

解析美国的圣诞季消费

报告摘要

● 解析美国的圣诞季消费

近期正值美国的圣诞季节，这是一年中的消费旺季，目前的各项消费数据也都表现的非常好。因此，本篇周报将主要来解析美国的圣诞季消费，并测算得出各项数据。

1、黑色星期五（Black Friday）

黑色星期五是感恩节后的第二天，今年是11月29日，这一天商家会推出大量的折扣和优惠活动。根据Comscore的数据和我们的测算，黑色星期五当天的在线零售额为58.36亿美元，同比增长22.7%；总零售额为312亿美元，同比增长7.7%。

2、网络星期一（Cyber Monday）

网络星期一是黑色星期五之后的第一个星期一，今年是12月2日，这一天商家会在网上商店里提供相当大的折扣。根据Comscore的数据和我们的测算，网络星期一当天的在线零售额为78.97亿美元，同比增长31.4%，创下了近几年以来的最高增速；总零售额为191亿美元，同比增长15.4%。

3、超级星期六（Super Saturday）

超级星期六是指圣诞节之前的星期六，今年是12月21日。根据Customer Growth Partners的数据和我们的测算，超级星期六当天的零售额为344亿美元，同比增长27.2%，增速出现了非常明显的回升，超过了黑色星期五的312亿美元，是美国的第一大购物节日。

4、对宏观经济数据的影响

从以上可以看出，美国圣诞季的消费正在发生一些结构性的变化：比如消费时间从黑色星期五转移到超级星期六、比如线上消费的增速要远高于线下消费。不过就总体而言，美国圣诞季的消费仍然保持了比较高的增速，根据NFR的数据，在这个圣诞季（11月1日至12月31日），调查对象预计将每人平均花费1048美元（不包括大件消费），同比增长4.07%，这个增速在历史上处于很高的位置；同时，整个圣诞季的消费总额预计将达到7279-7307亿美元，同比增长3.8%-4.2%，增速较去年出现明显改善。

那么，如此强劲的消费增速会对宏观经济数据产生什么影响？我们发现，圣诞季的消费增速与四季度名义GDP分项中的个人消费支出增速之间存在非常明显的正相关关系，R2可以达到78%。因此，按照回归方程来计算，圣诞季消费若增长3.8%-4.2%，将会使得个人消费支出增长4.42%-4.65%，这会拉动美国四季度的名义GDP3.01%-3.17%。因此，在强劲的消费支出拉动下，2019年四季度美国的GDP数据表现并不会很差，在去年四季度低基数的作用下，名义GDP的同比数据甚至还有可能出现一些回升。

研究部

钟正生

zhongzhengsheng@cebm.com.cn

姚世泽

szyao@cebm.com.cn

关于莫尼塔研究：

莫尼塔研究是财新集团旗下的独立研究公司。

自2005年成立伊始，莫尼塔研究一直为全球大型投资机构及各类企业提供资本市场投资策略，信息数据以及产业相关的研究服务。我们的客户包括国内外大型资产管理公司，保险公司，私募基金及各类企业。

2015年莫尼塔研究加入财新集团，成为中国最具影响力的财经媒体集团+顶级智库的一员。



目录

一、主题评论：解析美国的圣诞季消费	4
1、黑色星期五（Black Friday）	4
2、网络星期一（Cyber Monday）	4
3、超级星期六（Super Saturday）	5
4、对宏观经济数据的影响	5
二、海外重点事件追踪	7
1、贝利担任下一任英国央行行长	7
2、日本央行公布货币政策会议纪要	7
3、日本批准创纪录 102.7 万亿日元年度预算	7
三、大类资产走势回顾	8
1、汇率：美元指数下跌至 97	8
2、商品：原油价格继续上涨	8
3、股债：全球股市继续上涨	9
四、海外央行观点追踪	9
1、美联储主要官员表态追踪	9
2、欧央行主要官员表态追踪	9
3、日央行主要官员表态追踪	9
4、其他央行主要官员表态追踪	9
五、海外市场机构观点追踪	10

图表目录

图表 1：黑色星期五的在线零售额以及同比增速	4
图表 2：黑色星期五的总零售额以及同比增速	4
图表 3：网络星期一的在线零售额以及同比增速	4
图表 4：网络星期一的总零售额以及同比增速	4
图表 5：2019 年超级星期六的销售额达到 344 亿美元	5
图表 6：超级星期六的线下客流量增速	5
图表 7：超级星期六的总零售额以及同比增速	5
图表 8：圣诞季调查对象的平均日常花费	6
图表 9：预计 2019 年圣诞季的消费总额预计将达到 7279-7307 亿美元，同比增长 3.8%-4.2%	6
图表 10：圣诞消费与个人消费支出的正相关关系	6

图表 11: 二者回归的 R^2 可以达到 78%.....	6
图表 12: 上周美元指数回升至 97.69	8
图表 13: 上周英镑出现大幅下跌	8
图表 14: 上周原油价格继续上涨	8
图表 15: 上周黄金价格小幅下跌	8
图表 16: 上周全球股市继续上涨	9
图表 17: 上周美德、美日利差均上升.....	9

一、主题评论：解析美国的圣诞季消费

近期正值美国的圣诞季节，这是一年中的消费旺季，目前的各项消费数据也都表现的非常好。因此，本篇周报将主要来解析美国的圣诞季消费，并测算得出各项数据。

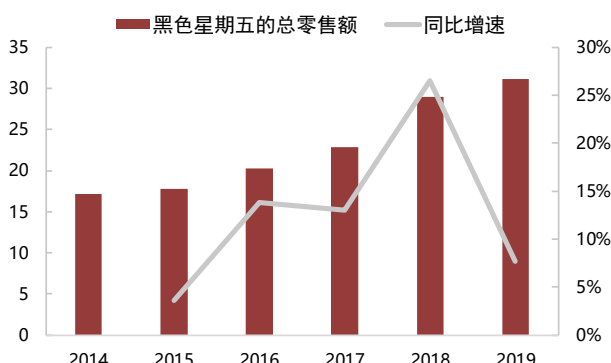
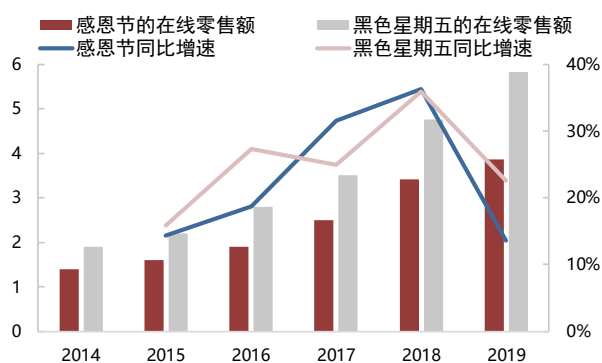
1、黑色星期五（Black Friday）

感恩节是每年11月的第四个星期四，今年是11月28日；黑色星期五是感恩节后的第二天，也就是11月29日。感恩节是美国的法定假日，黑色星期五尽管并不是法定假日，但大部分公司也会在这一天放假。在这两天，美国的商家会推出大量的折扣和优惠活动。

Comscore网站每年会统计各重要节日的在线零售额，根据数据，2019年感恩节当天的在线零售额为38.7亿美元，同比增长13.6%；黑色星期五当天的在线零售额为58.36亿美元，同比增长22.7%（图表1）。在总零售额方面，虽然没有查到历史数据，但是可以根据美国商务部普查局公布的网络零售额占比来大致计算出来。根据我们的计算，2019年黑色星期五的总零售额为312亿美元，同比增长7.7%（图表2）。

图表 1：黑色星期五的在线零售额以及同比增速

图表 2：黑色星期五的总零售额以及同比增速



来源：Comscore，莫尼塔研究，单位：Billions

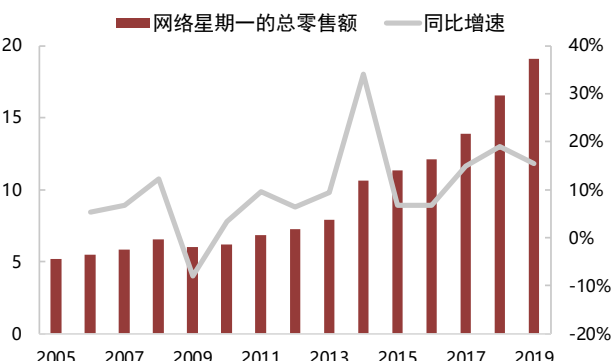
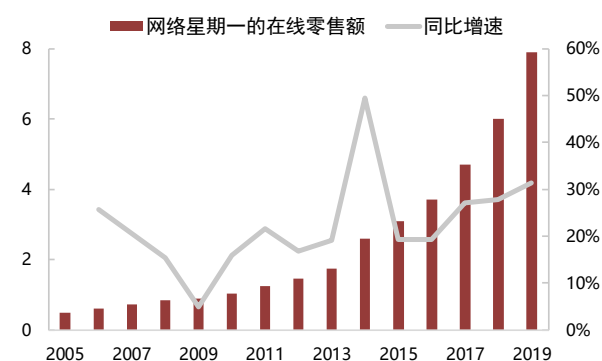
来源：Wind、Comscore，莫尼塔研究测算，单位：Billions

2、网络星期一（Cyber Monday）

网络星期一是黑色星期五之后的第一个星期一，今年是12月2日。在这一天，许多商家会在网上商店里提供相当大的折扣幅度，类似于国内的双十一。根据Comscore的数据，今年网络星期一的在线零售额为78.97亿美元，同比增长31.4%，创下了近几年以来的最高增速（图表3）；总零售额方面，根据我们的计算，今年网络星期一的总零售额为191亿美元，同比增长15.4%（图表4）。

图表 3：网络星期一的在线零售额以及同比增速

图表 4：网络星期一的总零售额以及同比增速



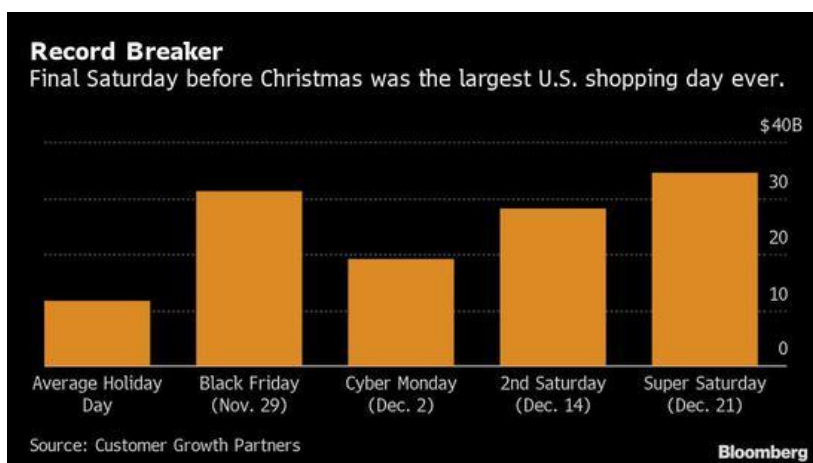
来源：Comscore，莫尼塔研究，单位：Billions

来源：Wind、Comscore，莫尼塔研究测算，单位：Billions

3、超级星期六（Super Saturday）

超级星期六是指圣诞节之前的星期六，今年是12月21日。此前超级星期六的零售销售额要低于黑色星期五，但是近几年来随着客流量和折扣的增加，超级星期六的销售额已经超过了黑色星期五。根据Customer Growth Partners的数据，今年超级星期六的零售额为344亿美元，超过了黑色星期五的312亿美元，是美国的第一大购物节日（图表5）。

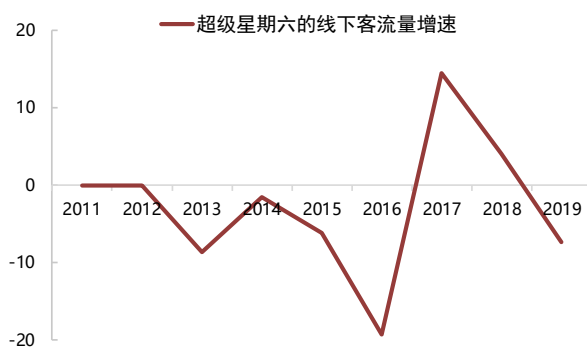
图表 5：2019 年超级星期六的销售额达到 344 亿美元



来源：Bloomberg，莫尼塔研究

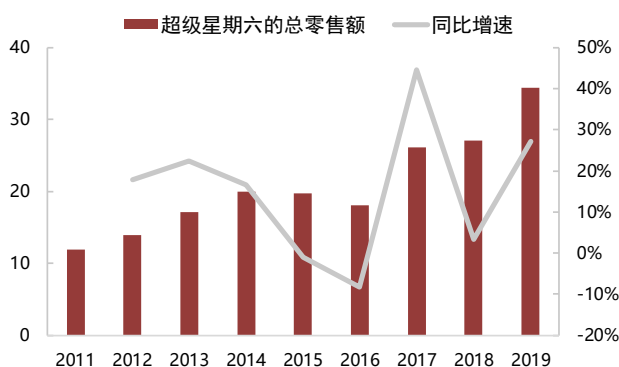
我们利用Bloomberg上的线下客流量数据（图表6），以及Wind上的线上占比数据、工资数据、股市数据（用来衡量财产性收入）计算得出了2011年至今，每年超级星期六的销售金额和同比增速。根据计算结果，2019年的超级星期六销售额较2018年同比提高了27.2%，增速出现了非常明显的回升，这个增速在历史上也处于比较高的位置（图表7）。

图表 6：超级星期六的线下客流量增速



来源：Bloomberg，莫尼塔研究

图表 7：超级星期六的总零售额以及同比增速

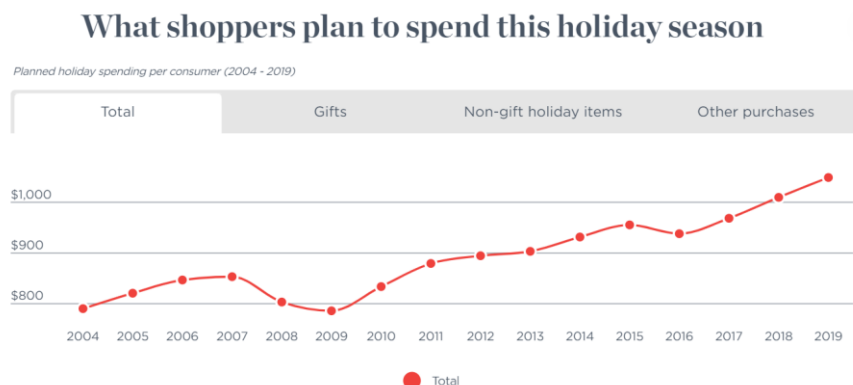


来源：Wind、Bloomberg，莫尼塔研究测算，单位：Billions

4、对宏观经济数据的影响

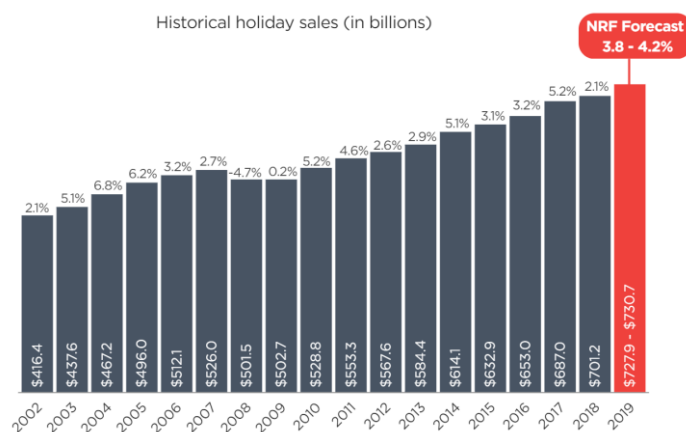
从以上分析可以看出，美国圣诞季的消费正在发生一些结构性的变化：比如消费时间从黑色星期五转移到超级星期六、比如线上消费的增速要远远高于线下消费。不过就总体而言，美国圣诞季的消费仍然保持了比较高的增速，根据National Retail Federation的数据，在这个圣诞季（11月1日至12月31日），调查对象预计将每人平均花费1048美元（不包括大件消费），同比增长4.07%，这个增速在历史上处于很高的位置（图表8）；同时，整个圣诞季的消费总额预计将达到7279-7307亿美元，同比增长3.8%-4.2%，增速较去年出现明显改善（图表9）。

图表 8：圣诞季调查对象的平均日常花费



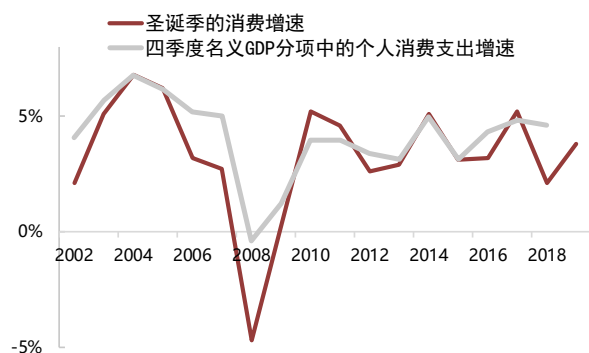
来源：National Retail Federation，莫尼塔研究

图表 9：预计 2019 年圣诞季的消费总额预计将达到 7279-7307 亿美元，同比增长 3.8%-4.2%

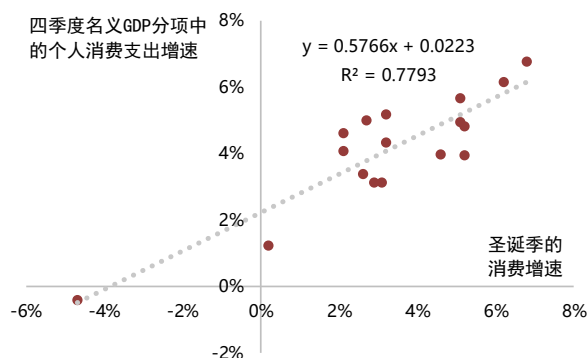


来源：National Retail Federation，莫尼塔研究

那么，如此强劲的消费增速会对宏观经济数据产生什么影响？我们发现，圣诞季的消费增速与四季度名义GDP分项中的个人消费支出增速之间存在非常明显的正相关关系， R^2 可以达到78%（图表10、图表11）。因此，按照回归方程来计算，圣诞季消费若增长3.8%-4.2%，将会使得个人消费支出增长4.42%-4.65%，这会拉动美国四季度的名义GDP3.01%-3.17%。因此，在强劲的消费支出拉动下，2019年四季度美国的GDP数据表现并不会很差，在去年四季度低基数的作用下，名义GDP的同比数据甚至还有可能出现一些回升。

图表 10：圣诞消费与个人消费支出的正相关关系 图表 11：二者回归的 R^2 可以达到 78%

来源：NRF、Wind，莫尼塔研究



来源：NRF、Wind，莫尼塔研究

二、海外重点事件追踪

1、贝利担任下一任英国央行行长

12月20日，英国财政大臣贾伟德宣布安德鲁·贝利成为下一任英国央行行长，任期八年，现任英国央行行长卡尼将于明年3月15日正式卸任。根据资料，贝利现年60岁，获得剑桥大学的经济史博士学位，1985年进入英国央行工作；2008年危机期间，时任英国央行首席出纳的贝利负责针对苏格兰皇家银行以及哈利法克斯银行的政府救助行动，帮助英国银行业渡过危机；2013年，英国央行改组，贝利负责领导最新成立的审慎监管局，也兼任英国央行副行长；2016年，贝利离开英国央行，担任英国金融行为监管局（FCA）首席执行官。

在就任央行行长后，贝利面临着众多挑战，包括：（1）应对脱欧带来的经济挑战，目前基准利率为0.75%，QE也一直在实施，英国央行可用的弹药并不多；（2）英国央行自从2008年后便开始分担金融业监管之职，脱欧后，之前应用的欧盟法规都要换成英国自己的法规，这意味着英国央行需要在监管方面付出更多，英国央行的监管是像欧央行一样严苛，还是适当放宽，都需要贝利来决定；（3）脱欧后，英国的金融企业就失去了可以在欧盟各国自由运营的通行证，英国巨大的欧元清算业务也可能受损，这可能会危及到伦敦的金融中心地位。不少人指出，为什么要选择贝利作为英国央行行长？贝利没有过票委的经验，但是有着丰富的管理和监管经验，因此，在英国脱欧后的未来几年里，也许制定利率政策并非关键，守住伦敦作为全球金融中心的地位才是英国央行的工作重点；（4）英国央行的独立性问题，很多媒体提到，此次贾伟德宣布任命贝利的房间就是1997年布朗宣布英国央行独立化的房间，这显得意味深长，英国首相约翰逊目前的强势也令人怀疑他是否也会干涉央行。

2、日本央行公布货币政策会议纪要

12月24日，日本央行公布10月货币政策会议纪要。上周四，日本央行利率决议维持基准利率为-0.1%不变，同时维持10年期国债收益率目标为约0%不变。此次会议纪要的关注点包括：（1）多数成员一致认为，海外经济下行风险依然显著，必须继续密切关注通胀动能丧失的可能性；（2）一些委员表示，央行必须与政府密切合作，以应对下一次经济下滑，这实际上就是货币政策与财政政策之间的配合；（3）一位委员认为，央行应该继续评估进一步放松货币政策的必要性，这种观点在之前是没有的，表明日本央行内部也开始出现一些分歧；（4）少数成员表示，尽管目前金融机构财务稳健状况得到保证，但长期低利率的累积的副作用值得警惕，继美联储、欧央行、瑞典央行后，日本央行也开始关注负利率的副作用。

另外，本次会议日本央行还公布了ETF借贷计划的详细细节，此前是在4月宣布了该计划，ETF

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_8097

