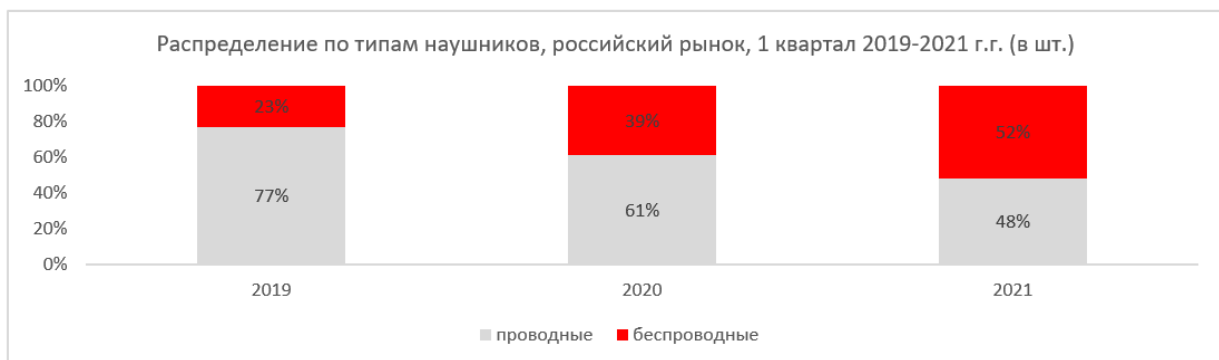


## Аналитика М.Видео-Эльдорадо: беспроводные модели впервые достигли половины российского рынка наушников

9 апреля 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео», МосБиржа: MVID), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала российский рынок наушников в первом квартале 2021 года. Беспроводные наушники впервые заняли более половины продаж в количественном выражении, достигнув 52%, годом ранее на них приходилось 39%. В штучных продажах М.Видео-Эльдорадо bluetooth-наушники по итогам января-марта 2021 года заняли 65%, TWS-наушники – 42%.

Российский рынок наушников в первом квартале 2021 года достиг 12,8 млрд рублей и порядка 4,9 млн штук. Bluetooth-модели выросли на 21% в штуках и 20% в деньгах, превысив 2,5 млн штук и 11 млрд рублей.



Каждой третьей проданной парой среди всех видов наушников на российском рынке по итогам января-марта 2021 года стали True Wireless Stereo модели, около 8,5% заняли беспроводные наушники-вкладыши, включая наушники для занятий спортом, ещё 6,5% пришлось на беспроводные накладные наушники. В денежном выражении все беспроводные наушники заняли порядка 86%, полностью автономные и беспроводные модели TWS-аксессуары – 72%.

**Руководитель департамента «Гаджеты и инновации» в Группе М.Видео-Эльдорадо Вадим Ерёмин:**

«Во время пандемии пользователи стали больше общаться дистанционно, в том числе по работе и учёбе, в целом растёт потребления аудио- и видеоконтента с увеличением популярности стриминговых сервисов, кроме того, пользователи оценили удобство отдельных TWS-наушников, которые служат дольше, решают проблему с запутанными проводами, удобнее в использовании и во время передвижения. Доля таких аксессуаров увеличилась примерно в полтора раза до 37%, а средняя цена TWS снизилась на 18% до 5 тыс. рублей. Влияние оказывает также отказ брендов от внедрения в смартфоны разъёмов 3,5 мм».

**Рейтинг самых продаваемых наушников в количественном выражении по итогам первого квартала 2021 года:**

<b>№</b>	<b>На российском рынке</b>	<b>В М.Видео-Эльдорадо</b>
<b>1</b>	Xiaomi Earbuds Basic 2	Apple AirPods (2-го поколения)
<b>2</b>	JBL C100SI	Apple AirPods Pro
<b>3</b>	Apple AirPods (2-го поколения)	JBL C150 SIU
<b>4</b>	Apple AirPods Pro	JBL Tune 210
<b>5</b>	JBL T110BT	Sony WI-C310

## 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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 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 31 декабря 2020 года Группа объединяет 542 магазина под брендом М.Видео, 532 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 475 тыс. м кв., общая площадь – 2 015 тыс. м кв. на 31 декабря 2020 года.

## Пресс-служба:

**Валерия Андреева**  
Руководитель департамента по  
связям с общественностью  
[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)  
Тел.: +7 (916) 978 02 10

**Андрей Петров**  
[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)