

М.Видео-Эльдорадо назвала самые продаваемые товары ко Дню защитника Отечества

21 февраля 2025 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж в преддверии Дня защитника Отечества и выяснила, какие подарки покупают россияне к празднику. Также бренд-медиа М.Видео-Эльдорадо М.Клик провело опрос и смогло узнать, что хотят мужчины в качестве подарка на 23 февраля.

Одним из лидеров продаж стали планшетные компьютеры, спрос на которые вырос на 153,4% по сравнению с прошлым годом. Такой подарок особенно актуален для тех, кто ценит мобильность и продуктивность. Планшеты используются для работы, учебы, видеозвонков, чтения книг и даже игр, поэтому неудивительно, что их все чаще выбирают в качестве презента на 23 февраля.

Не менее популярным выбором стали умные колонки, рост продаж которых составил 64,4% год к году. Эти компактные устройства позволяют слушать музыку, управлять умным домом и получать актуальную информацию с помощью голосовых команд. Такой подарок придется по душе каждому, кто хочет сделать свой дом немного технологичнее и комфортнее.

Особенно впечатляющий рост продемонстрировали комплектующие для компьютеров, спрос на которые увеличился на 750% по сравнению с прошлым годом. Сегодня многие мужчины предпочитают самостоятельно модернизировать свои ПК, улучшая их характеристики для работы, творчества или видеоигр. Россиянки, выбирая такие подарки, явно учитывают интересы своих мужчин, ведь качественное «железо» — это всегда желанная вещь для тех, кто разбирается в технологиях.

Еще одной популярной категорией стали смарт-часы и фитнес-браслеты, продажи которых выросли на 31,2% год к году. Эти устройства помогают следить за здоровьем, отслеживать физическую активность и даже анализировать качество сна. Для современных мужчин, ведущих активный образ жизни, такой гаджет — идеальный подарок.

Наушники Samsung также вошли в число популярных покупок — их продажи выросли по сравнению с прошлым годом на 188,2%. Беспроводные модели с качественным звуком и активным шумоподавлением стали востребованным аксессуаром, который идеально подходит для работы, спорта и путешествий.

Существенный рост показали и телевизоры. В категории LED-телевизоров с диагональю 32-38 дюймов продажи увеличились на 166,6% по сравнению с прошлым годом, а телевизоры с диагональю 15-30 дюймов выросли на 146,1%. Это подтверждает, что многие россиянки выбирают в подарок гаджеты для домашнего комфорта, позволяя своим мужчинам наслаждаться любимыми фильмами, играми и спортивными трансляциями.

Отдельного внимания заслуживают аксессуары для игровых консолей, которые также продемонстрировали уверенный рост спроса. Геймпады, зарядные станции, VR-аксессуары и док-станции стали отличным выбором для мужчин, увлекающихся видеоиграми. В этом году рост продаж аксессуаров для консолей составил 88,1% год к году, что подтверждает, что игровая индустрия остается одной из самых востребованных сфер развлечений среди мужчин.

Интересно, что предпочтения мужчин во многом совпадают с выбором женщин. Согласно опросу перед 23 февраля, проведенному бренд-медиа М.Видео-Эльдорадо М.Клик, 46,55% респондентов хотели бы получить в подарок технику — наушники, смарт-часы или колонки. Однако в топе желанных подарков также оказались шуруповерт (16,36%), флагманский смартфон (14,55%) и мощный компьютер или игровая консоль (12,73%). Это лишь один раз подтверждает, что мужчины не только ценят современные гаджеты, но и любят практичные вещи, которые можно использовать в повседневной жизни.

Любопытно, что гриль, роботы-пылесосы и умные гаджеты не вошли в список желаемых подарков — их выбрали всего 1,82% опрошенных. Не пользуются популярностью и статусные презенты, вроде дорогих ручек, а подарки-розыгрыши вовсе не в тренде — их предпочли бы получить только 1,72% мужчин.

При этом стоит отметить, что 26,32% мужчин вообще не ждут никаких подарков. Среди тех, кто рассчитывает на презенты, большинство ориентируется на бюджетные варианты: 19,3% опрошенных хотели бы получить подарок стоимостью до 1 000 рублей, 17,54% — до 5 000 рублей, а на подарки стоимостью выше 10 000 рублей надеются всего 10,53%.

Если говорить о самых удачных подарках, то мужчины чаще всего называли деньги, смартфоны, ноутбуки и колонки. Некоторые поделились приятными воспоминаниями из прошлого, вспоминая, как в детстве получали на 23 февраля советские машинки на радиоуправлении или командирские часы. А вот худшими подарками, по их мнению, стали носки, одежда (особенно не по размеру) и отсутствие подарка как такового.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:

«Перед 23 февраля мы традиционно наблюдаем рост спроса на гаджеты, которые могут стать отличным подарком. В этом году россиянки выбирают для своих мужчин не только привычные аксессуары, но и устройства, которые действительно делают жизнь удобнее. Мы рады предложить широкий ассортимент самых востребованных товаров, учитывая актуальные тренды.

Также мы видим, что многие мужчины предпочитают полезные и функциональные подарки, поэтому перед 23 февраля мы создали на сайте специальный раздел с инструментами, чтобы покупателям было проще найти нужную технику. В нем мы постарались собрать самые востребованные модели: от шуруповертов до профессионального электроинструмента».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/mC28rnWsGhEV5w>

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 идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru