

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост продаж крупной бытовой техники на 12% за 2024 год

30 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 крупной бытовой техники в 2024 году. По итогам прошлого года спрос на КБТ увеличился на 12% в количественном и на 8% в денежном выражении. Всего за год было продано 36 млн единиц крупной бытовой техники на сумму 657 млрд рублей.

Сегмент холодильников показал положительную динамику: выручка увеличилась на 7,8%, достигнув 142,7 млрд рублей, а продажи в штуках выросли на 2,2%, составив 3,55 млн единиц.

Лидерами по продажам остаются Haier, Indesit, Beko, Candy, Gorenje, Atlant. При этом наблюдаются важные изменения в предпочтениях потребителей. Наибольший рост выручки показали однодверные холодильники (+19,5%), что указывает на увеличение спроса на компактные модели, подходящие для небольших кухонь. В то же время сегмент многодверных холодильников («Формат Side-by-Side») вырос на 14,1% в деньгах, что свидетельствует о популярности вместительных холодильников среди покупателей, готовых инвестировать в премиальные решения.

Двухдверные холодильники с нижней морозильной камерой и системой автоматического размораживания («No Frost») продолжают доминировать, занимая 61,9% рынка в денежном выражении. Это подтверждает тренд на удобство и современные технологии. Однако продажи моделей с традиционной системой охлаждения («Static») постепенно снижаются, что говорит о переходе потребителей на более современные решения.

Продажи стиральных машин за год составили 4,1 млн единиц на сумму 132 млрд рублей. В количественном выражении рынок вырос на 4,7%, а в денежном – на 2,8%, что говорит о некотором снижении темпов роста, но сохранении высокого уровня спроса.

В топ-брендов вошли Haier, LG, Indesit, Beko, Candy, Gorenje. В этом сегменте четко прослеживается разделение на массовый и премиальный сегменты. Haier и LG продолжают уверенно доминировать, предлагая широкий ассортимент моделей для разных категорий покупателей. Indesit, Beko и Candy сохраняют сильные позиции в бюджетном сегменте, что подтверждает устойчивый спрос на доступные решения. Gorenje демонстрирует стабильный рост продаж, особенно в среднем и премиальном сегменте. Успех бренда объясняется сочетанием высокого качества сборки, стильного дизайна и европейского происхождения. Покупатели ценят холодильники Gorenje за инновационные технологии охлаждения, энергоэффективность и удобную организацию внутреннего пространства.

Духовые шкафы продемонстрировали умеренный рост в деньгах (+0,7%), достигнув оборота 39,4 млрд рублей, продажи в штуках составили 1,2 млн единиц. Это свидетельствует о предпочтении более дорогих моделей с расширенными возможностями.

Варочные панели, напротив, показали более динамичный рост: выручка увеличилась на 4,3%, составив 34,2 млрд рублей, а продажи в штуках выросли на 1,5% до 1,9 млн единиц. Это подтверждает стабильный спрос на встраиваемую технику.

Руководитель департамента «Крупная бытовая техника» Группы М.Видео-Эльдорадо Михаил Просвирин:

«Рынок крупной бытовой техники в России сохраняет позитивную динамику. Основной рост обеспечивают премиальные модели, особенно в сегментах холодильников и стиральных машин.

Потребители все чаще выбирают современные, энергоэффективные и вместительные устройства, что формирует долгосрочный тренд на повышение качества и технологичности бытовой техники».

Ссылка на фотографии:

https://www.mvideoeldorado.ru/fileadmin/user_upload/photobank/2024-07-10_12-40-25_LM.jpg

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