

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: спрос на игровые ноутбуки вырос на 27% за последний год на фоне роста популярности домашних развлечений

20 августа 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи игровых ноутбуков и аксессуаров на российском рынке в первом полугодии 2021 года. Спрос на геймерские ноутбуки вырос на 27% в штуках по сравнению с январём-июнем прошлого года на фоне стабильной ситуации на рынке ноутбуков в целом. Интерес к игровым мониторам увеличился на 30% в натуральном выражении, к периферии (мыши, клавиатуры, гарнитуры) – на 15%, компьютерные кресла прибавили 75% – продано 100 тыс. штук. Спрос на гейминговые устройства драйвит общий более домашний образ жизни россиян.

Каждый пятый купленный в России ноутбук – игровой. Спрос на игровые ноутбуки в январе-июне текущего года в количественном выражении достиг 250 тыс. штук, что больше на 27%, чем годом ранее, в деньгах продажи увеличились на 55%, до 25 млрд рублей. Наиболее популярными производителями у россиян являются: Asus, Lenovo, Acer, HP и MSI.

Весь рынок ноутбуков в России в первом полугодии 2021 года составил около 1,4 миллиона штук и более 80 млрд рублей (каждый четвёртый ноутбук был куплен в М.Видео-Эльдорадо). Таким образом, каждый пятый приобретённый на российском рынке ноутбук – игровой, ещё год назад доля гейминга в ноутбуках была на уровне 13% в натуральных продажах, а в 2019 – около 8%

В сегменте мониторов доля гейминговых устройств составила 40%. Спрос на мониторы с технологиями, улучшающими игровой процесс, в России составили порядка 500 тыс. штук и 8 млрд рублей (все мониторы – 1,2 млн штук и 15,7 млрд рублей), что превысило интерес к категории по сравнению с прошлым годом на 30% в штуках и 40% в деньгах. В топ-5 популярных игровых брендов на рынке оказались: Samsung, LG, AOC, Acer и HP.

Одним из наиболее активно растущих сегментов среди сопутствующих игровых товаров являются специализированные кресла. Спрос на них увеличился на 75% как в количественном выражении, так и в денежном, до 100 тыс. штук и 1,3 млрд рублей. В М.Видео-Эльдорадо продажи категории выросли в 4 раза в штуках и в 6,5 раз в деньгах. Среди наиболее востребованных производителей: THUNDERX3, Bloody, Cougar, «Бюрократ» и Aerocool. Эргономичные кресла выбирают не только любители игр, чтобы не испытывать усталости и дискомфорта во время продолжительного нахождения перед монитором, но и те, кто работает или учится удалённо из дома. Кресла позволяют снизить нагрузку на мышцы и позвоночник, а также обеспечивают естественное положение тела.

В этом году также отмечается возросший интерес к игровым рулям. Продажи таких аксессуаров в России выросли на 47% в количественном выражении и 80% в денежном, до 30 тысяч штук и 250 миллионов рублей.

Игровая компьютерная периферия продолжает расти и составлять конкуренцию «офисными» моделями благодаря более широким возможностям, комфорту и длительному сроку службы, а также нестандартному дизайну. По итогам периода с января по июнь игровая периферия, включающая мыши, клавиатуры и гарнитуры, относительно прошлого года прибавила 15% в штуках и 31% в деньгах.

Продажи достигли 2,4 млн штук и 3,8 млрд рублей, таким образом, каждое третье периферийное устройство относится к игровому сегменту. Примерно каждый пятый аксессуар приобретается в М.Видео-Эльдорадо. В число наиболее популярных брендов в игровой периферии входят: Defender, A4tech/Bloody, Logitech G, HyperX и Razer.

Руководитель департамента «Домашний офис и фото» Группы М.Видео-Эльдорадо Олег Резников:

«Игровые категории продолжают расти, несмотря на ажиотажный спрос в 2020 году, и демонстрируют позитивную динамику благодаря более высокой производительности, функциональности и яркому дизайну. Например, игровые ноутбуки и мониторы универсальны – их приобретают не только для гейминга, но и в свой «домашний офис». Мощные видеокарты, которые входят в комплектацию игровых ноутбуков, позволяют решать различные пользовательские задачи, например, работать с видео, обработкой фото и другими графическими программами. Все чаще игровые ноутбуки рассматриваются в качестве замены для стационарного компьютера, например, мощный ноутбук в связке с монитором. С ростом популярности игровой индустрии и расширением аудитории, все большую популярность приобретают и аксессуары, которые составляют экосистему и улучшают пользовательский опыт».

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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 года.

По состоянию на 30 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

Пресс-служба:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru