

М.Видео назвала товары, на которые россияне потратили больше всего денег в период подготовки к учебному году

1 сентября 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи в период акции Back to School и назвала категории и отдельные товары, которые пользовались наибольшей популярностью у покупателей в преддверии начала учебного года. Лидерами по объему продаж в денежном выражении стали телевизоры, смартфоны и портативные гаджеты, а также ноутбуки и компьютеры. Рейтинг отдельных товаров возглавила игровая консоль Sony PlayStation 5.

Коммерческий директор Компании М.Видео Сергей Уваров:

«Подготовка к новому учебному году сегодня выходит далеко за рамки покупки ноутбука или смартфона для школьника. Покупатели стараются закрыть сразу несколько задач: выбирают технику для учебы и работы, книги и развивающие материалы для детей, а заодно обновляют устройства для дома и отдыха. Поэтому в период Back to School мы видим высокий интерес не только к ноутбукам и смартфонам, но и к телевизорам, игровым консолям, бытовой технике и широкому ассортименту нашего маркетплейса. Для нас важно дать покупателям возможность приобрести в одном месте все необходимое для учебы, развития и повседневной жизни семьи».

Наибольшую долю в структуре продаж в период акции заняли телевизоры и аудио-видео техника — 30,7% оборота. На смартфоны и портативные гаджеты пришлось 23,3%, на ноутбуки, компьютеры и офисную технику — 17,1%. Еще 14,9% обеспечила крупная и мелкая бытовая техника, доля игровых приставок и товаров для гейминга составила 7,5%, а сервисов, логистики, защиты устройств и подписок — 6,5%.

Рейтинг отдельных физических товаров по объему продаж в денежном выражении возглавила Sony PlayStation 5 с дисководом. Следом расположились телевизоры Hisense 55U7S, Hisense 55E7S RU и Hisense 65U7S. Таким образом, сразу три модели телевизоров вошли в первую четверку наиболее востребованных устройств в период акции.

Заметное место в рейтинге заняла техника, востребованная для учебы, работы и повседневных задач. Среди ноутбуков наиболее высокие позиции заняли ASUS TUF Gaming F16 FX608JHI-TU215, HUAWEI MateBook D 16 и Acer NX.JXXCD.008. Среди смартфонов в число лидеров вошли Apple iPhone 17 256 ГБ в синем и черном цветах, а также Samsung Galaxy A57 8/256 ГБ.

Топ-20 наиболее популярных товаров в М.Видео в период подготовки к школьному сезону по объему продаж в денежном выражении:

1. Sony PlayStation 5
2. Телевизор Hisense 55U7S
3. Телевизор Hisense 55E7S RU
4. Телевизор Hisense 65U7S
5. Игровой ноутбук ASUS TUF Gaming F16 FX608JHI-TU215
6. Телевизор Hisense 50U7S RU
7. Холодильник Gorenje NRK6202AW4
8. Смартфон Apple iPhone 17 256 ГБ Blue
9. Телевизор Hisense 55U7S PRO

М.ВИДЕО

10. Телевизор Hisense 43E7S RU
11. Ноутбук HUAWEI MateBook D 16
12. Смартфон Apple iPhone 17 256 ГБ Black
13. Телевизор Hisense 50E7S RU
14. Ноутбук Acer NX.JXXCD.008
15. Телевизор TCL 55P8L
16. Смартфон Samsung Galaxy A57 8/256 ГБ
17. Телевизор Hisense 40A5S RU
18. Телевизор Hisense 65U7S PRO
19. Телевизор TCL 65C7L
20. Стиральная машина Hisense WF5I8043BWF

Отдельным направлением спроса в период подготовки к новому учебному году стали книги и обучающие материалы. Покупатели выбирали детскую и учебную литературу, в том числе пособия для развития речи, обучения счету и занятий с детьми. В заказах представлены как детские книги, так и специализированные обучающие издания, что дополняет традиционный для Back to School спрос на технику товарами непосредственно для учебы и развития.

Ссылка на фотографии:

https://disk.yandex.ru/d/CVE9eL0_VfC-nQ

«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