

Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: спрос на игровые ноутбуки в России вырос вдвое за последний год

25 ноября 2020 г., Москва – Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», МосБиржа: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала спрос в России на игровую компьютерную технику и периферию за девять месяцев 2020 года. Спрос на геймерские ноутбуки увеличился почти вдвое, на мониторы – на 50%, на периферию – на треть. Востребованности товаров из игрового сегмента способствует домашнее времяпровождение, растущая популярность киберспорта и расширение ассортимента.

Лидером в игровых ноутбуках за девять месяцев 2020 года стал Asus

По оценке Группы «М.Видео-Эльдорадо» за девять месяцев 2020 года россияне приобрели порядка 310 тысяч игровых ноутбуков на общую сумму 21 млрд рублей, что на 95% в штуках и 90% в деньгах больше, чем годом ранее. Продажи ноутбуков в целом в России за три квартала 2020 года выросли на 40% в штуках и 54% в деньгах, что связано с переходом многих россиян на дистанционную работу и обучение. Доля игровых моделей в денежном объеме продаж всей категории достигла четверти. В топ-5 популярных производителей игровых ноутбуков вошли Asus, переместившийся на первое место, а также Acer, Lenovo, HP и MSI.

«Игровые технические решения отличает яркий дизайн, большая производительность и расширенный функционал, которые сделают геймплей комфортнее и результативнее. По итогам девяти месяцев в России почти каждый восьмой ноутбук, каждый второй монитор и каждое третье периферийное устройство (клавиатура, мышь и гарнитуры) на российском рынке были приобретены для гейминга. При этом игровые модели приобретают не только для развлечений, но также для работы с ресурсоемкими приложениями и решения других повседневных задач», — отмечает **руководитель направления «Домашний офис» Группы «М.Видео-Эльдорадо» Алексей Помозов.**

Спрос на игровые мониторы вырос на 50%. В «М.Видео» игровые мониторы уже занимают более 65% в штучных продажах и 75% в деньгах.

Во время пандемии мониторы оказались востребованными не только как часть «домашнего офиса», но также приобретались для игр. По итогам января-сентября совокупный спрос на все мониторы для ПК на российском рынке к прошлому году прибавил 20% в штуках и 30% в деньгах, продажи игровых моделей с высокой частотой обновления экрана и скоростью отклика, а также другими технологиями, улучшающими игровой процесс, выросли почти на 50% в количественном выражении и 60% в денежном. Продажи игровых мониторов в России за девять месяцев 2020 года составили 365 тыс. штук и 5,3 млрд рублей. В топ-5 популярных игровых брендов на рынке оказались Samsung, LG, Acer, AOC, HP.

Растущая популярность игрового сегмента способствует проникновению диагоналей от 24 дюймов и выше, моделей с разрешением экрана Quad HD (2560x1440) и 4K (3840x2160). Доля игровых мониторов на российском рынке в штуках составила порядка 42% (+7 п.п. год к году) и впервые превысила половину рынка в денежном объеме, достигнув 55% (+10 п.п. год к году). В «М.Видео» игровые мониторы уже занимают более 65% в штучных продажах и 75% в деньгах.

Каждый третий аксессуар – гейминговый

Аксессуары для компьютерного гейминга пользуются стабильным спросом, начиная с марта, и демонстрируют повышенную позитивную динамику по сравнению с «офисными» моделями. По итогам периода с января по сентябрь игровая периферия прибавила 33% в штуках и 60% в деньгах, достигнув 3,2 млн штук и 6,75 млрд рублей. Доля игровых клавиатур, мышей и гарнитур в штучных продажах всей категории в России составила 31% (+5 п.п. год к году) и 55% в денежном (+4,5 п.п.). В пользу выбора именно игровой аксессуарики говорит дизайн, технические функции, повышенный комфорт при использовании и более долгий срок работы.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
+7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. 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).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдorado в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.