

М.Видео: продажи морозильников в 2025 году превысили 1 млн устройств

25 марта 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок морозильников в России по итогам 2025 года. По оценкам Компании, продажи морозильников в России в 2025 году выросли на 5% в количественном выражении, превысив 1 млн устройств. В денежном выражении рынок увеличился на 4% и составил порядка 27 млрд рублей. Динамика в течение года была неравномерной: в первые месяцы, включая февраль-апрель, рынок демонстрировал снижение относительно прошлого года, после чего с июня началось восстановление, которое продолжилось в июле-сентябре и стабилизировалось к концу года.

В количественном выражении лидируют бренды Haier, Biryusa и Indesit, формирующие основной объем продаж на рынке. В денежном выражении на первые позиции выходят Haier, Indesit и Atlant, что отражает более высокий средний чек моделей среднего и верхнего ценового сегмента, а также сильные позиции отдельных брендов в массовом сегменте.

Наибольшим спросом пользуются морозильники базового ценового сегмента — до 18 тыс. рублей, на которые приходится около 30% продаж в штуках по итогам года. Вторым по значимости остается сегмент 21–27 тыс. рублей с долей 24%, тогда как средний ценовой диапазон демонстрирует более сдержанную динамику. При этом сегмент моделей стоимостью выше 33 тыс. рублей занимает около 20% продаж, формируя значительную часть рынка в денежном выражении.

Рынок практически полностью сформирован за счет отдельно стоящих морозильников — на них приходится 98% продаж по итогам года, тогда как встраиваемые решения занимают около 2%. По типу конструкции спрос распределяется практически равномерно: лари занимают около 52% продаж, а вертикальные морозильники — 48%. Лари усиливаются в весенне-летний период, в то время как вертикальные модели демонстрируют более стабильную динамику в течение года.

Дополнительной особенностью категории остается высокая вариативность по объему: доля отдельных литражей не превышает 6%, а более 54% продаж приходится на широкий спектр моделей с различной вместимостью. Наиболее востребованы морозильники объемом порядка 100–200 литров, однако устойчивый спрос сохраняется как на компактные решения, так и на крупные модели для хранения продуктов впрок.

Руководитель департамента КБТ Компании М.Видео Михаил Просвирнин:

«В 2025 году рынок морозильников демонстрирует изменение потребительского поведения: россияне все чаще переходят к стратегии заготовок и длительного хранения продуктов. Морозильник перестает восприниматься как дополнительная техника и становится важным элементом домашней инфраструктуры, позволяющим оптимизировать расходы и планировать покупки на более длительный горизонт. Это напрямую влияет на структуру спроса: растет интерес к доступным и вместительным моделям, а также сохраняется стабильный спрос на решения, обеспечивающие удобство хранения и повседневного использования. В целом категория остается одной из наиболее рациональных — покупатели делают выбор, исходя из конкретных задач, сочетая цену, объем и функциональность».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8>

М.ВИДЕО

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный мультикатегорийный 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 около 1 000 магазинов от Калининградской области до Владивостока, 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