

«М.Видео-Эльдорадо»: самыми популярными беспроводными наушниками в 2020 году у россиян стали Apple AirPods 2-го поколения

29 января 2021 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала развитие российского рынка наушников в 2020 году. Продажи беспроводных моделей увеличились на 45% в штуках и 42% в деньгах, до рекордных 8,5 млн пар и 36 млрд рублей. Их доля в количественном выражении превысила 40%, из них четверть пришлась на True Wireless Stereo наушники. В штучных продажах Группы «М.Видео-Эльдорадо» bluetooth-наушники заняли более 60%. За последние пять лет спрос на наушники с подключением к источнику звука через bluetooth вырос примерно в 20,5 раз.

Беспроводные наушники стремительно заменяют пользователям проводные аксессуары, их актуальность увеличилась особенно во время пандемии за счёт роста потребления аудио- и видеоконтента, в том числе перевода рабочих встреч и обучения в дистанционный формат. Основной точкой роста категории становятся полностью автономные и беспроводные модели (True Wireless Stereo). За 2020 год спрос на такие наушники-вкладыши увеличился в 2,6 раза, а денежный объём от реализации увеличился примерно на 90%. Доля TWS-наушников в штуках превысила четверть, а в деньгах впервые составила половину продаж и достигла 60% российского рынка.

С развитием технологий в полностью беспроводных моделях улучшается качество воспроизводимого звука, увеличивается автономность, массово внедряется система активного шумоподавления, сенсорное управление, появляется быстрый запуск голосового помощника. Средняя цена True Wireless Stereo за последний год снизилась на 24% до 5,7 тыс. рублей.

«Раздельные TWS-наушники обеспечивают более полную свободу передвижения, удобны для занятия спортом и использования в качестве гарнитуры, решают проблему с запутанными проводами и становятся выгодной инвестицией за счёт срока службы 2-3 года. Мы ожидаем, что в новом году проникновение наушников True Wireless Stereo моделей продолжится, а их доля на рынке превысит треть от всех штучных продаж», — **замечает руководитель департамента «Гаджеты и инновации» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Вадим Ерёмин.**

В число трёх самых популярных производителей всех bluetooth-наушников вошли JBL, Xiaomi и Apple. В денежном выражении лидером остаётся компания Apple. В число пяти самых продаваемых беспроводных наушников в России по итогам 2020 года вошли четыре True Wireless модели: Apple AirPods (2-го поколения), Xiaomi Redmi AirDots (TWSEJ04LS), Apple AirPods Pro и Xiaomi Redmi Airdots, пятое место заняли JBL T110BT. Среди всех типов наушников в топ-5 оказались проводные JBL C100SI и JBL T-110, TWS Apple AirPods (2-го поколения) и Xiaomi Redmi AirDots (TWSEJ04LS), а также проводные JBL Tune 210.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
+7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдorado в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.

Группа «САФМАР» основана одним из крупнейших предпринимателей России Михаилом Гуцериным. Промыленно-финансовая группа «САФМАР» — российский многоотраслевой конгломерат. В его структуру входят компании нефтедобывающей, нефтеперерабатывающей, угольной, калийной промышленности, финансовые активы, сети ритейла, строительные и девелоперские холдинги, компании по управлению коммерческой недвижимостью, логистические центры, отели, медийные ресурсы: радиостанции и телеканалы.