

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: доля смартфонов китайских брендов на российском рынке превысила 70%

04 июля 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), оценила развитие российского рынка смартфонов за шесть месяцев 2023 года. Умеренное восстановление покупательской активности способствовало увеличению штучных продаж смартфонов до почти 13 млн штук, что на 17% больше, чем в январе-июне прошлого года. Средняя цена снизилась на 16%, до порядка 21 тыс. рублей. Только в апреле-июне спрос по стране в количественном выражении превысил показатели того же периода 2022 года почти на 40%.

Руководитель департамента «Телеком» в Группе М.Видео-Эльдорадо Сергей Уваров:

«По результатам первого полугодия мы видим сдержанный потребительский оптимизм в категории смартфонов, что подтверждает рост штучных продаж. Россияне продолжают активно интересоваться предзаказами, пробуют новые для себя бренды или остаются в рамках привычных экосистем, частично подходят к покупкам прагматичнее, обращают внимание на соотношение цены и качества в устройстве или специальные предложения. При этом свою актуальность сохраняют смартфоны из верхних ценовых сегментов, где мы поддерживаем привычно высокий уровень выбора. Например, предлагаем нестандартные девайсы вроде Nothing Phone и активно расширяем ассортимент в форм-факторе складных моделей, в частности безоговорочным лидером среди таких устройств в первую неделю запуска стал Huawei Mate X3. В наших сетях в общей сложности представлено более 2 000 наименований смартфонов. Регулярное пополнение стоков, развитие отношений с производителями и отлаженные импортные операции, а также выгодные промопредложения и вариативность в кредитных продуктах позволяют нам максимально покрывать потребности покупателей и демонстрировать устойчивый рост».

Доля китайских производителей в штучных продажах смартфонов на российском рынке превысила 70%, годом ранее она составляла около 55%. Бренды из КНР планомерно продолжают усиливать своё присутствие, расширяют ассортимент под различные запросы, особенно в востребованном базовом и среднем сегментах, выходят в новые ниши, при этом у россиян растёт узнаваемость и доверие к таким торговым маркам, которые предлагают конкурентоспособные, надёжные и технологичные устройства по разумной цене. Бренды из Китая по итогам первых шести месяцев 2023 года заняли 8 из 10 позиций в рейтинге лидеров российского рынка по штучным продажам.

В целом по стране первенство среди брендов продолжает удерживать Xiaomi, на второй позиции укрепился realme, на третьем месте находится Samsung, на четвёртом – компания Apple, а пятёрку замыкает бренд Tecno, демонстрирующий наиболее высокие темпы прироста продаж к прошлому году.

Наибольшую долю в деньгах занимают флагманские смартфоны, складные модели перерастают статус нишевых девайсов. По оценке М.Видео-Эльдорадо, в январе-июне 2023 года в денежном выражении продажи всех смартфонов на российском рынке составили порядка 275 млрд рублей. Около 40% от этого объёма занимают устройства по цене свыше 50 000 рублей, что сопоставимо с показателями прошлого года.

В штуках на флагманские смартфоны приходится более чем каждый десятый проданный в стране девайс. Доля китайских производителей за первое полугодие в этом сегменте увеличилась вчетверо

до 8%, чему способствует расширение ассортимента и появление новинок, частичное переориентирование спроса на решения от производителей из Китая, предлагающих технологичные и стильные устройства за разумную цену, а также увеличение интереса к ОС Android, альтернативным операционным системам и магазинам приложений, например, App Gallery от Huawei.

В верхнем ценовом сегменте развитие получают складные смартфоны, по итогам первого полугодия спрос на них только в М.Видео-Эльдорадо увеличился в 2,3 раза относительно прошлого года, а средний чек снизился на четверть. Позитивному тренду способствует развитие ассортимента: во втором квартале успешно стартовали продажи ряда новинок китайских производителей, позитивно воспринятые покупателями, а также появление высокотехнологичных решений от брендов Тесла, Орро и др. Производители предлагают девайсы с двумя вариантами складных механизмов, которые позволяют расширить площадь экрана для потребления контента и работы, дают новый пользовательский опыт и многозадачность, а также выступают имиджевым устройством для тех, кому важна оригинальность или интересны новые технологии. Стоимость складных смартфонов в М.Видео-Эльдорадо на данный момент стартует от 64 999 рублей.

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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).

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.