

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка
бытовой электроники
в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объёмы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	11
Глава 1. Методология исследования	12
Объект исследования	12
Цель исследования	12
Задачи исследования.....	12
Метод сбора и анализа данных	13
Источники получения информации	13
Глава 2. Объем и темпы роста рынка бытовой электроники в России.....	14
В натуральном выражении	14
Сегмент «Портативная электроника»	19
Сегмент «Домашняя аудио и видео техника».....	22
Сегмент «Компьютеры и периферия»	22
Сегмент «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы».....	22
Глава 3. Каналы сбыта	23
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой электроники в России	24
Глава 5. Конкурентный анализ рынка бытовой электроники в России	25
Рыночные доли компаний	25
Рыночные доли брендов.....	27
Глава 6. Прогноз развития рынка бытовой электроники в России до 2025 г. .	29

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 9 таблиц и 18 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка бытовой электроники по сегментам в России, тыс. шт.

Таблица 2. Темпы прироста рынка бытовой электроники по сегментам в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 3. Дистрибуция бытовой электроники по формату торговли в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 5. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 6. Доли брендов в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 8. Прогноз объема рынка бытовой электроники по сегментам в России, тыс. шт.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка бытовой электроники по сегментам в России, % от натурального объема рынка.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка бытовой электроники в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка бытовой электроники в России, тыс. шт.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Портативная электроника» в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Диаграмма 5. Доли подсегментов в объеме сегмента «Портативная электроника» в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 6. Объем сегмента «Портативная электроника» по подсегментам в России, тыс. шт.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Домашняя аудио и видео техника» в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Диаграмма 8. Доли подсегментов в объеме сегмента «Домашняя аудио и видео техника» в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 9. Объем сегмента «Домашняя аудио и видео техника» по подсегментам в России, тыс. шт.

Диаграмма 10. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Компьютеры и периферия» в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Диаграмма 11. Доли подсегментов в объеме сегмента «Компьютеры и периферия» в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 12. Объем сегмента «Компьютеры и периферия» по подсегментам в России, тыс. шт.

Диаграмма 13. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Диаграмма 14. Доли подсегментов в объеме сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 15. Объем сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» по подсегментам в России, тыс. шт.

Диаграмма 16. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 17. Доли брендов в объеме рынка бытовой электроники в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 18. Прогноз объема и темпов прироста рынка бытовой электроники по сегментам в России, тыс. шт., % от натурального объема рынка.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка бытовой электроники в России.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка бытовой электроники в России в 2019 г. составил 65 308,4 тыс. шт.

Наиболее крупным сегментом рынка является «Портативная электроника». Его объем в 2019 г. составил 48 485,7 тыс. шт. Второе место по объему в натуральном выражении занимает сегмент «Домашняя аудио и видео техника». Его объем в 2019 г. равен 7 911,4 тыс. шт. Объем сегмента «Компьютеры и периферия» в 2019 г. составил 7 377,3 тыс. шт. Объем сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в 2019 г. равен 1 534 тыс. шт.

В 2015 г. дистрибуция бытовой электроники в основном осуществлялась через канал «Внутримагазинная розница» (77,7%). Основная доля продаж осуществлялась через субканал «Специализированные магазины» - 76,5%. Доля продаж через канал «ВНЕмагазинная розница» в 2015 г. составила 22,3%.

В 2019 г. на рынке бытовой электроники в России лидировала компания Samsung Electronics Rus ООО. Рыночная доля компании в натуральном выражении составила 17,6%. Также одним из крупных участников рынка является компания Huawei Digital Technologies ООО. Рыночная доля компании в 2019 г. составила 15%.

По прогнозу аналитиков DISCOVERY Research Group объем рынка бытовой электроники в России в 2025 г. может составить 70 759 тыс. шт.

Объем самого крупного сегмента «Портативная электроника» в 2025 г. будет равен 57 664,5 тыс. шт. Объем сегмента «Домашняя аудио и видео техника» в 2025 г. может составить 7 895,7 тыс. шт. Третье место по объёму продаж в натуральном выражении будет занимать сегмент «Компьютеры и периферия». В 2025 г. объем сегмента составит 4 190,7 тыс. шт. Объем сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в 2025 г. будет равен 1 008,2 тыс. шт.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок бытовой электроники в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

Задачи исследования

1. Объём, темпы роста и динамика развития рынка бытовой электроники в России.
2. Сегменты рынка бытовой электроники в России.
3. Рыночные доли производителей и брендов на рынке бытовой электроники в России.
4. Конкурентная ситуация на рынке бытовой электроники в России.
5. Каналы сбыта продукции.
6. Прогноз объёма рынка бытовой электроники в России до 2025 г.
7. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) бытовой электроники в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке бытовой электроники и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Глава 2. Объем и темпы роста рынка бытовой электроники в России

В натуральном выражении

Объем рынка бытовой электроники в России в 2019 г. составил 65 308,4 тыс. шт., что на 1 168,7 тыс. шт. больше, чем в 2018 г.

Рынок бытовой электроники состоит из четырех сегментов:

- «Компьютеры и периферия»
- «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы»
- «Домашняя аудио и видео техника»
- «Портативная электроника»

Наиболее крупным сегментом рынка является «Портативная электроника». Его объем в 2019 г. составил 48 485,7 тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Доля сегмента на рынке бытовой электроники в России составила %

Второе место по объему в натуральном выражении занимает сегмент «Домашняя аудио и видео техника». Его объем в 2019 г. составил 7 911,4 тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Доля сегмента на рынке составила %

Объем сегмента «Компьютеры и периферия» в 2019 г. составил 7 377,3 тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Доля сегмента на рынке составила %

Объем сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в 2019 г. составил 1 534 тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Доля сегмента на рынке составила %

Таблица 1. Объём рынка бытовой электроники по сегментам в России в 2013-2019 гг., тыс. шт.

Сегменты	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Компьютеры и периферия							7 377,3
- Компьютеры							
- Периферия							
Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы							1 534,0
- Навигаторы							
- Автомобильные аудио/акустические системы							
- Автомобильные медиа плееры							
Домашняя аудио и видео техника							7 911,4
- Домашние кинотеатры и аудиотехника							
- Домашняя видеотехника							
Портативная электроника							48 485,7
- Цифровые фотоаппараты и видеокамеры							
- Мобильные телефоны							
- Портативные плееры							
- Носимая электроника							
Итого							65 308,4

Диаграмма 1. Объём и темпы прироста рынка бытовой электроники в России в 2013-2019 гг., тыс. шт., % от натурального объёма рынка.

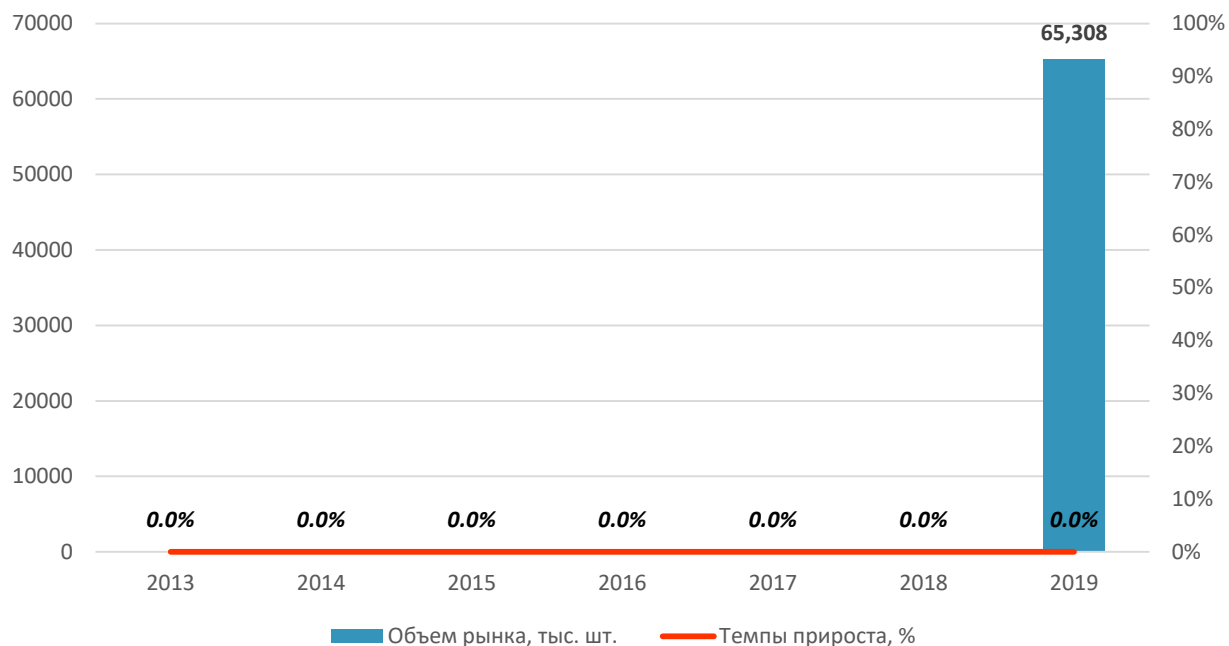


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка бытовой электроники в России в 2019 г., % от натурального объема рынка.

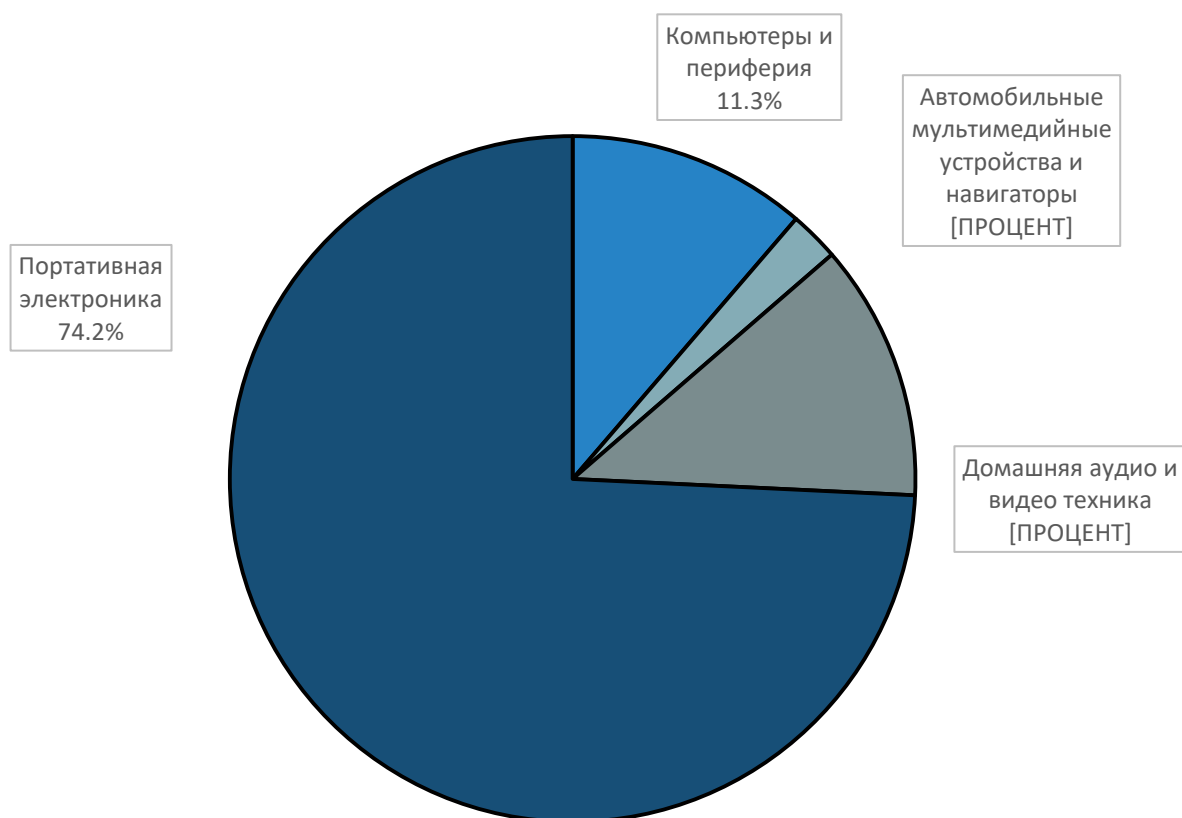
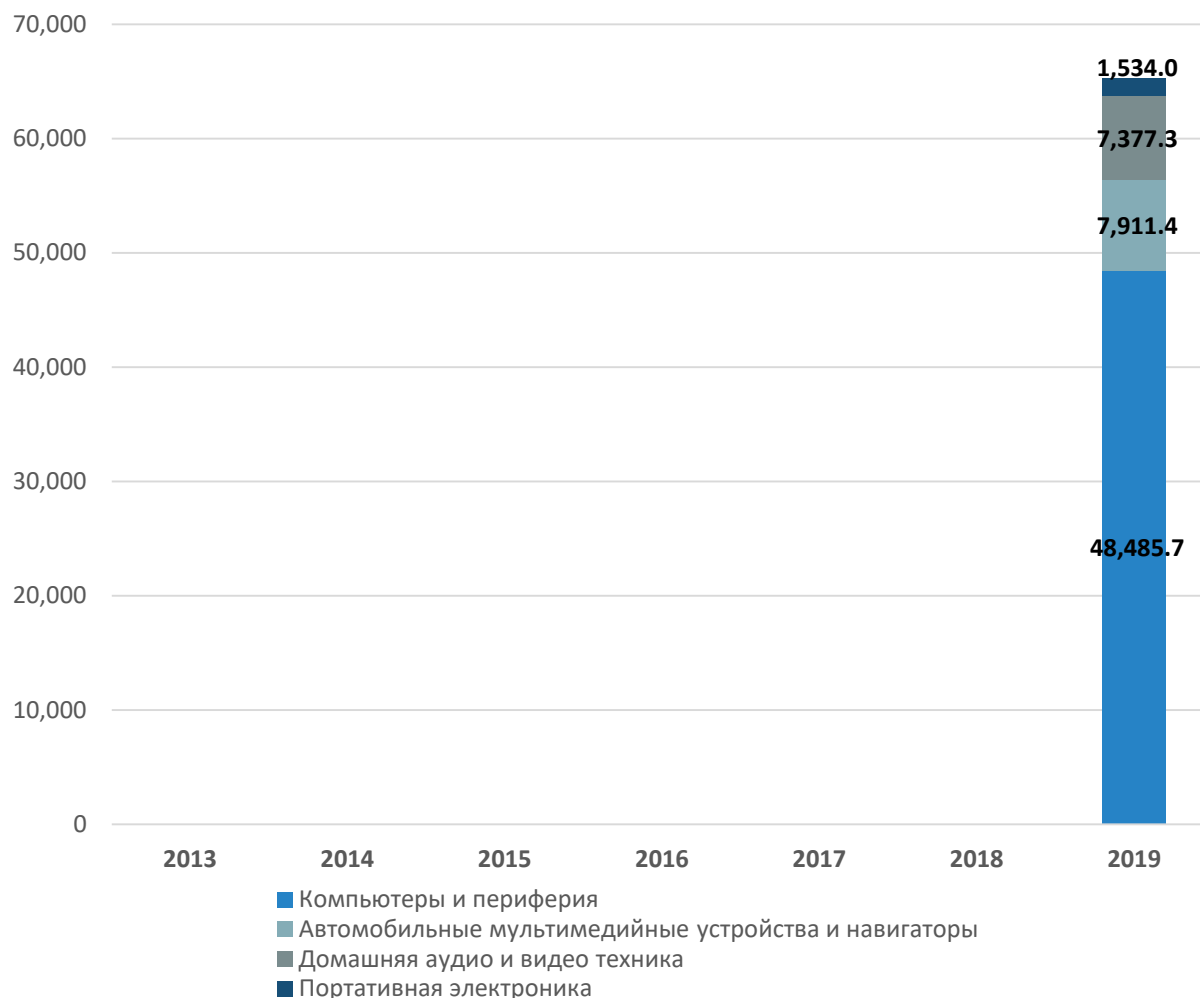


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка бытовой электроники в России в 2013-2019 гг., тыс. шт.



На рынке бытовой электроники в России темпы прироста были на протяжении 2018-2019 гг. В 2019 г. темп прироста был равен %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста рынка равен %

Темп прироста лидирующего на рынке сегмента «Портативная электроника» в 2019 г. составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста сегмента равен %.

Темп прироста сегмента «Домашняя аудио и видео техника» в 2019 г. составил%, что на % меньше, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста сегмента равен %.

В сегменте «Компьютеры и периферия» наблюдается темп прироста на протяжении 2013-2019 гг. (кроме 2018 г., в котором темп прироста составил%). В 2019

г. темп прироста составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста сегмента равен %.

Темпы прироста сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» были на протяжении 2013-2019 гг. В 2019 г. темп прироста составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста сегмента равен %.

Таблица 2. Темпы прироста рынка бытовой электроники по сегментам в России в 2014-2019 гг., % от натурального объема рынка.

Сегменты	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019
Компьютеры и периферия						
- Компьютеры						
- Периферия						
Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы						
- Навигаторы						
- Автомобильные аудио/акустические системы						
- Автомобильные медиа плееры						
Домашняя аудио и видео техника						
- Домашние кинотеатры и аудиотехника						
- Домашняя видеотехника						
Портативная электроника						
- Цифровые фотоаппараты и видеокамеры						
- Мобильные телефоны						
- Портативные плееры						
- Носимая электроника						
Итого						

Сегмент «Портативная электроника»

Сегмент «Портативная электроника» занимает лидирующую позицию на рынке бытовой электроники в России в натуральном выражении.

Сегмент «Портативная электроника» состоит из следующих подсегментов:

- «Цифровые фотоаппараты и видеокамеры»
- «Мобильные телефоны»
- «Портативные плееры»
- «Носимая электроника»

Объем самого крупного подсегмента «.....» в 2019 г. составил тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Его доля в сегменте в 2019 г. составила %. Темп прироста подсегмента в 2019 г. составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста подсегмента равен %.

Второй по объему подсегмент - «.....». Его объем в 2019 г. составил тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Его доля в сегменте в 2019 г. составила %. Темп прироста подсегмента в 2019 г. составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста подсегмента равен %.

Третий по объему подсегмент - «.....». Его объем в 2019 г. составил тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Его доля в сегменте в 2019 г. составила %. Темп прироста подсегмента в 2019 г. составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста подсегмента равен %.

Объем подсегмента «.....» в 2019 г. составил 691,3 тыс. шт., что на тыс. шт., чем в 2018 г. Его доля в сегменте в 2019 г. составила %. Темп прироста подсегмента в 2019 г. составил %, что на %, чем в 2018 г. Среднегодовой темп прироста подсегмента равен %.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Портативная электроника» в России в 2013-2019 гг., тыс. шт., % от натурального объема рынка.

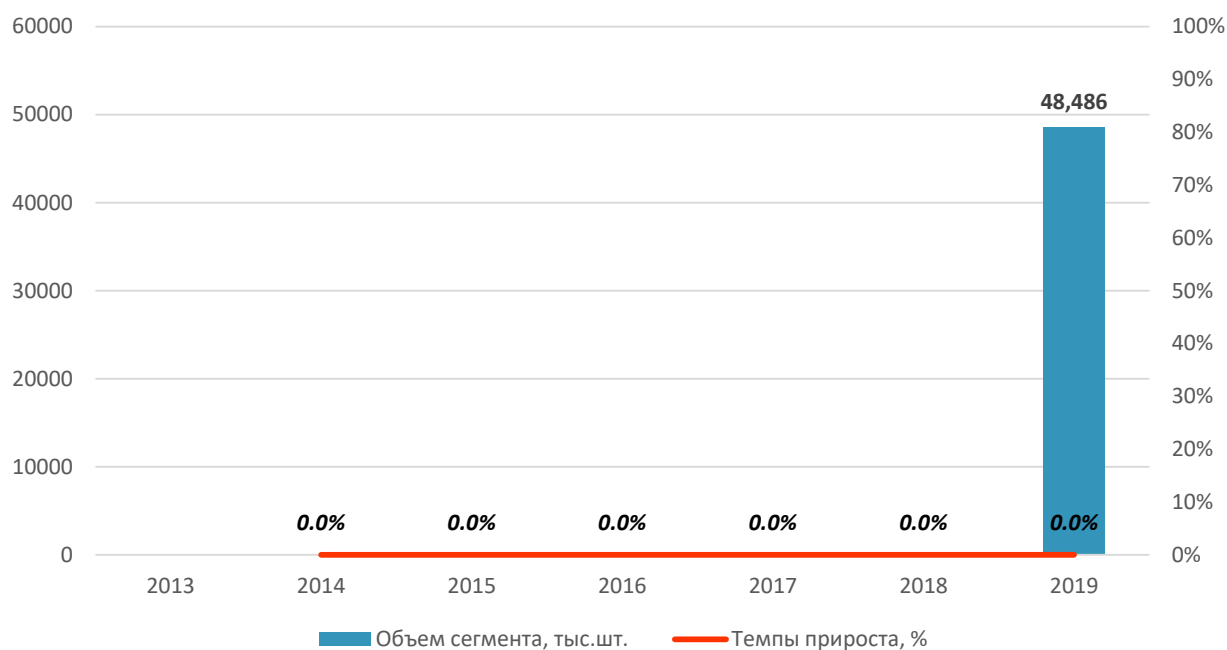


Диаграмма 5. Доли подсегментов в объеме сегмента «Портативная электроника» в России в 2019 г., % от натурального объема рынка.

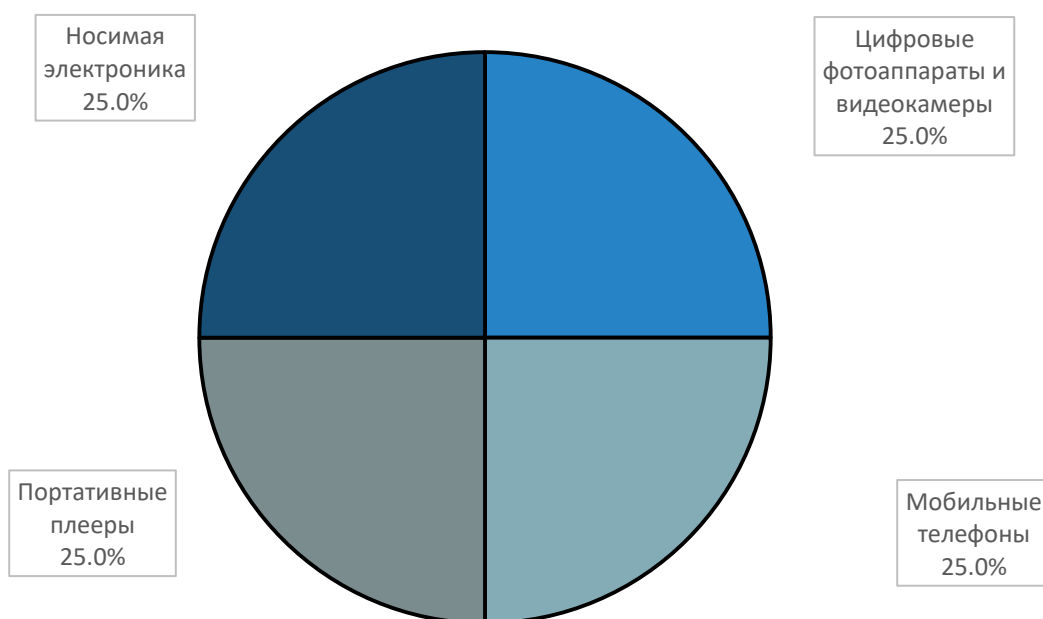
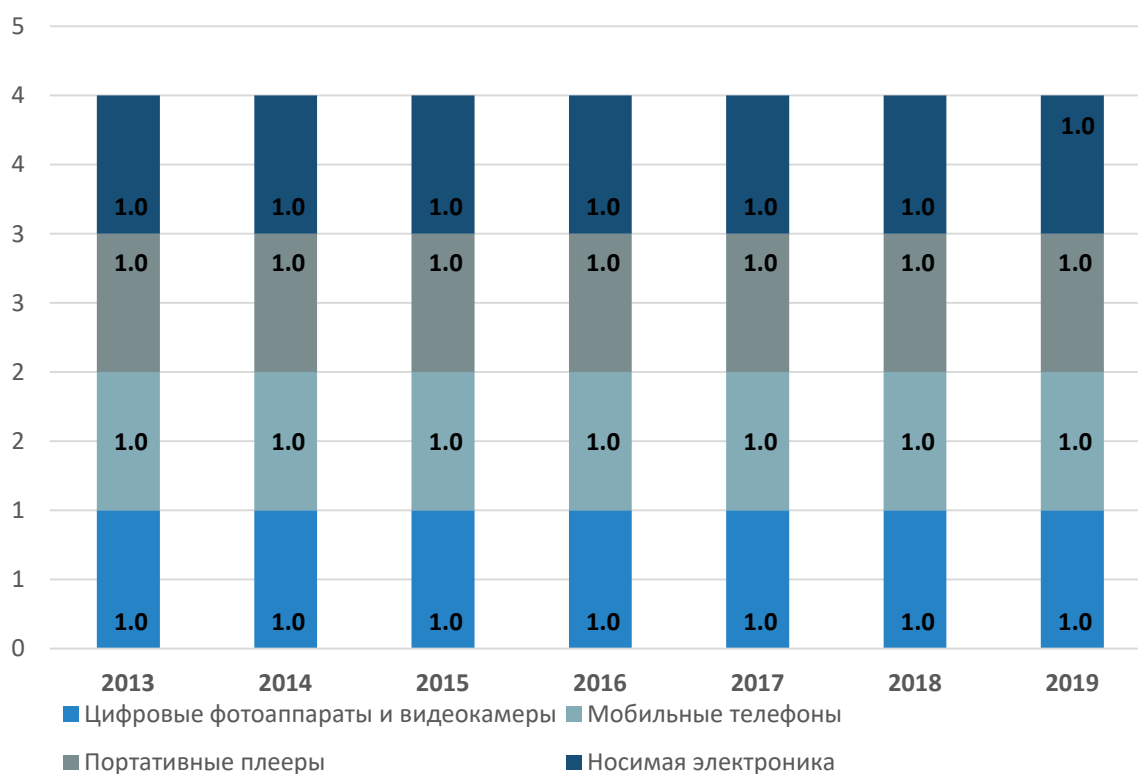


Диаграмма 6. Объем сегмента «Портативная электроника» по подсегментам в России в 2013-2019 гг., тыс. шт.



Сегмент «Домашняя аудио и видео техника»

.....

Сегмент «Компьютеры и периферия»

.....

Сегмент «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы»

.....

Глава 3. Каналы сбыта

В 2015 г. дистрибуция бытовой электроники в основном осуществлялась через канал «Внутримагазинная розница» (77,7%). Основная доля продаж осуществлялась через субканал «Специализированные магазины» - 76,5%. Доля продаж через канал «ВНЕмагазинная розница» в 2015 г. составила 22,3%.

По итогам 2020 г. доля продаж через канал «.....»на%, и составит%. Основная доля продаж осуществляется через субканал «.....»%.

Доля продаж через канал «.....» к 2020 г.на%, и составит%. Развитию канала способствовал рост.....

Таблица 3. Дистрибуция бытовой электроники по формату торговли в России в 2015 и 2020 гг., % от натурального объёма рынка.

Категория	2015	2020
Внутримагазинная розница	77,7	
- Розничные магазины		
--- Гипермаркеты		
- Специализированные магазины	76,5	
--- Специализированные розничные продавцы электроники и бытовой техники		
--- Другие непродовольственные специалисты		
-- Магазины с комплексным ассортиментом		
ВНЕмагазинная розница	22,3	
- Интернет розница		
Итого	100,0	

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой электроники в России

Пандемия COVID-19 вынудила правительства изолировать целые страны, нарушила глобальные цепочки поставок и повлияла на рыночную экономику. Величина воздействия COVID-19 на мировую экономику будет зависеть от продолжительности ограничений.

.....

Глава 5. Конкурентный анализ рынка бытовой электроники в России

Рыночные доли компаний

В 2019 г. на рынке бытовой электроники в России лидировала компания Samsung Electronics Rus ООО. Рыночная доля компании в натуральном выражении составила 17,6%. В 2020 г. прогнозируется рыночной доли компании до%.

Также одним из крупных участников рынка является компания Huawei Digital Technologies ООО. Рыночная доля компании в 2019 г. составила 15%. В 2020 г. прогнозируется рыночной доли компании до%.

.....

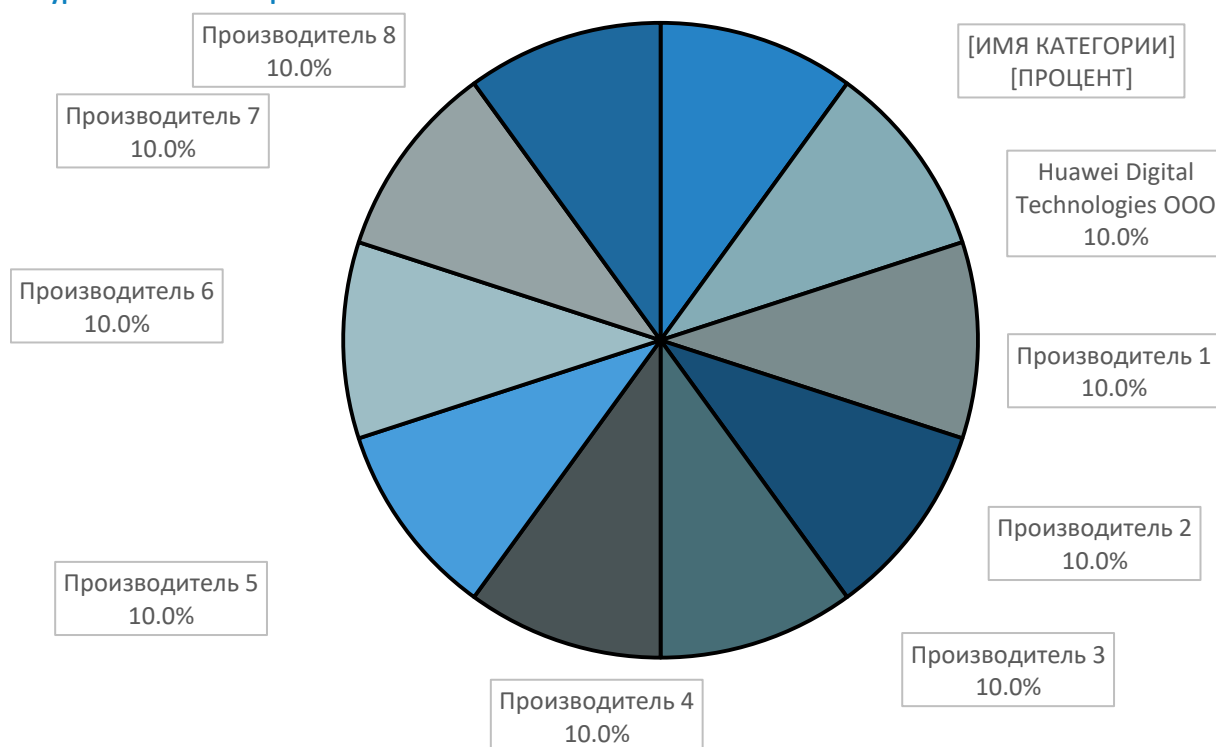
Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России в 2011-2020 гг., % от натурального объема рынка.

Производитель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Samsung Electronics Rus ООО									17,6	
Huawei Digital Technologies ООО									15,0	
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 5. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России в 2020 г., % от натурального объема рынка.

Производитель	2020
Samsung Electronics Rus OOO	
Huawei Digital Technologies OOO	
Итого	100,0

Диаграмма 7. Доли производителей в объеме рынка бытовой электроники в России в 2020 г., % от натурального объема рынка.



Рыночные доли брендов

Наиболее крупным брендом в 2019 г. по объему продаж в натуральном выражении на рынке бытовой электроники стал Бренд лидирует благодаря проверенному качеству и широкому ассортименту продукции (от смартфонов до ЖК-телевизоров). Доля рынка в 2019 г. составила%. В 2020 г. прогнозируется рыночной доли бренда до%.

Популярным брендом низкого и среднего ценового сегмента является Доля рынка данного бренда в 2019 г. составила%. В 2020 г. прогнозируется рыночной доли бренда до%.

Доли рынка премиальных брендов продолжают Так, доля рынка бренда в 2018 г. составила%, в 2019 г. до%, а к 2020 г. прогнозируется до%.

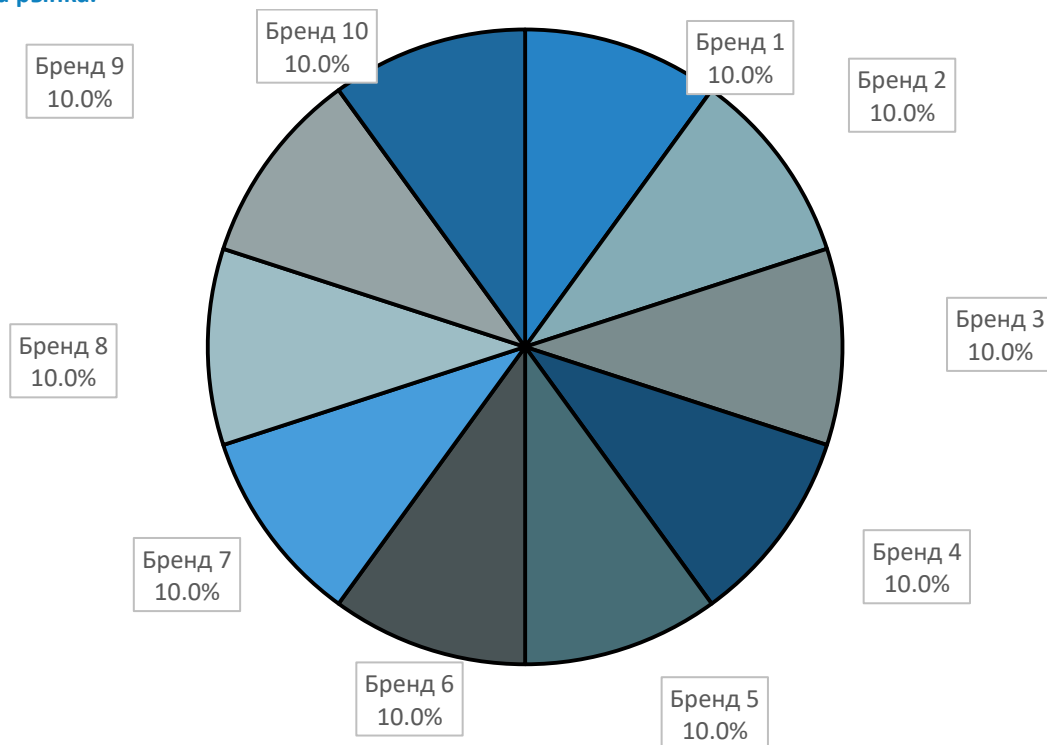
Таблица 6. Доли брендов в объёме рынка бытовой электроники в России в 2011-2020 гг., % от натурального объёма рынка.

Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка бытовой электроники в России в 2020 г., % от натурального объема рынка.

[illegible]

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка бытовой электроники в России в 2020 г., % от натурального объема рынка.



Глава 6. Прогноз развития рынка бытовой электроники в России до 2025 г.

По прогнозам, объём рынка бытовой электроники в России в 2020 г. составит тыс. шт. К 2025 г. объём рынка может до 70 759 тыс. шт.

Объём самого крупного сегмента «Портативная электроника» в 2020 г. составит тыс. шт., а к 2025 г. данный показатель можетдо 57 664,5 тыс. шт. В 2025 г. доля сегмента может до%.

Второе место по объёму продаж в натуральном выражении будет занимать сегмент «Домашняя аудио и видео техника». В 2020 г. объём сегмента будет равен тыс. шт. В 2025 г. данный показатель может до 7 895,7 тыс. шт. Доля сегмента на рынке к 2025 году можетдо%.

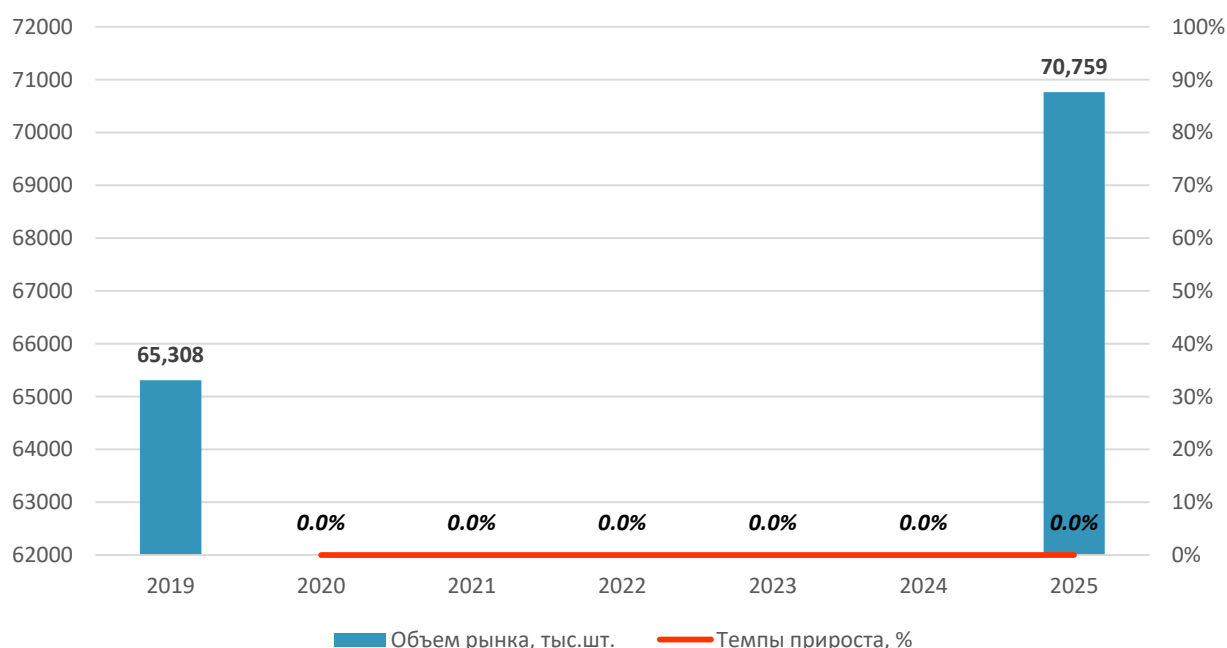
Третье место по объёму будет занимать сегмент «Компьютеры и периферия». В 2020 г. объём сегмента составиттыс. шт., а в 2025 г. данный показатель можетдо тыс. шт. В 2025 г. доля сегмента на рынке можетдо%.

Объём сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в 2020 г. составит тыс. шт. В 2025 г. данный показатель можетдо 1 008,2 тыс. шт. Доля сегмента на рынке к 2025 году можетдо%

Таблица 8. Прогноз объёма рынка бытовой электроники по сегментам в России в 2019-2025 гг., тыс. шт.

Сегменты	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Компьютеры и периферия	7 377,3						4 190,7
- Компьютеры							
- Периферия							
Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы	1 534,0						1 008,2
- Навигаторы							
- Автомобильные аудио/акустические системы							
- Автомобильные медиа плееры							
Домашняя аудио и видео техника	7 911,4						7 895,7
- Домашние кинотеатры и аудиотехника							
- Домашняя видеотехника							
Портативная электроника	48 485,7						57 664,5
- Цифровые фотоаппараты и видеокамеры							
- Мобильные телефоны							
- Портативные плееры							
- Носимая электроника							
Итого	65 308,4						70 759,1

Диаграмма 9. Прогноз объёма и темпов прироста рынка бытовой электроники по сегментам в России в 2019-2025 гг., тыс. шт., % от натурального объёма рынка.



Ожидается, что в течение 2020-2025 гг. темпы прироста рынка бытовой электроники будут продолжать В 2020 г. темп прироста объема рынка составит%, а к 2025 г. данный показатель можетдо%. Среднегодовой темп прироста рынка бытовой электроники будет составлять%.

Темп прироста лидирующего на рынке сегмента «Портативная электроника» в 2020 г. составит%. К концу прогнозируемого периода данный показатель можетдо%. Среднегодовой темп прироста сегмента будет составлять%.

Темп прироста сегмента «Домашняя аудио и видео техника» в 2020 г. составит%, В 2025 г. данный показатель можетдо%. Среднегодовой темп прироста сегмента будет составлять%.

Темп прироста сегмента «Компьютеры и периферия» в 2020 г. составит%, а в 2025 г. данный показатель может составить%. Среднегодовой темп прироста сегмента будет составлять%.

Темп прироста сегмента «Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы» в 2020 г. составит%. В 2025 г. данный показатель может составить%. Среднегодовой темп прироста сегмента будет составлять%.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка бытовой электроники по сегментам в России в 2020-2025 гг., % от натурального объема рынка.

Сегменты	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025
Компьютеры и периферия						
- Компьютеры						
- Периферия						
Автомобильные мультимедийные устройства и навигаторы						
- Навигаторы						
- Автомобильные аудио/акустические системы						
- Автомобильные медиа плееры						
Домашняя аудио и видео техника						
- Домашние кинотеатры и аудиотехника						
- Домашняя видеотехника						
Портативная электроника						
- Цифровые фотоаппараты и видеокамеры						
- Мобильные телефоны						
- Портативные плееры						
- Носимая электроника						
Итого						

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

