

М.Видео-Эльдорадо: HUAWEI возглавила рынок носимой электроники РФ в денежном выражении в I полугодии 2025 года

21 июля 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), фиксирует смену лидера рынка носимой электроники в РФ по итогам первого полугодия 2025 года. HUAWEI стала лидером рынка в денежном выражении с долей 25%, это оказалось возможным благодаря сочетанию широкой продуктовой линейки, конкурентной цены и востребованного функционала.

Руководитель департамента «Телеком и гаджеты» Компании М.Видео-Эльдорадо Никита Толпыгин:

«HUAWEI впервые опережает конкурентов и выходит в лидеры по выручке на рынке носимой электроники в России. Это результат стратегического фокуса бренда на широту ассортимента, привлекательное соотношение цены и функциональности, а также активное развитие экосистемы устройств. Покупатели все чаще выбирают решения, которые не просто отслеживают шаги, а предлагают полноценный набор для здоровья и связи.

Apple продолжает удерживать высокие позиции за счет лояльной аудитории и интеграции с iOS, в то время как Samsung сохраняет долю благодаря узнаваемости и технологичности. Xiaomi и Redmi стабильно занимают средний ценовой сегмент, предлагая сбалансированные устройства с базовыми возможностями. А большая доля продаж моделей без бренда в количественном выражении отражает спрос на максимально доступные решения, особенно со стороны новых пользователей».

Всего с января по июнь в России было продано около 3,4 млн умных часов и фитнес-браслетов, а общий объем рынка составил 23,5 млрд рублей. Средняя цена устройства увеличилась на 5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила около 7 тыс. рублей. Это отражает смещение спроса в сторону более технологичных моделей, которые позволяют не только отслеживать физическую активность, но и принимать звонки, измерять уровень кислорода в крови, использовать GPS и интегрироваться со смартфоном.

В количественном выражении лидируют устройства без бренда (Unbranded), на долю которых пришлось 37% проданных гаджетов. Они востребованы благодаря доступности и широкой представленности. На втором месте оказалась HUAWEI с долей 18%, за ней следуют Xiaomi (12%), Redmi (8%) и Apple (5%).

В денежном выражении рынок распределился иначе. Лидерами стали HUAWEI и Apple, каждая из которых сформировала по 25% от общей выручки в категории. Далее следуют Samsung и Unbranded-устройства — каждый по 11%, а также Xiaomi с долей 7%.

Ссылка на фотографии:

https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82-%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%8B/2025-05-28_11-02-34_LM.jpg

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