

Komunikat z badań

2 marca 2020 r.

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

W 2020 stabilizacja na światowym rynku smartfonów

W Polsce nadal króluje niższa półka cenowa

Warszawa, 2 marca 2020 r. – W bieżącym roku smartfony ponownie pochłoną niemal połowę globalnego budżetu konsumentów przeznaczanego na zakupy produktów z kategorii TCG (*technical consumer goods*) i wygenerują obroty w wysokości 444 mld EUR. Popyt na smartfony pozostanie stabilny, po nieznacznym spadku o 2 proc. w ujęciu ilościowym w roku ubiegłym. GfK szacuje, iż w 2020 roku na całym świecie sprzedanych zostanie ponad 1,37 mld smartfonów. Jedynym czynnikiem ryzyka, który może spowodować spowolnienie popytu i konieczność korekty powyższych estymacji, jest wpływ koronawirusa na światowe łańcuchy dostaw i zdolności produkcyjne firm.

„Wywieranie wrażenia na konsumentach za pomocą przełomowych innowacji było w ostatnich latach wyzwaniem, zwłaszcza na rynku smartfonów” – mówi Pavlin Lazarov, ekspert GfK w segmencie telekomunikacji. „Poziom interakcji z tym prawdopodobnie najbardziej osobistym z urządzeń istotnie wzrósł, a wraz z nim wzrosły oczekiwania związane z parametrami sprzętu i jego możliwościami. Można powiedzieć, że opcje *premium* i wysoka wydajność stały się obecnie standardem.

Konsumenci czekają jednak z niecierpliwością na wejście na rynek nowych (flagowych) modeli, mając w pamięci, że cztery z pięciu smartfonów sprzedanych w roku 2019 miały premierę w tym samym roku.

Jednocześnie budzenie emocji klientów dzięki odpowiedniemu stosunkowi jakości do ceny może stanowić skuteczną strategię”.

Funkcjonalności – użyteczność – doświadczenia

Innowacje definiowały rynek smartfonów na przestrzeni lat, a udoskonalenia w tym obszarze są łatwo dostrzegalne. Zgodnie z zasadą „im więcej, tym lepiej”, smartfony oferują wciąż nowe i coraz większe

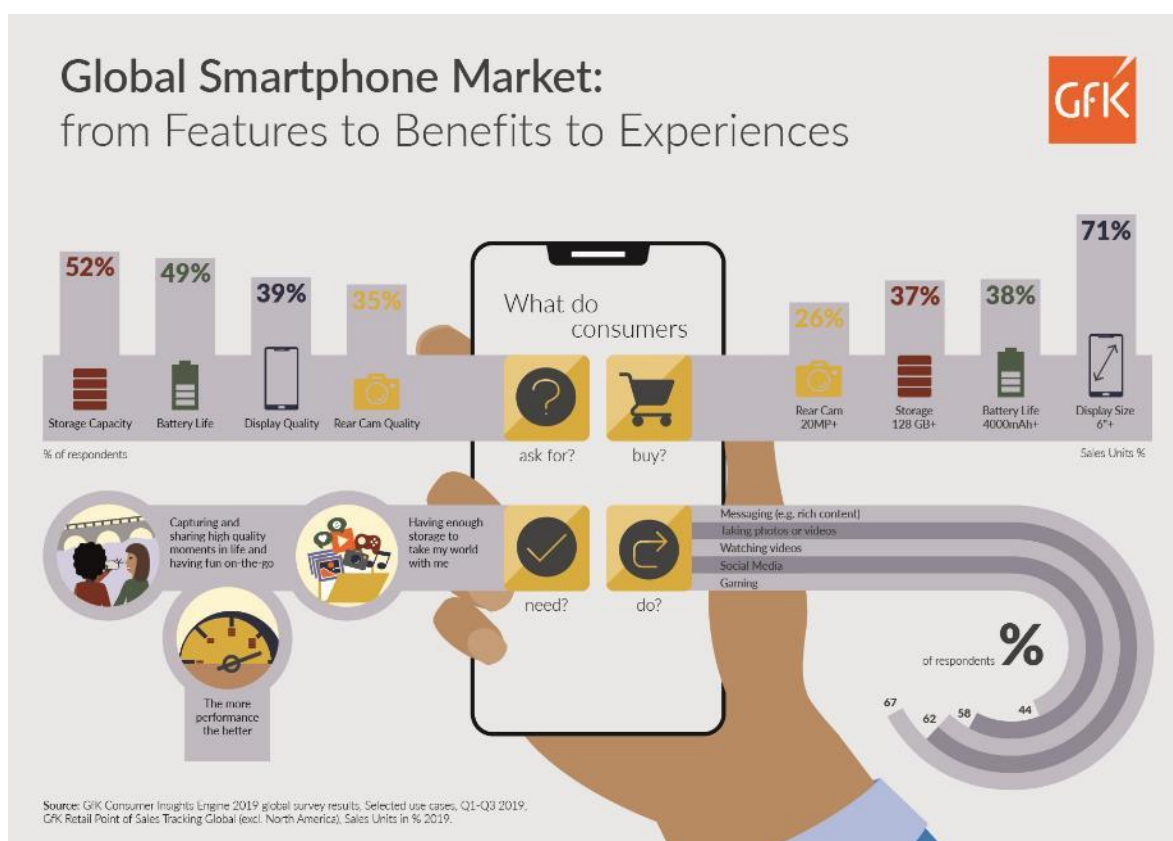
GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

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

możliwości. Udział w rynku smartfonów aparatów z co najmniej sześciocalowym wyświetlaczem wzrósł z 24 proc. w 2018 roku do 70 proc. w 2019 w ujęciu ilościowym. Jednocześnie wyniki badań konsumenckich wskazują, że mimo dostępności usług przechowywania danych w chmurze, konsumenci podczas wyboru smartfonu nadal zwracają uwagę przede wszystkim na pamięć wewnętrzną. To dlatego 37 proc. smartfonów sprzedanych w ubiegłym roku posiadało 128GB lub więcej pamięci wewnętrznej.



Połowa konsumentów wskazuje także na pojemność baterii, jako na jedną z najistotniejszych cech podczas zakupu nowego smartfonu. W efekcie 38 proc. smartfonów sprzedanych w roku 2019 miało baterie o pojemności co najmniej 4000 mAh.

Wydajność i pojemność baterii mają również podstawowe znaczenie dla 44 proc. konsumentów, którzy korzystają ze smartfonów do grania. Zatem korzyści związane z poszczególnymi cechami powinny przekładać się na bogate doświadczenia – oczekiwane i doceniane przez konsumentów korzystających ze smartfonów.

Status quo sieci 5G w roku 2019

Jednym z głównych obszarów postępu technologicznego, ściśle powiązanych z wydajnością i doświadczeniami, jest technologia 5G. W roku 2019 ponad dziesięć marek miało już w swojej

ofercie smartfony 5G. Upowszechnianie się tej technologii zależy w znacznym stopniu od infrastruktury telekomunikacyjnej poszczególnych krajów. W Korei Południowej jedna trzecia wszystkich smartfonów sprzedanych w Q4 2019 umożliwiało korzystanie z 5G, z kolei w Wielkiej Brytanii i Australii odsetek ten wynosił tylko około 2 proc. Największy rynek smartfonów, Chiny, szybko nadrabia zaległości. Modele 5G stanowiły już 8 proc. produktów sprzedanych w grudniu 2019 roku.

Wygoda i prostota jako dalsze czynniki wzrostu

Konsumenci nieustannie szukają sposobów na poprawę swojego komfortu i samopoczucia oraz uproszczenie codziennych interakcji. Trendy te są silnie odzwierciedlone w segmencie urządzeń noszonych, który zanotował solidny wzrost w ujęciu ilościowym, o 28 proc. w roku 2019. Wzrost w ujęciu wartościowym był jeszcze wyższy i osiągnął ponad 40 proc. i był napędzany wysokim popytem na smartwatche i inne urządzenia z kategorii *wrist sport computers*. Konsumenci coraz bardziej dbają o zdrowie, zatem wprowadzane funkcjonalności takie jak pomiar ciśnienia i poziomu tlenu we krwi zyskują coraz większą popularność.

Dostęp do przenośnej rozrywki i możliwość słuchania ulubionej muzyki od dawna stanowią elementy interakcji konsumentów z ich urządzeniami mobilnymi. Jednym z najbardziej rozwojowych obszarów w tym zakresie są słuchawki douszne *true wireless*, które zanotowały trzycyfrowy wzrost sprzedaży w 2019 roku. Stanowiły one niemal połowę wszystkich słuchawek sprzedanych w ciągu ubiegłego roku, zatem ich udział w rynku podwoił się od roku 2018. Rynek ten przyciągnął wielu nowych graczy, ponad 30 marek odpowiada za 80 proc. wszystkich egzemplarzy sprzedanych w 2019 roku na całym świecie.

Polska – możliwy scenariusz „więcej za mniej”

W Polsce, w porównaniu z krajami Europy zachodniej, nadal większą popularnością cieszą się produkty z niższych półek cenowych. Nie oznacza to jednak, że polscy konsumenci wybierają smartfony o słabej specyfikacji. W lokalnej perspektywie obserwowane są te same trendy, co w perspektywie globalnej. Telefony z dużymi ekranami stanowią już prawie 60% sprzedaży, podczas gdy rok temu było to jedynie 11%. Udział urządzeń z pojemną baterią (nie mniejszą niż 4000 mAh) wzrósł trzykrotnie (do 28%), zaś tych z dużą pamięcią wewnętrzną (nie mniejszą niż 128 GB) aż siedmiokrotnie (do 21%).

Powyższe wzrosty miały miejsce przy jednoczesnych wyraźnych spadkach cen w każdym segmencie. Dla przykładu przeciętna cena smartfonów o ekranach nie mniejszych niż 6” spadła w ciągu roku o 30%. Analogiczne spadki cen widoczne były w segmencie urządzeń z dużą pamięcią. Widać więc wyraźnie, iż stosunek jakości do ceny jest coraz wyższy. Przyczyniła się do tego

ekspansja chińskich marek, które ogółem odpowiadają już za połowę sprzedaży smartfonów w Polsce w 2019 roku.

Jednak smartfon polskim konsumentom już nie wystarcza. Współczesny polski konsument technologii coraz chętniej tworzy cały ekosystem urządzeń, w którym telefon stanowi jednostkę centralną. Trend ten najlepiej ilustruje dynamiczny wzrost sprzedaży urządzeń noszonych (ponad dwukrotny wzrost względem poprzedniego roku), czy słuchawek. W tym drugim segmencie szczególnie szybko zyskują na popularności urządzenia *true wireless*, których sprzedaż wzrosła pięciokrotnie, z czego jedna trzecia tego wyniku została zrealizowana w grudniu ub.r.

Maciej Piekarski, Client Business Partner i analityk GfK komentuje: „Spojrzenie na cały rynek technologii mobilnych w wieloletniej perspektywie napawa optymizmem. Obserwujemy ciągłe wzrosty wartości sprzedaży (w zeszłym roku o kolejne 5%). Jednak widoczne są również pewne ryzyka dalszego wzrostu. Przede wszystkim widoczne są spadki sprzedaży na rynku smartfonów. Sytuację w ujęciu wartości sprzedaży ratowało przesuwanie się popytu na wyższe półki cenowe. Jednak obserwowana erozja cenowa może doprowadzić do sytuacji, że w 2020 roku wzrosty mogą przejść do historii. I choć sprzedaż akcesoriów dynamicznie rośnie, to jednak ich wkład w całość rynku to niespełna 20%. Zatem realizacja scenariusza „więcej za mniej” jest bardzo prawdopodobna”.

KONIEC

O badaniu

Prezentowane w powyższym komunikacie analizy są oparte na wybranych metodach badawczych:

- na danych z Panelu Punktów Sprzedaży Detalicznej GfK (*PoS Tracking*) regularnie gromadzącego informacje na temat sprzedaży produktów z takich segmentów jak: elektronika użytkowa, fotografia, telekomunikacja, IT, wyposażenie biurowe oraz duże i małe sprzęty gospodarstwa domowego,
- na danych z klasycznych badań konsumenckich.

Sprzedaż jest wyliczana po stałym kursie wymiany euro.

O GfK

GfK – extracting the signals from the noise

W świecie danych – ich nadmiarowości, nadużywania i zakłóceń – klucz do sukcesu znajduje się w umiejętności odnajdywania w otaczającym szumie istotnie wartościowych sygnałów.

GfK ze swoim ponad 85-letnim doświadczeniem w skutecznym łączeniu danych z wiedzą naukową jest zaufanym doradcą w podejmowaniu właściwych decyzji biznesowych. Dbalność o szczegóły, zaawansowane wdrożenia oparte na rozszerzonej inteligencji, pozwalają nam dostarczać rozwiązania analityczne na najwyższym poziomie. Zapewniamy nie tylko dane opisowe, ale także praktyczne rekomendacje. Dostępne dosłownie na wyciągnięcie ręki. Dzięki nim bez obaw podejmiesz wszelkie decyzje biznesowe – zwiększające sprzedaż, efektywność organizacji lub działań marketingowych. Dlatego naszym globalnym hasłem i obietnicą jest *Growth from Knowledge*. Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź stronę www.gfk.com/pl lub śledź GfK na <https://twitter.com/GfK>.