

# Tlačová správa

## V roku 2018 dosiahol celosvetový predaj smartfónov 522 miliárd USD

6.3. 2019

Mgr. Andrea Patočková  
T +420 737 263 113  
[andrea.patochkova@gfk.com](mailto:andrea.patochkova@gfk.com)

Igor Richter  
T +49 911 395 2186  
[igor.richter@gfk.com](mailto:igor.richter@gfk.com)

Julia Richter  
T +49 911 395 4440  
[julia.richter@gfk.com](mailto:julia.richter@gfk.com)

**Praha, 6. marca 2019 – Smartfóny, mobilné telefóny a nositeľná elektronika predstavujúce 44 percent celkových tržieb na trhu technického spotrebného tovaru, ktorý dosiahol 1,2 bilióna USD, sú aj naďalej hnacou silou jeho rozvoja. Hoci celosvetový dopyt po smartfónoch sa v roku 2018 znížil o tri percentá na 1,44 miliardy USD, predaj zostáva vysoký a činí 522 miliardy USD. Toto sú zistenia GfK zverejnené na Mobile World Congress 2019 (Celosvetový mobilný kongres 2019), ktorý prebiehal v Barcelone.**

Celosvetový predaj smartfónov bol aj v roku 2018 silný, lebo pretrváva dopyt po prémiových modeloch, ktoré sú ťahúňom celkového rastu. V číselnom vyjadrení sa to rovná päťpercentnému zvýšeniu (522 miliardy USD). Globálne však dopyt po smartfónoch v roku 2018 klesol oproti roku 2017 o tri percentá na 1,44 miliardy kusov. V minulom roku predstavovali smartfóny najväčšiu časť výdavkov na celosvetovom trhu technického spotrebného tovaru. V roku 2019 sa očakáva nárast o jedno percento. Údaje za Q4 2018 naznačujú podobný trend. Celosvetovo sa predalo zhruba 375 miliónov smartfónov (v medzročnom porovnaní pokles o sedem percent), čo predstavuje tržby na úrovni 144 miliárd USD.

### **Ťahúňom rastu síce zostávajú prémiové modely, ale pretrváva nedostatok atraktívnych inovácií**

V roku 2018 sa približne 12 percent smartfónov (oproti deviatim percentám v roku 2017) predával za cenu vyššiu ako 800 USD. Smartfóny za stredne vysoké ceny 150 - 400 USD predstavujú aj naďalej dôležitý segment so silnou konkurenciou, ktorá tvorí asi 46 percent smartfónov predaných celosvetovo v roku 2018 (o dve percentá viac ako v roku 2017).

Trochu silné porovnanie so silným štvrtým kvartálom roku 2017 (od októbra do konca decembra 2018) ukazuje, že pretrváva nedostatok zaujímavých a

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

atraktívnych inovácií, čo naďalej predlžuje dobu, po ktorej zákazníci nahrádzajú smartfón novým modelom, a dostáva priemernú predajnú cenu pod značný tlak. Tá vďaka tomu poklesla o dve percentá na priemernú cenu 384 USD.

### **Technologická konvergencia umožňuje silnejšie zážitky**

Štúdia GfK Consumer Life Study ukazuje, že sa menia spotrebiteľské trendy, pokiaľ ide o to, čo ľudia chcú vlastniť. Nielenže "dávajú prednosť menšiemu počtu zariadení lepšej kvality", za ktoré zaplatia vyššiu cenu, ale "viac si cenia zážitky než dobrý pocit z toho, že niečo vlastní". Také inovácie ako je vyššia kapacita pamäte, väčší displej alebo fotoaparát s mnohonásobne vyšším počtom pixelov totiž predstavivosť spotrebiteľov nepodnecujú a nezvyšujú dopyt.

Igor Richter, expert GfK na telekomunikácie, poznamenáva: „Náš prieskum ukazuje, že aj keď sa nové funkcie smartfónov dajú čo do výkonnosti porovnávať s výpočtovou kapacitou laptopov, je potrebné tieto špičkové vlastnosti využiť v ponuke nových, silnejších zážitkov. Hry pre náročných sú doménou priemyslu osobných počítačov a v súčasnosti sú hlavným ťahúňom rastu v tejto oblasti. Napriek tomu však smartfón ponúka značný potenciál pre náročnejšie hry, ktorý však zatiaľ zostáva nevyužitý. Nehľadiac na to, že v porovnaní s PC sú obrazovky smartfónov relatívne malé, ich rýchle čipy, displeje s výborným rozlíšením a zvýšená kapacita batérií robí zo smartfónov ideálne zariadenie ponúkajúce potrebný výkon pre vynikajúci herný zážitok za pochodu. Tým sa vysvetľuje, prečo 55 percent majiteľov smartfónov ich v posledných 30 dňoch využívalo na hranie hier. "

**Základná nositeľná elektronika** v roku 2018 naďalej silno rástla, pretože medziročný dopyt stúpol o 16 percent a hodnota predaja vzrástla o 35 percent. O zvýšený dopyt sa postaral hlavne príchod inteligentných hodienok so SIM kartou, ktoré tvoria najväčšiu časť tržieb v kategórii základnej nositeľnej elektroniky. Inteligentné hodinky so SIM kartou predstavovali 17 percent hodnoty predaja základnej nositeľnej elektroniky, čo je oproti roku 2017 o osem percent viac.

### **Dopyt v strednej a východnej Európe a v rozvíjajúcich sa ázijských krajinách \* vyrovnáva pokles v Číne len čiastočne**

Čínsky trh spotrebovávajú väčšinu celosvetovej produkcie smartfónov a súčasne je domovom miestnych značiek, ktoré sa stále viac predávajú po celom svete. 40 percent produkcie smartfónov čínskych značiek bolo v roku 2018 zakúpených mimo Číny, čo je o 31 percent viac ako v roku 2016. Nedávny pokles dopytu v Číne v 4Q 2018 (medziročne o 19 percent) je značný (27 percent v objeme predaja) a má významný vplyv na globálne výsledky. Pokračujúci rast dopytu v rozvíjajúcich sa ázijských krajinách (medziročne plus 13 percent) a v strednej a východnej Európe (medziročne plus 3 percentá) vyrovnáva pokles v Číne zo 4Q 2018 len čiastočne.

## **Metódy GfK**

Táto správa vychádza z finálnych dát prieskumu GfK Point of Sales za december 2018. GfK spracováva prognózy nákupu koncových spotrebiteľov, nie tovar expedovaný výrobcom. Veľkosť trhov vychádza zo sledovania predajných miest (POS) vo viac ako 75 krajinách, pričom aktualizácia sa vykonáva raz týždenne a raz mesačne. V Spojených štátoch GfK využíva pre zostavovanie výhľadov vlastné trhové modely a spotrebiteľský prieskum, nie POS. Hodnoty sú založené na nedotovaných maloobchodných cenách. Technický spotrebný tovar zahŕňa telekomunikácie, malé a veľké domáce spotrebiče, IT a spotrebnú elektroniku.

### **\* Krajiny, ktoré sú v tejto správe zahrnuté medzi rozvíjajúce sa ázijské štáty**

Vyspelé ázijské štáty: Austrália, Hong Kong, Japonsko, Nový Zéland, Singapúr, Južná Kórea a Taiwan

Rozvíjajúce sa ázijské štáty: Bangladéš, Filipíny, India, Indonézia, Kambodža, Malajzia, Mjanmarsko, Thajsko a Vietnam.

## **O GfK**

GfK prepája dáta s vedou. Naše inovatívne prieskumné riešenia poskytujú odpovede na kľúčové otázky týkajúce sa spotrebiteľov, trhov, značiek a médií nielen na dnešných trhoch, ale aj na tých budúcich. GfK ako prieskumná a analytická spoločnosť, sľubuje svojim klientom po celom svete "Growth from Knowledge" (rast na základe znalosti). Pre viac informácií navštívte stránky [www.gfk.com/sk](http://www.gfk.com/sk) alebo sledujte GfK na Twitteri: <https://twitter.com/GfK>.