

М.Видео: россияне продолжают готовиться к путешествиям с наступлением осени

18 сентября 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи товаров категории Fashion с января по начало сентября 2026 года. В августе россияне активно покупали рюкзаки и очки, средний чек на чемоданы достиг максимального значения с начала года, а первые продажи сентября показывают, что интерес к товарам для путешествий сохраняется и после окончания календарного лета.

Руководитель направления Fashion Компании М.Видео Екатерина Лезгинцева:

«Мы видим, что привычная сезонность товаров для путешествий постепенно меняется. Лето остается ключевым периодом, однако высокий интерес покупателей сохраняется и в конце августа, и с наступлением осени. При этом меняется сама структура спроса: покупатели чаще выбирают более дорогие чемоданы и рюкзаки, которые подходят не только для отпуска, но и для деловых поездок, учебы и повседневного использования. Для нас это важный показатель того, что традиционно летние товары становятся полноценной круглогодичной категорией, а спрос все меньше ограничивается трехмесячным отпускным сезоном».

Пик спроса пришелся на второй квартал. Совокупные продажи чемоданов, рюкзаков, очков и аксессуаров в апреле-июне выросли относительно первого квартала примерно на 87% в денежном выражении и на 45% в штуках. Основными факторами стали подготовка к летнему сезону путешествий и традиционный рост интереса к сезонным товарам.

Особенно заметная динамика наблюдалась в категории чемоданов. Во втором квартале продажи относительно января-марта увеличились примерно в 2,3 раза в денежном выражении и в 2,5 раза в штуках. Наибольшая покупательская активность пришлась на май-июнь — на эти два месяца пришлось около 46% оборота категории с начала года.

При этом высокий интерес к чемоданам сохранился и к концу лета. В августе средний чек достиг максимального значения с начала года и составил 6 344 рубля — примерно на 57% больше, чем в мае, и на 19% выше июльского показателя. В начале сентября средний чек остается высоким и составляет 4 858 рублей. Такая динамика совпадает с периодом подготовки к осенним поездкам и интересом покупателей к более дорогим и вместительным моделям.

Выраженную сезонность демонстрируют очки и аксессуары. Во втором квартале их продажи относительно первого квартала увеличились почти в 3,8 раза в денежном выражении, а количество заказов — примерно в 4,7 раза. Основной рост пришелся на начало лета: в июне относительно мая количество заказов увеличилось почти в три раза, а оборот — более чем в 2,5 раза.

Высокий интерес к очкам сохранялся на протяжении всего лета. В июле количество заказов достигло максимального значения с начала года, а в августе продажи в денежном выражении оказались еще примерно на 2% выше июльских. В результате на три летних месяца пришлось более 65% оборота категории с начала года.

Особенно заметно в конце лета вырос спрос на рюкзаки. Август стал максимальным месяцем для категории с начала года: относительно июля количество заказов выросло примерно на 86%, а продажи в денежном выражении — в два раза. Результат августа в деньгах превысил предыдущий максимум,

М.ВИДЕО

зафиксированный в марте, а продажи только за июль и август практически сравнялись с результатом всего второго квартала.

Покупательская активность сохраняется и с началом сентября. Средний чек на рюкзаки в первые дни месяца достиг 5 778 рублей — максимального значения за рассматриваемый период. На показатель в том числе влияет интерес к более дорогим моделям: в ассортименте представлены как городские и повседневные рюкзаки, так и товары более высокого ценового сегмента, включая Piquadro.

Ссылка на фотографии:

[Чемоданы.png](#)

«М.Видео» — мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из почти 54 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкуп и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 640 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 82 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru