

Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: рынок носимой электроники за четыре года вырос почти в девять раз

21 июля 2020 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, подвела итоги развития рынка носимых устройств за первое полугодие 2020 года. Всего в январе-июне россияне приобрели около 2,2 миллиона умных часов и трекеров на сумму порядка 14,4 миллиарда рублей, что на 21% выше в денежном и натуральном выражении по сравнению с тем же периодом прошлого года. За последние пять лет спрос на носимые устройства вырос почти в девять раз и превысил продажи планшетов. Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» растут быстрее среднерыночных темпов и за шесть месяцев 2020 года увеличились на 25% в штуках и на 30% в деньгах.

«Носимые девайсы набирают массовую популярность и остаются одним из наиболее перспективных сегментов в цифровой технике – за последние пять лет денежный объём категории увеличился в 8,5 раз – до 14,4 с 1,7 миллиарда рублей. По итогам шести месяцев этого года рынок носимых устройств стал больше, например, чем спрос на планшеты, продажи которых за январь-июнь составили 14 миллиардов рублей. С появлением новых технологий мы видим более выраженное сегментирование – расширяется ассортимент смарт-часов для отслеживания безопасности детей, моделей для любителей спорта, дизайнерских и других гибридных часов. Умные браслеты и часы в связке со смартфоном помогут следить за здоровьем, отслеживать ежедневную активность и лучше спать, а также могут выступать стильным дополнением к повседневному образу», — **отметил руководитель департамента «Гаджеты и инновации» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Вадим Ерёмин.**

65% рынка носимой электроники в натуральном выражении в первом полугодии заняли фитнес-трекеры. Самым популярным сегментом остаются фитнес-трекеры. «Умные» браслеты продолжают увеличивать долю в категории носимых устройств, чему способствует небольшая средняя цена около 2 тыс. рублей и широкий набор функций, все более схожих со смарт-часами. Производители улучшают качество измерений показателей физической активности (пульс, шаги, дистанция, калории, фазы сна), в большинстве моделей доступны уведомления о звонках и содержание SMS, стандартом становится защита от влаги и пыли, расширяется ассортимент девайсов с NFC-модулем для бесконтактной оплаты товаров и услуг. Изменяются и сенсорные дисплеи – браслеты все чаще получают яркие AMOLED и OLED экраны с размером около 1 дюйма (~2,5 см). Лидером сегмента остаётся бренд Xiaomi, а самой продаваемой моделью в России - Xiaomi Mi Band 4. В число лидеров также вошли Honor и Jet.

В смарт-часах популярность набирают гибридные fashion-часы и спортивные модели Сегмент смарт-часов занимает порядка 25% в штучных продажах категории и 65% от денежного объема рынка. Большую часть продаж составляют модели, оснащены некоторыми возможностями смартфона – позволяют отвечать на звонки и сообщения, а также бесконтактно оплачивать покупки. Средняя стоимость таких смарт-часов составляет порядка 24 тыс. рублей. Самыми продаваемыми часами первого полугодия в России стали Apple Watch Series 5 (44mm Space Grey Aluminium). Активно растут, но остаются небольшими сегментами, гибридные часы (модели с механическими стрелками и «умными» функциями), а также часы для любителей спорта. Наиболее популярными брендами смарт-часов стали Apple, Samsung и Garmin. В гибридных аксессуарах популярность набирают fashion-бренды: Michael Kors, Fossil, Diesel, Emporio Armani, Skagen и др.

Детские смарт-часы набирают популярность и становятся доступнее

Смарт-часы с GPS и кнопкой SOS предназначены для детей и отслеживания их безопасности родителями. По итогам шести месяцев 2020 года они заняли 10% категории в количественном выражении. Средний чек снизился на 7% до 2,5 тыс. рублей. В такие аксессуары установлен

датчик для определения местоположения, шагомер, микрофон для звонков и отправки сообщений, а также аудиомониторинга обстановки вокруг ребенка. В случае возникновения опасности ребенок может нажать кнопку SOS, родители получают уведомление на свой смартфон. Среди наиболее популярных брендов оказались Jet, Elari и «Кнопка жизни». Значительно нарастили продажи Geozon и Digma, вошедшие также в топ-5 производителей.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 марта 2020 года Группа объединяет 514 магазинов под брендом М.Видео, 504 магазинов под брендом Эльдорадо и 20 магазинов m_mobile в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 451 тыс. м кв., общая площадь – 1 987 тыс. м кв. на 31 марта 2020 года.

Группа «САФМАР» основана одним из крупнейших предпринимателей России Михаилом Гучериевым. Промышленно-финансовая группа «САФМАР» — российский многоотраслевой конгломерат. В его структуру входят компании нефтедобывающей, нефтеперерабатывающей, угольной, калийной промышленности, финансовые активы, сети ритейла, строительные и девелоперские холдинги, компании по управлению коммерческой недвижимости, логистические центры, отели, медийные ресурсы: радиостанции и телеканалы.