М.Видео россияне потратили 149 млрд рублей на телевизоры за девять месяцев 2026 года

3 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подвела итоги российского рынка телевизоров за девять месяцев 2026 года. По данным аналитической компании ICMR (ex ГФК-Русь), с января по сентябрь россияне потратили на телевизоры около 149 млрд рублей. Продажи выросли на 6% в количественном выражении и на 5,2% в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Расчетная средняя стоимость проданного телевизора за 9 месяцев 2026 года составила около 29 тыс. рублей, снизившись на 0,8% год к году. В третьем квартале 2026 года средняя стоимость проданного телевизора выросла на 14,3% год к году — до 31,1 тыс. рублей. Такую динамику нельзя объяснять только изменением себестоимости. Существенную роль играет перераспределение спроса в пользу больших диагоналей и более технологичных моделей. Телевизоры с диагональю от 75 дюймов составили около 3% продаж в штуках, но обеспечили больше половины прироста рынка в денежном выражении. Их продажи в натуральном выражении увеличились на 33% год к году.

Одновременно растёт значение качества изображения. Две модели, ставшие лидерами III квартала 2026 года по выручке, — 55-дюймовые телевизоры с подсветкой MiniLED и средней ценой продажи около 60 тыс. рублей. Это показывает, что современные технологии востребованы и в привычных диагоналях.

Интерес к технологичным решениям заметен и в компактных форматах: продажи OLED-телевизоров диагональю 42–48 дюймов выросли на 71% в штуках. Таким образом, средняя стоимость покупки увеличивается в том числе за счёт выбора более высокого класса техники — как по размеру экрана, так и по качеству изображения.

На фоне роста рынка особенно заметна динамика отдельных производителей. Продажи телевизоров TCL увеличились на 58% в денежном выражении и на 38,4% в штуках. У Hisense рост составил 30,3% в деньгах и 29,9% в количественном выражении. Xiaomi также завершила девять месяцев с положительной динамикой: продажи бренда выросли на 18,8% в денежном выражении и на 11,5% в штуках.

Рейтинг наиболее востребованных моделей совпал по двум показателям — количеству проданных устройств и денежному обороту. В пятерку лидеров вошли:

- TCL 55C6K
- TCL 65C6K
- Xiaomi TV A 43 2026
- Xiaomi TV A Pro 55 2026
- Hisense 55U7S

Иван Баратынский, руководитель Департамента «Кино и звук» компании М.Видео:

«Телевизор остаётся одной из ключевых покупок для дома, но сценарии его использования давно вышли за рамки обычного просмотра телепередач. В 2026 году интерес к категории поддерживал в том числе Чемпионат мира по футболу: крупные спортивные события традиционно повышают внимание к качеству изображения и размеру экрана. Сегодня телевизоры используют для просмотра фильмов и сериалов на онлайн-платформах, спортивных трансляций, игр и другого цифрового контента. При этом покупателю важно не просто выбрать диагональ побольше, а найти баланс между качеством изображения, возможностями устройства и стоимостью. Поэтому на рынке одновременно востребованы модели для повседневного использования и телевизоры с расширенными характеристиками. Для производителей это означает необходимость предлагать решения для разных запросов, а для покупателей — возможность выбирать из широкого ассортимента».

О Компании

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 54 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 640 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 82 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru