

Kiderült, hogy milyen elektronikai termékeket kapkodtak el a magyarok az elmúlt hetekben

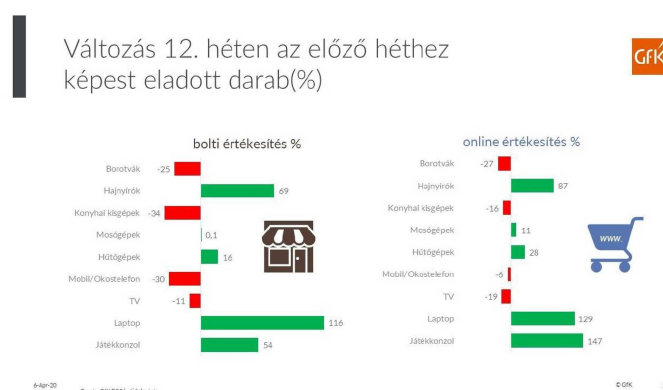
Nyugat.hu - 2020-04-09 10:02:11

Elemzést készített a GfK az elektronikai termékek forgalmának változásáról. Ebből kiderül, hogy a távol-keleti gyárak év eleji bezárása hiányt okozott a műszaki elektronikai termékek disztribúciójában, ami jelentős áremelkedést okozott már februárban.

Európában a 10. hét végéig, azaz március 8-ig a kiskereskedelmi értékesítés a megszokott ütemben zajlott. A kijárási korlátozások a 11-13. héttel kezdődtek, azaz március 9 és 23 között. Ennek következtében minden országban a műszaki elektronikai termékek kiskereskedelmi forgalma jelentősen (20-60 százalékkal) csökkent.

Hazánkban az iskolabezárások után a kiemelt termékcsoportok 12 százalékot estek, majd a 13. héten (március 24-től) további 18 százalékot az előző héthez képest.

A digitális oktatás, valamint az otthoni munkavégzés lehetővé tétele miatt a legjobban a notebookok, valamint a játékkonzolok értékesítése ugrott meg nálunk. A notebookok értékesítése három hét alatt (március 9-30-ig) az átlagos heti eladás ötszörösét produkálta. Tehát annyi készüléket adtak el a három hét alatt, mint amennyit 8 hét-, azaz közel két hónap alatt szoktak értékesíteni. E két termékcsoport mellett a 12. héten még a hűtőgépek és a hajnyírók értékesítése tudott növekedni az előző héthez képest. A hűtőgépek valószínűleg az élelmiszer felhalmozás miatt, a hajnyírók pedig a bezárt fodrászatok miatt. A mosógépek piaca is már csak online tudott nőni, a bolti forgalom stagnált.



fotó: GfK „Kínában a műszaki elektronikai piac a január eleji állapotához képest a pandémia normalizálódása (két és fél hónap) után a piaci szint 77 százalékára állt vissza. Mindezek ellenére azt gondoljuk, hogy Kína nem fogja elérni a 2019-es értékesítési szintet. A visszaesés valószínűleg egy számjegyű lesz. Úgy vélem, hogy ez igaz lesz az európai piacokra is, bár a mértéke országonként eltérő lesz. Magyarországon, ahol a 2019-es évben a háztartási nagygépek csereprogramjai, továbbá az új építések hajtották a piacot, nehéz helyzetben vannak mind a gyártók, mind a kereskedők. A kialakult helyzetben szinte lehetetlen lesz az év második felében visszahozni a most kieső

mennyiségeket, mivel a fogyasztói bizalom nagyon alacsony szinten van egész Európában. Ebben az évben különösen fontos lesz a heti szintű információ, a jó készletgazdálkodás, valamint az online jelenlét” - tette hozzá Sztupár Andrea, a GfK Hungária kereskedelmi igazgatója.