

М.Видео: рынок игровых консолей вырос на 29% в I квартале 2026 года

23 апреля 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), фиксирует восстановление рынка игровых консолей в России по итогам I квартала 2026 года. Продажи в количественном выражении выросли на 22% год к году и достигли 459 тыс. устройств, в денежном выражении рынок увеличился на 29% и превысил 8,6 млрд рублей.

Руководитель направления «Развитие игр и игрового сообщества» Компании М.Видео Сергей Мезин:

«Рынок игровых консолей в 2026 году демонстрирует восстановление после существенного снижения почти на 20% в I квартале прошлого года и одновременно переходит к новой структуре спроса. Мы видим, что категория развивается сразу в двух направлениях: растет спрос на доступные устройства, которые обеспечивают вход в гейминг, и одновременно усиливается сегмент полноценных игровых платформ с более высокой стоимостью и характеристиками. При этом ключевым драйвером остается PlayStation, на которую приходится основная часть выручки рынка. В целом можно говорить о том, что категория становится более зрелой: пользователи все чаще делают осознанный выбор между базовыми и продвинутыми решениями в зависимости от своих сценариев использования».

Рынок сохраняет выраженную сегментацию между массовыми и брендовыми решениями. В количественном выражении около половины продаж по-прежнему приходится на устройства без бренда, при этом доля Sony выросла до 26% против 21% в I квартале 2025 года, усилив позиции компании как ключевого игрока отечественного рынка. Также заметную долю занимают ретроконсоли (2,1%) и игровые решения формата SUP (7,8%), в то время как доли Nintendo и Microsoft снижаются (с 4,5% до 3,1% и с 3% до чуть более 1%). В денежном выражении структура рынка существенно отличается: более 75% всей выручки приходится на Sony, тогда как Valve занимает около 9%, Nintendo — около 5%, а доля unbranded-устройств остается на уровне порядка 5%, несмотря на значительный объем продаж в штуках. Доля Microsoft в денежном выражении остается минимальной.

Ценовая структура категории демонстрирует поляризацию спроса. С одной стороны, растет доля премиальных устройств стоимостью свыше 48 тыс. рублей, с другой — увеличивается спрос на ультрабюджетные решения стоимостью до 1,5 тыс. рублей. При этом средний ценовой сегмент сокращается, что указывает на перераспределение спроса: часть пользователей выбирает минимальный порог входа, тогда как другая ориентируется на более дорогие и функциональные устройства.

Динамика продаж в денежном выражении опережает рост в штуках, что свидетельствует об увеличении среднего чека. Ключевым драйвером роста выступает семейство PlayStation 5: основная доля продаж приходится на Slim-версию с дисководом, при этом дополнительный вклад в положительную динамику вносят предыдущая ревизия консоли (FAT), версия Slim без дисковода и Pro-модификацию.

При этом технологическая структура рынка остается стабильной: доля устройств с поддержкой 4K сохраняется на уровне около 60%. Это указывает на сформировавшийся стандарт в категории и говорит о том, что дальнейший рост обеспечивается не за счет перехода на новые технологии, а из-за обновления устройств и расширения аудитории.

М.ВИДЕО

Анализ продаж на уровне конкретных моделей подтверждает ключевые изменения в структуре рынка. Основной объем приходится на консоли семейства PlayStation 5, среди которых PS5 Slim выступает как массовое решение, обеспечивающее значительную часть продаж в штуках. Более дорогая версия, PS5 Pro, формируют рост выручки и среднего чека. Отдельным направлением развивается сегмент портативного гейминга, где устойчивый спрос демонстрируют устройства Steam Deck. При этом ультрабюджетные решения, включая ретроконсоли, обеспечивают значительный объем продаж в количественном выражении за счет доступной цены, однако практически не влияют на денежный оборот рынка.

Ссылка на фотографии:

https://disk.yandex.ru/i/nwYFS5Aobn2_TQ

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