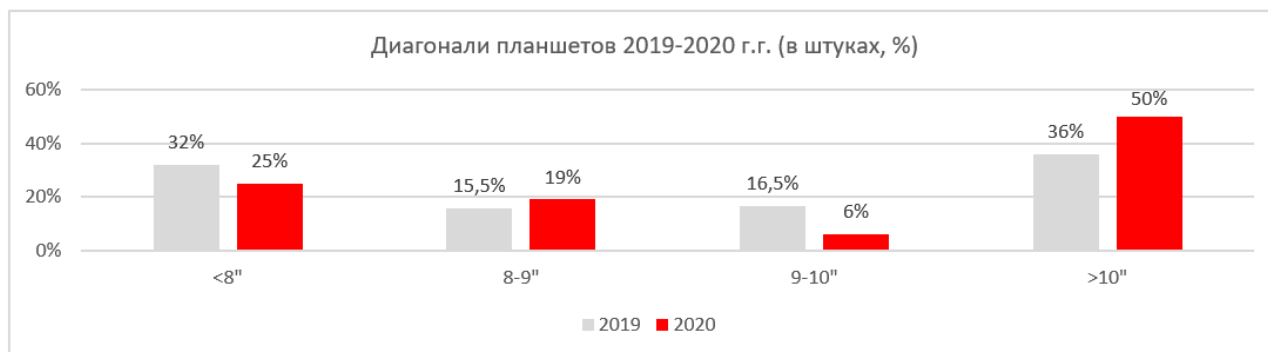


Аналитика «М.Видео-Эльдорадо»: российский рынок планшетов возродился на фоне пандемии

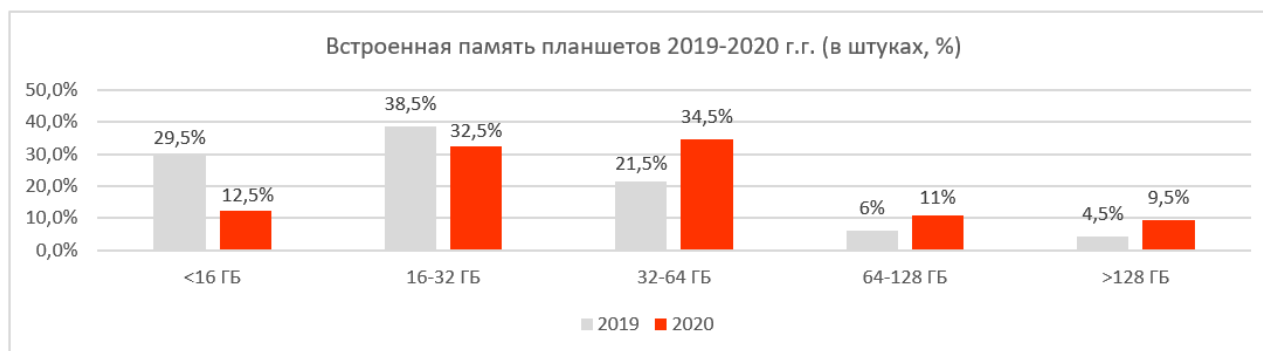
13 января 2021 г., Москва, Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.видео», ММВБ: MVID), крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева, проанализировала продажи планшетов в России в 2020 году. Объем рынка достиг 2,5 млн штук и порядка 41,4 млрд рублей, что больше на 4% в штуках и 26% в деньгах относительно 2019 года. Продажи категории впервые с 2014 года показали рост в количественном выражении. В «М.Видео-Эльдорадо» спрос на планшеты увеличился на 19% в штуках и 45% в деньгах.

Планшеты стали одними наиболее востребованных технических товаров в 2020 году, россияне выбирали девайсы в качестве дополнительного экрана для дистанционной работы, учебных задач, просмотра видео, общения и мобильных игр. Средний чек по итогам года увеличился примерно на 20% до 16,5 тыс. рублей, на что влияет повышенный интерес к девайсам из среднего и верхнего ценовых диапазонов, в которые инвестируют на длительный срок и хотят получить устройство с большим качественным экраном, высокой производительностью и широким функционалом, который достигается в том числе за счёт поддержки дополнительных аксессуаров, например, клавиатуры, стилуса и др.

Лидерство в штучных продажах на российском рынке третий год подряд удерживает Huawei. В ТОП-3 наиболее популярных производителей кроме китайского бренда вошли также Samsung и Apple. Компания Apple укрепляет позиции и остается на первом месте по выручке. Самыми продаваемыми моделями в России стали Samsung Galaxy Tab A 10.1 (2019), Samsung Galaxy Tab A 8.0 (2019), Huawei MediaPad T3 10, Huawei MediaPad T3 8.0, Apple iPad 10.2" Wi-Fi (2019).



Рост потребляемого контента сказывается на популярности планшетов с большим экраном. Модели более 10 дюймов впервые достигли половины штучных продаж, пять лет назад они занимали только 20%. В деньгах на них приходится три четверти рынка. Количество приобретаемых планшетов с диагональю до 7 дюймов продолжает снижаться (с трети продаж в 2019 г. доля снизилась до четверти в 2020 г.), на это влияет расширение ассортимента смартфонов с экраном от 6 до 7 дюймов. Такие мобильные устройства производительнее и функциональнее планшетов, а их доля в штуках за год увеличилась на 20 п.п. и достигла 70%. Так, Samsung Galaxy A51 – самый продаваемый смартфон года в России оснащён экраном 6,5 дюймов. Увеличивается также выбор смартфонов со складным дисплеем. Сегмент небольших планшетов 7-8 дюймов становится скорее нишевым и востребован как девайс для задач, не требующих высокой производительности, как первое устройств для детей, или для использования в рамках определённого сценария, например, в качестве навигатора, помощника для продавца, курьера, работника склада и др.



Среди ценовых сегментов спрос снизился только на модели до 7 тыс. рублей. Спрос на более дорогие модели способствует повышенной динамике планшетов с объёмом встроенной памяти от 32 Гб, на которые пришлось 55% рынка в количественном выражении, а также увеличению доли до 50% устройств с поддержкой стандарта связи 4G (четверть проданных девайсов поддерживают подключение к интернету только по Wi-Fi).

«Пандемия оказала позитивное влияние на рынок планшетов, из-за перехода многих процессов в онлайн у россиян возникла потребность в ещё одном или нескольких девайсах для себя или семьи с подключением к интернету. Некоторые пользователи для своих задач выбрали планшеты, которые можно назвать относительно доступным и мобильным инструментом с крупным сенсорным дисплеем, а некоторые модели, представленные на рынке, даже сопоставимы по мощности с ноутбуками. Один из ключевых трендов – потребители подходят к покупке рационально и инвестируют на перспективу, выбирая наиболее качественные и технологичные решения. В 2021 году мы ожидаем, что продажи категории окажутся сопоставимы с прошлым годом» — отмечает **руководитель департамента «Телеком» в Группе «М.Видео-Эльдорадо» Владимир Чайка.**

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
 Руководитель департамента по связям с общественностью
 +7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

О Группе «М.Видео-Эльдорадо»

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.

Группа «САФМАР» основана одним из крупнейших предпринимателей России Михаилом Гуцериным. Промышленно-финансовая группа «САФМАР» — российский многоотраслевой конгломерат. В его структуру входят компании нефтедобывающей, нефтеперерабатывающей, угольной, калийной промышленности, финансовые активы, сети ритейла, строительные и девелоперские холдинги, компании по управлению коммерческой недвижимостью, логистические центры, отели, медийные ресурсы: радиостанции и телеканалы.