

Basın Bülteni

Tüketici Teknolojisi Ürünleri Pazarı dördüncü çeyrekte %17 büyüdü.

21 Şubat 2018

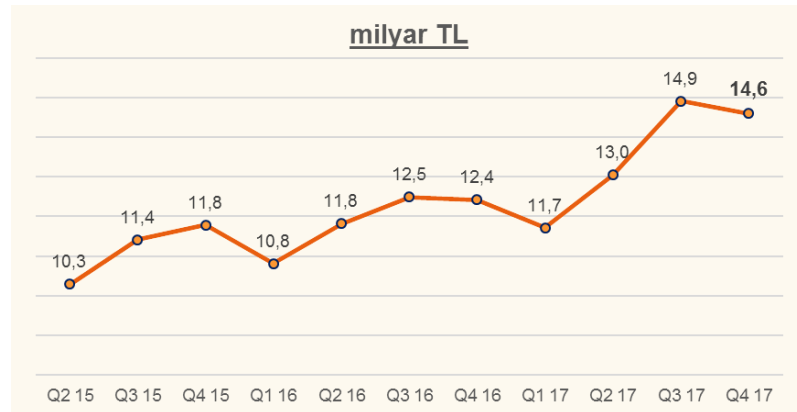
Naz Şakar
Marketing and Communications
T +90 212 368-0700
F +90 212 368-0799
naz.sakar@gfk.com

GfK TEMAX® Türkiye 2017 Dördüncü Çeyrek Sonuçları

İstanbul, 21 Şubat, 2018 – Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2017'nin dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %17,2'lik bir büyüme performansı ile 14,6 milyar TL ciro değeri elde etti. Dördüncü çeyrek sonu itibariyle büyümeye en yüksek katkı çift haneli oranlar ile telekom ve küçük ev aletleri sektörlerinden geldi.

Bir önceki yılın aynı dönemine göre ciroda negatif büyüme kaydeden tek sektör görüntüleme sistemleri oldu.

Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi



GfK
Cumhuriyet Mh., İncirliede Cd.,
No:4, Kat:2,
34380, Şişli, İstanbul,
Türkiye tr@gfk.com
Tel. +90 212 368 0700
Fax +90 212 368 0799

Telekom: Dördüncü çeyrekte çift haneli büyüme

Telekom sektörü 2017'nin dördüncü çeyreğinde bir önceki yıl aynı döneme göre %31 oranında büyüyerek 6,8 milyar TL'lik ciro elde etti. 2016 yılında gerçekleşen darbe girişimi, üçüncü çeyreğin çift haneli büyümesine en büyük etkiyi gösterirken, dördüncü çeyrekte yapılan yeni akıllı telefon lansmanları büyüme trendinin artarak devam etmesini sağladı.

Sektördeki tüm ürün grupları 2017 dördüncü çeyreğini güçlü çift haneli pozitif büyüme oranları ile kapattı. Akıllı telefonların toplam sektör büyümesi üzerindeki etkisine paralel olarak, diğer tüm ürün gruplarının çift haneli ciro sal büyümelerinin telekom sektörüne etkisi ilgili dönem sonu itibariyle oldukça olumlu oldu.

Baz etkisinin çok düşük olması nedeniyle, dördüncü çeyreğe kadar %100'ün üzerinde büyüme gösteren akıllı saatler ise çift haneli büyüme oranına geriledi.

Bilgi teknolojileri: Dizüstü bilgisayarlarda toparlanma

Bilgi teknolojileri sektörü bir önceki yılın dördüncü çeyreğine göre ciroda yaklaşık %9 oranında büyüdü ve 1,5 milyar TL ile son çeyreği kapattı. Büyüme üzerinde en yüksek etkiye sahip ürün grupları masaüstü bilgisayarlar, dizüstü bilgisayarlar, mouse ve klavyeler olarak gerçekleşti ve çift haneli büyümeler yakalandı.

Oyun özellikli ürünlerde potansiyel devam etmekte. Web kameralar, tabletler ve monitörler ise küçülmeye devam etti.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri: Çok fonksiyonlu yazıcılar büyümeye devam ediyor

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %1 oranında büyüyerek son çeyrekte 155 milyon TL elde etti . Çift haneli büyüme ile en büyük katkıyı çok fonksiyonlu yazıcılar sağladı.

Aynı dönemde tek fonksiyonlu yazıcılar, çok fonksiyonlu yazıcıların aksine, çift haneli daraldı. Kartuş dünyasında ise dördüncü çeyrekte tek haneli daralma kaydedilmiştir.

Büyük beyaz eşya: ÖTV sonrasında beklenen düşüş gerçekleşti

Eylül ayı sonu itibariyle ÖTV kampanyasının bitmesi, kampanya boyunca yüksek büyümelerle devam eden büyük beyaz eşya sektör büyümelerinde biraz gerilemeye yol açsa da 2016 yılının son çeyrek dönemine göre %1,4 oranında büyüyüp; 2017 yılının son çeyreğini 2,8 milyar TL ciro seviyesi ile kapattı.

Cirosal olarak en fazla büyüme oranına ulaşan kategori çift hanelerle kurutma makineleri olurken, fırın kategorisi ise ikinci en çok büyüyen kategori olmuştur.

Çamaşır ve bulaşık makineleri tek haneli de olsa büyümeye devam ederken, 2016 yılının son çeyreğine göre küçülen kategoriler; buzdolapları ve derin dondurucular olmuştur.

Küçük ev aletleri: Son çeyreği çift hanelerle kapadı

Küçük ev aletleri sektörü, 2017 dördüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %20 oranında güçlü bir büyüme elde etti ve 1,3 milyar TL ciro seviyesi ile dördüncü çeyreği kapattı.

Cirosal olarak en iyi performanslar sırası ile sıcak içecek hazırlama makineleri, tost makineleri, gıda hazırlama, elektrikli süpürgeler, ütü, kadın / erkek tıraş makineleri, saç şekillendiriciler, saç kurutucular, narenciye / katı meyve sıkacakları ve saç / sakal kesiciler olurken; su ısıtıcılar ve fritözler ise küçülme kaydeden ürün grupları oldu.

Çok fonksiyonlu / özellikli, yüksek teknoloji ürünlere eğilimin artması türk kahve makineleri, siklonik süpürgeler ve kazanlı ütüler gibi segmentlere olan ilgiyi artırdı.

Tüketici elektroniği: Büyümeye devam ediyor

Tüketici elektroniği sektörüne toplam olarak bakıldığında, 2017 son çeyrekte 2016'nın son çeyreğine göre cirosal büyümesini %9 seviyelerinde kapattı ve yaklaşık 2 milyar TL'lik ciro elde etti.

Sektöre dahil olan ürün grupları incelendiğinde; soundbar ve bluetooth hoparlörler ile video kameralar üçüncü çeyrekte de olduğu gibi çift haneli büyümeye devam etmişlerdir. Sektör içinde en büyük paya sahip olan TV'ler ise sektör toplamı ile aynı seviyede bir büyüme performansı göstermiş ve 1,9 milyar TL ciro seviyesi ile çeyreği sonlandırmıştır.

Ultra yüksek çözünürlüklü TV'lerin payı 2016'nın aynı periyodunda %41 iken 2017 son çeyrekte cirodan aldıkları pay %48'e ulaşmıştır. Öte yandan ekran ölçülerine bakıldığında büyük ekran televizyonlardaki büyümenin devam ettiği, 55 inch TV'lerin 2016'nın aynı dönemine göre çift haneli büyüme gösterdiği görülmektedir.

Görüntüleme: Trend değişmedi

Yılın dördüncü çeyreğinde dijital fotoğraf makinelerinden oluşan görüntüleme sektörü %19,6 seviyelerinde daralıp, 24 milyon TL elde etmiştir. Üçüncü çeyrekte yakalanan yavaşlayan daralma trendinin son çeyrekte kaybedildiği gözlemlenmiştir.

Özet: Dördüncü çeyrekte büyüme devam ediyor.

Türkiye tüketici teknolojisi ürünleri pazarının 2017 yılının geride bıraktığımız dördüncü çeyreğinde, geçen senenin aynı dönemine göre oldukça yüksek oranda ciroasal bir büyüme oranı elde edildiği görülüyor. Ölçülenmekte olan tüm ürün grupları (negatif büyüme oranı küçülen görüntüleme sistemleri haricinde) pozitif performansı ile bu genel görüntüye katkı sağladığı aşikar.

Kategori bazlı gelişmelere bakıldığında ise tüketicilerin, televizyon ve küçük ev aletlerinde yüksek segment ürünlere yönelimi ve akıllı telefonlardaki yüksek çift haneli büyüme oranı neticesinde, dördüncü çeyrek sonu itibarıyla pazarda olumlu veriler elde edildi. 2017 senesinin lokomotif sektörü büyük beyaz eşyada ÖTV indiriminin sona ermesiyle beraber yavaşlayan büyümelere rağmen tüketici elektroniği ve telekom pazarda dördüncü çeyreği olumlu kapadı.

2018 ilk çeyreğinde özellikle geçen sene Şubat ayında devreye giren büyük beyaz eşyadaki ÖTV indiriminin ne derece hissedileceği ve pazarı etkileceği en önemli belirleyici faktör olarak karşımızda duruyor olacak.

Özet Tablo

	Q1 2017 in Mio. TL	Q2 2017 in Mio. TL	Q3 2017 in Mio. TL	Q4 2017 in Mio. TL	Q4 2017/ Q4 2016 +/- %	Q1-Q4 2017 in Mio. TL	Q1-Q4 2017/ Q1-Q4 2016 +/- %
Tüketici Elektroniği (CE)	1.500	1.540	1.657	1.968	9,2%	6.665	10,7%
Görüntüleme	30	29	26	24	-19,6%	110	-9,3%
Büyük beyaz eşya (MDA)	2.754	3.604	4.888	2.836	1,4%	14.082	19,5%
Küçük ev aletleri (SDA)	1.007	1.181	1.123	1.286	20,0%	4.597	8,8%
Bilişim Teknolojileri (IT)	1.178	1.014	1.178	1.449	9,0%	4.819	0,9%
Telekom (TC)	5.116	5.566	5.924	6.839	30,7%	23.446	16,7%
Ofis ekipmanları & Sarf malzemeleri (OE)	125	106	112	155	1,0%	499	-4,0%
GfK TEMAX Turkey	11.709	13.041	14.909	14.558	17,2%	54.218	14,0%

Kaynak: GfK TEMAX® Türkiye, GfK

GfK TEMAX®, tüketici teknolojisi ürünleri pazarını takip etmek için GfK tarafından geliştirilen bir endekstir. Bulgular GfK perakende paneli tarafından düzenli olarak yapılan araştırmalara dayanır. Perakende paneli tüm dünya genelinde 425.000'in üzerinde satış noktasından alınan datalardan oluşmaktadır. şubat 2009'dan beri GfK TEMAX® Raporu, GfK tarafından 30'dan fazla ülkede uluslararası düzeyde yayınlamaktadır. Tüm raporlar ve basın bültenlerine www.gfktemax.com adresinden ulaşılabilir.

Basın bülteninden veya www.gfktemax.com da yer alan yayınlardan alıntı yapıldığında, lütfen kaynak olarak GfK TEMAX'ı açık olarak belirtiniz.

Daha fazla bilgi için:

Hande Akdağ, T: +90 212-368-0700, hande.akdag@gfk.com

GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma çözümleri, şimdi ve gelecekte, tüketiciler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iř sorularına yanıtlar sağlar. Bir araştırma ve analitik ortağı olarak GfK, tüm dünyadaki müşterilerine "Bilgiden Gelen Büyüme" vaat ediyor. Daha fazla bilgi için www.gfk.com/tr adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>