

В первом полугодии 2024 года доля телевизоров «Сбера» на российском рынке выросла до 5,2% по количеству продаж и до 3% по денежному объёму. В сравнении, «Яндекс» удерживает немного больше 1% рынка по количеству и около 2% по деньгам. «Сбер» начал представлять свои телевизоры под собственным брендом в 2022 году, но массовые поставки стартовали лишь в 2023 году.

Продукция «Сбера» относится к начальному ценовому сегменту, и цены на их телевизоры значительно ниже средней цены тех устройств, что предлагает «Яндекс». Это делает продукцию «Сбера» более доступной для потребителей, особенно для тех, кто ищет телевизоры с бюджетными параметрами. Такие телевизоры пользуются популярностью, занимая значительную долю на рынке в штучном выражении, особенно в категории до 20 000 рублей за устройство.

Согласно отчёту Fplus, средняя цена телевизоров «Сбера» снизилась с 16 000 до 14 000 рублей в мае 2024 года, в то время как цены на телевизоры «Яндекс» увеличились с 35 000 до 38 000 рублей. Несмотря на более высокие цены, «Яндекс» остаётся востребованным в высоком ценовом сегменте благодаря качеству продукции и интенсивным инвестициям в маркетинг.