

М.Видео: россияне стали чаще выбирать часы с более высоким средним чеком в преддверии старта бизнес-сезона

14 октября 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи часов на собственном маркетплейсе за январь–сентябрь 2026 года и выявила склонность покупателей к приобретению более статусных одновременно более дорогих моделей. Для анализа к дорогому сегменту были отнесены бренды со средним чеком выше 10 тыс. рублей. На них пришлось около 88% всех продаж часов в штуках и более 91% оборота категории. Если объединить все бренды с чеком выше 10 тыс. рублей в одну категорию, средняя стоимость проданных часов составит около 36 тыс. рублей.

Екатерина Лезгинцева, директор категории «Одежда» на маркетплейсе М.Видео:

«Исторически часы для покупателя — это не только способ узнать время, но и часть повседневного образа, технологичный аксессуар, отражающий имидж и являющийся маркой статуса. Поэтому выбор становится более осознанным: клиенты обращают внимание на дизайн, бренд, материалы, функциональность и дополнительные возможности устройства. В последние несколько месяцев мы видим интерес к моделям разных форматов, в том числе к часам с более высоким средним чеком, что указывает на систематический сдвиг в потребительском поведении».

Наиболее заметная активность в категории проявилась в августе. На этот месяц пришлось 14,3% всех покупок часов и 21,9% выручки за девять месяцев — это максимальные показатели в обоих случаях. По сравнению с июлем количество проданных часов выросло на 47,8%, а оборот категории — на 243,6%.

Особенно заметной стала динамика более дорогого сегмента: продажи таких часов в августе выросли на 65% по сравнению с июлем. При этом оборот увеличился примерно в 3 раза. Таким образом, рост в августе происходил не только за счет увеличения количества покупок — существенно изменилась и структура спроса в пользу более дорогих моделей, что скорее всего связано с приближением старта делового сезона.

Лидером по количеству продаж среди брендов со средним чеком выше 10 тыс. рублей стал Casio — на него пришлось около 95% продаж сегмента. Также в числе лидеров Diesel, Bulova, Michael Kors и Citizen.

В денежном выражении Casio также занял первое место, обеспечив около 81% оборота дорогого сегмента. Далее в ТОПе по объему продаж в деньгах расположились AGAT, Bulova, Earnshaw, Citizen и Seiko.

В целом анализ продаж показывает, что часы остаются категорией, в которой покупатели чаще склонны рассматривать модели с более высоким средним чеком, но при этом выбор конкретной модели определяется скорее не стоимостью, но и сочетанием бренда, дизайна и функциональности.

Ссылка на фотографии: <https://disk.yandex.ru/d/wB2EcpNKX3w6-w>

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

М.ВИДЕО

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