

М.Видео-Эльдорадо: спрос на телевизоры в России прибавил 15%, доля Smart TV достигла рекордных 85%

16 мая 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала спрос на категорию ТВ в первом квартале 2023 года. В целом на российском рынке было продано около 2 млн телевизоров, что превысило показатели прошлого года более чем на 15%. В спросе отмечается два тренда: рост интереса к базовым моделям от 32 до 45 дюймов, а также увеличение интереса к диагоналям 45-60 дюймов на фоне обновлённого ландшафта брендов. Позитивный тренд демонстрируют продажи моделей QLED, где особенно ярко выраженным становится замещение корейских брендов конкурентоспособными китайскими.

В начале года на российском рынке на модели с диагональю от 32 дюймов до 45 дюймов пришлось около 60% продаж в количественном выражении. Спрос на телевизоры доступного и среднего уровня поддерживают телевизоры от брендов из Китая, СНГ и собственные торговые марки ритейлеров. Примерно треть от штучных продаж составила доля телевизоров с диагональю 45-60 дюймов. Спрос в этом сегменте успешно удовлетворяют ведущие китайские производители, разрабатывающие модели с чёткой, детализированной картинкой и высоким качеством звука для просмотра видео и домашний развлечений. Так, по итогам января-марта в группу лидеров в целом по России вышли китайские Haier и Hisense.

Благодаря ведущим производителям из Китая увеличивается вариативность и спрос на модели с технологиями OLED и особенно QLED, хотя наибольшую долю на рынке продолжают занимать массовые LED-панели.

Продолжается проникновение на российский рынок моделей с функцией Smart TV, чему способствует расширение выбора в стартовом и среднем ценовом сегменте, доступность технологий, разнообразие видеоконтента и развитие контентных платформ, в том числе российских. В первом квартале доля «умных» телевизоров на рынке составила чуть менее 85%, а в М.Видео-Эльдорадо уже превышает 90%. Активный рост в этой категории демонстрируют телевизоры с российскими ОС от Яндексa и Sber, доля которых в начале года на рынке достигла порядка 15%.

Интерес к широкоформатным телевизорам от 50-55 дюймов и активное развитие ассортимента способствовало устойчивому спросу к моделям с разрешением 4K. На этот сегмент пришлось более 45% штучных продаж на рынке, что сопоставимо с показателями прошлого года, при этом динамика продаж оказалась на уровне среднерыночной. Только в М.Видео-Эльдорадо на UHD-модели приходится порядка 60% проданных телевизоров.

Руководитель департамента «Кино и Звук» Группы М.Видео-Эльдорадо Алексей Никонов:

«Одним вектором развития продаж в начале этого года стал более прагматичный подход к покупкам со стороны покупателей, однако продолжает сохраняться потребность в самых современных и технологичных решениях. М.Видео-Эльдорадо успешно развивает ассортимент от базового сегмента, дешевле 10-20 тыс. рублей, до особенно крупных дюймов и моделей с разрешением 4K и 8K, что позволяет максимально покрывать потребности покупателей по всей стране в категории телевизоров. Так, например, в наших сетях продаётся примерно каждый второй телевизор свыше 55 дюймов.

В числе наиболее популярных брендов в М.Видео и Эльдорадо в начале года оказались ведущие бренды из «китайской волны» - Hisense, Haier, Toshiba. Бренды из Поднебесной предлагают

высокотехнологичные телевизоры под различные потребности покупателей по привлекательным ценам. И лидирующие позиции Hisense – это не только локальный или российский, но и общемировой тренд. В топ-5 наших продаж продолжают также входить телевизоры собственной торговой марки Hi по демократичным ценам с выбором в наиболее популярных диагоналях. Заметную долю также занимают Grundig, Artel, Яндекс и «Витязь». При этом остаются востребованными и сохраняются в ассортименте телевизоры брендов, ограничивших своё присутствие, включая Samsung и LG».

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

**Пресс-служба:
Андрей Петров**

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.