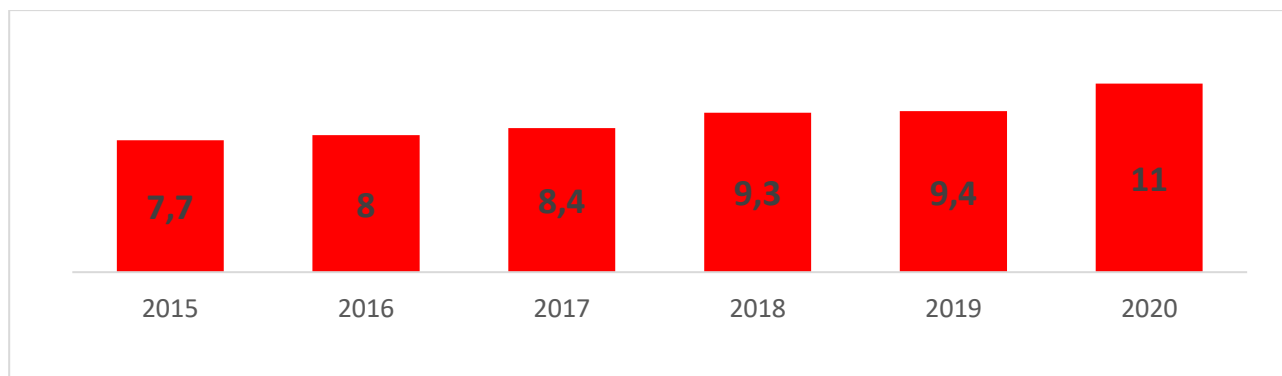


Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: россияне в 2020 году приобрели рекордное количество домашней техники за последние шесть лет

14 декабря 2020 г., Москва – Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», МосБиржа: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, оценила российский рынок крупной бытовой техники за 10 месяцев 2020 года. Спрос на холодильники, морозильные камеры, стиральные и посудомоечные машины, вытяжки, духовые шкафы, плиты и встраиваемые варочные поверхности составил 11 миллионов штук на общую сумму 238 миллиардов рублей. По сравнению с прошлым годом покупки крупной техники в России выросли на 17% и достигли рекордных значений с 2015 года.

По оценке М.Видео-Эльдорадо продажи крупной бытовой техники в России с января по октябрь составили порядка 11 миллионов штук на общую сумму 238 миллиардов рублей, что на 17% в штуках и 22% в деньгах больше, чем за тот же период 2019 года. Пик продаж крупной бытовой техники в 2020 году пришелся на март, после ослабления курса рубля, а также на период с июня по октябрь. Совокупный объем реализованной крупной бытовой техники оказался максимальным за последние шесть лет.

Продажи основных категорий КБТ в России, 10 мес. 2014—2020 (млн шт.)



«Россияне стали больше времени проводить дома, и бытовая техника, которая помогает решить повседневные бытовые задачи и делает жизнь более комфортной, становится товаром первой необходимости. Кроме того, можно говорить о перераспределении части трат, запланированных на отпуск и другие развлечения вне дома, на товары длительного пользования, – отмечает **коммерческий директор Группы «М.Видео-Эльдорадо» Олег Муравьев**. В среднем каждая третья модель техники для дома и кухни приобретена в этом году в «М.Видео» или «Эльдорадо». Спросом пользуются не только достаточно традиционные сервисы доставки, рассрочка, бонусы в рамках лояльности, но и новые услуги, которые мы запустили за последние несколько месяцев, например, видеоконсультации из магазинов».

Самой востребованным видом техники в сегменте «для дома» остаются стиральные машины. С января по октябрь их продажи увеличились на 12% в количественном выражении и 20% в денежном по сравнению с прошлым годом, до 2,8 млн штук и 65,3 миллиардов рублей. Около 90% штучных продаж пришлось на автоматические стиральные машины с фронтальной загрузкой, большинство из них имеют глубину от 40 до 50 см. Остаются небольшим сегментом, но демонстрируют наиболее высокую динамику модели с сушкой. У 80% приобретенных стиральных машин максимальная загрузка от 6 кг. Покупатели стали выбирать более функциональные и производительные модели из верхних ценовых сегментов стоимостью от 25 тыс. рублей, что повлияло на рост среднего чека на 5% до 22,5 тыс. рублей.

Среди наиболее популярных брендов оказались LG, Indesit, Candy, Samsung и Beko. Продажи посудомоечных машин увеличились на 25% в штуках и 30% в деньгах.

Наиболее крупным сегментом по объему в деньгах стали холодильники. Спрос на них увеличился на 18% в штуках и 26% в деньгах до 2,6 млн штук и 79 миллиардов рублей, Около 75% в количественном выражении заняли двухкамерные холодильники с нижней морозильной камерой, большинство оснащены системой No Frost. Повышенным спросом пользовались модели «Side-by-Side». Наиболее популярными по высоте оказались модели более 195 см. Самыми продаваемыми брендами на российском рынке стали LG, Indesit, «Атлант», Haier и Bosch. Среди ценовых сегментов прирост показали холодильники от 25 тыс. рублей. Спрос снизился только на бюджетные модели, которые занимают около 30% от всех штучных продаж. Порядка трети в штуках и 50% в деньгах прибавили продажи морозильных камер.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
+7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

О Группе М.Видео-Эльдорадо

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 идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.