

## М.Видео: продажи ТВ и смарт-мониторов в I квартале выросли на 10%

6 мая 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи умных телевизоров и смарт-панелей в России по итогам первого квартала 2026 года. За январь-март спрос продолжил расти, при этом основным драйвером стали доступные модели с расширенным набором цифровых функций, а рынок окончательно закрепился за китайскими брендами и российскими smart-экосистемами Яндекс и Сбер. По оценке М.Видео, в первом квартале 2026 года в России было продано 2 млн умных телевизоров и смарт-панелей, что на 10% больше, чем годом ранее. В денежном выражении продажи достигли 58,2 млрд рублей, увеличившись на 1%.

---

### Руководитель департамента «Кино и звук» Компании Иван Баратынский:

*«Сегодня телевизор — это уже не просто функция ТВ, а полноценный цифровой хаб внутри дома. Покупатель смотрит не только на диагональ и качество изображения, но и на то, какие сервисы доступны “из коробки”: онлайн-кинотеатры, музыка, голосовые помощники, управление устройствами умного дома. Именно поэтому мы видим устойчивый рост спроса даже на фоне высокой конкуренции и снижения средней цены. Рынок развивается прежде всего за счет массовых smart-моделей, которые становятся доступнее и функциональнее».*

Разница в темпах роста в натуральном и денежном выражениях связана со смещением спроса в массовый сегмент. Средняя стоимость ТВ за год снизилась примерно на 9% — с 32 тыс. до 29 тыс. рублей. Покупатели активнее выбирали доступные телевизоры с уже встроенными онлайн-кинотеатрами, голосовыми ассистентами, стриминговыми сервисами и функциями управления умным домом.

Наиболее востребованными диагоналями в начале года стали 32 и 43 дюйма, которые суммарно обеспечили почти половину всех продаж Smart TV. При этом сохраняется стабильный интерес и к телевизорам с диагоналями 50 и 55 дюймов, которые становятся более доступными за счет расширения предложения в среднем ценовом сегменте.

Лидерами рынка в количественном выражении по итогам января-марта стали Haier, Xiaomi, Hisense, TCL. В денежном выражении наибольший объем продаж обеспечили TCL, Hisense, Haier и Samsung. Таким образом, российский рынок Smart TV продолжает смещаться в сторону брендов, сочетающих доступную цену, современную операционную систему и широкий smart-функционал.

Среди программных платформ крупнейшую долю сохраняют устройства на Android/Google TV — более 40% рынка. При этом телевизоры на YaOS и Салют ТВ уже совокупно занимают почти треть всех продаж, что отражает растущий интерес покупателей к интеграции телевизора в единую цифровую экосистему с голосовым управлением, онлайн-сервисами и элементами умного дома.

### Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/-pz586hVPTAdEw/0.%20%D0%9F%D0%BE%20%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BC/%D0%A2%D0%92>

# М.ВИДЕО

## 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](mailto:pr@mvideo.ru)