

М.Видео-Эльдорадо: спрос на складные смартфоны вырос в 4 раза, форм-фактор популярен у жителей мегаполисов среднего возраста

30 ноября 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), совместно с производителем смартфонов OPPO провела опрос*, в рамках которого выяснила основные причины покупки складных смартфонов и на какие характеристики чаще всего обращают внимание потребители при выборе гибких моделей. По итогам 10 месяцев спрос на складные смартфоны в М.Видео-Эльдорадо увеличился вчетверо год к году и в 9 раз по сравнению с тем же периодом 2021 года.

По результатам опроса оказалось, что складными смартфонами чаще всего интересуются россияне в возрасте от 25 до 45 лет. Три четверти потребителей имеют высшее образование, женаты, имеют детей, являются менеджерами среднего звена, специалистами, бизнесменами или предпринимателями. Им интересны новые технологии и уникальный дизайн, которые являются для них ключевыми причинами покупки складного смартфона.

Около 25% респондентов ключевыми привлекательными моментами в складных устройствах назвали «уникальный и креативный внешний вид, позволяющий им выделиться из толпы». 15% ценят в гибких девайсах «удобный опыт работы с меньшим весом, чем у планшета», а 29% – «ожидание качественной камеры». Среди сомнений при покупке и пользовании чаще всего называют «долговечность складного механизма», «эффективность использования в повседневной жизни» и «более толстый корпус телефона, чем у привычных девайсов».

Среди самых важных функций для складных смартфонов пользователи выделили: «время автономной работы», «оперативная память и процессор», «долговечность», «дизайн продукта и экран», «удобство использования ОС», наименее востребованная – «гейминг». Несмотря на то, что возможности для съёмки фото и видео не входят в число наиболее упомянутых особенностей устройств, потребители ожидают, что гибкие модели должны иметь камеры самого высокого качества – так ответили около трети участников опроса.

Коммерческий директор Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Муравьев:

«Складной форм-фактор смартфонов сбалансировал потребность современных пользователей в девайсе комфортного размера, но при этом с большим экраном. За счёт увеличения площади дисплея, появились дополнительные возможности в потреблении контента, развлечениях, работе, общении и других задачах. Мы видим активно растущий интерес к складным устройствам и прогнозируем их дальнейшую массовую популярность. Драйверами становятся расширение выбора в обоих типах складных механизмов, появление новых брендов, демократизация технологий, адаптация софта, а также рост просмотра видео. Мы стремимся сделать инновации доступнее – предлагаем различные варианты рассрочки и способы сэкономить, представляем складные девайсы в розничных магазинах, где с ними удобно познакомиться и протестировать, продолжаем привлекать ключевые мировые новинки. Например, в начале декабря в наших сетях стартуют эксклюзивные продажи складных смартфонов Find N3 Series от OPPO».

В М.Видео-Эльдорадо по итогам января-октября 2023 года штучные продажи складных смартфонов выросли в почти вчетверо по сравнению с прошлым годом и показали позитивную динамику в 9 раз к 2021 году. В сегменте смартфонов на базе Android стоимостью свыше 50 000 рублей на складные

модели приходится уже примерно каждое десятое проданное устройство. Чаще всего такие гибкие девайсы покупают в крупных городах: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Казань. Примерно 60% складных устройств продаётся в форм-факторе Fold, 40% занимают модели Flip. При этом в сегменте Fold примерно три четверти продаж приходится на мужчин, а в категории Flip чаще всего покупки совершают женщины (более 60%).

Фред Фан, генеральный директор компании DS Communication, официального дистрибьютора устройств OPPO в России:

«Растущий спрос на складные смартфоны показывает, что российские покупатели нуждаются в инновационных решениях, предлагающих принципиально новые форматы и способы взаимодействия с ними. Мы рады предложить абсолютно уникальную серию Find N3, которая кардинально отличается от других брендов. Наши новые продукты лидируют как по дизайну, так и по функциям. Я уверен, что Find N3 будет высоко оценен клиентами М.Видео».

*онлайн-опрос М.Видео-Эльдорадо и OPPO (анкетирование), 100 респондентов, заинтересованных в покупке складного смартфона.

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

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

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.