Kantavate seadmete ostmisele koroonaviirus suurt mõju ei avaldanud

6 aastat tagasi - 03.06.2020 Autor: AM

Karantiinis ja kodukontoris olijad ostsid endiselt nutikellasid, näitab IDC uuring kantavate seadmete turu kohta 2020. aasta esimeses kvartalis. Ehkki uuringust ei selgu, kuidas kelli osteti, siis võib oletada kahte asja: inimesed püsisid rohkem kodus ja tegid liikumisvaeguse leevendamiseks trenni, mida on mugav jälgida aktiivsusmonitori või nutikellaga ning neid vidinaid ilmselt osteti rohkem e-poest, mis sobis selliste seadmete ostuks hästi. Küll aga näitab uuring, kes tootjatest kriisi ajal siiski turgu kaotas ja kes võitis.

Turu-uuringute firma International Data Corporation (IDC) uuringu järgi müüdi esimeses kvartalis 72,6 miljonit nutikaid kantavat seadet, milleks on nutikellad ja aktiivsusmonitorid.

Võrreldes eelmise aasta sama perioodiga (1. kvartal) kasvas tarnete maht 29,7%. Nutikellasid aga müüdi vähem.

Esiviiskus vaid üks miinuses

Esikohal on endiselt Apple oma kõigi kantavate seadmetega, kuid nende lipulaeva Apple Watchi müük vähenes. Seda peetakse põhiliselt tarneprobleemide süüks. Apple´ile kuuluvate Beatsi ja Airpodsi tooteliini müük aga kasvas nii palju, et kokkuvõttes Apple´i kantavate seadmete müük miinusesse ei langenud.

Teisel kohal olev Xiaomi tarnis 7,3 miljonit kantavat seadet - põhiliselt aktiivsusmonitore ja kellasid. Nende edu taga oli ka hea müük väljaspool Hiinat. Xiaomi tegi kõva tõusu lisaks kantavatele seadmetele ka mobiilimüügis, millest kirjutasime.

Samsung on edetabelis kolmandal kohal. Põhilise osa Samsungi toodetest, mis müüdi (74%), moodustavad kõrvaklapid. Populaarseimad tooted olid Galaxy Buds ja Buds+, neid müüdi kokku üle nelja miljoni.

Huawei ja tema sõsarbränd Honor hõivasid neljanda koha ning selle taga on küll hea müük Hiinas, aga ka rahvusvaheline müük, mis kasvas 29,7 protsenti. Kokku tarniti 72,6 miljonit seadet. Populaarseks osutus uus nutikell Watch GT2.

Viiendal kohal olev maailmakuulus bränd Fitbit tegi aga tagasikäigu ja kukkus 26%. Neil on nüüd turuosa 5,2% asemel võrreldes eelmise aastaga vaid 3%. Fitbit on esiviisikus ainus, kes kukkus ja põhjuseks arvatakse olevat tarneprobleemid Hiinas. Nimelt on selle brändi tootmine suures osas Hiinas ja seal oli parajasti kõige rängem koroonaviiruse puhang, mis puudutas tootmist ja varustamist. Samas tegi müügis hea tulemuse uus mudel Fitbit Charge 4.

Huawei nutikellad läksid hästi

„Ülemaailmne nutikellide turg kahanes jaanuaris, veebruaris ja märtsis eelmise aasta sama perioodiga võrreldes vähesel määral, kuid mõne kaubamärgi tugev kasv on põhjustanud seadme kogutarnete kasvu maailmas peaaegu kolmandiku võrra. Huawei nutikellade tarned kasvasid kõige rohkem maailmas, lausa 118,5%. Kasv on toimunud ka Baltimaades - võrreldes eelmise aastaga tarniti esimeses kvartalis 131% rohkem nutikellasid,“ kommenteeris IDC uuringutulemusi Huawei Eesti kommunikatsioonijuht Helerin Kukk, rääkides täpsemalt lahti Huawei positsiooni turul.

Tema sõnul määras Huawei kasvu kahaneval turul mõnede uute, klientide ootustele vastavate toodete turuletoomine: "Tänu sensoritehnoloogia pidevale optimeerimisele on Huawei Watch GT2 nutitelefonide seerial täpne aktiivsuse ja tervise jälgimine, lisaks hindavad kliendid kõrgelt kauakestvat akut, mis lubab nutitelefoni kasutada kuni 2 nädalat."

Eraldi nutikelladest

Kantavatest seadmetest eraldi nutikelli vaadates pole pilt väga palju erinev, aga esikolmikus on siiski muutusi. Turul on kõige suurem turuosa Apple´i nutikelladel (26,8% turust), järgnevad Huawei (15,2%) ja Samsung (10,8%).

- Uudised
- Nutikellad

Pilt

