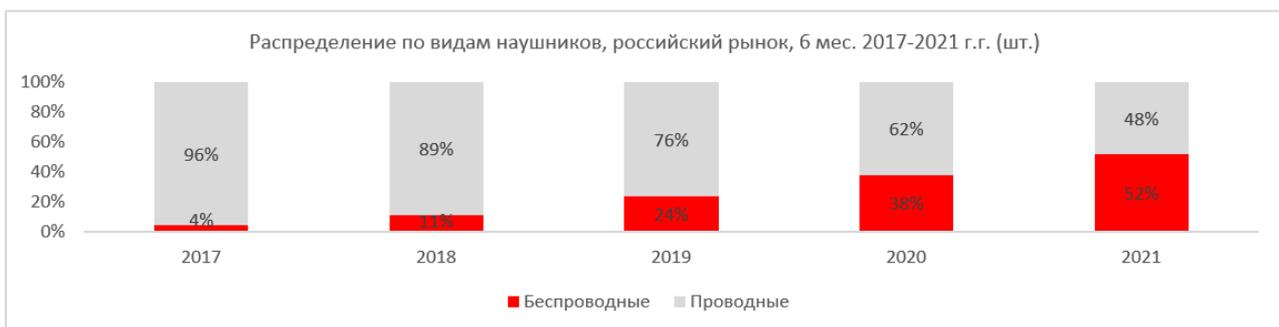


Аналитика М.Видео-Эльдорадо: беспроводные модели наушников впервые лидируют на российском рынке

11 августа 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила российский рынок наушников за первые шесть месяцев 2021 года. Доля моделей с беспроводным подключением впервые превысила 50%, в том числе, True Wireless Stereo (TWS) наушники-вкладыши достигли 40% в количественном выражении от всех проданных в стране наушников. В январе-июне 2021 продажи всех наушников составили порядка 25,3 млрд рублей и 10 млн штук, что на 32% и 5% соответственно больше, чем годом ранее. Спрос в М.Видео-Эльдорадо вырос за тот же период примерно на 47% в деньгах и 17% в штуках.

Драйвером российского рынка наушников остаются беспроводные модели, в текущем году они впервые занимают больше половины штучных продаж. Всего за первые шесть месяцев продано более 5,2 млн bluetooth-наушников на сумму 22 млрд рублей, что больше на 44% в штуках и 42% в деньгах. В штучных продажах М.Видео-Эльдорадо bluetooth-наушники по итогам января-марта 2021 года заняли 65% в штуках и 90% в деньгах.



Наиболее востребованным типом наушников являются полностью беспроводные и автономные внутриканальные. На True Wireless Stereo приходится 4 из 10 проданных пар среди всех видов наушников. Спрос на сегмент относительного прошлого года вырос на 90% в штучном выражении и 58% в денежном. Средняя стоимость – 5 000 рублей, что почти на 1 000 рублей ниже, чем годом ранее.

ТОП-5 наушников на российском рынке, январь-июнь 2021 г., (в шт.)

1. Xiaomi Earbuds Basic 2 - TWS
2. JBL C100SI – проводные наушники-вкладыши
3. Apple AirPods (2-го поколения) - TWS
4. Apple AirPods Pro - TWS
5. JBL T110BT – беспроводные наушники вкладыши

Директор направления «Цифровая техника» Группы М.Видео-Эльдорадо Никита Тихвинский:

«Беспроводные наушники окончательно пришли на смену проводным моделям, в первую очередь, этому способствуют отдельные TWS-модели. Полностью беспроводные наушники дают свободу действий: в них удобно заниматься спортом, общаться по видео, смотреть сериалы и фильмы, или играть. Выбор таких аксессуаров становится шире, а цена доступнее. Производители продолжают делать качество устройств выше, а также увеличивать их автономность и функциональность. В

М.Видео и Эльдорадо покупателям доступно более 500 TWS-наушников, которые одинаково удобно можно приобрести в ближайшем магазине или с быстрой доставкой на дом. Ряд аксессуаров находится в ценовом диапазоне до 1 000 рублей».

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.

По состоянию на 30 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

Пресс-служба:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru