

# Komunikat z badań

3 września 2019

**Maciej Siejewicz**  
Marketing & Communications  
T +48 22 4341000  
M +48 500100500  
[maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

## **Wydajność i jakość doświadczeń kreują popyt na dojrzewającym rynku sprzętu komputerowego dla graczy**

**Warszawa, 3 września 2019 – Rynek sprzętu komputerowego do gier zanotował 15-procentowy wzrost rok do roku (styczeń-czerwiec 2019), a wartość światowych obrotów osiągnęła poziom 6,1 miliarda USD (z wyłączeniem rynku Ameryki Północnej). Wraz z dojrzewaniem rynku tempo wzrostu w kategorii komputerów stacjonarnych i laptopów do gier spowalnia. Popyt różni się w zależności od regionu.**

W pierwszym półroczu 2019 roku laptopy OEM do gier odpowiadały za 18 proc. całkowitego obrotu (w USD), a komputery stacjonarne OEM do gier przekroczyły pułap 11 proc. Stacjonarne komputery do gier kosztują średnio 2,4 raza więcej niż zwykłe komputery stacjonarne, a laptopy do gier i monitory do gier kosztują odpowiednio 1,8 i 1,6 raza więcej niż zwykłe urządzenia tego typu. Ceny kształtują się podobnie w przypadku urządzeń peryferyjnych dla graczy. Myszka do gier kosztuje 2,4 raza więcej niż zwykła myszka, a klawiatura do gier, której średnia cena kształtuje się na poziomie 48 USD, kosztuje 1,8 raza więcej niż zwykła klawiatura. Chociaż urządzenia dla graczy są droższe, to oferują lepszą wydajność i przyczyniają się do poprawy jakości doświadczeń związanych z graniem, które to czynniki są dla graczy szczególnie ważne. Jednocześnie podkreśla to rolę grania jako mechanizmu napędzającego marżę dla całej branży oraz handlu detalicznego.

### **Światowa sprzedaż laptopów do gier nadal rosła dzięki dwucyfrowemu wzrostowi w Azji**

Po wielu kwartałach wyjątkowego dwucyfrowego wzrostu, światowy popyt na komputery stacjonarne OEM do gier w pierwszej połowie 2019 r. był niższy (spadek o 4 proc.), głównie z powodu spadku w Chinach oraz spowolnienia w regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki.

W przypadku Polski trend spadkowy był bardzo wyraźny, rynek skurczył się

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

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

o ponad 20 proc.

W przypadku laptopów OEM do gier nadal cieszą się one popularnością, a ich światowy rynek odnotował wzrost o 12 proc., generując 3,5 miliarda USD obrotu. Zarówno region Azji i Pacyfiku (z wyłączeniem Chin), jak i same Chiny, odnotował mocny, dwucyfrowy wzrost. Tajlandia, Japonia i Malezja wzrosły o ponad 25 procent.

W regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki był nikły, wzrost wyniósł zaledwie 1 proc., a dwa z największych europejskich rynków komputerów do gier zanotowały wręcz spadek popytu. W Niemczech odnotowano spadek wartości o 9 proc. (112 milionów USD obrotu), a Francja – o 4 proc. (144 miliony USD obrotu).

W Polsce rynkowa sytuacja ma się znacznie lepiej. Maszyny gamingowe stanowią wartościowo około 20 proc. wszystkich laptopów. W analizowanym okresie GfK odnotowała wzrost sprzedaży gamingowych komputerów przenośnych o ponad 10 proc., zarówno ilościowo, jak i wartościowo

### **Gracze chcą wydajności i wielkości, w przystępnej cenie**

Wydajność ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia najlepszych doznań podczas grania i dlatego gracze zwracają ogromną uwagę na elementy składowe swoich urządzeń. Laptop do gier o najlepiej sprzedającej się konfiguracji w pierwszej połowie 2019 r. wyposażony był w hybrydowy dysk twardy o pojemności 1TB+128GB, 8GB pamięci RAM, 15,6-calowy ekran Full HD oraz średniej klasy procesor i układ graficzny. Średnia cena w ujęciu światowym wynosiła 870 USD. Komputer stacjonarny o zbliżonej konfiguracji, ale z nieznacznie lepszym układem graficznym kosztował w tym okresie średnio 900 USD.

Cena blisko 70 proc. wszystkich laptopów do gier sprzedanych w pierwszej połowie 2019 r. mieściła się w przedziale od 800 do 1.300 USD. Komputery stacjonarne do gier kosztujące mniej niż 800 USD odpowiadały za prawie 30 proc. kategorii komputerów stacjonarnych OEM do gier. Komputery kosztujące powyżej 1.800 USD odpowiadały za 12 proc. rynku.

Hybrydowe i tradycyjne dyski twarde są typowym elementem komputerów stacjonarnych używanych do gier. Jednakże gracze coraz częściej wymagają, by ich laptopy do gier wyposażone były w dyski SSD. Ich wartościowy udział wzrósł w pierwszym półroczu 2019 r. do 15 proc., z 4 proc. w roku ubiegłym. Dyski SSD i dyski hybrydowe dają dodatkową korzyść – dzięki nim laptopy do gier mogą być cieńsze. W efekcie urządzenia o grubości nieprzekraczającej 25 mm były jednym z każdego trzech laptopów do gier sprzedanych w pierwszym półroczu.

### **Rośnie popyt na zakrzywione monitory**

Monitory do gier były najszybciej rosnącym segmentem i zanotowały wzrost o 42 proc. oraz obroty na poziomie 1,2 miliarda USD w pierwszym półroczu 2019 roku. Gracze wyjątkowo cenią sobie

wyjatkowe doświadczenia i to one właśnie napędzają popyt na zakrzywione monitory do gier. Ich rynek zanotował wzrost o 61 proc. wartościowo, bijąc na głowę pozostałe segmenty rynku (wzrost o 31 proc.).

Wydajność jest również ważnym parametrem w przypadku monitorów do gier. Monitory do gier z częstotliwością odświeżania wynoszącą przynajmniej 100 Hz dodatkowo cieszyły się bardzo dużym popytem i odnotowały dynamiczny wzrost wartości na poziomie 70 proc. w okresie od stycznia do czerwca 2019 roku. Monitory o częstotliwości odświeżania poniżej 100 Hz odnotowały wzrost o 24 proc.

Polski rynek na tle całej Europy także wygląda obiecująco. Rynek monitorów gamingowych w pierwszej połowie 2019 roku urósł o około 70 proc. wartościowo, a ilościowo sprzedaż zakrzywionych monitorów podwoiła się.

### **Netflix świata gier**

Gracze szybko akceptują nowe technologie, a strumieniowe przesyłanie danych wcale nie jest tu wyjątkiem. Tematem ekscytującym obecnie rynek gier jest obietnica usług grania w chmurze. „Netflix do gier” może nasilić konkurencję o uwagę i budżety konsumentów oraz może odmienić dynamikę rynku, jeżeli konsumenci dostrzegą wartość w ofercie i doświadczeniach płynących z grania na takiej platformie.

Granie liniowe rozwinęło się w granie wieloplatformowe: na komputerach, konsolach i smartfonach, streamowanie oraz oglądanie na platformach wideo, przy czym wszystkie te elementy są nieodzowne dla zaangażowania graczy. Doświadczenia płynące z grania można jeszcze bardziej rozszerzyć przy pomocy obliczeń w chmurze oraz technologicznej obietnicy sieci 5G. Sprzęt i urządzenia peryferyjne dla graczy od dawna są kluczowym elementem wzbogacającym ich doświadczenia i mimo, iż krajobraz technologiczny może się zmieniać, to pragnienie wciągających doznań pozostanie. Przez lata gry wyewoluowały w ogromny ekosystem i styl życia o dalekosiężnych implikacjach społecznych i biznesowych. Wygląda na to, że podróż ta wcale się jeszcze nie kończy.

### **Informacje o badaniu**

GfK regularnie zbiera dane z punktów sprzedaży sprzętu komputerowego i oprogramowania oraz akcesoriów przy pomocy paneli handlu detalicznego w ponad 50 krajach na całym świecie. Od 2014 r. GfK dokonuje integracji danych od dystrybutorów, sprzedawców detalicznych oraz dostawców rozwiązań informatycznych w ramach jednolitej bazy danych. Ten spójny zbiór danych wykorzystywany jest do identyfikowania potencjału usprawnienia łańcuchów dostaw oraz zwiększenia ich wydajności, a także tworzenia konkurencyjnych i rentownych strategii dystrybucyjnych.

O ile nie wskazano inaczej wszystkie wartości w niniejszym komunikacie dotyczą sześciomiesięcznego okresu od stycznia do czerwca 2019 r. włącznie.

## **GfK**

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.

Więcej informacji:

[www.gfk.com](http://www.gfk.com) lub GfK na Twitterze: <https://twitter.com/GfK>.