

Пресс-релиз

Премиум сегмент – источник роста мировой фотоиндустрии

1 октября, 2018

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

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

Нюрнберг - Москва, 1 октября 2018 – Мировые продажи фотоаппаратов в первом полугодии 2018 года упали на 11% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составили 3,9 млрд. евро. В натуральном выражении рынок сократился на 15%. При этом единственный сектор, где растут обороты и число продаж – фотокамеры класса премиум. С такими наблюдениями GfK подошла к одному из главных событий на рынке фото – фотовыставке photokina 2018 в Германии.

Падение рынка в первом полугодии 2018 – результат удачного начала 2017 года, когда на рынок были запущены новые модели системных фотоаппаратов, а также сенсоров и объективов, продажа которых до этого была ограничена из-за землетрясения в Японии весной 2016 года.

Помимо внутренних особенностей рынка фото, существенное влияние на его развитие оказывают смежные индустрии. Например, телеком. Чем лучше камера в смартфоне потребителя, тем меньше он задумывается о покупке фотоаппарата. Особенно это касается сегмента масс-маркет. Компактные фотоаппараты (также известные как мыльницы) в путешествии можно заменить телефоном со сдвоенной или строенной камерой, предлагающей широкоугольный объектив и красивые эффекты боке. Так, сегмент фотоаппаратов со встроенными объективами в период с 2013 по 2017 сокращался в среднем на 30% в год.

По мере снижения интереса к компактным камерам (даже с большими сенсорами и высоким зумом), интерес к системным фотоаппаратам, наоборот, продолжает расти вместе со средним ценником. Так, за первое полугодие 2018 средний чек на системную камеру вырос с 148 до 240 евро. Мировые продажи системных камер приблизились к 1 млрд. евро в первой половине 2018 года, сократившись на 21% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В России

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel. +49 911 395 0

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

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

системники также пользуются большой популярностью у фотоэнтузиастов и профессиональных фотографов. За год сегмент системных фотоаппаратов в России вырос на 35% в деньгах и 24% в штуках и превысил 1 млрд. руб. Смещение в сторону премиальных моделей сказалось на росте среднего чека: за аналогичный период он вырос с 58 до 63,5 тыс. руб.

Мировые продажи фотоаппаратов со съемными объективами в первом полугодии едва превысили 3 млрд. евро и упали на 8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В России этот сегмент растет за счет системных камер (как полноформатных, так и кропнутых) и полноформатного зеркала. Активнее всего в этом сегменте растут премиальные модели, которые поддерживают съемку в формате 4K и Wi-Fi. Их продажи в мире выросли на 90%. Премиум-сегмент генерирует почти 45% прибыли среди фотоаппаратов со съемными объективами.

Маркус Кик, эксперт рынка фототехники и потребительской электроники GfK подтверждает спрос на фотоаппараты премиум-сегмента: "Растущий спрос на фотоаппараты сегмента high-end тормозит общий нисходящий тренд индустрии фото. Положительная динамика рынка может быть достигнута в том случае, если производители смогут комбинировать все технические характеристики, интересующие потребителя при создании фотоаппарата. Так, например, одного large sensor (без 4K, Wi-Fi, Bluetooth) уже недостаточно для того, чтобы модель стала успешной на рынке. Потребитель хочет применять технологические новшества в своем девайсе: использовать возможность выложить видео в сеть или переслать другу прямо с фотоаппарата. Только так фотоаппарат может конкурировать со смартфоном".

Спрос на камеры премиум класса наблюдается при продаже так называемой тушки фотоаппарата, то есть аппарата без объектива в комплекте. Один из пяти продаваемых фотоаппаратов в первой половине 2018 года был продан без съемного объектива. Покупатель приобретает отдельно фотоаппарат и объектив к нему, в зависимости от своих нужд (портретная съемка, пейзажи, fish eye). Такие камеры продаются по цене выше 1,5 тыс. евро. Их средняя цена превышает цену фотоаппарата, изначально продаваемого в комплекте с объективом. Такая тенденция характерна для фотоаппаратов со съемными объективами всех типов (как зеркальными, так и беззеркальными).

Ретейлеры, специализирующиеся на продаже фототехники (фотоспециалисты) выигрывают от нового тренда на приобретение фотоаппаратов премиум-класса. На глобальном уровне доля фотоспециалистов выросла до 44%. Почти 70% их прибыли формируется за счет продажи камер стоимостью 1000 евро и выше. Почти 30% продаж глобального рынка фото осуществляется через интернет. В России фото специалисты и чистые онлайн игроки – лидеры премиум-сегмента. Суммарно в первой половине 2018 на них пришлось около 60% продаж камер, стоимостью выше 60 тыс. руб. 40% оборота формируется онлайн.

Смещение рынка фото в сторону high-end сегмента также сказывается на рынке объективов.

В первой половине 2018 года объем рынка съемных объективов составил 1 млрд. евро. (В России -1,4 млрд. руб.) Наиболее популярны в настоящее время объективы для беззеркальных (системных фотоаппаратов) – их оборот за последние полгода увеличился почти на четверть. В первой половине 2018 года было продано более 700 тыс. объективов для беззеркальных фотоаппаратов (В России этот показатель значительно ниже – за первые полгода 2018 продано всего 12 тыс. шт. объективов для беззеркальной камеры). А их цена выросла с 560 до 580 евро (в России – 40 тыс. руб.). Наибольшей популярностью пользуются объективы с фиксированным фокусным расстоянием: более 80% проданных объективов – с фиксированным фокусным расстоянием.

Методы исследования

GfK использует данные аудита розничной торговли в России и мире о продажах фото и видео оборудования, бытовой техники и электроники, товаров для дома и проч. Данные исследования рынка фото базируются на анализе 54 стран, объективов – 29 стран.

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.