

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: продажи крупной домашней техники выросли на четверть

14 сентября 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает сохранение высоких темпов роста российского рынка крупной бытовой техники для кухни и дома. За первые шесть месяцев 2021 года продажи холодильников, стиральных машин и другой крупной бытовой техники выросли на 23% и составили 6,7 миллиона штук. В денежном выражении продажи увеличились на 32%, до более чем 155 млрд рублей. В среднем каждая третья единица крупной техники для дома и кухни, в том числе встраиваемая, была приобретена в М.Видео или Эльдорадо, в верхних ценовых диапазонах – каждая вторая.

Самыми востребованным у россиян по количеству проданных единиц стали стиральные машины – 1,8 млн штук и холодильники – 1,6 млн штук, в общей сложности на эти товары пришлось порядка половины объёма штучных продаж. В число пяти наиболее востребованных категорий также вошли встраиваемые варочные поверхности, вытяжки и встраиваемые духовые шкафы. Наиболее крупным сегментом по выручке остаются холодильники – продажи около 49 млрд рублей. В топ-5 также входят стиральные машины, и встраиваемая техника – варочные поверхности, духовые шкафы и посудомоечные машины.

Именно встраиваемая техника для кухни демонстрирует наиболее высокие темпы продаж по сравнению с прошлым годом: варочные панели (+27% в деньгах), посудомоечные машины (+25%), духовые шкафы (+23%), холодильники (+23%). Потребители экономят пространство на кухне не только за счёт «встройки», вырос также спрос на однодверные холодильники и морозильные камеры, увеличивается популярность и узких духовых шкафов.

На российском рынке сохраняется тренд на рост покупок в среднем и верхнем ценовых сегментах, на которые пришлось порядка 52% продаж в денежном выражении. Потребители чаще инвестируют в технологичные решения, которые будут работать стабильно и останутся актуальны в ближайшие годы (средний срок работы крупной бытовой техники составляет 7-8 лет), сделают жизнь комфортнее и «впишутся» в интерьер.

Так, на российском рынке холодильников модели от двух метров занимают уже порядка 30% штучных продаж. Более чем на 35% вырос спрос на многодверные модели, а также Side-by-Side. Растёт популярность модульных интерьерных холодильников. Массовую популярность получают посудомойки – их продажи выросли за последние три года в 1,5 раза (пользователи все чаще выбирают модели с третьим уровнем загрузки – секцией для столовых приборов). В варочных панелях увеличивается спрос на индукцию, более востребованной становится функция расширения зоны нагрева конфорок. Духовые шкафы все чаще выбирают с функцией приготовления с паром и приготовления по предустановленным рецептам.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Во время пандемии COVID-19 россияне стали чаще обновлять домашнюю технику и обустраивать быт. Активный рост продолжают относительно новые для российского рынка категории, например, посудомоечные машины, которые примерно есть только в каждом пятом домохозяйстве. Другими факторами, влияющими на увеличение популярности такой техники, можно назвать развитие рынка жилой недвижимости и рост ипотечного кредитования, а также

перераспределение расходов. В М.Видео и Эльдорадо мы предлагаем покупателям широкий выбор техники как от ведущих брендов, так и собственных торговых марок Novex и Hi. Клиентам доступны персональные сидки и предложения как онлайн, так и в рознице, они могут познакомиться с продукцией виртуально или протестировать в магазинах, наши специалисты помогают с выбором как на месте, так и при помощи видеоконсультаций. Покупку из любой точки мы оперативно и бережно доставляем до дома, помогаем с установкой, а старую технику, при необходимости забираем на переработку».

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