

М.Видео-Эльдорадо: россияне потратили на средства для красоты более 30 млрд рублей в I полугодии 2025 года

4 августа 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок персональной техники для ухода за внешним видом. В первом полугодии 2025 года россияне приобрели свыше 9,3 млн устройств для укладки волос, ухода за одеждой и поддержания аккуратного образа. Суммарные траты на эти категории превысили 30 млрд рублей, что говорит о росте интереса к персональному уходу и стремлению выглядеть аккуратно и опрятно в любой ситуации.

Современные потребители все чаще стремятся выглядеть опрятно — дома, на видеозвонках или в офисе. Вместо редких салонных визитов россияне формируют собственные ритуалы ухода, включая домашнюю укладку и разглаживание одежды перед выходом. Это отражается в структуре спроса на технику, которая сочетает функциональность и заботу о внешнем виде.

Стайлеры для волос стали самой быстрорастущей категорией. В январе-июне было продано 3,5 млн устройств, выручка составила 11,2 млрд. Наиболее популярны мультистайлеры, щипцы-щеточки и выпрямители с интеллектуальной терморегуляцией и защитой волос. Лидеры по количеству продаж — Luni, King Professional и Rowenta, по выручке — Rowenta, Dyson и Luni.

Фены остаются одной из наиболее массовых категорий: за полугодие было реализовано 2,24 млн устройств на сумму 6,1 млрд рублей. В приоритете — легкие и компактные модели с функцией бережной сушки и ионизации. Самыми востребованными по количеству стали бренды Polaris, Rowenta и Dreame, по выручке — Rowenta, Polaris и Dreame.

Всего россияне купили 1,2 млн отпаривателей, а выручка составила 4,19 млрд рублей. Устройства используют дома и берут с собой в поездки как удобную альтернативу глажке. В числе лидеров в количественном выражении — Polaris, Kitfort и Tefal, по выручке — Tefal, Philips и Kitfort.

Утюги остаются базовым устройством ухода за одеждой: за полугодие продано 2,4 млн штук на сумму 10 млрд рублей. Востребованы модели с автоотключением и вертикальным отпариванием. В топ-3 по количеству вошли Polaris, Tefal и Braun, в денежном выражении лидируют Tefal, Philips и Braun.

Руководитель департамента МБТ Компании М.Видео-Эльдорадо Николай Семенов:

«Россияне все чаще переносят привычные салонные процедуры в домашнюю рутину. Укладка, уход за одеждой, подготовка к деловым встречам или вечерним выходам — все это становится частью повседневного стиля. Такой подход помогает чувствовать себя уверенно в любой ситуации и экономить время. Поэтому покупатели все чаще выбирают надежные, удобные и многофункциональные устройства, с помощью которых можно быстро привести себя и одежду в порядок дома, в поездке или даже в офисе. Мы видим стабильный спрос как на доступные модели для ежедневного использования, так и на продвинутые решения с бережными технологиями ухода — и продолжаем развивать ассортимент с учетом этих потребностей».

Ссылка на фотографии:

[https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%B0%20\(%D1%84%D0%B5%D0%BD%2C%20%D0%B1%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%2C%20%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%B0\)](https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%B0%20(%D1%84%D0%B5%D0%BD%2C%20%D0%B1%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%2C%20%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%B0))

О Компании

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. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1 млрд контактов в год.

Компания М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru