli 20 %, 2011–2019 se oli 15 % ja viime vuonna enää 13 %.

Tilastolähde: Tilastokeskus.
Analyysi: Kaupan liitto.

Tavaratalokauppa kiihtyy loppusyksyllä ja sesonki on joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna
Keskiarvo 2000–2020

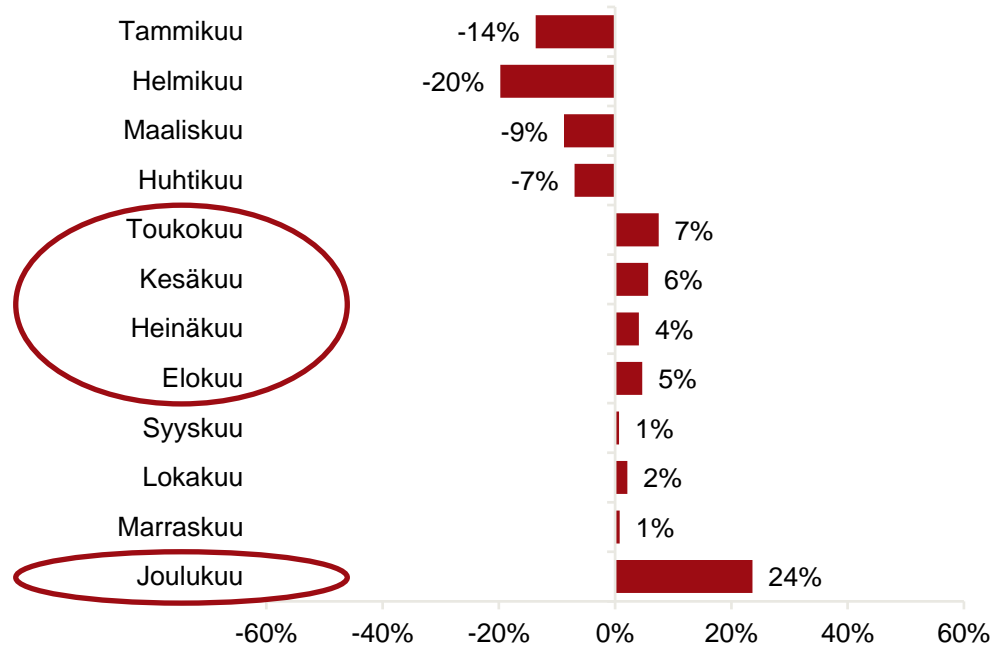


Myös tavaratalokaupassa näkyy trendi, jossa joulukuun suhteellinen merkitys on pienentynyt.

Kun 2000–2010 joulukuun myynnin ero keskiarvoon oli 60 %, 2011–2019 ero oli 50 % ja viime vuonna 40 %.

Erikoiskaupan eri aloilla sesonki ajoittuu hyvin vaihtelevasti

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna
Keskiarvo 2010–2020



Tilastolähde: Tilastokeskus.
Analyysi: Kaupan liitto.

Yritykset odottavat joulukaupan kasvavan

- Kaupan liiton jäsenkyselyn mukaan 29 prosenttia kaupoista odottaa joulumyynnin kasvavan viime vuoteen verrattuna ja 13 prosenttia ennakoi sen pienenevän.
- Yli neljäsosa kaupoista ennakoi joulukaupan aikaistuvan muun muassa Black Fridayn yhteyteen.
 - Varsinkin osa urheilu-, elektroniikka- ja muotikaupoista ennakoi joulusesongin aikaistuvan. Näillä aloilla koetaan myös jonkin verran tuotteiden saatavuusongelmia. Ongelmat eivät kuitenkaan ole yritysten toiminnan kannalta kriittisiä.

Odotukset joulukaupan aikaistumisesta viime vuoteen verrattuna

Yritysten odotukset joulukaupan aikaistumisesta esim. Black Fridayn yhteyteen
Jäsenkysely, 19.10.-31.10.2021

Joulukauppa
aikaistuu

27%

Ei aikaistu

73%

Kauppan odotukset joulumyynnistä

Yritysten odotus tulevasta joulumyynnistä viime vuoteen verrattuna
Jäsenkysely, 19.10.-31.10.2021

