

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: в России резко вырос спрос на фильмы на DVD/Blu-Ray и виниловые проигрыватели

11 июля 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), зафиксировала во втором квартале текущего года рост продаж в 2-3 раза аудио- и видеоконтента на физических носителях – дисков в форматах DVD и Blu-Ray и подписок на отечественные онлайн-кинотеатры, также на четверть увеличился интерес к проигрывателям винила. Всплеск интереса обусловлен снижением числа стриминговых сервисов, стремлением россиян разнообразить свой досуг в условиях тренда на домашнее видеопотребление и возрождением моды на ретро. Такие ностальгические хобби позволяют получить новый эмоциональный и тактильный опыт, насладиться процессом прослушивания, просмотра и коллекционирования.

По итогам первых шести месяцев 2022 года в М.Видео-Эльдорадо штучные продажи DVD и Blu-Ray дисков выросли почти вдвое в годовом сопоставлении, во втором квартале динамика ускорилась – интерес к физическим изданиям вырос уже в три раза. Лицензионная библиотека позволяет киноманам в любой момент получить удовольствие от любимых или новых фильмов в высоком качестве вне зависимости от доступа в интернет или других технических нюансов. Среди наиболее популярных жанров: комедии, приключенческие боевики и мультфильмы. Самыми продаваемыми фильмами стали ремейк супершоу 90-х годов – «Спасатели Малибу» в режиссёрской версии с бонусным двадцатиминутным дополнением, мультфильмы «Гадкий я 3» и «Миньоны», «Мумия» (2017) и «Форсаж 8».

При этом возрос спрос и на цифровой контент, который доступен как на мобильных устройствах, так и телевизорах – в этом году на российском рынке ТВ доля моделей со Smart TV превысила 75%, с разрешением 4K – 45%. Интерес к онлайн-кинотеатрам за полгода увеличился на 27%, тогда как во втором квартале продажи подписок выросли в 2,3 раза. Наибольшей популярностью пользовались пакеты на срок от 1 до 3 месяцев. Среди наиболее популярных кинотеатров: «Кинопоиск» (в составе Яндекс Плюс), ivi, Premier и Okko. Подписки доступны как в виде цифрового кода, так и частично на физических карточках в магазинах. До половины их стоимости можно оплатить бонусами по программам лояльности М.Видео и Эльдорадо.

Выбор меломанов

Более чем на четверть выросла популярность проигрывателей для воспроизведения «тёплого» аналогового звука относительно второго квартала прошлого года и в 2,2 раза по сравнению с тем же периодом 2020 года, чему способствовал широкий выбор моделей, в том числе относительно недорогих из массового сегмента (7-15 тыс. рублей) – средний чек снизился на 18%. Самая популярная модель – Ritmix LP-160B. Каждый пятый клиент при покупке воспользовался списанием бонусов. Аудионосители выполнены в основном в форм-факторе кейса с крышкой, оснащены либо встроенными динамиками, либо позволяют подключить внешний усилитель или наушники. В среднем на один проданный проигрыватель приходится покупка двух-трёх пластинок. У российских меломанов самыми популярными жанрами оказались рок, классика, поп и джаз. Бестселлеры: Teodor Currentzis:Mahler:Symphony No. 6, «Роджер Уотерс: The Wall», Pink Floyd:Atom Heart Mother, Demons & Wizards:III, Pink Floyd:Best Of Later Years 1987-2019, Iron Maiden:The X Factor.

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. По состоянию на 31 марта 2022 года Группа объединяет 605 магазинов под брендом М.Видео, 664 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 375 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 157 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22