

Прес-реліз

21 вересня 2011 року

Дмитро Лупкін
Експерт напрямку побутової електроніки
GfK Ukraine
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
dmytro.lupkin@gfk.com

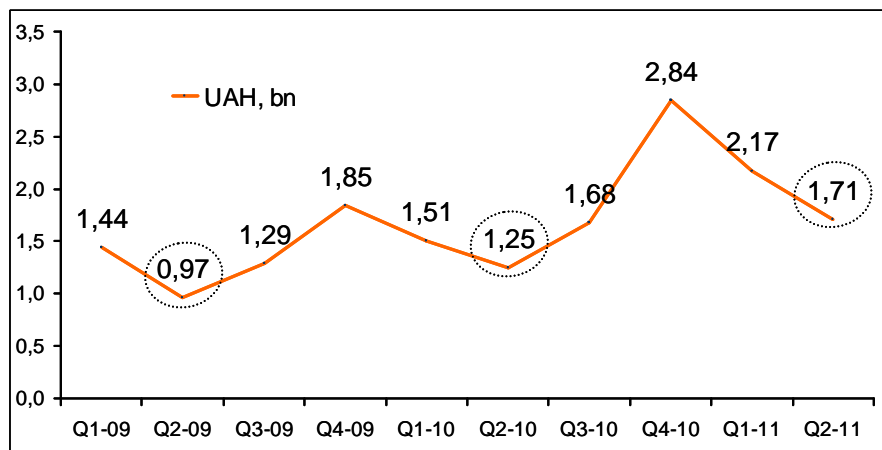
Вікторія Буряк
Експерт з напрямку фото
GfK Ukraine
Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
viktorii.buriak@gfk.com

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

Ринок побутової електроніки та фото у другому кварталі 2011 року: зростання більше ніж на третину та розвиток 3D-технології

Другий квартал 2011 року виявився ще одним періодом значного зростання ринку: відносно аналогічного кварталу минулого року продажі збільшилися на 37% у грошовому вимірі та на 33% у фізичному. Проте є ймовірність зниження темпів зростання у майбутніх періодах через більш високі обсяги продажів у другому півріччі 2010 року (відносно до якої будуть порівнюватися продажі аналогічного періоду 2011 року) та низькі темпи зростання доходів громадян.

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



Джерело: GfK Retail and Technology Ukraine

Загальний обсяг ринку споживчої електроніки та фото, що підпадає під моніторинг GfK Retail and Technology, у другому кварталі 2011 року склав майже 1,71 млрд. грн. Порівняно до показників другого кварталу минулого року обсяг продажів зріс на 37%.

У другому кварталі відбулося зростання продажів усіх продуктивних груп окрім двох – кінескопних телевізорів та DVD-програвачів (перша група зазвичай зазнала найбільшого падіння на 50%, друга – зменшилася на 12%). Найбільші обсяги продажів та показники росту вже традиційно демонструють LCD-телевізори: за результатами другого кварталу 2011 року частка продажів цих товарів у загальному обсязі ринку споживчої електроніки та фото становить 51%, а їхні продажі зросли на

GfK Ukraine
бул. Лесі Українки, 34, оф. 601
Київ, 01601, Україна

Адреса для кореспонденції:
а/с 153, Київ, 01010, Україна

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

info.ukraine@gfk.com
www.gfk.ua

Зареєстровано в Україні

76% відносно аналогічного періоду минулого року. Продажі плазмових телевізорів, домашніх кінотеатрів та карток пам'яті зросли у межах від 32% до 36%. На 26% та 23% відповідно збільшилися ринки фотоапаратів та автомагнітол. Інші товарні групи, а саме портативні медіапрогравачі, аудіосистеми та USB-пам'ять зросли у межах від 14% до 20%.

Ринок телевізорів

Вже звично ринок LCD-телевізорів є локомотивом зростання ринку споживчої електроніки та фото – у другому кварталі продажі збільшилися на 76% відносно аналогічного періоду минулого року. Такий ріст був спричинений поступовим зниженням середньої ціни (завдяки ціновим пропозиціям у цей період деякі моделі 32" LCD-телевізорів можна було придбати за ціною 2777 грн.). Одночасно виробники прагнуть зробити свій продукт більш технологічним за рахунок розширення лінійки моделей, які підтримують формат 3D або дають власнику можливість доступу до Інтернету або засобів спілкування, таких як Skype.

Найбільш важливим у другому кварталі 2011 року є зростання частки 3D-телевізорів – сегмент зайняв 8,6% у загальному обсязі LCD та плазмових телевізорів проти 5,5% у першому кварталі 2011 року. Така позитивна динаміка досягнута за рахунок появи моделей з діагоналлю 32" та нових моделей з більшою діагоналлю за сприятливими цінами. Подальше збільшення кількості контенту для перегляду позитивно позначиться на продажах 3D-телевізорів у майбутніх періодах.

Позитивну динаміку також демонструють і телевізори які дають можливість користувачу мати доступ до Інтернету або до певних Інтернет-сервісів – частка зросла з 15% у першому кварталі 2011 року до 18% у другому у загальному обсязі продажів LCD та плазмових телевізорів.

Поступове зменшення середньої ціни впливає на зростання продажів LED-телевізорів – частка цього сегменту збільшилася з 36% у першому кварталі 2011 року до 44% у другому. На відміну від цього, частка LCD-телевізорів, що мають медіапрогравач, не змінилася та займає 66% – так саме як і в попередньому кварталі 2011 року.

DVD та домашні кінотеатри

Ринок домашніх кінотеатрів збільшився майже на третину у другому кварталі 2011 року порівняно до аналогічного кварталу минулого року. Разом з тим навіть такі обсяги продажів є далекими від показників у докризових 2007 або 2008 роках. Ринок DVD-програвачів вже котрий період поспіль демонструє негативну динаміку: продажі цієї техніки зменшилися на 12%.

Частка сегменту Blu-Ray програвачів, що можуть програвати диски у форматі 3D, великою мірою залежить від продажів 3D-телевізорів. У другому кварталі 2011 року сегмент зайняв 3,2% ринку DVD-програвачів проти 1,9% у першому кварталі. Подальше зростання продажів 3D Blu-Ray-програвачів залежить від середньої ціни. Разом з цим, сегменту Blu-Ray програвачів (до нього входять як вищезгадані прилади, так і ті що не можуть програвати диски у форматі 3D) у другому кварталі 2011 року належало 8%.

У другому кварталі, якому притаманне сезонне підвищеного попиту на портативні DVD-програвачі, цей сегмент займав 25% ринку порівняно до 19% у попередньому кварталі. Варто відзначити збільшення частки сегменту також і до другого кварталу 2010 року (у цей період портативним DVD-програвачам належало 20%).

Після появи на ринку домашніх кінотеатрів у третьому кварталі 2010 року поступово зростала частка приладів, що підтримують формат 3D: у другому кварталі 2011 року цей сегмент займав вже 12% ринку.

Аудіо

Вже протягом кількох періодів ринок медіа-програвачів демонструє позитивні темпи зростання. У другому кварталі 2011 року продажі збільшилися на 14% порівняно до аналогічного кварталу минулого року. Щодо технічних характеристик, частка портативних медіапрогравачів, що здатні програвати відео, зменшилась з 65% у другому кварталі 2010 року до 61% у квітні-червні 2011 року.

Обнадійливі показники у другому кварталі 2011 року продемонстрував також і ринок автомагнітол: зростання продажів відносно другого кварталу минулого року дорівнювало 23%.

Відео- та фотокамери

У другому кварталі 2011 року ринок фотоапаратів продемонстрував 26% росту порівняно до аналогічного кварталу минулого року. Показники як першого так і другого кварталів цього року є досить успішними, оскільки на початку року очікувалось зниження пропозиції зі сторони японських виробників через природну катастрофу в Японії. Проте наразі ми спостерігаємо розвиток ринку як з кількісної так і з якісної точок зору.

Технічне вдосконалення фотоапаратів триває, що доводять результати другого кварталу. У цьому періоді найбільшим попитом користувались фотоапарати із матрицею «14-16 мегапікселів». Відповідний сегмент досяг майже 40% ринку. Також в останні три місяці показав ріст ще зовсім новий сегмент фотоапаратів із матрицею «більше 16-ти мегапікселів». Крім того все більше брендів включають до своїх лінійок так звані системні фотоапарати – компактні камери із змінною оптикою. Їхня частка ще зовсім мала, проте вони можуть стати гідними конкурентами для бюджетних дзеркальних фотоапаратів та дорогих компактних камер.

Ринок відеокамер продемонстрував двоякі результати у цьому кварталі. Продажі у грошовому вимірі зросли на 6%, тоді як продажі у кількісному вимірі зменшились на 3%. Значних змін в основних сегментах не було помічено. Основна частка (82%) належить відеокамерам із носієм для запису Flash-пам'ять. Поступово зростає частка відеокамер із розширенням Full HD: за результатами другого кварталу їх частка склала 47%.

Картки пам'яті та USB пам'ять

У квітні-червні 2011 року ринки карток пам'яті та USB зросли відповідно на 44% і 54%. Темпи росту цих груп поступово знижуються через шалене зростання в минулому році.

Результати у формі таблиці, млн. грн.

	Q2 2010	Q3 2010	Q4 2010	Q1 2011	Q2 2011	Q2 2011/ Q2 2010
Кінескопні телевізори	105	116	125	82	52	-50,1%
LCD телевізори	500	710	1693	1229	880	75,9%
Плазмові телевізори	57	80	190	102	75	31,6%
DVD	64	74	106	92	56	-12,5%
Домашні кінотеатри	22	31	49	40	29	32,3%
Домашні аудіосистеми (за виключенням домашніх кінотеатрів)	8	11	15	13	10	19,9%
Портативні програвачі	25	29	35	34	28	14,3%
Автомагнітоли	23	26	27	25	28	23,0%
Відеокамери	48	56	68	57	51	5,9%
Фотокамери	294	405	369	333	369	25,6%
Картки пам'яті	56	79	80	78	77	35,7%
USB пам'ять	51	65	87	82	59	16,5%
ЗАГАЛОМ	1252	1682	2844	2166	1713	36,9%

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.gfkrt.com та www.gfk.ua або звертайтеся до контактних осіб.

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

Вікторія Буряк
Тел.: (044) 230-0260
viktoriia.buriak@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 розмалої 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 11 тис. співробітників. В 2010 році обсяг продажів GfK Group становив 1,29 млрд. євро.