

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка
домашних кинотеатров и
аудиотехники
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, ФТС 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, ФТС 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 объемы 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.....	12
Источники получения информации	12
Объем и структура выборки.....	13
Глава 2. Объем и темпы роста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России.....	14
В натуральном выражении	14
Сегмент Аудиоаппаратура.....	18
Сегмент Док-станции для цифровых медиаплееров.....	19
Сегмент Hi-Fi системы	20
Сегмент Домашние кинотеатры и акустические системы	21
Сегмент Компьютерные колонки	22
Глава 3. Каналы сбыта	23
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России.....	25
Глава 5. Конкурентный анализ рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России.....	26
Рыночные доли компаний	26
Рыночные доли брендов.....	28
Глава 6. Прогноз развития рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России до 2025 г.	30

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 7 таблиц и 12 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России по сегментам, тыс. шт.

Таблица 2. Темп прироста объема сегментов рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в натуральном выражении, %.

Таблица 3. Дистрибуция домашних кинотеатров и аудиотехники по формату торговли в России в натуральном выражении, %.

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 5. Доли брендов в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, % от натурального объема рынка.

Таблица 6. Прогноз объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.

Таблица 7. Прогноз темпа прироста объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг. в натуральном выражении, %.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, % от натурального объема.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, тыс. шт.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента «Аудиоаппаратура» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента «Док-станции для цифровых медиаплееров» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 6. Объем и темпы прироста сегмента «Hi-Fi системы» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента «Домашние кинотеатры и акустические системы» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента «Компьютерные колонки» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 9. Доли производителей в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 11. Прогноз объема и темпов прироста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2020-2025 гг., тыс. шт., %.

Диаграмма 12. Прогноз объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2019 г. составил 1 062,2 тыс. шт.

Рынок домашних кинотеатров и аудиотехники состоит из шести сегментов: «Аудиоаппаратура», «Док-станции для цифровых медиаплееров», «Hi-Fi системы», «Домашние кинотеатры и акустические системы», «Компьютерные колонки» и «Другие товары». Наиболее крупным сегментом является «Компьютерные колонки». Его объем в 2019 г. составил 625,9 тыс. шт.

В 2020 г. на рынок домашних кинотеатров и аудиотехники в России оказало большое влияние принятие мер изоляции. Ожидается, что спрос на домашние кинотеатры и аудиотехнику и дальше будет уменьшаться в течение 2020-2025 гг., причем темпы снижения объемов продаж будут ускоряться. По прогнозу аналитиков DISCOVERY Research Group в 2025 г. объем рынка уменьшится до 586,8 тыс. шт.

Доминирующим каналом дистрибуции домашних кинотеатров и аудиотехники в 2020 г. становится «Интернет розница». По прогнозам, через этот канал будет реализовано 58% всего объема продаж домашних кинотеатров и аудиотехники.

Рынок домашних кинотеатров и аудиотехники в России довольно консолидирован – на 4 крупнейшие компании приходится порядка 65,4% объёма рынка. Компания ООО LG Electronics Rus с долей рынка 23,2% в 2019 г. является лидером на рынке. Наиболее крупным брендом в 2019 г. по объему продаж в натуральном выражении на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники стал LG, принадлежащий этой компании.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок домашних кинотеатров и аудиотехники в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России.

Задачи исследования

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

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники 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.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Объем и темпы роста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России

В натуральном выражении

Объем рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2017 г. составил тыс. шт., что на% меньше, чем в 2016 г. В 2018 г. он равнялся тыс. шт. В 2019 г. он составил 1 062,2 тыс. шт.

Рынок домашних кинотеатров и аудиотехники состоит из шести сегментов: «Аудиоаппаратура», «Док-станции для цифровых медиаплееров», «Hi-Fi системы», «Домашние кинотеатры и акустические системы», «Компьютерные колонки» и «Другие товары». Наиболее крупным сегментом с долей рынка 58,9% в натуральном выражении в 2019 г. стал «Компьютерные колонки». Его объем в 2019 г. составил 625,9 тыс. шт., что на 28,1 тыс. шт. меньше, чем в 2018 г.

На втором месте по объему находится сегмент «.....» (.....%). В 2019 г. сегмент уменьшился относительно 2014 г. на тыс. шт. и составил тыс. шт. Следует отметить, что рейтинг сегментов по доле рынка построен на основании продаж в натуральном выражении. Положение и последовательность сегментов в рейтинге, рассчитанном на данных о продажах в стоимостном выражении, могли быть принципиально другими.

Еще одним крупным сегментом на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники с долей рынка% в натуральном выражении в 2019 г. был сегмент «.....». Его объем в 2019 г. составил тыс. шт., что натыс. шт. меньше, чем в 2018 г.

Сегменты «.....», «.....» и «.....» составили в 2019 г. тыс. шт., тыс. шт. и тыс. шт. соответственно.

Таблица 1. Объем рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2014-2019 гг. по сегментам, тыс. шт.

Сегмент	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Аудиоаппаратура						
Док-станции для цифровых медиаплееров						
Hi-Fi системы						
Домашние кинотеатры и акустические системы						
Компьютерные колонки						625,9
Другие товары						
Итого						1 062,2

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.

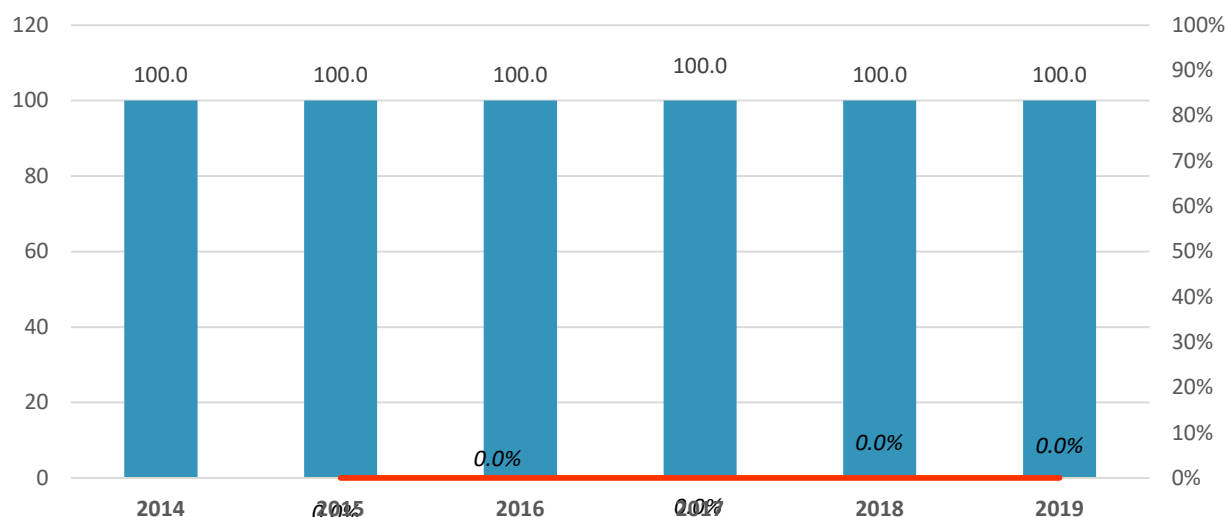


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2019 г., % от натурального объема.

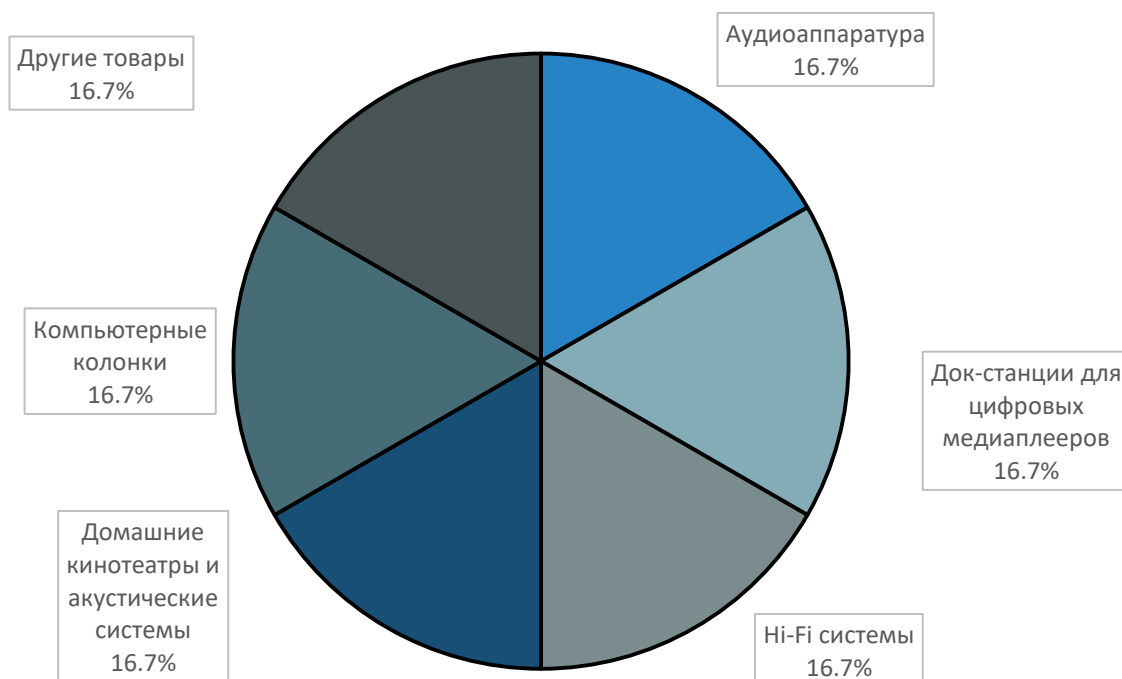
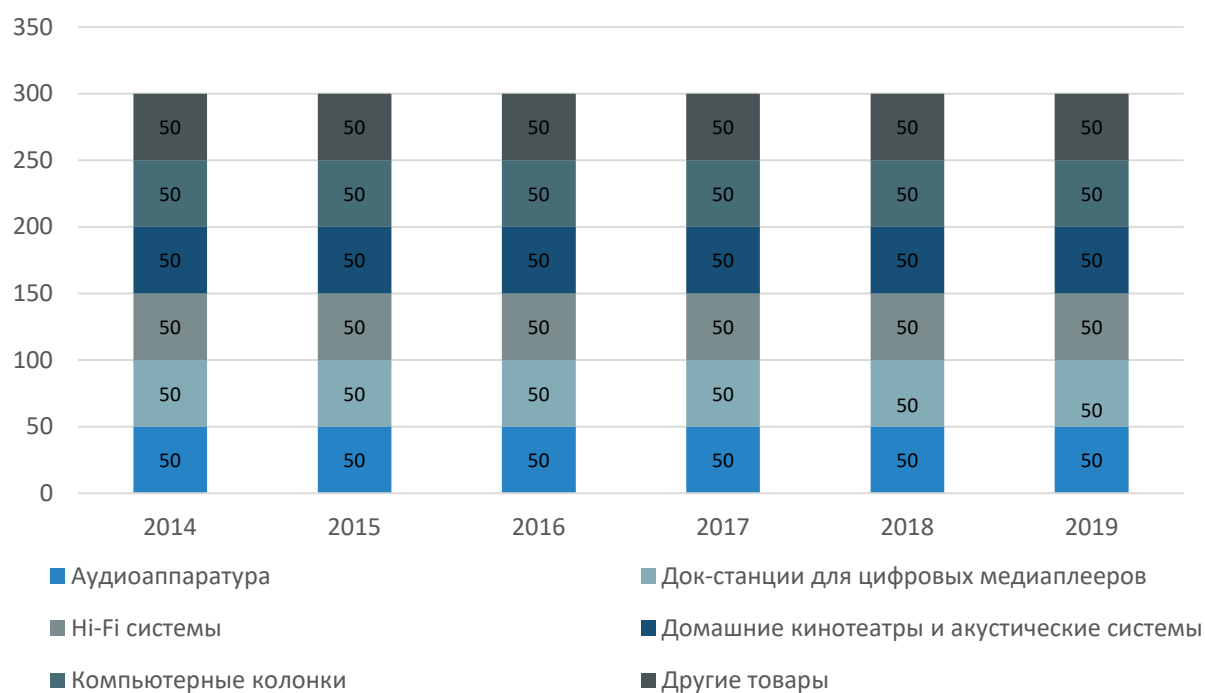


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2014-2019 гг., тыс. шт.



Сегмент «.....» стал единственным сегментом на рынке, который показал темпы прироста в 2017-2019 гг. В 2019 г. он на% в натуральном выражении относительно 2018 г. В остальных сегментах рынка прослеживается динамика темпов прироста в течение 2015-2019 гг. Лидирующий сегмент рынка «Компьютерные колонки» в 2019 г. на%. темп прироста в 2019 г. наблюдался в сегменте «Hi-Fi системы» (.....%).

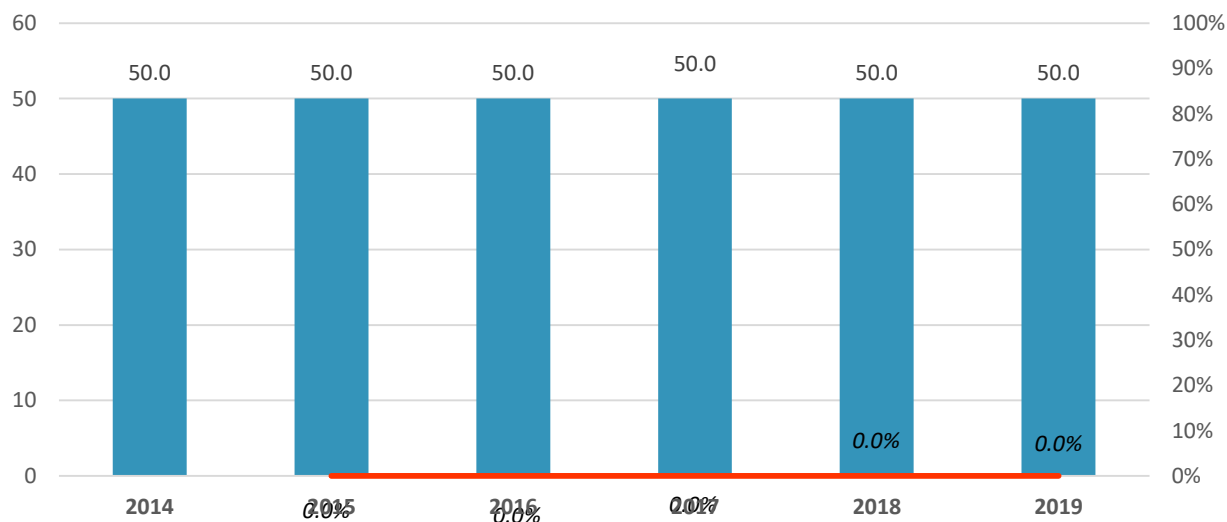
Таблица 2. Темп прироста объема сегментов рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2015-2019 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Аудиоаппаратура					
Док-станции для цифровых медиаплееров					
Hi-Fi системы					
Домашние кинотеатры и акустические системы					
Компьютерные колонки					
Другие товары					
Итого					

Сегмент Аудиоаппаратура

Сегмент «Аудиоаппаратура» в 2019 г. в натуральном выражении на% и составил тыс. шт. В 2018 г. его объем равнялся тыс. шт., что на% больше, чем в 2017 г., когда объем сегмента достиг значения тыс. шт.

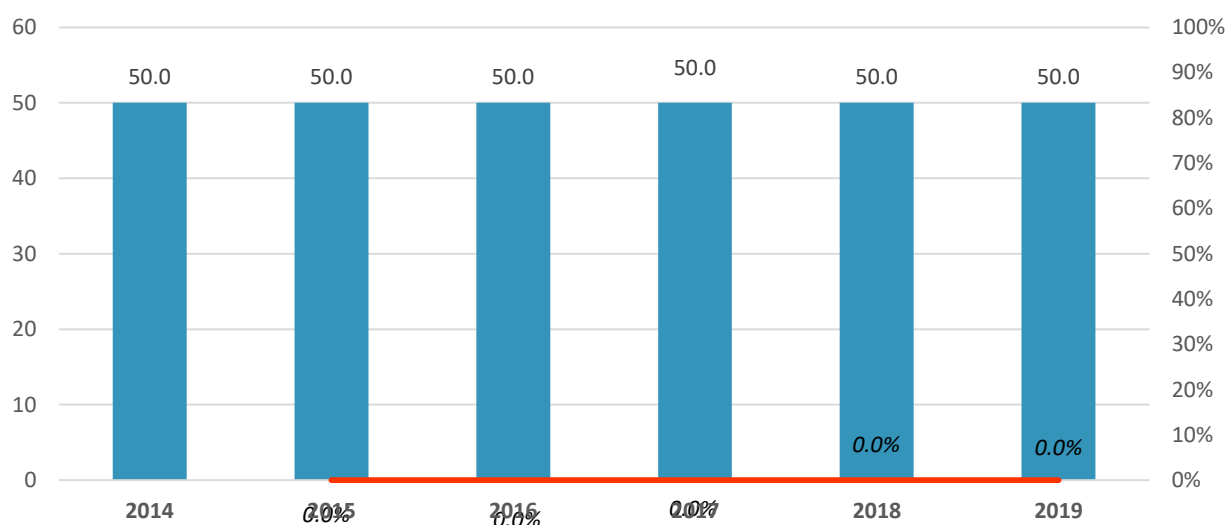
Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента «Аудиоаппаратура» в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.



Сегмент Док-станции для цифровых медиаплееров

На протяжении 2015-2019 гг. продажи док-станций для цифровых медиаплееров в России В 2018 г. объем этого сегмента составил тыс. шт., что на% меньше, чем в 2017 г., когда сегмент был равен тыс. шт. В 2019 г. объем сегмента на% относительно 2018 г. и составил тыс. шт.

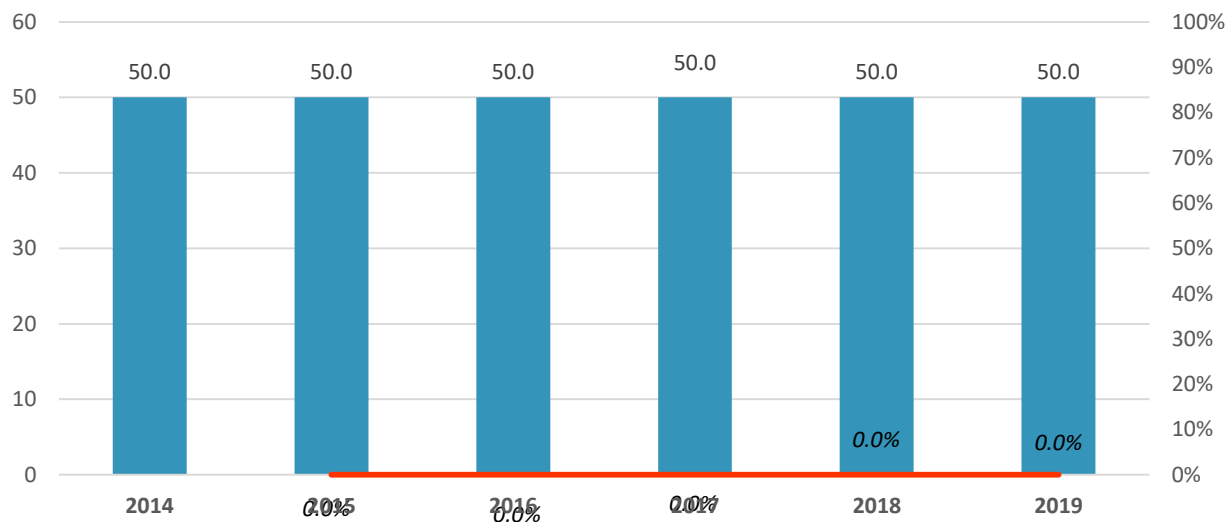
Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента «Док-станции для цифровых медиаплееров» в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.



Сегмент Hi-Fi системы

На протяжении 2015-2019 гг. в сегменте «Hi-Fi системы» наблюдались темпы прироста. В 2019 г. сегмент на% относительно 2018 г. и составил тыс. шт.

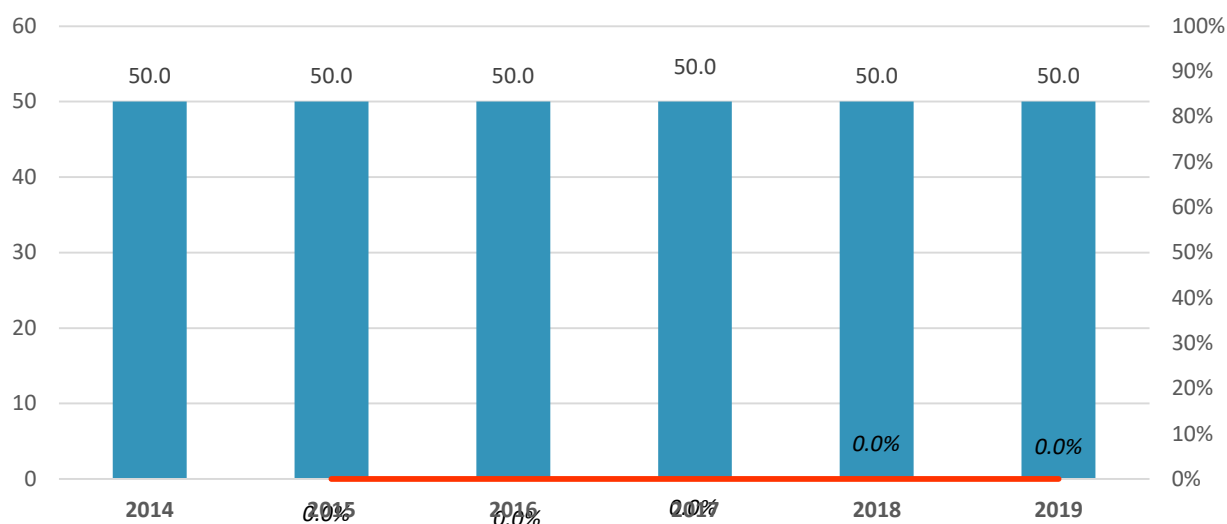
Диаграмма 6. Объем и темпы прироста сегмента «Hi-Fi системы» в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.



Сегмент Домашние кинотеатры и акустические системы

Сегмент «Домашние кинотеатры и акустические системы» занимает место на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники по объему в натуральном выражении. В 2019 г. его объем был равен тыс. шт., что на% меньше, чем в 2018 г.

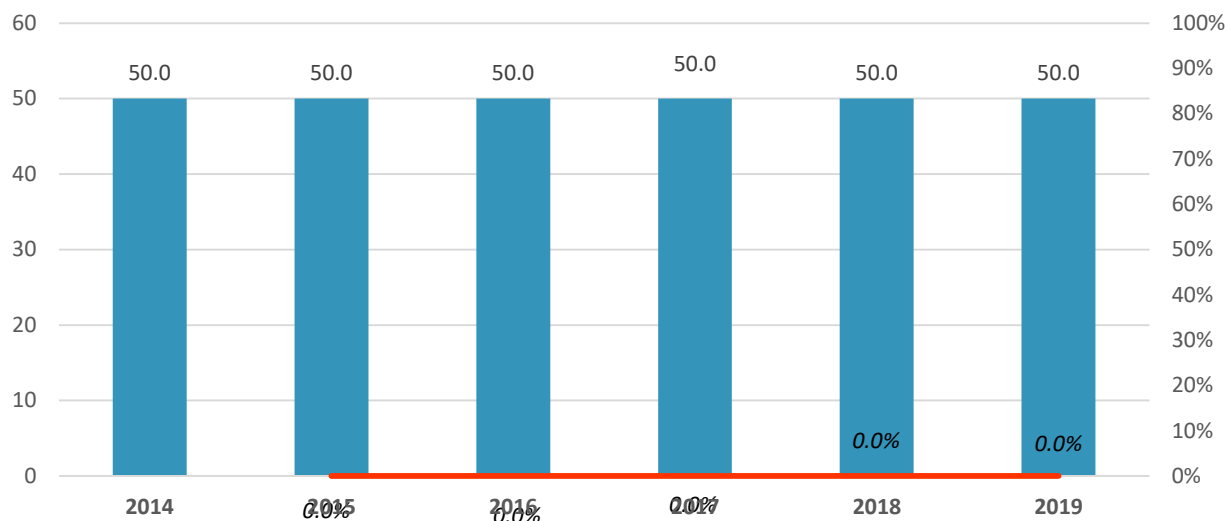
Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента «Домашние кинотеатры и акустические системы» в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.



Сегмент Компьютерные колонки

Лидирующий сегмент рынка «Компьютерные колонки» также показывает динамику темпов прироста. В 2016-2019 гг. сегмент на%,%,% и% соответственно. В 2019 г. объем данного сегмента составил тыс. шт.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента «Компьютерные колонки» в России в 2014-2019 гг., тыс. шт., %.



Глава 3. Каналы сбыта

В 2015 г. дистрибуция домашних кинотеатров и аудиотехники осуществлялась в основном через канал «.....» (.....%). Основную долю этого канала занимал субканал «.....». Через него было продано% всего объема домашних кинотеатров и аудиотехники в России. Через субканалы «.....», «.....» и «.....» было продано%,% и% соответственно. Через канал «.....», который представлен исключительно субканалом «Интернет розница», было продано%.

Поскольку из-за принятых мер изоляции местные потребители не могли посещать специализированные магазины, доминирующим субканалом продаж в 2020 г. становится «Интернет розница». По прогнозам, через этот субканал дистрибуции будет реализовано 58% всего объема продаж домашних кинотеатров и аудиотехники. Возможность просматривать веб-сайты, сравнивая цены и характеристики товаров, не выходя из дома, скидки и бесплатная доставка делают интернет-магазины наиболее привлекательными для россиян.

Доля продаж через специализированные магазины электроники и бытовой техники и, по прогнозам, составит в 2020 г.%, что на%, чем в 2015 г. Отчасти это связано с тем, что все больше ритейлеров открывают свои онлайн представительства, стремясь получить прибыль во время закрытия обычных магазинов из-за пандемии.

Продажи через гипермаркеты, прочие специализированные магазины и магазины с комплексным ассортиментом также и, по прогнозам, к концу 2020 г. составят%,% и% соответственно.

Несмотря на то, что меры изоляции ослабляются и некоторые потребители возвращаются за покупками домашних кинотеатров и аудиотехники в открывающиеся магазины, субканал «Интернет-розница», вероятно, и дальше будет привлекать покупателей благодаря более низким ценам на товары.

Таблица 3. Дистрибуция домашних кинотеатров и аудиотехники по формату торговли в России в 2015 и 2020 гг. в натуральном выражении, %.

Канал	2015	2020
Внутримагазинная розница		
- Розничные магазины		
-- Гипермаркеты		
- Специализированные магазины		
-- Специализированные магазины электроники и бытовой техники		
--Прочие специализированные магазины		
- Магазины с комплексным ассортиментом		
Внемагазинная розница		
- Интернет розница		
Итого		

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России

В 2020 г. на рынок домашних кинотеатров и аудиотехники в России оказало большое влияние принятие мер изоляции. Принятые меры по борьбе с COVID-19 и нестабильная рыночная экономика заставили местных потребителей пересмотреть структуру своих расходов. Большинство из них основную часть своих доходов тратили на товары первой необходимости, такие как продукты питания, лекарства и чистящие средства, что повлекло за собой снижение спроса на дорогие домашние кинотеатры и аудиотехнику.

Из-за растущего спроса со стороны россиян на современные беспроводные продукты сегмент рынка «Док-станции для цифровых медиаплееров» продолжает показывать самые высокие на рынке темпы снижения объемов продаж.

.....

Глава 5. Конкурентный анализ рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России

Рыночные доли компаний

Рынок домашних кинотеатров и аудиотехники в России довольно консолидирован – на 4 крупнейшие компании приходится порядка 65,4% объема рынка. Компания ООО LG Electronics Rus является лидером на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники в России. Ее доля рынка по итогам 2019 г. составила 23,2% в натуральном выражении. Второе место с долей рынка% заняла компания Также крупными производителями являются и Их доли рынка составили% и% соответственно.

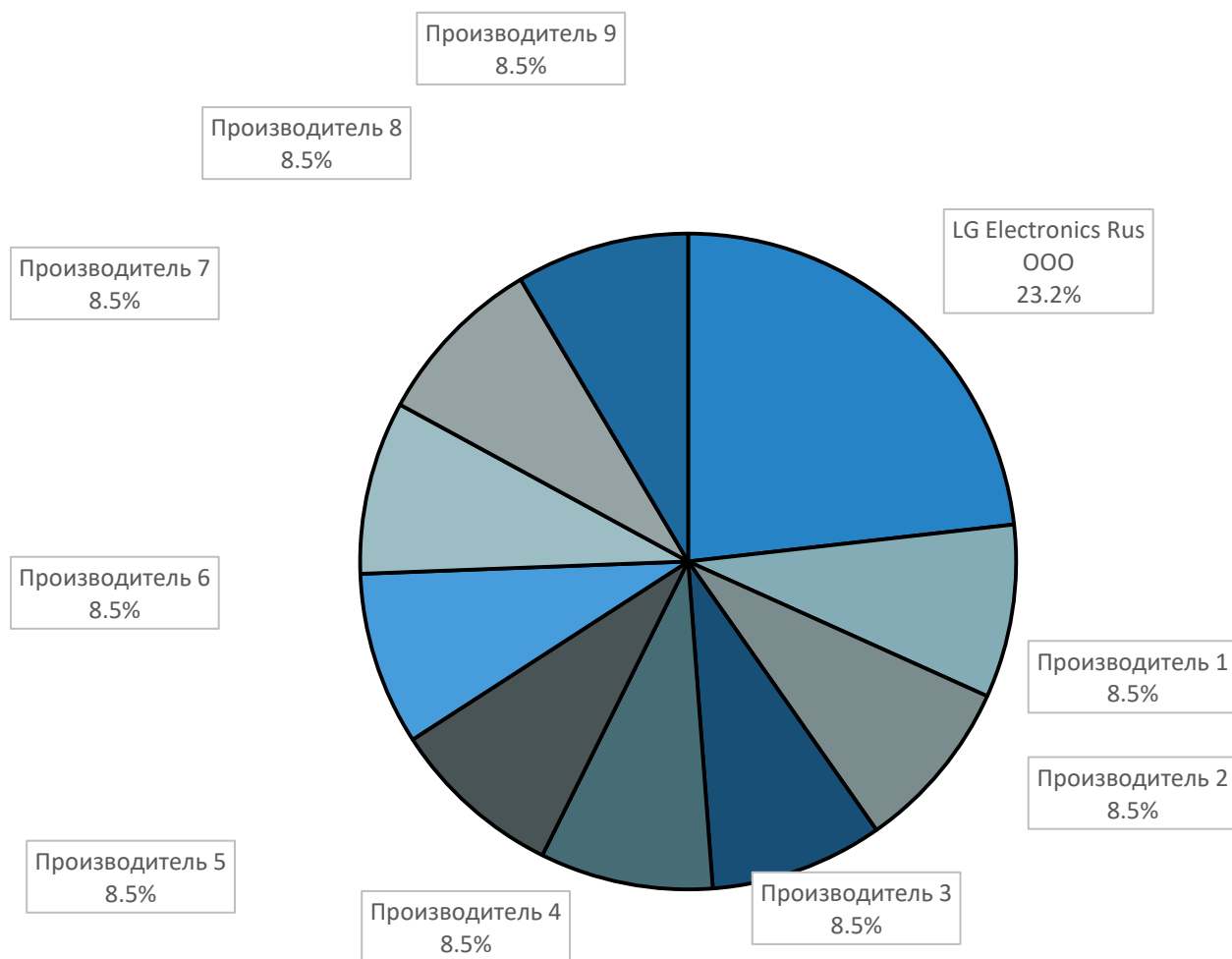
Компании и известны среди местных потребителей как производители высококачественных товаров. Лидер рынка продолжает укреплять свои позиции в 2020 г., предлагая широкий ассортимент продукции, включая домашние кинотеатры и акустические системы. Ожидается, что его доля рынка вырастет до%.

Мелкие производители продолжают выходить на рынок, предлагая товары по более доступным ценам.

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2015-2020 гг., % от натурального объема рынка.

Производитель	2015	2016	2017	2018	2019	2020
LG Electronics Rus ООО					23,2	
Итого						

Диаграмма 9. Доли производителей в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2019 г., % от натурального объема рынка.



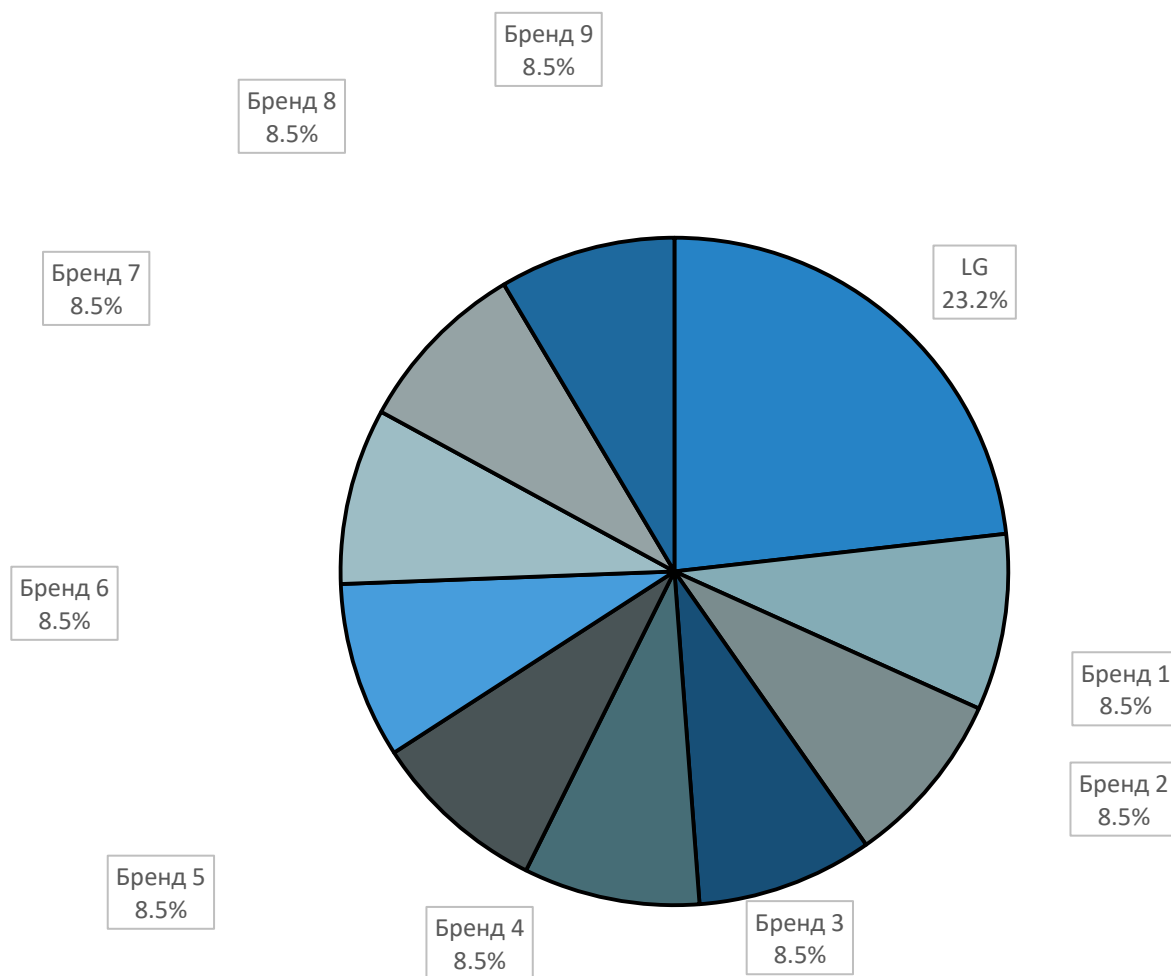
Рыночные доли брендов

Наиболее крупным брендом в 2019 г. по объему продаж в натуральном выражении на рынке домашних кинотеатров и аудиотехники стал LG, принадлежащий компании ООО LG Electronics Rus. Доля рынка данного бренда в 2019 г. составила 23,2%. Также популярными брендами на рассматриваемом рынке являются,, Рыночные доли данных брендов в 2019 г. составили%,% и% соответственно. В 2020 г. значительного изменения в долях брендов не ожидается.

Таблица 5. Доли брендов в объёме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2015-2020 гг., % от натурального объема рынка.

Производитель	2015	2016	2017	2018	2019	2020
LG					23,2	
Итого						

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2019 г., % от натурального объема рынка.



Глава 6. Прогноз развития рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России до 2025 г.

Развитие беспроводных современных устройств и снижение цен на телевизоры с функцией выхода в интернет в 2020-2025 гг. приведет к тому, что спрос на домашние кинотеатры и аудиотехнику будет снижаться. По итогам 2025 г. объем рынка уменьшится до 586,8 тыс. шт.

Лидирующий на рынке сегмент «Компьютерные колонки» в 2025 г. относительно 2024 г. на% и составит тыс. шт.

Таблица 6. Прогноз объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.

Сегмент	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Аудиоаппаратура							
Док-станции для цифровых медиаплееров							
Hi-Fi системы							
Домашние кинотеатры и акустические системы							
Компьютерные колонки							
Другие товары							
Итого							586,8

Диаграмма 11. Прогноз объема и темпов прироста рынка домашних кинотеатров и аудиотехники в России в 2020-2025 гг., тыс. шт., %.

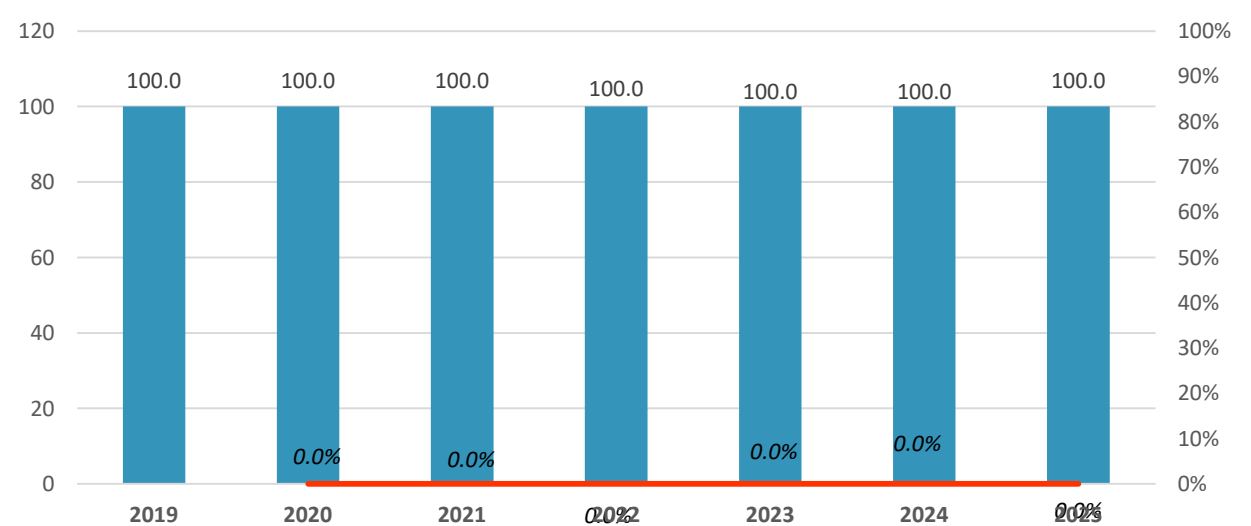
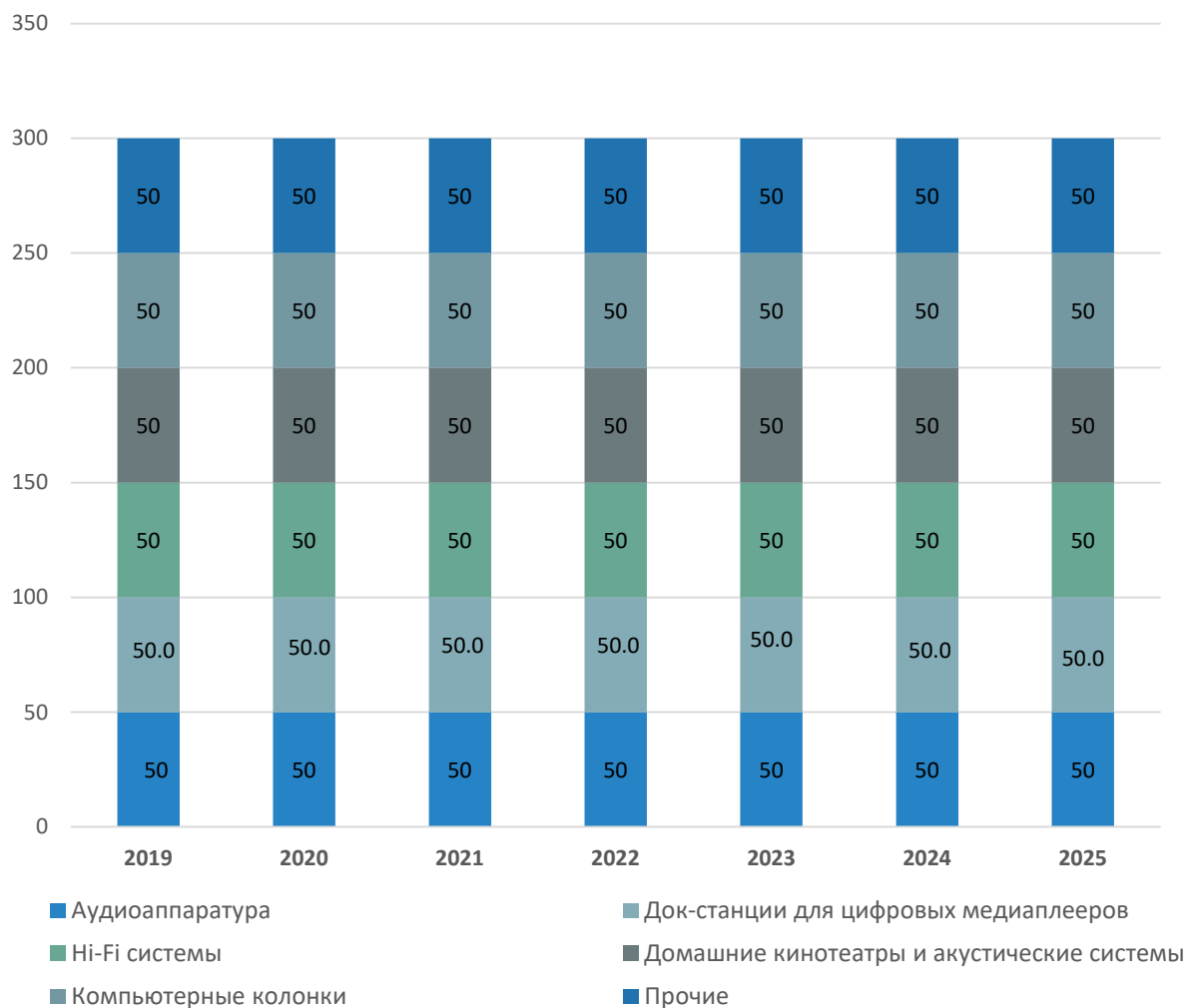


Диаграмма 12. Прогноз объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.



Во всех сегментах рынка на протяжении прогнозируемого периода 2020-2025 гг. будут наблюдаться темпы прироста. Наибольшие темпы объемов прогнозируются в сегменте «.....». В 2025 г. темп составит%. Сегменты «Аудиоаппаратура», «Hi-Fi системы», «Домашние кинотеатры и акустические системы» в 2025 г. на%,%,% соответственно. Наименьшее объемов ожидается в сегменте «.....». Среднегодовой темп прироста лидирующего сегмента рынка составит%.

Таблица 7. Прогноз темпа прироста объема рынка домашних кинотеатров и аудиотехники по сегментам в России в 2020-2025 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022	2024/2023	2025/2024
Аудиоаппаратура						
Док-станции для цифровых медиаплееров						
Hi-Fi системы						
Домашние кинотеатры и акустические системы						
Компьютерные колонки						
Другие товары						
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

