**Аналитика М.Видео-Эльдорадо: в 2023 году доля флагманских смартфонов в России сохранилась на уровне 40%**

10 января 2024 года, Москва, Россия

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила развитие российского рынка смартфонов за 12 месяцев 2023 года. Продажи категории в целом по стране за год увеличились на 25%, до более чем 30 млн штук, что сопоставимо с показателями 2021 года. Средний чек за год снизился до 22 тыс. рублей.

По итогам 2023 года доля китайских производителей достигла своего исторического максимума на российском рынке – более 75% в количественном выражении и порядка 50% в денежном. Впервые в тройке наиболее популярных брендов в штучных продажах в РФ оказались китайские компании – Xiaomi, Tecno и realme. Далее следуют Samsung, Infinix и Apple. В денежном выражении удерживает лидерство Apple, в топ-5 также оказались Xiaomi, Samsung, Tecno и Realme.

В ценовых сегментах на российском рынке в штучных продажах до 60% увеличилась доля устройств стоимостью до 15 тыс. рублей, в денежном выражении на них пришлось порядка 25%. В денежном эквиваленте наибольшая доля у смартфонов стоимостью дороже 50 тыс. рублей, которые заняли, как и годом ранее, 40% продаж, а в количественном выражении – 10% рынка. В этом сегменте спрос развивается в девайсах ультрапремиального класса и складных моделях.

**Руководитель департамента «Телеком» М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:**

|  |
| --- |
| «Прошедший год ознаменовался восстановлением российского рынка смартфонов после турбулентного 2022 года. На позитивную динамику повлиял отложенный спрос, расширение присутствия китайскими производителями, появление новинок и сохранение ассортимента ушедших брендов за счёт импортных операций. Мы также видим востребованность различных промомеханик и кредитных продуктов. Повышенным спросом в прошлом году пользовались смартфоны из начального и среднего ценовых сегментов, при этом сохранился интерес к более дорогим, функциональным и статусным устройствам, где расширяется представленность складных смартфонов. В наступившем году можно прогнозировать усиление конкуренции между китайскими брендами, которые расширяют модельный ряд устройств в популярных ценовых сегментах, включая премиальный. Ожидаем стабилизацию позиций Samsung, при этом доля Apple может сохраниться на прежнем уровне с учётом базы лояльных пользователей». |

**Большие дисплеи и популяризация складных смартфонов**

Продолжает увеличиваться средняя диагональ приобретаемых россиянами смартфонов – производители удовлетворяют потребность пользователей в большей полезной области для потребления контента и других повседневных задач. По итогам 2023 года она составила порядка 6,5 дюймов (годом ранее она составляла 6,2 дюйма, в 2019 году – 5,4 дюйма). Запрос на большие дисплеи также отражает активно растущий спрос на складные смартфоны, размер экрана таких девайсов достигает 7,85 дюймов, что сопоставимо с планшетами. В 2023 году спрос на складные смартфоны в М.Видео-Эльдорадо увеличился примерно в 4 раза год к году. Усилению проникновения форм-фактора увеличение ассортимента в обоих типах складных механизмов, демократизация технологий, адаптация софта, рост смотрения видео и специализированных сервисов, вариативность в программах рассрочки.

**Другие тренды**

Камеры в смартфонах для создания фото и видео или общения продолжают эволюционировать, их возможности являются одним из важных критериев при выборе россиянами девайса. Производители совершенствуют качество съёмки, дополняют камеры новыми функциями, увеличивают количество объективов в модулях, развивают также коллаборации, например, с такими технологическими компаниями как Leica, которые выводят камеры на новый уровень. В 2023 году уже порядка 50% приобретённых смартфонов имели одну фронтальную и три или четыре задние камеры, более 35% устройств оснащены одной фронтальной и двумя сенсорами основной камеры. Среднее разрешение фронтальных камер в проданных устройствах достигло порядка 18 Мп, основной модуль камер имеет примерно 45 Мп.

Уже более чем 98% проданных в России смартфонов имеют различные биометрические датчики (95% годом ранее). Доля смартфонов с NFC-чипом в общих штучных продажах на рынке за год увеличилась с 70% до 75%. Из других актуальных рыночных тенденций выделяются более широкое внедрение производителями возможности быстрой зарядки устройств, а также увеличение интереса со стороны потребителей к смартфонам с большим объёмом встроенной памяти.

**О Группе**

**Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео»)** – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.[[1]](#footnote-1)

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинов в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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).

|  |
| --- |
| **Пресс-служба:**  **Андрей Петров** |
| [Andrey.Petrov@mvideo.ru](mailto:Andrey.Petrov@mvideo.ru)  [pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)  Тел.: +7 (916) 684 76 22 |

1. По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России. [↑](#footnote-ref-1)