

М.Видео: россияне купили более 1,2 млн устройств для домашних заготовок за полгода

4 сентября 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала российский рынок техники, которая традиционно востребована для приготовления и хранения домашних заготовок. В январе–июне 2026 года россияне приобрели около 1,25 млн морозильников, электрических мясорубок, соковыжималок и прессов. Совокупный объем продаж этих категорий превысил 14 млрд рублей. Наиболее заметную динамику показали морозильники: их продажи увеличились на 19,2% в натуральном выражении.

Руководитель департамента МБТ Компании М.Видео Николай Семенов:

«Сезон домашних заготовок сегодня уже не ограничивается привычной консервацией. Покупатели используют разные способы обработки и хранения продуктов: перерабатывают овощи, фрукты, ягоды и мясо, готовят соки, замораживают свежие продукты. Особенно заметно меняется отношение к заморозке — продажи морозильников за первое полугодие выросли почти на 20%, причем наиболее высокая динамика наблюдалась весной, еще до начала основного сезона сбора урожая.

Одновременно мы видим рост продаж мясорубок и выраженную сезонность в категории соковыжималок, где пик традиционно смещен на вторую половину лета и осень. Важным фактором для рынка остается и стоимость техники: по сравнению с прошлым годом средняя цена покупки снизилась во всех трех категориях, которые мы рассматривали. В результате у покупателей сегодня есть достаточно широкий выбор решений для разных сценариев домашних заготовок и бюджета».

Аналитика показывает, что покупатели одновременно используют разные способы переработки и длительного хранения продуктов. Наиболее крупной из рассматриваемых категорий в денежном выражении остаются морозильники, тогда как по количеству проданных устройств лидируют электрические мясорубки. Соковыжималки, в свою очередь, отличаются наиболее выраженной сезонностью: спрос на них заметно возрастает во второй половине лета и осенью.

Морозильники: продажи выросли почти на 20%

Наиболее высокие темпы роста среди техники для домашних заготовок демонстрируют морозильники. В январе–июне 2026 года в России было продано около 381 тыс. устройств, что на 19,2% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Для сравнения, в первом полугодии 2025 года объем рынка составлял около 320 тыс. устройств.

В денежном выражении продажи морозильников за шесть месяцев достигли 9,24 млрд рублей, увеличившись на 7,7% год к году.

Особенно заметно спрос ускорился весной. В марте продажи морозильников в натуральном выражении выросли на 31,4% относительно марта прошлого года, в апреле — на 28,8%, в мае — на 26,7%. В июне положительная динамика сохранилась: россияне приобрели около 90 тыс. морозильников, что на 9% больше, чем годом ранее.

При этом средняя цена покупки морозильника снизилась. По расчетам на основе объема рынка в натуральном и денежном выражении, в январе–июне 2026 года она составляла около 24,3 тыс. рублей против примерно 26,8 тыс. рублей годом ранее — снижение приблизительно на 9%.

В число наиболее востребованных брендов морозильников в июне вошли «Бирюса», Indesit и Haier.

Мясорубки: более 650 тыс. устройств за полгода

Крупнейшей из рассматриваемых категорий по количеству проданных устройств стали электрические мясорубки. За первые шесть месяцев 2026 года россияне приобрели около 659 тыс. устройств, что на 4,4% больше, чем за аналогичный период прошлого года, когда продажи составляли около 631 тыс. штук.

Положительная динамика наблюдалась в большинстве месяцев первого полугодия. В январе продажи выросли на 7,5% год к году, в феврале — на 8%, в марте — на 2%, а в апреле — на 8,3%. После небольшого снижения в мае на 1,7% рынок в июне вновь вернулся к росту — на 1,1%.

В денежном выражении объем рынка электрических мясорубок за первое полугодие составил около 3,85 млрд рублей, что на 3,2% меньше результата годом ранее.

Средняя цена покупки при этом снизилась примерно на 7% — с порядка 6,3 тыс. рублей в первом полугодии 2025 года до 5,8 тыс. рублей в 2026 году.

Среди наиболее востребованных брендов по итогам первого полугодия оказались Polaris, Moulinex, Redmond и Scarlett.

Меняются и предпочтения покупателей в отношении исполнения техники. Доля мясорубок с корпусом, в котором используется комбинация материалов, выросла с 21% до 25% в натуральном выражении. Одновременно доля моделей с преимущественно пластиковым корпусом сократилась с 65% до 59%. Еще около 16% продаж пришлось на модели с металлическим исполнением.

В денежном выражении структурные изменения выражены еще заметнее: на пластиковые модели по итогам первого полугодия пришлось около 50% рынка против 56% годом ранее, тогда как доля комбинированных решений выросла с 22% до 26%.

Соковыжималки входят в высокий сезон во второй половине лета

В январе–июне 2026 года россияне приобрели около 214 тыс. соковыжималок и электрических прессов. В натуральном выражении рынок сократился на 5% год к году, а его денежный объем составил около 1,01 млрд рублей, снизившись на 12,7%.

Средняя цена покупки также стала ниже: примерно 4,7 тыс. рублей против 5,2 тыс. рублей годом ранее — снижение примерно на 8%.

Основную часть рынка формируют классические соковыжималки. В июне 2026 года на них пришлось 74% всех проданных устройств и 88% денежного объема категории. Цитрус-прессы заняли соответственно 26% рынка в штуках и 12% в деньгах.

Рынок соковыжималок остается значительно более фрагментированным по брендам, чем рынок морозильников или мясорубок. Среди заметных марок представлены Kitfort, Futula, Scarlett, Moulinex, Tuvio, Redmond, Polaris и другие производители.

Техника для заготовок становится доступнее

Общей тенденцией для всех трех рассматриваемых категорий стало снижение средней цены покупки. В морозильниках она уменьшилась примерно на 9%, в электрических мясорубках — на 7%, в соковыжималках и прессах — примерно на 8%.

М.ВИДЕО

Наиболее ярко сочетание ценовой и количественной динамики проявилось в сегменте морозильников: при увеличении количества проданных устройств на 19,2% денежный объем рынка вырос на 7,7%. У мясорубок натуральные продажи увеличились на 4,4%, несмотря на снижение рынка в деньгах на 3,2%.

В общей сложности за первое полугодие россияне приобрели около 1,25 млн устройств трех рассматриваемых категорий. Из них более половины — около 659 тыс. — пришлось на электрические мясорубки, еще 381 тыс. — на морозильники и около 214 тыс. — на соковыжималки и прессы.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/49VHTcgpDK026w>

«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 выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

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 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru