

М.Видео-Эльдорадо: средняя цена на ноутбуки в РФ снизилась на 8% в I половине 2025 года

28 июля 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок ноутбуков в РФ по итогам первого полугодия 2025 года. Средняя цена ноутбука в январе-июне снизилась на 8% — с 63,4 до 58,5 тыс. рублей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это снижение стало результатом переориентации спроса на более доступные решения и усилившейся конкуренции в сегменте массовых устройств. Всего россияне приобрели 1,6 млн ноутбуков на общую сумму 96,1 млрд рублей.

Наибольшую долю в продажах в штучном выражении занял ASUS — 16% российского рынка. Успех бренда обеспечен широкой продуктовой линейкой: от бюджетных офисных моделей до продвинутых игровых решений. ASUS стабильно представлен во всех ключевых сегментах, что позволяет ему сохранять лидерство.

Второе место на рынке ноутбуков в РФ занял Huawei с долей 12%. Китайский производитель усилил позиции за счет конкурентного соотношения цены, качества и современного дизайна. Особенно популярны модели бренда в среднем ценовом диапазоне — для учебы, работы и дома.

На третьем месте — устройства без бренда (Unbranded), занявшие 8%. Этот сегмент включает в себя ноутбуки, предлагающие пользователям базовую функциональность по минимальной цене. Такие модели часто становятся выбором для решения простых задач — интернет-серфинга, видеосвязи и работы с документами.

Также в топ-5 в количественном выражении вошли Lenovo (7%) и Apple (6%). Lenovo сохраняет устойчивый спрос благодаря узнаваемости, надёжности и оптимальным конфигурациям в сегменте до 60 тыс. рублей. Apple, несмотря на меньший объем продаж, остается востребованным брендом в премиум-сегменте, особенно среди пользователей, выбирающих MacBook Air и Pro.

В денежном выражении также лидирует ASUS — 19% рынка. Высокий результат обеспечен не только объемом продаж, но и активным спросом на игровые ноутбуки серий ROG и TUF, где средний чек выше среднего по рынку.

На втором и третьем местах — Apple и Huawei, по 12%. Apple традиционно демонстрирует высокую долю в выручке благодаря премиальному позиционированию. Huawei, в свою очередь, успешно конкурирует в среднем сегменте, предлагая современный продукт по доступной цене.

Четвертую строчку занял MSI (7%) — бренд, ориентированный на игровые и профессиональные модели. При ограниченном объеме продаж он обеспечивает высокий средний чек и стабильно входит в топ по выручке.

Замыкает пятерку Lenovo (6%), благодаря стабильным продажам универсальных устройств в массовом сегменте и надежному имиджу бренда.

Руководитель категории «Ноутбуки» Компании М.Видео-Эльдорадо Кирилл Исаев:

«На рынке ноутбуков мы видим сразу несколько устойчивых тенденций. Во-первых, сохраняется высокий интерес к доступным моделям: покупатели чаще ориентируются на соотношение цены и характеристик, выбирая ноутбуки в диапазоне до 60 тысяч рублей. Это отражает общее стремление к более взвешенному и рациональному подходу к технике. Во-вторых, усиливаются позиции китайских брендов, которые предлагают актуальные конфигурации, современный дизайн и конкурентные цены. В то же время интерес к игровым и премиальным решениям не снижается: несмотря на более высокую стоимость, такие устройства формируют заметную долю выручки благодаря лояльной аудитории. Мы также фиксируем рост спроса на компактные и легкие модели — это особенно заметно в городах с высокой долей продаж. В целом покупатель стал более осознанным, а рынок — более сбалансированным».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/%D0%9D%D0%BE%D1%83%D1%82%D0%B1%D1%83%D0%BA%D0%B8>

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