

М.Видео: за девять месяцев 2026 года продажи малой бытовой техники в России выросли на 17,6%, крупной — на 7,1%

19 октября 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала динамику российского рынка бытовой техники за девять месяцев 2026 года. По данным исследовательской компании ICMR («АйСиЭмАр»), за отчётный период, охватывающий 39 недель, продажи крупной бытовой техники выросли на 7,1% в натуральном выражении и на 0,2% в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В сегменте малой бытовой техники рост составил 17,6% в штуках и 12,9% в деньгах.

В обоих сегментах продажи в штуках росли быстрее денежного оборота. Расчётная средняя стоимость проданного устройства снизилась примерно на 6,4% в крупной бытовой технике и на 4% в малой. Такая динамика отражает изменение структуры спроса: покупатели чаще выбирают доступные модели, внимательнее сравнивают характеристики и оценивают практическую пользу техники.

На маркетплейсе М.Видео продажи также демонстрируют положительную динамику. За девять месяцев 2026 года оборот в категории крупной бытовой техники вырос на 103% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а в сегменте малой бытовой техники — на 218%.

Руководитель Департамента «Крупная бытовая техника» М.Видео Михаил Просвирнин:

«Рынок бытовой техники развивается на фоне стремления покупателей к рациональному потреблению при сохранении интереса к новым функциональным возможностям. Потребители ищут устройства, которые помогают решать повседневные задачи эффективнее и укладываться в запланированный бюджет. Поэтому спрос поддерживают как доступные модели с базовым набором функций, так и многофункциональные решения, объединяющие возможности нескольких приборов».

В сегменте крупной бытовой техники среди категорий с наиболее заметным ростом спроса — морозильники, сушильные машины и холодильники. Эти устройства остаются востребованными как при замене вышедшей из строя техники, так и при обустройстве нового жилья. При этом покупатели обращают внимание на решения, которые помогают сделать домашние дела удобнее. Например, стирально-сушильные машины позволяют совместить стирку и сушку в одном устройстве, что особенно актуально для квартир, где нет возможности установить отдельную сушильную машину.

Малая бытовая техника демонстрирует более высокие темпы роста, чем крупная, как в натуральном, так и в денежном выражении. Среди заметных направлений спроса — вертикальные моющие пылесосы и аэрогрили. Первые привлекают возможностью совмещать сухую и влажную уборку, сокращая время на поддержание чистоты дома. Аэрогрили позволяют быстро готовить разнообразные блюда, занимают относительно мало места и дают возможность использовать минимум масла.

О Компании

«М.Видео» — мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 54 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

М.ВИДЕО

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 640 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 82 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru