

М.ВИДЕО

М.Видео фиксирует рекорд продаж наушников и гарнитур на рынке РФ за последние пять лет

30 января 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает, что, по данным исследовательской компании ICMR («ГФК-Русь») по итогам 2025 года рынок наушников и гарнитур в России достиг рекордных показателей за последние пять лет по количеству проданных устройств.

По итогам 2025 года в России было реализовано порядка 37 млн наушников и гарнитур, что стало максимальным результатом с 2020 года. В денежном выражении объем рынка составил около 82 млрд рублей.

Руководитель департамента «Телеком и Гаджеты» Компании М.Видео Никита Толпигин:

«По итогам 2025 года рынок наушников и гарнитур в России вышел на рекордные показатели за последние пять лет по количеству проданных устройств. Категория продолжает уверенно расти и закрепилась на новом уровне потребления — наушники стали повседневным цифровым аксессуаром, который покупатели регулярно обновляют для работы, общения и развлечений.

Рост обеспечен расширением массового сегмента и развитием доступных беспроводных решений, при этом сохраняется стабильный интерес к узнаваемым брендам и экосистемным продуктам, которые формируют структуру рынка и поддерживают его баланс».

Для сравнения, в 2020 году в России было продано около 22 млн наушников и гарнитур. В 2021–2022 рынок стабилизировался на отметке порядка 25 млн устройств в год. Существенный скачок произошел в 2023 году, когда объем продаж вырос до 35 млн устройств. В 2024 году рынок сохранил этот высокий уровень — также около 34 млн проданных устройств, а по итогам 2025 года продажи увеличились до 37 млн устройств, что стало максимальным показателем за последние пять лет и подтверждает устойчивое развитие категории.

В 2025 году развитие рынка было обусловлено изменением структуры спроса и расширением массового сегмента. Покупатели все чаще выбирают доступные и функциональные модели, ориентированные на повседневные сценарии использования — работу, общение и потребление контента. Средняя цена наушников и гарнитур по итогам года составила около 2,2 тыс. рублей, что отражает смещение интереса в сторону рационального выбора.

Консультант отдела исследований цифровых товаров ICMR («ГФК-Русь») Павел Синцов:

«2025 год стал переломной точкой для рынка наушников и гарнитур: окончательно завершился этап гонки характеристик, уступив место пользовательскому опыту. Потребители отдают предпочтение моделям с оптимальным соотношением цены и качества, высокой стабильностью работы, адаптивным звучанием и комфортом. Умные функции — шумоподавление, персонализация звука, управление голосом — превратились из "добавок" в ключевые критерии выбора».

М.ВИДЕО

Основной вклад в рост продаж внесли беспроводные наушники формата TWS, которые покупатели рассматривают как универсальный цифровой аксессуар. Наиболее востребованными остаются модели в доступном и среднем ценовых сегментах, предлагающие оптимальное соотношение цены и функциональности.

Одними из крупнейших брендов по **количеству** проданных устройств на российском рынке наушников и гарнитур по итогам 2025 года стали производители, ориентированные на массовый спрос. Существенную долю продаж в натуральном выражении сформировали unbranded-устройства, востребованные за счет доступной стоимости и широкой представленности.

Заметные позиции по количеству проданных устройств также показали HOCO и JBL, чьи модели активно выбирают для повседневных сценариев использования. Существенную долю продаж в штуках сформировал Redmi, представленный сбалансированными беспроводными моделями в доступном и среднем ценовых сегментах.

В денежном выражении заметные позиции на рынке наушников и гарнитур по итогам 2025 года традиционно сохраняет Apple. Несмотря на более высокую среднюю стоимость устройств, наушники бренда демонстрируют устойчивый спрос за счет экосистемных преимуществ и лояльной аудитории.

Существенный вклад в объем рынка в денежном выражении также внес JBL, представленный моделями в среднем и верхнем ценовых сегментах. Высокие результаты в деньгах показали Huawei и Samsung, чьи наушники востребованы за счет узнаваемости брендов, функциональности и ориентации на экосистемные сценарии использования.

Наибольшим спросом среди россиян пользовались модели Redmi Buds 6 Play, Huawei FreeBuds SE 2 и FreeBuds 5i, HOCO W35 и EQ2, ориентированные на рациональный выбор, удобство и доступную стоимость.

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%9D%D0%B0%D1%83%D1%88%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20TWS>

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