

М.Видео-Эльдорадо назвала самые популярные компьютерные аксессуары в I полугодии 2025 года

5 августа 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подвела итоги первого полугодия 2025 года на рынке компьютерных аксессуаров и назвала бренды, которые пользовались наибольшим спросом у россиян. Всего за шесть месяцев жители РФ приобрели свыше 9 млн устройств — на общую сумму более 16,2 млрд рублей.

Категория компьютерных мышей показала рекордный за три года результат — было продано более 6,6 млн устройств, что на 9% больше, чем годом ранее. В денежном выражении продажи достигли 9 млрд рублей, прибавив 11%. Уверенное лидерство сохраняет Logitech, на долю которого приходится 13,1% продаж в количественном выражении и 22,7% в рублях. Также в тройке самых популярных брендов оказались отечественный производитель Defender (9,7% в количественном выражении и 3,2% в денежном) и Acer (4,9% по количеству), а также Bloody, занявший третье место по выручке с долей 2,8%. Пользователи отдают предпочтение как доступным моделям для повседневной работы, так и более дорогим беспроводным решениям для игр и многозадачности.

Продажи клавиатур за первое полугодие составили почти 3 млн штук, оставшись на уровне прошлого года. Однако благодаря увеличению продаж более дорогих моделей с улучшенной эргономикой и дизайном рынок в деньгах вырос на 10%, достигнув 7,2 млрд рублей. Чаще всего россияне выбирали устройства отечественного бренда Defender (12,6% в количественном выражении), Logitech (9,5%) и A4Tech (7,2%). При этом по выручке лидируют Logitech с долей 12,3%, A4Tech (5,8%) и Redragon (3,5%). Пользователи все активнее инвестируют в комфортные решения для длительной работы и учебы, включая механические клавиатуры и модели с мультимедийными функциями.

Среди категорий клавиатур выделяются несколько ценовых сегментов. В бюджетном сегменте популярны Defender и A4Tech/Bloody, в среднем и среднем плюс — российский бренд Red Square, Redragon и Logitech. В пред-премиум и премиум-линейке доминируют Logitech и Razer, а также отечественные бренды Dark Project и Lunacy. У Red Square и Redragon сильные позиции за счет соотношения цены и качества.

Сегмент игровых гарнитур продолжает оставаться одним из самых динамичных в категории аксессуаров — особенно на фоне роста интереса к киберспорту, стримингу и домашнему геймингу. Пользователи все чаще делают ставку на продуманную эргономику, легкость конструкции и четкое позиционирование звука.

В тройку лидеров по популярности входят Logitech, Razer и HyperX. Особенно востребованы модели Logitech G435, G Pro и G Pro X, сочетающие в себе удобную посадку, надежную сборку и высокую детализацию звука — они подходят как для длительных игровых сессий, так и для работы и общения. Гарнитур Razer ценятся за яркий дизайн, комфорт и мощный звук, а HyperX стабильно удерживает позиции за счет узнаваемой надежности и универсальности. Дополняет топ российский бренд Lunacy. Он активно набирает долю благодаря качеству и технической функциональности, а также интересному дизайну.

Руководитель направления «Компьютерные аксессуары» Компании М.Видео-Эльдорадо Эмиль Манучаров:

«Бренды-лидеры в каждой из категорий объединяет способность соответствовать ожиданиям покупателей — будь то доступность, узнаваемость или функциональность. Мы видим устойчивый интерес к аксессуарам, которые помогают сделать повседневную работу за компьютером и игровые сессии более удобными и продуктивными. И это позволяет сегменту демонстрировать стабильный рост».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/CUQ9mZvVFRYA6A>

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 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