# М.Видео: продажи грилей, сэндвичниц и вафельниц в России выросли на 18% в 2025 году

11 марта 2026 года

**ПАО «М.видео»**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок мелкой бытовой техники в категории грилей, сэндвичниц и вафельниц. По итогам 2025 года продажи устройств в России выросли на 18% в количественном выражении и составили около 3,2 млн штук. В денежном выражении объем рынка достиг около 11,9 млрд рублей.

---

Категория остается одной из самых динамичных в сегменте кухонной техники. Основной драйвер спроса — интерес покупателей к компактным устройствам для быстрого приготовления завтраков и домашних перекусов. Грили, сэндвичницы и вафельницы позволяют готовить горячие блюда за несколько минут, что делает их востребованными для использования на повседневной кухне.

Среди наиболее популярных брендов по количеству проданных устройств на российском рынке — Proliss, Kitfort, Tefal, Redmond и Sokany. По объему продаж в денежном выражении лидирующие позиции занимают Tefal, Redmond, Kitfort, Polaris и Proliss.

Структура продаж показывает значительную долю доступных моделей: около 45% устройств продается по цене до 2000 рублей, что делает категорию одной из самых доступных в малой кухонной технике. Еще около 40% рынка приходится на модели стоимостью выше 3000 рублей, где представлены более функциональные устройства, включая контактные грили и модели со сменными панелями.

Большинство устройств отличается простой и компактной конструкцией. Наиболее распространены модели с комбинированным корпусом из металла и пластика — на них приходится около 45% продаж, еще примерно 44% рынка занимают устройства с пластиковым корпусом. Полностью металлические модели составляют около 10% рынка и чаще представлены в среднем и более высоком ценовых сегментах.

При этом дополнительные функции удобства остаются нишевыми. Например, только около 9% устройств оснащены съемными панелями, которые можно мыть в посудомоечной машине. Как правило, такие решения встречаются в более дорогих моделях и ориентированы на пользователей, активно использующих устройства для приготовления различных блюд.

**Руководитель департамента МБТ Компании М.Видео Николай Семенов:**

> *«Категория грилей, сэндвичниц и вафельниц остается одной из наиболее доступных и массовых в сегменте малой кухонной техники. Рост продаж в штуках в 2025 году связан прежде всего с расширением ассортимента бюджетных моделей и повышенным интересом покупателей к компактным устройствам для быстрого приготовления завтраков и перекусов дома. При этом значительная часть спроса приходится на устройства стоимостью до 2000 рублей, что делает категорию максимально доступной для широкой аудитории. Одновременно мы видим устойчивый спрос и на более функциональные модели — контактные грили и устройства со сменными панелями, которые позволяют готовить сразу несколько типов блюд и постепенно формируют отдельный сегмент более универсальной кухонной техники».*

**Ссылка на фотографии:**
https://disk.yandex.ru/d/-pz586hVPTAdEw/0.%20%D0%9F%D0%BE%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BC/%D0%9A%D1%83%D1%85%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D

1%8F%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%9C%D0%91%D0%A2%20%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D0%B8

**О Компании**

**ПАО «М.видео»** – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное 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 более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – 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).

**Пресс-служба: pr@mvideo.ru**