

Опрос М.Видео-Эльдорадо: 86% россиян готовы покупать новые бренды бытовой техники и электроники

28 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), выяснила в ходе опроса, что почти 86% россиян готовы покупать новые или малоизвестные бренды электроники. Большинство покупателей, это порядка 83%, убеждены, что производители из Китая, Турции, России и стран СНГ смогут конкурировать с продукцией ряда известных брендов. По итогам первых шести месяцев 2022 года ряд производителей из этих регионов уже смогли увеличить свои штучные продажи до 2-3 раз, а некоторые компании вошли в число лидеров в востребованных категориях, каких как холодильники, смартфоны, стиральные машины, ноутбуки.

По результатам проведённого опроса* 83% опрошенных россиян считают, что китайские, турецкие производители, а также бренды из России и стран СНГ могут заменить уже привычные бренды – полностью (15%), по большинству товаров (37%) или частично (31%). Практически половина (48%) опрошенных россиян готова пробовать новые бренды при условии более выгодной цены, а 12% – если нет уже известного аналога. Более четверти опрошенных открыта новому без каких-либо предварительных условий.



При этом большая часть россиян (57%) скорее или полностью доверяют экспертизе крупных ритейлеров, которые продают и демонстрируют продукцию новых брендов. Покупать технику новых марок или знакомиться с ней россияне планируют в первую очередь в розничных магазинах, где устройства можно не только оценить вживую, но и получить консультацию (65%). Около 40% опрошенных при выборе планируют воспользуются онлайн-витриной.

В целом при выборе техники российские потребители наибольшее внимание уделяют цене (80% опрошенных) и техническим характеристикам (65%). Бренд играет второстепенное значение (33%), на отзывы и обзоры в первую очередь обращает только 29% опрошенных. На качество сборки обращает внимание 22% опрошенных россиян, внешний вид – 13%.

По оценке М.Видео-Эльдорадо, на российском рынке бытовой техники и электроники в первом полугодии 2022 года ряд относительно новых и только набирающих всеобщую популярность брендов смогли нарастить свои продажи и укрепить рыночные позиции. В смартфонах, где лидером стал Xiaomi, третью строчку занял бренд realme, увеличился спрос и на бренды POCO и Tecno, которые заняли

шестую и седьмую позицию. В ноутбуках на китайские бренды пришлось порядка 30% продаж, среди них наиболее высокую динамику продемонстрировали Honor и Huawei, занявшие пятую и шестую строчки соответственно.

Китайских Haier вышел в лидеры по штучным продажам холодильников, занимая третье место годом ранее. В стиральных машинах поднялся на второе место после четвертой позиции в прошлом году. Значительно улучшил позиции в стиральных и посудомоечных машинах, а также других категориях техники для дома, турецкий Beko. В различных типах плит среди российских компаний наиболее высокую динамику продемонстрировал бренд Darina. Белорусский «Атлант» укрепился на четвертом месте в холодильниках, а «Витязь» усилил позиции в телевизорах. В М.Видео и Эльдорадо более чем вдвое вырос спрос на бытовую технику под собственными торговыми марками Hi и Novex.

Текущая ситуация на рынке открывает возможности для новых производителей техники в нижнем и среднем ценовом диапазоне, например, М.Видео-Эльдорадо договорилась о стратегическом партнёрстве с компанией Artel, крупнейшим в Центральной Азии производителем бытовой техники под собственным брендом и популярных торговых марок, таких как Samsung, Shivaki, Viessmann и др. Узбекская компания Artel при поддержке М.Видео-Эльдорадо планирует вывести на российский рынок основной модельный ряд надёжной бытовой техники с характеристиками известных брендов по конкурентным ценам.

**онлайн-опрос М.Видео-Эльдорадо (анкетирование), 2 000 респондентов, возраст: 18-54, РФ, период: июль '22.*

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:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22