

Δελτίο Τύπου

Συνεχίζεται η ανοδική τάση των wearables και το 2016

06 Μαΐου 2016

Ηλίας Κανελλόπουλος
Group Manager Technology |
Consumer Choices Division

T: +30 210 7572 663
Elias.Kanellopoulos@gfk.com

Αποτελέσματα της GfK στην Ελλάδα για το Φεβρουάριο του 2016

Αθήνα, 06 Μαΐου 2016 - Μετά από μια δυναμική αύξηση των πωλήσεων στο κλείσιμο του 2015, η αγορά των wearables συνεχίζει να καταγράφει θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης μέχρι και το Φεβρουάριο του 2016 (+76,6% αύξηση του όγκου πωλήσεων συγκριτικά με το 2015), ανάπτυξη όμοια με αυτή της συνολικής αγοράς της Ευρώπης (+77% αύξηση του όγκου πωλήσεων το Φεβρουάριο του 2016 έναντι 2015).

Ο τρόπος που θα λειτουργούμε στην καθημερινότητά μας φαίνεται να αλλάζει σημαντικά στο μέλλον, καθώς όλο και περισσότερες “έξυπνες συσκευές” μπαίνουν στη ζωή μας με στόχο να την κάνουν πιο εύκολη. Ο Έλληνας χρήστης υιοθετεί τη νέα αυτή τάση στους ίδιους ρυθμούς με το μέσο ευρωπαϊκό, χωρίς ωστόσο να αντιλαμβάνεται πλήρως τα επιπρόσθετα πλεονεκτήματα μιας τέτοιας συσκευής, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στο σχεδιασμό και το προσωπικό στυλ.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η χρήση των wearables δεν περιορίζεται πια στην απλή καταγραφή μιας οποιαδήποτε δραστηριότητας, αλλά επεκτείνεται και στους τομείς της υγείας, της ασφάλειας και στην εύρεση τοποθεσίας. Η δυνατότητα να προσαρμόζει κανείς τις λειτουργίες ενός wearable στις προσωπικές του επιθυμίες και ανάγκες, αποτελεί το μέλλον αυτών των συσκευών.

Η βιομηχανία της μόδας αρχίζει να εισέρχεται κι αυτή σταδιακά στην αγορά, ενσωματώνοντας τη συγκεκριμένη τεχνολογία σε ρούχα, υποδήματα, και κοσμήματα.

Σε αντίθεση με την Ευρώπη, ο ανταγωνισμός στον ελληνικό χώρο των wearables παραμένει χαμηλός αλλά σταδιακά αυξανόμενος, καθώς όλο και περισσότεροι νέοι παίκτες έρχονται να καλύψουν τη ζήτηση, σε μια αγορά που συνεχώς μεγαλώνει.

Τα “έξυπνα ρολόγια” Smartwatches και τα Health & Fitness Trackers παραμένουν οι δυο μεγαλύτερες κατηγορίες της ελληνικής αλλά και της παγκόσμιας αγοράς, καταγράφοντας διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης (+50% και +93% αντίστοιχα, η αύξηση του όγκου πωλήσεων το Φεβρουάριο του 2016 συγκριτικά με το 2015), ενώ με συνεχώς αυξανόμενους ρυθμούς κινείται και η κατηγορία των Wrist Sport Computers.

GfK Hellas
Νυμφαίου 1-3 (Μέγαρο Ιλισίων)
Αθήνα 115 28
Ελλάδα

T +30 210 7572 600

Διοίκηση
Μάκης Θεοδώρου

Μητρώο ΕΒΕΑ
86084

Στην Ελλάδα 1 στους 2 χρήστες wearable αγοράζει κάποιο “έξυπνο ρολόι”, όταν στην Ευρώπη 1 στους 2 προχωρά σε αγορά ενός Health & Fitness Tracker.

Σημαντικό ρόλο στη ζήτηση των Smartwatches, παίζουν οι βασικές λειτουργίες της κάθε συσκευής, προσφέροντας διαφορετικές εμπειρίες στο χρήστη. Συναντάμε λοιπόν συσκευές που του επιτρέπουν να μένει συνδεδεμένος με το κινητό του, έχοντας τη δυνατότητα ανάγνωσης ενημερώσεων και μηνυμάτων απευθείας από τον καρπό του, ενώ παράλληλα εστιάζουν και στη συνεχή καταγραφή οποιασδήποτε σωματικής δραστηριότητας. Συγχρόνως, η αγορά συμπληρώνεται με συσκευές που ενσωματώνουν ένα ανοιχτό λειτουργικό σύστημα (δηλαδή, όπου ο χρήστης μπορεί να εγκαταστήσει εφαρμογές τρίτων στη συσκευή), και οι οποίες συμβάλλουν σημαντικά στην υγιή ανάπτυξη του όγκου των πωλήσεων της κατηγορίας.

Σε επίπεδο τζίρου, τα Smartwatches κατέγραψαν μερίδιο 67,3% της συνολικής αξίας για το μήνα Φεβρουάριο 2016, λόγω της υψηλότερης μέσης τιμής πώλησης, συγκριτικά με τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Σε σημαντική αύξηση πωλήσεων, κοντά στο 44%, εκτιμάται πως θα κινηθεί η παγκόσμια αγορά των Health & Fitness Trackers το 2016, με τα Smartwatches να σημειώνουν άνοδο 87%¹.

Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται, συνεχώς νέες καινοτομίες κάνουν την εμφάνισή τους, ασκώντας σημαντική επιρροή στη συμπεριφορά του καταναλωτή, προσφέροντάς του μεγαλύτερη δικτύωση, κινητικότητα (mobility) και πολυχρηστικότητα.

Σε αυτά τα χαρακτηριστικά επενδύουν συνεχώς και οι κατασκευαστές των wearables ώστε να ενισχύσουν τα πλεονεκτήματα μιας τέτοιας συσκευής στην αντίληψη του καταναλωτή.



¹ GfK Trends and Forecasting, December 2015. Wearables forecast (Excludes connected watches).

Ταυτότητα της έρευνας

Η GfK Hellas δραστηριοποιείται από το 1988 στις έρευνες απογραφής λιανικών πωλήσεων, απογράφοντας 86 διαφορετικές κατηγορίες ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, σε ανεξάρτητα καταστήματα και αλυσίδες λιανικής. Οι έρευνες απογραφής είναι συνεχείς και πραγματοποιούνται σε μηνιαία και εβδομαδιαία βάση ανάλογα με την κατηγορία απογραφής και βασίζονται σε δείγμα καταστημάτων. Η μεθοδολογία της έρευνας στηρίζεται σε καταγραφή των πωλήσεων από τις ηλεκτρονικές βάσεις των καταστημάτων σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα. Η απογραφή για τα μεγάλα καταστήματα και τις αλυσίδες λιανικής αφορά στο σύνολο των καταστημάτων τους (απογραφή) ενώ για τα ανεξάρτητα καταστήματα μέσω της καταγραφής πωλήσεων δείγματος αυτών και της αναγωγής μέσω στατιστικών μεθόδων στο σύνολο του πληθυσμού τους.

Για περαιτέρω πληροφορίες παρακαλούμε απευθυνθείτε:

GfK Hellas,

Λώρα Σκολαρίκου / Τηλ. +30 210-7572 661 / Laura.Skolarikou@gfk.com

Ηλίας Κανελλόπουλος / Τηλ. +30 210-7572 663 /
Elias.Kanellopoulos@gfk.com

Σχετικά με τη GfK

Η GfK αποτελεί την έγκυρη πηγή πληροφοριών σχετικών με τις αγορές και τους καταναλωτές, η οποία δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες της να λαμβάνουν εξυπνότερες αποφάσεις. Περισσότεροι από 13.000 ειδικοί στις έρευνες της αγοράς συνδυάζουν το πάθος τους με την μακρόχρονη εμπειρία της GfK στην επιστήμη δεδομένων. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στη GfK να προσφέρει ζωτικής σημασίας πληροφόρηση και γνώση σε παγκόσμιο επίπεδο για περισσότερες από 100 χώρες. Χρησιμοποιώντας καινοτόμες τεχνολογίες και τις επιστήμες των δεδομένων, η GfK μετατρέπει μαζικά δεδομένα σε έξυπνα δεδομένα, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες της να βελτιώσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα και να εμπλουτίσουν τις εμπειρίες και επιλογές των καταναλωτών.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε τη διεύθυνση www.gfk.com ή ακολουθήστε την GfK στο Twitter: www.twitter.com/gfk