



# รายงานตลาดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเฮก

THAI TRADE CENTER, THE HAGUE



## บทสรุปผู้บริหาร

- ในปี 2563 รายได้ในกลุ่มอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เติบโต 15.4% ที่มูลค่า 2,993 ล้านยูโร ปริมาณเครื่องใช้ไฟฟ้า **14.165 ล้านยูนิต**
- คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น 4.6% มูลค่า 3,750 ล้านยูโร (CAGR 2020-2025)
- การเข้าถึง Users 41.3% ในปี 2020 และคาดว่าจะแตะ 63.2% ภายในปี 2025
- รายได้เฉลี่ยต่อผู้ใช้ (ARPU) อยู่ที่ 422.79 ยูโร
- ประสิทธิภาพในการขายโดยรวมลดลงที่ -2.8% แต่ยอดขายอุปกรณ์ที่ต้อง WFH เพิ่มขึ้น คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ฟวงต่อมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
- ยอดขาย 55% มาจาก**อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา** (Portable Consumer Electronics) ประกอบด้วย Mobile Phone, หูฟังไร้สาย และกล้องถ่ายรูป
- แบรินด์ **Samsung** เป็นผู้นำตลาดในเนเธอร์แลนด์ ด้วยส่วนแบ่ง 19.6% ตามด้วย Apple ที่ 15.7% และ Huawei ที่ 6.3%
- COVID-19 เพิ่มยอดขายให้สมาร์ทโฟน, ทีวี OLED, ลำโพงไร้สาย, และ smart wearables

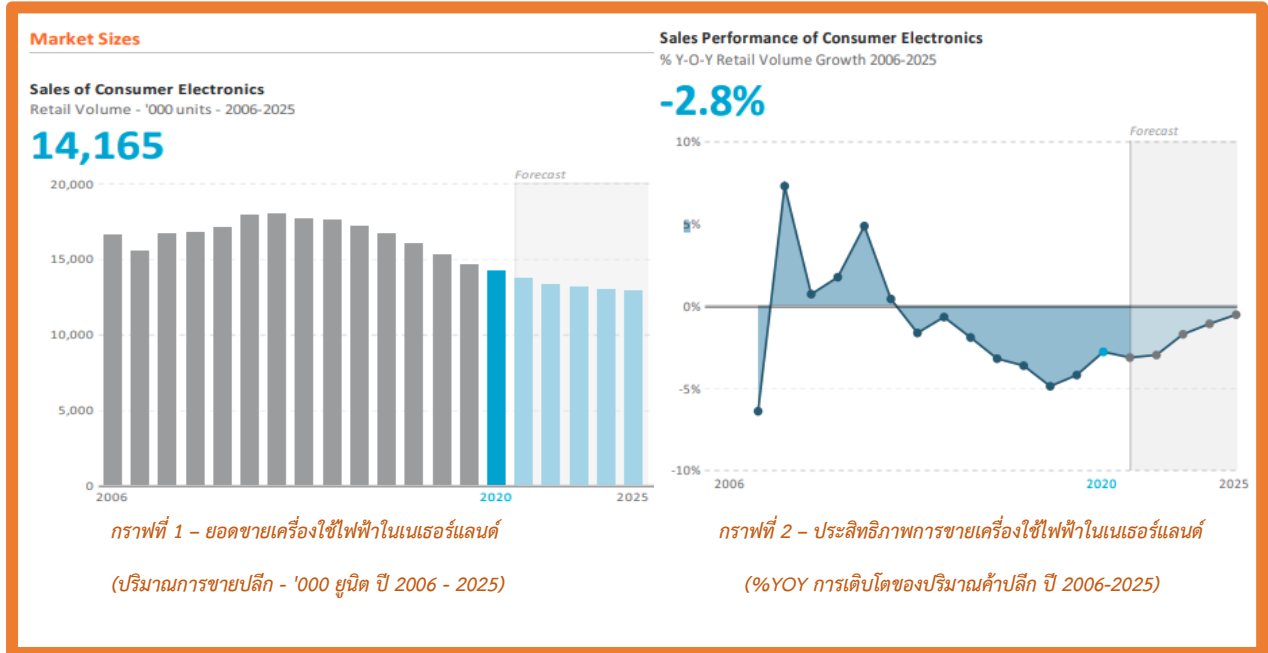
### COVID-19 กับผลกระทบต่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

การแพร่ระบาด COVID-19 ไม่ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการบริโภคเครื่องใช้ไฟฟ้าในเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตลาดที่ค่อนข้างอึดตัว ชาวดัตช์ส่วนใหญ่มีเครื่องใช้ไฟฟ้าในหลายหมวดหมู่อยู่ก่อนแล้ว และโดยภาพรวมเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนการแพร่ระบาดฯ แม้ว่าผลกระทบจะแตกต่างกันไปตามหมวดหมู่ก็ตาม ซึ่งความอึดตัวของตลาดยังคงเป็นอุปสรรคสำหรับการสร้างความต้องการใหม่ๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทถูกทดแทนได้ง่ายหรือถูกทำให้ล้าสมัย โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์อื่นๆ

แนวโน้มในการย้ายไปยังสื่อสตรีมมิ่งและเทคโนโลยีบนคลาวด์จากวิกฤตโควิดได้เพิ่มแรงกดดันทางเศรษฐกิจต่องบประมาณของครัวเรือน ตัวอย่างเช่น การว่างงาน การขาดงาน หรือการดำเนินการที่ลดลง ดังนั้น ผู้บริโภคจึงลังเลที่จะอัพเกรดมากขึ้น เนื่องจากนวัตกรรมใหม่ๆ ไม่ได้ปรับราคาสูงขึ้นมากนัก ในทางกลับกัน ผู้บริโภคบางส่วนยังคงแสดงความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ระดับไฮเอนด์และระดับพรีเมียม ผู้บริโภคยังคงเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเพิ่มความสะดวกสบายและฟังก์ชันการทำงานที่สูง การซื้อสินค้าดังกล่าวยังเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้บริโภคในการปรนเปรอตัวเอง เพื่อช่วยรับมือกับความเบื่อหน่ายและความวิตกกังวลที่เกิดจากมาตรการ Social Distancing การอยู่บ้านและโอกาสเพียงไม่กี่ครั้งในการเข้าสังคมหลังเกิดโควิด พฤติกรรมการซื้อนี้ช่วยสร้างมูลค่าการขายในบางหมวดหมู่ เช่น สมาร์ทโฟน, ทีวี OLED, ลำโพงไร้สาย, และอุปกรณ์อัจฉริยะต่างๆ (smart wearables)



## ข้อมูลตลาด



ตารางที่ 1 - ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ในเนเธอร์แลนด์ แบ่งตามหมวดหมู่ (ปริมาณการขายปลีก - '000 หน่วย ปี 2015-20)

### Market Sizes | Historical

Geography	Category	Unit	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Netherlands	Consumer Electronics	000 units	17.170,3	16.614,9	16.006,6	15.220,3	14.576,2	14.164,6
Netherlands	Computers and Peripherals	000 units	4.256,2	4.179,5	4.112,6	3.948,3	3.807,5	3.687,7
Netherlands	In-Car Entertainment	000 units	937,8	790,3	689,7	617,3	566,5	523,2
Netherlands	In-Home Consumer Electronics	000 units	3.041,7	2.759,9	2.571,6	2.439,6	2.286,6	2.177,1
Netherlands	Home Audio and Cinema	000 units	962,9	943,9	929,8	903,3	861,1	826,6
Netherlands	Home Video	000 units	2.078,8	1.816,0	1.641,7	1.536,3	1.425,4	1.350,6
Netherlands	Televisions	000 units	1.111,7	1.008,5	990,0	1.011,6	990,1	981,7
Netherlands	Video Players	000 units	967,1	807,4	651,8	524,7	435,3	368,9
Netherlands	Portable Consumer Electronics	000 units	8.934,6	8.885,1	8.632,8	8.215,1	7.915,7	7.776,6
Netherlands	Imaging Devices	000 units	681,3	575,3	511,6	450,2	390,7	337,0
Netherlands	Mobile Phones	000 units	5.987,7	5.987,3	5.773,0	5.448,7	5.181,4	5.019,9
Netherlands	Portable Players	000 units	1.473,7	1.391,8	1.325,5	1.247,5	1.218,0	1.210,8
Netherlands	Wearable Electronics	000 units	791,9	930,7	1.022,7	1.068,6	1.125,6	1.208,9

หากมองจากภาพรวมจะเห็นได้ว่ายอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ในจุดภาวะอึมครึม โดยปริมาณยูนิตที่ขายได้มีแนวโน้มลดลงทุกปี เนื่องจากไม่ใช่สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อเปลี่ยนบ่อยๆ และมีการแข่งขันสูงเพื่อให้ได้มาตรฐานเทียบเท่าหรือเหนือคู่แข่งในตลาด อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งตลาดของยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้ากว่า 55% มาจากเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบพกพา (Portable Consumer Electronics) เช่น Mobile Phone, หูฟังไร้สาย, เครื่องเล่นไร้สาย และกล้องถ่ายรูป ตามด้วย 26% จากเครื่องคอมพิวเตอร์, แล็ปท็อป และอุปกรณ์ฟวง ส่วนอีก 15% จากเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (In-Home) เช่น ลำโพง เครื่องเสียงและทีวี และส่วนแบ่งตลาด 3.7% จากเครื่องใช้ไฟฟ้าในรถยนต์ (In-car)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://www.euromonitor.com/consumer-electronics-in-the-netherlands/report>

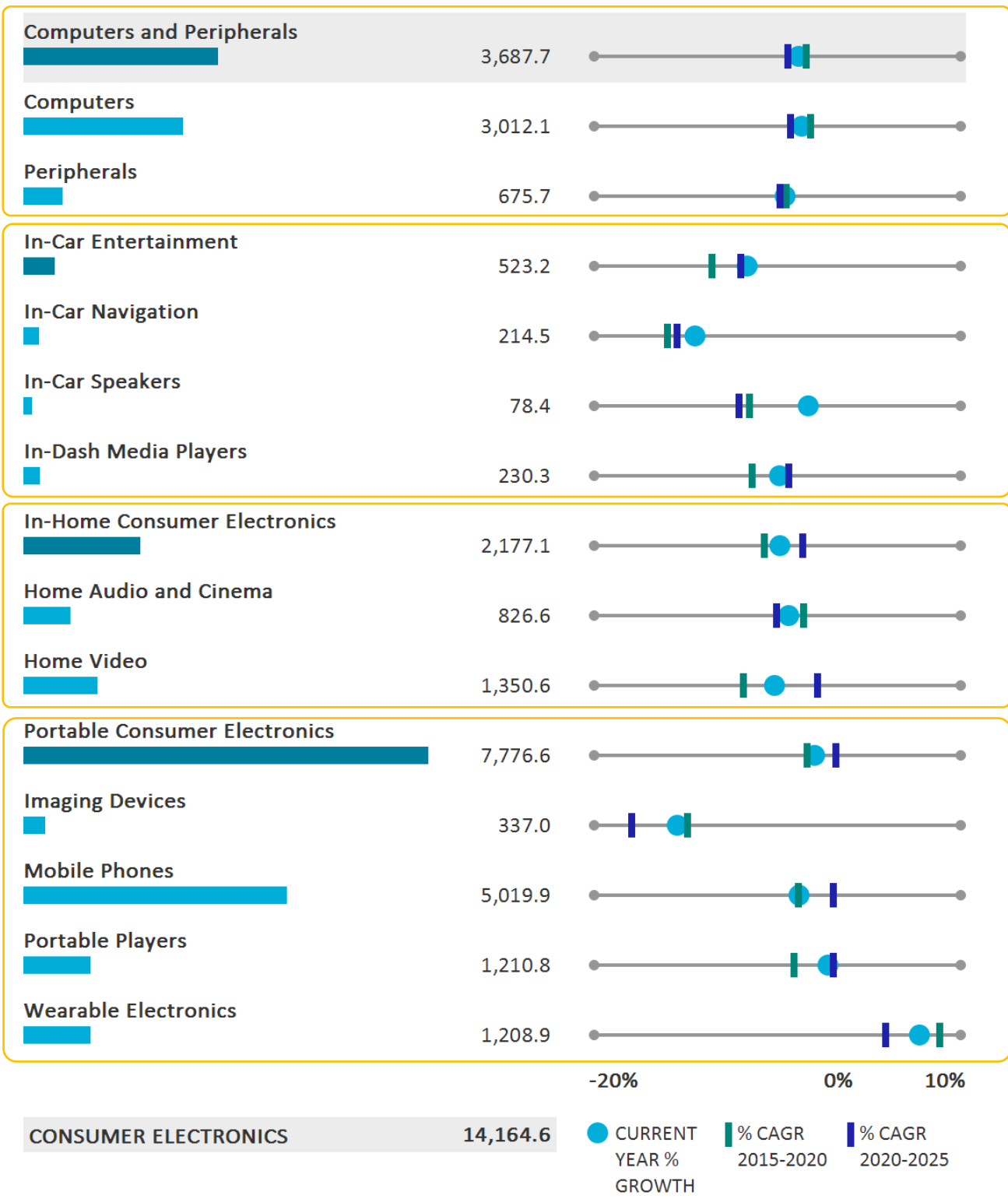


### ข้อมูลสินค้าและการบริโภค

## Sales of Consumer Electronics in Netherlands by Category

Retail Volume - '000 units - 2020

Growth Performance



© Euromonitor International 2020



## ตารางที่ 2 - ส่วนแบ่งตลาดแบ่งตามแบรนด์ ในเนเธอร์แลนด์ ปี 2020

- แบรนด์ SAMSUNG เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งทั้งหมดที่ 19.5%
- ในขณะที่ iPhone, Huawei, HP, Sony และ iPad ได้ส่วนแบ่งในตลาดพอๆ กัน



### Brand Shares of Consumer Electronics in Netherlands

% Share (LBN) - Retail Volume - 2020

Samsung		19.5%	▲
iPhone		7.7%	▲
Huawei		6.3%	▲
HP		5.1%	▲
Sony		4.9%	▼
iPad		4.8%	▲
LG		3.6%	▲
Philips		2.9%	▼
Lenovo		2.3%	▲
Nokia		2.3%	▼
Fitbit		2.3%	▲
Acer		2.0%	▲
Canon		1.6%	▼
TomTom		1.6%	▼
Asus		1.6%	▲
MacBook		1.5%	▲
Dell		1.4%	▲
Panasonic		1.4%	▼
Other Private Label		0.1%	▼
Others		27.2%	▼



5-Year Trend

▲ Increasing share

▼ Decreasing share

— No change

Passport

© Euromonitor International 2020

### ตารางที่ 3 – ส่วนแบ่งตลาดแบ่งตามบริษัท ในเนเธอร์แลนด์ ปี 2020

หากจำแนก % Market Share แบ่งตามบริษัทในเนเธอร์แลนด์ บริษัท Samsung NL ยังคงครองตลาดที่ 19.6% ในขณะที่บริษัท Apple Benelux ได้ส่วนแบ่งตลาดเนเธอร์แลนด์รองลงมา ที่สัดส่วน 15.7%

#### Company Shares of Consumer Electronics in Netherlands

% Share (NBO) - Retail Volume - 2020

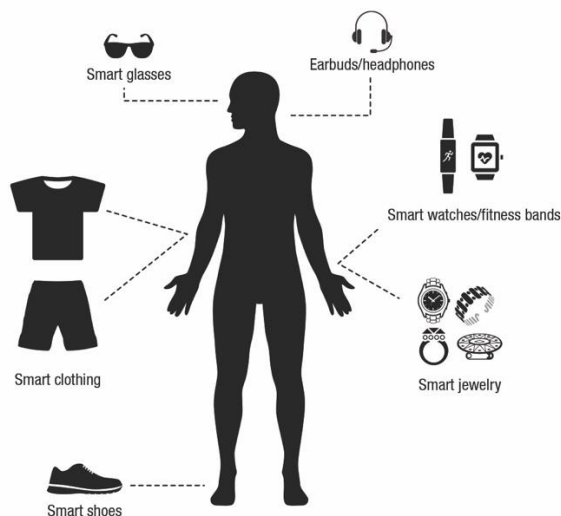
Samsung Electronics Nede...	19.6%	▲
Apple Computer Benelux B...	15.7%	▲
Huawei Netherlands	6.3%	▲
Hewlett-Packard Nederlan...	5.1%	▲
Sony Nederland BV	4.9%	▼
LG Electronics Benelux N...	3.6%	▲
Koninklijke Philips Elec...	2.9%	▼
Microsoft Nederland BV	2.5%	▼
Lenovo (International) B...	2.4%	▲
Fitbit Inc	2.3%	▲
AsusTek Computer Inc	2.0%	▲
Acer Computer BV	2.0%	▲
Canon Nederland NV	1.6%	▼
TomTom International BV	1.6%	▼
Dell BV	1.4%	▲
Panasonic BV	1.4%	▼
Harman International Ind...	1.3%	▲
Garmin Nederland BV	1.2%	▲
Other Private Label	0.1%	▼
Others	22.2%	▼

## ภาพรวมและแนวโน้มของตลาด

ผู้เล่น 2 อันดับแรกในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในแง่ของปริมาณการขายปลีกในปี 2020 ได้แก่ Samsung Electronics Nederland และ Apple Computer Benelux อย่างไรก็ตามทั้งสองบริษัทมีแนวโน้มที่จะเห็นปริมาณการขายปลีกโดยรวมลดลงต่อไป ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความอึดตัวในหมวดหมู่ส่วนใหญ่และการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากความคุ้มค่าและราคาประหยัดแบรนด์จีน เช่น Huawei, Xiaomi และ OnePlus ในด้านต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์ smart wearables การแข่งขันที่ความรุนแรงขึ้นเนื่องจากอัตราการเจาะตลาดสูงและรอบการเปลี่ยนสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้นในทุกประเภท โดยทั้ง Samsung และ Apple ต่างให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ระดับไฮเอนด์หรือระดับพรีเมียมมากขึ้น

ในขณะที่ ผู้บริโภคชาวต่างชาติจำนวนมากกำลังมองหาความคุ้มค่าหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ารุ่นใหม่หรือการอัปเดตอุปกรณ์ที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้บ้านกลายเป็นสถานที่ให้ความบันเทิงเต็มรูปแบบแทนการดูหนังในโรงภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม หมวดหมู่ที่มีปัญหาน้อยที่สุดคือ อุปกรณ์ smart wearables ซึ่งทั้ง Samsung และ Apple คาดว่าจะเห็นการเติบโตของยอดขายปลีกที่แข็งแกร่งต่อไปในปี 2021 โดยภาพรวม นวัตกรรมที่รองรับอุปกรณ์ smart wearables ของ Apple และ Samsung ด้วย Apple Watch และ Galaxy Watch Active ยังคงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเทคโนโลยี รวมถึงคำนึงถึงปัจจัยด้านสุขภาพ จึงยังคงมีฐานผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและมีประโยชน์ใช้สอยสูงที่มีราคาแพงกว่าในอุปกรณ์ smart wearables และอุปกรณ์ประเภทอื่นๆ

ไปจนถึงเครื่องเสียงสำหรับใช้ภายในบ้านและการรับชมภาพยนตร์ ซึ่งผู้เล่น 5 อันดับแรกและผู้นำด้านเครื่องเสียงในบ้านและภาพยนตร์อย่าง Sony NL ยังคงมุ่งเน้นไปที่การสร้างมูลค่าการขาย เนื่องจากผู้เล่นรายย่อย เช่น Pioneer Benelux และ Denon Europe มียอดขายลดลง ดังนั้นบริษัทจึงขยายข้อเสนอระดับพรีเมียมผ่านเครื่องเสียงในบ้านและผลิตภัณฑ์รับชมภาพยนตร์ในบ้านที่ผสมผสานคุณสมบัติและฟังก์ชันขั้นสูง





## ความเห็นและข้อเสนอแนะของสำนักงาน

- โดยภาพรวมทิศทางการลดลงของยอดค้าปลีกในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์คาดว่าจะดำเนินต่อไป แต่ยังมีโอกาสในตลาดอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะ (smart wearables) เช่น นาฬิกา หูฟัง และแว่นตาอัจฉริยะ เป็นต้น
- ยอดขายในหลายหมวดหมู่ มีแนวโน้มที่เกิดจากการซื้อเพื่อทดแทนของเดิม ทั้งจากปัจจัยด้านโปรโมชั่น ราคา การอัปเดตของตัวสินค้า หรือส่วนลดต่างๆ เป็นต้น
- มีความต้องการมากขึ้นในผลิตภัณฑ์ระดับไฮเอนด์และพรีเมียม โดยผู้ผลิตคาดว่าจะดึงดูดผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อกระตุ้นยอดขายในปริมาณมาก อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการเติบโตโดยรวม กลยุทธ์นี้คาดว่าจะส่งผลต่อยอดขายในแง่การเพิ่มมูลค่ามากขึ้นด้วย
- อุปกรณ์ที่รองรับ 5G เน้นการเชื่อมต่อคุณภาพสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สมาร์ทฟังก์ชัน การใช้งานอเนกประสงค์ ความสะดวกสบาย คุณสมบัติที่เพิ่มมูลค่า และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กะทัดรัดหรือสวยงามมากขึ้น คาดว่า จะยังคงเป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรม
- เพื่อให้สอดคล้องกับการย้ายไปยัง streaming media และ cloud computing การปรับให้แอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มจากผู้ประกอบการทางเลือกในฐานะบุคคลที่สามต่อระบบ iOS และ Android มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นจุดขายที่สำคัญมากขึ้นสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์