

Пожалуйста, обратите внимание, что все прогнозы, представленные в этом пресс-релизе, не учитывают влияния эпидемии COVID-19.



## Пресс-релиз

22 января 2020

Наталья Игнатьева  
Александр Федотов

[ru@gfk.com](mailto:ru@gfk.com)

T + 7 495 937 7222

### **GfK: Более триллиона евро потратят потребители на технику и электронику в 2020 году**

**Нюрнберг - Москва, 22 января 2020** – Аналитическая компания GfK публикует данные прогноза по продажам на глобальном рынке бытовой техники и электроники.

Эксперты GfK ожидают, что в 2020 году глобальные потребители потратят порядка 1,05 триллиона евро на бытовую технику и электронику, - что в стоимостном выражении на 2,5 процента больше, чем в 2019 году. Драйверами роста станут телеком-сектор (+3 процента в денежном выражении), крупная бытовая техника (+2 процента). Самым быстрорастущим сектором в глобальном масштабе станет малая бытовая техника (+8 процентов). Продажи в секторах IT, офисная техника и потребительская электроника (аудио-, фото-, видеотовары) останутся почти без изменений по сравнению с прошлым годом.

О главных трендах индустрии потребительских технологий рассказывает **Павлин Лазаров, ведущий эксперт GfK SE по глобальному рынку бытовой техники и электроники**: «Мы предполагаем, что благодаря распространению 5G телеком-сектор вернется к росту. Да так, что спрос на смартфоны - главный вклад здесь ожидается от Китая и развивающихся стран Азии - окажет позитивное влияние не только на телеком-сектор, но и весь глобальный рынок потребительских технологий. Ключевыми факторами выбора товаров в этом году остаются инновационность, производительность и премиальность, которые обеспечивают качественный пользовательский опыт. Кроме этого, потребители сегодня хотят инвестировать в удобство, здоровый образ жизни / wellness. Это поддержит высокую динамику спроса на малую бытовую технику как на развитых, так и на развивающихся рынках».

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Lars Nordmark (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

## **Конкуренция за выбор покупателя**

В 2020 году покупатели техники и электроники, как и годом ранее, больше всего потратят на телеком-товары: в 2019 году на эти покупки пришлось 43 процента оборота глобального рынка БТиЭ. По прогнозам GfK, в 2020 году эта сумма составит 454 миллиарда евро. На втором месте - крупная бытовая техника, глобальные продажи в сегменте вырастут до 187 миллиардов евро. Сектор потребительской электроники заработает 146 миллиардов евро (14 процентов потребительских затрат). Восходящая звезда рынка техники и товаров длительного пользования – сектор малой бытовой техники. В 2020 сектор вырастет на 8 процентов, его доля составит более 9 процентов в обороте продаж техники и электроники, а его глобальный оборот может достичь 97 миллиардов евро. Более 15 процентов глобальных потребительских затрат на технику и электронику придется на сектор IT и офисного оборудования.

## **В центре внимания – «rich experience», спрос на качественный пользовательский опыт**

Высокая производительность, инновационность, премиальность, а также выдающийся дизайн продукта, – ключевые составляющие качественного пользовательского опыта при взаимодействии с технологическими товарами. Эти тренды проявляются, в частности, в виде растущего спроса на OLED телевизоры (рост +19 процентов в стоимостном выражении), игровые ноутбуки (+15 процентов) и беспроводные ручные пылесосы (+23 процента). В Телекоме почти три четверти продаж (73 процента продаж в первые девять месяцев 2019 года) сделали смартфоны с экранами 6 и более дюймов. 26 процентов продаж пришлось на смартфоны с камерами 20 и более мегапикселей. Эти примеры подтверждают значимость инновационных функций, способных обеспечить преимущества при взаимодействии с контентом посредством устройства: будь то простой обмен мультимедиа контентом, возможности съемки и дальнейшей работы с фото / видео контентом, просмотр контента.

Значимая составляющая rich experience – простота использования и простота для жизни. 46 процентов респондентов глобального исследования GfK Consumer Life 2019 говорят, что им нужна техника, способная сделать их жизнь проще. Запрос на простоту отражается в устойчивом росте на роботы-пылесосы (+18 процентов роста стоимости), стиральные машины с сушкой (+29 процентов в стоимостном выражении). Другой пример уверенно растущей категории, объединяющей в себе одновременно простоту и высокую функциональность, - смарт-часы (+48 процентов в стоимостном выражении).

«Сегодня в России, как и во всем мире, главное, что ищет потребитель, – качественный пользовательский опыт, и все, что дает потребителю это преимущество, будет продаваться

лучше, - говорит **Алексей Дорофеев, генеральный директор GfK Rus**. Несмотря на текущую ситуацию с покупательной способностью, наши исследования показывают, что российские потребители по-прежнему готовы тратить, если они уверены, что продукт отвечает их потребностям и обеспечивает классный опыт при использовании».

#### **Примечание для редакторов**

\*Продажи рассчитаны на фиксированном курсе евро к доллару США - 0,877 (на январь 2019).

В рамках ритейл панели GfK регулярно собирает данные о продажах в более чем 70 странах мира для товаров потребительской электроники, фото, телекоммуникаций, информационных технологий, офисного оборудования, сегментов крупной и малой бытовой техники. Для Северной Америки данные основаны на оценках.

#### **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](http://www.gfk.com) или [www.gfk.com/ru](http://www.gfk.com/ru) или следите за нашими новостями в Twitter: <https://twitter.com/GfKRussia>.