

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост продаж товаров российских брендов бытовой техники и электроники до 164% на рынке РФ в 2024 году

24 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 отечественных брендов бытовой техники и электроники в 2024 году на рынке России.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:

«Мы видим устойчивый рост спроса на российские бренды, и этот тренд будет только укрепляться. Потребители все чаще делают выбор в пользу отечественных производителей, отмечая их конкурентоспособность, доступность и высокое качество продукции. Мы, в свою очередь, продолжаем расширять сотрудничество с отечественными брендами, чтобы предлагать нашим клиентам самые современные и надежные решения».

Одним из наиболее заметных трендов стал рост спроса на игровые аксессуары. Продажи отечественных игровых наушников и гарнитур на рынке России увеличились на 143% в денежном и на 164% в количественном выражении. Это связано с продолжающимся развитием игровой индустрии, ростом числа киберспортивных мероприятий и популяризацией стриминга. Российские бренды активно осваивают этот сегмент, предлагая качественные и доступные решения, способные конкурировать с международными аналогами.

Лидерами по продажам в данной категории стали российские бренды Defender, Бюрократ, Evolution и Artplays в денежном выражении, а также Defender, Sven, Бюрократ и Artplays в количественном выражении. Defender и Sven укрепили свои позиции благодаря широкому ассортименту игровых периферийных устройств, включая клавиатуры, мыши и гарнитур. Бюрократ занимает лидирующие позиции в сегменте игровых кресел, предлагая эргономичные решения по доступным ценам, а Artplays и Evolution специализируются на геймпадах, контроллерах и аксессуарах для консолей.

Существенный рост на рынке РФ зафиксирован и в сегменте отечественных устройств хранения данных — на 110% в денежном и на 61% в количественном выражении. Это объясняется растущими потребностями пользователей в надежных и емких носителях информации. Активное развитие облачных технологий, распространение высококачественного цифрового контента, а также потребность в безопасном хранении данных привели к тому, что российские производители начали активно инвестировать в производство подобных устройств.

Среди российских брендов, демонстрирующих наибольший рост в этом сегменте, выделяются Digma, Sunwind, Mirex и Flexis в денежном выражении и Digma, Sunwind, Qumo и Tesla в количественном выражении. Digma и Sunwind активно развивают линейки SSD и внешних накопителей, предлагая доступные и надежные решения. Mirex сохраняет лидерство в производстве флеш-накопителей и карт памяти, а Qumo и Tesla наращивают свою долю рынка, предлагая конкурентоспособные продукты в категории портативных носителей данных.

Стабильно высоким спросом пользуются отечественные мониторы, продажи которых выросли на 110% в денежном и на 57% в количественном выражении. Это связано как с цифровизацией рабочих процессов и распространением удаленной работы, так и с увеличением числа пользователей, занимающихся киберспортом. Российские производители адаптируются к этим трендам, предлагая экраны с высокой частотой обновления, улучшенной цветопередачей и современными технологиями защиты зрения.

Крупнейшими брендами в этом сегменте стали Яндекс, Digma, Sunwind и Delta в денежном выражении, а также Яндекс, Digma, Sunwind и Rombica в количественном выражении. Яндекс укрепляет позиции благодаря интеграции умных технологий в свою продукцию, Digma и Sunwind делают упор на доступные модели с хорошими характеристиками, а Delta и Rombica развивают сегмент офисных и профессиональных мониторов.

Не менее значительный рост на рынке России продемонстрировали кондиционеры отечественных брендов. Спрос на эти устройства увеличился на 76% в денежном и на 63% в количественном

выражении. Это обусловлено как аномально жаркими летними сезонами, так и развитием энергосберегающих технологий. Отечественные производители предлагают устройства, адаптированные к российскому климату, обеспечивая не только охлаждение, но и эффективное обогревание помещений в холодное время года.

Лидерами категории среди российских брендов стали Ballu, Centek, Leran и Royal Clima в денежном выражении, а также Ballu, Centek, Neoline и Leran в количественном выражении. Ballu и Royal Clima укрепили позиции благодаря широкому ассортименту бытовых и полупромышленных моделей, адаптированных к российскому климату. Centek и Leran активно развивают сегмент доступных кондиционеров с расширенным функционалом, а Neoline делает акцент на компактных и мобильных системах охлаждения.

Отечественные фильтры и картриджи для воды продемонстрировали прирост на 57% в денежном и 65% в количественном выражении. Это связано с растущей популярностью технологий домашней фильтрации. Современные потребители становятся более требовательными к качеству воды, стремясь минимизировать содержание примесей и улучшить вкус питьевой воды. Кроме того, на фоне популяризации разумного потребления все больше людей отказывается от бутилированной воды в пользу систем очистки. Лидерами рынка стали Start и Bork, причем Start предлагает доступные решения для городских квартир, а Bork делает ставку на премиальный сегмент с инновационными технологиями глубокой очистки.

Российские акустические системы — как домашние, так и автомобильные — также оказались в числе лидеров роста. Продажи домашних колонок выросли на 40% в денежном и 31% в количественном выражении, а автомобильных — на 34% в денежном и на 30% в количественном выражении. Это связано с увеличением спроса на качественное звучание, доступностью технологий объемного звука и ростом популярности мультимедийных систем. В автомобильном сегменте дополнительным стимулом стала замена импортной акустики на отечественные аналоги.

Лидерами стали Sven, Ginzzu, Denn и Hi, которые продолжают активно развивать свои линейки колонок, предлагая широкий спектр решений — от бюджетных моделей до продвинутых аудиосистем с современными технологиями.

Не менее значительный рост демонстрирует рынок отечественных посудомоечных машин. Продажи увеличились на 24% в денежном и на 21% в количественном выражении. Этот тренд обусловлен стремлением потребителей экономить время и воду, а также растущей доступностью данной техники. Лидерами категории стали Weissgauff, Leran, Monsher и Бирюса. Weissgauff занимает лидирующие позиции за счет широкого ассортимента и оптимального соотношения цены и качества. Leran и Monsher предлагают инновационные решения, включая компактные модели и встроенные системы, а Бирюса активно расширяет линейку посудомоечных машин, укрепляя позиции среди российских брендов бытовой техники.

По итогам года наибольший рост в денежном выражении показали отечественные бренды Яндекс, Polaris, Weissgauff, Gefest, Leran, Sber, Redmond и IRU. Эти компании успешно увеличили долю рынка за счет предложения качественных и технологичных решений в своих категориях. Яндекс и Sber усилили позиции в сфере умных устройств и мультимедиа, Polaris и Weissgauff показали значительный рост благодаря расширению ассортимента бытовой техники, а Gefest и Leran укрепили сегмент крупной кухонной техники. Sber активно развивал экосистемные устройства, а Redmond продолжил тренд на умную бытовую технику.

В количественном выражении лидерами стали Яндекс, Polaris, Defender, Cactus, Redmond, Scarlett, Kitfort, Centek и TFN. Defender и Cactus продемонстрировали рост в сегменте компьютерных аксессуаров, что объясняется увеличением спроса на периферию для работы и игр. Scarlett, Kitfort и Centek активно расширяли ассортимент бюджетной бытовой техники, предлагая доступные решения для кухни и дома. TFN благодаря привлекательному соотношению цены и качества стал одним из наиболее быстрорастущих брендов в сфере электроники.

Ссылка на фотографии:

https://www.mvideoeldorado.ru/fileadmin/user_upload/photobank/mvideo_store/051.jpg

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