

## **М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост спроса на мелкую бытовую технику на 15,5% в 2024 году**

24 апреля 2025 года

**М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок мелкой бытовой техники в России в 2024 году. По его итогам спрос на МБТ вырос в количественном выражении на 8% и достиг 78,5 млн единиц, а в денежном выражении увеличился на 15,5% и составил 244 млрд рублей. Средняя стоимость одного устройства составила 3,1 тысячи рублей — на 8% выше, чем в 2023.

**Руководитель департамента «Мелкая бытовая техника» Компании М.Видео-Эльдорадо Ольга Акулинина:**

«Мелкая бытовая техника — одна из самых динамичных и жизненных категорий. Люди покупают такую технику не из прихоти, а по необходимости: чтобы упростить быт, сэкономить время и повысить комфорт дома. Мы видим, что спрос сохраняется на стабильном уровне, а покупатели все чаще делают выбор в пользу надежных понятных устройств по разумной цене. Важную роль продолжает играть привычный формат офлайн-магазинов, таких как М.Видео-Эльдорадо — здесь можно посмотреть товар вживую, получить консультацию и сразу забрать покупку. Классическая модель торговли в категории МБТ остается особенно востребованной.

С учетом стабильного спроса, сильных позиций офлайн-формата и гибкой работы с ассортиментом рынок мелкой бытовой техники сохраняет потенциал для роста в 2025 году. В фокусе останутся компактные, функциональные и доступные решения, соответствующие бытовым нуждам российских потребителей».

В натуральном выражении рынок прибавил 8%: россияне приобрели 78,5 миллиона единиц техники. Рост обеспечили востребованные повседневные категории, доступность базовых решений и расширение ассортимента в привычных торговых форматах. Существенную роль сыграли собственные торговые марки ритейлеров и эксклюзивные линейки, которые заняли 10% от общего количества проданных устройств. Покупатели активно выбирали такую технику за простоту, надежность и выгодную цену. Следом шли товары без бренда с долей 9% — они востребованы прежде всего в регионах и среди покупателей, ориентированных на базовую функциональность. Крупные коммерческие бренды также сохранили стабильные позиции: Polaris занял 5% в натуральном выражении, Redmond — 2%.

В денежном выражении рынок вырос на 15,5%, достигнув 244 миллиардов рублей. Покупатели стали чаще выбирать устройства с расширенными функциями и из более высоких ценовых сегментов, что позволило показать положительную динамику в рублях. СТМ и эксклюзивные бренды также заняли лидирующую позицию — их совокупная доля составила 7% от выручки. Polaris укрепил позиции в среднем ценовом сегменте, заняв 6%. Традиционно высокую выручку принесли бренды, ориентированные на технологии и качество: DeLonghi и Dyson заняли по 5% благодаря стабильному спросу на кофемашины и премиальные решения для дома. Tefal замкнул пятерку с долей 4% благодаря устойчивым продажам в сегментах кухонной техники и ухода за одеждой.

Наибольшую динамику в 2024 году показали три сегмента: техника для приготовления кофе, устройства для ухода за одеждой и персональный уход.

В кофейной категории заметный рост обеспечили кофемашины брендов DeLonghi и Krups, а также модели собственных торговых марок. Особой популярностью пользовались капсульные кофемашины — как компактное и удобное решение для дома и офиса.

В сегменте персонального ухода драйверами стали приборы для укладки волос — в первую очередь фены и стайлеры. Среди брендов выделились Dyson, Carrera, Haier, Dreame и Tuvio, чья техника сочетает высокую эффективность и современные технологии.

Устройства для ухода за одеждой — особенно отпариватели и портативные гладильные системы — продолжили набирать популярность как удобная альтернатива классическим утюгам. Их выбирают за компактность, функциональность и комфорт в использовании дома или в поездках.

**Ссылка на фотографии:**

<https://disk.yandex.ru/i/xiDPk8byRPBapq>

## **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 1,2 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](mailto:pr@mvideo.ru)