

Россияне стали чаще инвестировать в качественный сон: продажи товаров для спальни выросли более чем в четыре раза

17 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает, что с начала 2026 года россияне стали значительно чаще приобретать товары для комфортного и качественного сна на маркетплейсе М.Видео. В июне продажи категории в натуральном выражении оказались на 328% выше, чем в январе, увеличившись более чем в четыре раза. Оборот за тот же период вырос на 250%, что свидетельствует о растущем интересе покупателей к комплексному обустройству спальни.

Руководитель категории «Мебель» Компании М.Видео Валерия Карадон:

«Мы видим, что покупатели все чаще подходят к выбору товаров для сна комплексно. Если раньше обновление спальни чаще начиналось с покупки новой кровати, то сегодня основным драйвером становятся матрасы, а вместе с ними приобретаются ортопедические подушки, топперы, наматрасники и мебель для спальни. Такой подход говорит о растущем внимании россиян к качеству сна и стремлении создавать дома максимально комфортное пространство для отдыха».

Главным драйвером категории стали матрасы. Во втором квартале их продажи в количественном выражении выросли в 3,3 раза по сравнению с первым. По итогам января-июля на матрасы пришлось 69,4% оборота категории и 73,5% всех проданных товаров для сна.

Второе место занимают кровати, которые формируют 27,5% оборота и 18,3% продаж в количественном выражении. Вместе матрасы и кровати обеспечивают почти 97% оборота категории, подтверждая, что именно обновление спального места остается главным приоритетом покупателей.

Одновременно растет интерес и к товарам, позволяющим сделать сон более комфортным без полной замены мебели. Продажи матрасов-топперов в июне выросли на 175% по сравнению с январем, а их оборот увеличился на 197%. Спрос на ортопедические подушки за этот же период вырос более чем в 16 раз в количественном выражении и более чем в 40 раз в денежном. Положительную динамику также демонстрируют наматрасники, основания для кроватей, туалетные столики, прикроватные тумбы, комоды, шкафы для спальни, банкетки, пуфы и зеркала.

Несмотря на то, что совокупно сопутствующие товары пока формируют чуть более 3% оборота категории, именно они отражают новый потребительский тренд. Покупатели все чаще подходят к обустройству спальни комплексно, сочетая покупку матраса или кровати с аксессуарами и мебелью, которые помогают создать максимально комфортное пространство для отдыха и восстановления.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/e6FAJs33y70efQ>

«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 выкуп 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

М.ВИДЕО

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