



Growth  
from  
Knowledge

## Komunikat z badań

### **Dzięki trwającej pandemii światowy rynek detaliczny IT rósł w pierwszej połowie 2021 roku**

27 października 2021 r.

Maciej Siejewicz  
Public Relations  
T +48 500 100 500  
[maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

**Warszawa, 27 października 2021 r. – W pierwszej połowie 2021 r. sprzedaż detaliczna na światowym rynku IT wzrosła o 27 proc. i wyniosła niemal 63,9 mld USD (nie wliczając w to rynku Ameryki Północnej). Utrzymujący się trend pracy z domu nadal generował dwucyfrowe wzrosty w sprzedaży urządzeń i akcesoriów IT. Analitycy GfK oczekują kontynuacji tego trendu w drugiej połowie roku.**

*"Permanencja ograniczeń związanych z pandemią stymulowała silny popyt na produkty IT w pierwszych sześciu miesiącach 2021 r. Oczekujemy, iż ta tendencja będzie się utrzymywała w drugiej połowie roku. Jednakże przeszkodą dla dalszych wzrostów, szczególnie w regionach o niższej sile nabywczej, może okazać się wzrost cen surowców oraz niedobory komponentów, prowadzące do znacznego wzrostu cen komputerów i akcesoriów", wyjaśnia Sohjin Baek, ekspert GfK ds. światowego rynku sprzętu IT.*

W pierwszej połowie 2021 roku sprzedaż komputerów przenośnych, czyli podstawowego sprzętu *all-in-one* do zdalnej pracy i nauki wyróżniała się w regionach bardziej dotkniętych pandemią – na przykład w Ameryce Łacińskiej, czy w Azji Południowo-Wschodniej (z uwzględnieniem Indii). Odnotowano tam odpowiednio 64- i 50-proc. wzrosty obrotów. Jednak rynki reagują nie tylko na odsetki zakażeń wirusem. Regiony, które już w ubiegłym roku doświadczały ograniczeń pandemicznych i wywołanego nimi zwiększonego popytu, jak Chiny czy Europa (z uwzględnieniem WNP), nadal notowały silne wzrosty sprzedaży, odpowiednio o 28 i 17 proc. Ten silny popyt regionalny przyczynił się do wygenerowania w pierwszej połowie 2021 roku globalnego wzrostu obrotów na rynku komputerów przenośnych o 23-proc., do wartości 30,5 miliarda dolarów.

#### **Sprzęt IT niezbędny w hybrydowym modelu życia**

W związku z trwającą pandemią konsumenci nadal spędzają więcej czasu pracując i ucząc się w modelach hybrydowych. W związku z tym nadal

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

T +48 22 4341010

Management:  
Izabela Wic

Sąd Rejonowy  
dla M. St. Warszawy  
XII Wydział Gospodarczy  
Krajowego Rejestru Sądowego

KRS 0000163116



Growth  
from  
Knowledge

inwestują w alternatywne lub dodatkowe urządzenia. Światowa sprzedaż komputerów typu desktop lub *all-in-one* (AIO) odnotowała 26-proc. wzrost obrotów, do poziomu 7 miliardów dolarów, podczas gdy w tym samym okresie ubiegłego roku notowała 9,5-proc. spadek. Z kolei światowa sprzedaż monitorów – niezbędnego wyposażenia komputerów stacjonarnych, a opcjonalnego w przypadku komputerów przenośnych – osiągnęła 37-proc. wzrost i poziom 4,3 miliarda dolarów.

Według badania *GfK Consumer Insights Engine* 26 proc. zakupów komputerów przenośnych\* w pierwszym kwartale 2021 r. było spowodowanych wymianą nadal działającego urządzenia na nowe. Odsetek ten jest o 5 p.p. wyższy w ujęciu r/r. Obserwowana tendencja wskazuje, iż sprzedaż komputerów przenośnych znajduje się w niezakłóconym cyklu wymiany urządzeń, pomimo niedawnego spadku ich podaży i pomimo wzrostu ich cen.

### **Gaming zwiększył sprzedaż klawiatur, myszy komputerowych i zestawów słuchawkowych**

Wraz z rozluźnianiem ograniczeń pandemicznych i poszukiwaniem przez konsumentów urządzeń skonfigurowanych pod kątem hybrydowej pracy lub nauki, gwałtownie rósł popyt na klawiatury, myszy komputerowe i zestawy słuchawkowe.

*"Sprzedaż klawiatur, myszy i zestawów słuchawkowych, zarówno do gier, jak i do użytku biurowego, osiągnęła w pierwszych sześciu miesiącach 2021 r. wartość 2,8 miliona dolarów, co oznacza istotne wzrosty w ujęciu r/r.: o 26 proc. w przypadku klawiatur, o 23 proc. w przypadku myszy i o 38 proc. w przypadku zestawów słuchawkowych. Jednak ich sprzedaż rosła już w 2019 r., czyli w okresie przed pandemią, co oznacza, że COVID-19 zwiększył sprzedaż w bardziej długoterminowy sposób" –*

**komentuje Ines Haaga, ekspertka GfK ds. światowego rynku IT /Office.** *"Konsumentom szczególnie poszukiwali urządzeń z technologią bluetooth, pozwalającą użytkownikom na mobilność, elastyczność, pracę z dowolnego miejsca i w dowolnym czasie".*

Wzrost popularności gamingu również nie pozostał bez wpływu na sprzedaż wymienionych kategorii. Sprzedaż klawiatur do gier wzrosła o 30 proc. w pierwszej połowie 2021 roku, osiągając wartość 425 milionów dolarów, co stanowiło 45 proc. światowych przychodów z klawiatur komputerowych. Klawiatury mechaniczne miały mocno ugruntowaną pozycję na masowym rynku gier, zatem w 2021 roku skupiono się na mobilności i elastyczności. W efekcie bezprzewodowe klawiatury do gier zwiększyły swój udział w przychodach z 4 do 10 proc., a mniejsze obudowy, takie jak klawiatury *tenkeyless* lub te, o wielkości 60 proc. standardowej klawiatury, również zwiększyły swój udział w rynku. Przejście na urządzenia bezprzewodowe i bluetooth było obserwowane także w innych segmentach użytkowników, nie tylko wśród graczy. Za 32 proc. wszystkich przychodów z klawiatur komputerowych innych niż przeznaczone do gier odpowiadały modele obsługujące interfejs bluetooth.

Segment gier stymulował także sprzedaż na rynku myszy komputerowych, na którym urządzenia dla graczy wygenerowały 47 proc. przychodów całości rynku w 2021 r. Za 251-proc. wzrost sprzedaży

na tym rynku odpowiadały zarówno przewodowe, jak i bezprzewodowe myszy do gier. Sprzedaż oburęcznych obudów, wygodnych zarówno dla użytkowników lewo- jak i praworęcznych, wzrosła o 73 proc.

### **Pandemia punktem zwrotnym dla rynku tabletów**

W pierwszej połowie 2021 roku światowa sprzedaż tabletów osiągnęła dwucyfrowy wzrost, na poziomie 35 proc. oraz wartość 11 miliardów dolarów. Sprzedaż tabletów spadała od lat, ale pandemia okazała się punktem zwrotnym dla tego typu urządzeń, które będąc alternatywą dla komputerów, częściowo przejęły niezaspokojony popyt na komputery przenośne wywołany niedoborami podaży. Sprzedaż urządzeń o dużych rozmiarach wyświetlaczy (9-calowych i większych) odnotowała wzrost o 45 proc., z kolei sprzedaż urządzeń wyposażonych w mniejsze ekrany spadła o 16 proc. Sprzedaż urządzeń tylko z technologią *Wi-Fi* przewyższyła sprzedaż modeli z kartą. Wzrosty sprzedaży wyniosły odpowiednio 49 i 5 proc.

\* Średnia dla 14 krajów: Belgii, Brazylii, Chin, Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Indii, Włoch, Japonii, Holandii, Polski, Rosji, Korei Południowej, Hiszpanii.

### **Informacje o badaniu**

W ramach panelu detalicznego GfK regularnie gromadzi dane na temat sprzedaży z ponad 70 państw z całego świata dla produktów z takich segmentów jak: elektronika, fotografia, telekomunikacja, IT, wyposażenie biurowe oraz duże i drobne sprzęty gospodarstwa domowego. Wszystkie dane liczbowe zakładają stały kurs euro.

O ile nie zaznaczono inaczej, wszystkie dane liczbowe wymienione w niniejszym komunikacie prasowym odnoszą się do okresu od stycznia do czerwca 2021 r. Stopy wzrostu (w proc.) odnoszą się do sprzedaży w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego. Wszystkie dane dotyczące sprzedaży i wzrostów są obliczane w dolarach.

Kontakt dla prasy: Maciej Siejewicz, T +48 500 100 500, [maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

### **Dowiedz się więcej o nowej platformie GfK opartej na sztucznej inteligencji**

#### ***gfknewron***

Nasza nowa platforma AI [gfknewron](#) jest uniwersalnym źródłem wiedzy i danych dotyczących twojej marki, rynku i konsumentów, wzbogacone o prognozy i rekomendacje. Wszystkie informacje w jednym widoku, czytelne, ułatwiające wnioskowanie o procesach zakupowych i sprzedażowych, jak podejmować lepsze, szybsze decyzje oparte na danych, aby generować zrównoważony wzrost.



Nowa platforma *gfknewron* została uruchomiona 7 września. Nagranie z tego wydarzenia jest dostępne pod tym [linkiem](#).

## **GfK**

Od ponad 85 lat, pomagając odpowiadać na strategiczne pytania biznesowe pojawiające się w procesach podejmowania decyzji dotyczących konsumentów, rynków, marek i mediów, budujemy zaufanie naszych klientów na całym świecie. Nasze wiarygodne dane i analityka, wraz z zaawansowanymi możliwościami sztucznej inteligencji, zrewolucjonizowały dostęp do praktycznych rekomendacji w czasie rzeczywistym, które zasilają procesy marketingowe, sprzedażowe i podnoszą efektywność organizacyjną naszych klientów i partnerów. W ten sposób urzeczywistniamy nasze hasło *Growth from Knowledge*. Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź stronę [www.gfk.com](http://www.gfk.com) lub śledź GfK na Twitterze [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK).