

Пресс-релиз

Глобальный рынок телевизоров двигают премиум-модели

29 августа 2018

Наталья Игнатьева

Александр Федотов

+7 495 937 7222

ru@gfk.com

Нюрнберг – Москва, 29 августа 2018 – По данным GfK, в первом полугодии 2018 года глобальные* продажи на рынке телевизоров составили €45 млрд. Это на один процент больше, чем годом ранее. Позитивную динамику рынку придал интерес потребителей к Чемпионату мира по футболу в России. Ожидается, что по итогам всего 2018 года глобальные продажи* составят 238 млн.

устройств, что означает рост на уровне двух процентов по сравнению с 2017 годом. Основными точками роста сейчас являются премиальные модели с максимальным качеством изображения, сегмент умных телевизоров с функцией выхода в Интернет, а также восстановление продаж на развивающихся рынках. Таковы основные выводы исследования GfK, публикация которых приурочена к старту крупнейшего мероприятия Европы в сфере потребительской электроники - IFA 2018 в Берлине.

Среди регионов мира наибольший вклад в рост рынка телевизоров сделали страны Латинской Америки. По данным GfK, регион обеспечил 25% прироста продаж в денежном выражении в 1 полугодии 2018 г. На долю региона, который успешно восстановился после значительных потерь в предыдущие годы, сейчас приходится порядка 11% глобальных продаж телевизоров. В странах Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона динамика продаж варьируется от - 5% до +4%. В России рост оборота категории составил +12%.

Крупный формат и высокотехнологичные дисплеи

В первой половине года модели с экранами более 50 дюймов обеспечили половину денежного оборота всех глобальных продаж телевизоров. Цена на такие модели может превышать €4,000. Комментирует Маркус Кик, эксперт GfK по глобальному рынку потребительской электроники: “Представителями этого премиум-сегмента являются устройства с высококонтрастными экранами HDR-стандарта и OLED-

дисплеями. OLED-сегмент показал рост 100% процентов в денежном выражении. Западная Европа внесла самый большой вклад в рост OLED-дисплеев, но в целом практически во всех регионах темпы его развития выражены трехзначными цифрами. Мы ожидаем приход новых производителей в этот сегмент во второй половине года, что придаст рынку еще больше позитивной динамики. Если говорить о стандартах разрешения, то на подъеме доля моделей с разрешением 4К, а на IFA 2018 мы увидим первые 8К-модели”.

Обратная сторона этой тенденции состоит в том, что UHD-разрешение и большие экраны увеличивают энергопотребление. В Европе в первые 6 месяцев 2018 года лишь 33 процента продаж всех телевизоров имели класс энергоэффективности А+, и доля их снижается. Продажи моделей класса А++ все еще незначительны.

Умные и подключенные ТВ, с которыми можно поговорить

Рост популярности онлайн кинотеатров и падение интереса молодой аудитории к линейной трансляции ТВ-программ привели к тому, что функция смарт-ТВ стала стандартом при покупке ТВ. С января по июнь 2018 г. на долю умных телевизоров приходится порядка 85% глобальных продаж в денежном выражении. В 2017 году их доля составляла 79 процентов. На региональном уровне, в Латинской Америке доля смарт-ТВ одна из самых высоких, в 1 п. 2018 года она была более 90 процентов; Ближний Восток, Африка и Россия отстают, - на долю смарт-ТВ здесь приходилось порядка 66% продаж в денежном выражении.

Следующая ступень эволюции телевизоров - телевизоры с голосовым контролем. Все больше производителей заходят в этот сегмент. Но стоит отметить, что далеко не все телевизоры имеют встроенный голосовой помощник, - многие производители полагаются на внешние смарт-устройства для голосового управления телевизором. Время покажет, окажется ли победителем внешнее голосовое управление ТВ или же это пока промежуточный этап развития технологий.

Онлайн ритейл меняет глобальный рынок телевизоров

На онлайн-канал приходилось 18 процентов глобальных продаж по итогам первого полугодия 2018 года. В 2017 г. эта цифра составляла 15%. Доля онлайн-продаж в России выросла вместе с рынком – с 16% в 2017 до 18% в 2018 г. Ввиду общего размера рынка, наиболее значимый оборот онлайн-продаж приходится на Западную Европу и развивающиеся страны Азии (в которых, соответственно, 17% и 22% оборота рынка телевизоров зарабатывается на продажах через Интернет).

На зрелых рынках растущая значимость интернет-канала уже сместила сезонный пик продаж, чего еще не произошло в России. Если смотреть данные в целом по миру, еще в 2015 году наблюдался выраженный пик в период Рождества, но уже начиная с 2016 года всплеск

сезонного спроса сместился на ноябрь, что стало результатом инициатив онлайн-ритейлеров, таких как Черная пятница и подобных им агрессивным промо. Сдвиг пика продаж проявляется особенно ярко на рынках с большой долей онлайн-ритейла, и формируется под воздействием их промо-календаря. Однако в годы проведения крупных футбольных соревнований – таких как Чемпионат мира по футболу в России в этом году – пик продаж смещается на май и июнь. И пока это правило продолжает действовать.

*Источник: Данные ритейл-панели GfK (70 стран) и оценка GfK по Северной Америке.

Об исследовании GfK

На базе ритейл-панели GfK собирает данные о продажах телевизоров и другой бытовой техники и электроники в более 70 странах мира. Ритейл панель GfK насчитывает более 425,000 ритейлеров и покрывает 120 различных каналов продаж.

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.

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