Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: как смартфоны конкурировали с телефонами последние 10 лет

28.01.2020 12:00

Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала, как за последние десять лет (2010 – 2019) изменился спрос на телеком-устройства. Всего за последнее десятилетие россияне приобрела около 400 млн мобильных средств связи на сумму почти 3 триллиона рублей.

Если в 2010 году только 10% пользователей выбирали «умные» устройства, то в 2019 году на каждые три приобретенных смартфона пришелся только один мобильный телефон. Совокупные продажи смартфонов в 2010-е оказались только на 15% больше, чем сотовых телефонов – 212,6 млн устройств против 184,6 млн.

«Несмотря на доступность смартфонов, обладающих более широким набором функций, небольшая часть покупателей делает выбор в пользу телефонов с кнопками. Они пользуются спросом в качестве дополнительного недорого средства связи или как первое устройство для детей или пожилых людей. Осознанно мобильный телефон выбирают цифровые аскеты, которые хотят ограничить время нахождения в интернете и снизить психологическую зависимость от технологий. Из преимуществ «сотовых» перед смартфонами можно назвать длительное время работы без подзарядки, низкую цену, надёжность (активно развивается сегмент ударопрочных и влагоустойчивых телефонов). Кнопочные телефоны служат дольше, в среднем их меняют раз в пять лет, в то время как цикл замены смартфона составляет порядка двух лет, на что влияет опять же высокая автономность, устойчивость к поломкам, а также отсутствие прорывных технологий, ради которых стоит чаще покупать новых девайс», — отмечает руководитель департамента «Мобильная техника» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Владимир Чайка.

Впервые штучные продажи смартфонов превзошли мобильные телефоны только в 2014 году

В 2010-е годы смартфоны приобрели массовую популярность, стали основным средством связи вместо мобильных телефонов и заменили другие технические устройства, например, аудиоплееры, фото- и видеокамеры,

навигаторы или электронные книги. В 2019 году продажи смартфонов в России в 2019 составили порядка 30 миллионов девайсов на сумму около 495 миллиардов руб., что больше на 1,5% в штуках и 7% в деньгах, чем в 2018 году. Денежный объём рынка оказался почти вдвое больше, чем в докризисном 2014 году. Именно пять лет назад продажи смартфонов в количественном выражении впервые превзошли спрос на мобильные телефоны.

Экраны – шире, память – больше

За последнее десятилетие технические возможности смартфонов претерпели значительные изменения. Экран смартфона Samsung Galaxy A50 (бестселлер 2019 года) по сравнению с Nokia 5230 (самый продаваемый в 2010 году) увеличился вдвое – до 6,4″с 3,2″, разрешение основной камеры выросло до 25 МП с 2 МП, на смену стандарту 3G пришла сеть 4G, объём встроенной памяти популярных моделей увеличился до 64 Гб с 70 Мб, втрое выросла ёмкость аккумулятора, массово стали внедряться слоты для двух SIM-карт, биометрические датчики и чипы NFC. За десять лет топ чаще всего занимали гаджеты Samsung.

Спрос на кнопочные телефоны снижается, но в 2019 году их покупали в 3,5 раза чаще планшетов и на 70% чаще носимых устройств

По итогам 2019 года спрос на сотовые телефоны без операционной системы в России снизился на 12% в количественном выражении и 18% в денежном до 8,4 млн устройств и 10,9 млрд рублей по сравнению с 2018 годом. Средняя стоимость кнопочных устройств составила 1 300 р. В топ-5 популярных производителей вошли российский бренд teXet, Nokia, Itel, Jinga и ещё одна российская марка - BQ-mobille. Самой продаваемой моделью второй год подряд стал Jinga Simple F200n. Россияне теряют интерес к категории начиная с 2012 года. Однако в Группе «М.Видео-Эльдорадо» продажи демонстрируют стабильный рост, в 2019 года позитивная динамика составила 13% в штуках и 8% в деньгах.

В 2019 году 99% приобретенных россиянами устройств работают в стандарте 2G, имеют небольшие экраны 1,5-3 дюйма, 90% телефонов оснащены классической кнопочной клавиатурой (остальные продажи приходятся на «слайдеры» и «раскладушки»), также более чем у 90% моделей есть слоты для двух SIM-карт.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

+7 495 644 28 48 (7386)

pr@mvideo.ru

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа «М.Видео-Эльдорадо» – крупнейшая российская розничная компания, объединяющая бренды на рынке бытовой техники и электроники «М.Видео» и «Эльдорадо», а также маркетплейс Goods. Совокупный годовой оборот компаний превышает 420 млрд рублей с НДС. Группа «М.Видео-Эльдорадо» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 сентября 2019 года Группа объединяет 495 магазинов под брендом «М.Видео», 480 магазинов под брендом «Эльдорадо» и 15 магазинов «m_mobile» в более чем 200 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 428 тыс. м кв., общая площадь – 1 909 тыс. м кв. на 30 сентября 2019 года.