

GFK HELLAS

Άνοδο κατά 8,7% για την αγορά των ευρείας κατανάλωσης ηλεκτρονικών αγαθών στο επτάμηνο του 2008

Ανοδικά κινήθηκε στο επτάμηνο του 2008 η αγορά ευρείας κατανάλωσης ηλεκτρονικών αγαθών “μαύρες συσκευές”, έναντι του αντίστοιχου διαστήματος πέρυσι. Συγκεκριμένα, η αγορά σημείωσε αύξηση κατά 8,7% σε τεμάχια και κατά 7,5% σε αξίες. Η μικρότερη αύξηση των αξιών υποδηλώνει μικρή μείωση της μέσης τιμής πώλησης και η πτώση αυτή οφείλεται σε μεγάλο ποσοστό στις έντονες προσφορές που έγιναν κυρίως από τα μεγάλα καταστήματα σε ορισμένες κατηγορίες της αγοράς (π.χ. τηλεόραση LCD, DVD, κ.λπ.). Περίπου η μισή από την αύξηση αυτή προέρχεται από τα 23 νέα καταστήματα των αλυσίδων που άνοιξαν μέσα στο 2008.

Όπως τονίζει η GfK Hellas, από την αύξηση της κατηγορίας σε τεμάχια κερδισμένες εμφανίζονται οι 6 αλυσίδες ηλεκτρονικών ειδών που (σε τεμάχια) αυξάνουν το μερίδιό τους κατά 4,5 ποσοστιαίες μονά-



Η τηλεόραση LCD είναι πλέον η τάση σε όλη την Ευρώπη όπου αναμένεται μια αύξηση των πωλήσεων της τάξης του 19% στο τέλος του 2008

δες φθάνοντας στο 44,8%, καθώς και οι εξειδικευμένοι που κερδίζουν 3,8 ποσοστιαίες μονάδες και φθάνουν στο 16,6%. Συνεταιρισμοί και μαζικοί έμποροι υποχρεώνονται σε συρρίκνωση του μεριδίου τους στην αγορά. Παραδόξως, το κανάλι των ανεξάρτητων παραμένει σταθερό σε μερίδια τεμαχίων. Ωστόσο, παρά την άνοδο στο μερίδιο σε τεμάχια οι αλυσίδες παραμένουν σταθερές στο μερίδιο σε αξίες (47,2%) λόγω της πληθώρας των προσφορών. Αντίθετα, οι εξειδικευμένοι με μια πιο ψυχραιμη τιμολογιακή προσέγγιση στην κρίση της αγοράς καταφέρνουν να αυξήσουν και σε αξίες το μερίδιό τους κατά 2,5% στο 11,3%.

Κατηγορίες προϊόντων

Σχετικά με τις τάσεις της αγοράς των Ηλεκτρονικών Προϊόντων Ευρείας Κατανάλωσης στην Ελλάδα και στην Ευρώπη (Consumer Electronics), στην κατηγορία των τηλεοράσεων η LCD με μερίδιο 96,7% σε τεμάχια και 95% σε αξίες κατέχει τα σκήπτρα στις πωλήσεις. Η τηλεόραση LCD είναι, πλέον, η τάση σε όλη την Ευρώπη όπου αναμένεται μια αύξηση των πωλήσεων της τάξης του 19% στο τέλος του 2008. Οι 32" εξακολουθούν μεν να κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο (36% σε τεμάχια, 35% σε αξίες), αλλά ήδη οι τηλεοράσεις με οθόνες

G F K H E L L A S

Άνοδο κατά 8,7% για την αγορά των ευρείας κατανάλωσης ηλεκτρονικών αγαθών στο επτάμηνο του 2008

από 40" και πάνω αποτελούν ένα μεγάλο τμήμα της αγοράς που κερδίζει συνεχώς μερίδιο (20% σε τεμάχια, 34% σε αξίες). Αξιοσημείωτο είναι, ότι οι οθόνες Full HD αποτελούν μόνο το 15,5% των οθονών που έχουν πωληθεί στο πρώτο επτάμηνο του 2008 με την ψηφιακή τηλεόραση προ των πυλών. Άλλο ένα σημαντικό γεγονός είναι η αναθέρμανση της αγοράς των τηλεοράσεων Plasma ειδικά στις οθόνες μεγάλων διαστάσεων (50"+) μια τάση όμως αντίθετη με τα τεκταινόμενα στη Δυτική Ευρώπη όπου πλέον οι τηλεοράσεις Plasma εμφανίζονται πτωτικές.

Στην κατηγορία των Digital Portable Video Players (DPVP - MP4) η δυνατότητά τους να αναπαράγουν και ήχο εκτός της εικόνας έχει βοηθήσει στην άνοδο των πωλήσεων του σε βάρος των κλασικών MP3 (DPAP), που έχουν τη δυνατότητα αναπαραγωγής μόνο ήχου. Έτσι τα DPVP αύξησαν το μερίδιό τους σε πωλήσεις τεμαχίων στο 41% έναντι 18,8% το περυσινό αντίστοιχο διάστημα φθάνοντας σε πωλήσεις τα 85.378 τεμάχια, ενώ σε αξίες το μερίδιό τους άγγιξε το 63,4% έναντι 29,1%. Από πλευράς ενσωματωμένης μνήμης οι κύριες κατηγορίες είναι εκείνες των 1.024 και 2.048 MB, ενώ στην Δυτική Ευρώπη οι κύριες κατηγορίες είναι των 4.096 και 8.192 MB.

Στην κατηγορία των συστημάτων πληθυσμιακών σημειώνεται πως αποτελεί το καινούργιο gadget του Έλληνα καταναλωτή και ήδη είναι μια αγορά €15 εκατ. με αύξηση 204% σε αξίες έναντι του 2007. Σχεδόν το σύνολο των πωλήσεων γίνεται από φορητές συσκευές (99,7% των πωλούμενων τεμαχίων) και το κύριο κανάλι πωλήσεων είναι οι αλυσίδες και οι μαζικοί έμποροι, όπως και στη Δυτική Ευρώπη. Η κύρια τάση είναι προς τις συσκευές με οθόνες διαστάσεων 16:9

Τη διεθνή τάση στη χρήση των έξυπνων τηλεφώνων ακολουθεί και η ελληνική αγορά. Ο όγκος αλλά και η αξία των πλεγόμενων έξυπνων τηλεφώνων αυξήθηκε κατά 23% και 14% αντίστοιχα



(όπως και στη Δυτική Ευρώπη) και κυρίως προτιμούνται αυτά με μόνο το χάρτη της Ελλάδας σε αντίθεση με τη Δυτική Ευρώπη όπου οι διεθνείς χάρτες είναι η κύρια προτίμηση.

Η αγορά των ψηφιακών φωτογραφικών μηχανών (DSC) και των καρτών μνήμης

παρουσιάζεται το πρώτο επτάμηνο του 2008 έναντι του ίδιου διαστήματος του 2007 ανοδική σε τεμάχια κατά 19,6%, αλλά καθοδική σε αξίες κατά 9,2%. Η πτώση των τιμών των καρτών μνήμης οφείλεται λόγω της εισόδου στην αγορά πληθώρας "ανώνυμου" προϊόντος. Στο ίδιο διάστημα, οι φωτογραφι-

Τα συστήματα
πληθύνονται αποτελούν
το καινούργιο gadget
του Έλληνα
καταναλωτή.
Η συγκεκριμένη αγορά
φτάνει τα €15 εκατ.,
εμφανίζοντας αύξηση
κατά 204% έναντι
του 2007

κές μηχανές σημείωσαν άνοδο σε τεμάχια κατά 13,8% φθάνοντας σε πωλήσεις τα 210.000 περίπου τεμάχια, ενώ η αξία

των πωληθέντων μειώθηκε κατά 3,3% στα €48,3 εκατ. Και σε αυτήν την αγορά τα σκήπτρα σε μερίδιο πωληθέντων τεμαχίων τα κρατούν οι αθυσίδες με 46% περίπου, όμως τα ακριβά προϊόντα δι-οχετεύονται μέσα από τα εξειδικευμένα φωτογραφικά καταστήματα. Έτσι, ενώ οι αθυσίδες έχουν μερίδιο σε τεμάχια 46%, το μερίδιο τους σε αξία υποχωρεί στο 34,5%. Αντίθετα, τα φωτογραφικά καταστήματα με μερίδιο μόλις 15% σε τεμάχια φθάνουν σχεδόν στο 28% μερίδιο σε αξίες (περίπου διπλάσιο). Το 96% των πωλούμενων φωτογραφικών μηχανών ανήκουν στην κατηγορία compact, ενώ το υπόλοιπο 4% στην κατηγορία SLR. Το κύριο χαρακτηριστικό που οδηγεί στην αγορά τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη είναι η ανάπτυξη της εικόνας με περισσότερα Μpixels. Η Ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από μικρή διείσδυση των ψηφιακών μηχανών (~35% των νοικοκυριών) σε αντίθεση με την Ευρώπη, όπου η ψηφιακή μηχανή αποτελεί πλέον προσωπικό αντικείμενο. Πρέπει να σημειωθεί πως η αγορά αυτή

(κυρίως οι compact μηχανές) αντιμετωπίζει μια μελλοντική απειλή από την εξέλιξη των φωτογραφικών μηχανών των κινητών τηλεφώνων.

Τη διεθνή τάση στη χρήση των έξυπνων τηλεφώνων ακολουθεί και η ελληνική αγορά. Σύμφωνα με τα στοιχεία της GfK Hellas, ο όγκος αλλά και η αξία των πωλούμενων έξυπνων τηλεφώνων αυξήθηκε κατά το διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου 2008 κατά 23% και 14% αντίστοιχα. Όπως λέγεται από τους αναλυτές την τάση αυτή αναμένεται να εντείνουν οι συσκευές που θα εμφανιστούν στους επόμενους μήνες, οι περισσότερες από τις οποίες έχουν μεγάλες οθόνες, λειτουργούν σε δίκτυα HSDPA, προσφέρουν άμεση πρόσβαση στο Internet και μπορούν να αναπαράγουν αρχεία πολυμέσων με εξαιρετική ποιότητα ήχου και εικόνας. Αναλυτικά, στη χώρα μας κατά το επτάμηνο του 2008 πωλήθηκαν 39.977 έξυπνα τηλέφωνα. ⓘ

Κατηγορία	Αύξηση σε τεμάχια	Αύξηση σε αξίες	Μέγεθος αγοράς σε τεμάχια Ιανουάριος- Ιούλιος 2008
Τηλεόραση LCD	41,6%	19,5%	328.560
Τηλεόραση Plasma	55,2%	21,0%	11.096
DPVD	143,2%	80,6%	85.378
Car Navigators	443,9%	204,4%	75.090

Πίνακας 1. Η αγορά των consumer electronics, Πηγή: GfK Hellas, Σεπτέμβριος 2008

Smart Phones	Ιανουάριος 2007 - Ιούλιος 2007	Ιανουάριος 2007 - Ιούλιος 2007	Διαφορά
Σύνολο αγοράς σε τμχ	32.374	39.977	23%
Σύνολο αγοράς σε αξία (σε € εκατ.)	18.506	21.185	14%

Πίνακας 2. Η αγορά των smart phones, Πηγή: GfK Hellas, Σεπτέμβριος 2008