

М.Видео: продажи портативных медиаплееров выросли почти на 48% в I квартале 2026 года

2 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала рынок портативных медиаплееров в России. По итогам первого квартала 2026 года продажи таких устройств выросли на 47,5% в количественном выражении и достигли 44,96 тыс. штук. В денежном выражении рынок составил 128,7 млн рублей, что на 39,6% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Руководитель департамента «Телеком и гаджеты» Компании М.Видео Никита Толпыгин:

«Интерес к портативным медиаплеерам продолжает расти, однако меняется структура спроса. Если раньше основную часть продаж обеспечивали самые доступные устройства, то сегодня покупатели все чаще выбирают модели со встроенной памятью, увеличенным временем автономной работы и дополнительными возможностями, включая поддержку Bluetooth и сенсорное управление. Для многих пользователей портативный медиаплеер остается удобным способом слушать музыку, аудиокниги и подкасты без отвлекающих уведомлений смартфона. Такие устройства востребованы у детей, спортсменов, путешественников и всех, кто ценит автономность, компактность и высокое качество звучания. Мы ожидаем, что интерес к категории сохранится и во втором полугодии благодаря дальнейшему расширению ассортимента и появлению новых моделей в различных ценовых сегментах».

Покупатели все чаще выбирают модели со встроенной памятью. По итогам первого квартала на них пришлось 69% продаж в натуральном выражении и 75% оборота рынка в денежном. Доля устройств, работающих только с картами памяти, составила 31% в штуках и 25% в деньгах, что подтверждает устойчивый тренд на более функциональные модели.

На рынке сохраняется смещение спроса в сторону более дорогих устройств. Наибольшую долю продаж заняли портативные медиаплееры стоимостью свыше 2000 рублей — 43% рынка в натуральном выражении. Еще 26% пришлось на модели стоимостью 1500–2000 рублей, 21% — на устройства в диапазоне 1000–1500 рублей, а доля самых доступных моделей стоимостью до 1000 рублей составила 11%. Таким образом, почти 70% всех проданных медиаплееров относятся к сегменту дороже 1500 рублей, что свидетельствует о растущем интересе покупателей к устройствам с расширенной функциональностью и улучшенными характеристиками.

В количественном выражении лидером рынка остается Digma, укрепившая свои позиции в течение квартала. Значительную долю продаж также занимают устройства без бренда (Unbranded), а среди других популярных производителей представлены Vita Musica, Mechen и INNIOASIS, который демонстрирует наиболее высокие темпы роста.

В денежном выражении лидерство также сохраняет Digma. Среди наиболее заметных брендов также представлены FiiO, INNIOASIS, HiBy, Mechen и Vita Musica, что отражает высокий спрос на устройства среднего и премиального ценового сегмента.

С точки зрения функциональности большинство устройств по-прежнему остается максимально простыми. 83% проданных медиаплееров не оснащены сенсорным экраном и управляются с помощью физических кнопок. При этом интерес к моделям с сенсорным интерфейсом постепенно растет: устройства с полноценным сенсорным экраном занимают 11% рынка, еще 6% приходится на модели с

М.ВИДЕО

базовым сенсорным управлением. В денежном выражении устройства с сенсорным управлением уже формируют 38% рынка против 35% годом ранее.

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/r1edCqovrgifgQ>

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