

М.Видео: россияне все чаще выбирают телевизоры с Android TV и отечественными смарт-платформами

21 октября 2025 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает устойчивый интерес покупателей к современным телевизорам с интеллектуальными функциями, крупными диагоналями и широкими возможностями подключения. По итогам первых девяти месяцев 2025 года в России реализовано около 4,7 млн телевизоров на сумму порядка 141 млрд рублей. Средняя цена устройства составила 30,1 тыс. рублей, что на 2% выше уровня прошлого года. В третьем квартале продажи достигли 1,5 млн штук на сумму 44 млрд рублей — клиенты активно выбирают модели среднего и высокого ценовых сегментов с поддержкой 4K и удобными интерфейсами Smart TV.

Лидирующие позиции по объему продаж занимают телевизоры под собственными торговыми марками ритейлеров и эксклюзивные модели, на которые приходится около 21% рынка. Далее следуют HAIER с долей 15%, XIAOMI — 9%, HISENSE — 8% и TCL — 7%. В денежном выражении первое место также принадлежит HAIER, на который приходится 19% продаж, за ним идут Samsung с 12%, HISENSE и Tradebrand-линейки по 11%, а также TCL с 10%. Эти бренды демонстрируют стабильный спрос благодаря широкому ассортименту и сочетанию функциональности, дизайна и оптимальной цены.

Помимо аппаратных характеристик, все большее значение при выборе телевизора приобретает операционная система. По данным за январь-сентябрь 2025 года, почти половина реализованных устройств — 45% — работают на Android/Google TV, что на пять процентных пунктов выше прошлогоднего уровня. Доля YaOS выросла до 16%, VIDAA занимает 8%, Samsung Tizen — 5%, LG webOS — 5%, а российская операционная система Салют ТВ удерживает 7%. Расширение присутствия отечественных платформ связано с развитием локальных экосистем, интеграцией голосовых ассистентов и сервисов видеоконтента.

Покупательские предпочтения смещаются в сторону телевизоров с большими диагоналями. По данным на август 2025 года, самыми популярными остаются модели с диагональю 32 дюйма, которые занимают около 27% продаж в штуках. Однако динамично растет доля более крупных форматов: телевизоры 43 дюйма составляют 22,6% рынка, а модели 55 дюймов — уже 15%. Устройства с диагональю 50 дюймов занимают 12%, а 65-дюймовые решения — около 7% продаж. Все больше покупателей предпочитают телевизоры с большим экраном, обеспечивающие эффект присутствия и комфортный просмотр контента в высоком разрешении, особенно в семьях и для гостиных пространств.

Руководитель департамента «Кино и Звук» Компании М.Видео Иван Баратынский:

«Телевизор сегодня становится центром цифровой жизни дома — через него пользователи не только смотрят фильмы, но и общаются, слушают музыку, играют, управляют другими устройствами. Мы видим, что растет интерес к смарт-моделям с современными операционными системами, большим экраном и качественной картинкой. При этом все больше покупателей обращают внимание на локальные решения, где привычные сервисы, голосовое управление и доступ к контенту максимально адаптированы под российского пользователя».

Ссылки на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%A2%D0%92>

М.ВИДЕО

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное 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 более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – 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