

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост умных колонок на 69% в I полугодии 2024 года

24 июля 2024 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж умных колонок на рынке России. По предварительным данным за 6 месяцев рост продаж составил +69% в денежном и +44% в количественном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Всего за первое полугодие 2024 года россияне купили 2,2 млн умных колонок на общую сумму 20 млрд рублей. Средняя цена за умную колонку в России составила 8,9 тыс. рублей.

В топ-5 брендов в денежном и штучном выражении входят устройства компаний «Яндекс», VK, «Сбер», Xiaomi и Apple. При этом девайсам компании «Яндекс» принадлежит 90% рынка умных колонок в России. Лидерами среди умных колонок по продажам в РФ стали «Яндекс.Станция Макс», «Яндекс.Станция Миди», «Яндекс.Станция Лайт», новая версия «Яндекс.Станции Мини» с часами, и «Яндекс.Станция 2».

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

«Умные колонки пользуются большой популярностью среди россиян. Этому способствует активное развитие голосовых ассистентов такими компаниям как «Яндекс», «Сбер» и VK. Разработчики постоянно совершенствуют языковые модели, и сегодня умная колонка – это не просто гаджет для развлечений, а персональный цифровой помощник и ассистент. Например, с ее помощью можно включать и выключать свет в умном доме, опускать жалюзи и т.д. Кроме того, современные голосовые ассистенты способны поддержать беседу с человеком и отлично запоминают контекст разговора. Также цифровые помощники отлично справляются с ролью няни для ребенка – они могут ответить на запросы детей или рассказать им сказку. Все эти факторы позитивно влияют на российский рынок гаджетов».

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