

М.Видео-Эльдорадо отмечает рост продаж наушников и гарнитур на рынке РФ на 17% в 2024 году

12 марта 2025 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает о том, что продажи наушников и гарнитур на рынке РФ выросли на 17% в денежном выражении в 2024 году по сравнению с 2023 годом. Всего россияне купили 30,3 млн устройств на общую сумму 73 млрд рублей.

Руководитель департамента «Телеком и Гаджеты» Группы М.Видео-Эльдорадо Екатерина Иксанова:

«Рынок наушников и гарнитур стабильно развивается за счет перехода потребителей на беспроводные модели и выбора устройств с расширенной функциональностью. Сегодня россияне все чаще приобретают наушники как элемент экосистемы брендов, уделяя большое внимание качеству звучания, комфорту и дизайну. Мы видим увеличение доли премиального сегмента, чему способствуют выгодные предложения от производителей и постепенное изменение потребительских предпочтений в сторону более технологичных и удобных решений».

В денежном выражении лидерами рынка являются Apple, JBL, безымянные производители (Unbranded), Huawei и Samsung. Продажи наушников Apple традиционно высоки благодаря стабильному спросу на AirPods, который поддерживается популярностью экосистемы бренда и высоким качеством звука. JBL увеличивает долю за счет широкой линейки беспроводных решений и репутации бренда, сочетающего качество звука с умеренной ценой. Безымянные производители активно развиваются за счет массового спроса на бюджетные наушники. Huawei и Samsung демонстрируют уверенный рост благодаря продвижению TWS-наушников с улучшенной автономностью, высоким качеством звука и удобством интеграции с собственными экосистемами устройств.

В количественном выражении на рынке по-прежнему лидируют безымянные производители (Unbranded), HOCO, JBL, собственные торговые марки ритейлеров (CTM) и Redmi. Безымянные бренды сохраняют лидерство благодаря широкой доступности недорогих моделей и стабильному спросу массовой аудитории. HOCO уверенно удерживает долю рынка за счет сочетания низкой цены и приемлемого качества в бюджетном сегменте. JBL привлекает покупателей, которые ориентируются на узнаваемость бренда и высокие потребительские характеристики моделей в среднем сегменте. Собственные торговые марки ритейлеров развиваются за счет привлекательной цены, высокого качества и растущей лояльности потребителей к товарам под собственными брендами магазинов. Redmi сохраняет стабильные продажи благодаря доступной цене, молодежному позиционированию и интеграции в экосистему Xiaomi.

Ссылка на фотографии:

<https://www.mvideoeldorado.ru/ru/photobank/magaziny-mvideo#gallery-100>

О Группе

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. В периметр Группы 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 1,2 млрд контактов в год.

Группа 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