

## М.Видео: в России выросли продажи высокопроизводительных планшетов

9 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала российский рынок планшетов по итогам первого полугодия 2026 года. Несмотря на умеренный рост рынка, главной тенденцией стало смещение спроса в сторону более производительных устройств. Покупатели все чаще выбирают модели с большим объемом оперативной памяти, увеличенными диагоналями экранов, улучшенными камерами и более высокой производительностью. Одновременно продолжает увеличиваться доля планшетов среднего и премиального ценовых сегментов.

**Руководитель департамента «Компьютеры и планшеты» Компании М.Видео Сергей Зарайский:**

*«Планшеты сегодня становятся универсальными устройствами для работы, учебы, творчества и развлечений, поэтому покупатели все чаще делают выбор в пользу более производительных моделей. Мы видим устойчивый рост интереса к устройствам с 8–16 ГБ оперативной памяти, крупными экранами 11–11,5 дюйма и расширенными мультимедийными возможностями. Одновременно растет спрос на модели среднего и высокого ценовых сегментов, которые обеспечивают комфортную многозадачность, поддержку современных приложений и сервисов искусственного интеллекта. Благодаря высокой конкуренции между производителями покупатели получают широкий выбор планшетов практически для любых сценариев использования — от учебы и мобильной работы до профессионального творчества и потребления цифрового контента».*

По итогам января—июня 2026 года в России было продано 1,49 млн планшетов, что на 3% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Денежный объем рынка вырос на 5,5% и достиг 29,2 млрд рублей. Средняя стоимость планшета увеличилась примерно на 2%, до 19,6 тыс. рублей, что отражает устойчивый рост интереса покупателей к более функциональным устройствам.

В количественном выражении лидером российского рынка остается HUAWEI. Далее следуют Unbranded устройства, REDMI, HONOR и Samsung. Apple занимает шестое место.

В денежном выражении первое место сохраняет Apple. Практически вплотную к нему приблизился HUAWEI. В первую пятерку также входят Samsung, REDMI и HONOR. На эти пять брендов приходится более 74% денежного объема российского рынка планшетов.

Одной из главных тенденций первого полугодия стало дальнейшее смещение спроса в сторону более дорогих устройств. Доля планшетов стоимостью свыше 23 тыс. рублей увеличилась с 23,3% до 27,4% (+4,1 п.п.), тогда как сегмент устройств стоимостью до 9 тыс. рублей сократился с 25,1% до 21,9%. Доли сегментов 9–15 тыс. рублей и 15–23 тыс. рублей остаются стабильными, однако постепенно уступают место более дорогим моделям.

Покупатели продолжают отдавать предпочтение планшетам с более современными техническими характеристиками. Наиболее востребованными остаются устройства с 8 ГБ оперативной памяти, доля которых выросла с 36,4% до 37,4%. Одновременно значительно увеличились продажи моделей с 6 ГБ ОЗУ — с 18,6% до 23,4%, с 12 ГБ — с 4,6% до 7,4%, а также с 16 ГБ — с 6,0% до 8,5%. При этом доля планшетов с 4 ГБ оперативной памяти снизилась сразу на 7,5 процентного пункта — с 27,3% до 19,8%, а устройства с 3 ГБ практически исчезли из массового спроса.

# М.ВИДЕО

Изменились и предпочтения покупателей по размеру экрана. Самым популярным форм-фактором остаются 11-дюймовые планшеты, которые занимают 31,9% рынка. При этом заметно вырос спрос на устройства с диагональю 11,5 дюйма — их доля увеличилась с 7,7% до 10,6%, а также на модели с экраном 11,2 дюйма (1,4% → 3,0%). В то же время доля традиционных 10,1-дюймовых планшетов снизилась с 21,8% до 17,7%, а компактные устройства с диагональю 7–8 дюймов продолжают терять популярность.

Продолжают меняться и требования пользователей к возможностям камер. Доля планшетов с основной камерой 8 Мп выросла с 35,1% до 40,1%, сохранив за ними статус наиболее массового стандарта. Одновременно увеличились продажи моделей с камерами 12 Мп (4,6% → 7,5%) и 16 Мп (2,5% → 3,3%), тогда как доля устройств с 5-мегапиксельной камерой сократилась почти вдвое — с 14,6% до 8,0%. Это отражает растущую популярность использования планшетов для видеозвонков, дистанционного обучения, съемки документов и создания контента.

## Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/i/UxPqD6p8YrE6cA>

«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](mailto:pr@mvideo.ru)