В М.Видео продажи цифровых кодов GTA VI выросли на 960% за неделю

25 ноября 2026 года

ПАО «М.видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), проанализировал продажи цифровых кодов игры Grand Theft Auto VI. С 16 по 22 ноября, в неделю выхода GTA, продажи в М.Видео выросли на 960% по сравнению с предыдущей неделей как в штуках, так и в рублях. Данные учитывают собственные продажи М.Видео и продажи партнёров на маркетплейсе компании.

Высокий спрос на GTA VI проявился ещё до премьеры 19 ноября. На маркетплейсе М.Видео для предзаказа были доступны два цифровых издания игры для PlayStation по цене от 8208 до 14 725 рублей. Уже за первую неделю М.Видео собрала весь запланированный объём предзаказов.

Выход GTA VI поддержал и спрос на игровые консоли. В неделю премьеры продажи PlayStation 5 с дисководом в М.Видео выросли на 128%, а PlayStation 5 Pro — на 48%.

Никита Топлыгин, руководитель департамента «Телеком и гаджеты» М.Видео:

> *«Выход крупных игровых релизов заметно влияет на покупательскую активность сразу в нескольких сегментах. В случае GTA VI мы видим, что аудитория не ограничивается покупкой самой игры: часть пользователей одновременно интересуется игровыми консолями, а другие возвращаются к предыдущим частям франшизы. Особенно показательно, что рост спроса затронул как цифровые коды новой игры, так и физические копии GTA V. Это подтверждает, что крупные релизы способны стимулировать продажи всей игровой категории, а не только конкретного продукта».*

Общий ажиотаж вокруг GTA вызвал также взрывной интерес к предыдущей части серии. За неделю в каналах продаж М.Видео продано 409 дисков с GTA V — на 127% больше средних недельных продаж игры на дисках. Это второй результат среди всех игр по количеству дисков, проданных в М.Видео за одну неделю в 2026 году. Выше показатель был только у Resident Evil Requiem.

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 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