

# Basın Bülteni

## Tüketici Teknolojisi ürünleri pazarı dördüncü çeyrekte %27,6 büyüdü.

### GfK TEMA<sup>®</sup> Türkiye 2019 Dördüncü Çeyrek Sonuçları

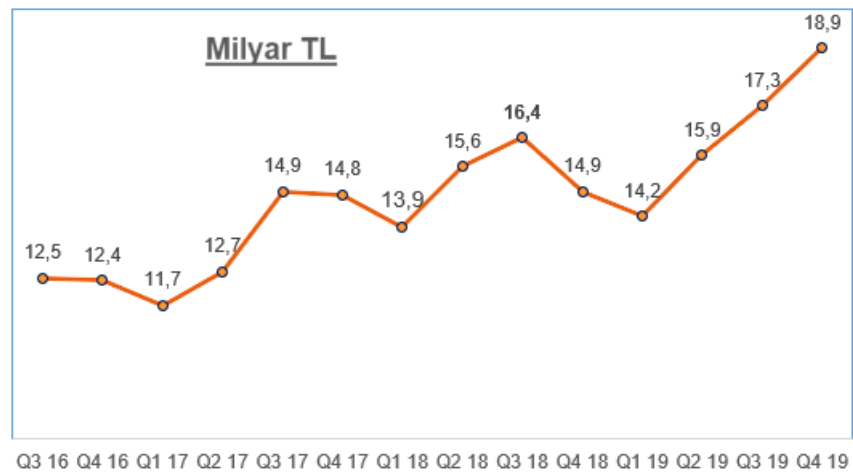
18 Şubat 2020

Naz Şakar  
Marketing and Communications  
T +90 212 368-0700  
F +90 212 368-0799  
[naz.sakar@gfk.com](mailto:naz.sakar@gfk.com)

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2019'un dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %27,6'lık bir büyüme performansı ile 18,9 milyar TL ciro elde etti. 2019 dördüncü çeyreğindeki büyüme tüketici elektroniği, küçük ev aletleri, telekom ve bilgi teknolojileri sektörlerinden geldi. Black Friday ve Kasım ayı kampanyaları büyümede çok etkili oldu.

Dördüncü çeyrekteki bu büyüme oranıyla birlikte, 2019 yıl toplamında tüketici teknolojisi ürünleri pazarı %9,6 büyüme oranı elde ederek yıllık 66,5 milyar TL'lik seviyeye ulaşmış oldu.

### Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi



GfK Turkey Danışmanlık ve Pazar Araştırma Hizmetleri A.Ş.  
Sultan Selim Mh. Hümevra Sok., NEF09 Plaza B Blok, Kat:4  
4. Levent – Kağıthane  
34415, İstanbul -Türkiye  
+902123680700  
[www.gfk.com/tr](http://www.gfk.com/tr)

### Telekom: Beklenen artış gerçekleşti

Telekom sektörü 2019'un dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %41,4 oranında büyüyerek 8 milyar TL'lik ciro elde etti. Bu büyümeye Black Friday ve yeni ürün model lansmanları sebebiyle gerçekleşen satış

artışı sebep oldu. 2019 yıl toplamını ise %4,1'lik büyümeyle 28.2 milyar TL ciro seviyesinde kapattı.

Akıllı saatler ve mikrofonlu kulaklıklar çift basamaklı büyümeyle bir önceki çeyrekteki performanslarını sürdürmeye devam ettiler.

### **Bilgi Teknolojileri: Oyun bilgisayarları çift haneli büyüyor**

Bilgi teknolojileri sektörü 2019'un dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %40,9 oranında büyüyerek 1,6 milyar TL'lik ciroya ulaştı. 2019 yıl toplamını ise %3,3'lük büyümeyle 4.7 milyar TL ciro seviyesinde kapattı.

2018-2019 dördüncü çeyrekleri karşılaştırıldığında, bütün ürün grupları büyürken en fazla büyüyenler tablet ve dizüstü bilgisayarlar oldu.

2018 yılı dördüncü çeyreğinde oyun bilgisayarları küçülmüştü. 2019'un aynı döneminde ise çift haneli büyüme kaydetmiştir.

### **Ofis Makineleri ve Sarf Malzemeleri: Tanklı yazıcılarda büyüme devam ediyor**

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %6,3 oranında küçülerek, 2019 dördüncü çeyrekte 143 milyon TL ciro elde etti. 2019 yıl toplamını ise %17,2'lik daralmayla 450 milyon TL ciro seviyesinde kapattı.

2018 ve 2019 senelerinin dördüncü çeyrekleri karşılaştırıldığında küçülmenin çift hane ile kartuşlardan geldiği görülüyor.

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

### **Büyük Beyaz Eşya: Tüm ürün gruplarında büyüme görülüyor**

2019'un dördüncü çeyreğinde, yaklaşık olarak 4,8 milyar TL'ye ulaşan büyük beyaz eşya sektörü geçen sene aynı döneme göre %8,7'lik ciro sal büyüme göstermiştir. 2019 yıl toplamını ise %19,7'lik büyümeyle 18.7 milyar TL ciro seviyesinde kapattı.

Büyük beyaz eşya sektöründe, 2018 yılı ile karşılaştırıldığında tüm kategorilerde çift haneli büyüme gözlemlendi. Kurutma makineleri ürün grubu ise en yüksek büyümeyi gösteren kategori oldu. Çamaşır makinesi ürün grubu içerisinde 7 KG kategorisi 2018 yılına göre 2019 yılında ciro sal olarak %41

oranında büyüme kaydederken, 9 KG ile 10KG ve üzeri çamaşır makineleri de %26 büyüme göstermişlerdir.

### **Küçük Elektrikli Ev Aletleri: İnovatif ürünlerle pazar büyüyor**

Küçük elektrikli ev aletleri sektörü, 2019 dördüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %29 oranında bir büyüme elde etti ve 1,9 milyar TL ciro seviyesine ulaştı. 2019 yıl toplamını ise %20,4'lük büyümeyle 6.6 milyar TL ciro seviyesinde kapattı.

Kategori farklılaşan inovatif ürünler ile büyümeye devam ediyor. Yeni nesil Türk kahve makineleri, espresso ve filtre kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama, "sıcak hava ile saç şekillendiren ürünler" ile saç şekillendiriciler dördüncü çeyrekte en çok büyüyen kategorilerden oldu.

### **Tüketici Elektronik: UHD TV ve büyük ekran büyüme trendi devam ediyor.**

Tüketici elektroniği sektörü 2019 dördüncü çeyrekte 2,5 milyar TL'lik ciro elde ederek 2018 dördüncü çeyreğe göre %24 büyüdü. 2019 yıl toplamını ise %6,1'lik büyümeyle 7.7 milyar TL ciro seviyesinde kapattı.

Ev ses sistemleri ve video oynatıcı kategorileri dışındaki tüm kategoriler 2018 dördüncü çeyreğe göre çift haneli büyüme kaydederken, TV kategorisi geçen sene aynı döneme göre ciro sal olarak %24 büyüme göstermiştir.

2019 yılının dördüncü 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 dördüncü çeyreği geride kalırken, 2018'in dördüncü çeyreğine göre %27,6'lık bir büyüme elde edilmiştir.

Bu yüksek büyüme oranı hem geçen senenin son çeyreğinin zayıf geçmesinden hem de bu seneki Black Friday ve diğer Kasım ayı kampanyalarının geçen senelere göre daha etkili olmasından kaynaklandı. Bunun sonucunda da tüm ana ürün gruplarında büyüme görülürken sadece ofis ekipmanlarında ve fotoğraf makinelerinde daralma yaşandı.

Dördüncü çeyrekteki yüksek büyüme oranı sayesinde, 2019 yıl toplamındaki büyüme oranı da %9,6'ya çıktı. Seneyi çift haneli büyüme oranlarıyla kapatan büyük beyaz eşya ve küçük elektrikli ev aletleri tüm sektördeki büyümeyi sürükleyen ürün grupları olmayı başardılar.

## Özet Tablo

TEMAX Q4-2019

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q4 2019 vs Q4 2018 +/- %	2019 (milyar TL)	Q1-Q4 2019 vs Q1-Q4 2018 +/- %
Tüketici Elektronikleri (Consumer Electronics)	1.695	1.780	1.740	2.481	24,1%	7.696	6,1%
Fotoğraf Mak. (Photo)	19	19	17	17	-6,5%	73	-16,3%
Büyük Beyaz Eşya (Major Domestic Appliances)	3.483	4.759	5.738	4.799	8,7%	18.779	19,7%
KEV (Small Domestic Appliances)	1.407	1.715	1.566	1.930	29,4%	6.618	20,4%
Bilgi Teknolojileri (Information Technologies)	1.042	884	1.176	1.588	40,9%	4.690	3,3%
Telekom (Telecommunication)	6.487	6.732	7.017	8.011	41,4%	28.248	4,1%
Ofis Mak. ve Sarf Malz. (Office Equipment & Consumables)	117	96	93	143	-6,3%	450	-17,2%
GfK TEMAX Turkey	14.250	15.987	17.347	18.969	27,6%	66.554	9,6%

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](http://www.gfktemax.com) adresinden ulaşılabilir.

**Basın bülteninden veya [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) da yer alan yayınlardan alıntı yapıldığında, lütfen kaynak olarak GfK TEMAX'ı açık olarak belirtiniz.**

Daha fazla bilgi için:

Naz Şakar T: +90 212-368-0700, [naz.sakar@gfk.com](mailto: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](http://www.gfk.com/tr) adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>