

## М.Видео: россияне купили рекордное количество коммуникационных устройств за 5 лет

25 февраля 2026 года

**ПАО «М.видео»**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID) сообщает, что по данным исследовательской компании ICMR («ГФК-Русь»), по итогам 2025 года россияне приобрели 10 млн коммуникационных устройств, что стало максимальным показателем за последние пять лет.

В 2020 году продажи составляли 4,9 млн устройств на сумму 16,7 млрд рублей. В 2021 году рынок вырос до 5,9 млн устройств и 18,7 млрд рублей, в 2022 году — до 6,2 млн устройств и 22,0 млрд рублей. В 2023 году объем продаж достиг 7,7 млн устройств при выручке 30,1 млрд рублей, а в 2024 году — 8,9 млн устройств и 38,9 млрд рублей. В 2025 году россияне приобрели 10 млн устройств на сумму около 38,0 млрд рублей. Таким образом, за пять лет рынок в натуральном выражении фактически удвоился, а его денежный объем более чем в два раза превысил уровень 2020 года.

---

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

*«Коммуникационные устройства сегодня — это основа цифровой инфраструктуры дома и малого бизнеса. Если несколько лет назад Wi-Fi обеспечивал подключение до 10-20 устройств, то сейчас речь идет уже о сотнях — от телевизоров и ноутбуков до систем безопасности и элементов «умного дома». Рекордные продажи 2025 года подтверждают, что пользователи активно обновляют сетевое оборудование, повышая стабильность и скорость соединения. При этом мы видим устойчивый спрос как на доступные решения для базовых задач, так и на продвинутые модели с поддержкой современных стандартов связи, включая Wi-Fi 6 и mesh-системы. Категория перестала быть нишевой и окончательно стала массовой».*

Ключевым сегментом остаются роутеры — их доля достигла 52,8% от общего объема продаж. Продолжается обновление домашней Wi-Fi-инфраструктуры на фоне роста числа подключенных устройств и распространения современных стандартов связи. Сегмент решений для автоматизации и «умного дома» занимает 15,6% рынка, на сетевые хабы приходится 10,5%, на коммутаторы SMB — 10,2%, на репитеры — 5,1%, что отражает усложнение сетевой инфраструктуры в домах и малом бизнесе.

В количественном выражении лидируют небрендовые устройства, TP-Link и Keenetic. В денежном выражении наибольшую долю занимает Keenetic, далее следуют TP-Link и Mikrotik. Такая структура демонстрирует баланс между массовым сегментом и продвинутыми решениями среднего и высокого ценового уровня.

**Ссылка на фотографии:**

[https://disk.yandex.ru/i/i\\_Q0vhXy1adiuA](https://disk.yandex.ru/i/i_Q0vhXy1adiuA)

**О Компании**

**ПАО «М.видео»** – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой. В периметр Компании входит собственный 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 более чем 1 100 магазинов от Калининградской области до Камчатки, 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.

# М.ВИДЕО

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](mailto:pr@mvideo.ru)