

М.Видео: россияне установили новый рекорд по покупке цифровых фотоаппаратов в первом полугодии 2026 года

12 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи цифровых фотоаппаратов на российском рынке по итогам первого полугодия 2026 года. За январь-июнь россияне приобрели 219 тыс. цифровых камер, что стало новым историческим максимумом как минимум за последние шесть лет. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года продажи выросли на 10,8% в количественном выражении и на 47,5% в денежном.

Руководитель департамента «Аксессуары» Компании М.Видео Жанна Илюхина:

«Мы видим, что рынок цифровых фотоаппаратов продолжает активно развиваться. Рост обеспечивают не только покупки компактных камер для путешествий и семейной съемки, но и устойчивый интерес к более функциональным моделям. Все больше покупателей выбирают современные беззеркальные камеры со сменной оптикой, которые подходят как для творчества, так и для создания профессионального фото- и видеоконтента. Это отражается и на структуре рынка, и на росте средней стоимости устройств. Мы ожидаем, что во втором полугодии интерес к фототехнике сохранится благодаря развитию видеоблогинга, популярности путешествий и растущему спросу на качественный визуальный контент».

Для сравнения: в первом полугодии предыдущих лет объем рынка составлял:

- 2020 год — 86,8 тыс. фотоаппаратов; 2,72 млрд рублей;
- 2021 год — 134,9 тыс.; 3,53 млрд рублей;
- 2022 год — 102 тыс.; 3,45 млрд рублей;
- 2023 год — 204 тыс.; 2,67 млрд рублей;
- 2024 год — 192 тыс.; 2,87 млрд рублей;
- 2025 год — 198 тыс.; 3,11 млрд рублей;
- 2026 год — 219 тыс.; 4,58 млрд рублей.

Таким образом, рынок цифровых фотоаппаратов второй год подряд обновляет исторический максимум. За шесть лет продажи выросли более чем в 2,5 раза — с 86,8 тыс. устройств в первом полугодии 2020 года до 219 тыс. в первом полугодии 2026 года.

В денежном выражении рынок вырос еще быстрее. Общий объем продаж достиг 4,58 млрд рублей, что на 47,4% больше, чем годом ранее. Средняя стоимость приобретаемого фотоаппарата увеличилась более чем на треть — примерно с 15,7 тыс. до 20,9 тыс. рублей. Это свидетельствует о растущем интересе покупателей к более функциональным и технологичным моделям.

По итогам первого полугодия крупнейшую долю рынка в количественном выражении сохранили Unbranded-камеры — 51,7%. Второе место занял бренд W&O с долей 17,1%, третье — Canon (10,4%). В пятерку также вошли Sony (6,4%) и Nikon (3,0%).

В денежном выражении лидером остается Canon, обеспечивший 35,7% оборота рынка. На втором месте расположилась Sony с долей 31,8%, на третьем — Nikon (10,3%). Далее следуют Fujifilm (6,8%) и Unbranded(5,9%).

М.ВИДЕО

Одной из главных тенденций первого полугодия стал рост спроса на системные камеры со сменной оптикой. Их доля в структуре продаж увеличилась с 6,7% до 12,2%, тогда как сегмент классических зеркальных камер сократился с 7,6% до 5,6%. Особенно активно растут беззеркальные модели: доля камер со сменной оптикой и кроп-сенсором увеличилась с 3,5% до 6,7%, а полнокадровых беззеркальных устройств — с 3,2% до 5,5%. Это подтверждает переход покупателей к современным решениям для фото- и видеосъемки.

Несмотря на сохраняющуюся популярность камер с несменной оптикой, их доля постепенно снижается — с 85,7% до 82,2%, тогда как пользователи все чаще выбирают устройства со сменными объективами, обеспечивающие более высокое качество изображения, широкие возможности для творчества и создания профессионального контента.

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/i/wqm0csjCCclS0Q>

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 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 выкуп и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 900 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 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru