

Ринок побутової електроніки та фото у першому кварталі 2010 року: покращення становища за рахунок LCD телевізорів та фотокамер

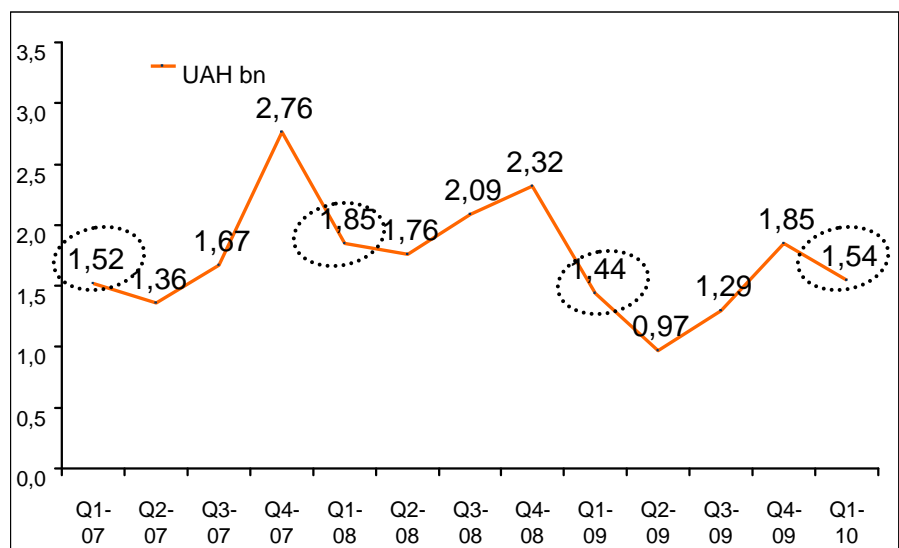
В першому кварталі 2010 року вперше після кризи в Україні було зафіксовано зростання обсягів продажів побутової електроніки та фото порівняно з аналогічним кварталом минулого року: у грошовому вимірі ринок зріс майже на 8%. Проте, таку позитивну динаміку зумовив, здебільшого, ріст двох продуктивних груп – LCD телевізорів та фотокамер.

Динаміка товарообігу ринку споживчої електроніки та фототоварів в Україні, млрд. грн.

04 червня 2010 року

Дмитро Лупкін
Експерт напрямку побутової електроніки та фото
ГФК Юкрейн
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
dmytro.lupkin@gfk.com

Євгенія Єгорова
Менеджер з розвитку бізнесу
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
pr.ukraine@gfk.com



Джерело: GfK Retail and Technology Ukraine

У першому кварталі 2010 року загальній обсяг ринку споживчої електроніки та фото, що підпадає під моніторинг GfK Retail and Technology, склав близько 1,54 мільярда гривень, що на 7,5% більше, ніж в аналогічному кварталі попереднього року.

Порівняно з першим кварталом 2009 року найбільшого падіння зазнав ринок кінескопних телевізорів – їхні продажі скоротилися більш, ніж на 40%. Приблизно на чверть зменшилися продажі на ринках автомобільних магнітол, домашніх кінотеатрів та домашніх аудіосистем. Найменшого падіння зазнали ринки плазмових телевізорів, камкодерів та DVD, продажі яких скоротилися на 4-14% порівняно з першим кварталом 2009 року. Одночасно відразу на декількох сегментах ринку побутової електроніки та фото було зафіксовані показники зростання: продажі LCD телевізорів та портативних медіа програвачів збільшилися на 17% та 26% відповідно. Ринки карток пам'яті, фотоапаратів та USB-пам'яті зросли на третину і навіть більше.

ГФК Юкрейн
бул. Лесі Українки 34, оф. 601
Київ, 01133, Україна

Адреса для кореспонденції:
а/с 3, Київ, 01159, Україна

Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262

e-mail: info.ukraine@gfk.com
Інтернет: www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

Ринок телевізорів

Група LCD телевізорів протягом останніх двох років залишається найбільшою за обсягами продажів у грошовому еквіваленті серед груп споживчої електроніки та фото. У першому кварталі 2010 року її частка серед інших груп становила 43%, що на 4 п.п. більше, ніж у першому кварталі 2009 року, але на 5 п.п. менше, ніж у четвертому кварталі того ж самого року. Загалом продажі LCD телевізорів зросли на 17% порівняно з першим кварталом минулого року. На ринку плазмових телевізорів спостерігалось зменшення темпів падіння – воно дорівнювало приблизно 4% (в той час, як у четвертому кварталі 2009 року відносно аналогічного періоду 2008 року показник падіння дорівнював 35%). Ринок кінескопних телевізорів постраждав найбільше серед продуктових груп – їхні продажі скоротилися на 42% (порівняно з аналогічним періодом попереднього року). Водночас, темпи падіння на ринку кінескопних телевізорів майже не змінилися. Така різниця між показниками свідчить про продовження технологічної заміни: LCD-технологія поступово перебирає на себе продажі перш за все кінескопних, а також плазмових телевізорів.

Що стосується структури ринку LCD телевізорів залежно від розміру діагоналі, то у першому кварталі 2010 року відбулося незначне сезонне зменшення частки сегменту 32" відносно четвертого кварталу 2009 року. Проте, більш важливим є ріст цього сегмента на 10 п.п. відносно аналогічного періоду минулого року – з 38% до 48%. Також збільшилася частка LCD телевізорів з діагоналлю 22" – з 2% у першому кварталі 2009 року до 5% в аналогічному періоді 2010 року. Частка LCD телевізорів з діагоналлю 40-42" майже не змінилася та становить приблизно 18%. Найбільше падіння зафіксовано у сегменті 37", частка якого зменшилася з 13% до 7%.

Поява LCD Full HD телевізорів із діагоналлю 32" та те, що функція Full HD стає стандартною в телевізорах з великою діагоналлю, впливає на значний зріст сегменту Full HD. Його частка досягла майже половини проданих LCD телевізорів (49%) у першому кварталі 2010 року порівняно з 32% в аналогічному періоді минулого року.

Технології LED у першому кварталі 2010 року вдалося забезпечити майже 7% у грошовому вимірі, проте лише 2% у натуральному. Очевидним є потенціал для подальшого зростання частки цього сегменту.

DVD та домашні кінотеатри

Продуктові групи DVD та домашні кінотеатри у першому кварталі 2010 року продемонстрували падіння 14% та 24% відповідно. Проте, треба привернути уваги до позитивної динаміки груп відносно четвертого кварталу – падіння групи DVD у четвертому кварталі 2009 року відносно аналогічного періоду 2008 року становило 33%, домашніх кінотеатрів – 38%.

Стосовно технічних сегментів, настільні DVD без функції запису залишаються основним сегментом в той час, як частка записувальних пристроїв зменшилась на 5% (приладам з функцією запису належало 3% у першому кварталі 2010 року на протигагу 8% в аналогічному періоді 2009 року). Частка приладів з вбудованим HDD також

зменшилась майже на 3% в грошовому вимірі у останньому кварталі. Частка портативних DVD не змінилася та дорівнювала 15%. Нарешті, технології Blu Ray, вдалося забезпечити 3% ринку в грошовому вимірі на відміну від 1% у четвертому кварталі минулого року.

Системи 5.1 залишають за собою головну позицію на ринку домашніх кінотеатрів, проте демонструють значне падіння під натиском уваги споживачів до сегментів 2.0. В першому кварталі 2010 року порівняно з аналогічним періодом минулого року частка продажів пристроїв 2.0 зросла з 9% до 13%. Частка пристроїв 5.1 зменшилась з 84% у першому кварталі 2009 до 80% у аналогічному періоді 2010 року.

Аудіо

У першому кварталі 2010 року обсяги продажів автомагнітол та домашніх аудіосистем зменшилися на 24 % та 30% відповідно (порівняно з аналогічним періодом 2009 року). Портативні медіа програвачі, з іншого боку, демонструють зростання більше ніж на чверть відносно першого кварталу 2009 року.

Стосовно технічних характеристик на ринку авто магнітол, то частка приладів, що можуть програвати DVD, збільшилася до 20% у першому кварталі 2010 року порівняно з 17% у аналогічному періоді минулого року.

Частка сегменту мікро у домашніх аудіо системах зменшилася на 5 п.п. (47% у першому кварталі 2010 року у порівнянні з 52% у аналогічному періоді 2009 року). Проте порівняно з четвертим кварталом 2009 року частка цього сегменту у першому кварталі 2010 року демонструє протилежну динаміку: зростання з 45% до 47% відповідно.

Дворічний тренд до збільшення частки медіа програвачів, що програють відео, змінився на протилежний. Досягши свого піку у четвертому кварталі 2009 року, частка сегменту зменшилася з 69% до 64% у першому кварталі 2010 року. Проте, прилади, що можуть програвати відео, покращили свою позицію, якщо порівнювати перший квартал 2010 року з першим кварталом 2009 року (їх частка дорівнювала 59% та 64% відповідно).

Відео- та фотокамери

Ринки відео- та фотокамер продемонстрували протилежну динаміку. На ринку відеокамер спостерігалось падіння продажів на 7 п.п. у першому кварталі 2010 року відносно першого кварталу 2009 року. Водночас, ринок фотокамер демонструє значне зростання (на 62%).

У розрізі сегментації залежно від носія для запису структура ринку продовжує змінюватися. Частка сегменту Flash пам'яті у першому кварталі 2010 року сягнула 57% на протиположну 11% у аналогічному періоді 2009 року. Частки DVD та HDD сегментів зменшилася з 31% та 32% до 9% та 23% ринку відповідно.

Картки пам'яті та USB пам'ять

Обидві продуктивні групи демонструють ріст. Продажі карток пам'яті збільшилися на 36%, в той час як USB пам'ять продемонстрували ще більший ріст – 64%. Така позитивна динаміка зумовлена зростанням

продажів суміжних продуктових груп, таких як цифрові фотоапарати, відеокамери, мобільні телефони і т.д.

Результати у формі таблиці, млн. грн.

	Q2 2009	Q3 2009	Q4 2009	Q1 2010	Q1 2010/ Q1 2009
Кінескопні телевізори	155	163	196	134	-42,0%
LCD телевізори	313	467	886	663	16,8%
Плазмові телевізори	36	65	102	77	-4,1%
DVD	67	74	109	98	-14,0%
Домашні кінотеатри	25	34	45	37	-24,2%
Домашні аудіосистеми (за виключенням домашніх кінотеатрів)	13	13	16	13	-29,6%
Портативні програвачі	22	27	32	31	26,0%
Автомагнітоли	29	30	26	22	-23,9%
Відеокамери	47	62	62	56	-7,9%
Фотокамери	188	272	265	301	61,8%
Картки пам'яті	36	46	50	50	35,9%
USB пам'ять	35	40	57	60	64,3%
ЗАГАЛОМ	966	1293	1845	1543	7,51%

Джерело: GfK Retail and Technology Ukraine



Дослідження

Дані засновані на дослідженнях, що проводить панель Retail and Technology (Панель роздрібної торгівлі). Панель роздрібної торгівлі містить дані з понад 190 000 роздрібних торгових точок у всьому світі. Для отримання детальнішої інформації відвідайте www.gfkr.com та www.gfk.ua або звертайтеся до контактних осіб.

Дмитро Лупкін
Тел.: (044) 230-0260
dmytro.lupkin@gfk.com

Євгенія Єгорова
Тел.: (044) 230-0260
pr.ukraine@gfk.com

GfK Ukraine

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Беларусі. GfK Ukraine здійснює свою діяльність за трьома бізнес-напрямами: дослідження на замовлення, дослідження роздрібної торгівлі електропобутової техніки та електроніки (електропанель) та медіа-дослідження. GfK Ukraine входить до міжнародної дослідницької мережі GfK Group. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: www.gfk.ua. Слідкуйте за нашими новинами на www.twitter.com/gfk_ua.

GfK Group

GfK Group забезпечує важливі знання, які для прийняття рішень потребують компанії, що працюють у сфері промисловості, роздрібної торгівлі, послуг, а також медіа. Дослідницька група пропонує різноманітну інформацію та консультативні послуги за трьома бізнес-напрямами: дослідження на замовлення, електропанель та медіа-дослідження. GfK Group – четверта за розмірами мережа з маркетингових досліджень в світі – здійснює свою діяльність в більш ніж 100 країнах. В компаніях GfK Group працюють більше 10 тис. співробітників. В 2008 році обсяг продажів GfK Group становив 1,2 млрд. євро. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: www.gfk.com.