

Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: россияне обратили внимание на аксессуары и технику без проводов

13.01.2020 12:00

13 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 в 2019 году. Учитывая растущую частоту использования цифровых аксессуаров и новые сценарии, российские потребители стали чаще выбирать более удобные в пользовании и хранении автономные модели. 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. Тренд на отсутствие проводов распространяется на другие категории, так продажи роботов-пылесосов выросли на 85%, вертикальных пылесосов на треть.

Продажи смартфонов с поддержкой беспроводной зарядки (стандарт Qi) в 2019 году увеличились на 30%, а доля таких устройств достигла в натуральном выражении 10% и трети рынка в денежном. 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 58 тыс. р. Самыми продаваемыми моделями 2019 года с электромагнитной 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.

Спрос на беспроводные зарядные устройства год-к-году увеличился на 15%. 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). Для пополнения ёмкости аккумулятора необходимо расположить смартфон или другой мобильный девайс на поверхность сетевого зарядного устройства. Расстояние между ними должно быть не более 4 см. Ежегодно ассортимент зарядных устройств расширяется, а

наиболее популярными производителями 2019 года стали Samsung, Rivercase, Belkin, InterStep, Deppa, Xiaomi, Huawei, Rombica и др.

Сегмент наушников за 2019 год прибавил 8% в штуках и 55% в деньгах благодаря растущей популярности моделей с подключением к источнику звука через bluetooth, преимущественно автономных True Wireless и аксессуаров для комфортного занятия спортом. С беспроводным соединением в России продаётся уже каждая четвертая пара наушников. 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. В Группе «М.Видео-Эльдорадо» спрос на наушники в штуках рос почти вдвое рынка и прибавил 15%, в денежном выражении увеличился схожими темпами с рынком.

Почти на четверть увеличился спрос на компактную беспроводную портативную акустику. Основными драйверами рынка являются повышение качества воспроизводимого звука, доступная цена, распространение смартфонов и музыкальных стриминговых сервисов. Помимо качественного звука производители интегрируют в свои девайсы дополнительный функционал: голосовой помощник, цветомузыку, ударопрочность и влагоустойчивость. 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 почти вдвое, в Группе «М.Видео-Эльдорадо» - более чем в 2,5 раза. В связке со смартфоном аксессуары мотивируют чаще двигаться, помогают отслеживать показатели, связанные с активностью и здоровьем, позволяют отслеживать уведомления и совершать бесконтактные платежи, а также выполняют имиджевую роль. 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%.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru