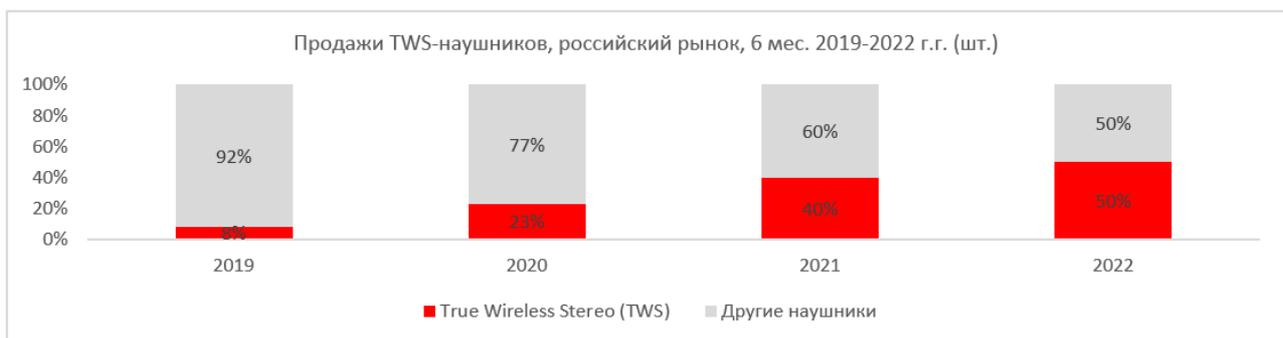


Аналитика М.Видео-Эльдорадо: беспроводные TWS впервые заняли половину российского рынка наушников

13 июля 2022 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 беспроводных наушников за первые шесть месяцев 2022 года. Спрос на такие аксессуары увеличился к прошлому году на 10%, до порядка 5,7 млн штук, что составило около 60% от общего количества проданных наушников (против 52% годом ранее), при снижении среднего чека на 13%, до 3,8 тыс. рублей. Доля полностью беспроводных True Wireless Stereo (TWS) наушников-вкладышей приблизилась к половине от всего объёма рынка. В штучных продажах М.Видео-Эльдорадо bluetooth-наушники заняли 70%, только TWS – порядка 60%.

Беспроводные наушники продолжают завоёвывать популярность за счёт форм-фактора внутриканальных TWS-моделей, выбор которых становятся шире, в том числе в нижнем и среднем ценовом диапазоне, при этом растёт качество, автономность и функциональность устройств. По итогам января-июня 2022 года почти каждая вторая приобретённая россиянами пара среди всех видов наушников – оказались TWS.



Спрос на аксессуары с беспроводным соединением усилился во втором квартале, их продажи увеличились на 25% в штуках, до более чем 2,8 млн штук. Как и в среднем по году, большинство продаж пришлось на TWS-модели, средний чек на которые к аналогичному периоду прошлого года снизился почти на 15%, до 3,4 тыс. рублей.

Наиболее популярным производителем в TWS-сегменте оказался Xiaomi, опередивший JBL и Apple. Стали чаще обращать внимание и на другие китайские компании для выстраивания экосистемы из разных устройств одного бренда (Honor, Huawei, realme, и др.). В общей сложности на них пришлось порядка 27% штучных продаж. Производители предлагают качественные устройства по привлекательным ценам, в М.Видео-Эльдорадо их продукция регулярно участвует в промоакциях и специальных предложениях, например, аксессуар в подарок при покупке смартфона. Более востребованными стали и доступные устройства (до 2 тыс. рублей) от менее известных брендов, которые знакомят покупателей с новым форм-фактором и делают категорию более массово доступной.

Руководитель бизнес-юнита «Развлечения и гаджеты» Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Сухоруков:

«Развитие сегмента полностью беспроводных внутриканальных наушников продолжает способствовать росту спроса на категорию. Они надёжны, дают качественный звук, а главное удобны для разных задач, будь то общение, занятия спортом, просмотр видео или гейминг. Производством таких аксессуаров занимается все больше брендов, что позволяет покупателям получить шире выбор в зависимости от запросов и бюджета. В М.Видео-Эльдорадо мы предлагаем более 500 TWS-наушников в разных сегментах, как с гарантией бренда, так и собственной, в том числе через собственный маркетплейс электроники, при этом цены на основной ассортимент находятся на уровне начала года или даже ниже».

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 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. По состоянию на 31 марта 2022 года Группа объединяет 605 магазинов под брендом М.Видео, 664 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 375 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 157 тыс. м кв.

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