

М.Видео: домашние роутеры заняли более половины рынка коммуникационных устройств

22 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает, что по итогам первого полугодия 2026 года домашние роутеры заняли 56% российского рынка коммуникационных устройств в количественном выражении и 62% в денежном, став крупнейшей категорией сетевого оборудования. Всего за январь-июнь россияне приобрели 4,97 млн коммуникационных устройств на сумму 17,96 млрд рублей. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года продажи в штуках выросли на 9,4%, тогда как денежный объем рынка практически не изменился (-1%), что отражает смещение спроса в более доступные ценовые сегменты.

Руководитель департамента «Аксессуары» Компании М.Видео Жанна Илюхина:

«Домашняя сеть сегодня стала основой цифровой инфраструктуры. Через Wi-Fi одновременно работают телевизоры, игровые консоли, компьютеры, смартфоны, системы умного дома, камеры видеонаблюдения и множество других устройств. Поэтому покупатели все чаще обновляют сетевое оборудование, выбирая современные роутеры с высокой скоростью передачи данных, стабильным покрытием и возможностью одновременного подключения большого количества устройств. Одновременно растет интерес к репитерам, позволяющим быстро расширить зону покрытия Wi-Fi без полной замены существующей сети».

Роутеры продолжают укреплять позиции на фоне роста числа подключенных устройств, распространения высокоскоростного домашнего интернета и развития экосистем умного дома. Если год назад на них приходилось 50% всех продаж коммуникационных устройств в натуральном выражении и 57% в денежном, то сегодня их доля выросла до 56% и 62% соответственно.

Покупатели все чаще выбирают модели среднего ценового сегмента. Доля устройств стоимостью от 1100 до 2150 рублей выросла с 23% до 25%, а моделей стоимостью от 2150 до 3690 рублей — с 24% до 26%. Вместе эти сегменты уже формируют более половины всех продаж коммуникационных устройств. При этом доля самых бюджетных моделей стоимостью до 1100 рублей снизилась с 26% до 24%, а устройств стоимостью свыше 3690 рублей — с 28% до 25%.

Лидером рынка стал TP-Link, увеличивший долю с 11% до 20% в количественном выражении и с 13% до 20% в денежном. Второе место занимает Keenetic (включая устройства под брендом Netcraze), суммарная доля которого составляет 10% в штуках и 18% в денежном выражении. В пятерку крупнейших производителей также входят Huawei, Mi и Cudy.

Рынок продолжает консолидироваться вокруг ведущих производителей. Доля безымянных устройств сократилась с 25% до 22%, а доля прочих брендов — с 18% до 14%, что свидетельствует о растущем интересе покупателей к решениям известных производителей.

Еще одним заметным трендом первого полугодия стал рост популярности репитеров. Их доля увеличилась с 4% до 7% в количественном выражении и с 2% до 4% в денежном. Все больше пользователей предпочитают расширять покрытие домашней Wi-Fi-сети без полной замены установленного оборудования.

Топ-5 брендов рынка коммуникационных устройств (I полугодие 2026 года)

М.ВИДЕО

В количестве

1. TP-Link — 20%;
2. Keenetic (включая Netcraze) — 10%;
3. Huawei — 8%.
4. Mi — 4%;
5. Cudy — 3%.

В деньгах

1. TP-Link — 20%;
2. Keenetic (включая Netcraze) — 18%;
3. Huawei — 9%;
4. MikroTik — 8%;
5. Mi — 3%.

Ссылка на изображения:

https://disk.yandex.ru/i/i_Q0vhXy1adiuA

«М.Видео» — мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также 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 около 900 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru