

## М.Видео-Эльдорадо: продажи «умных» колонок в России удвоились и уже сопоставимы с холодильниками

19 июля 2023 года, Москва, Россия

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает увеличение спроса на колонки с голосовыми помощниками. По итогам первого полугодия 2023 года их штучные продажи в Группе увеличились в 2,2 раза, а по сравнению с тем же периодом 2021 года почти в 3,5 раза. Самой популярной моделью стала Яндекс Станция Лайт. По данным Яндекса, любимый сценарий пользователей – прослушивание музыки, среди других: поиск информации в интернете, общение с Алисой, запрос прогноза погоды, управление «умным» домом, функция будильника и таймера, воспроизведение сказок.

Сегмент «умных» колонок продолжает устойчивый рост, спрос не достиг насыщения и имеет потенциал для дальнейшего развития. По оценке М.Видео-Эльдорадо, продажи «умных» колонок в целом по России за январь-июнь текущего года увеличились двукратно, до более чем 1,5 млн штук. По объёму приобретённых девайсов за шесть месяцев смарт-колонки оказались сопоставимы, например, с такой категорией массового спроса для дома, как холодильники (продажи по России составили 1,5 млн штук), а также оказалась популярнее планшетов (около 1 млн проданных штук).

### **Руководитель департамента «Развлечения и гаджеты» в Группе М.Видео-Эльдорадо Алексей Рогозин:**

«Среди факторов увеличения популярности «умных» колонок: устойчивая ситуация с ассортиментом под разные запросы, регулярное появление новинок, включая доступный сегмент, рост знания о различных сценариях использования голосовых помощников, а также увеличение интереса к экосистемным подпискам. Стоит также упомянуть востребованность колонок в качестве персонализированного подарка, повторные покупки, а также популяризацию «умного» дома – колонка выступает в качестве его центра, позволяет голосом управлять различным элементами или бытовой техникой.

Продажи устройств, относящихся именно к экосистеме «умного» дома, в наших сетях также демонстрируют положительную динамику. По итогам полугодия спрос на категорию увеличился на 56% год к году и в 2,1 раз к тому же периоду 2021 года. Средний чек при покупке одного устройства составил около 1,3 тыс. рублей. Самыми популярными товарами стали лампочки, розетки, приборы управления, датчики безопасности и IP-камеры. Среди драйверов: усиление тренда на цифровизацию домашнего пространства, стремление сделать его безопаснее и энергоэффективнее, а решение бытовых задач проще и быстрее, также стоит упомянуть желание усовершенствовать имеющиеся бытовые приборы или объединить нескольких устройств за счёт голосового ассистента».

В общей сложности выбор колонок с виртуальными ассистентами в М.Видео-Эльдорадо, доступных в магазинах и онлайн, увеличился до порядка 100 различных наименований. В этой категории регулярно действуют скидки и специальные предложения, доступна возможность оформить покупку по акции «рассрочка». Лидером среди производителей является Яндекс, демонстрируют рост VK и Sber. Средний чек по итогам января-июня составил порядка 6,5 тыс. рублей. Среди наиболее популярных цветов колонок: чёрный, серый, синий, мятный, фиолетовый.

## **Руководитель Алисы и умных устройств Яндекса Сергей Мельник:**

«Станции с Алисой стали неотъемлемой частью жизни нескольких миллионов семей. Любимые сценарии пользователей — это не только прослушивание музыки, но и просто общение с Алисой. Треть пользователей ищут с ее помощью информацию в интернете. Популярны также вопросы про погоду и всевозможные сценарии умного дома. Люди с удовольствием пользуются Станцией как радио, будильником и таймером. Просят Алису рассказать ребёнку сказку и выполняют с ее помощью мелкие домашние дела. Также всё более популярным становится поиск телефона, звонки между Станциями и режим радионяни».

## **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.<sup>1</sup>

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](mailto:Andrey.Petrov@mvideo.ru)

[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)

Тел.: +7 (916) 684 76 22

---

<sup>1</sup> 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.