М.Видео: россияне приобрели почти 2 млн кофемашин и кофеварок за девять месяцев 2026 года

23 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), проанализировал российский рынок кофемашин и кофеварок за январь — сентябрь 2026 года. По данным аналитической компании ICMR (ex ГФК-Русь), продажи достигли 1,94 млн устройств на сумму 27,1 млрд рублей. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года рынок вырос на 11,3% в натуральном выражении и на 4,2% — в денежном.

За девять месяцев россияне приобрели почти на 198 тыс. кофемашин и кофеварок больше, чем годом ранее. При этом средняя цена проданного устройства снизилась на 6,4% — с 14,9 тыс. до 13,9 тыс. рублей. Количество покупок продолжает расти быстрее денежного оборота: категория расширяется на фоне снижения среднего чека и устойчивого интереса к приготовлению кофе дома.

Николай Семенов, руководитель департамента малой бытовой техники компании «М.Видео»:

> *«Домашний кофе становится привычной частью повседневной жизни. При выборе техники покупатели обращают внимание на удобство приготовления любимых напитков, простоту ухода и возможность настроить вкус под свои предпочтения. Для одних первым шагом становится доступная кофеварка, для других — автоматическая кофемашина, которая позволяет готовить эспрессо, капучино или латте с минимальным участием человека. Разнообразие предложений помогает категории привлекать новую аудиторию. По итогам девяти месяцев россияне приобрели почти на 200 тыс. устройств больше, чем годом ранее, но при этом средний чек снизился».*

В пятерку крупнейших брендов на российском рынке в денежном выражении входят De'Longhi, Philips, Polaris, Krups и Tuvio. Совокупно эти пять производителей обеспечили более половины продаж кофемашин и кофеварок в денежном выражении.

Среди брендов первой пятерки наиболее высокие темпы роста показали Tuvio и Philips. Продажи Tuvio увеличились на 84,9% в денежном выражении и на 127,7% в натуральном — более чем вдвое по количеству устройств. Продажи Philips выросли на 78,7% в деньгах и на 89,6% в штуках. Таким образом, наряду с сохранением лидерства крупнейшего производителя рынок демонстрирует активное развитие других брендов.

Результаты девяти месяцев продолжают тенденцию, которую М.Видео отмечала по итогам первого полугодия: домашнее приготовление кофе становится доступным для более широкой аудитории, а удобство и разнообразие напитков приобретают все большее значение при выборе техники. На рынке представлены как простые кофеварки для повседневного использования, так и автоматические модели с расширенными настройками и приготовлением молочных напитков.

Ссылка на фотографии: https://disk.360.yandex.ru/d/X_f-ZKc2u8BuNA

О Компании

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 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 выкупу 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