



Sajtóközlemény

March 5, 2021

2020-ban a műszaki cikkek globális piacának bevétele meghaladta a 2019-est

March 5, 2021

Sztupár Andrea
Ügyvezető igazgató
T ++36 1 452 3060
Andrea.sztupar@gfk.com

Nürnberg, 2021. március 1 – 2020-ban a COVID-19 járvány több iparágban is zavart okozott, azonban a műszaki cikkek globális piaca (Észak-Amerika kivételével) az éves szinten +2 százalékos értékbeli növekedés mutatott. A fogyasztókat a műszaki eszközökhöz segítették, hogy otthon maradva tovább dolgozzanak és tanuljanak, ami az IT és az Office termékek iránti kereslet növekedéséhez vezetett. Ugyanilyen fontos volt a háztartási gépek által a főzéshez és a takarításhoz nyújtott kényelem iránti igény, különösen Európában és más gazdag régiókban.

A piac 2020 áprilisát követő összezsugorodása és az eladási érték csaknem 25 százalékos csökkenése után úgy tűnt, hogy a COVID-19-nek letaroló hatása lesz. De az év előrehaladtával a piacok helyreálltak.

"Soha nem látott év áll mögöttünk - és végül a COVID-19 a műszaki és tartós cikkek iparának mozgatórugója lett" - **magyarázza Norbert Herzog, a GfK műszaki termékekkel foglalkozó szakértője.** „Ennek maradandó hatása lesz, mivel a háztartások digitalizálása gyors volt, és a fogyasztók jelentős összegeket fektettek informatikai eszközeikbe és háztartási készülékeikbe. Ma a háztartások tulajdonban lévő termékek száma minden eddiginél magasabb, ami a TCG (Technical Consumer Goods = műszaki elektronikai termékek) piacain hosszú távon növeli a bevételeket.”

Ám globálisan egyértelmű megosztottság van a fejlett és a feltörekvő régiók között. Európában és a fejlett ázsiai régiókban a fogyasztók az otthonukba investáltak (2020-ban éves szinten +8 százalékos értéknövekedés). Azonban a feltörekvő piacok Ázsiában és Latin-Amerikában -4 százalékkal csökkentek 2019-hez képest.

GfK Hungária
Budapest
Wesselényi u. 16.
1077

T +36 1 452 3050

Management:
Sztupár Andrea

Date

A 2020 januárjában elsőként érintett Kína is hozzájárult ehhez a negatív eredményhez. Kínában a 2020-as év előrehaladtával a piaci fellendülés felgyorsult, de összességében nem volt képes kompenzálni a veszteségeket. A világ legnagyobb lezárása Indiában áprilisban az ország egész értékesítésére romboló hatással volt.

„Magyarországon a TCG piac 9 százalékos növekedést ért el 2020-ban a 2019-es évhez képest. A fogalom növekedésének mozgatói hazánkban is a laptopok, nyomtató, IT kiegészítők és a háztartási kisgépek jelentős növekedése volt. A teljes forgalomból már közel 32 százalékot tesz ki az online értékesítés, de az év folyamán voltak olyan hete, hónapok, amikor ez meghaladta a 40 százalékot is.” -tette hozzá Sztupár Andrea a GfK Hungária ügyvezető igazgatója.

Az e-kereskedelmet a lezárás fokozta, de a fogyasztók hűek maradtak a megbízható kiskereskedőkhöz

A COVID-19 megváltoztatta a fogyasztók által preferált csatornákat. A GfK szakemberei úgy vélik, hogy a 2020-as lezárások által eredményezett e-kereskedelmi csatorna fellendülése immár visszafordíthatatlan, és 2021-ben a fogyasztók nagy elvárásokat támasztanak majd a csatornával szemben. De a top5 európai piacon (Németország, Egyesült Királyság, Olaszország, Spanyolország, Franciaország) a legnagyobb nyertesek nem a kizárólag online értékesítők voltak (akik erős +39 százalékkal nőttek 2019-hez képest), hanem a hagyományos kiskereskedelem online boltjai teljesítettek kimagaslóan, +69 százalékos eredménnyel. Sok fogyasztó hű maradt a már ismert, üzlettel rendelkező kiskereskedőihez, amikor kénytelenek voltak online vásárlásra áttérni. Ennek eredményeként néhány lezárási hét során a növekedési ráta elérte a 200+ százalékot is.

A disztribútorok bebizonyították értéküket

A disztribútorok megbízható partnernek bizonyultak a világjárvány idején. 2020 januárjától decemberig a disztribútorok által eladott márkák száma 6 százalékkal nőtt, mivel több márka követte az indirekt szállítási stratégiát a csatorna ellátásának biztosítása érdekében. A disztribútori értékesítés megugrott, Európában volumenben 4 százalékos pluszt ért el. 2020-ban Európában az értékesítés helye szerinti eloszlás volumenében a mobil PC-k, asztali PC-k és media tabletek disztribútorokon keresztüli beszerzése nőtt 2019-hez képest. Az első lezárást követő időszakban +67 százalékkal (2020 júliusában) érte el a legmagasabb szintet, amikor a disztribútorok megdöbbentően sok, 20 százalékponttal nagyobb volument adtak el a kiskereskedőknek és viszonteladóknak, mint 2019 júliusában.

Ezt a nagy igényt nemcsak az otthoni munkavégzés és tanulás generálta, hanem a gaming PC-k iránti kereslet is. 2021 első négy hetében a mobil PC-k eladásai +48, az asztali PC-k +59 százalékkal nőttek 2020-hoz képest. A gaming kiegészítők esetében is növekedett az értékesítés.

Az új lezárások hatása 2021-ben

Eddig 2021-ben a magas COVID-19 fertőzöttségi arányok elsősorban a fejlett piacokat érintették, különösen Európát és Amerikát. Összehasonlításként, az ázsiai országok a mai napig gyakran képesek voltak elkerülni az újabb lezárásokat.

Ha összehasonlítjuk a tavalyi kezdeti márciusi/áprilisi lezárásokat az öt legnagyobb európai ország novemberi / decemberi lezárásaival, akkor összességében a negatív hatás alacsonyabbnak tűnik. Sőt, a műszaki cikkek értékesítése a 2020-as év 47. hetéről a 2021-es év 2. hetére még növekedett is 11 százalékkal. Az első lezárás során (2020. 11. -19. hét) az értékesítés -5 százalékkal csökkent. Ennek oka, hogy ameddig lehetséges volt elkerülték a hagyományos kiskereskedelem bezárását, és amikor mégis megtörtént, akkor sem egyidőben voltak ilyen lezárások egész Európában.

Ha összehasonlítjuk a lezárásokat a legnagyobb, németországi piachoz képest, a hatás eléggé hasonló. Kétszámjegyű csökkentéseket tapasztalunk azokban a hetekben, amikor az üzleteket bezárták - mind márciusban / áprilisban, mind decemberben / januárban.

Mivel a keresleti piacok átváltoztak kínálatira, a növekedés dinamikája még inkább az ipar azon képességére fog támaszkodni, hogy a megfelelő termékeket a megfelelő időben juttassák el a fogyasztókhoz. Amíg érvényben vannak az érintkezési korlátozások, az erős kereslet továbbra is meghatározza a műszaki és tartós cikkek kiskereskedelmi színterét. A feltörekvő ázsiai országok várható gazdasági fellendülése pedig tovább növeli a keresletet, ami további nyomást gyakorol az ellátásra. Másrészt, a GfK arra számít, hogy - különösen a fejlett piacokon - az eladások csökkennek, amint 2021 második felében a hangsúly lekerül az otthonmaradásról - feltételezve a sikeres oltások magas arányát.

GfK. Growth from Knowledge.

A több, mint 85 éves múlttal rendelkező GfK világszerte tech-alapú adatszolgáltatásaival segíti ügyfeleit üzleti kérdéseik megoldásában. A mesterséges intelligenciát felhasználva képes ügyfelei számára megbízható ajánlásokat adni döntéseikhez, legyen szó a marketing és értékesítés hatékonyságát tükröző fogyasztói elégedettségekről, piacokról, márkákról vagy akár a médiáról.