

М.Видео: по итогам 9 месяцев 2026 года Samsung нарастил продажи смарт-часов почти на 8% в денежном выражении

15 октября 2026 года

ПАО «М.видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), проанализировала продажи носимых устройств в России за девять месяцев 2026 года. По данным исследовательской компании ICMR («ГФК-Русь»), с января по сентябрь 2026 года в России было продано около 4,24 млн девайсов на общую сумму 31,7 млрд рублей. При этом единственным брендом в топе, растущим как в денежном, так и в натуральном выражении стал Samsung.

По объему продаж в денежном выражении лидерами среди отдельных брендов стали Huawei, Apple и Samsung. Совокупно на них пришлось 58,6% рынка. При этом Samsung стал единственным брендом в ТОПе, показавшим рост как в денежном, так и в натуральном выражении: продажи увеличились на 7,8% в деньгах и на 0,8% в штуках. На 4-м и 5-м месте расположились небрендированные устройства и Xiaomi соответственно.

В натуральном выражении в ТОП продаж вошли девайсы Huawei, далее следуют Apple, Samsung, устройства без бренда и замыкают пятерку Xiaomi.

В ТОП самых продаваемых моделей носимых устройств по количеству вошли:

- Apple Watch Series 11 в версиях 42 и 46 мм
- Apple Watch SE 3 с корпусом 40 мм
- Xiaomi Smart Band 10
- Samsung Galaxy Watch 8 40 мм с поддержкой LTE
- Huawei Watch GT 6 в версии на 41 мм

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

«Мы видим, что рынок носимых устройств постепенно переходит от модели регулярного обновления к более рациональному потреблению. Смарт-часы и фитнес-браслеты уже стали привычными устройствами, поэтому покупатели могут дольше пользоваться имеющимися моделями и реже менять их без существенной необходимости. На это накладывается общая сдержанность потребительского спроса: в условиях, когда люди внимательнее распоряжаются свободными средствами, покупка нового гаджета всё чаще требует понятной практической причины. При этом рост средней стоимости устройства не обязательно означает, что покупатели стали чаще выбирать премиальные модели: на показатель также влияет изменение структуры продаж. Мы ожидаем, что в таких условиях для рынка будет особенно важна способность производителей предлагать действительно значимые улучшения, которые мотивируют покупателя обновить устройство».

Ссылка на фотографии: <https://disk.yandex.ru/d/-pz586hVPTAdEw/>

О Компании

«М.Видео» – мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 54 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке

М.ВИДЕО

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 640 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 82 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru