

Basın Bülteni

Tüketici Teknolojisi ürünleri pazarı üçüncü çeyrekte %5,7 büyüdü.

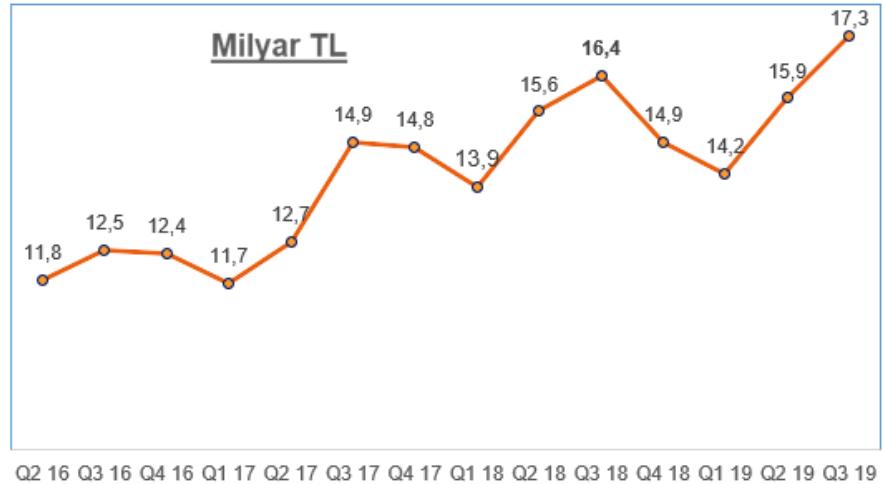
GfK TEMA[®] Türkiye 2019 Üçüncü Çeyrek Sonuçları

25 Kasım 2019

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

Tüketici teknoloji ürünleri pazarı, 2019'un üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %5,7'lik bir büyüme performansı ile 17,3 milyar TL ciro değeri elde etti. 2019 üçüncü çeyreğindeki büyüme büyük beyaz eşya, küçük ev aletleri ve bilgi teknolojileri sektörlerinden geldi.

Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi



Telekom: Küçülmeye devam ediyor

Telekom sektörü 2019'un üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %0,3 oranında daralarak 7 milyar TL'lik ciro elde etti. Bu daralmada akıllı telefon ürün grubundaki yüksek fiyatlar ile ABD-Çin ticaret savaşısı etkili oldu.

Akıllı saatler ve mikrofonlu kulaklıklar çift basamaklı büyümeyle önceki çeyrekteki performanslarını sürdürmeyi başardılar.

Bilgi teknolojileri: Oyun bilgisayarlarında çift haneli büyüme durdu

Bilgi teknolojileri sektörü 2019'un üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %5.3 oranında artarak 1.2 milyar TL'lik ciroya ulaştı.

2018-2019 üçüncü çeyrekler karşılaştırıldığında, büyümeyi en çok tetikleyen önemli ürün grupları çift haneli büyüme ile klawye ve masaüstü bilgisayarlar oldu.

2018 yılı üçüncü çeyreğinde oyun bilgisayarları çift haneli büyürken, 2019'un aynı döneminde tek haneli büyümüştür.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri: Tanklı yazıcılarda büyüme devam ediyor

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %29,4 oranında küçülerek, 2019 üçüncü çeyrekte 93 milyon TL ciro elde etti.

2018 ve 2019 senelerinin üçüncü çeyrekleri karşılaştırıldığında en çok küçülme çift hane ile yazıcılardan ve kartuşlardan geldi.

2018 yılında fiyat / performans nedeniyle çift haneli büyüyen tanklı yazıcılar 2019'un üçüncü çeyreğinde de büyümeye devam etti.

Büyük beyaz eşya: Haziran ayında ÖTV kampanyası sona erdi.

Kasım 2018'de uygulamaya alınan ÖTV indirimi Haziran ayında sona erdi.

2019'un üçüncü çeyreğinde, yaklaşık olarak 5.7 milyar TL'ye ulaşan büyük beyaz eşya sektörü geçen sene aynı döneme göre %13.7'lik cirosal büyüme performansına sahip oldu.

Büyük beyaz eşya sektöründe, neredeyse tüm kategorilerde iki haneli büyüme gözlenirken özellikle derin dondurucu ürün grubu en yüksek büyümeyi gösterdi. Çamaşır makinesi ürün grubu içerisinde 7 kg kategorisi 2018 üçüncü çeyreğe göre cirosal olarak %44 oranında büyüme kaydetti.

Küçük elektrikli ev aletleri: İnovatif ürünlerle pazar büyüyor.

Küçük elektrikli ev aletleri sektörü, 2019 üçüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %17,5 oranında güçlü bir büyüme elde etti ve 1,6 milyar TL

ciro seviyesine ulaştı.

Gelişen teknoloji ile pratikleşen ürünler büyümeyi tetikliyor. Yeni nesil Türk kahve makineleri ile espresso ve filtre kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama, şarjlı dik süpürgeler ve tost makineleri üçüncü çeyrekte en çok büyüyen kategorilerden oldu.

Tüketici Elektronik: UHD TV büyüme trendi devam ediyor.

Tüketici Elektronik sektörü 2019 üçüncü çeyrekte 1,7 Milyar TL'lik ciro elde ederek 2018 üçüncü çeyreğe göre %1 büyüdü.

Sektörde büyüme gösteren iki ürün grubu TV ve mini bluetooth hoparlör oldu. Mini bluetooth hoparlör, tüketici elektronik sektöründe ciro sal olarak %27'lik büyüme oranıyla en iyi performans gösteren ürün grubuyken, TV kategorisi geçen sene aynı döneme göre az bir büyüme gösterdi.

2019 yılının üçüncü çeyreğinde de UHD TV'ler çift haneli büyüme kaydetmeye devam etti. TV ürün grubu içerisinde 60 inç ve üzeri TV'ler en yüksek büyümeye sahip olan segment oldu.

Özet: Tüketici Teknolojisi pazarındaki büyüme hızlandı

Türkiye tüketici teknolojisi pazarında 2019 yılının üçüncü çeyreği geride kalırken, 2018'in üçüncü çeyreğine göre %5,7'lik bir büyüme elde edilmiştir.

Büyük beyaz eşyada büyüme ÖTV indiriminin sona ermesiyle hız kesse de, bilgi teknolojileri sektörü uzun bir süre sonra büyüme trendine geçerek tüm pazarın büyüme hızını artırmış oldu. Küçük ev aletleri son çeyrekte de büyüme hızını korudu.

Özet Tablo

TEMAX Q3-2019

	Q4 2018	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q3 2019 vs Q3 2018	2019 (milyar TL)	Q1-Q3 2019 vs Q1-Q3 2018
	in Mio. TL	in Mio. TL	in Mio. TL	in Mio. TL	+/- %	in Mio. TL	+/- %
Tüketici Elektronik	1.999	1.695	1.780	1.740	1,0%	5.215	-0,7%
Görüntüleme Sistemleri	18	19	19	17	-22,9%	55	-18,9%
Büyük Beyaz Eşya	4.417	3.483	4.759	5.738	13,7%	13.980	24,1%
Küçük Ev Aletleri	1.491	1.407	1.715	1.566	17,5%	4.688	17,1%
Bilişim Teknolojileri	1.127	1.042	884	1.176	5,3%	3.102	-9,1%
Telekom	5.666	6.487	6.732	7.017	-0,3%	20.237	-5,8%
Ofis Ekipmanları&Sarf Malzemeleri	152	117	96	93	-29,4%	307	-21,4%
GfK TEMAX Turkey	14.871	14.250	15.987	17.347	5,7%	47.584	3,7%

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 ÷lkede uluslararası düzeyde yayınlamaktadır. T÷m raporlar ve basın b÷ltenlerine www.gfktemax.com adresinden ulaşılabilir.

Basın b÷lteninden veya www.gfktemax.com da yer alan yayınlardan alıntı yapıldığında, l÷tfen kaynak olarak GfK TEMAX'ı açık olarak belirtiniz.

Daha fazla bilgi için:

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

GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma ç÷z÷mleri, şimdi ve gelecekte, t÷keticiler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iř sorularına yanıtlar sağlar. Bir araştırma ve analitik ortağı olarak GfK, t÷m d÷nyadaki m÷şterilerine "Bilgiden Gelen B÷y÷me" 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>