

М.Видео-Эльдорадо фиксирует рост продаж телевизоров российских брендов до 1,6 раза в I квартале 2025 года

5 мая 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи телевизоров на рынке России в первом квартале 2025 года. Всего за три месяца россияне приобрели около 1,8 млн телевизоров на сумму 56,6 млрд рублей. Средняя стоимость устройства составила 32,1 тыс. рублей. Наибольшей популярностью пользовались модели с поддержкой Smart TV, диагональю от 43 дюймов и выше, а также устройства с интегрированными голосовыми ассистентами и цифровыми платформами.

Значимым трендом квартала стал кратный рост продаж телевизоров российских брендов — Яндекс и Sber. В денежном выражении спрос на устройства этих брендов увеличился до 1,6 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Sber вошел в топ-5 брендов по количеству проданных телевизоров, а Яндекс существенно укрепил позиции в структуре продаж, показав динамику выше рынка.

В первом квартале 2025 года продажи телевизоров Яндекс увеличились на 32% в количественном выражении и на 55% — в денежном. Спрос поддерживался устойчивым интересом к премиальным моделям с большой диагональю и расширенной функциональностью.

Продажи телевизоров Sber выросли на 20 — в штуках и на 58% — в деньгах. Рост обеспечен расширением ассортимента от 32" до 75", доработкой SMART-платформы Салют! и активным продвижением во всех каналах продаж.

Руководитель департамента «Кино и Звук» Компании М.Видео-Эльдорадо Николай Семенов:

«Покупатели активно выбирают телевизоры Яндекс за счет глубокой интеграции с экосистемой сервисов компании, включая голосовое управление, умный поиск и встроенные приложения. Росту способствует наличие моделей с современным дизайном и премиальными характеристиками, включая 4K-разрешение, QLED технологии и диагональю от 43 дюймов. Телевизоры Sber демонстрируют устойчивый рост спроса в начальном и среднем ценовом сегменте. Ключевыми факторами стали широкая развитая продуктовая линейка и привлекательная цена».

По количеству проданных телевизоров в первом квартале 2025 года лидируют устройства категории СТМ и эксклюзивные бренды ритейлеров, которые обеспечивают оптимальное соотношение цены и функциональности. В эту категорию входят бренды, представленные исключительно в конкретных сетях и созданные с акцентом на доступность и базовый функционал. Например, бренд Hi в М.Видео-Эльдорадо.

На втором месте по количеству располагается HAIER, сохраняющий прочные позиции за счет широкого модельного ряда производственных мощностей в России и конкурентных цен. Бренд предлагает решения в различных диагоналях, включая популярные форматы 43–55 дюймов.

Третье место занимает XIAOMI, востребованный благодаря компактным и продвинутым Smart TV с минималистичным дизайном, а также удобной операционной системой с поддержкой популярных приложений.

В топ-5 также вошли Sber и HISENSE, чьи модели стабильно демонстрируют высокий интерес со стороны покупателей. Sber усиливает позиции за счет увеличения узнаваемости и фокусирования на смарт-функциях, включая Умный дом. HISENSE продолжает развивать присутствие в среднем сегменте, предлагая хорошее соотношение цены и качества.

В денежном выражении лидером первого квартала 2025 года стал HAIER, укрепивший позиции благодаря активному спросу на устройства среднего и старшего сегментов, а также многолетней узнаваемости бренда среди широкой аудитории. Телевизоры HAIER широко представлены как в онлайн-канале, так и в розничной сети.

Второе место по выручке занял бренд SAMSUNG, чьи модели продолжают уверенно продаваться в высоком ценовом сегменте. Привлекательный дизайн, технологии 4K и 8K, продвинутая смарт-платформа и инновационные функции делают телевизоры бренда востребованными у покупателей, ориентированных на качество и технологичность.

Третьим по объему выручки стал бренд XIAOMI, популярный за счет сочетания доступной цены, Smart TV, поддержки голосовых ассистентов и минималистичного дизайна.

Четвертую позицию занимает категория СТМ и эксклюзивных брендов ритейлеров. Эти устройства часто выбираются покупателями, ориентированными на базовые функции, широкую представленность и привлекательную цену.

Замыкает пятерку лидеров по выручке бренд TCL, стабильно присутствующий в средней ценовой категории. Спрос обеспечивают модели с расширенными функциями, качественным звуком, продвинутыми характеристиками изображения.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/1Dj-ipKu23Oj6w>

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 1,2 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