

Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: продажи колонок с голосовым помощником в России за последний год выросли в семь раз

16 сентября 2020 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо», (МОЕХ: MVID), крупнейшая российская розничная компания на рынке электроники и бытовой техники, входящая в ПФГ САФМАР Михаила Гуцериева, подводит итоги развития российского рынка портативной акустики и «умных» колонок за семь месяцев 2020 года. В январе-июле россияне приобрели около 1,3 млн девайсов на сумму 6,7 млрд рублей, что больше на 31% в штуках и 38% в деньгах по сравнению с тем же периодом прошлого года. Наиболее активно растёт спрос на колонки с голосовым ассистентом на основе искусственного интеллекта – за тот же период продажи «умных» колонок увеличились 6,5 раз в штуках и в 5 раз в деньгах.

Популярности портативной беспроводной акустики способствует повышение качества воспроизводимого звука и защиты устройств от ударов и влаги (защиту от воды имеют более 70% проданных устройств), спрос на дополнительные световые эффекты (+85% в штучных продажах год к году), а также распространение музыкальных стриминговых сервисов. Колонки компактны, просты в управлении, отличаются большим временем автономной работы и доступны по цене. Средний чек составляет 5,2 тыс. рублей. Лидерство в продажах удерживает бренд JBL.

Ещё одним позитивным фактором распространения акустики стала растущая популярность колонок с виртуальным помощником. Спрос на них увеличился в 6,5 раз в количественном выражении и в 5 раз в денежном. На данный момент на российском рынке доступно порядка 20 «умных» моделей, а их стоимость варьируется от 4 до 30 тысяч рублей. В январе-июле 2020 года средний чек составил 5,7 тысяч рублей, а абсолютное большинство продаж пришлось на устройства с виртуальным ассистентом Алиса от компании Яндекс.

Первый девайс «Яндекс.Станция» появился в продаже в июле 2018 года. Сейчас покупателям доступна линейка из двух колонок собственного производства Яндекса и ряд моделей от производителей-партнёров – JBL Link Portable, LG XBOOM WK7Y, Elari SmartBeat и другие. Самым продаваемым устройством стала «Яндекс.Станция Мини», поступившая в продажу 31 октября 2019 года.

В конце апреля текущего года свою акустическую систему под названием «Капсула» и голосовым помощником Маруся на российском рынке представила Mail.ru Group. Стоимость гаджета на старте составила 7 990 рублей. Менее 1% от общего количества проданных смарт-колонок в России составили Google Home с Google Assistant, Amazon Echo с Alexa и Apple HomePod с Siri, поставляемые в Россию не официально и без поддержки русского языка.

«Рынок акустики с голосовым управлением находится в стадии становления, но развивается быстрыми темпами. Этому способствуют расширение ассортимента более доступными девайсами, появление новых ассистентов и качественное развитие навыков уже действующих на рынке. Есть также позитивный эффект от стабильного увеличения продаж музыкальных беспроводных колонок и роста популярности голосового управления у пользователей смартфонов – в привычку входят голосовые команды и сообщения. У этого сегмента аудиотехники есть потенциал и с точки зрения проникновения системы «умный» дом, а также расширения ассортимента бытовой техники, подключенной к интернету», – отмечает **руководитель департамента «Гаджеты и инновации» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Вадим Ерёмин.**

Среди основных возможностей колонок с голосовым управлением: воспроизведение музыки, поиск информации в интернете, поддержка диалога, напоминания, будильник, прогноз погоды, информация о пробках, интерактивные сервисы для детей. Ещё одним набирающим популярность сценарием использования становится управление экосистемой «умный» дом и wi-fi connected бытовой техникой, что позволяет сэкономить время и упростить её использование. Пользователь при помощи голосовой команды может удалённо включить стиральную машину и робот-пылесос, вскипятить чайник, запустить видеосервис на телевизоре, изменить яркость или цвет освещения в помещении.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
pr@mvideo.ru

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. Группа 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).

По состоянию на 30 июня 2020 года Группа объединяет 532 магазинов под брендом М.Видео (включая 20 по суббрендом m_mobile), 505 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 450 тыс. м кв., общая площадь – 1 984 тыс. м кв. на 30 июня 2020 года.