

М.Видео: Россияне стали чаще выбирать более дорогие USB-флешки

4 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает, о том, что продажи USB-флешек в России продолжают расти, при этом покупатели все чаще отдают предпочтение моделям среднего и высокого ценовых сегментов. По итогам первого полугодия 2026 года рынок USB-накопителей увеличился на 5,5% в натуральном выражении и сразу на 11,3% в денежном. За шесть месяцев россияне приобрели 4,5 млн. USB-флешек на общую сумму 3 млрд рублей.

Руководитель департамента «Аксессуары» Компании М.Видео Жанна Илюхина:

«USB-флешки остаются одним из самых востребованных и универсальных способов хранения и переноса информации. Мы видим устойчивый рост спроса на модели среднего и высокого ценовых сегментов. Покупатели все чаще выбирают накопители не только для хранения документов, но и для резервного копирования данных, переноса фото и видео, работы с большими файлами и использования с различными устройствами — от компьютеров и смартфонов до телевизоров и автомобильных мультимедийных систем. Именно поэтому все большую популярность приобретают более функциональные и производительные модели, что находит отражение в структуре рынка».

Главной тенденцией рынка стало изменение структуры спроса. Если год назад на USB-флешки стоимостью свыше 500 рублей приходилось 40% продаж в штуках, то к июню 2026 года их доля выросла до 48%. Таким образом, сегодня уже почти каждый второй проданный USB-накопитель относится к этому ценовому сегменту.

Одновременно сокращается доля более доступных моделей. Сегмент флешек стоимостью 250–375 рублей за год уменьшился с 29% до 22%, а доля устройств стоимостью до 250 рублей снизилась с 8% до 7%. При этом сегмент 375–500 рублей сохранил стабильные позиции, удерживая 23% рынка. Именно изменение структуры продаж стало одним из ключевых факторов, благодаря которому денежный объем рынка рос почти в три раза быстрее, чем количество реализованных устройств.

Лидером рынка в количественном выражении остается Smartbuy, занявший 26% продаж USB-флешек. Второе место занимают безбрендовые устройства (Unbranded) с долей 19%, третье — Kingston (13%). В денежном выражении первое место сохраняет Kingston (20%), далее следуют Smartbuy (17%) и Unbranded (16%).

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/3qNSbNSNK2RQMA>

«М.Видео» — мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также 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 900 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 80 млн человек.



Пресс-служба: pr@mvideo.ru