



Tlačová správa

Dátum
3. september 2010

Contact
Jürgen Boyny
GfK Retail and Technology
Tel. +49 911 395-2325
Fax +49 911 395-4019
juergen.boyny@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

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

Management Board:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinginger
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Chairman of the
Supervisory Board: Dr. Arno
Mahlert

Commercial register
Nürnberg HRB 25014

Európski spotrebitelia sú ochotní zaplatiť za elektroniku viac

Zistenia GfK Retail and Technology za prvý polrok 2010

Norimberg, 3. september 2010 – Európsky trh spotrebnej elektroniky sa v súčasnosti teší zo vzostupného trendu. Nárast tržieb o 4,6% ťahaný technickými inováciami bol zaznamenaný v prvých šiestich mesiacoch tohto roka v porovnaní s prvým polrokom toho minulého. Následkom rastúcej prepojenosti zariadení a ďalšieho vývoja v kvalite obrazu, zvuku a dizajnu sú spotrebitelia ochotní zaplatiť za elektroniku viac. Pozitívny rast sa očakáva aj na celých 12 mesiacov budúceho roka.

V celoeurópskom porovnaní sú ťahúňmi rastu predovšetkým Nemecko, škandinávské krajiny, Taliansko a Španielsko. Dôležité trhy na predaj elektroniky – Francúzsko a Spojené kráľovstvo – zaznamenali skôr skromný rast vo výške 3%. Na regionálnej úrovni sa z rastu teší Západná Európa (+4.9%) ako aj Východná Európa (+2.6%).

Predaj televízorov si aj naďalej drží čoraz dôležitejšiu pozíciu na trhu. V Európe je zhruba 73% výdavkov na spotrebnú elektroniku investovaných v súčasnosti práve do tohto segmentu a tento trend má rastúci charakter. Televízne prijímače zostávajú ťahúňom celého odvetvia. Naproti tomu, relatívne „mladé“ produktové kategórie ako napr. prenosné audio zariadenia, alebo navigačné systémy zakúšajú tlak. Roky robustného rastu sú už jednoznačne preč a oba tieto trhy sa postupne, ale čoraz viac menia na segmenty, v ktorých sa veľmi zosilňuje konkurencia.

TV prijímače: viac peňazí za vyššiu kvalitu vybavenia

Na rok 2010 sa v segmente televízorov predpovedá podstatný nárast v počte predaných kusov ako aj v celkových tržbách na celom svete (+6% pre obe oblasti). Divízia GfK Retail and Technology v súčasnosti očakáva predaj 252 miliónov televízorov a tomu zodpovedajúce tržby vo výške zhruba 110 miliárd EUR za celý rok. LCD televízory, ktoré predstavujú 86% tržieb v súčasnosti aj naďalej dominujú celému segmentu. Predaj 59 miliónov LCD TV prijímačov (+10%) a 4,5 milióna plazmových TV sa predpovedá v Európe na rok 2010.

Skúsenosti v Západnej Európe ukazujú, že vysoko sledované športové podujatia ako napríklad Majstrovstvá sveta vo futbale v Južnej Afrike predstavujú stimul pre trh so spotrebnou elektronikou, predovšetkým pre segment televízorov. Popri segmente tzv. „druhých TV“ (obrazovky s uhlopriečkou 22 palcov), si zákazníci kupujú najmä prijímače s uhlopriečkami nad 37 palcov. Najpopulárnejšou kategóriou však zostávajú prijímače s uhlopriečkou 32 palcov. Zatiaľ čo sa však za prvý polrok predalo v tejto kategórii o 8% viac televízorov, ich trhový podiel poklesol na 30%. V princípe sú zákazníci pripravení zaplatiť viac za dodatočné funkcie a integrovaný HDTV tuner je už v súčasnosti bežným štandardom. Čoraz dôležitejšie je aj prepojenie televízora a internetu a až 15% LCD televízorov predaných v júni 2010 majú aj túto funkciu. Nové technológie, ako sú napríklad ploché obrazovky s LED podsvietením (22% podiel predaja v prvej polovici roka 2010) a integrovaným záznamom na pevný disk (15% podiel tržieb) tiež prispievajú k nárastu priemerných cien. Spotrebitelia v priemere mňajú na jeden LCD televízor 540 EUR (k júnu 2010), čo je o čosi viac ako pred rokom, ale v prípadoch kde sa funkcie výrobu nemenia, ceny padajú. V budúcnosti sa očakáva pozitívny dopad 3D technológie na predaj TV prijímačov.

DVD prehrávače a rekordéry: trend smerom k blu-ray pokračuje

Západoeurópsky trh s DVD prehrávačmi a rekordermi pokračuje v poklese aj v prvom polroku 2010, a to aj čo sa týka počtu predaných spotrebičov (-10%) ako aj celkových výnosov z tržieb (-8%). Situácia sa však čoraz viac stabilizuje vďaka pozitívnemu vývoju na trhu s blu-ray, čo viedlo k celkovému kladnému vývoju (+4%), ktorý bol zaznamenaný v máji po prvý raz v priebehu posledných takmer troch rokoch.

Blu-ray prehrávače a rekordéry predstavovali až takmer tretinu tržieb na celkovom trhu s DVD zariadeniami v prvej polovici roka – a na celý rok 2010 sa predpovedá celkový predaj takmer 3,8 miliónov blu-ray zariadení. Vďaka prídavným funkciám, ako sú 3D technológia, zabudovaný pevný disk a integrované digitálne tunery sa priemerná cena za jeden blu-ray prehrávač pohybovala v júni na úrovni 179 EUR. Tržby za štandardné DVD rekordéry ešte stále prežívajú prudký pád: na konci prvých šiestich mesiacov roka bol zaznamenaný pokles výnosov v objeme 26% a tento segment v súčasnosti prispieva k celkovým tržbám na DVD trhu iba zhruba jednou tretinou. Podobný obraz sa vynára ak sa zameriame na štandardné DVD prehrávače, ktoré tiež zaznamenávajú zásadný pokles – tržby klesli o 17% v segmente prenosných zariadení a o 16% pre neprenosné spotrebiče. Následkom nízkych cien základných modelov bude prechod na blu-ray naberať stále viac na sile.

Kamkordéry: dopyt po HD technológii

Segment kamkordérov tiež trpí stratami aj na poli počtu predaných kusov ako aj z hľadiska objemu tržieb ktoré klesli v Západnej Európe o 14%.

Na rok 2010 sa predpokladá predaj 4,5 miliónov kamier, ktorý by mal vygenerovať tržby vo výške zhruba 1,5 miliardy EUR. Ceny sú stabilné: na úrovni 357 EUR v júni 2010 sa úroveň cien udržala na úrovni z predošlého roka. HD kamery, ktoré využívajú na záznam pamäťové karty sa tešia silnému rastu, keď sa počet predaných zariadení medziročne zvýšil o viac než 100% a výnosy z tržieb o 90%. Zhruba každý tretí predaný kamkordér v súčasnosti spadá do tejto kategórie a tento segment má 55% podiel na celkových tržbách v segmente.

Hi-fi systémy/domáce kiná: dizajn je čoraz dôležitejší

Spotrebiteľia investovali počas prvých 6 mesiacov roka 2010 do hi-fi zariadení a domácich kín o 4% viac ako v rovnakom období minulého roka, napriek tomu, že sa počet predaných produktov znížil o dve percentá. To poukazuje na skutočnosť, že spotrebiteľia sú ochotní zaplatiť viac peňazí za prvotriedne vybavenie do svojej obývačky.

Rast nahor ťahali plne vybavené audio systémy s MP3/MP4 dokovacími stanicami ako aj internetové rádiá a reproduktorové stojany s funkciou surround ozvučenia. V rámci tohto tzv. Soundbar segmentu sa mimoriadnemu záujmu a nárastu predaja v počte kusov tešia najmä dizajnovo orientované výrobky, ktoré tak prispievajú k celkovému rastu o 27%. Rastúca orientácia na hodnotu je tiež evidentná v segmente bežných reproduktorov, kde tržby vzrástli o 9%, kým počet predaných kusov narástol len o 6%. Dolby Digital receivers a receivers s prístupom na internetové rádio taktiež prispeli dôležitou mierou k rastu: táto produktová skupina zaznamenala 10%-ný nárast tržieb.

Prenosné audio zariadenia: inovatívne produkty si držia pozície

Trh s prenosnými audio zariadeniami utrpel podstatný pokles, keď sa počet predaných zariadení znížil o 12% a výnosy z predaja išli dole o takmer 7%. Tento vývoj sa dá predovšetkým pripísať klesajúcemu dopytu po jednoduchých MP3 prehrávačoch a v menšej miere aj MP4 prehrávačoch v Západnej Európe. Vo všeobecnosti je však trh podporovaný stabilnými cenami a trendom smerujúcim k vysoko kvalitným produktom.

MP4 prehrávače, ktoré sú ovládané prostredníctvom dotykových displejov sa tešia malému boomu: v tejto kategórii sa predalo v medziročnom porovnaní o 57% viac zariadení. Zaujímavý vývoj môžeme sledovať aj v segmente prenosných rádioprijímačov. V Nemecku mali v tomto segmente 19% podiel internetové rádiá. Naproti tomu digitálne rádiá, ktorých predaj sa zvýšil o takmer 14%, poskytujú stimul britskému trhu. Príslušenstvo k MP3 a MP4 prehrávačom, ako napríklad nabíjačky sa tiež tešia silnému predaju.

Elektronika v autách: rast predaja multimediálnych zariadení

Kategória elektroniky do áut pokračuje v poklese predaja – v porovnaní s rovnakým obdobím minulého roka je to o 20% menej. Priemerná cena a dopyt po prenosných navigačných systémoch klesajú a následkom tohto vývoja sa výnos z tržieb znížil až o zhruba 21%. Vyhľadávané technické funkcie ako väčšie displeje a fotografické realistické detaily na mapách miest, informácie o doprave v reálnom čase a EKO mód šetriaci palivo pomáhajú stabilizovať úroveň cien. Dopyt (-11%) a výnosy z tržieb (-15%) v segmente autorádií sú tiež v porovnaní s minulým rokom nižšie. Trend smerujúci k zariadeniam s viacerými možnosťami pripojenia, či už k mobilným telefónom, MP3 prehrávačom, alebo USB kľúčom prispieva k zodpovedajúcej cenovej úrovni. V blízkej budúcnosti sa predpovedá kvantový skok v technológii pre autorádiá so schopnosťou pripojenia na internet.

Malý trhový segment multimediálnych monitorov zabudovaných v autách sa vyvíja pozitívne. Špeciálne zariadenia vo formáte double DIN, s ktorých niektoré majú tiež navigačnú funkciu, narástli o 12%. Spotrebiteľia si do svojich áut čoraz častejšie vyberajú multimediálne zariadenia, ktoré často môžu byť hladko a jednoducho zabudované do prístrojovej dosky. V budúcnosti budú mať tieto zariadenia pripojenie na internet a výrobcovia spolu s maloobchodníkmi vďaka tejto možnosti očakávajú zásadný nárast dopytu.

Médiá na ukladanie dát: tržby sú stabilné vďaka vyšším cenám

Západoeurópsky trh s médiami na ukladania dát utrpel medziročný pokles, ale trendy sa líšia v závislosti na konkrétnej produktovej skupine. Predaj pamäťových kariet je stabilný. Na jednej strane bol zaznamenaný významný pokles o 15% v počte predaných jednotiek, ale na druhej strane sa táto kategória teší vyšším priemerným cenám z dôvodu vyššej úložnej kapacity, čo nakoniec viedlo k nezmeneným tržbám. Podobný vývoj môžeme sledovať aj v segmente USB kľúčov. Hoci sa počet predaných výrobkov znížil o takmer 10%, vyššie ceny viedli k tomu, že sa výnosy z tržieb oproti prvému polroku minulého roka nezmenili. Trh s prázdnyimi CD a DVD je aj naďalej na zostupe. Predaj CD klesol o zhruba 22% a predaj DVD o 18%. Optické média však stále predstavujú podstatný podiel na trhu s úložnými médiami. Zachytili sme pozitívne správy z kategórie prázdnych blu-ray nosičov, kde tržby narástli o zhruba 25%. Tento rast bude pravdepodobne v najbližších rokoch pokračovať, v prvom rade preto, lebo predaj blu-ray prehrávačov a rekordérov je tiež na vzostupe a okrem toho udomácnenie sa 3D technológie bude mať na túto kategóriu tiež pozitívny dopad.



Metodológia

Prostredníctvom svojho maloobchodného panelu zhromažďuje divízia GfK Retail and Technology pravidelne údaje o predaji TV prijímačov, video zariadení, prenosných audio prehrávačov, digitálnych kamier, hi-fi systémov a domácich kín, elektroniky do automobilov a úložných médií vo viac než 80 krajinách sveta. Súčasná analýza je založená (pokiaľ nie je uvedené inak) na informáciách zo šiestich západoeurópskych krajín – Nemecka, Talianska, Francúzska, Spojeného kráľovstva, Španielska a Holandska.

Pre podrobnejšie informácie: Jürgen Boyny, tel. +49 911 395-2325, juergen.boyny@gfk.com, alebo navštívte náš stánok na veľtrhu IFA, 3.- 8.9. 2010 (VIP priestor č. 2, "Großer Stern").

GfK Group

GfK Group ponúka základné informácie, ktoré potrebujú spoločnosti v priemysle, maloobchode, službách a médiách pre uskutočňovanie svojich strategických trhových rozhodnutí. Spoločnosť poskytuje komplexný rozsah informačných a poradenských služieb vo svojich troch obchodných sektoroch Custom Research, Retail and Technology a Media. Ako 4. najväčšia spoločnosť venujúca sa prieskumu trhu na svete je prítomná vo viac než 100 krajinách a zamestnáva vyše 10 000 pracovníkov. V roku 2009 tržby GfK Group dosiahli 1,16 miliardy EUR. Pre podrobnejšie informácie navštívte našu webovú stránku: www.gfk.com. Sledujte nás tiež na twitteri: www.twitter.com/gfk_group.

Zodpovednosť podľa tlačového zákona:
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com