

М.Видео подвела итоги продаж в период зимних каникул

13 января 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подвела итоги новогодних продаж в период зимних каникул с 31 декабря по 11 января. Наибольший трафик в магазинах в этот период был зафиксирован 31 декабря, а также 2 и 3 января, а самыми популярными категориями стали смартфоны, умные колонки, планшеты, телевизоры, носимая электроника, консоли и игры для них, а еще аэрогрили.

Смартфоны

В сегменте смартфонов в количественном выражении лидировали доступные модели с увеличенным объемом памяти. В топ продаж вошли Redmi 15C (8/256 ГБ), Redmi A5 в конфигурациях 3/64 ГБ и 4/128 ГБ, а также Huawei nova Y73. Покупатели все чаще выбирают смартфоны с памятью 128–256 ГБ даже в бюджетных линейках, ориентируясь на длительный срок использования.

В денежном выражении основную выручку традиционно сформировали устройства Apple. Наиболее популярным товаром стал iPhone 17 Pro в оранжевом цвете в конфигурации 256 ГБ, который стал одним из самых востребованных подарков на праздники. Среди других лидеров по выручке — Samsung Galaxy S25 FE, Samsung Galaxy S25 Ultra и Huawei Pura 80. Высокие позиции в деньгах также занял Redmi 15C, подтверждая вклад массовых моделей в оборот категории.

Консоли и видеоигры

Игровые консоли и видеоигры вновь вошли в число наиболее востребованных гаджетов в период зимних праздников. Самым массовым выбором покупателей остается PlayStation 5 Slim. Высокий интерес также сохраняется к более производительной версии — PlayStation 5 Pro.

Отдельную нишу занимает сегмент портативных устройств — устойчивый спрос демонстрирует Steam Deck OLED благодаря мобильному формату и возможности полноценного гейминга в разных сценариях. Стабильный интерес сохраняется и к универсальным семейным консолям, например, Nintendo Switch 2.

В сегменте игр на PlayStation 5 на праздниках покупатели активно выбирали крупные сюжетные проекты, включая DOOM: The Dark Ages и Mafia: The Old Country, а также Marvel Человек-Паук: Майлз Моралес и Hogwarts Legacy. На PlayStation 4 в числе самых востребованных проектов остаются Red Dead Redemption 2, It Takes Two и Minecraft.

Ноутбуки

В категории ноутбуков в период зимних каникул покупатели отдавали предпочтение устройствам Apple. Наибольшим спросом пользовались Apple MacBook Air 13 на чипе M4 с объемом накопителя 256 ГБ и Apple MacBook Air 15 на чипе M4 с накопителем 512 ГБ. Оба устройства особенно активно выбирали в цвете «небесно-голубой», который стал одним из самых востребованных вариантов в праздничный период.

Телевизоры

Среди телевизоров заметным спросом пользовались модели Hisense. Покупатели активно выбирали устройства бренда из линеек E7Q и U7Q, включая модели с диагоналями 43, 50, 55 и 65 дюймов, а также более продвинутые версии E7Q PRO и U7Q PRO. Такой интерес связан с удачным сочетанием качества изображения, современных функций и конкурентной цены.

Умные устройства и носимая электроника

Категория умных устройств и носимой электроники в период зимних каникул продемонстрировала уверенный рост продаж и стала одной из самых заметных в структуре праздничного спроса. Покупатели активно выбирали устройства для умного дома и персональные гаджеты, которые подходят как для повседневного использования, так и в качестве универсального подарка.

Одним из самых динамичных сегментов стали умные колонки. В числе наиболее популярных моделей — Яндекс Станция 2, Яндекс Станция Мини с часами, а также SberBoom Home и SberBoom Mini 2. Такие устройства покупатели используют для мультимедиа, голосового управления и создания базовых сценариев умного дома.

В сегменте носимых устройств сохраняется высокий спрос на смарт-часы и фитнес-браслеты. В топе продаж — Huawei Watch Fit 4, Huawei Band 10, модели линейки Huawei Watch GT, а также детские часы Huawei Watch Kids 4 Pro. Одновременно растет интерес к новым форматам носимых гаджетов: отдельным хитом продаж стало умное кольцо Sber, особенно в цвете «матовый черный», которое покупатели выбирали за компактность, функциональность и универсальный дизайн.

Планшеты

Среди планшетов устойчивым спросом пользовались устройства Huawei — MatePad SE 11 LTE и MatePad 11.5. Основные сценарии выбора — учеба, развлечения и семейное использование, при этом покупатели отдают предпочтение моделям с диагональю 11–11,5 дюйма и поддержкой LTE.

Аэрогрили

В сегменте мелкой бытовой техники одним из главных хитов новогодних продаж стали аэрогрили. Покупатели выбирали их как универсальное решение для домашнего приготовления — в том числе в контексте более здорового питания, без лишнего масла и с сохранением вкуса продуктов. В период длинных праздников такие устройства активно используют для повседневной готовки, экспериментов с рецептами и семейных обедов. Среди брендов-лидеров — Haier, Tefal и Carrera, чьи модели покупатели ценят за функциональность, понятное управление и широкий набор программ. Также россияне проявляли интерес и к классическим грилям, которые востребованы для приготовления мяса, овощей и других блюд в домашних условиях.

Коммерческий директор Компании М.Видео Сергей Уваров:

«Зимние каникулы — период повышенного спроса на технику для дома и развлечений. В длинные праздники покупатели чаще обновляют телевизоры, выбирают подписки на онлайн-сервисы. Кроме того, активно приобретают игровые консоли и контент для них, а также технику для домашнего приготовления еды. Наша задача — обеспечить широкий выбор устройств и удобные условия покупки онлайн и в рознице».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/acHW3uh1K-130Q>

О Компании

ПАО «М.видео» — ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

М.ВИДЕО

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – 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