

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост рынка умных колонок на 26% за 2024 год

17 января 2025 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подвела итоги продаж умных колонок на рынке России за 2024 год. По итогам года рынок показал рост на 20% в количественном выражении и на 26% в денежном выражении по сравнению с 2023 годом.

Всего за 2024 год россияне приобрели 5,2 млн умных колонок на общую сумму 43,5 млрд рублей. Средняя стоимость устройства выросла на 5% и составила 8,3 тыс. рублей.

Брендом-лидером как в денежном, так и в количественном выражении остаётся «Яндекс», на который приходится большинство продаж на российском рынке. Наиболее интенсивный рост продаж также показывают умные колонки «Сбер».

Самыми популярными моделями среди покупателей в количественном выражении стали:

- Яндекс.Станция Лайт
- Яндекс.Станция Мини (с часами),
- SberBoom Mini
- Яндекс.Станция Миди
- Яндекс.Станция Лайт 2

Отлично показала себя и колонка Home: SberBoom Home – новинка 2024 года. Она представляет собой технологичный и недорогой продукт, оснащенный встроенным модулем Zigbee, LED-дисплеем, который может показывать эмоции или счет матча любимой футбольной команды. Идея с показом счета была предложена одним из продавцов М.Видео и реализована компанией Sber за 1,5 недели.

В денежном выражении на рынке России лидируют модели Яндекс.Станция Миди и Яндекс.Станция Макс с Zigbee и SberBoom, которые предлагают пользователям расширенные возможности для управления умным домом.

Руководитель департамента «Телеком и Гаджеты» Группы М.Видео-Эльдорадо Екатерина Иксанова:

«Современные умные колонки становятся всё более универсальными устройствами, интегрируясь не только с экосистемами умного дома, но и с другими гаджетами. Всё больше внимания уделяется их взаимодействию с телевизорами – например, с помощью некоторых моделей можно создать стереопару, которая превращает колонки в полноценный домашний кинотеатр. Это открывает новые возможности для пользователей и позволяет максимально погрузиться в мир мультимедиа.

Кроме того, умные колонки активно развиваются в направлении интеграции с различными приложениями и контентными сервисами. Особое внимание уделяется детям: сегодня родители могут настроить безопасный режим, включающий обучающие программы, игры и фильтры, защищающие от нежелательной информации. Благодаря этому умные колонки становятся не просто гаджетами, а помощниками для развития, учебы и досуга ребёнка.

Пожилые люди используют умные колонки для упрощения повседневной жизни: они напоминают о приёме лекарств, помогают управлять умным домом, например, освещением и бытовой техникой, воспроизводят музыку, аудиокниги или радио, а также озвучивают новости и прогноз погоды.

Технологический прогресс продолжает расширять функциональность этих устройств, превращая их в важную часть нашей цифровой жизни».

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