

Домоцентричность, комфорт и персонализация – основные потребительские тренды российского рынка техники и электроники в 2021 году

12 января 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала предпочтения покупателей электроники в 2021 году и выделила ключевые потребительские тренды на российском рынке. Наиболее активный рост год к году показали смартфоны, товары домашнего потребления, развлечений и «удалённого» образа жизни, что связано с пандемией, а также инновационные категории, например, «умный дом», которые растут быстрее среднерыночных темпов. В большинстве товарных категорий максимальный спрос россияне показали в ценовых сегментах выше среднего – потребители предпочитают инвестировать в более дорогую и производительную технику. Порядка 55% оборота рынка электроники приходится на традиционные продажи и около 45% - на онлайн, это соотношение осталось практически на уровне прошлого года.

В десятке самых популярных брендов у россиян – Apple, Samsung, LG, Redmi, HP, Bosch, Mi, Asus, Haier, Lenovo.

Мобильная экосистема

Смартфоны играют все более важную роль в жизни потребителей и становятся незаменимыми. Это главный инструмент для общения, покупок, развлечений и других ежедневных процессов. Растущая частота использования влияет и на предпочтения россиян при покупке смартфона - они выбирают устройства на перспективу. По итогам 2021 года продажи категории увеличились более чем на 25% в деньгах и достигли порядка 720 млрд рублей. Наиболее высокую динамику показали смартфоны от 50 000 рублей – продажи выросли год к году примерно на 70% в штуках. При этом впервые за 10 лет позитивную динамику в количественном выражении продемонстрировали кнопочные телефоны (+4%, до 6,8 млн шт.) за счет интереса у трудовых мигрантов, пожилых и детей, популярности в качестве замены стационарного телефона и пользователей, переживающих за сохранность данных.

Вокруг смартфона активно растёт спрос на беспроводные наушники, доля которых впервые превысила половину. Больше трети от общего объёма заняли True Wireless модели (спрос вырос примерно на 80% в штуках). Ещё большую актуальность в пандемию получили носимые устройства (рост около 12% в штуках и 38% в деньгах), которые помогают осознанно заниматься спортом, следить за сном и здоровьем. Наибольшая позитивная динамика у функциональных смарт-часов. Примерно в 1,5 раза выросли продажи сетевых и беспроводных зарядных устройств на фоне возросшей частоты использования смартфонов и упрощения комплектации производителями устройств.

Домоцентричность

На фоне пандемии потребители продолжают активно инвестировать в домашний комфорт. Крупная бытовая техника (холодильники, стиральные машины, варочные поверхности, вытяжки, духовые шкафы и др., включая встраиваемые модели) может показать рост порядка 15% к 2020 году. В малой бытовой технике для дома и кухни заметно выше среднерыночных темпов по итогам прошлого года в количественном выражении росли: роботы-пылесосы (x2), вертикальные пылесосы (x1,5), кофемашины (+20%), блендеры (+17%), микроволновые печи, утюги и электрочайники (порядка 15%). Популярнее также стали некоторые товары для красоты: более 30% прибавили мужские товары для бритья и стрижки, фены (+25%), приборы для укладки для волос (+20%). Остаётся актуальной экосистема «домашнего офиса», где наиболее высокую штучную динамику в 2021 году продемонстрировали мощные и производительные игровые ноутбуки (рост более чем на треть), моноблоки и сетевое оборудование прибавили около 10%, востребованным остаётся ряд товаров в периферии и средствах печати.

Инвестиции в технологии и комфорт

В сегменте ТВ продолжают проникать модели Smart TV (занимают уже более 70% в штучных продажах) и разрешением от 4K (доля более 40%) для качественного потребления контента. В продажах потребительской электроники продолжается поляризация и усиливается тренд на выбор товаров из среднего и выше среднего ценовых сегментов, на которые приходится больше половины спроса в денежном выражении, например, в ноутбуках, планшетах, крупной бытовой технике и пр. Такая техника проработает и будет актуальна дольше, при этом их функции или повышенная производительность сделают жизнь проще, комфортнее, а пользователя эффективнее.

Инновационные товары

Высокие темпы продаж продолжают сохранять относительно новые категории товаров. Например, в М.Видео-Эльдорадо почти втрое выросли продажи товаров для «умного дома», чему способствует расширение ассортимента, растущая доступность товаров и увеличение россиянами инвестиций в обустройстве квартир и домов, в том числе в технику, которая упростит их повседневные задачи. Одним из драйверов категории также являются «умные колонки» с голосовым помощником, которые используют для управления элементами «умного дома» и видами техники, подключаемой к интернету – от чайников и пылесосов, до стиральных машин и холодильников. В М.Видео-Эльдорадо спрос на них вырос в 2,5 раза. Высокие темпы роста также демонстрируют, например, электротранспорт, посудомоечные машины, проигрыватели винила, фотоаппараты моментальной печати.

Массовую популярность и большую востребованность получают премиальные технологии и функции, которые становятся совершеннее и доступнее. Растёт спрос на модульные интерьерные холодильники, холодильники side-by-side, сегмент утюгов растёт за счёт парогенераторов и паровых решений, в духовых шкафах увеличивается популярность функции приготовления с паром и приготовления по предустановленным рецептам, растут стиральные машины с сушкой и товары для готовки с технологией су-вид.

Персонализированный опыт и цены

Потребители ожидают высокого уровня персонализации. М.Видео выстраивает долгосрочные отношения с покупателями, для этого бренд внедрил ряд сервисов, основанных на анализе данных и машинном обучении, включая индивидуальные ценовые предложения и персонализированные товарные рекомендации.

Во всех каналах взаимодействия с клиентом – сайт, мобильное приложение продавца и клиента, работают рекомендательные сервисы, которые помогают сделать лучший выбор среди популярных устройств и новинок, а также подобрать альтернативы, аксессуары и сопутствующие товары. Товарные рекомендации приносят до 20% оборота мобильного приложения и инициируют четверть всех покупок. Каждый третий пользователь приложения взаимодействует с товарами, предложенными «умными» алгоритмами. Компания также внедрила в онлайн-платформу предложение персональной цены. Авторизованный на сайте, в приложении или через смартфон продавца пользователь на раннем этапе увидит свою гарантированную скидку на основе прошлых покупок и доступных бонусов.

За 9 месяцев 2021 года установки мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо превысили 21 миллион, увеличившись в 4,3 раза к прошлому году. Консультанты через своё приложение могут авторизовать покупателя и получить доступ к профилю, корзине, истории покупок, бонусам и персональным предложениям, а после общения с клиентом сформировать заказ и выслать ссылку на онлайн-оплату.

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 сентября 2021 года Группа объединяет 563 магазина под брендом М.Видео, 615 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 081 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