

Статистика М.Видео-Эльдорадо: продажи отечественных телевизоров выросли до 2,5 раз за 9 месяцев 2024 года

05 ноября 2024 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала статистику продаж телевизоров на рынке России за 9 месяцев нынешнего года. По предварительным данным, спрос на отечественные телевизоры вырос до 2,5 раз.

Если говорить об отечественных конкретных брендах, то россияне предпочитают умные телевизоры Sber и Яндекс. Так, спрос на умные телевизоры Sber с голосовым управлением за 9 месяцев 2024 года вырос в 2,5 раза, а на телевизоры от Яндекса — в 2 раза. При этом собственные телевизоры Яндекса в 2024 году были представлены преимущественно в сегменте выше среднего и премиум, и многие модели оснащены встроенной колонкой с Алисой. Более доступная новинка — ТВ Станция Бейсик поступила в продажу в октябре.

Всего за 9 месяцев 2024 года россияне купили 5,4 млн телевизоров всех брендов на общую сумму 160 млрд рублей. Средняя цена за телевизор в России составила 29,2 тыс. рублей. Рост рынка в денежном выражении составил 6,6%.

Среди зарубежных брендов четвёрка лидеров в количественном выражении представлена Haier, Xiaomi, Hisense, Samsung. В денежном выражении также лидирует Haier, далее следует Samsung, Xiaomi, Hisense и другие марки.

Самыми продаваемыми моделями стали: Haier 32 SMART TV S1/S2, Xiaomi TV A2 43, Xiaomi TV A2 32. В денежном Xiaomi TV A2 43, Haier 32 SMART TV S1/S2, Xiaomi TV A2 55.

Жители РФ отдают предпочтение моделям с диагональю 32, 43 и 50 дюймов. Активно растут в продажах и большие диагонали — 55, 65 и 75 дюймов. Кроме того, наблюдается повышенный интерес к устройствам сверхбольших диагоналей — от 85 дюймов и выше. Самый большой телевизор, который продается в каналах продаж М.Видео и Эльдорадо, — QD-Mini LED TCL 115X955 стоимостью 1 999 999 рублей.

Руководитель департамента «Кино и Звук» группы М.Видео-Эльдорадо Николай Семенов:

«Рынок ТВ в России демонстрирует положительную динамику. Пользователи активно покупают модели с искусственным интеллектом и голосовыми ассистентами, делая выбор в пользу дополнительного комфорта в использовании. Также покупатели активно выбирают на большие диагонали и повышенную чёткость — вплоть до 8к. Таким образом, телевизор становится не просто необходимостью в каждом доме, но точкой притяжения всей семьи для качественного времяпрепровождения, сравнимого с походом в кинотеатр, тем более что сейчас зачастую при покупке ТВ можно получить доступ к онлайн-кинотеатрам с тысячами фильмов, сериалов и контента для детей».

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 финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

М.ВИДЕО | ЭЛЬДОРАДО

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: pr@mvideo.ru