

М.Видео: россияне вновь открывают для себя специализированные музыкальные устройства

19 августа 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает, что рынок портативных медиаплееров в России продолжает расти. По итогам первого полугодия 2026 года продажи категории увеличились на 38,2% в натуральном выражении и на 31,6% в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. За шесть месяцев россияне приобрели 88,8 тыс. портативных медиаплееров против 64,2 тыс. годом ранее. Денежный объем рынка вырос с 200,3 млн до 263,5 млн рублей.

Руководитель категории TV/AV Компании М.Видео Андрей Букин:

«Мы видим устойчивый рост интереса к специализированным устройствам для прослушивания музыки. Если раньше смартфон был универсальным решением практически для любых сценариев, то сегодня часть пользователей сознательно выбирает отдельные устройства — портативные медиаплееры для повседневного прослушивания и Hi-Fi-аудио, а также виниловые проигрыватели для домашнего использования. При этом покупатели все чаще отдают предпочтение моделям со встроенной памятью, сохраняя интерес к классическому кнопочному форм-фактору. Одновременно развивается и премиальный сегмент: растет спрос на Hi-Fi-плееры и устройства для воспроизведения винила, что говорит о стремлении пользователей получать более качественный и осознанный опыт прослушивания музыки».

Лидером российского рынка по итогам первого полугодия стала DIGMA, занявшая около 42% продаж в натуральном выражении. Второе место удерживают устройства без бренда (Unbranded) с долей около 23%, третье — VITA MUSICA (около 11%). В первую пятерку также вошли MECHEN и FIIO.

В денежном выражении лидером также остается DIGMA с долей около 27%, однако второе место занимает FIIO, контролирующая около 20% рынка благодаря высокому спросу на премиальные Hi-Fi-плееры. Далее следуют Unbranded, HIBY и MECHEN.

Покупатели все чаще выбирают модели со встроенной памятью. Если год назад на них приходилось 65% продаж в штуках, то по итогам первого полугодия 2026 года — уже 70%. Доля устройств, использующих карты памяти, снизилась с 35% до 30%. В денежном выражении встроенная память занимает уже 75% рынка.

При этом пользователи остаются верны классическому форм-фактору. 83% всех проданных медиаплееров оснащены кнопочным управлением без сенсорного экрана. Доля устройств с мультитач-дисплеем составляет 10%, а моделей с одноточечным сенсорным управлением — 7%.

Одновременно растет интерес к более функциональным устройствам. Доля медиаплееров с поддержкой воспроизведения видео увеличилась с 40% до 42%, тогда как модели, предназначенные исключительно для прослушивания музыки, занимают 58% рынка.

По данным собственного маркетплейса М.Видео, интерес к специализированной аудиотехнике подтверждается и внутренней статистикой компании. Во втором квартале 2026 года по сравнению с первым кварталом оборот портативных медиаплееров продемонстрировал кратный рост, а оборот виниловых проигрывателей увеличился более чем в 4,5 раза (+353%).

М.ВИДЕО

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/d/I08hGs4nTfkmoA>

«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 выкупу 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