

## **Аналитика М.Видео-Эльдорадо: россияне на новогодних праздниках скупали аэрогрили, МФУ, наушники Apple, смарт-часы, телевизоры и пылесосы**

15 января 2025 года

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж товаров в период новогодних праздников в сети М.Видео и Эльдорадо и выявила, что чаще всего брали россияне.

В период новогодних праздников зафиксирован значительный рост продаж в ряде категорий товаров. Лидером спроса стали аэрогрили. Этот сегмент вырос на рекордные 1831,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Такой всплеск объясняется популярностью здорового питания и стремлением к удобству в приготовлении пищи. Эти устройства стали неотъемлемой частью современной кухни, предлагая простые и быстрые способы готовки.

На втором месте оказались комплектующие для компьютеров с приростом в 384,4% год к году. Причина заключается в увеличении интереса россиян в период длительных каникул к модернизации компьютерной техники, в частности для гейминга. В начале года многие пользователи обновляют свои устройства для повышения производительности, так как 2025 год будет богатым на игровые новинки – например, уже 16 января любителей автосимуляторов ждет новая часть Assetto Corsa, а 4 февраля фанаты RPG окунутся в игру Kingdom Come: Deliverance 2.

Продажи струйных МФУ (многофункциональных устройств) выросли на 177%. Возможность сканировать документы и распечатывать их остаётся актуальной для большого числа потребителей, особенно в период зимней сессии в университетах.

Сегмент подписок на телеком-услуги увеличился на 139,9%. Это связано с тем, что на праздниках люди активно смотрели новые фильмы и сериалы.

Спрос на пылесосы-хендстики вырос на 128%. Удобство и компактность этих устройств делают их идеальным решением для уборки небольших пространств, что особенно актуально для городских жителей.

Категория наушников Apple показала прирост в 69,9%. Это объясняется выходом новых моделей AirPods 4 в прошлом году, которую россияне активно приобретают как себе, так и в подарок родным и близким.

Смарт-часы и браслеты продемонстрировали прирост в 106%. Устройства остаются популярными подарками благодаря широкой функциональности, включающей фитнес-трекеры и уведомления. Многие также в начале года стараются начать вести более активный образ жизни и приобретают себе такие гаджеты.

Комбинированные плиты также показали рост на 27%, что говорит об интересе россиян к обновлению бытовой техники. Это связано с желанием потребителей инвестировать в долговечные и практичные решения для дома.

Рост в категории телевизоров (например, моделей с диагональю 51–55 дюймов, увеличивших продажи на 38,8%) говорит о стремлении к улучшению качества домашнего досуга, особенно с учётом расширения контента потоковых платформ.

### **Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:**

«Начало года традиционно становится периодом, когда потребители приобретают подарки для родных и близких, а также сами делают осознанный выбор в пользу товаров, которые повышают комфорт в повседневной жизни. По итогам продаж в период новогодних праздников особый интерес россиян мы отмечаем к бытовой технике, наушникам, смарт-часам, телевизорам, комплектующим для модернизации компьютеров, а также подпискам на онлайн-кинотеатры. Мы стремимся сделать процесс

выбора и покупки максимально удобным для наших клиентов. В нашем ассортименте представлено более 200 тысяч SKU – это техника и устройства, которые отвечают самым разным потребностям, от обновления крупной бытовой техники до современных решений для досуга и работы. В начале года, когда многие ориентированы на апгрейд своей техники, мы предлагаем широкий выбор, выгодные акции и качественный сервис. Наша цель – поддерживать комфорт и технологичность в жизни наших покупателей».

## 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 финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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