

М.Видео-Эльдорадо: спрос на устройства для «умного» дома увеличился до 2,2 раз

13 апреля 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает сохранение интереса к устройствам для «умного» дома. В январе-марте 2023 года продажи смарт-девайсов для обеспечения безопасности и автоматизации бытовых задач выросли в 1,5 раза по сравнению с прошлым годом и более чем вдвое относительно 2021 года. Интерес к колонкам с виртуальными помощниками в качестве «центра» всей экосистемы или самостоятельного девайса увеличился в 2,2 раза и втрое соответственно.

На российском рынке продолжает увеличиваться массовая популярность отдельных элементов и комплексных решений для организации «умного» домашнего пространства. Выбор доступных девайсов с различными форматами удалённого управления расширяется за счёт российских и китайских компаний. По итогам первого квартала в М.Видео-Эльдорадо средний чек снизился на 5% и составил около 1,4 тыс. рублей.

Для установки и использования элементов «умного» дома не требуются специфические знания или дополнительные ремонтные работы. Самыми востребованными смарт-товарами в этом году стали лампочки, розетки, IP-камеры и датчиками управления. Наибольший рост относительно прошлого года продемонстрировали «умные» лампочки (x2,1), системы управления (+22%) и розетки (+20%). В число популярных производителей вошли Aqara, Xiaomi, Яндекс, Sber, Hiper.

Одним из драйверов экосистемы также является рост популярности колонок с виртуальными ассистентами, актуальных широкой аудитории пользователей для разных сценариев использования за счёт подключения к интернету и виртуальных ассистентов, а также возможностей для интеграции в «умный» дом и управления голосом бытовой техникой. Ассортимент аудиодевайсов вариативен и продолжает регулярно расширяться, в том числе в базовом ценовом сегменте. В М.Видео-Эльдорадо штучные продажи в этой категории по итогам января-марта выросли в 2,2 раза. Во многом на спрос повлияли весенние праздники и популярность таких устройств в качестве подарочного ассортимента. Среди производителей лидерство удерживает Яндекс, при этом усиливают свои позиции VK и Sber.

Руководитель бизнес-юнита «Развлечения и гаджеты» Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Сухоруков:

«Система «умного» дома становится уже привычной частью нашей жизни, делает ее рутинные процессы комфортнее, удобнее, помогает не переживать, что дверь осталась не закрытой или дома протечёт кран. Даже такие процессы, как пробуждение с утра, могут стать проще и приятнее. Например, сказав своей колонке «Доброе утро», откроются специальные шторы, включится нужный уровень света, а кофемашина начнёт готовить чашку свежего кофе. Чаще всего девайсами управляют через Wi-Fi, Bluetooth или голосовыми командами, при этом расширяется выбор моделей с поддержкой протокола Zigbee. В общей сложности мы предлагаем более одной тысячи различным «умных» девайсов в разных ценовых сегментах, предоставляем услуги по настройке и установке, а также продолжаем развивать в розничных магазинах демо-зоны, которые помогут узнать больше и лично протестировать систему в действии.

У категории «умного» дома на фоне тренда на цифровизацию всех сфер жизни есть потенциал для дальнейшего развития и роста аудитории. По нашей оценке, за первые три месяца на российском рынке было продано более 500 тыс. таких устройств, объем сегмента только смарт-колонок увеличился до примерно 900 тыс. штук».

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 электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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:
Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.