

Пресс-релиз

9 сентября 2019

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com

Отдел коммуникаций
Т + 7 495 937 7222

Исследование GfK: Продажи на глобальном рынке аудио выросли на 15%

Нюрнберг - Москва, 9 сентября 2019 - По данным GfK, с января по июнь 2019 розничные продажи на глобальном рынке аудиоустройств (без учета Северной Америки) выросли на 15 процентов по сравнению с первым полугодием 2018 года. Драйверы роста – наушники и гарнитур, а также портативные Bluetooth-колонки и колонки для дома. Хороший потенциал роста у смарт-устройств со встроенными голосовыми помощниками и у колонок для домашних развлекательных систем. Таковы данные, опубликованные GfK специально к выставке потребительской электроники IFA 2019 в Берлине.

Рынок аудио показывает позитивную динамику практически по всему миру и глобально у этого направления сейчас хорошие перспективы для дальнейшего развития. Самый большой вклад в рост сделали страны СНГ, где динамика составила 41 процент в денежном выражении, а также Китай: здесь продажи аудиосектора увеличились на 38 процентов. Наушники/гарнитур остаются самым большим сегментом по обороту, затем идут Bluetooth-колонки, домашние аудиосистемы и колонки для дома.

Россия – один из крупнейших рынков для аудиосектора в своем регионе. Динамика сектора по итогам 1 полугодия 2019 года составляет 57% в денежном выражении, 34% в натуральном. Самые быстрорастущие сегменты схожи с глобальными. В России также активно растут наушники: в деньгах их продажи выросли на 69% (в штуках на 10%). Домашняя акустика также набирает обороты. Колонки – звуковые ассистенты также показывают высокую динамику. Их продажи в деньгах выросли в 7 раз. В штуках - в 14 раз.

Спрос на наушники растет, а цены падают

В первой половине 2019 г. оборот продаж наушников-вкладышей (in-

ear headphones) в целом по миру вырос на 55 процентов. При объемах порядка 3 миллиардов евро за 1 п. 2019 года, на этот сегмент приходится сейчас порядка 70 процентов продаж всех наушников. Крупнейшие рынки для сегмента – Китай, затем Западная Европа и развитые страны Азии. Почти 50 процентов беспроводных вкладышей, проданных в 1 п.2019 года, относятся к true wireless (полностью беспроводным устройствам, не имеющим проводного соединения даже между правым и левым наушником). Глобальный рынок таких наушников вырос почти на 300 процентов с 2018 по 2019 год. Столь высокие темпы роста спроса привлекают к нему все большее число брендов, их количество выросло в три раза в первой половине 2019 года. Это привело к значительному снижению средней цены, до 85 евро.

В то же время продажи накладных наушников (over-ear headphones) выросли на 11 процентов. Крупнейшим рынком для сегмента является Западная Европа, следом идет Китай и развитые страны Азии. Показатели Латинской Америки пока не столь высоки, но регион наверстывает упущенное – продажи внешних Bluetooth-наушников выросли почти на 80 процентов. Подобные беспроводные устройства становятся мировым стандартом, показывая значительный рост оборота и достигая 80 процентной доли рынка накладных наушников. Так же, как и на рынке true wireless вкладышей, здесь появляется все больше игроков, что в свою очередь оказывает давление на цены. В первой половине 2019 накладные Bluetooth-наушники продавались в среднем по цене 90 евро. Оборот накладных наушников с технологией активного шумоподавления вырос на 40 процентов.

Мультирум и голосовые помощники идут в массы

Продажи мультирум-устройств (multiroom devices) - которые способны воспроизводить разную музыку в разных комнатах - увеличились на 4 процента в первой половине 2019 г. Брендов на рынке сейчас много - как никогда раньше, что делает технологию более доступной для массового потребителя. Оборот аудиосистем с поддержкой Wi-Fi остается без изменений. Производители все чаще стараются оснастить свои устройства поддержкой одного, а то и сразу нескольких голосовых ассистентов. Это позволяет пользователям не просто управлять устройствами с помощью голоса, но и интегрировать девайсы в домашнюю смарт-экосистему. Такая возможность подогревает желание потребителей инвестировать в подобные устройства. Результат - оборот мультирум-устройств со встроенными голосовыми помощниками вырос более чем на 100 процентов, а средняя цена продажи увеличилась на 67 процентов.

GfK отмечает, что смарт-дисплеи в этом году стали новым форм-фактором для цифровых домашних ассистентов. Хотя идея была на поверхности, шансы ее воплощения в реальность повысились с выходом на этот рынок новых производителей. При условии поддержки

наиболее распространенных AI-помощников, смарт-дисплеи имеют все шансы стать контрольным хабом для управления остальными смарт-устройствами в доме или квартире.

Покупатели хотят качественный звук и готовы инвестировать в саундбары

По данным исследований GfK, в целом люди очень довольны качеством изображения своих свежкупленных телевизоров. А вот качество звука в опросах набирает оценки ниже среднего. Что, в свою очередь, открывает возможности для производителей внешних звуковых систем. Как результат, оборот в секторе саундбаров растет год за годом и в 2019 вырос еще на 7 процентов. Продажи собственно саундбаров выросли на 13 процентов, сабвуферов – на 5 процентов.

Как продается аудио

В 1-м п. 2019 года доля онлайн-сегмента в глобальных продажах аудиоустройств составила 41 процент, в первом полугодии 2018 года она составляла 36 процентов. В отличие от других категорий в аудио-сегменте растущая значимость онлайн-сегмента пока не повлияла на смену пиковых периодов спроса в течение года. Главный сезон продаж аудио по-прежнему приходится на Рождество, а не на промокампании ритейлеров, такие как Черная Пятница.

Дополнительная информация

GfK регулярно собирает данные о продажах аудиоустройств и автомобильной электроники в более чем 80 странах по всему миру посредством собственных ритейл-панелей. Все данные по обороту в этом пресс-релизе основаны на фиксированном курсе обмена валют.

Категории аудиоустройств включают: Усилители, Домашние Аудиосистемы, Наушники, Гарнитур, Колонки, Мини/Bluetooth-колонки, Радиоустройства, Приемники, Тюнеры, Проигрыватели виниловых дисков.

GfK на IFA в Берлине, 6 – 11 сентября, 2019:

IFA NEXT Hall 26 и офис GfK на IFA (Level 4, VIP2, Großer Stern).

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/GfKRussia>.