

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: средняя диагональ смартфонов за 5 лет увеличилась на 30%

11 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, что средняя диагональ приобретаемых россиянами смартфонов в первом полугодии 2023 года достигла 6,55". Пятью годам ранее этот показатель равнялся 5,1", что на 28% меньше. Отраслевым стандартом становится производство девайсов с дисплеем от 6 дюймов.

По оценке М.Видео-Эльдорадо, в 2019 году на смартфоны с экраном от 6 дюймов в России приходилось только порядка 45% проданных устройств, тогда как в 2023 году их доля оказалась более чем вдвое выше и уже превышает 95%. Таким образом, в продаже практически не осталось смартфонов с диагональю экрана до 6 дюймов.

Самый продаваемый смартфон этого года на российском рынке – бюджетный Xiaomi Redmi 9A, девайс оснащён экраном 6,53 дюйма, что сопоставимо со средними показателем. Среди представленных в М.Видео-Эльдорадо смартфонов наибольшую диагональ имеет складной Huawei Mate X3 – 7,85 дюйма в разложенном виде. Наименьшая диагональ экрана у Apple iPhone SE – 4,7 дюйма, с учётом складных девайсов – у ряда моделей внешние экраны составляют 1,9 дюйма.

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

«Смартфоны прочно укоренились в качестве неотъемлемой части нашей жизни. Благодаря девайсам мы оперативно получаем информацию, общаемся, совершаем платежи и покупки, создаём контент, развлекаемся или работаем. Все эти задачи комфортнее стало выполнять на большом безрамочном экране. Мы видим, что размер дисплеев эволюционировал до средних 6,5 дюймов, что не так далеко от минимальных размеров планшетов. Дальнейшему увеличению площади может способствовать проникновение складных смартфонов. Такие модели с двумя типами механизмов получают все большее распространение за счёт развития ассортимента, выхода в этот сегмент новых китайских брендов и появление более доступных вариантов. За первое полугодие спрос на складные смартфоны в наших сетях увеличился в 2,3 раза, средний чек при этом снизился примерно на четверть».

Согласно проведённому опросу* М.Видео-Эльдорадо, 83% россиян считают размер экрана смартфона важным критерием и обращают на него внимание при покупке. Среди наиболее популярных повседневных задач, для которых используют возможности большого экрана смартфона, респонденты назвали просмотр видео и использование приложений, далее следуют общение, чтение новостей и интернет-серфинг, среди популярных сценариев также рабочие задачи, игры, видеозвонки и чтение книг.

43% опрошенных также считают, что размер смартфона должен соответствовать критерию удобства потребления контента и использования, 40% склоняются к мнению, что девайс должен хорошо лежать в руке, для 17% важно, чтобы устройство помещалось в карман, для 1% все предложенные критерии равноценны.

Для многих россиян смартфон уже стал основным способом просмотра видеоконтента. 44% респондентов согласились с тем, что смартфон для них заменил в большинстве случаев телевизор, ноутбук или планшет, для 17% мобильное устройство стало полноценной заменой. Однако 24% не согласны и склоняются к тому, что техника с большим экраном удобнее и для просмотра видео

использует в большинстве случаев именно ее. Для 16% смартфоны заменили скорее планшет или компьютер, но не телевизор.

**онлайн-опрос М.Видео-Эльдорадо (анкетирование), 2 000 респондентов, возраст: 18-55, РФ, период: июль '23.*

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.