

Статистика М.Видео-Эльдорадо: продажи отечественных ноутбуков выросли на 64% за 9 месяцев 2024 года

5 ноября 2024 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж ноутбуков на рынке России за первые три квартала 2024 года. Россияне купили на 29% больше отечественных ноутбуков в количественном выражении и на 64% больше в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Всего за 9 месяцев нынешнего года жители РФ купили 290 тыс. российских ноутбуков на общую сумму 12,9 млрд рублей. В топ брендов по обороту вошли Digma, Hiper, Osio, Irbis. Средняя цена на российский ноутбук составила 44 тыс. рублей. В сети М.Видео-Эльдорадо в топ продаж вошли такие бренды, как: OSIO (рост почти в два раза год к году), Digma, Irbis и F+.

Что касается общего рынка ноутбуков (отечественные и зарубежные бренды), то россияне купили 2,7 млн устройств на общую сумму 170,7 млрд рублей. Это больше на 9% в количественном и на 16% в денежном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Средняя цена на ноутбук составила 62,3 тыс. рублей.

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

«Рост продаж отечественных ноутбуков легко объясним – модели обладают оптимальным соотношением цены и качества. Пользователь получает решение, способное удовлетворять любые базовые потребности. Кроме того, у отечественных ноутбуков нет проблем с сервисом и гарантией – все детали всегда имеются в наличии. Также государственные предприятия и компании активно переходят на решения из РФ, что способствует росту продаж данной категории».

О Группе

Группа 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 Группы 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 1,2 млрд контактов в год.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru