

# Tisková zpráva

## V roce 2018 dosáhl celosvětový prodej chytrých telefonů 522 miliard USD

6. března 2019

Andrea Patočková  
T +420 737 263 113  
[andrea.patockova@gfk.com](mailto:andrea.patockova@gfk.com)

Igor Richter  
T +49 911 395 2186  
[igor.richter@gfk.com](mailto:igor.richter@gfk.com)

Julia Richter  
T +49 911 395 4440  
[julia.richter@gfk.com](mailto:julia.richter@gfk.com)

Praha, 6. března 2019 – Smartphony, mobilní telefony a nositelná elektronika představující 44 procent z celkových tržeb na trhu technického spotřebního zboží, jenž dosáhl 1,2 bilionu USD, jsou i nadále hnací silou jeho rozvoje. Přestože celosvětová poptávka po chytrých telefonech se v roce 2018 snížila o tři procenta na 1,44 miliardy USD, prodeje zůstávají vysoké a činí 522 miliardy USD. Toto jsou zjištění GfK, která byla zveřejněna na Mobile World Congress

**2019 (Celosvětový mobilní kongres 2019), který probíhal v Barceloně.**

Celosvětové prodeje smartphonů byly i v roce 2018 silné, neboť přetrvává poptávka po prémiových modelech, která je tahounem celkového růstu. V číselném vyjádření se to rovná pětiprocentnímu zvýšení (522 miliardy USD). Globálně však poptávka po chytrých telefonech v roce 2018 klesla oproti roku 2017 o tři procenta na 1,44 miliardy kusů. V loňském roce představovaly chytré telefony největší část výdajů na celosvětovém trhu technického spotřebního zboží. V roce 2019 se očekává nárůst o jedno procento. Údaje za Q4 2018 naznačují podobný trend. Celosvětově se prodalo zhruba 375 milionů smartphonů (v meziročním srovnání pokles o sedm procent), což představuje tržby na úrovni 144 miliard USD.

**Tahounem růstu sice zůstávají prémiové modely, ale přetrvává nedostatek atraktivních inovací**

V roce 2018 se přibližně 12 procent chytrých telefonů (oproti devíti procentům v roce 2017) prodávalo za cenu vyšší než 800 USD.

Smartphony za středně vysoké ceny 150 - 400 USD představují i nadále důležitý segment se silnou konkurencí, jenž tvoří asi 46 procent smartphonů prodaných celosvětově v roce 2018 (o dvě procenta více než v roce 2017).

Poněkud tvrdé srovnání se silným čtvrtým kvartálem roku 2017 (od října do

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Lars Nordmark (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

konce prosince 2018) ukazuje, že přetrvává nedostatek zajímavých a atraktivních inovací, což nadále prodlužuje dobu, po níž zákazníci nahrazují chytrý telefon novým modelem, a dostává průměrnou prodejní cenu pod značný tlak. Ta díky tomu poklesla o dvě procenta na průměrnou cenu 384 USD.

### **Technologická konvergence umožňuje silnější zážitky**

Studie GfK Consumer Life Study ukazuje, že se mění spotřebitelské trendy, pokud jde o to, co lidé chtějí vlastnit. Nejenže „dávají přednost menšímu počtu zařízení lepší kvality“, za něž zaplatí vyšší cenu, ale „více si cení zážitků nežli dobrého pocitu z toho, že něco vlastní“. Takové inovace jako je vyšší kapacita paměti, větší display nebo fotoaparát s mnohonásobně vyšším počtem pixelů totiž představivost spotřebitelů nepodněcují a nezvyšují poptávku.

Igor Richter, expert GfK na telekomunikace, poznamenává: „Náš výzkum ukazuje, že i když se nové funkce chytrých telefonů dají co do výkonnosti srovnávat s výpočetní kapacitou laptopů, je zapotřebí tyto špičkové vlastnosti využít k nabídce nových, silnějších zážitků. Hry pro náročné jsou doménou průmyslu osobních počítačů a v současné době jsou hlavním tahounem růstu v této oblasti. Přesto však smartphone nabízí značný potenciál pro náročnější hry, který ovšem zatím zůstává nevyužitý. Nehledě na to, že v porovnání s PC jsou obrazovky smartphonů relativně malé, jejich rychlé čipy, displeje s výborným rozlišením a zvýšená kapacita baterií činí z chytrých telefonů ideální zařízení nabízející potřebný výkon pro vynikající herní zážitek za pochodu. Tím se vysvětluje, proč 55 procent majitelů smartphonů je v posledních 30 dnech využívalo k hraní her.“

**Základní nositelná elektronika** v roce 2018 nadále silně rostla, neboť meziroční poptávka stoupla o 16 procent a hodnota prodeje vzrostla o 35 procent. O zvýšenou poptávku se postaral hlavně příchod chytrých hodinek se SIM kartou, jež tvoří největší část tržeb v kategorii základní nositelné elektroniky. Chytré hodinky se SIM kartou představovaly 17 procent hodnoty prodeje základní nositelné elektroniky, což je oproti roku 2017 o osm procent více.

### **Poptávka ve střední a východní Evropě a v rozvíjejících se asijských zemích\* vyrovnává pokles v Číně jen částečně**

Čínský trh spotřebovává většinu celosvětové produkce smartphonů a současně je domovem místních značek, které se stále více prodávají po celém světě. 40 procent produkce smartphonů čínských značek bylo v roce 2018 zakoupeno mimo Čínu, což je o 31 procent více než v roce 2016. Nedávný pokles poptávky v Číně ve 4Q 2018 (meziročně o 19 procent) je značný (27 procent v objemu prodeje) a má významný dopad na globální výsledky. Pokračující růst poptávky v rozvíjejících se asijských zemích (meziročně plus 13 procent) a ve střední a východní Evropě (meziročně plus 3 procenta) vyrovnává pokles v Číně ze 4Q 2018 jen zčásti.

## **Metody GfK**

Tato zpráva vychází z finálních dat výzkumu GfK Point of Sales za prosinec 2018. GfK zpracovává prognózy nákupu koncových spotřebitelů, nikoli zboží expedovaného výrobcem. Velikost trhů vychází ze sledování prodejních míst (POS) ve více než 75 zemích, přičemž aktualizace se provádí jednou týdně a jednou měsíčně. Ve Spojených státech GfK využívá pro sestavování výhledů vlastní tržní modely a spotřebitelský výzkum, nikoli POS. Hodnoty jsou založeny na nedotovaných maloobchodních cenách. Technické spotřební zboží zahrnuje telekomunikace, malé a velké domácí spotřebiče, IT a spotřební elektroniku.

### **\* Země, jež jsou v této zprávě zahrnuty mezi rozvíjející se asijské státy**

Vyspělé asijské státy: Austrálie, Hongkong, Japonsko, Nový Zéland, Singapur, Jižní Korea a Tchaj-wan.

Rozvíjející se asijské státy: Bangladéš, Indie, Indonésie, Kambodža, Malajsie, Myanmar, Filipíny, Thajsko a Vietnam.

## **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](http://www.gfk.com/cz) nebo sledujte GfK na Twitteru: [https://twitter.com/GfK\\_Czech](https://twitter.com/GfK_Czech).