

Komunikat z badań

Rynek gamingowy notuje stały wzrost

27 września 2017 r.

Maciej Piekarski
Senior Product Manager ICT
Point of Sales Tracking
M +48 505 196 201
maciej.piekarski@gfk.com

Maciej Siejewicz
Manager
Marketing & Communications
T +48 22 43 41 239
M +48 500 100 500
maciej.siejewicz@gfk.com

Warszawa, 27 września 2017 r. – W pierwszej połowie 2017 roku segment sprzętu przeznaczonego do gier znacząco przyczynił się do wzrostu przychodów producentów komputerów oraz urządzeń peryferyjnych na rynku B2C. Oprócz komputerów stacjonarnych i notebooków, na stałym wzroście popularności gier elektronicznych skorzystała również kategoria akcesoriów.

Po trudnych latach spowodowanych pojawieniem się nowych urządzeń i technologii, takich jak tablety czy smartfony, komputery PC do gier z niszowego segmentu rozwinęły się do pozycji dobrze sprzedającego się produktu. Tendencja ta utrzymywała się w pierwszej połowie 2017 roku, a segment komputerów stacjonarnych do gier zwiększył globalnie sprzedaż o 55 proc. w porównaniu z rokiem ubiegłym. Przenośne komputery PC do gier zanotowały wzrost o 24 proc. Globalne przychody ze sprzedaży komputerów gamingowych (stacjonarnych i laptopów) na analizowanych przez GfK rynkach (z wyłączeniem Ameryki Północnej) wyniosły w sumie 1,5 mld euro.

Największy udział w globalnej sprzedaży ma rynek Europy Zachodniej, który odpowiada za 44 proc. sprzedaży (na poziomie 682 mln euro, wzrost o 11 proc.). Udział regionu Azji i Pacyfiku wyniósł 34 proc. (522 mln euro; wzrost o 67 proc), a Europy Wschodniej (w tym Rosji) – 12 proc. (193 mln euro; wzrost o 42 proc).

GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

T: +48 22 43 41 000
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:
Agnieszka Sora
Marek Markiewicz

Sąd Rejonowy
dla M. St. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego
KRS 0000163116
NIP: 527-020-35-72
Kapitał zakładowy:
1 500 000 PLN

Wciąż duże popyt na akcesoria do gier komputerowych

Dużą popularnością wśród konsumentów cieszyły się akcesoria do gier komputerowych (mysz, klawiatura, zestawy słuchawek, monitory), a wzrost uzyskany w ostatnich kilku latach ma też solidne perspektywy. Segment ten od stycznia do czerwca odnotował globalny wzrost sprzedaży o 56 proc. w stosunku do roku ubiegłego (przychody za pierwszą połowę 2017 r. wyniosły 1,1 mld euro).

Do tak dobrego wyniku najbardziej przyczyniły się monitory gamingowe, których sprzedaż wzrosła o ponad 110 procent. Dużym zainteresowaniem konsumentów cieszyły się ekrany wielkoformatowe (24 cali i więcej) z wysoką częstotliwością odświeżania, synchronizacją GPU czy ekranem zakrzywionym. Monitory do gier są najlepiej rozwijającym się segmentem akcesoriów, notującym najwyższą sprzedaż. Udział tego segmentu w sprzedaży wynosi 57 proc. (sprzedaż: 597 mln euro). Ale w pierwszej połowie 2017 r. istotnie zwiększyła się także sprzedaż myszy do gier (130 mln euro; wzrost o 15 proc.), klawiatur do gier (117 mln euro; wzrost o 23 proc.) oraz zestawów słuchawkowych do gier (210 mln euro; wzrost o 10 proc.).

W drugiej połowie roku spodziewany jest dalszy wzrost segmentu gamingowego, stymulowany przez rosnącą popularność e-sportu oraz coraz bardziej upowszechniającą się technologię VR.

– KONIEC –

O badaniu

Powyższe analizy powstały w oparciu o dane pochodzące z prowadzonego przez GfK badania sprzedaży do klientów końcowych. Instytut GfK regularnie gromadzi dane w 80 krajach na całym świecie na temat sprzedaży sprzętu i urządzeń powszechnego użytku. W Polsce próbę stanowi około 6500 punktów sprzedaży różnego typu, zarówno sklepów detalicznych jak i firm działających na rynku B2B. W próbie GfK są sklepy różnej wielkości, usytuowane w całym kraju, zarówno tradycyjne jak i internetowe, specjalizujące się w różnych branżach (AGD, RTV, IT, optyce, książkach, motoryzacji i innych), a także hipermarkety i hipermarkety budowlane. Na podstawie raportowanych danych, instytut GfK opracowuje analizy strukturalne – zagregowane dla całych kanałów dystrybucji i rynków.

Prezentowane analizy nie uwzględniają Ameryki Północnej.

* W euro, na podstawie obowiązującego kursu wymiany.

** Australia, Belgia, Brazylia, Chiny (50 miast), Francja, Niemcy, Wielka Brytania, Grecja, Hong Kong, Indonezja, Włochy, Japonia, Malezja, Holandia, Portugalia, Rosja, Arabia Saudyjska, Singapur, Korea

Południowa, Tajwanie, Tajlandii, Ukrainie i Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

GfK

Institut GfK jest zaufanym źródłem rzetelnych informacji o rynku i konsumentach. Umożliwia podejmowanie trafniejszych decyzji. Łączy pasję badawczą 13 000 ekspertów. Posiada 80 lat doświadczeń w analizowaniu i interpretowaniu danych. Dostarcza analizy, zarówno na poziomie globalnym, jak i rynków lokalnych, w ponad 100 krajach.

Dzięki stosowaniu innowacyjnych rozwiązań łączących technologię i naukę, zmienia "big data" w "smart data", zwiększając przewagę konkurencyjną swoich klientów i jednocześnie wzbogacając doświadczenia i decyzje konsumentów.