

Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: россияне отказались от проводов

22.01.2020 12:00

22 января 2020 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала спрос на беспроводные девайсы – смартфоны с возможностью беспроводной зарядки, беспроводные наушники, колонки, зарядные и носимые устройства, продажи которых достигли 240 миллиардов рублей по итогам 2019 года. Двухзначную динамику продемонстрировали беспроводные зарядные устройства и портативная акустика, вдвое вырос спрос на носимые девайсы. 34% денежного объема рынка смартфонов заняли модели с возможностью беспроводной зарядки.

Продажи смартфонов с поддержкой беспроводной зарядки (стандарт Qi) в 2019 году штуках увеличились на 30%, а доля таких устройств достигла в натуральном выражении 10% (около 3 миллионов штук) и немногим более трети рынка в деньгах (порядка 170 миллиардов рублей). В продажах сети «М.Видео» смартфоны, поддерживающие беспроводную зарядку, заняли более 20% в штуках, что вдвое выше рыночных показателей. В денежном выражении на такие модели приходится чуть более 50%. Режим беспроводной зарядки поддерживают большинство актуальных флагманов и несколько моделей прошлых лет от наиболее популярных брендов: Apple, Samsung, Huawei, Xiaomi, Sony, ZTE, Nokia, LG, и др. Средняя стоимость смартфонов с интегрированной беспроводной зарядкой составляет около 57 тыс. р. Самыми продаваемыми моделями 2019 года с зарядкой Qi стали iPhone XR/X, iPhone 8/8 Plus, iPhone 11, Samsung Galaxy S10/S10 Plus/S10e и Huawei P30 Pro. Функция становится всё более востребованной, поскольку позволяет не зависеть от проводов и разъемов, однако скорость зарядки при помощи аксессуара ниже, чем при проводном подключении к сети.

«Беспроводные устройства очевидно удобней проводных, что способствует их популярности – наушники не путаются в кармане, зарядки не теряются и не изнашиваются. Распространение технологий позволяет снизить их стоимость на этапе производства, и они из флагманских моделей кочуют в масс-маркет», — отмечает руководитель департамента «Мобильная техника» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Владимир Чайка.

Спрос на беспроводные зарядные устройства увеличился год-к-году на 20% в натуральном выражении и 12% в денежном (до 750 миллионов рублей). Аксессуары компактны, защищены от перегрева и доступны – средняя стоимость составляет около 3 тыс. р. Они совместимы не только со

смартфонами, но также смарт-часами и наушниками, поддерживающими стандарт Qi (некоторые модели позволяют заряжать два девайса одновременно). Ежегодно ассортимент зарядных устройств расширяется, а наиболее популярными производителями 2019 года стали Samsung, Rivercase, Belkin, InterStep, Deppa, Xiaomi, Huawei, Rombica и др.

С беспроводным соединением в России продается уже 30% наушников (около 6,3 млн пар), в деньгах доля достигла порядка 75% рынка (более 27 миллиардов рублей). В Группе «М.Видео-Эльдорадо» спрос на наушники в штуках рос быстрее рынка и в штуках прибавил 11%, в денежном выражении увеличился схожими темпами с рынком. Сегмент наушников за 2019 год увеличился в количественном выражении на 8% и в денежном на 55% благодаря растущей популярности моделей с подключением к источнику звука через bluetooth, преимущественно автономных True Wireless и аксессуаров для комфортного занятия спортом. Полностью беспроводные наушники TWS стали популярнее вчетверо, они становятся доступнее благодаря расширению ассортимента. На развитие bluetooth-сегмента влияет частичный отказ производителей смартфонов от стандартных разъемов для наушников.

На 20% в штучном выражении и 22% в денежном до 1,8 миллионов устройств и 8,3 миллиардов рублей увеличился спрос на компактную беспроводную портативную акустику. Средний чек вырос на 2% до 4,7 тыс. руб. Колонки привлекают покупателей мобильностью, простотой управления, доступной ценой, большим временем автономной работы и высоким качеством воспроизводимого звука. Увеличению популярности категории способствует распространение смартфонов и музыкальных стриминговых сервисов, а также интеграция производителями дополнительного функционала: голосовых помощников, цветомузыки, ударопрочности и влагоустойчивости. Лидерство как на рынке, так и в Группе «М.Видео-Эльдорадо» продолжает удерживать бренд JBL.

Массовую популярность среди российских пользователей приобретают носимые устройства, спрос на них в 2019 году увеличился вдвое в штуках до 5 миллионов устройств и почти на 90% в денежном эквиваленте до более чем 32 миллиардов рублей. В Группе «М.Видео-Эльдорадо» спрос на категорию вырос более чем в 2,5 раза. В связке со смартфоном аксессуары мотивируют чаще двигаться, помогают отслеживать показатели, связанные с активностью и здоровьем, следить за уведомлениями и совершать бесконтактные платежи. Девайсы становятся доступнее и получают дополнительные функции, а с расширением ассортимента наиболее высокую динамику показывают узкие сегменты устройств, например, часы с GPS и кнопкой SOS для детей, спортивные и дизайнерские смарт-часы. Смарт-часы в денежном объеме продаж категории занимают более 60%.

Тренд на отсутствие проводов распространяется на другие категории, так продажи роботов-пылесосов выросли на 85%, вертикальных пылесосов на треть.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru