

М.Видео: продажи малой бытовой техники в России выросли на 14% в первом полугодии 2026 года

28 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала российский рынок малой бытовой техники по итогам первого полугодия 2026 года. Продажи МБТ в России достигли 39,3 млн устройств, увеличившись на 14,3% по сравнению с 34,4 млн устройств за аналогичный период прошлого года. В денежном выражении объем рынка вырос на 4% — со 159,8 млрд до 166,2 млрд рублей.

Руководитель департамента МБТ Компании М.Видео Николай Семенов:

«В первом полугодии спрос на малую бытовую технику заметно вырос: объем продаж превысил 39 млн устройств, что на 14% выше показателей прошлого года, при этом денежный оборот увеличился лишь на 4%. Данная диспропорция обусловлена снижением средней стоимости покупки и трансформацией спроса. Потребители стали более избирательны: они тщательнее анализируют цены, активнее сравнивают предложения и отдают предпочтение функциональным товарам в бюджетном и среднем ценовых сегментах.

Современный покупатель легко меняет бренды, фокусируясь на оптимальном балансе цены, технических характеристик и практической пользы. Высокая конкуренция и широкий ассортимент позволяют обновлять технику или покупать дополнительные устройства без существенного роста затрат. Рациональный подход к бюджету остается приоритетом, несмотря на сохраняющийся рост рынка в натуральном выражении».

Самую высокую динамику в натуральном выражении среди отдельных категорий продемонстрировала электрическая отопительная техника, продажи которой выросли на 51,4%. Продажи электрических мясорубок увеличились на 46,2%, электробритв — на 29%, машинок для стрижки — на 26,5%. Среди крупнейших категорий рынка продажи пылесосов выросли на 16,5%, кофемашин — на 14,8%, утюгов — на 12,3%, электрических чайников и нагревательных приборов — на 10,8%.

В денежном выражении динамика оказалась более сдержанной. Продажи электрической отопительной техники выросли на 34,2%, электробритв — на 18,8%, машинок для стрижки — на 10,3%. Оборот кофемашин увеличился на 4,4%, пылесосов — на 4,2%, стайлеров для волос — на 2,6%.

Разница между динамикой натуральных и денежных продаж прослеживается сразу в нескольких категориях. Например, продажи электрических мясорубок выросли на 46,2% в штуках, при этом в денежном выражении категория сократилась на 3,2%. Продажи утюгов увеличились на 12,3% в натуральном выражении при практически неизменном обороте, а электрических чайников и нагревательных приборов — на 10,8% в штуках при снижении продаж в деньгах на 1,1%. В целом по рынку расчетная средняя стоимость одного проданного устройства снизилась примерно на 9% — с 4,65 тыс. до 4,23 тыс. рублей.

При этом отдельные категории показали отрицательную динамику. Продажи отпаривателей сократились на 18,1% в натуральном и на 19,6% в денежном выражении. Продажи электрических соковыжималок и прессов снизились на 5% в штуках и на 12,7% в рублях.

Крупнейшей категорией российского рынка МБТ в денежном выражении остаются пылесосы. По итогам первого полугодия 2026 года на них пришлось около 37% оборота рынка и 16% всех проданных устройств. Кофемашины сформировали около 11% рынка в деньгах. В натуральном выражении одной

М.ВИДЕО

из крупнейших категорий также остаются электрические чайники и нагревательные приборы с долей около 14%.

Таким образом, по итогам первого полугодия 2026 года российский рынок МБТ характеризуется опережающим ростом количества проданных устройств относительно денежного оборота. На фоне высокой конкуренции производителей и широкого ассортимента спрос смещается в сторону более доступных предложений, что поддерживает продажи в натуральном выражении и одновременно приводит к снижению средней стоимости приобретаемой техники.

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/d/ZZGGuSUX9T5S9q>

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 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 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