

# Joulukauppa numeroina 2023

**Jaana Kurjenoja**

Pääekonomisti

13.11.2023

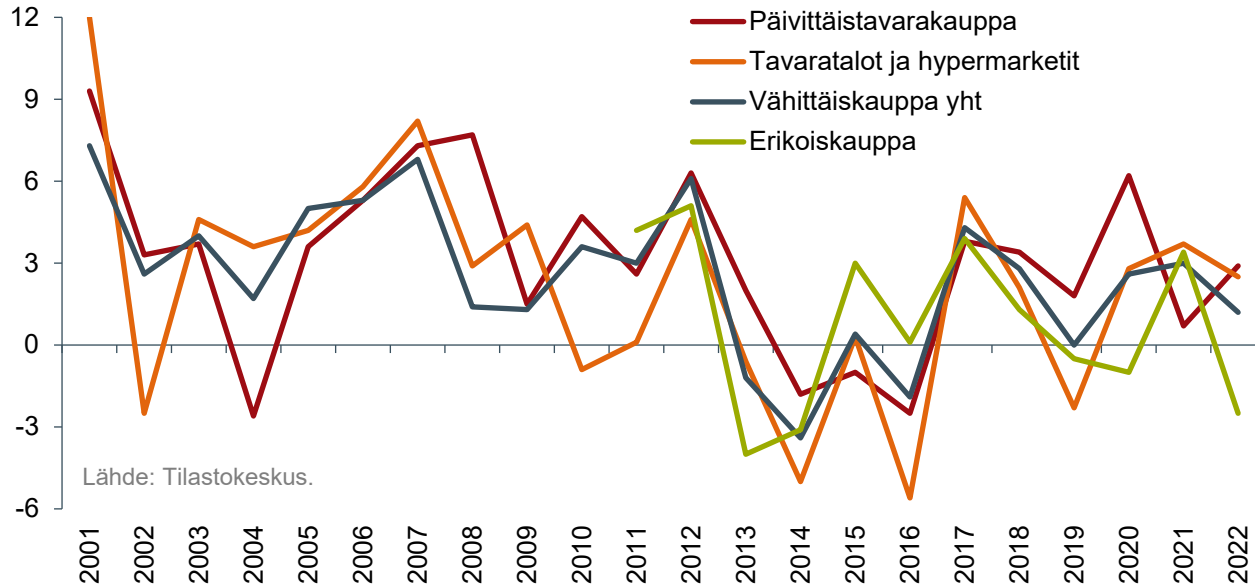
# Joulukauppa euroina

- Viime vuonna koko vähittäiskaupan arvonlisäverollinen myynti joulukuussa oli yli 5,3 ja marraskuussa 4,7 mrd. euroa, eli yhteensä noin 3 580 euroa kotitaloutta (asuntokuntaa) kohti (Tilastokeskus, Kaupan euroestimaatit).<sup>1</sup>
- Joulusesongin tuoma myynnin lisäys (sis. arvonlisäveron) kuukausittaisen keskiarvomyyntiin päälle oli noin 838 milj. euroa marras-joulukuussa 2022.
- Marras- ja joulukuun sesonkien tuoma myynnin lisäys oli yhteensä 182 euroa jokaista 15–85-vuotiasta kohti ja 297 euroa jokaista kotitaloutta (asuntokuntaa) kohti.

<sup>1</sup> Luvut ovat pyöristettyjä.

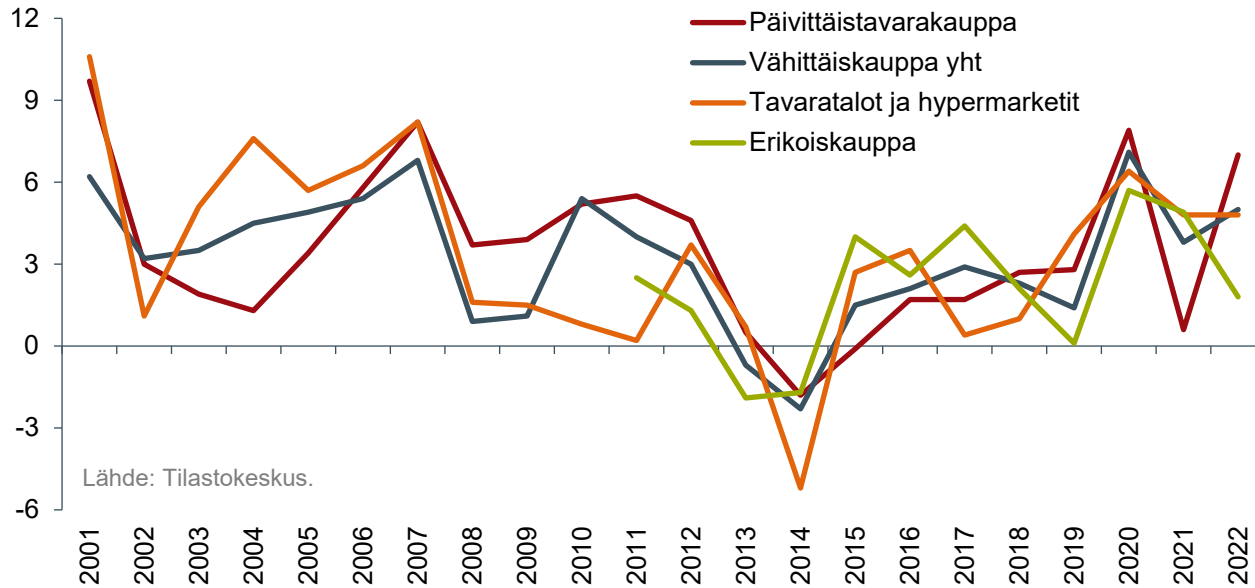
# Liikevaihdon vuosimuutokset ovat joulukuussa vaihdelleet vuosittain paljon

Vähittäiskaupan työpäiväkorjatun liikevaihdon vuosikasvu joulukuussa, %



# Viime vuosina erikoiskauppa on kasvanut marraskuussa nopeammin kuin joulukuussa

Vähittäiskaupan työpäiväkorjatun liikevaihdon vuosikasvu marraskuussa, %



# Joulukauppa ja ”Black Friday” -ilmiö

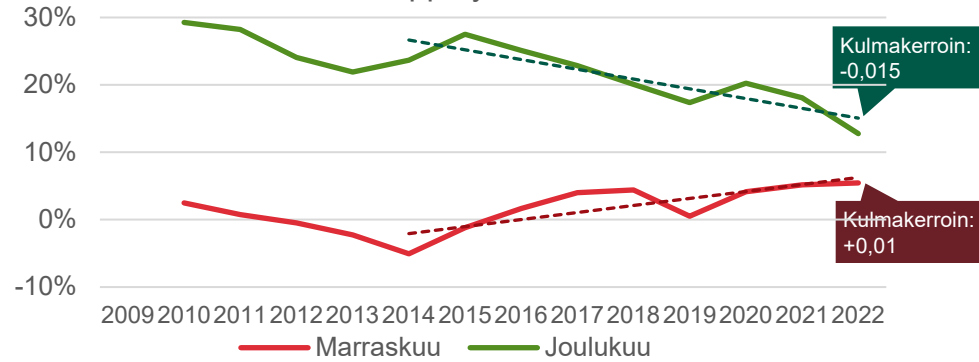
- Vähittäiskaupan ehdoton ykkössesonki, joulukauppa, keskittyy edelleen joulukuulle. Joulukuun myynti kasvaa vuoden kuukausikeskiarvoon verrattuna noin viidenneksen.
  - Vähittäiskaupan myynti on 2010-luvulla alkanut tasaantua ympäri vuoden.
  - Kyse ei ole pelkästään joulusesongin aikaistumisesta marraskuun puolelle vaan myös siitä, että erilaisia kampanjoita ja pienempiä sesonkeja on ympäri vuoden.
  - Black Friday -ilmiö on varsinkin joillakin erikois- ja käyttötavarakaupan aloilla siirtänyt selvästi sesongin myyntiä joulukuulta marraskuulle. Erityisesti tämä näkyy kodintekniikassa sekä vaate- ja urheilukaupassa.
  - Joulusesongin vuosittaiseen myyntiin vaikuttavat vahvasti myös säät varsinkin urheilu- ja vaatekaupassa.
- Joulukuun myynnin onnistuminen on kuitenkin edelleen erittäin tärkeää varsinkin tavarataloille ja monille erikoiskaupan aloille. Vaikka joulukuun suhteellinen merkitys päivittäistavarakaupassa on laimentunut 2010-luvulla, se on edelleen ylivoimaisesti suurin myyntikuukausi myös ruokakaupoille ja marketeille.

# Marraskuun merkitys joulumyynnissä on kasvanut viime vuosina

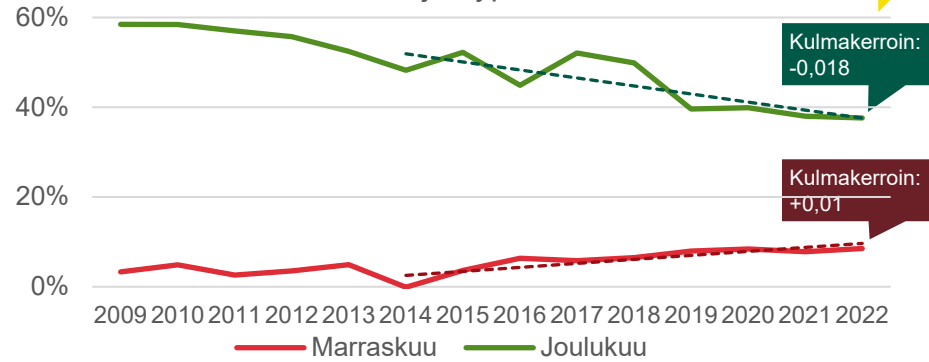
Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna

Tilastolähde: Tilastokeskus; Analyysi: Kaupan liitto.

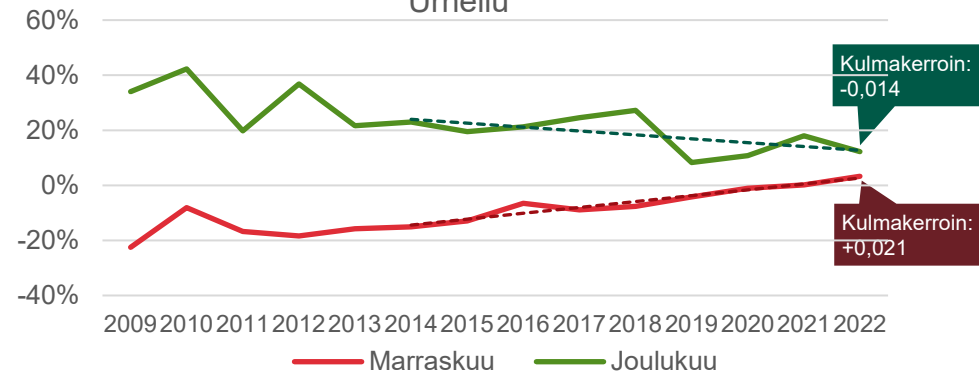
## Erikoiskauppa yhteensä



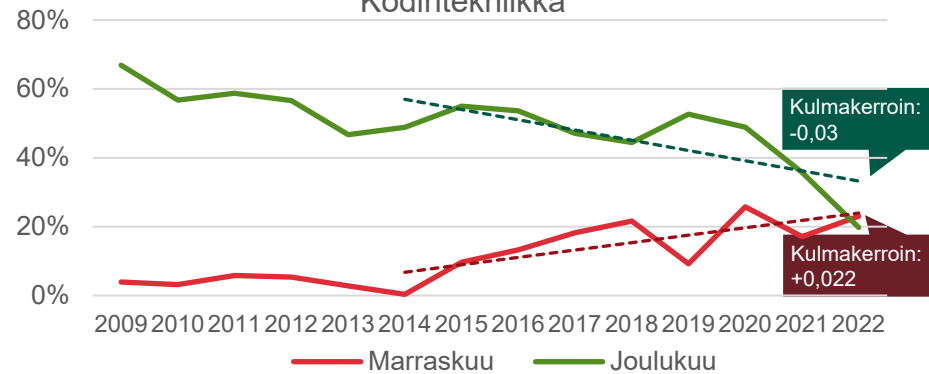
## Tavaratalot ja hypermarketit



## Urheilu



## Kodintekniikka



# Joulukuun myynti on tärkeää tavarataloille ja monille erikoiskaupan aloille

Joulukuun liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna  
Keskiarvo 2000–2022



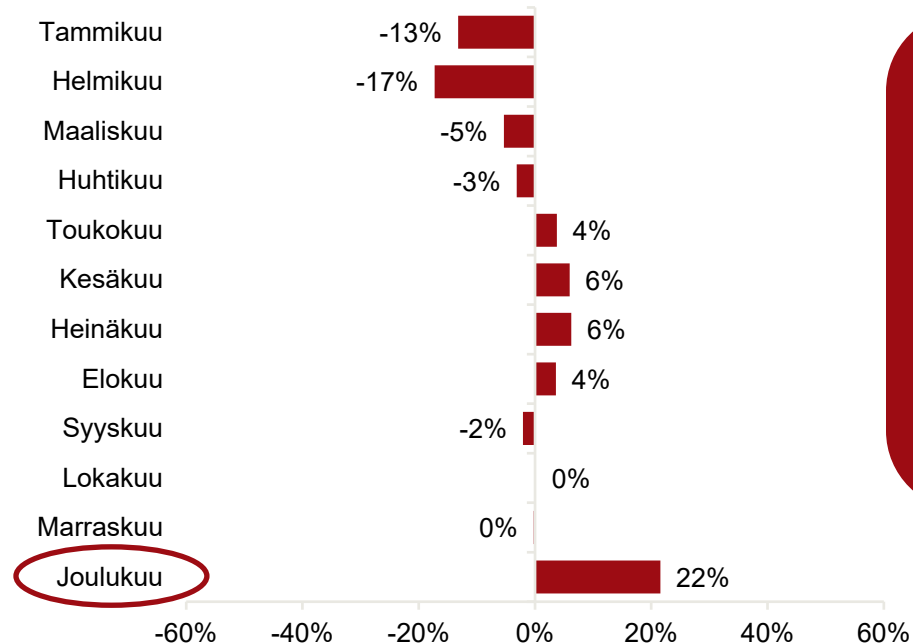
\* Myynti erikoiskaupoissa

13.11.2023

Jaana Kurjenoja

# Vähittäiskaupan sesonki on edelleen joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna  
Keskiarvo 2000–2022



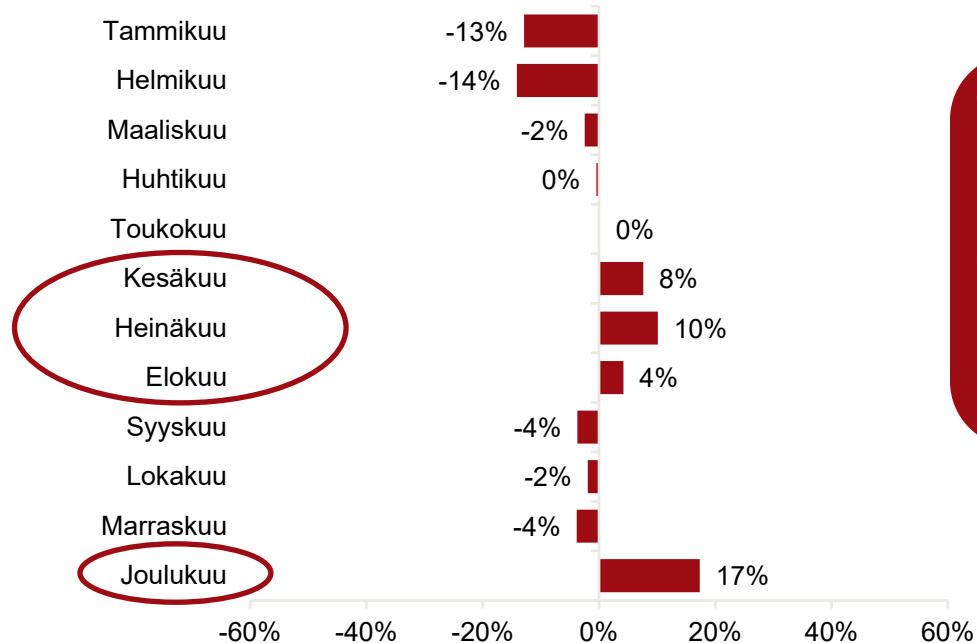
Viime vuosina joulukuun myynnin ero vuosikeskiarvoon on alkanut pienentyä. Kun joulukuussa 2000–2005 ero oli 28 %, 2018–2022 se oli 18 % ja viime vuonna enää 16 %.

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



# Päivittäistavarakaupan sesongit ovat kesällä ja joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna  
Keskiarvo 2000–2022

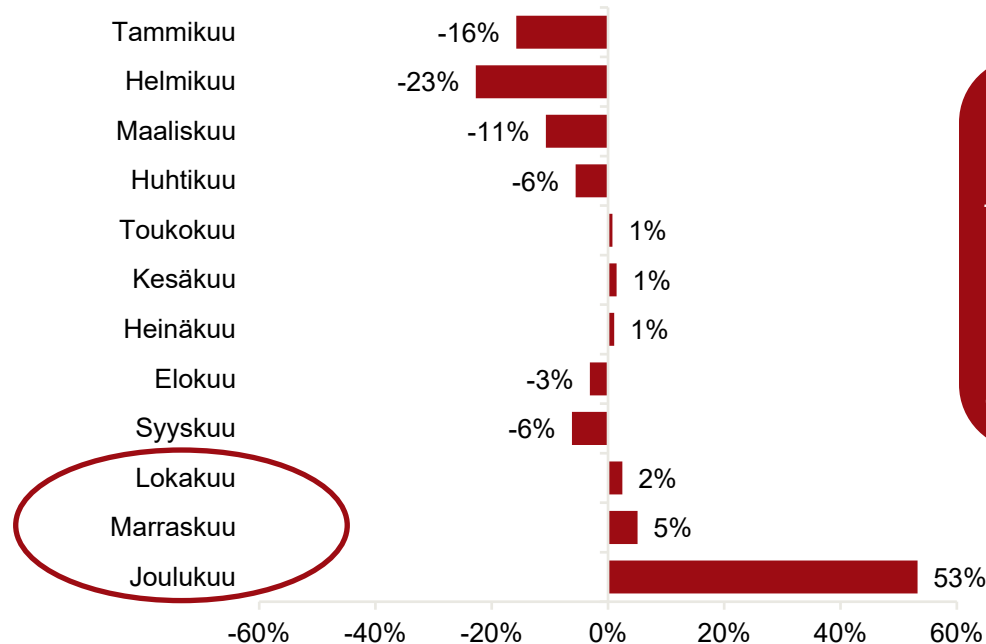


Viime vuosina joulukuun myynnin ero vuosikeskiarvoon on alkanut pienentyä myös päivittäistavarakaupassa.

Joulukuussa 2000–2005 ero oli 21 %, 2018–2022 se oli 13 %.

# Tavaratalo- ja hypermarketkauppa kiihtyy loppusyksyllä ja sesonki on joulukuussa

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna  
Keskiarvo 2000–2022

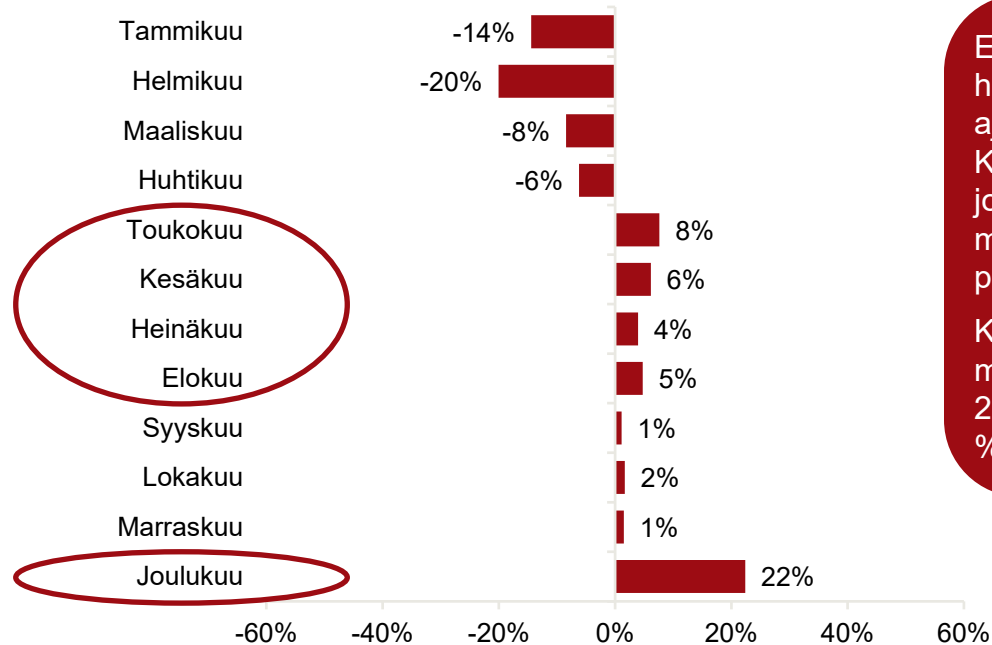


Myös tavaratalokaupassa näkyy trendi, jossa joulukuun suhteellinen merkitys on pienentynyt.

Kun 2000–2005 joulukuun myynnin ero keskiarvoon oli 62 %, 2018–2022 ero oli 41 % ja viime vuonna 38 %.

# Erikoiskaupan eri aloilla sesonki ajoittuu hyvin vaihtelevasti

Liikevaihdon arvo keskimääräiseen kuukausimyyntiin verrattuna  
Keskiarvo 2010–2022



Erikoiskaupan eri alojen huippusesonkien ajoittuminen vaihtelee. Keskimäärin sesonki on joulukuussa, vaikka sen merkitys onkin alkanut pienentyä.

Kun 2010–2015 joulukuun myynnin ero keskiarvoon oli 26 %, 2018–2022 ero oli 18 % ja viime vuonna 13 %.