

М.Видео-Эльдорадо назвала топ-5 городов по продажам кофемашин в I полугодии 2025 года

30 июля 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), назвала топ-5 городов по продажам кофемашин в I полугодии 2025 года. Лидерами по количеству проданных кофемашин стали крупнейшие мегаполисы: Москва и Санкт-Петербург. Это связано с активной розничной инфраструктурой и культурой потребления кофе. В топ-5 также вошли Екатеринбург, Краснодар и Новосибирск.

По итогам I полугодия в денежном и количественном выражении продажи кофемашин в России увеличились на 11%. Всего было реализовано 1,2 млн устройств на общую сумму в 17 млрд рублей. Рост интереса к категории отражает растущее значение домашнего кофе и стремление потребителей к удобству и качеству.

В денежном выражении структура рынка смещена в сторону более технологичных решений. Автоматические кофемашины обеспечили 68,3% оборота — это наиболее развитый сегмент, включающий модели с кофемолками, автоматическим капучинатором и программируемыми рецептами.

На рожковые кофеварки пришлось 16,6% выручки, они остаются популярными среди покупателей, предпочитающих контролировать процесс приготовления вручную. Капсульные машины заняли 8,3%, а фильтрационные и традиционные кофеварки — 4,1%. Прочие форматы, включая устройства для приготовления турецкого кофе, обеспечили менее 3% продаж в деньгах.

В количественном выражении рынок распределен более равномерно. На автоматические кофемашины пришлось 22,7% всех проданных устройств, такую же долю заняли традиционные фильтр-кофеварки. Рожковые кофеварки заняли 21,2%, турецкие — 15,2%, а капсульные устройства — 14,2%. Таким образом, несмотря на доминирование автоматов в денежном выражении, по количеству штук они уступают более доступным решениям.

По итогам полугодия в топ-5 брендов по выручке вошли: De'Longhi, уверенно лидирующая с долей 34,3% благодаря сильной позиции в сегменте автоматических моделей, Polaris с долей 7,3%, Krups, обеспечивший 6,7%, Kitfort с результатом 3,4% и Tuvio, занявший 2%. Эти бренды представляют собой комбинацию премиальных, массовых и доступных решений, обеспечивая широкий охват аудитории.

В количественном выражении лидером также остается De'Longhi с долей 13,5%, за ним следует Kitfort — 13,3%, активно представленный в бюджетном сегменте. Polaris занимает 5,2%, Redmond — 3%, а Lumme — 2,3%. Такая структура показывает, что значительную часть продаж формируют доступные бренды, особенно популярные в регионах.

Покупательский интерес в первом полугодии также распределяется между всеми ценовыми сегментами, что говорит о зрелости категории и широкой представленности моделей на полке. Наиболее массовым стал сегмент до 2 000 рублей, который занял 25,2% в количественном выражении.

При этом значительную часть продаж — 22,5% — обеспечили устройства в ценовом диапазоне от 9 000 до 29 000 рублей, в который попадают как автоматические кофемашины начального уровня, так и функциональные рожковые решения. На модели стоимостью выше 29 000 рублей пришлось 18,8% всех покупок, что подтверждает высокий интерес к технике премиального уровня. Сегменты 2 000 — 5 000 рублей (15,4%) и 5 000 — 9 000 рублей (18,1%) дополняют картину — они востребованы среди пользователей, ищущих доступный, но более надежный и функциональный формат.

Ссылка на фотографии:

[https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%9C.%D0%9A%D0%BE%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D1%8F%20\(%D0%BA%D0%BE%D1%84%D0%B5%2C%20%D0%BA%D0%BE%D1%84%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%8B\)](https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%9C.%D0%9A%D0%BE%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D1%8F%20(%D0%BA%D0%BE%D1%84%D0%B5%2C%20%D0%BA%D0%BE%D1%84%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%8B))

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