

М.Видео запустила продажи парфюмерии из-за рубежа по модели трансграничной торговли

8 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), продолжает расширять ассортимент собственного маркетплейса и запускает новую категорию — [парфюмерию](#). Покупателям уже доступны более 3 тысяч ароматов почти 300 мировых брендов. Все товары представлены по модели трансграничной торговли, что позволяет значительно расширить выбор оригинальной продукции и предложить покупателям бренды, которые ранее были менее доступны на российском рынке.

Руководитель проекта MGlobal Компании М.Видео Антон Сиземин:

«Мы продолжаем развивать маркетплейс М.Видео как универсальную платформу с широким выбором товаров для разных сценариев покупок. Запуск парфюмерии — логичный шаг в расширении ассортимента категорий красоты и ухода. Благодаря трансграничной модели поставок мы можем предложить покупателям тысячи оригинальных ароматов от сотен мировых брендов — от признанной классики до современных марок, которые сегодня формируют глобальные тренды. Для нас важно, чтобы клиент мог не только купить технику, но и закрыть в М.Видео все больше повседневных и lifestyle-потребностей».

В ассортимент вошли как признанные мировые парфюмерные дома — Giorgio Armani, Hermes, Calvin Klein, Burberry, Lancome, Jean Paul Gaultier, Mugler и другие, так и быстрорастущие международные бренды, включая Armaf и Lattafa. На старте именно Armaf и Lattafa стали крупнейшими брендами по количеству представленных SKU, что отражает растущий интерес покупателей к современным ароматам ближневосточной парфюмерной школы.

Новая категория охватывает женские, мужские и унисекс-ароматы, парфюмерную и туалетную воду, духи и парфюмерные экстракты. Покупателям доступны как классические композиции от известных домов, так и современные линейки, которые набирают популярность благодаря социальным сетям, рекомендациям парфюмерных сообществ и тренду на индивидуальный подбор аромата.

Ассортимент представлен в широком ценовом диапазоне: стоимость ароматов начинается примерно от 1,7 тыс. рублей, при этом средняя цена составляет около 8 тыс. рублей, а медианная — около 6,5 тыс. рублей. Это позволяет подобрать как доступный аромат для ежедневного использования или знакомства с новым брендом, так и премиальную парфюмерию в подарок или для личной коллекции.

Запуск парфюмерии стал очередным этапом развития маркетплейса М.Видео и расширения ассортимента за пределы традиционных категорий электроники и бытовой техники. Компания последовательно увеличивает выбор товаров для покупателей, развивая категории для дома, красоты и ухода, спорта и активного отдыха, детские товары, зоотовары, одежду, обувь, продукты питания и другие направления.

«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 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.

М.ВИДЕО

Пресс-служба: pr@mvideo.ru