

Продажи складных смартфонов в России обновили рекорд: за четыре года рынок вырос более чем в два раза

22 июля 2026 года

ПАО «М.Видео», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), сообщает о том, что рынок складных смартфонов продолжает расти и по итогам первого полугодия 2026 года достиг исторического максимума как в денежном, так и в количественном выражении.

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

«Рынок складных смартфонов проходит этап зрелого развития. Производители значительно расширили ассортимент, сделали устройства легче, надежнее и функциональнее, а постепенное снижение средней стоимости сделало технологию значительно доступнее. Сегодня покупатели все чаще рассматривают складные смартфоны не как экспериментальное устройство, а как полноценный флагман для повседневного использования. Мы ожидаем, что дальнейшее развитие технологий гибких дисплеев и выход новых поколений устройств позволят категории сохранить высокие темпы роста и в ближайшие годы».

По итогам первого полугодия 2026 года в России было продано 53 тыс. складных смартфонов на общую сумму 4,84 млрд рублей. Для сравнения, годом ранее рынок составлял 42 тыс. устройств и 4,39 млрд рублей, в 2024 году — 32 тыс. устройств и 3,36 млрд рублей, в 2023 году — 33 тыс. устройств и 3,17 млрд рублей, а в 2022 году — 25 тыс. устройств на 3,0 млрд рублей.

Таким образом, всего за четыре года продажи складных смартфонов в количественном выражении увеличились более чем в два раза — с 25 до 53 тыс. устройств, а объем рынка вырос с 3,0 до 4,84 млрд рублей, что стало абсолютным рекордом за всю историю наблюдений.

Одновременно рынок становится более массовым благодаря постепенному снижению средней стоимости устройств. Если в первом полугодии 2022 года складной смартфон в среднем стоил 121,6 тыс. рублей, то в 2023 году — 96,0 тыс. рублей, в 2024 году — 104,9 тыс. рублей, в 2025 году — 104,3 тыс. рублей, а по итогам первого полугодия 2026 года — 90,7 тыс. рублей. За четыре года средняя стоимость устройств снизилась почти на четверть, что стало одним из ключевых факторов роста категории.

После небольшой паузы в 2024 году рынок вновь вернулся к активному развитию. Уже в 2025 году продажи достигли нового максимума, а в 2026 году категория вновь обновила рекорд как по количеству проданных устройств, так и по обороту. Это свидетельствует о том, что складные смартфоны постепенно перестают быть исключительно технологической новинкой и становятся полноценной альтернативой классическим флагманским моделям.

В первом полугодии 2026 года лидером российского рынка складных смартфонов стала Samsung, заняв первое место как в денежном, так и в количественном выражении. Второе место сохранила Huawei, а в пятерку крупнейших производителей также вошли HONOR, Motorola и Xiaomi.

Наибольшим спросом в денежном выражении пользовались Samsung Galaxy Z Fold7, Huawei Mate X7 и Samsung Galaxy Z Flip7 и Honor Magic V5. В пятерку самых продаваемых моделей также вошли

М.ВИДЕО

различные конфигурации Galaxy Z Fold7 и Galaxy Z Flip7, что подтверждает высокий интерес покупателей к новому поколению складных устройств.

В количественном выражении картина практически не изменилась — основную долю продаж обеспечили новые модели Samsung, а Huawei сохранила статус второго крупнейшего игрока в сегменте. Высокий спрос на новые поколения устройств подтверждает, что российские покупатели все активнее выбирают современные складные смартфоны в качестве основных мобильных устройств.

Долгосрочная динамика рынка показывает, что категория уверенно переходит из нишевого сегмента в один из наиболее быстрорастущих на рынке премиальной мобильной электроники. Рост продаж, рекордные объемы рынка, расширение предложения и постепенное снижение средней стоимости устройств создают предпосылки для дальнейшего увеличения спроса на смартфоны с гибкими экранами в России.

Ссылка на изображения:

<https://disk.yandex.ru/d/d4t8F6v2b-2tmA/Flip%20Fold%20%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%B0>

«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