

## Россияне переходят на новые модели пылесосов: Группа М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост спроса на моющие пылесосы на рынке России на 90% в I полугодии 2024 года

9 сентября 2024 года

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), делится результатами экспертной аналитики рынка пылесосов в России в I полугодии 2024 года: всего за указанный период россияне приобрели 4,7 млн пылесосов на общую сумму 52,1 млрд рублей. Это на 14% больше в штучном и на 31% в денежном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В топ-5 брендов входят Dreame, Xiaomi, Samsung, Tefal и Polaris.

Самый быстрорастущий и перспективный сегмент рынка являются моющие пылесосы. По сравнению с первым полугодием 2023 года рост этого сегмента составил 65% в штучном и 90% в денежном выражении. Моющие пылесосы активно заменяют традиционные цилиндрические модели. В топ-3 популярных производителей моющих пылесосов в денежном выражении входят такие компании как Karcher (23%), Dreame (20%) и Thomas (16%).

Также в этом году повышенным спросом у потребителей пользуются роботы-пылесосы и ручные пылесосы. Доля каждой категории в денежном выражении составляет треть (33%) всего рынка. При этом в штучном выражении доля ручных пылесосов составляет 40%, а роботов – 18%. Средняя цена на робот-пылесос составляет 21 тыс. рублей, а на ручные модели – 9 тыс. рублей.

В категории роботов-пылесосов первое и второе место делят между собой компании Dreame и Xiaomi. Каждая занимает около 27% рынка в денежном выражении. Третье место занимает бренд Roborock. Китайские производители активно конкурируют друг с другом, что приводит к появлению на рынке обширного ассортимента технологичных моделей по доступным ценам.

Большой рост показывает категория ручных пылесосов. В первом полугодии 2024 года этот сегмент вырос на 40% в денежном и на 9% в штучном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По сравнению с 2023 годом китайские бренды постепенно увеличивают свою долю по сравнению с европейскими брендами.

**Руководитель департамента «Крупная Бытовая Техника» Группы М.Видео-Эльдорадо Михаил Посвирнин:**

«Общий рост спроса на пылесосы связан сразу с несколькими факторами. Во-первых, появились модели роботов-пылесосов с искусственным интеллектом, которые лучше ориентируются в пространстве, способны избегать препятствий и адаптироваться к разным полам в помещении. Во-вторых, современные модели автоматически возвращаются на базу для очистки пылесборника. База может сама опустошать пылесборник и хранить мусор в большом контейнере, что делает уборку практически полностью автоматизированной. Также большой популярностью пользуются устройства с удаленным управлением с помощью смартфона. Диджитализация категории приводит к активному обновлению моделей среди пользователей».

### 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](mailto:pr@mvideo.ru)