

Опрос М.Видео-Эльдорадо: 36% россиян начали играть в консольные игры до 10 лет

31 октября 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), провела опрос* среди читателей бренд-медиа «М.Клик» и узнала, в каком возрасте российские пользователи начали играть в консольные игры, сколько времени сейчас тратят на своё увлечение и какие жанры выбирают, следят ли они за новинками, а также как к их хобби относятся близкие.

Примерно три четверти опрошенных отметили, что для гейминга они используют стационарные консоли, ещё порядка 25% предпочитают портативные решения. Подавляющее большинство пользователей сейчас играет на PlayStation (88%), следующими по популярности оказались консоли Xbox и Nintendo, а также переизданные ретро-приставки.

В ходе опроса 32% опрошенных отметили, что проводят за игрой 1-3 часа в неделю, столько же опрошенных играют — 3-6 часов, 27% — больше 6 часов в неделю. От получаса до часа в неделю на игры уходит у 6% геймеров, а меньше получаса — всего 3%. 73% респондентов предпочитают играть в вечернее время, а 21% — в дневное. Утром и ночью играет по 3% опрошенных. Предпочтения по жанрам у любителей игр распределились так: 28% выбирают экшны, 22% — приключенческие игры, 21% — RPG, 11% — различные симуляторы, 8% — стратегии, 7% — головоломки, 3% — другие жанры.

30% геймеров говорят, что близкие положительно относятся к их увлечению — разделяют или поддерживают его. Нормально или нейтрально к такому хобби относятся 43% окружающих. Ещё 20% игроков на консолях ответили, что близкие отрицательно воспринимают их увлечение. А 7% опрошенных пользователей указали, что скрывают своё увлечение от близких.

72% россиян начали играть на консолях в возрасте до 18 лет, причём почти половина из них — до 10 лет. 8% опрошенных пристрастились к игровым приставкам в 18-23 года, 5% — в 24-28 лет, 10% — в 29-33 года, а оставшиеся 5% — в 34-40 лет. Своей первой консолью 38% пользователей назвали Dendy, 26% — приставки от Microsoft, 24% — Sony, 5% — Sega. Около 7% начинали играть на приставках других производителей.

Большинство любителей игр (51%) отметили, что регулярно покупают новинки. За всеми выходящими играми следит больше трети пользователей — 34%. 26% не обращают внимания на свежие релизы, 23% мониторит выходы конкретных серий, 9% следит за конкретными разработчиками, а 3% следит за новинками, которые выходят на их консолях. Около 5% затруднились с ответом.

При этом 47% респондентов отметили, что покупают игры и в цифровой версии, и на физических носителях. 30% выбирают только на онлайн-версии. 13% отдают предпочтение исключительно играм на дисках. На это влияет привычка (28%), сбор коллекции (17%), низкий уровень доверия к цифровым копиям (6%) и другие причины — например, ограничения или простота покупки.

По итогам девяти месяцев 2023 года, штучные продажи игровых консолей в М.Видео-Эльдорадо увеличились почти в 2,5 раза по сравнению с тем же периодом прошлого года. Спрос на актуальные поколения консолей PlayStation и Xbox за год вырос втрое, а доля моделей с дисководом увеличилась до 80%. Продажи переизданных ретро-консолей выросли на 20% год к году. Кроме того, чаще стали приобретать Steam Deck — в третьем квартале этого года продажи оказались в 2,1 раз больше, чем в первые месяцы продаж в начале текущего года.

* Опрос проводился в сентябре-октябре на площадке [М.Клик](#). М.Клик — бренд-медиа Группы М.Видео-Эльдорадо, которое каждый месяц читает более 1,3 миллионов уникальных пользователей.

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 магазинов 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.