

Прес-реліз

Світові продажі смартфонів у 2018 році сягнули 522 мільярдів доларів

28 лютого, 2019

Igor Richter
Т +49 911 395 2186
igor.richter@gfk.com

Юлія Ріхтер
Т +49 911 395 4440
julia.richter@gfk.com

Нюрнберг, 22 лютого, 2019 – На світовому ринку побутової техніки та електроніки, що складає 1,2 трильйони доларів, провідним сегментом залишається ринок смартфонів, мобільних телефонів та натільних пристроїв із часткою 44%. Хоча світовий попит на смартфони у 2018 році знизився на 3% (до 1,44 млрд товарних одиниць), однак загалом продажі залишаються на високому рівні і досягли 522 млрд доларів. Це результати дослідження, підготованого GfK до відкриття Mobile World Congress 2019 у Барселоні.

У 2018 році світові продажі смартфонів залишилися на високому рівні, оскільки висхідні тенденції преміум сегменту продовжують підживлювати зростання. У цифрах це становить збільшення на 5% (що забезпечило продажі на 522 млрд доларів). Проте попит на смартфони в 2018 році порівняно до 2017 скоротився на 3% – до показника 1,44 млрд пристроїв, проданих по всьому світу. Минулого року на світовому ринку на смартфони припадала найбільша частка загальних витрат на побутову техніку та електроніку. Очікується, що ця цифра зросте у 2019 році на 1%.

Цифри за IV квартал 2018 р. засвідчують схожу тенденцію. Близько 375 мільйонів смартфонів (падіння на 7% порівняно з аналогічним періодом минулого року) було продано по всьому світу, що у грошовому еквіваленті становить 144 млрд доларів.

Хоча преміум сегмент продовжує стимулювати зростання, й надалі спостерігається нестача привабливих новинок

У 2018 році близько 12% (проти 9% в 2017 році) проданих смартфонів було реалізовано за ціною понад 800 доларів. Середній сегмент за ціною 150-400 доларів продовжує залишатися важливим плацдармом у конкурентній битві: 46% смартфонів, проданих у всьому світі 2018

GfK Ukraine
(ГФК Юкрейн)
б-р Лесі Українки, 34, оф. 601
Київ, 01133, Україна

Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
gfk.com/uk-ua/

Зареєстровано в Україні
Код: #23512435

року, було реалізовано в цьому ціновому сегменті (на 2% більше, ніж у 2017 році).

Четвертий квартал 2018 року доволі складно порівнювати з яскравим останнім кварталом 2017, оскільки брак привабливих новинок подов часі цикли заміни і негативно впливав на середню ціну продажу. Як наслідок, остання знизилася на 2% – до 384 доларів.

Технологічна сумісність збагачує користувацький досвід

Дослідження GfK «Consumer Life» засвідчує, що споживчі тенденції змінюються, коли йдеться про володіння майном. Споживачі не тільки «воліють мати менше майна, але вищої якості», за що вони готові платити вищу ціну, але й «цінують користувацький досвід більше, ніж майно». Ані об'єм пам'яті, ані більший розмір екрану чи багатоканальна мегапіксельна камера – нічого з цього і подібного вже не запалює уяву споживачів і не стимулює попит.

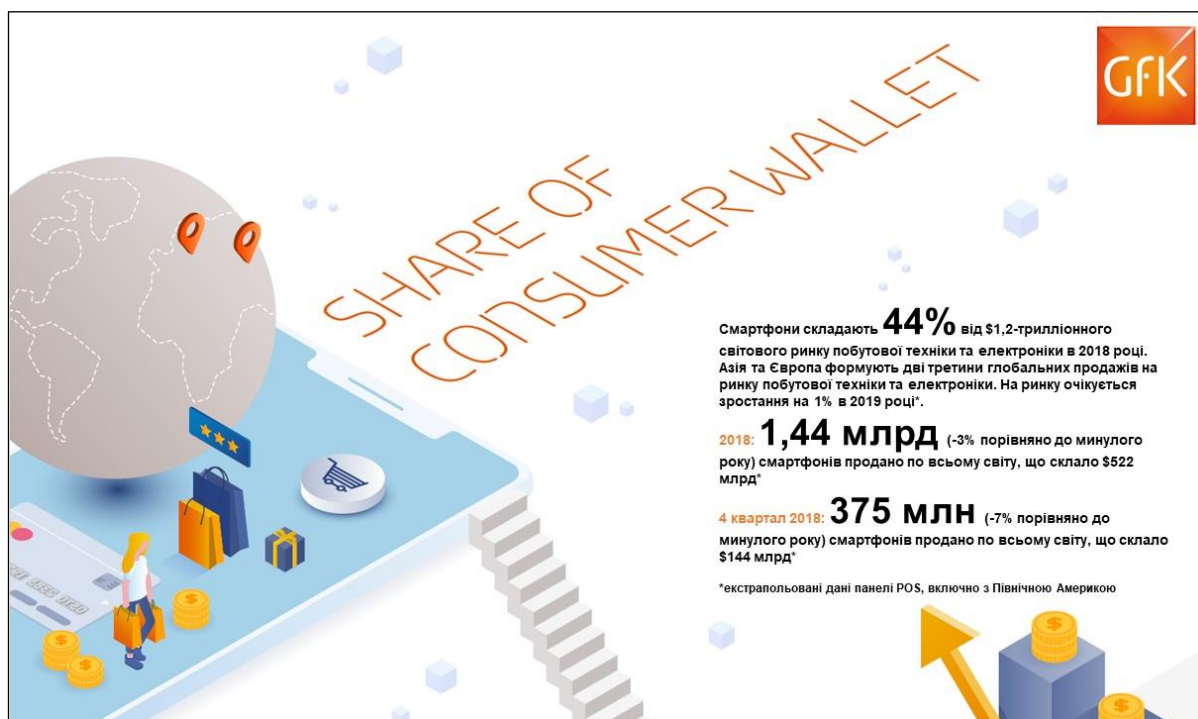
Ігор Ріхтер, експерт GfK з телекомунікацій, каже: «Наші дослідження показують, що, хоча нові функції смартфонів мають характеристики продуктивності та обчислювальної потужності, порівнянні з ноутбуками, ці високотехнологічні характеристики все-таки мають бути перетворені в новий досвід. Ігрові системи панують у сегменті комп'ютерної техніки і на даний час є основним локомотивом зростання у ньому. Тим не менш, існує невикористаний потенціал для більш вибагливих ігор на смартфоні. Незважаючи на відносно невеликі екрани смартфонів у порівнянні з комп'ютерами, їхня швидкодія, чіткість дисплеїв та збільшена ємність батареї роблять ці ігрові смартфони ідеальними пристроями, щоб дати можливість грати на ходу в ігри, які вимагають високої обчислювальної потужності. Це пояснює, чому за останні 30 днів 55% користувачів смартфонів у всьому світі грали в ігри на своїх смартфонах».

Натільні пристрої в 2018 році зберегли свої сильні позиції, річний попит зріс на 16%, а обсяг продажів у грошовому еквіваленті – на 35%. Своїм зростанням попит завдячує смарт-годинникам з підтримкою SIM-карт, які становлять більшу частину обсягу продажів у категорії натільних пристроїв. У 2018 році смарт-годинники з підтримкою SIM-карти становили 17% обсягу продажів натільних пристроїв проти 8% у 2017 році.

Попит у Центрально-Східній Європі та азійських країнах* лише частково компенсує спад у Китаї

Китайський ринок споживає більшу частину світового виробництва смартфонів, крім того, окремі китайські бренди поступово набувають світових масштабів. У 2018 році 40% смартфонів китайських брендів було реалізовано за межами Китаю (проти 31% у 2016 році). Зниження попиту в Китаї у IV кварталі 2018 року (зменшення на 19% порівняно з минулим роком), з огляду на його вагомість (27% обсягу продажів у грошовому еквіваленті), справляє значний вплив на світові показники. Збереження попиту в азійських країнах, що

розвиваються* (зростання на 13% проти минулого року) і Центрально-Східній Європі (зростання на 3% в порівнянні з минулим роком) лише частково компенсували спад у Китаї у IV кварталі 2018 року.



[Завантажити інфографіку \(англійською\)](#)

Про метод дослідження GfK

Висновки базуються на даних панелі GfK Point of Sales за грудень 2018. GfK прогнозує кінцевий попит на споживчі товари, а не обсяги постачання. Розмір ринку визначається шляхом відстеження торгових точок на понад 75 ринках, дані оновлюються щотижня та щомісяця. Для складання ринкових прогнозів щодо США GfK використовує власні моделі ринку та дослідження споживачів, а не дані торгових точок. Обчислення вартості базуються на несубсидованих роздрібних цінах. Дослідження включає дані панельних досліджень GfK про наступні категорії споживчої техніки: телекомунікаційна, велика та мала побутова техніка, ІТ, споживча електроніка.

* Азійські країни, включені до цих результатів:

Розвинені країни: Австралія, Гонконг, Японія, Нова Зеландія, Сінгапур, Південна Корея і Тайвань.

Країни, що розвиваються: Бангладеш, Індія, Індонезія, Камбоджа, Малайзія, М'янма, Філіппіни, Таїланд і В'єтнам .



Про GfK

GfK поєднує дані й науку. Новітні дослідницькі рішення дозволяють отримати відповіді на ключові питання бізнесу щодо споживачів, ринків, брендів та медіа – зараз і в майбутньому. GfK, партнер в сфері досліджень та аналітики, обіцяє своїм клієнтам по всьому світу зростання завдяки знанням. Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт: gfk.com/uk-ua/ або стежити за новинами в Twitter: twitter.com/gfk_ua.