

М.Видео: россияне выбирают более функциональные и технологичные смарт-часы

8 мая 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок носимой электроники в России по итогам первого квартала 2026 года. Категория смарт-часов продолжает пользоваться устойчивым спросом, при этом ключевым трендом становится смещение покупательского интереса в сторону более функциональных, технологичных и дорогих устройств с расширенными возможностями контроля здоровья, спорта и повседневного взаимодействия со смартфоном.

Руководитель департамента «Телеком и гаджеты» Компании М.Видео Никита Толпыгин:

«Категория смарт-часов в России заметно изменилась: если еще недавно значительную часть спроса формировали простые базовые устройства, то сегодня покупатель все чаще делает выбор в пользу полноценных умных часов, которые становятся персональным цифровым помощником на каждый день. Пользователям важны расширенный контроль здоровья, спортивные сценарии, качественный экран, длительная автономность и удобная интеграция со смартфоном. Именно поэтому мы видим рост интереса к более функциональным и технологичным моделям, а также постепенное увеличение среднего чека в категории».

По оценке М.Видео, в январе-марте 2026 года россияне приобрели около 1,5 млн устройств носимой электроники на сумму 11,5 млрд рублей. Средняя стоимость покупки в категории увеличилась примерно на 10% и достигла порядка 7,8 тыс. рублей. Это свидетельствует о переходе потребителей от импульсного выбора базовых гаджетов к более осознанной покупке устройств для ежедневного использования.

Наибольший объем продаж в количественном выражении пришелся на устройства доступного и среднего ценового сегмента, однако именно модели стоимостью выше 7 тыс. рублей продолжают усиливать позиции и уже формируют более четверти всего рынка. Одновременно свыше половины продаж обеспечивают устройства стоимостью более 3 тыс. рублей, что подтверждает устойчивый интерес покупателей к часам с более широким набором функций, качественными дисплеями, улучшенной автономностью и глубокой синхронизацией со смартфоном.

Российский рынок носимой электроники окончательно смещается от простых фитнес-браслетов в сторону полноценных умных часов и многофункциональных устройств. По итогам первого квартала на такие гаджеты пришлось около 86% всех продаж в штуках. Пользователи все чаще выбирают устройства, которые позволяют не только отслеживать шаги или сон, но и контролировать показатели здоровья, управлять уведомлениями, использовать спортивные режимы, навигацию и синхронизацию с цифровыми сервисами.

Лидером рынка в количественном выражении остаются доступные устройства массового сегмента, а среди брендовых производителей наибольшим спросом пользуются HUAWEI, Xiaomi и Redmi. В денежном выражении рынок формируют HUAWEI, Apple и Samsung — на эти бренды приходится почти две трети всей выручки категории. Такая структура продаж подтверждает рост интереса к более технологичным моделям с расширенными функциями контроля здоровья и повседневного использования.

Дополнительным подтверждением зрелости категории становится и изменение программной структуры рынка: более 80% всех проданных устройств работают на закрытых и фирменных операционных

М.ВИДЕО

системах производителей. Покупатели все чаще выбирают часы с готовым набором пользовательских сценариев, высокой автономностью, стабильной работой и быстрой синхронизацией со смартфоном.

Наибольшим спросом среди моделей по итогам первого квартала 2026 года пользовались Apple Watch Series 11 в версиях 42 мм и 46 мм, Samsung Galaxy Watch8 с поддержкой LTE, Apple Watch SE 3-го поколения в версии 40 мм, а также HUAWEI Watch GT 6 в версии 41 мм.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/pz586hVPTAdEw/0.%20%D0%9F%D0%BE%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BC/%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82-%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%8B>

О Компании

ПАО «М.видео» – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный мультикатегорийный маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке собственных программных решений, финтех-платформа «Директ Кредит Центр», являющаяся лидером POS-кредитования в России, а также собственное 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 1 000 магазинов от Калининградской области до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплементарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общая клиентская база компании составляет около 80 млн человек.

ПАО «М.видео» – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru