

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост продаж СТМ и эксклюзивных марок до 10 раз в I квартале 2025 года

30 июня 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), фиксирует рост спроса на уникальный для рынка ассортимент, включая собственные торговые марки, бренды, линейки и товары, представленные только в «М.Видео» и «Эльдорадо» (М.Видео only) до 10 раз в I квартале 2025 года.

Коммерческий директор Компании М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:

«Мы фиксируем устойчивый рост интереса к ассортименту, представленному только в М.Видео-Эльдорадо. Это результат системной работы с поставщиками и продуманной ассортиментной политики, направленной на то, чтобы предлагать покупателям качественные, технологичные и выгодные решения. Как Главный эксперт по технике, мы тщательно подбираем продукцию, формируем сбалансированные линейки и делаем все, чтобы эксклюзивные товары были доступны миллионам россиян — как онлайн, так и в розничных магазинах нашей сети по всей стране. Мы продолжим усиливать это направление, расширяя предложения в ключевых категориях и формируя новый стандарт доверия к технике, доступной только у нас».

Наибольшую динамику показал бренд Carrera. В первом квартале он продемонстрировал впечатляющие результаты практически во всех категориях. Существенный рост продаж этого бренда обеспечила малая бытовая техника — продажи кофемашин выросли в 5 раз, пылесосов — в 3 раза, а кухонной техники для приготовления пищи — более чем в 4 раза. Крупная бытовая техника Carrera также продемонстрировала 4-кратную динамику роста в категории стиральные машины. Заметно усилились позиции в сегменте цифровой техники: 10-кратный рост продаж произошел благодаря новой и сбалансированной линейке игровых мониторов Carrera.

Существенный рост обеспечили и другие партнерские бренды, представленные в М.Видео-Эльдорадо. Продажи эксклюзивных линеек телевизоров бренда TCL в I квартале 2025 года выросли на 20% в количественном и на 26% в денежном выражении по сравнению с первым кварталом прошлого года. Спрос стимулируется сочетанием технологичности, доступной цены и увеличения доли моделей с функцией Smart TV и экраном 4K. Это позволяет TCL сохранять и укреплять свои позиции в среднем ценовом сегменте, а покупателям — выбрать оптимальное соотношение цены и функциональности.

Эксклюзивные линейки бренда Hisense показали высокие темпы роста в сегментах встраиваемой техники и стиральных машин. Продажи встраиваемой техники увеличились на 83% в рублях, а стиральных машин — на 62%. Кроме того, в I квартале 2025 года в М.Видео-Эльдорадо появилась эксклюзивная техника бренда Hisense, ранее не представленная на рынке, в таких категориях, как посудомоечные машины, пылесосы, холодильники, кухонная техника и микроволновые печи. Особенно высокие темпы роста продемонстрировали микроволновые печи, которые заняли третье место по объему продаж среди всей линейки Hisense с долей 20% от общего количества проданных товаров бренда.

Значительный прирост продаж зафиксирован у бренда Toshiba — в I квартале 2025 года объемы реализации стиральных машин выросли на 184% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Такой результат стал возможен благодаря расширению ассортимента моделей с инверторными моторами, увеличению представленности в рознице и высоким пользовательским оценкам за энергоэффективность и бесшумность работы.

Кроме того, положительную динамику продемонстрировали аксессуары для компьютеров под брендом Thunderobot — рост продаж составил 54% в денежном выражении. Росту способствовало расширение ассортимента востребованных позиций, включая клавиатуры, мыши и гарнитуры.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/Carrera>

О Компании

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 Компании 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 млрд контактов в год.

Компания М.Видео-Эльдорадо – 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