

Пресс-релиз

Е-commerce продолжает рост на рынке бытовой техники и электроники

Битва за потребителя развернется в Европе

3 сентября 2018

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

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

Нюрнберг - Москва, 3 сентября 2018 – В первой половине 2018 года доля e-commerce в глобальных продажах технологических товаров составила примерно треть от общей стоимости. В 18 европейских странах* этот показатель ниже и составляет лишь 25 процентов. Тем не менее, доля онлайн-торговли в Европе все же увеличилась за прошедшие несколько лет (21 процент в 2015 году). Причина в том, что популярность онлайн-покупок отличается в разных категориях. Все еще может измениться, учитывая, что сектор онлайн-ритейла в Европе претерпевает значительную трансформацию. Таковы основные выводы исследования GfK, опубликованного к началу выставки IFA 2018 в Берлине.

Наибольший вклад в рост глобальных онлайн-продаж внесли страны Азиатско-Тихоокеанского региона, в первую очередь Китай, где рост e-commerce составил впечатляющие 23 процента. В первой половине 2018 доля онлайн-продаж технологических товаров в Китае достигла более 30 процентов. В отличие от США и Европы, где в большинстве стран уровень проникновения интернета составляет более 80 процентов, в Китае проникновение интернета по-прежнему ниже 55 процентов, поскольку большая часть населения страны живет в сельской местности. Тем не менее, дальнейшие инвестиции в инфраструктуру Китая готовят почву для роста использования интернета что, в свою очередь, будет способствовать увеличению онлайн-продаж. Растущее количество интернет-пользователей в Китае открывает хорошие перспективы для китайских онлайн-ритейлеров. В Китае уже сейчас самое большое интернет-сообщество: 773 миллиона пользователей при населении 1,4 миллиарда человек, увеличивающимся год от года. Этот рост будет способствовать увеличению прибыльности китайских онлайн-ритейлеров, помогая им в выходе на европейский рынок.

Европейский рынок e-commerce ускорился

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T + 49 911 395 0

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

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

Китайские гиганты онлайн-ритейла, выходя на рынки европейских стран, как ожидается, будут сфокусированы на продуктовых категориях с минимальной конкуренцией, либо на категориях с низкой долей онлайн-продаж. В 18 странах Европы, участвовавших в исследовании, самая популярная среди потребителей онлайн-категория – IT-товары (доля онлайн 38 процентов). Впрочем, менее популярные онлайн-категории, такие как Телекоммуникации (доля онлайн 21 процент), аудио-видео техника (доля онлайн 22 процента) и малая бытовая техника (доля онлайн 28 процентов) также показали высокий уровень роста онлайн-продаж в первой половине 2018 года.

Росту онлайн-торговли помогут покупки через смартфоны

Для увеличивающегося числа технически подкованных и вечно спешащих потребителей, ограниченных во времени, шоппинг с использованием смартфона или планшета становится самым популярным способом приобретения товаров онлайн. В 2018 году для каждого второго покупателя технических товаров длительного пользования “мобильное устройство стало самым важным инструментом для совершения покупки”, согласно новому исследованию GfK. В 2015 году таких покупателей было лишь 40 процентов. Китайские лидеры онлайн-продаж и здесь в хорошем положении: на домашних рынках они уже зарекомендовали себя в сфере мобильной коммерции. Шоппинг через мобильные устройства в Китае это уже мейнстрим, более 80 процентов покупателей технических товаров длительного пользования в этой стране предпочитают в качестве основного инструмента для покупки использовать свой смартфон или планшет (исследование GfK 2018 года).

Конкурентные преимущества ключевых ритейлеров Европы

Новые вызовы для ритейл-сектора в Европе, возможно, получится решить с помощью альянсов или партнерств ключевых игроков. Совместно ритейлеры смогут использовать конкурентные преимущества своих омниканальных предложений, а покупатели получат лучший опыт - онлайн и офлайн - благодаря новым технологиям, совместному внедрению инновационных решений или инвестированию в аналитику больших данных.

Меняющаяся картина европейского ритейла, кажется, прежде всего повлияет на продавцов технологических товаров, однако, традиционный ритейл по-прежнему остается привлекательным для потребителей. Доля покупателей, убежденных, что офлайн-магазины сегодня стали менее значимыми, чем несколько лет назад, не изменилась: 43 процента в 2015 и 43 процента – в 2018 году.

Примечание: * Включая страны: Австрия, Бельгия, Чехия, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Великобритания, Венгрия, Италия, Нидерланды, Польша, Португалия, Россия, Словакия, Испания, Швейцария и Украина.

Об исследовании GfK

На базе ритейл-панели GfK регулярно собирает данные о продажах потребительской техники в 75 странах мира. Ритейл панель GfK насчитывает более 425,000 ритейлеров и покрывает 120 различных каналов продаж. Все цифры относятся к общему онлайн-рынку потребительской техники.

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 здесь: <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.