

М.Видео увеличила ассортимент за один месяц на 48% до более 1,5 млн товаров в преддверии больших осенних распродаж

27 октября 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), увеличила ассортимент за один месяц на 48% с более 1 млн SKU в конце сентября до более 1,58 млн SKU к концу октября 2026 года. Расширение предложения в преддверии сезона больших распродаж происходит прежде всего за счёт развития агентской схемы (2P) и маркетплейса (3P), включая трансграничную торговлю.

По состоянию на 27 октября общий ассортимент достиг 1,58 млн наименований. Значительный вклад в его расширение вносит трансграничное направление, которое четыре месяца подряд наращивает ассортимент и показывает двукратные темпы ежемесячного роста количества заказов. Покупатели выбирают из более широкого предложения российских и зарубежных продавцов, а селлеры — последовательно развивают новые товарные категории.

Основу для развития на ближайшие годы М.Видео заложила ещё в 2025 году, перейдя на экономически выгодную для компании агентскую схему поставки товаров и запустив проект по развитию собственного маркетплейса. Эти направления позволяют наращивать ассортимент и привлекать новых партнёров, снижая потребность в финансировании закупок за счёт собственных и заёмных средств.

В условиях высокой ключевой ставки М.Видео в рамках агентской и маркетплейс модели не привлекает новые кредиты на закупку товаров и не несёт связанных с такими закупками расходов на факторинг, страховые лимиты и банковские гарантии. Снижение финансовой нагрузки повышает маржинальность бизнеса и создаёт условия для дальнейшего расширения предложения.

Развитие ассортимента сопровождается стартом сезонных акций. М.Видео одной из первых открыла сезон больших осенних распродаж, запустив кампанию 11.11 ещё до начала ноября. Уже сейчас на сайте представлены предложения со скидками до 80% на отдельные товары. Распродажа охватывает электронику, бытовую технику, одежду, товары для дома, красоты и другие категории маркетплейса.

Директор по развитию маркетплейса М.Видео Карен Ашрафян:

«Мы расширяем ассортимент, чтобы покупатели могли находить в М.Видео всё больше товаров для разных повседневных задач — от техники до одежды и товаров для дома. Агентская модель и развитие маркетплейса позволяют нам масштабировать предложение, одновременно повышая экономическую эффективность бизнеса.

Покупателям не обязательно ждать ноября: кампания 11.11 уже стартовала, а впереди — „Чёрная пятница“ и предновогодние акции. При этом каждая кампания предполагает свой ассортимент и условия, поэтому откладывать подходящую покупку в расчёте на обязательное снижение цены в ноябре не всегда оправданно. Наша задача — предлагать покупателям выгодные условия на протяжении всего сезона»

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 выкуп и продаже устройств в трейд-ин.

М.ВИДЕО

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