**Rosnące przekątne i rozwiązania smart – jakie telewizory kupują Polacy?**

**Polacy wymieniają swoje telewizory na nowe średnio co 7 lat. Zakup nowego sprzętu jest zazwyczaj decyzją związaną z remontem, przeprowadzką, a także zużyciem starego odbiornika. Rynek jest w związku z tym stabilny – w Polsce sprzedaje się każdego roku ok. 2,2-2,3 miliona telewizorów . Nie zmienia się również średni koszt, jaki polscy konsumenci ponoszą w związku z jego zakupem. Producenci szacują, że polski rynek jest wart blisko 4 miliardów złotych, jednorazowy zakup wynosi więc około 2 tysiące złotych. Brak trendu wzrostowego nie oznacza jednak, że rynek sprzedaży telewizorów nie zmienia się pod żadnym względem.**

**Telewizory są coraz większe**

Według danych opublikowanych przez Samsung, przeciętny telewizor w Polsce ma przekątną ekranu o wielkości 40-43 cali. Telewizory 40-calowe to w tym momencie największy segment rynku, odpowiadający za 35 proc. ogólnej sprzedaży. Widać jednak wyraźną tendencję zniżkową – w stosunku do poprzedniego roku wynik ten spadł aż o 7 proc. Najszybciej rośnie z kolei rynek telewizorów 50-calowych. Ich sprzedaż rok do roku wzrosła o 9 proc. i w tym momencie stanowią już one 29 proc. ogólnej sprzedaży telewizorów w Polsce. [[1]](http://neonet.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=107424&hash=fe1f4a4041a0bc357080bebf3fef4172#_ftn1)

- Na rynku pojawił się zauważalny wzrostowy trend stawiania na telewizory o przekątnej powyżej 50 cali. Jest to związane z coraz większą ich dostępnością, a także zmniejszającymi się cenami. Z tego samego powodu normą stały się również modele 4K, które stanowiły ponad 50 proc. ogólnej sprzedaży telewizorów w 2018 roku. Dobrej jakości telewizor 4K o przekątnej 55 cali można kupić w tym momencie już nawet za 1700-2300 złotych – mówi Tomasz Jeziorowski, kierownik sekcji sprzedaży w NEONET.

**Inteligentna technologia w każdym telewizorze?**

Brak wyraźnego wzrostu liczby kupowanych telewizorów w Polsce wiąże się także ze stopniowym odchodzeniem od posiadania kilku sprzętów jednocześnie w jednym domu. W czasach tak dużego rozwoju urządzeń mobilnych i łatwego dostępu do treści wideo osobny odbiornik w sypialni, kuchni czy dziecięcym pokoju to rzadkość. Użytkownicy korzystają z nowych telewizorów coraz świadomiej, na co dzień używają opcji smart. Aż 80 proc. telewizorów Smart TV w Polsce jest podpiętych do internetu. Jak wynika z danych GlobalWebIndex, 92 proc. użytkowników internetu, czyli niemal 4 miliardy ludzi, ogląda filmy online co najmniej raz w miesiącu za pośrednictwem różnych urządzeń. 58 proc. robi to za pomocą swojego telewizora.[[2]](http://neonet.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=107424&hash=fe1f4a4041a0bc357080bebf3fef4172#_ftn2)

– Zauważalnie coraz bardziej zmieniają się przyzwyczajenia Polaków związane z konsumpcją treści wideo. Systematycznie odchodzi się od klasycznego formatu telewizji, na rzecz serwisów VoD. Nie oznacza to jednak, że traci na tym sprzedaż telewizorów. Użytkownicy bardzo chętnie korzystają z funkcji Smart TV, nic więc dziwnego, że niedługo tego typu odbiorniki zdominują rynek – dodaje Tomasz Jeziorowski.

[[1]](http://neonet.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=107424&hash=fe1f4a4041a0bc357080bebf3fef4172#_ftnref1) Źródło: analiza danych rynkowych GfK

[[2]](http://neonet.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=107424&hash=fe1f4a4041a0bc357080bebf3fef4172#_ftnref2) Źródło: raport GlobalWebIndex *Consumer device preferences around the world*