



Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка
игровых консолей
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 – брендов, 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 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	11
Таблицы:	Ошибка! Закладка не определена.
Диаграммы:	Ошибка! Закладка не определена.
Резюме	11
Глава 1. Методология исследования	15
Объект исследования	15
Цель исследования	15
Задачи исследования	15
Метод сбора и анализа данных	15
Источники получения информации	15
Объем и структура выборки	16
Глава 2. Классификация и основные характеристики игровых консолей	17
Глава 3. Объем и темпы роста рынка игровых консолей в России	18
Объем и темпы роста рынка	18
Объем рынка по брендам	21
<i>В натуральном выражении</i>	21
<i>В стоимостном выражении</i>	23
Глава 4. Производство игровых консолей в России	25
Глава 5. Импорт в Россию и экспорт из России игровых консолей	26
Импорт по брендам	26
<i>В натуральном выражении</i>	26
<i>В стоимостном выражении</i>	27
Импорт по странам происхождения	28
<i>В натуральном выражении</i>	28
<i>В стоимостном выражении</i>	29
Экспорт по брендам	30
<i>В натуральном выражении</i>	30
<i>В стоимостном выражении</i>	31
Экспорт по странам назначения	31
<i>В натуральном выражении</i>	31
<i>В стоимостном выражении</i>	32
Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка игровых консолей в России	34
Nintendo анонсировала новую модель консоли Switch с современным OLED-экраном	34

Технологические гиганты США требуют решить проблему дефицита полупроводников	34
Дефицит новых консолей в России	34
Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка игровых консолей в России	35
SONY	35
MICROSOFT	35

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 15 таблиц и 15 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России, шт. и % прироста.

Таблица 2. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России, \$ тыс. и % прироста.

Таблица 3. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России по производителям, шт.

Таблица 4. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России по производителям, \$ тыс.

Таблица 5. Объем импорта игровых консолей в Россию, шт.

Таблица 6. Объем импорта игровых консолей в Россию, шт.

Таблица 7. Объем импорта игровых консолей в Россию, \$ тыс.

Таблица 8. Объем импорта игровых консолей в Россию, \$ тыс.

Таблица 9. Объем импорта игровых консолей в Россию по странам происхождения, шт.

Таблица 10. Объем импорта игровых консолей в Россию по странам происхождения, \$ тыс.

Таблица 11. Объем импорта игровых консолей в Россию, шт.

Таблица 12. Объем экспорта игровых консолей из России, шт.

Таблица 13. Объем экспорта игровых консолей из России, \$ тыс.

Таблица 14. Объем экспорта игровых консолей из России по странам назначения, шт.

Таблица 15. Объем экспорта игровых консолей из России по странам назначения, \$ тыс.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка игровых консолей в России, шт., %.

Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка игровых консолей в России, \$ тыс., %.

Диаграмма 3. Доли брендов в общем объеме рынка игровых консолей в России, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 4. Доли брендов в общем объеме рынка игровых консолей в России, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста импорта игровых консолей в Россию, шт., %.

Диаграмма 6. Доли брендов в общем объеме импорта игровых консолей в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста импорта игровых консолей в Россию, \$ тыс., %.

Диаграмма 8. Доли брендов в общем объеме импорта игровых консолей в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 9. Доли стран происхождения в общем объеме импорта игровых консолей в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 10. Доли стран происхождения в общем объеме импорта игровых консолей в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста экспорта игровых консолей из России, шт., %.

Диаграмма 12. Доли брендов в общем объеме экспорта игровых консолей из России, % от натурального объема.

Диаграмма 13. Доли брендов в общем объеме экспорта игровых консолей из России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 14. Доли стран назначения в общем объеме экспорта игровых консолей из России, % от натурального объема.

Диаграмма 15. Доли стран назначения в общем объеме экспорта игровых консолей из России, % от стоимостного объема.

Резюме

Все игровые приставки делятся на следующие типы - стационарные приставки и портативные приставки.

Одна из самых популярных стационарных приставок является Sony Playstation. Для серий этих приставок разработано огромное количество различных игр. Функции такой приставки позволяют играть с потрясающей графикой и звуком. Именно поэтому Sony Playstation является одним из лидеров на рынке игровых приставок.

Объем рынка игровых консолей в России в 2020 г. составил 598 516 шт., что на 21,6% меньше, чем в 2019 году.

Рынок игровых консолей представлен в России несколькими брендами – SONY PLAYSTATION, RETRO GENESIS, NINTENDO, MICROSOFT XBOX. В стоимостном выражении лидером на рынке игровых консолей стал бренд SONY PLAYSTATION. Его доля составила в 2020 г. 74,1%.

Второе место занимает бренд MICROSOFT XBOX.

В стоимостном выражении объем импорта игровых консолей в Россию составил 110 787 \$ тыс. в 2020 г.

На протяжении 2019-2021 гг. крупнейшим брендом игровых консолей, импортированных в Россию, был SONY PLAYSTATION. Его доля составила 73,8% в 2020 г. в стоимостном выражении.

Растет доля бренда RETRO GENESIS на отечественном рынке. В 2019 г. его доля составила 11,2%, в 2020 г. – 21,2%, в 1-9 м. 2021 г. – 25,6% в натуральном выражении.

Производственные мощности всех игроков мирового рынка игровых консолей расположены в Китае, откуда импортируются приставки в Россию.

Пандемия коронавирусной инфекции оказала значительное влияние на рынок игровых консолей в России. В 2019 г. рынок вырос, в 2020 показал небольшое снижение.

Согласно данным мировых аналитиков в регионе EMEA (Восточная Европа, Ближний Восток и Африка) за первые полгода 2021-го было продано 2,7 млн консолей — это на 4% больше по сравнению с тем же периодом 2020 года.

В конце 2020 г. вышли новые консоли от лидеров рынка PlayStation 5 и Xbox Series.

Сдерживающим фактором развития рынка является мировой дефицит полупроводников и других комплектующих, что приводит к дефициту новых моделей приставок на российском рынке.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок игровых консолей в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка игровых консолей в России.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка игровых консолей в России.
2. Объем импорта в Россию и экспорта из России игровых консолей.
3. Рыночные доли брендов на рынке игровых консолей в России.
4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) игровых консолей в России.
5. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка игровых консолей в России.

Метод сбора и анализа данных

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 игровых консолей 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.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России** игровых консолей. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Производитель
3. Год импорта/экспорта
4. Месяц импорта/экспорта
5. Компании получатели и отправители товара
6. Страны получатели, отправители и производители товара
7. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
8. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики игровых консолей

Все игровые приставки делятся на следующие типы - стационарные приставки и портативные приставки.

Приставка портативного типа представляет собой устройство небольшого размера, у него есть свой ЖК-экран и функционировать оно может от аккумуляторной батареи. Звуковое сопровождение игр осуществляется через наушники или встроенные динамики. Такие приставки используются для того, чтобы играть на даче или в путешествиях.

.....

Глава 3. Объем и темпы роста рынка игровых консолей в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка игровых консолей в России в 2020 г. составил 598 516 шт., что на 21,6% меньше, чем в 2019 году. За первые 9 месяцев 2021 г. объем рынка игровых консолей составил шт.

Рынок игровых консолей в России полностью представлен импортными поставками.

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались данные компаний-брендов. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, брендов и брендов).

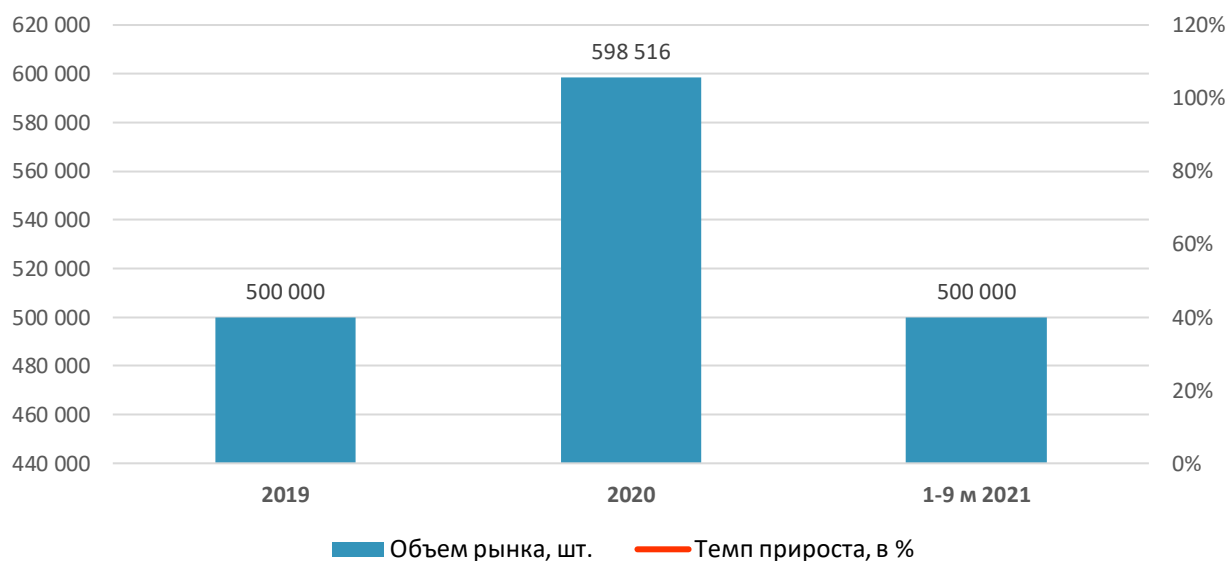
Показатели объема рынка, производства, импорта и экспорта специально рассчитаны в ценах брендов по годам (в долларах США) для возможности сравнения между собой данных за разные годы. Показатели объема импорта и экспорта также рассчитаны в ценах брендов по годам (в долларах США) по данным поставок ФТС РФ.

Таблица 1. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 г., шт. и % прироста.

Показатель	2019	2020	1-9 м 2021
Импорт			
Экспорт			
Рынок		598 516	
% прироста		-21,6%	

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт., %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

В стоимостном выражении объем рынка игровых консолей в 2020 г. на% и составил\$ тыс.

Таблица 2. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс. и % прироста.

Показатель	2019	2020	1-9 м 2021
Импорт			
Экспорт			
Рынок			
% прироста			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс., %.

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем рынка по брендам

В натуральном выражении

Рынок игровых консолей представлен в России несколькими брендами – SONY PLAYSTATION, RETRO GENESIS, NINTENDO, MICROSOFT XBOX. Доли брендов составили%,%,% и% соответственно в 2020 г.

Таблица 3. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 гг. по производителям, шт.

Бренд	2019			2020			1-9 м 2021		
	Им-т	Экс-т	Рынок	Им-т	Экс-т	Рынок	Им-т	Экс-т	Рынок
DENDY									
DEXP									
MICROSOFT XBOX									
NINTENDO									
.....									
.....									
.....									
.....									
.....									
Я_ПРОЧИЕ									
Итого						598 516			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Доли брендов в общем объеме рынка игровых консолей в России в 2020 г., % от натурального объема рынка.

Источник: расчеты Discovery Research Group.

В стоимостном выражении

В стоимостном выражении лидером на рынке игровых консолей стал бренд SONY PLAYSTATION. Его доля составила в 2020 г. 74,1%.

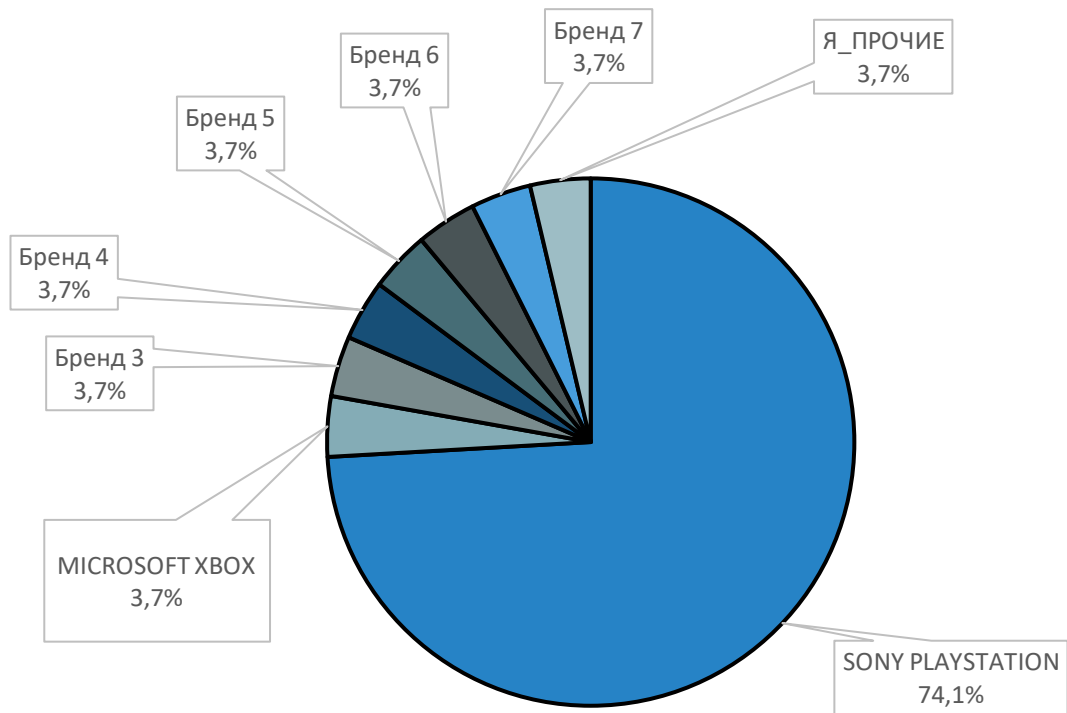
Второе место занимает бренд MICROSOFT XBOX. Его доля составила% в 2020 г.

Таблица 4. Объем рынка, импорта, экспорта и производства игровых консолей в России в 2019-1-9 м. 2021 гг. по производителям, \$ тыс.

Бренд	2019			2020			1-9 м 2021		
	Им-т	Экс-т	Рынок	Им-т	Экс-т	Рынок	Им-т	Экс-т	Рынок
DENDY									
DEXP									
MICROSOFT XBOX									
NINTENDO									
.....									
.....									
.....									
.....									
.....									
Я_ПРОЧИЕ									
Итого									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Доли брендов в общем объеме рынка игровых консолей в России в 2020 г., % от стоимостного объема рынка.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Глава 4. Производство игровых консолей в России

На рынке игровых консолей отсутствуют отечественные производители.

Глава 5. Импорт в Россию и экспорт из России игровых консолей

Импорт по брендам

В натуральном выражении

В 2020 г. объем импорта игровых консолей в Россию составил шт., что на%, чем в 2019 г. За первые 9 месяцев 2021 г. в Россию было импортированоигровых консолей.

Таблица 5. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт.

Игровые консоли	2019	2020	1-9 м 2021
Импорт			
% прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт., %.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

На протяжении 2019-2021 гг. крупнейшим брендом игровых консолей, импортированных в Россию, был SONY PLAYSTATION. В 2019 г. доля этого бренда составила%, в 2020 г. –%, 1-9 м. 2021 г. –%. Доля бренда на российском рынке

В то же время растет доля бренда RETRO GENESIS на отечественном рынке. В 2019 г. его доля составила 11,2%, в 2020 г. – 21,2%, в 1-9 м. 2021 г. – 25,6%.

Таблица 6. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт.

Бренд	2019	2020	1-9 м 2021
DEXP			
MICROSOFT XBOX			
NINTENDO			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
Я_ПРОЧИЕ			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 6. Доли брендов в общем объеме импорта игровых консолей в Россию в 2020 г., % от натурального объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

В стоимостном выражении

В стоимостном выражении объем импорта игровых консолей в Россию составил\$ тыс. в 2020 г., что на%, чем в 2019 г.

Таблица 7. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс.

Игровые консоли	2019	2020	1-9 м 2021
Импорт			
% прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс., %.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

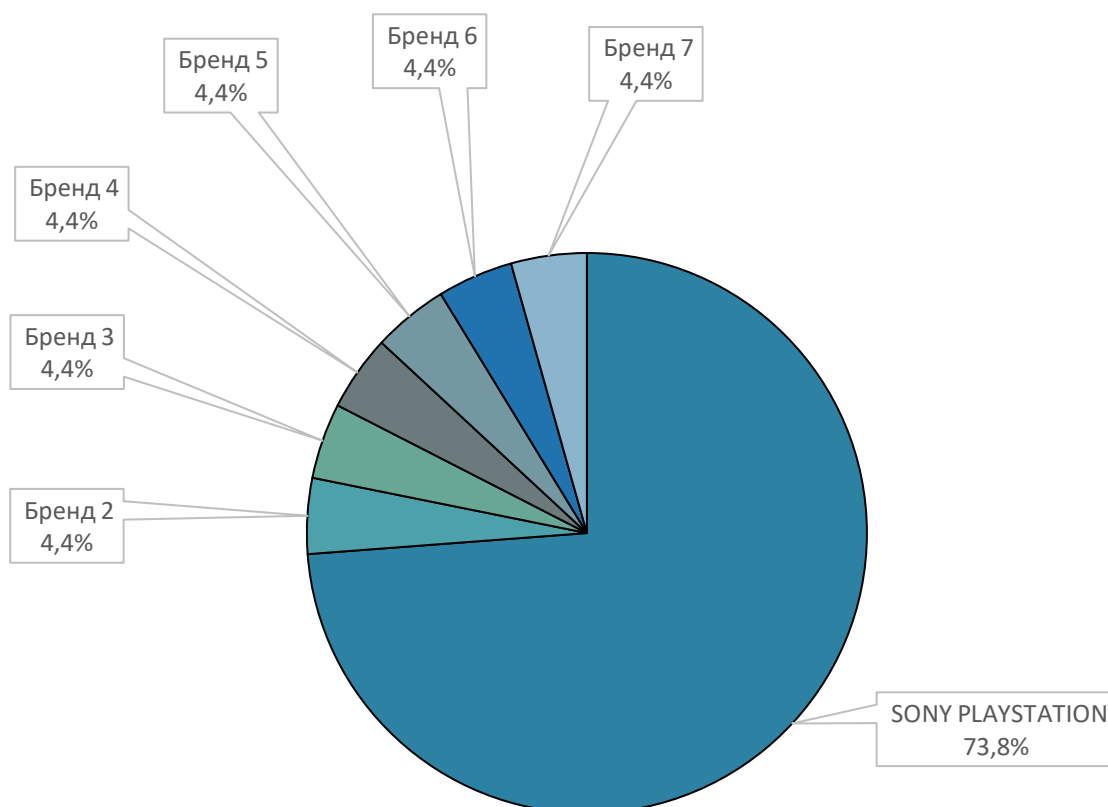
В 2020 г. крупнейшим брендом на российском рынке игровых консолей стал SONY PLAYSTATION. Его доля составила 73,8% в 2020 г.

Таблица 8. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс.

Бренд	2019	2020	1-9 м 2021
DEXP			
MICROSOFT XBOX			
NINTENDO			
NVIDIA			
.....			
.....			
.....			
.....			
Я_ПРОЧИЕ			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 8. Доли брендов в общем объеме импорта игровых консолей в Россию в 2020 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Импорт по странам происхождения

В натуральном выражении

Производственные мощности всех игроков мирового рынка игровых консолей расположены в Китае, откуда импортируются приставки в Россию.

Таблица 9. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг. по странам происхождения, шт.

Страна происхождения	2019	2020	1-9 м 2021
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ			
КИТАЙ			
НИДЕРЛАНДЫ			
.....			
.....			
.....			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 9. Доли стран происхождения в общем объеме импорта игровых консолей в Россию в 2020 г., % от натурального объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

В стоимостном выражении

Таблица 10. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг. по странам происхождения, \$ тыс.

Страна происхождения	2019	2020	1-9 м 2021
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ			
КИТАЙ			
НИДЕРЛАНДЫ			
.....			
.....			
.....			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 10. Доли стран происхождения в общем объеме импорта игровых консолей в Россию в 2020 г., % от стоимостного объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Экспорт по брендам

В натуральном выражении

Объем экспорта игровых консолей из России в 2020 г. составил шт., что на%, чем в 2019 г.

Таблица 11. Объем импорта игровых консолей в Россию в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт.

Игровые консоли	2019	2020	1-9 м 2021
Экспорт			
% прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста экспорта игровых консолей из России в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт., %.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Основной объем экспорта игровых консолей из России приходится на приставки бренда Доля этого бренда составила% в 2020 г.

Таблица 12. Объем экспорта игровых консолей из России в 2019-1-9 м. 2021 гг., шт.

Производитель	2019	2020	1-9 м 2021
DENDY			
MICROSOFT XBOX			
.....			
.....			
.....			
.....			
Я_ПРОЧИЕ			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 12. Доли брендов в общем объеме экспорта игровых консолей из России в 2020 г., % от натурального объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

В стоимостном выражении

В стоимостном выражении объем экспорта игровых консолей из России составил \$ тыс. в 2020 г.

Таблица 13. Объем экспорта игровых консолей из России в 2019-1-9 м. 2021 гг., \$ тыс.

Игровые консоли	2019	2020	1-9 м 2021
Экспорт			
% прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 13. Доли брендов в общем объеме экспорта игровых консолей из России в 2020 г., % от стоимостного объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Экспорт по странам назначения

В натуральном выражении

Основной объем игровых консолей экспортируется из России в Доля этой страны составила% в натуральном объеме экспорта в 2020 г.

Таблица 14. Объем экспорта игровых консолей из России в 2019-1-9 м. 2021 гг. по странам назначения, шт.

Страна назначения	2019	2020	I пол. 2021
АБХАЗИЯ			
АЗЕРБАЙДЖАН			
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ			
ГЕРМАНИЯ			
ГОНКОНГ			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 14. Доли стран назначения в общем объеме экспорта игровых консолей из России в 2020 г., % от натурального объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

В стоимостном выражении

Таблица 15. Объем экспорта игровых консолей из России в 2019-1-9 м. 2021 гг. по странам назначения, \$ тыс.

Страна назначения	2019	2020	I пол. 2021
АБХАЗИЯ			
АЗЕРБАЙДЖАН			
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ			
ГЕРМАНИЯ			
ГОНКОНГ			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
Итого			

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 15. Доли стран назначения в общем объеме экспорта игровых консолей из России в 2020 г., % от стоимостного объема.

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка игровых консолей в России

Пандемия коронавирусной инфекции оказала значительное влияние на рынок игровых консолей в России. В 2019 г. рынок вырос, в 2020 показал небольшое снижение.

Согласно данным мировых аналитиков в регионе EMEA (Восточная Европа, Ближний Восток и Африка) за первые полгода 2021-го было продано 2,7 млн консолей — это на 4% больше по сравнению с тем же периодом 2020 года.

.....

Nintendo анонсировала новую модель консоли Switch с современным OLED-экраном

.....

Технологические гиганты США требуют решить проблему дефицита полупроводников

.....

Дефицит новых консолей в России

.....

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка игровых консолей в России

SONY

PlayStation — игровая приставка пятого поколения, разработанная компанией Sony Computer Entertainment под руководством Кэна Кутараги. Релиз консоли состоялся 3 декабря 1994 года в Японии, в США приставка появилась 9 сентября 1995 года, а в Европе — 29 сентября 1995 года. Консоль является первой игровой системой в линейке PlayStation. В 2000 году вышла обновлённая версия консоли под названием PSone, которая отличалась от оригинальной PlayStation значительно меньшим размером. Приставка оказалась очень популярной, обеспечив Sony прорыв в игровой индустрии, где до того момента безраздельно властвовали Nintendo и Sega.

.....

MICROSOFT

.....

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

