

# Пресс-релиз

11 июля, 2019

Отдел коммуникаций GfK  
Rus

Наталья Игнатьева  
Т +7 495 937 7222  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)

Александр Федотов  
Т +7 495 937 7222  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)

## Исследование GfK: Тенденции продаж бытовой техники и электроники

- **Интерес к смартфонам и носимой электронике не угасает**
- **«Фавориты» в мелкой бытовой технике**
- **Аудио-видео сектор двигают премиальные фичи и переход на цифру**
- **Крупная бытовая техника: сдержанный рост, дизайн в центре внимания**
- **Продажи компьютерной техники поддерживают игровые модели**

Москва, 11 июля 2019 – По данным мониторинга розничных продаж GfK\*, оборот рынка бытовой техники и электроники в России по итогам первых пяти месяцев вырос на 8,6% в денежном выражении, что обусловлено в первую очередь ростом цен: +6,1% год к году.

По мере того, как рубль снова начал свое укрепление, мы видим, что рост цен замедляется. Эта тенденция может привести к тому, что динамика рынка в денежном выражении во втором полугодии этого года начнет приближаться к темпам роста в штуках.

В свою очередь, продажи в натуральном выражении остаются в целом на уровне прошлого года с тенденцией на увеличение спроса (+2,4%) по итогам совокупного периода с января по май.

«Мы ожидаем сохранение позитивной динамики спроса на товары БТиЭ до конца года, несмотря на сокращение реальных доходов населения. Ее поддержит дальнейший рост потребительского кредитования и консолидация спроса в период распродаж и сезонных праздников. Факторы роста, на которые могут рассчитывать

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Т +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Bobby Rajan (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

производители и ритейлеры, – премиум и дизайн, производительность и многофункциональность, простота и удобство», - комментирует Максим Быстрицкий, генеральный директор GfK Rus.

«Онлайн-сегмент продолжает переключать внимание потребителей, показывая рост +28% год к году, в то время как офлайн продажи ритейла растут в 10 раз медленнее: +3% по итогам 5 месяцев с начала года.

Предпочтения покупок в интернете также изменяют поведение потребителя в офлайне. Покупатели знают, какую конкретно модель они хотят, поэтому они хотят купить ее быстрее, дешевле и рядом. Мы наблюдаем перетекание продаж из больших шоппинг моллов в торговые центры у дома», - считает Тимур Самерханов, ритейл-директор GfK Rus.

\*\*\*

По данным GfK, по итогам первых пяти месяцев 2019 года самые быстрорастущие секторы рынка БТиЭ это телекоммуникации (13,9%) и малая бытовая техника (10,4%).

**Телеком-сектор** рос почти в два раза быстрее рынка за счет неугасающего интереса потребителей к смартфонам и носимой электронике.

**Сектор Малой бытовой техники** прибавил 10,4% в деньгах благодаря новым звездам роста. Так, в технике для уборки это сегменты вертикальных и роботов-пылесосов. Парогенераторы драйвят продажи устройств для ухода за одеждой. В кухонной технике уверенно себя чувствовали продажи устройств для холодного приготовления пищи.

Наиболее инновационные группы техники для красоты и здоровья, такие как ирригаторы, аккумуляторные зубные щетки и гибридные триммеры для бороды, по-прежнему являются самыми динамично развивающимися.

**В Аудио-видео секторе** доминирующие факторы роста - переход с «аналога» и премиальные «фичи». Сектор вырос на 10% в денежном выражении и впечатляющие 31,5% в штуках.

**Переход с аналогового вещания** мотивировал россиян либо заменить старый телевизор на новый, либо приобрести ДВБ-Т2 приемник для приема **цифрового** сигнала. Таким образом в начале года был стимулирован спрос сразу на две продуктовые группы: телевизоры и ТВ-тюнеры. По итогам первых 5 месяцев 2019 года спрос на телевизоры вырос на 11% в штуках по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, зато на ТВ-тюнеры - почти в 2,5 раза. Подобный взлет во время переходного периода может «украсть» потенциальные продажи второго полугодия. Ожидается, что развитие сектора во втором полугодии смогут поддержать продажи устройств с набирающими популярность характеристиками - с разрешением 4K / 8K

и HDR.

Еще один тренд года – “смартификация” домашнего аудио. Так, если в 2017 и 2018 годах смартификацией считалось использование простого Bluetooth-протокола для передачи музыки на устройство, сейчас в этот сегмент активно проникают системы с собственным приложением для смартфона, с выходом в Интернет, а также голосовые помощники. Подобные устройства занимают уже больше половины рынка в денежном выражении. Более того, продажи моделей, поддерживающих Wi-Fi соединение, выросли в 2,3 раза, а ежемесячные продажи умных колонок достигли почти 12 тыс. штук.

Для рынка **крупной бытовой техники (КБТ)** начало 2019 года было достаточно сдержанным. Сектор КБТ по итогам первых 5 месяцев 2019 года прибавил 4,6%. Апрель был не слишком удачным с точки зрения динамики в денежном выражении.

На рынке КБТ сохраняются ниши и сегменты с заметно более высокими темпами прироста. Абсолютным лидером роста являются посудомоечные машины. Особенно популярным становится сегмент встраиваемых моделей с третьей корзиной. В холодильниках растущим спросом пользовались модели премиум формата, такие как Side-by-Side и 3+ Doors. В случае стиральных машин такими нишами являются стиральные машины с сушкой, модели с загрузкой 9 и более кг, а также сегмент сушильных машин. Внутри встраиваемой техники наиболее ярко проявили себя индукционные панели, встраиваемые СВЧ печи, а также сегмент духовок с сенсорным управлением. Все эти примеры так или иначе отражают четыре ключевые глобальные тенденции рынка КБТ: дизайн, многофункциональность, вместимость и удобство.

Рынку **информационных технологий (ИТ) и офисной техники** не удалось повторить результатов прошлого года. По итогам первых пяти месяцев 2019 года динамика объема продаж составила всего лишь 1,8% на фоне 3% роста цен и сокращения продаж в натуральном выражении. На замедление темпов роста продаж сильнее всего повлиял начавшийся в конце прошлого года дефицит процессоров для ноутбуков и продолжающееся сокращение спроса на 7-ми дюймовые планшеты. Хуже всего ИТ рынок себя чувствовал в апреле этого года, когда обороты просели на 5% ниже прошлогодних. В мае рынок стабилизировался на уровне аналогичного периода годом ранее.

Снижение продаж ноутбуков произошло за счет рынка моделей начального уровня в самых популярных из недорогих конфигураций – оборот этого сегмента был на четверть меньше прошлогоднего. В то же время росли продажи компактных 14-дюймовых моделей и тонких ноутбуков. Объем продаж в обоих случаях был более, чем на 60% выше, чем за первые 5 месяцев прошлого года.

Лидером роста в первой половине года был рынок мониторов, увеличившийся в деньгах на 20% в первые пять месяцев года. Драйвером этого рынка остается спрос не только на игры, но и вообще интерес к онлайн развлечениям, мотивирующий покупателей к замене мониторов. В результате растут продажи высокотехнологичных мониторов, таких как 4К+ и с изогнутым экраном. Продажи последних удвоились по сравнению с прошлым годом.

Самыми быстрыми темпами растет сегмент игровых мониторов, - их продажи почти удвоились по сравнению с прошлым годом. Так что теперь на него приходится почти 40% этого рынка по итогам 5 месяцев (почти в 2 раза больше, чем годом ранее). Игровые продукты продолжают наращивать свою долю и в других секторах рынка ИТ. Ноутбуки, настольные компьютеры, клавиатуры и мыши, – все эти категории по-прежнему показывают прирост в игровом сегменте, пускай и не такой значительный, как мониторы.

Розничные продажи **офисной техники** показывали хорошую динамику и выросли на 5% в деньгах. И динамика была бы выше, но статистику подпортили майские продажи, которые просели на 3%.

\* Мониторинг розничных продаж GfK охватывает города России с населением более 20 тыс. чел., все каналы розничной дистрибуции, включая интернет торговлю. Данное исследование – источник всех цифр, упоминаемых в обзоре.

## О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт [www.gfk.com](http://www.gfk.com) или [www.gfk.com/ru](http://www.gfk.com/ru) или следите за нашими новостями в Twitter: <https://twitter.com/GfKRussia>