

## **М.Видео-Эльдорадо: в 2024 году россияне купили 4,25 млн мониторов**

7 апреля 2025 года

**М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж мониторов на рынке России в 2024 году.

В целом отечественный рынок мониторов в 2024 году вырос в денежном выражении на 5% по сравнению с 2023 годом, составив 68 млрд рублей. Средняя стоимость монитора за год увеличилась на 6%, достигнув 15,9 тыс. рублей. Всего россияне купили 4,25 млн мониторов.

В 2024 году в России было продано 990 тысяч мониторов отечественных брендов и собственных торговых марок ритейлеров, что на 54% больше, чем в 2023 году (650 тысяч штук). Выручка категории выросла более чем в два раза — с 8,6 млрд рублей до 17,4 млрд рублей, а средняя цена увеличилась на 32%, до 17,5 тыс. рублей. Эти показатели говорят о том, что у сегмента уже сформировалась устойчивая база.

Рост интереса к российским мониторам связан сразу с несколькими факторами. Во-первых, это поддержка со стороны государственных и корпоративных заказчиков, ориентированных на локализацию и выполнение требований по импортозамещению. Во-вторых, сами бренды инвестируют в развитие продуктовых линеек — появляются модели с хорошими характеристиками, современным дизайном и конкурентной ценой. Локальное производство позволяет быстро масштабировать поставки, поддерживать стабильное наличие на складах и в рознице. Также важны доступность сервисной поддержки, прозрачные условия гарантии и развитие постпродажного обслуживания.

Крупнейшими игроками в денежном выражении стали Яндекс, Digma, Sunwind и Delta, а в количественном — Яндекс, Digma, Sunwind и Rombica. У каждого бренда своя стратегия: Яндекс делает акцент на интеграцию «умных» технологий, Digma и Sunwind предлагают доступные, но функциональные модели, а Delta и Rombica развивают офисный и профессиональный сегменты. Все это в комплексе делает российские мониторы привлекательными не только для организаций, но и для частных пользователей.

В количественном выражении больше всего на рынке России было продано мониторов собственных торговых марок ритейлеров. Эти устройства популярны среди широкой аудитории благодаря оптимальному балансу цены и качества и востребованы в основном для базовых задач: офисной работы, учебы и домашнего использования.

На втором месте по количеству проданных мониторов находится бренд AOC. Он известен широким модельным рядом, который включает как бюджетные офисные, так и игровые решения с привлекательными техническими характеристиками.

Третье и четвертое места разделили MSI и ACER. MSI активно укрепляет свои позиции за счет акцента на игровой сегмент и профессиональные решения с повышенной производительностью. ACER сохраняет свои позиции благодаря разнообразию моделей для повседневного использования и офисных задач, предлагая доступные решения с надежным качеством.

Замыкает пятерку лидеров в количестве проданных устройств бренд PHILIPS. Компания делает упор на эргономичные и энергоэффективные модели, которые пользуются стабильным спросом среди корпоративных клиентов, а также для домашнего использования.

В денежном выражении рейтинг брендов отличается от количественного. Первое место также занимает категория собственных торговых марок ритейлеров. Второе место принадлежит MSI, который значительно укрепил позиции благодаря успешным продажам премиальных игровых решений. На третьем месте располагается SAMSUNG. Этот бренд пользуется высоким спросом среди покупателей, выбирающих премиальные мониторы с расширенным функционалом, изогнутыми и ультраширокими экранами и передовыми технологиями.

Четвертое место по выручке у бренда AOC. В денежном выражении бренд удерживает стабильные позиции за счет популярности игровых и универсальных решений в среднем ценовом сегменте.

Пятое место занял ACER, стабильно привлекающий покупателей универсальностью и доступностью своих решений, в том числе среди игровых моделей и мониторов для домашнего и офисного использования.

**Ссылка на фотографии:**

<https://disk.yandex.ru/i/vMGEzOSlq57cmA>

**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.

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](mailto:pr@mvideo.ru)