

## М.Видео-Эльдорадо: россияне меняют смартфон раз в три года

2 июля 2025 года

**М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), вместе с бренд-медиа «Эльдоблог» выяснила, как часто россияне меняют смартфоны, какие функции считают важными, сколько готовы потратить, что делают со старыми устройствами и насколько востребованы современные ИИ-технологии. В опросе приняли участие 12 700 человек по всей стране.

**Главный редактор портала «Эльдоблог» Компании М.Видео-Эльдорадо Нина Данилина:**

«Результаты нашего исследования показали, что российские потребители все чаще меняют смартфоны из-за износа аккумулятора и падения производительности. При этом, ключевым фактором при выборе нового гаджета становится проверенный бренд: около 40% участников опроса отдают предпочтение знакомому производителю, что свидетельствует о привычке к знакомому интерфейсу и экосистеме. Наиболее популярным ценовым диапазоном остается бюджет до 30 тысяч рублей. Это указывает на необходимость баланса между инновациями и надежностью для успешной конкуренции на российском рынке смартфонов».

Результаты показали: большинство россиян (68%) меняют смартфоны раз в три года и реже. Причём 43% опрошенных используют один и тот же смартфон более трёх лет, ещё 25% — меняют устройство примерно раз в три года. Лишь 9% обновляют гаджет ежегодно. При этом главными причинами замены стали вовсе не жажда новинок или модные функции, а техническое устаревание и снижение производительности (53%). На втором месте — поломка (23%), на третьем — выход новой модели с улучшенным функционалом (15%). Среди других популярных причин — износ аккумулятора, нехватка памяти и прекращение поддержки со стороны производителя.

Потребительский подход стал более рациональным. Только 15% готовы тратить более 80 000 рублей на новый смартфон. Самая популярная ценовая категория — 20 000–30 000 рублей (23%), за ней следуют 30 000–50 000 рублей (21%) и до 20 000 рублей (20%). Ещё 13% выбрали сегмент от 50 000 до 80 000 рублей, а 8% готовы потратить менее 10 000 рублей.

Перед покупкой пользователи всё чаще изучают информацию. 62% читают обзоры и сравнивают характеристики, 40% остаются верны бренду предыдущего устройства, 35% смотрят видеообзоры, 16% советуются с друзьями, 9% — с консультантами в магазинах. Некоторые ориентируются на цену и эргономику, другие — на камеру или просто выбирают по импульсу.

Лидеры потребительских предпочтений по брендам: Samsung (38%), Apple (32%), Xiaomi, включая Redmi и POCO (31%). Также в топ-5 HONOR (20%) и Huawei (18%). Следом идут realme (14%), Tecno (8%), OPPO (6%) и vivo (6%). Среди других брендов респонденты упоминали Infinix, OnePlus, Sony, Nothing, Google Pixel, IQOO и Nokia.

Операционная система — один из ключевых факторов. Для 68% респондентов ОС важна или крайне важна. При этом даже в условиях безлимитного бюджета 63% выбрали бы Android, 33% — iOS, и лишь 4% — HarmonyOS от Huawei.

Современные ИИ-функции пока воспринимаются сдержанно: в среднем они оцениваются на 3,2 балла по шкале от 1 до 5, то есть как «скорее важны, но не решают». Это говорит о том, что для большинства россиян первичны базовые параметры — надежность, автономность, удобство.

Старые устройства редко выбрасываются. 30% просто хранят их дома, 27% используют как запасной вариант, 22% отдают родственникам или друзьям, 17% — продают, и лишь 4% утилизируют.

Также выяснилось, что 34% россиян используют рассрочку или кредит при покупке смартфона, а 66% предпочитают оплату сразу. При этом 51% опрошенных считают, что смартфон должен служить не менее пяти лет без поломок, 23% рассчитывают на срок до трёх лет, 17% — до восьми или десяти, 7% — «вечно», а 2% — всего один год.

Интересен и еще один результат: 26% пользователей сталкивались с проблемами при ремонте смартфона, остальные 74% — нет.

**Ссылка на фотографии:**

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%84%D0%BE%D0%BD%D1%8B>

**О Компании**

**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 Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1 млрд контактов в год.

Компания М.Видео-Эльдорадо – 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](mailto:pr@mvideo.ru)