

Tisková zpráva

22. ledna 2019

Andrea Patočková
Tel. +420 737 263 113
Andrea.Patockova@gfk.com

Markus Kick
Tel. +49 911 395 2375
Markus.Kick@gfk.com

Stefan Gerhardt
Public Relations
Tel. +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Globální trh se spotřební elektronikou dále roste

Praha, 22. ledna 2019 – Globální trh spotřební elektroniky zakončil rok 2018 se šestiprocentním nárůstem prodeje, přičemž celkové tržby činily 138 miliard euro. Ve všech regionech bylo dosaženo významného zisku. GfK předpovídá na rok 2019 růst ve výši zhruba čtyř procent. Stále existuje potenciál růstu v segmentu chytrých zařízení s dokonalejšími prémiovými funkcemi a integrovaným hlasovým asistentem. Toto jsou výsledky týkající se globálního trhu spotřební elektroniky zjištěné společností GfK pro veletrh CES 2019 v Las Vegas.

Poptávku po spotřební elektronice na trzích po celém světě ovlivňují globální 'mega trendy', jako je např. rostoucí zájem o nákup prémiových zařízení. Podle nynějších výzkumů GfK téměř polovina spotřebitelů chce mít raději méně technologických zařízení, jež však představují vyšší kvalitu.

Markus Kick, expert GfK na spotřební elektroniku, říká: „Výrobci musí držet krok s vývojem směrem k vysoce kvalitním zařízením a nabízet produkty s dokonalejšími a prémiovými funkcemi. Vzhledem ke stále větší nasycenosti trhu lze prodejní potenciál ještě zvýšit právě v tomto ohledu. Určujícím faktorem úspěšnosti je intuitivní ovládání jednotlivých zařízení. Stále větší počet spotřebitelů ztrácí zájem o taková elektronická zařízení, která nelze snadno ovládat. Rozhodujícím kritériem při nákupu produktu je tedy snadné využití jeho různých technologických komponent.“

Globální trh televizorů vydělává na high-end zařízeních

S objemem prodeje ve výši přes 100 miliard euro tvořil v roce 2018 trh televizních přijímačů zhruba tři čtvrtiny celkových globálních tržeb za spotřební elektroniku a stoupl tak o více než pět procent. K tomuto růstu

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel.: +49 911 395 0

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

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Börling

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

došlo hlavně díky high-end zařízením s obrazovkou nejméně 50 palců. Tento segment zajistil v roce 2018 přes polovinu globálních tržeb za prodej televizorů. V tomto ohledu jsou stále oblíbenější obrazovky s organickými elektroluminiscenčními diodami (OLED). OLED je hlavní zobrazovací technologie v segmentu prémiových zařízení, která zaznamenala více než stoprocentní růst. Podíl OLED zařízení na celkovém obrátu z televizorů činí v současné době pět až deset procent, přičemž na tento trh vstupuje stále větší počet výrobců, a to vede ke snižování cen. V západní Evropě, která je globálním lídrem v segmentu OLED, poklesla v loňském roce průměrná cena zhruba o 300 euro na méně než 2 100 euro. Nejčastěji požadované modely jsou nyní k dostání již za 1 500 euro. Pokud jde o rozlišení, na vzestupu je stále typ 4K a na trhu se již začínají objevovat první modely 8K.

Sluchátka a přenosné Bluetooth reproduktory jako hnací síla růstu audio trhu

Celkové tržby za sluchátka včetně headsetů (tj. sluchátek s mikrofonom) stouply v roce 2018 téměř o 40 procent na zhruba 14 miliard euro. Více než polovinu hodnoty prodeje vygenerovala zařízení s technologií Bluetooth. Jelikož výrobci z chytrých telefonů ve stále větší míře odstraňují sluchátkové konektory, sluchátka a headsety s funkcí Bluetooth i nadále porostou. V tomto ohledu je nyní největším hitem dané technologie skutečně bezdrátové provedení se dvěma oddělenými sluchátky. V roce 2018 vygenerovaly vyšší tržby nežli dobře zavedený segment sluchátek s aktivním potlačením hluku. S nástupem vysoce výkonných sluchátek a sluchátkových sad za cenu 150 euro a více došlo i ke zvýšení průměrné prodejní ceny o více než 20 procent. Prodeje přenosných reproduktorů, jež lze přes Bluetooth propojit s chytrým telefonem, stouply o 15 procent skoro na 5 miliard euro. Tato produktová kategorie již jasně směřuje do prémiového sektoru: cenové třídy nad 150 euro tvořily necelou jednu třetinu celkových tržeb. Pokud jde o technologie, jež reproduktory chrání před vodou a zvyšují odolnost, na trhu se uchytila jen vodotěsná zařízení. Většina zatím prodaných zařízení tuto ochranu nemá. Daná funkce se tedy nejeví při nákupu jako rozhodující.

Multiroom audio systémy se stanou standardem; novým faktorem úspěšnosti je 'smart'

Objevily se první známky poklesu trhu multiroom zařízení, která umožňují hrát v různých místnostech různou hudbu: tržby z prodeje reproduktorů a audio příslušenství nabízejících pouze tuto funkci v roce 2018 poklesly. Jelikož poskytovatelé platformy neustále rozšiřují hardwarový sortiment, podmínkou pro růst tržeb se stále více stávají funkce 'smart'. Vedle běžných reproduktorů jsou na vzestupu i další zařízení jako soundbary nebo chytré obrazovky, jež propojují hlasového asistenta založeného na umělé inteligenci s vizuální zpětnou vazbou. Tato zařízení mají potenciál stát se centrální řídicí jednotkou chytré domácnosti a dokazují, že hlasové ovládání samo o sobě ještě nemusí nabídnout pohodlnou intuitivní provozuschopnost, kterou dnes spotřebitelé od

technologických produktů očekávají.

Metody používané v GfK

V rámci svého maloobchodního panelu GfK pravidelně shromažďuje data ve více nežli 70 zemích z celého světa týkající se produktů v segmentech televizory, audio produkty a automobilová elektronika. Všechna čísla se týkají celkového trhu, tedy všech zařízení prodaných v dané zemi v rámci sektoru spotřební elektronika. Tržby jsou uváděny na základě fixního směnného kurzu.

GfK vydává tiskové zprávy týkající se spotřební elektroniky a celkového trhu technického spotřebního zboží u příležitosti veletrhu CES v Las Vegas. Veškeré informace naleznete na:

<https://www.gfk.com/press-room/press-releases/>

O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky

www.gfk.com/cz nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech.