

М.Видео-Эльдорадо: 80% россиян считают, что производители техники из Китая, Турции, России и СНГ заменили ушедшие бренды

12 мая 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), провела опрос*, чтобы выяснить критерии выбора и отношение россиян к новым производителям техники. 93% опрошенных заявили о готовности пробовать новые для себя технологические бренды в зависимости от разных условий. 79% россиян также считают, что торговые марки бытовой техники и электроники из Китая, Турции, России и СНГ полностью или частично по техническим возможностям и качеству заменили бренды, ограничившие присутствие на отечественном рынке.

На вопрос о готовности выбирать новые для себя бренды 35% потребителей назвали главным условием сопоставимое качество и характеристики той технике, которой они пользовались ранее, 27% согласны пробовать новое, если на этот бренд или товар выгодная цена или скидка, 17% россиян готовы приобретать менее известные марки в любом случае, для 10% в первую очередь важна гарантийная поддержка от ритейлера, вне зависимости от бренда, ещё 4% ответили, что выберут новое, если нет известного аналога. 4% респондентов готовы выбирать технику только привычного бренда, ещё 3% затруднились с ответом.

Потребители также считают, что бренды из Китая, Турции, России и СНГ стали качественной альтернативой и смогли заменить ушедшие бренды. 43% выразили уверенность, что такие марки полностью или по большинству категорий техники заменили продукцию, ещё 36% ответили, что замещение произошло частично. 11% участников опроса не определились с ответом, а 10% отметили, что покинувшие российский рынок марки не заменить.

Для 81% россиян важно перед покупкой самостоятельно посмотреть на внешний вид и возможности товаров бренда, который не так давно появился на рынке, треть из них также планирует воспользоваться помощью консультантов. Для 14% респондентов возможность лично оценить товары не так важна, ещё 6% не определились с ответом.

64% опрошенных полностью или в зависимости от категории готовы довериться экспертизе крупных сетей при предложении новых брендов техники. Для 26% место покупки не определяющий фактор, 10% затруднились с ответом.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Российский рынок электроники находится на новом этапе развития, в первую очередь, в рамках новой парадигмы меняется ландшафт представленных брендов – появляются новые марки, наращивают свое присутствие и усиливают позиции производители из Китая и Турции, актуальными остаются доступные локализованные из России и стран СНГ. За последний год мы расширили выбор активно растущих производителей в новых категориях, включая realme, Xiaomi, Tecno и др., а также запустили продажи игровой компьютерной техники Thunderobot от Haier и начали сотрудничать с Artel, крупнейшим производителем Средней Азии. Только от двух новых брендов в наших сетях сейчас доступно порядка 130 наименований техники примерно в 15 товарных категориях. В планах продолжить привлекать новых партнёров, развивать собственные торговые марки и импортное направление, а также увеличивать представленность эксклюзивных продуктовых линеек и брендов, что поможет дать покупателям наших сетей больший выбор под различные запросы и бюджет».

Позитивное отношение россиян и готовность выбирать новое подтверждают результаты продаж в начале 2023 года. По оценке М.Видео-Эльдорадо, в целом на российском рынке в январе-марте рейтинг производителей смартфонов возглавил бренд Xiaomi, вторым стал realme, пятёрку замкнул Tesci. Спрос на бренды из Китая в штуках вырос на 42% относительно прошлого года, а их совокупная доля оказалась более 70%. Китайский Haier вышел в лидеры по штучным продажам холодильников и стиральных машин, находясь на втором месте годом ранее. Свои позиции в бытовой технике усилили Midea, Candy и Gorenje от Hisense. Турецкий Beko стал третьим в стиральных машинах и вошёл в топ-5 холодильниках, улучшил позиции в крупногабаритной технике также и бренд Grundig. Кроме Haier и Beko в число лидеров в холодильниках также входят «Бирюса» (Россия) и «Атлант» (Беларусь). В телевизорах в группу наиболее популярных брендов входят Haier и Hisense, увеличивают долю российские бренды, а также собственные торговые марки, например, бренд Hi оказался в топ-5 продаж М.Видео-Эльдорадо. Ритейлер предлагает под брендами Novex и Hi востребованную бытовую технику в базовом и среднем сегменте. Наибольшую долю такие товары занимают в продажах холодильников с верхней морозильной камерой и однодверных холодильниках, в морозильном оборудовании и аксессуарах для аудио- и видеотехники.

**онлайн-опрос М.Видео-Эльдорадо (анкетирование), 2 000 респондентов, возраст: 18-55, РФ, период: апрель '23.*

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба:
Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.