

Пресс-релиз

Исследование GfK: Продажи БТиЭ в России упали на четверть

14 сентября 2015 г.

Контакты:

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com

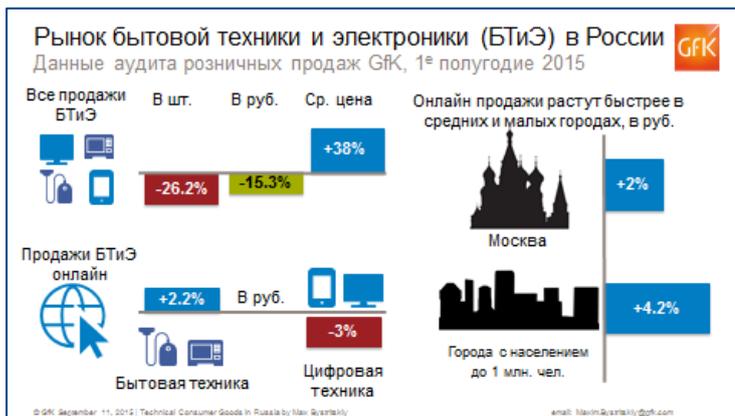
Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

+7 495 937 7222

- **Ключевой тренд рынка – увеличение цикла обновления техники**

Москва, 14 сентября 2015 – Потребление БТиЭ уменьшилось до критических значений, фиксируя в первом полугодии падение на 26% в натуральном и 15% в денежном выражении. Единственным растущим показателем остается цена. Скачок цен в среднем составил 38% и создает иллюзию тренда, направленного на восстановление оборотов рынка БТиЭ в рублевом эквиваленте (с -20% в мае до -11% в июне).

Таковы итоги развития рынка бытовой техники и электроники (БТиЭ) в России, по данным GfK за 1^е полугодие 2015 года.



«Относительно низкие показатели лета 2014, используемого для сравнения, и создают видимость роста рынка, формируя ложные ожидания. На самом деле надежды на восстановление откладываются из-за усиливающейся девальвации рубля - что, скорее всего, продолжит стимулировать инфляцию и скажется на дальнейшем замедлении спроса, создавая множество неопределенностей в отношении 2016 года», - тенденции продаж БТиЭ в России комментирует **Михаил Кулаков**, руководитель направления цифровой техники компании GfK в России.

По данным GfK, в настоящий момент динамика рынка БТиЭ в России стабилизировалась на уровне -25% к уровню 2014 года в штучном выражении. В то же время общие продажи бытовой техники и электроники в Москве, а также онлайн сегмент на рынке БТиЭ в регионах опережают по показателям остальной рынок: в первом случае потребитель менее подвержен влиянию роста цен, а во втором

GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nuremberg
 Germany

Tel. +49 911 395-0
 Fax +49 911 395-2209
 public.relations@gfk.com
 www.gfk.com

Management Board:
 Matthias Hartmann (CEO)
 Christian Diedrich (CFO)
 Dr. Gerhard Hausrucking
 Debra A. Pruent

Chairman of the
 Supervisory Board:
 Dr. Arno Mahler

Commercial register
 Nuremberg HRB 25014

- он ищет минимальную цену на своем рынке. Одновременно с этим в индустрии розницы продолжается процесс консолидации вокруг крупнейших и наиболее стабильных игроков.

Ключевой тренд рынка БТиЭ – увеличение цикла обновления техники

«В нынешней ситуации потребитель рассматривает состояние имеющихся у него цифровых гаджетов как «еще послужит» или «пора менять, не работает». Единственное устройство, которое потребитель регулярно обновляет - раз в год или даже в полгода - смартфоны. Спрос на них хоть и уменьшился по сравнению с первой половиной 2014 (- 6% в шт.), но по-прежнему удерживает рынок телеком-продукции от резкого падения», - говорит **Михаил Кулаков**.

В результате сегмент телекоммуникаций на рынке БТиЭ в России остается единственным, показавшим позитивный рост (+ 1,8% в денежном выражении) на фоне двузначной отрицательной динамики в других категориях цифровой электроники (например, -21% в денежном выражении в IT и оргтехнике и -32% в фото- и видео-технике).

Рынок мобильных компьютеров уменьшился на треть по сравнению с 2014 из-за падения основного сегмента - 15-дюймовых ноутбуков (- 40%). Единственный сегмент, который растет - планшетные компьютеры x86, который вырос более чем на четверть. Впрочем, высокие темпы роста здесь объясняются очень низкой базой.

Продажи телевизоров упали на 30%, и даже характеристики «Смарт-ТВ» и «Сверхвысокое разрешение» не смогли повлиять на симпатии потребителя и его готовность раскошелиться. Уменьшились продажи планшетов. Интересно, что использование планшетов сейчас сводится к просмотру видео и играм.

Второй тренд - расслоение спроса между крупными городами и остальной частью России

В Центральном регионе и городах-миллионниках выросла доля премиум товаров. Также, по-прежнему более трети средств, которые тратятся в России на мобильные и планшетные компьютеры, а также бытовую электронику, тратятся в Москве. В средних и малых городах России наибольшая доля потребительских трат приходится сейчас на базовые модели.

О GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в



крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте www.GfK.com/ru/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus