

Basın Bülteni

Akıllı telefon satışları 2018 ikinci çeyrekte de hız kesmedi!

14 Ağustos 2018

Naz Şakar
Marketing and Communications
T +90 212 368-0700
F +90 212 368-0799
naz.sakar@gfk.com

GfK TEMAX® Türkiye 2018 İkinci Çeyrek Sonuçları

İstanbul, 14 Ağustos, 2018 – Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2018'in ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %17,6'lık bir büyüme performansı ile 15,4 milyar TL ciro değeri elde etti.

Akıllı telefonların 2018 ikinci çeyreğinde toplam tüketici teknolojisi ürünleri cirosundan aldığı pay %47'lere gelirken, 2018 ikinci çeyrekte 2017'nin aynı dönemine göre %30'lara yaklaşan cirosal büyüme ile de göz doldurdu. Adetsel olarak tüm sektörlerde daralma gerçekleşirken, akıllı telefonlar satış adedinde anlamlı oranda büyüdü.

Bir önceki yılın aynı dönemine göre ciroda negatif büyüme kaydeden sektörler dijital fotoğraf makineleri oldu.

Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi (Milyar TL)



Telekom: 2018 ikinci çeyreğin yıldızı!

Telekom sektörü 2018'in ikinci çeyreğinde bir önceki yıl aynı döneme göre %29,3 oranında büyüyerek 7,2 milyar TL'lik ciro elde etti.

Akıllı telefonlara inç kırılımında bakıldığında, 5.5 inç ve üzerindeki ürünlerin satışlarının cirosal olarak ikiye katlandığı, adetsel büyümenin ise %65'i geçtiği kaydedildi.

Mobil telefonlarda cirosal daralma gözlenirken, sektördeki diğer ürün grupları 2018 ikinci çeyreğini çift haneli pozitif büyüme oranları ile kapattı. Akıllı saatler %68 büyüme ile en çok büyüyen ürün grubu olurken, mikrofonlu kulaklıklar %58 ile ikinci sırada yer aldı.

Bilgi teknolojileri: Dizüstü bilgisayarlar çift haneli büyüme!

Bilgi teknolojileri sektörü bir önceki yılın ikinci çeyreğine göre ciroda yaklaşık %9,8 oranında büyüdü ve 1,1 milyar TL ile çeyreği kapattı. Büyüme üzerinde en yüksek etkiye dizüstü bilgisayarlar sahip olurken, mouse ve klavyelerde de çift haneli büyümeler yakalandı.

Bu büyümelerde dolar ve Türk Lirası oranının etkisi olduğunu hesaba katmak önemli olmakla birlikte özellikle çift haneli büyüme gösteren klavye, mouse ve dizüstü bilgisayarlar oyun segmentindeki büyümenin ve sezonsal olarak karne dönemi hediyelerinin de etkisi olduğunun altı çizilebilir.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri: Çok fonksiyonlu yazıcılar sektörü yukarı çekiyor.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %16,3 oranında büyüyerek ilk çeyrekte 123 milyon TL elde etti.

Ofis ekipmanları ve sarf malzemeleri sektöründe 2018 ve 2017 senelerinin ikinci çeyrekleri karşılaştırıldığında en çok büyüme çok fonksiyonlu yazıcılardan gelmekle birlikte lazer tonerlerinde de yine çift haneli büyüme gerçekleşmiştir.

Özellikle çok fonksiyonlu yazıcılardaki artışın sektör ortalamasını yukarıya çekmesi, tanklı yazıcılar gibi fiyat performansı nedeniyle büyüyen segmentlerdeki ürünlerin genellikle çok fonksiyonlu olarak tercih edilmesi etkisiyle gerçekleşmiştir.

Büyük beyaz eşya: Derin dondurucu sezonu başlıyor

2018 ikinci çeyreğinde, 3,6 milyar TL'ye ulaşan büyük beyaz eşya sektörü, geçen sene aynı dönemde ÖTV kampanyası olması nedeniyle ancak %1,1'lik büyüme performansı gösterebildi.

Büyük beyaz eşya sektöründe, derin dondurucular çift haneli büyümelere ulaşırken, buzdolapları ve bulaşık makineleri de büyüme gösteren kategoriler olmuştur.

Buzdolaplarında, üç kapılı gardırop tipi (side by side ve french door) ürünler hariç tüm segmentlerde büyüme gözlenirken, bulaşık makinelerinde 4 ve 5 programlı ürünler büyümeye en çok katkı veren segmentler olmuştur.

Küçük ev aletleri: Pratik ürünlere talep artıyor.

Küçük ev aletleri sektörü, 2018 ikinci çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %23,4 oranında güçlü bir büyüme elde etti ve 1,5 milyar TL ciro seviyesi ile sezonu kapadı.

Gelişen teknoloji ile pratikleşen ürünler büyümeyi tetikliyor. Yeni nesil Türk kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama ve power blenderların etkisi ile gıda hazırlama en çok büyüyen kategoriler oldu.

Süpürgeler yüksek fiyatlı ürünler ile büyümeye devam ediyor. Siklonik filtreli süpürgeler büyümesine devam ederken, sarjlı dik süpürgelere olan talep artıyor.

Tüketici elektroniği: 60 inç TV'lerin ağırlığı artıyor.

Tüketici elektroniği sektörüne toplam olarak bakıldığında, 2018 ikinci çeyrekte 2017 aynı döneme göre ciro sal büyümesini %15 seviyelerinde kapattı ve yaklaşık 1,8 milyar TL'lik ciro elde etti.

Sektöre dahil olan ürün grupları incelendiğinde; soundbarlar, ev sinema sistemleri ve bluetooth hoparlörler çift haneli büyümeye devam etti. Video kameralar ise tek haneli büyümelerini ikinci çeyrekte çift hane seviyelerine taşıdı.

Ultra yüksek çözünürlüklü TV'lerin payı 2017'nin aynı periyodunda %42 iken 2018 ikinci çeyrekte ciro dan aldıkları pay %52'ye ulaştı. Ekran ölçülerine bakıldığında ise büyük ekran televizyonlardaki büyümenin devam ettiği, 55 inç TV'lerin pay artışı sürerken, 60 inç ve üzeri TV'lerin de toplamdan aldıkları payı artırdığı görüldü.

Özet: Akıllı telefonlar pazarın kurtarıcısı!

Türkiye tüketici teknolojisi pazarında 2018 ikinci çeyreği geride bırakırken, geçen sene ayı döneme göre %18'lik bir büyüme elde edildiği görülüyor.

Akıllı telefonların büyümeye katkısı tüm diğer sektörlerin toplamının iki katı seviyelerinde gerçekleşirken, yeni ürün lansmanlarının ve gelişen teknolojilerin, artan fiyatlara rağmen talepte hız kesmediğini gösterdi.

Anneler Günü ile beraber küçük ev aletlerinde yaşanan hareketlilik, özellikle Türk kahve makinelerinde dikkat çekti. Otomatik Türk kahve makinelerinin penetrasyonunun gün geçtikçe arttığı görüldü.

2018 üçüncü çeyreğinde geçen sene devrede olan ÖTV indiriminin etkisinin ne derece minimize olduğunu takip etmeye devam edeceğiz. Büyük beyaz eşyada olası hareketlenmeler ve akıllı telefonlardaki satış trendleri en önemli gündem maddeleri olacaktır.

Özet Tablo

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q2 2018/ Q2 2017	Q1-Q2 2018	Q1-Q2 2018/ Q1-Q2 2017
	in Mio. TL	in Mio. TL	in Mio. TL	in Mio. TL	+/- %	in Mio. TL	+/- %
Tüketici Elektronik (CE)	1.670	1.989	1.753	1.779	15,0%	3.532	15,7%
Görüntüleme (PH)	26	24	23	23	-23,6%	46	-23,5%
Büyük Beyaz Eşya (MDA)	4.895	2.842	2.575	3.644	1,1%	6.219	-2,2%
Küçük Ev Aletleri (SDA)	1.125	1.292	1.213	1.458	23,4%	2.671	22,0%
Bilişim Teknolojileri (IT)	1.184	1.460	1.279	1.115	9,8%	2.395	9,1%
Telekom (TC)	5.940	6.862	6.658	7.214	29,3%	13.872	29,6%
Ofis Ekipmanları & Sarf Malzemeleri	113	155	135	123	16,3%	258	11,7%
GfK TEMAX Turkey	14.954	14.624	13.637	15.357	17,6%	28.993	16,9%

Kaynak: GfK TEMAX® Türkiye, GfK

GfK TEMAX®, tüketici teknolojisi ürünleri pazarını takip etmek için GfK tarafından geliştirilen bir endekstir. Bulgular GfK perakende paneli tarafından düzenli olarak yapılan araştırmalara dayanır. Perakende paneli tüm dünya genelinde 425.000'in üzerinde satış noktasından alınan datalardan oluşmaktadır. Şubat 2009'dan beri GfK TEMAX® Raporu, GfK tarafından 30'dan fazla ülkede uluslararası düzeyde yayınlamaktadır. Tüm raporlar ve basın bültenlerine www.gfktemax.com adresinden ulaşılabilir.

Basın bülteninden veya www.gfktemax.com da yer alan yayınlardan alıntı yapıldığında, lütfen kaynak olarak GfK TEMAX'ı açık olarak belirtiniz.

Daha fazla bilgi için:

Hande Akdağ, T: +90 212-368-0700, hande.akdag@gfk.com

Naz Şakar, T: +90 212-368-0700, naz.sakar@gfk.com

GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma çözümleri, şimdi ve gelecekte, tüketiciler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iş sorularına yanıtlar sağlar. Bir araştırma ve analitik ortağı olarak GfK, tüm dünyadaki müşterilerine "Bilgiden Gelen Büyüme" vaat ediyor. Daha fazla bilgi için www.gfk.com/tr adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>