

Россияне стали чаще покупать товары для ремонта: спрос на маркетплейсе М.Видео вырос на 66% с начала года

28 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает о том, что в первом полугодии 2026 года россияне значительно увеличили покупки товаров для ремонта на маркетплейсе М.Видео. С января по июнь оборот категории «Строительство и ремонт» вырос на 66%, а количество проданных товаров — на 20%.

Руководитель направления DIY Компании М.Видео Александр Кузнецов:

«Мы видим устойчивый рост интереса покупателей к товарам для ремонта. Если раньше маркетплейсы чаще использовались для покупки отдельных инструментов, то сегодня пользователи все чаще формируют комплексные заказы, включающие электроинструменты, аксессуары, расходные материалы и ручные инструменты. Наиболее высокий спрос традиционно приходится на весенние месяцы, когда начинается сезон ремонта квартир, домов и дачной недвижимости. При этом широкий ассортимент и предложения разных продавцов позволяют покупателям подобрать все необходимое в одном месте — от базовых инструментов до специализированного оборудования».

Спрос на товары для ремонта последовательно увеличивался на протяжении всего первого полугодия. Уже в феврале продажи категории были примерно на 30% выше, чем в январе, в марте рост достиг 53%, в апреле — 66%. Пик спроса пришелся на май, когда продажи превысили январский уровень примерно на 86%. В июне после завершения наиболее активной фазы ремонтного сезона спрос традиционно скорректировался, однако остался на 66% выше, чем в начале года.

Основным драйвером роста стали товары для выполнения ремонтных работ. Наиболее заметную динамику продемонстрировали аксессуары для электроинструментов, продажи которых выросли на 113%. Более чем в два раза увеличился спрос на сварочное оборудование и аксессуары (+104%). Высокими темпами также росли продажи электроинструментов (+73%), монтажных ручных инструментов (+57%) и наборов ручных инструментов (+34%).

Дополнительный вклад в развитие категории внесли расходные материалы и специализированные товары для ремонта. Покупатели все чаще приобретают расходные материалы для электроинструмента, строительный крепеж, строительную химию и малярный инструмент, формируя комплексные заказы для выполнения ремонтных работ. Это подтверждает, что маркетплейсы становятся одним из ключевых каналов покупки товаров для ремонта благодаря широкому ассортименту и возможности приобрести все необходимое в одном месте.

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/i/tzWyN6RnhgUyAw>

М.ВИДЕО

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 900 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 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru