

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: в третьем квартале на китайские бренды ноутбуков пришлось 40% продаж

03 ноября 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила, что за девять месяцев 2022 года российский розничный рынок ноутбуков составил около 2,3 млн штук и порядка 145 млрд рублей, что сопоставимо с показателями прошлого года. Только в июле-сентябре россияне приобрели на 27% больше мобильных компьютеров, чем во втором квартале – восстановление спроса пришло на смену снижению покупательской активности после инвестиционного пика в феврале-марте.

По оценке М.Видео-Эльдорадо, в третьем квартале текущего года россияне приобрели порядка 700 тыс. ноутбуков. Позитивный эффект на спрос оказал период перед подготовки к новому учебному году, ценовая привлекательность предложений и стабильная ситуация с ассортиментом, на что повлияло усиление позиций китайских брендов и налаживание импортных операций.

Бренды из Поднебесной все активнее конкурируют с многолетними лидерами, консолидировавшими российский рынок. Они становятся все более узнаваемыми, предлагают качественные девайсы с востребованными характеристиками в популярных ценовых зонах, широко доступны, что позволяет им в текущей ситуации наращивать рыночную долю. На основные бренды из Китая в июле-сентябре пришлось более 40% штучных продаж ноутбуков, что выше, чем во втором квартале этого года (около 30%).

Три четверти продаж ноутбуков в России пришлось на модели до 70 тыс. рублей, доля устройств стоимостью свыше 100 тыс. рублей находится на уровне прошлого года – это около 8% от общего объема. Чаще всего россияне выбирают модели на процессорах Intel Core i5 и Core i3, а также AMD Ryzen 5. Более 70% спроса приходится на модели с диагональю от 15 дюймов.

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

«В этом году ноутбуки продолжают пользоваться спросом несмотря на ряд неблагоприятных внешних факторов и высокую базу пандемийных лет. Такие девайсы универсальны и важны для многих повседневных задач, особенно когда потребителям требуется функциональность и мобильность. Рынок по году двигался разнонаправлено: инвестиционная покупательская активность в конце февраля и первой половине марта сменилась снижением спроса во втором квартале, однако с середины лета и по первую половину сентября мы заметили восходящий тренд. Позитивный эффект на восстановление продаж оказали спрос в период подготовки к новому учебному году, ценовая привлекательность предложений и стабильная ситуация с ассортиментом – за счёт импортных поставок потребителям доступны как привычные бренды, так и появляются новые производители. Вне зависимости от дальнейших сценариев развития и динамики потребительской активности мы продолжим действовать в двух важных направлениях: развития ассортимента, используя прежние договорённости и новых партнёров, а также поддержание привлекательности цен, для чего мы регулярно проводим распродажи и специальные акции, а также делаем все более привлекательными и удобными программы кредитования и рассрочки».

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 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 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 июня 2022 года Группа объединяет 601 магазин под брендом М.Видео, 647 магазинов под брендом Эльдорадо в 369 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 135 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22