

М.Видео: россияне стали чаще выбирать планшеты до 13 тыс. рублей и с диагональю 11 дюймов

14 января 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подвела итоги продаж планшетов на российском рынке в 2025 году. По его итогам было продано 2,9 млн устройств на общую сумму 54,6 млрд рублей.

Ключевым драйвером рынка в натуральном выражении стал ценовой сегмент от 8 до 13 тыс. рублей. Его доля выросла с 18,1% в 2024 году до 22,8% в 2025 году, что делает этот диапазон самым быстрорастущим на рынке планшетов. Также незначительно увеличилась доля устройств стоимостью до 8 тыс. рублей — с 20,1% до 20,6%.

Одновременно сократилась доля более дорогих устройств. Сегмент 17–26 тыс. рублей снизился с 22,1% до 19,7%, а доля планшетов стоимостью выше 26 тыс. рублей — с 21,1% до 18,6% в натуральном выражении. Таким образом, спрос смещается в сторону более доступных, но функциональных моделей.

В 2025 году на рынке окончательно сформировался новый стандарт форм-фактора. Диагональ 11 дюймов стала самой популярной среди покупателей: ее доля в продажах в штуках выросла с 24,7% в 2024 году до 33,3% в 2025 году. Такой формат покупатели рассматривают как универсальное решение для учебы, работы и домашнего использования.

Классическая диагональ 10,1 дюйма снизила долю с 22,9% до 19,0%, уступая место более современным моделям. При этом вырос интерес к более крупным устройствам: доля планшетов с диагональю 12,1 дюйма увеличилась с 4,6% до 6,9%, а также вырос спрос на компактные модели с диагональю 8–9 дюймов, которые выбирают для мобильного использования.

По итогам 2025 года в брендовой структуре рынка планшетов в России продолжилось перераспределение спроса в пользу крупных производителей, при этом динамика заметно различалась в натуральном и денежном выражениях.

В продажах в количестве лидерство сохранил Huawei: доля бренда составила 14,3% в 2025 году. Существенный прирост показал Redmi — его доля увеличилась с 9,9% до 12,3%, что стало одним из самых заметных изменений в структуре рынка и отражает высокий спрос на доступные, но функциональные устройства.

Позиции Samsung в натуральном выражении также укрепились: доля бренда выросла с 9,8% до 11,8% год к году. Это позволило компании сохранить место среди крупнейших игроков рынка, несмотря на общее усиление конкуренции. В то же время доля Apple в штуках снизилась с 7,3% в 2024 году до 6,1% в 2025 году, что отражает ограниченный спрос на более дорогие модели в условиях рационализации потребительского спроса.

Доля unbranded-устройств в штуках, напротив, выросла — с 7,5% до 10,8%, что указывает на сохраняющийся спрос на самые бюджетные решения в нижнем ценовом сегменте.

В денежном выражении структура рынка выглядит иначе за счет различий в средней цене устройств. Доля Huawei составила 17,1% в 2025 году. Существенный рост в деньгах показал Redmi — с 9,1% до 11,2%, что говорит о расширении присутствия бренда не только в количественном, но и в денежном выражении.

Доля Samsung в денежном выражении увеличилась с 14,7% до 15,9%, тогда как Apple, несмотря на высокую среднюю цену устройств, сократил вклад в оборот рынка — с 21,2% до 17,2%. Это стало одним

из ключевых факторов общего снижения рынка планшетов в деньгах в 2025 году. В то же время вклад unbranded-устройств в оборот рынка вырос с 2,7% до 3,8%, однако они по-прежнему занимают ограниченную долю в деньгах по сравнению с брендированными решениями.

Старший менеджер товарной категории «Компьютеры и планшеты» Компании М.Видео Алексей Ломов:

«Российский рынок планшетов в 2025 году окончательно вошел в стадию зрелости. При стабильном объеме продаж в штуках мы видим четкое изменение потребительского поведения: покупатели стали подходить к выбору устройств более рационально и осознанно. Наибольший спрос концентрируется в сегменте до 13 тысяч рублей — именно здесь формируется массовый рынок планшетов как универсального устройства для дома, учебы и решения повседневных задач.

Отдельно стоит отметить трансформацию предпочтений по форм-фактору. Диагональ 11 дюймов фактически стала новым стандартом рынка, вытесняя классические форматы и объединяя сценарии потребления — от просмотра контента до базовой работы и обучения. Это отражает запрос покупателей на баланс между компактностью и комфортом использования».

Ссылка на фотографии:

https://disk.yandex.ru/d/-pz586hVPTAdEw/0.%20%D0%9F%D0%BE%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BC/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%88%D0%B5%D1%82%D1%8B/photo_2025-12-01_15-39-14.jpg

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.

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