

## Sajtóközlemény

2019. február 26.

**Sztupár Andrea**  
Tel. +36 30 970 6418  
andrea.sztupar@gfk.com

**Mihók Ildikó**  
Public Relations  
Tel. +36 30 619 3361  
ildiko.mihok@gfk.com

### Az okostelefonok globális forgalma 2018-ban elérte az 522 milliárd dollárt

**Budapest, 2019. február 25. – 44 százalékos részesedésével az okostelefonok, mobiltelefonok és viselhető kiegészítők továbbra is az 1,2 ezer milliárd dollár összértékű műszaki fogyasztási cikkek piacának hajtómotorja. Jóllehet, az okostelefonok iránt mutatkozó globális kereslet 2018-ban 3 százalékkal 1,44 milliárd darabra mérséklődött, az forgalom nem lanyhult és értékben elérte az 522 milliárd dollárt – állapítja meg a GfK a Barcelonában megrendezésre kerülő Mobile World Congress 2019 alkalmából kiadott közleményében.**

A globális okostelefon-értékesítés 2018-ban nem lanyhult annak köszönhetően, hogy a növekedést támogató prémium trend tovább folytatódott. Ez számokban kifejezve 5 százalékos növekedést jelent (522 milliárd dollár). Igaz ugyan, hogy az okostelefonok iránti kereslet 2018-ban az egy évvel korábbiakhoz képest 3 százalékkal 1,44 milliárd darabra mérséklődött, az okostelefonok a műszaki fogyasztási cikkek globális forgalmának többségét adták tavaly, és 2019-ben ez az arány várhatóan egy százalékkal tovább nő majd.

A 2018. IV. negyedéves számok hasonló trendet mutatnak: világszerte 375 millió készülék (2017-hez képest -7 százalék) került eladásra összesen 144 milliárd dollár értékben.

**Bár a prémium szegmens a növekedést hajtja, az újabb innováció továbbra is hiányzik** A 2018-ban eladott okostelefonok mintegy 12 százalékát (2017-ben: 9 százalék) kínálták 800 dollárnál is magasabb áron. A 150-400 dolláros közepes árszintet képviselő szegmens továbbra is fontos versenytér: a 2018-ban globálisan eladott készülékek 46 százaléka (2017-ben: 44 százalék) e szegmensbe tartozik.



GfK Hungária  
Piacutató Intézet  
1077 Budapest  
Wesselényi u. 16.  
A épület, IV. emelet  
Magyarország

Levelezési cím:  
1391 Budapest 62  
Pf. 220

Tel. +36 1 452 3050  
Fax +36 1 320 1776  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)  
[www.facebook.com/gfkhungaria](https://www.facebook.com/gfkhungaria)

Igazgató  
Kozák Ákos PhD

Noha némiképp nehéz az összehasonlítás 2017 erős utolsó negyedével, a 2018. október-decemberi időszakban az újabb innováció hiánya meghosszabbította az egyes készülékek lecseréléséig tartó használati időt, így nyomást gyakorolt az átlagárakra, minek eredményeképpen az 2 százalékos csökkenést követően az 384 dolláron állt meg.

### **A technológiai konvergencia élménygazdagságot tesz lehetővé**

A GfK Consumer Life tanulmánya azt mutatja, hogy a birtoklásra vonatkozó fogyasztói trendek változóban vannak. A fogyasztók nem csupán arra törekednek, hogy „kevesebb, ám magasabb minőséget képviselő javakat birtokoljanak”, amelyekért magasabb árat is hajlandók fizetni, de „az élményeket (még) többre tartják a tárgyak birtoklásánál”. Legyen szó bár nagyobb memóriáról, kijelző méretről vagy több nagyfelbontású kameráról, ez az innováció nem hozza lázba a fogyasztókat és nem pörgeti fel a keresletet.

Igor Richter, a GfK telekommunikációs szakértője elmondta, hogy *“kutatásunk szerint bár az okostelefonok új funkciói már a laptopok teljesítményével és funkcióival vetekszenek, ezeket a magas színvonalú specifikációkat a készülékek nyújtotta újfajta élményekre le kell fordítani. A high-end gaminget a PC-ipar uralja és jelenleg ez a szegmens a fő hajtóerő az iparág számára. Ugyanakkor az okostelefonon játszható játékok terén még jelentős kiaknázatlan potenciál látható. Annak ellenére, hogy az okostelefonok a számítógépekhez képest kisebb kijelzővel rendelkeznek, gyors chipkészletei, éles kontrasztú kijelzői és megnövelt akkumulátorkapacitása a gaming okostelefonokat ideálissá teszi arra, hogy a nagy teljesítményt igénylő játékok út közben is élményt nyújtsanak. Ez magyarázza azt is, hogy világszerte az okostelefon-használók 55 százaléka játszott okostelefonján az elmúlt 30 napban.”*

**A viselhető kiegészítők** 2018-ban további erőteljes növekedést mutattak: 2017-hez képest az irántuk mutatkozó kereslet 16 százalékkal, értékforgalmuk pedig 35 százalékkal növekedett. A keresletet a SIM-kártyás okosórák hajtották, amelyek az e kategóriába tartozó termékekből forgalmazott érték többségi részét – 17 százalékát – adták a 2017. évben regisztrált 8 százalékkal szemben.

### **Magyarország**

Magyarországra vonatkozóan Sztupár Andrea a GfK Hungária, Market Insight terület vezetője az alábbiakat nyilatkozta : “ A hazai okostelefon piacon 6,6 százalékos növekedést tapasztaltunk 2018-ban az előző évhez képest.

Ha negyedévenkénti bontást nézünk, az utolsó negyedévben 704 ezer készüléket adtak el, ami 1,7%-kal teljesítette túl a 2017-es év utolsó negyedévéét. Éves szinten 2,47 millió darab készülék eladásáról van szó, ebből is látszik mennyire fontos szerepet játszik az utolsó negyedév.

A nagy kijelzős készülékek (ún phabletek) már 44%-ot képviseltek 2018-ban, ami jelentős előrelépés a korábbi évekhez képest. Azaz folyamatos eltolódást tapasztalunk a nagyobb értékű, nagy kijelzős telefonok irányába.”

### **Töltse le infografikánkat**

#### **A GfK módszerei**

E közlemény a GfK 2018. decemberi végleges Point of Sales adatait közli. A GfK főként a végfogyasztók által eszközölt vásárlásokat, semmint a gyártók általi szállításokat jelzi előre. A piacméret több mint 75 piacon a point-of-sale (POS) tracking módszerrel kerül megállapításra, amely adatok heti és havi rendszerességgel frissülnek. Az Egyesült Államokban a GfK saját piaci modellezési módszerét és fogyasztói kutatásait alkalmazza a piaci előre jelzésekhez a POS adatok helyett. Az értékek a támogatás nélküli kereskedelmi áron alapulnak. A műszaki fogyasztási cikkek kategóriába tartoznak a telekommunikációs termékek, a háztartási kis- és nagygépek, az IT és szórakoztatóelektronikai árucikkek.

#### **A GfK-ról**

A GfK-nál az adatok tudományos módszerekkel kerülnek feldolgozásra. Innovatív kutatási megoldásaink a fogyasztók, a különböző piacok, a márkák és a média jelenét és jövőjét firtató fő üzleti kérdésekre adnak választ. Mit kínálunk kutatóként és elemzőként partnereinknek világszerte? “Growth from Knowledge”.

További információért, kérjük, látogasson el a [www.gfk.com](http://www.gfk.com), illetve kövesse a GfK-t a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>.