

Продажи крупной бытовой техники на маркетплейсе М.Видео выросли в 1,5 раза в третьем квартале 2025 года

10 ноября 2025 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), фиксирует значительный рост продаж крупной бытовой техники на собственном маркетплейсе. По итогам третьего квартала 2025 года объем продаж категории увеличился почти в полтора раза год к году, а совокупно за девять месяцев — на 14%. Таким образом, онлайн-площадка М.Видео демонстрирует устойчивый рост и опережает рынок, который примерно сопоставим с уровнем прошлого года.

Рост продаж КБТ на собственном маркетплейсе М.Видео обеспечен расширением ассортимента действующих селлеров, подключением новых поставщиков и развитием агентской модели (ЗР), которая позволяет быстрее выводить товары и поддерживать конкурентные цены. Дополнительным фактором стала интеграция сервисов М.Мастер по доставке, установке и вывозу старой техники, что повышает конверсию онлайн-заказов и уровень доверия покупателей.

Наиболее динамичные категории — стиральные машины (+128%), встраиваемая техника (+68%), плиты (+63%), холодильники (+51%) и пылесосы, где зафиксирован максимальный прирост — почти в четыре раза. При этом устойчивый спрос наблюдается на технику для базовых бытовых нужд и обновления кухонной инфраструктуры, а также на новые модели с энергоэффективными режимами и smart-функциями.

По оценке Компании, рынок крупной бытовой техники в целом сохраняет стабильность после волны повышенного спроса в 2024 году. За январь–сентябрь 2025 года россияне приобрели около 24 млн устройств на сумму 453 млрд рублей. Средняя цена техники остается на отметке 19 тыс. рублей, что отражает адаптацию потребителей к оптимальному соотношению цены и качества.

В структуре рынка усиливаются позиции локальных и эксклюзивных брендов. Собственные торговые марки ритейлеров и эксклюзивные бренды формируют около 11% рынка в количественном выражении и 9% — в денежном, предлагая покупателям сбалансированное сочетание цены, надежности и гарантии. Unbranded-техника занимает порядка 8% в количестве и 6% в выручке, оставаясь востребованной в массовом сегменте и при обустройстве арендного жилья. Среди международных брендов лидерство сохраняет Haier — около 6% рынка в штуках и 13% в деньгах — благодаря широкой линейке холодильников и стиральных машин, локализованному производству и сильной дистрибуции. Weissgauff занимает около 4% в количественном и 5% в денежном выражении, активно вырастая в сегменте встраиваемой техники. Gorenje удерживает 3% по объему и 6% по выручке, делая ставку на дизайн и премиальные решения для кухни. LG формирует около 4% в количественном и 5% в денежном выражениях, укрепляя позиции в верхнем и среднем сегменте, а Indesit с долей около 3% в количественном и 4% в денежном выражении остается надежным и востребованным брендом массового спроса.

Руководитель департамента «Крупная бытовая техника» Компании М.Видео Михаил Просвирнин:

М.ВИДЕО

«Сегмент крупной бытовой техники остается одним из ключевых для М.Видео и при этом одним из самых устойчивых на рынке. Мы видим, что покупатели делают более осознанный выбор, оценивая соотношение цены, бренда, функциональности и сервиса. На маркетплейсе М.Видео продажи растут кратно быстрее рынка благодаря расширению ассортимента, подключению локальных и международных производителей, выгодным условиям для селлеров и повышению качества клиентского опыта. Такой подход позволяет нам сохранять лидерство и предлагать покупателям максимальное удобство и надежность при покупке крупной техники».

Ссылка на фотографии:

[https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/M.Premium%20\(%D0%9C.%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%83%D0%BC\)](https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/M.Premium%20(%D0%9C.%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%83%D0%BC))

О Компании

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru