

Пресс-релиз

30 марта 2020

Наталья Игнатьева
Александр Федотов
ru@gfk.com
Т + 7 495 937 7222

Исследование GfK: на рынке бытовой техники и электроники - рекордные продажи перед затишьем

Москва, 30 марта 2020 – Накануне карантина предусмотрительные российские потребители по-максимуму закупились техникой. И оказались не так уж и неправы. В ближайшие недели в связи с закрытием протоварных офлайн магазинов на карантин, потребители смогут сделать покупки разве что в режиме онлайн. Но этот факт, скорее всего, покупателей не остановит. Все спешат закупиться по старым ценам.

По данным мониторинга розничных продаж GfK, на 12 неделе 2020 года продажи ноутбуков подскочили более чем в двое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Рекордные темпы роста продаж отмечались и в других ключевых категориях на рынке бытовой техники и электроники.

Таб. 1 Динамика спроса в ключевых категориях на рынке бытовой техники и электроники в России, за 12 неделю 2020 года по сравнению с 12 неделями 2019 года, данные ритейл-панели GfK

Категория	Динамика в штуках
Смартфоны	19%
Телевизоры	55%
Ноутбуки	138%
Холодильники	85%
Электроплиты	37%
Стиральные машины	58%

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany
Т +49 911 395 0

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

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

По данным исследований GfK, продажи ноутбуков начали расти еще на 10-11 неделе 2020 года.

«По опыту прошлых лет мы видим, что резкий скачок курса является очень сильным стимулом для российских потребителей, чтобы срочно реализовать отложенные планы покупки техники и электроники, пока цены не изменились. Но, конечно, и подготовка к переходу на удаленную работу - а далее и на карантин - из-за коронавируса, также сказалась на рынке», - говорит Андрей Серегин, старший консультант отдела исследований промышленных товаров GfK Rus

На 10 неделе 2020 г. рост продаж ноутбуков составил 10% по сравнению с предыдущей неделей, а продажи 11 недели 2020 были на 27% выше, чем на 10 неделе 2020. Если сравнивать с прошлым годом, то продажи 10 недели 2020 года оказались на 18% ниже аналогичного периода прошлого года - тогда рынок очнулся после введения 20% НДС и под 8 марта были высокие продажи мобильных компьютеров. Но уже на 11 неделе 2020 года было куплено компьютеров на 50% больше, чем в прошлом году.

На 12 неделе бум покупок ноутбуков продолжался и в результате продажи выросли еще на 50% над уровнем рекордной 11 недели. По сравнению с 12 неделей прошлого года продажи традиционной торговли удвоились, а онлайн - более чем утроились. Больше всего выросли продажи ноутбуков ценой выше 40 тыс. рублей, среди которых высока доля моделей, покупаемых в качестве апгрейда предыдущего компьютера. С точки зрения функциональных сегментов наиболее популярными оставались ноутбуки средней производительности. Впрочем, продажи игровых компьютеров выросли более чем в 4 раза. Видимо, компьютерные игры будут одним из популярных способов спастись от скуки в период карантина.

На рынке крупной бытовой техники на 11 неделе также наблюдалось существенное увеличение темпов недельного роста продаж в штучном выражении относительно аналогичных периодов 2019 года. Это ускорение охватывает все категории, входящие в мониторинг GfK, но отличается масштабом: категории посудомоечных машин, встраиваемых духовых шкафов и варочных поверхностей, а также сушильных машин приросли в объеме продаж минимум в 2 раза, в то время как остальные категории показали не такие высокие темпы (в диапазоне от 30 до 70 процентов).

Электроплиты: на 12-й неделе 2020 года по сравнению с 11-й неделей этого года рост в штуках был не столь большой, но прирост спроса по сравнению аналогичным периодом годом ранее оказался выше более чем на треть.

Холодильники: на 12-й неделе спрос на холодильники вырос на 85% (в штуках) по сравнению с прошлым годом. Рост обеспечен сильным (+122% vs 12-я неделя 2019 г.) увеличением продаж в чистых онлайн игроках, плюс в кухонном канале прошли активные промоакции отдельных брендов.

А вот в категории стиральных машин, возможно, пик ажиотажного спроса уже пройден. На 12-й неделе по сравнению к предыдущей неделе этого года наблюдалось падение, так как слишком уж высокой была 11-я неделя. Год к году рынок растёт (+58%) за счёт ведущих игроков, особенно за счёт промопредложений, которые делают некоторые бренды. При этом практически весь прирост продаж приходится на онлайн.

В секторе малой бытовой техники также наблюдалось ускорение темпов продаж, однако величины приростов оказались в среднем меньше, чем в случае с крупной бытовой техникой. Так, одни из самых высоких показателей продемонстрировали категории пылесосов, отпаривателей для одежды, устройств для ухода за полостью рта, а также малой климатической техники. Для указанных товарных групп прирост продаж в штуках составил порядка 50-70% в сравнении с 11 неделями 2019 года. Исходя из этого можно сделать предположение о том, что новости о распространении эпидемии коронавируса повысили значимость в сознании потребителей заботы о персональной гигиене, чистоте личных вещей и мест проживания.

Продажи смартфонов на 10-11-й неделях демонстрировали рост продаж в штуках. Если на 10-й предпраздничной неделе 2020 года продажи выросли на 7% к аналогичной неделе прошлого года, то на 11-ой неделе 2020 года этот прирост составил уже +29%. На 12-й неделе 2020 года было продано на 19% больше, чем год назад в аналогичный период. Средняя цена продаж за эти недели растет за счет увеличения спроса на флагманский сегмент смартфонов с ценой выше 50 тыс. рублей. Продажи премиум сегмента росли на 10-11-й неделях на 23% в штуках к прошлому году. Высокая динамика онлайн-продаж в категории обеспечивается как онлайн-гипермаркетами, так и онлайн-продажами сетей бытовой техники и электроники.

Пока цены в магазинах в основном держатся на прежнем уровне, покупатели торопятся совершить откладывавшиеся покупки телевизоров. Можно отметить очень большой рост продаж ТВ относительно прошлого года на 12-й и 11-й неделях (но результаты 12-й относительно 11-й несколько ниже).

«После столь высоких темпов прироста обычно следует заметное снижение спроса. Сейчас потребители ускоренно осуществляют приобретение тех товаров, которые планировали покупать позже или даже не собирались покупать/обновлять в ближайшее время. Как сам

этот факт, так и справедливо ожидаемый рост цен окажут негативное влияние на спрос далее в 2020 году. Но конечно, ситуация будет варьироваться от категории к категории.

Даже в кризисное время потребителю сложнее отложить покупку действительно необходимых для жизни категорий бытовой техники, а также смартфонов и аксессуаров. Мы ожидаем, что продажи в этих сегментах будут сокращаться меньшими темпами, чем, к примеру, в категориях фото и ноутбуки», - комментирует Андрей Серегин.

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: <https://twitter.com/GfKRussia>.