

Пресс-релиз

Аудиоустройства становятся умнее и звучат лучше

5 сентября, 2018

Наталья Игнатьева
Т +7 495 937 7222
ru@gfk.com

Александр Федотов
Т +7 495 937 7222
ru@gfk.com

Нюрнберг – Москва, 5 сентября 2018 – по данным исследования GfK с января по июнь 2018 года общие продажи на глобальном рынке аудиоустройств составили 4,5 миллиарда евро. Это на пять процентов больше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом еще остается потенциал для роста среди умных устройств с встроенными голосовыми помощниками или дополнительными функциями, способными повысить качество звучания. Таковы основные выводы исследования глобального рынка аудио, опубликованного специально к выставке IFA 2018, проходящей в Берлине.

В зависимости от инновационного потенциала производителей изменения варьировались в различных категориях аудио.

Наушники и гарнитур на подъеме

Общий совокупный доход в наушниках и мобильных стереогарнитурах вырос с января по июнь 2018 на 26 процентов и составил почти 2 миллиарда евро, итоговые продажи достигли 59 миллионов единиц устройств. На Европу (не включая СНГ) и Азиатско-Тихоокеанский регион пришлось 85 процентов глобального оборота.

Объем продаж Bluetooth-устройств вырос на 80 процентов, достигнув 60 процентов глобального оборота наушников и гарнитур (42 процента годом ранее). В России рост был еще быстрее – продажи выросли в 3 раза, а доля Bluetooth устройств более чем удвоилась с 22 до 46 процентов. Для устройств, совместимых с голосовыми помощниками в смартфонах, такая динамика выглядит очень многообещающе. Учитывая, что все больше производителей смартфонов отказываются от разъема для наушников, можно предполагать дальнейший рост сегмента беспроводных наушников и гарнитур.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel. +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatà Joseph (CFO)

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial Register:
Nuremberg HRB 25014

Значительный рост объема продаж продемонстрировали высокотехнологичные наушники и гарнитуры - оснащенные системой активного шумоподавления или полностью беспроводные устройства, не имеющие проводного соединения даже между левым и правым наушником ("true wireless"). Азиатско-Тихоокеанский регион лидировал в этом сегменте в прошлом году и в 2018 сохранил свое положение. На регион пришлось более 75 процентов оборота в этой категории с января по июнь 2018 года. Рост популярности высокопроизводительных Bluetooth наушников и гарнитур стоимостью от 150 евро и больше выразился в 15-процентном росте средней цены.

Мультирум продолжает рост

Мультирум-устройства, которые позволяют воспроизводить разную музыку в разных комнатах, выросли на 11 процентов. Это составило 23 процента общего оборота домашних аудиосистем, радиоустройств, док-станций и портативных колонок, тюнеров, проигрывателей, приемников и динамиков. Важность технологии возрастает, учитывая, что основные технологические компании выпускают обновления прошивок с поддержкой возможностей мультирум. Россия - исключение на рынке мультирум устройств, их доля около 6 процентов с темпами роста не превышающими темпы роста рынка в целом.

От стриминга музыки до разговоров с девайсами

Устройства, способные транслировать аудио через Bluetooth или Wi-Fi сегодня уже стандарт: в первые полгода 2018 объем их продаж составил 71 процент.

Маркус Кик (Markus Kick), эксперт потребительской электроники GfK, комментирует: "В 2018 мы видим все больше домашних аудиосистем, портативных колонок и саундбаров со встроенным голосовым помощником. Эти устройства демонстрируют трехзначный рост объема продаж и насчитывают 6 процентов от объема продаж всех стриминговых устройств в первой половине 2018 года. В последние месяцы мы видели все больше продуктов, в которых управление голосом реализовано через дополнительный смарт-динамик, это позволяет встраивать такие устройства в умную экосистему. Время покажет, насколько перспективными будут подобные решения".

Возможности подключения становятся особенно важны, когда речь заходит об автомобильной электронике. Bluetooth-совместимые устройства составили более 50 процентов оборота, на фоне появления все большего количества гаджетов с технологиями легкого подключения и управления смартфоном в автомобиле.

Онлайн-ритейл растет

В первые шесть месяцев 2018 года онлайн-продажи составили 23 процента от общего объема продаж аудиоустройств, за аналогичный период 2017 года доля онлайн-продаж была на уровне 21 процента. Основной вклад в онлайн-продажи сделала Европа и развитые страны Азии: доля онлайн 27 и 24 процента соответственно. В отличие от других категорий, рост онлайн пока не оказал влияния на пик продаж: самый высокий спрос по-прежнему приходится на период Рождества, а не на ноябрь или дни акций ритейлеров, таких как Черная Пятница.

Цифровое радио по-прежнему популярно среди потребителей

В первые шесть месяцев 2018 радиоприемники с поддержкой цифрового вещания (DAB) достигли уровня продаж в 227 миллионов евро, что на три процента меньше, чем в тот же период прошлого года. В то время как оборот в цифровых радиоприемниках для домашнего использования падает, автомобильные радио демонстрируют рост в шесть процентов. Причины две: с одной стороны, пользователи выбирают подобные устройства, чтобы иметь доступ к большему диапазону радиостанций. С другой стороны, некоторые страны, например, Норвегия, отказались от FM-вещания в пользу цифрового, что заставило потребителей покупать новые устройства. Отказаться от FM-вещания планирует и Великобритания.

Об исследовании GfK

На базе ритейл-панели GfK регулярно собирает данные о продажах аудиоустройств, в том числе автомобильном аудио, в более чем 80 странах по всему миру.

*Продуктовая категория включает: Домашние Аудиосистемы, Тюнеры, Приемники, Радио-Часы, Портативные Радио, Радио-Записывающие Устройства, Автомобильные Радио (вторичный рынок).

Мероприятие GfK, приуроченное к выставке IFA в Берлине (31 августа – 5 сентября 2018)

Приглашаем Вас пообщаться с экспертами GfK в нашем офисе на IFA (VIP Room 2, Großer Stern).

Специально к выставке IFA 2018, GfK будет публиковать серию пресс-релизов, посвященных темам: ИТ-устройства, телевизоры, смартфоны, звук/аудио, малая бытовая техника, крупная бытовая техника, умный дом, онлайн-ритейл. Вся информация доступна на сайте:

<https://www.gfk.com/press-room/press-releases/>

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus.