

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2025 / № 3

20 Января 2025 - 26 Января 2025

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Data Insight: Управление клиентскими данными: сервисы персонализации

«Дикси» открыла первый даркстор

МойСклад: Темпы роста онлайн-торговли начали снижаться

Почта России и маркетплейсы нарастили сотрудничество

PIM Solutions и ПЭК ускорили процесс доставки на маркетплейсы

ЮKassa: Небольшие интернет-площадки растут быстрее

Контур и Wildberries: В российском e-commerce выросло число брендов

Количество заказов через сервисы доставки зимой выросло в 3,6 раза

Илья Кретов, Т-Бизнес: Тренды на рынке интернет-торговли 2025

#### **Весь мир:**

Китай 12 лет является крупнейшим рынком розничной онлайн-торговли

В Узбекистане вводят новые правила для электронной коммерции

Тему и UzPost заключили партнерство

Электронная коммерция в Германии снова растет

Тренды e-commerce 2025 от Mirakl

Тему начинает использовать в Европе местные склады

#### **Кейс:**

WeChat укрепляет позиции в e-com с помощью функции отправки подарков



## Россия:

# Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Top100party.ru, 24.01.2025

/новость

**2 апреля** в Москве состоится Церемония награждения победителей рейтинга «**E-commerce Index Top-100**», где Data Insight подведет итоги 2024 года и наградит победителей рейтинга российских интернет-магазинов в различных номинациях.



В Церемонии награждения примут участие крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы, а сама церемония станет самой масштабной за всю историю рейтинга.

Для того, чтобы оставить заявку, заполните, пожалуйста, [форму регистрации](#).

Также не упустите возможность [стать партнером](#) церемонии!

Ждем вас на Церемонии!

Источник:

[E-commerce Index Top-100](#)

# Data Insight: Управление клиентскими данными: сервисы персонализации

Datainsight.ru, 21.01.2025

/новость

**Data Insight** при поддержке **«Dau Relationship Marketing»** и **MANGO OFFICE** представляет исследование **«Управление клиентскими данными: сервисы персонализации как ключ к эффективности бизнеса 2025»**.

Рост рынка переходит с интенсивной стадии в экстенсивную. Новые клиенты «закачиваются» или уже лояльны к конкурентам. Стоимость привлечения новых клиентов растет, фокус бизнеса смещается в сторону удержания существующих клиентов. В данной ситуации успех продаж во многом определяется тем, на сколько персонализированы ваши отношения с клиентами. Индивидуальный подход к каждому покупателю становится ключевым фактором успеха компании.

*Реклама. Рекламодатели: ООО «Дау Маркетинг», ООО «Манго Телеком».*

Источник:

**Управление клиентскими данными: сервисы персонализации как ключ к эффективности бизнеса 2025**

Управление клиентскими данными: сервисы персонализации как ключ к эффективности бизнеса



 Data Insight

# «Дикси» открыла первый даркстор

Magnit.com, 23.01.2025

/новость

Розничная сеть «Дикси» запустила первый даркстор в Москве и начала тестировать новую модель доставки. Ранее доставка работала на базе офлайн-магазинов «Дикси».

Площадь объекта — 550 кв. м, ассортимент — более 5 тыс. наименований, включая готовую еду. Заказы развозят курьеры «Магнит Доставки» и других партнеров. Целевые сроки доставки — от 30 минут.



«Дикси» планирует протестировать модель доставки на базе дарксторов в Москве и открыть новые объекты, увеличив их число к концу года до 20.

Сервис e-commerce «Дикси» по итогам 2024 года вырос более чем на 200%. Почти 90% онлайн-продаж пришлось на Москву и Санкт-Петербург, Московскую и Ленинградскую области.

Источник:

[Розничная сеть «Дикси» открыла первый даркстор](#)

# МойСклад: Темпы роста онлайн-торговли начали снижаться

Kommersant.ru, 23.01.2025

/новость

Выручка селлеров на маркетплейсах за 2024 год выросла в среднем на 20% год к году, сообщает «Коммерсантъ» со ссылкой на подсчеты «МойСклад». По итогам 2023 года показатель увеличился на 28%. По предварительным оценкам Data Insight, оборот рынка интернет-торговли за 2024 год вырос на 40% до 11 трлн руб. В 2023 году — на 44%.



В офлайне выручка продавцов за 2024 год выросла в среднем на 16% против 13% годом ранее. Снижение темпов роста оборотов селлеров на маркетплейсах можно связать с ужесточением условий. Член общественного совета при ФАС Алексей Кожевников поясняет, что селлеры столкнулись с ростом тарифов на хранение, перевозку товаров, увеличением комиссий.

Рост издержек селлеров способствует увеличению наценок на их товары на маркетплейсах. За два года они выросли в среднем с 10% до 20-30%.

Источник:

[Продавцы потратились на маркетплейсы](#)

# Почта России и маркетплейсы нарастили сотрудничество

Retail.ru, 23.01.2025

/новость

В 2024 году Почта России нарастила сотрудничество с маркетплейсами: в 22 000 отделений клиенты могут забрать товары, купленные на Яндекс Маркете, в 32 000 — заказы с Ozon. Число пунктов выдачи заказов Wildberries в почтовых отделениях к концу года увеличилось до 6000 с лишним.

В прошлом году Почта России значительно увеличила объем услуг для рынка e-com в логистических центрах. Компания ежемесячно обрабатывает свыше 4,4 млн заказов от маркетплейсов и интернет-магазинов. В октябре Почта России запустила микрофулфилмент для продавцов маркетплейсов на базе своих отделений.



Источник:

К концу 2024 года в 22 000 отделениях «Почты России» появилась возможность забрать заказ от «Яндекс Маркета»

# PIM Solutions и ПЭК ускорили процесс доставки на маркетплейсы

Pimsolutions.ru, 20.01.2025

/НОВОСТЬ

ПЭК:3PL и PIM Solutions запустили совместный сервис обработки и доставки товаров для продавцов маркетплейсов. Автоматизирован каждый этап: от приема, хранения и доставки по всей России до интеграции с ведущими маркетплейсами.



В результате ПЭК и PIM Solutions ускорили срок обработки и доставки товаров на склады онлайн-ритейлеров в 3 раза: процесс теперь длится всего сутки.

Совместный сервис ПЭК: 3PL и PIM Solution уже действует в Московском регионе и Казани в формате «одного окна». В 2025 году планируется запустить сервис в Краснодаре, Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге и Новосибирске.

Источник:

[ПЭК и PIM Solutions ускорили процесс обработки и доставки на маркетплейсы в 2,5 раза](#)

# ЮKassa: Небольшие интернет-площадки растут быстрее

Yoomoney.ru, 20.01.2025

/исследование

Оборот подключенных к ЮKassa онлайн-магазинов за год вырос на 20%, число покупок — на 17%, средний чек — на 3% до 1282 руб. Наиболее динамично развивались небольшие магазины (+72% к оборотам). Средний чек малых и средних площадок оказался вдвое больше, чем у крупных.



- Число небольших магазинов (с оборотом до 1 млн руб. в месяц) выросло на 78% год к году, общий оборот — на 72%, число платежей — на 65%, средний чек — на 4% до 1842 руб.
- Средних магазинов (до 15 млн руб. в месяц) стало на 25% больше. Оборот вырос на 43%, число оплат — на 36%, средний чек — на 5% до 1954 руб.
- Количество крупных площадок (от 15 млн руб. в месяц) увеличилось на 22%, оборот — на 41%, число платежей — на 54%, а средний чек снизился на 8% до 786 руб.

Одежда остается одним из лидеров спроса. За 2024 год оборот онлайн-магазинов одежды для мужчин и женщин вырос на 31%. Растут также онлайн-продажи товаров для строительства и ремонта. Оборот в категории стройматериалов увеличился на 89%.

Источник:

[Малый бизнес растёт быстрее крупного: итоги года в e-commerce от ЮKassa](#)

# Контур и Wildberries: В российском e-commerce выросло число брендов

T.me, 25.01.2025

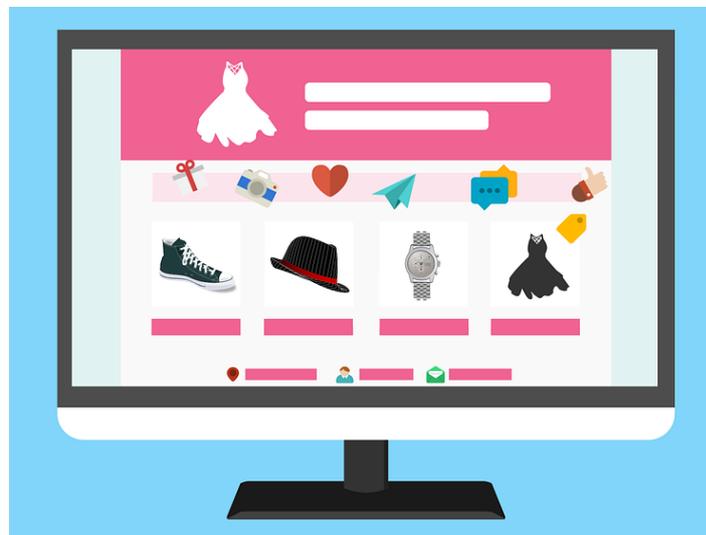
/исследование

По данным платформы для аналитики маркетплейсов от Контура, число брендов, товары которых покупали в течение года онлайн, выросло в среднем на 3%. Сервис учитывал данные Wildberries, Ozon, Яндекс Маркета и Магнит Маркета.

Самую высокую динамику показали категории автотоваров (+27%), постельных принадлежностей (27%), женского белья (28%), аксессуаров (15%).

На Wildberries по 20 крупнейшим категориям число брендов за год выросло на 11%. Это более 1 млн 288 тыс. торговых марок.

Продолжается активная миграция брендов из офлайн-торговли на маркетплейсы. Также на российском рынке появляется много новых марок, которые занимают освободившееся после ухода крупных западных компаний место. Кроме того, стремительно развивается СТМ.



Источник:

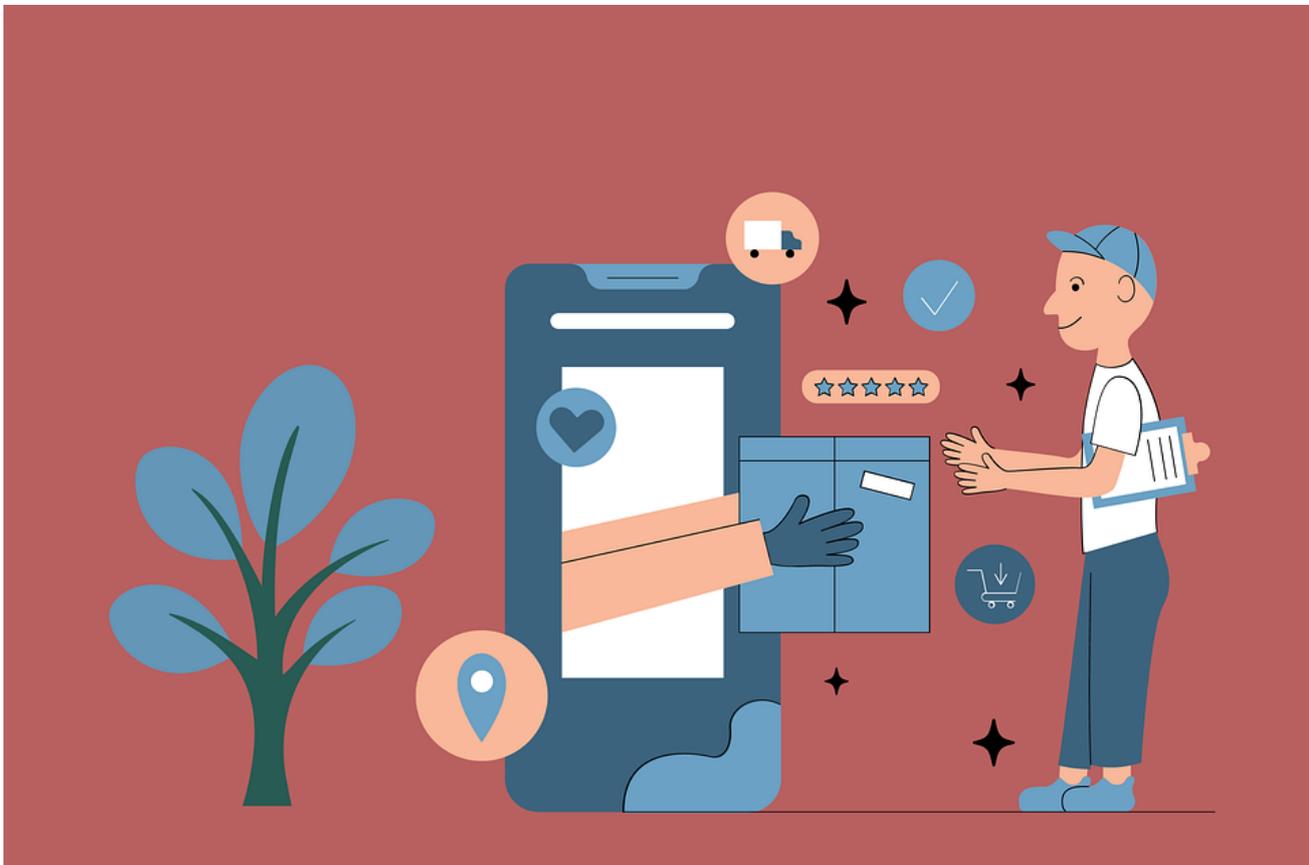
[Исследование Контура и Wildberries: количество брендов в российском E-commerce выросло](#)

# Количество заказов через сервисы доставки зимой выросло в 3,6 раза

Mtsbank.ru, 22.01.2025

/исследование

Как выяснили аналитики МТС Банка и маркетплейса Ozon, количество заказов через сервисы доставки зимой 2024 года выросло в 3,6 раза, а сотрудники пунктов выдачи выдавали более 2,3 товаров каждую минуту.



В декабре 2024 года количество заказов увеличилось в 3,9 раза год к году, а в первой половине января 2025 года — в 3,2 раза. Средний чек в зимние месяцы вырос на 10% год к году до 1480 руб.

Спрос на услуги курьерских служб вырос у россиян текущей зимой на 14% год к году, средний чек снизился на 4% до 2600 руб.

Количество заказов готовой еды из заведений общепита этой зимой увеличилось на 12%, а средний чек — на 3% до 1390 руб.

Источник:

[Аналитика МТС Банка и Ozon: россияне переложили покупки на доставку](#)

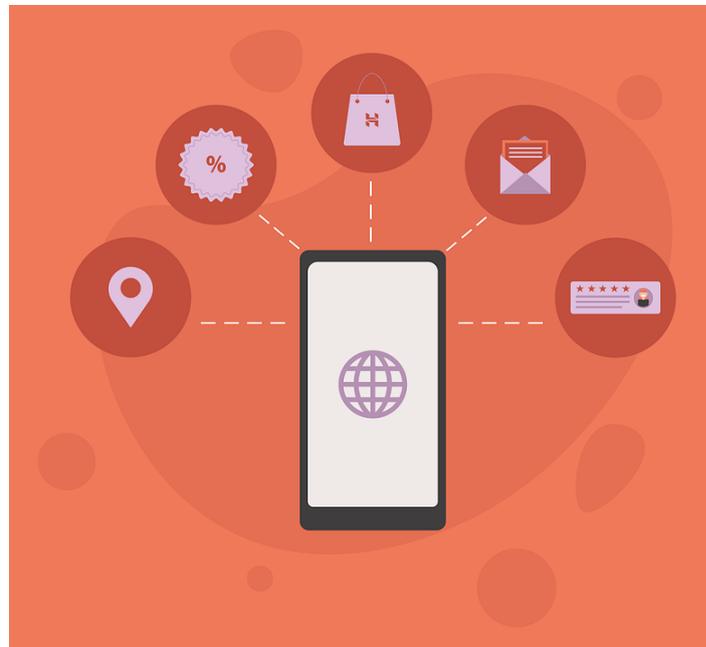
# Илья Кретов, Т-Бизнес: Тренды на рынке интернет-торговли 2025

Forbes.ru, 21.01.2025

/мнение

О трендах на рынке интернет-торговли в 2025 году в большой статье для [Forbes](#) рассказал директор по электронной коммерции Т-Бизнеса Илья Кретов. Основные тезисы:

1. Крупные селлеры в будущем будут все больше развивать прямые каналы продаж (D2C) и выходить к клиентам через собственные бренды и сайты.
2. Продолжится и усилится переток селлеров в регионы.
3. Чтобы выжить, бизнесу придется пересматривать и оптимизировать стандартные процессы. Речь не только о снижении расходов, но и об оптимизации бизнес-процессов с помощью инструментов аналитики и нейросетей.
4. Продолжится преобразование маркетплейсов в экосистемы как разновидность партнерского взаимодействия. Одновременно появилась тенденция, что крупные торговые сети переходят в модель нишевых маркетплейсов.
5. Внимание к онлайн-бизнесу со стороны регуляторов усилится.



Источник:

[Маркетплейс на диване: какие тренды будут двигать вперед российский e-commerce](#)

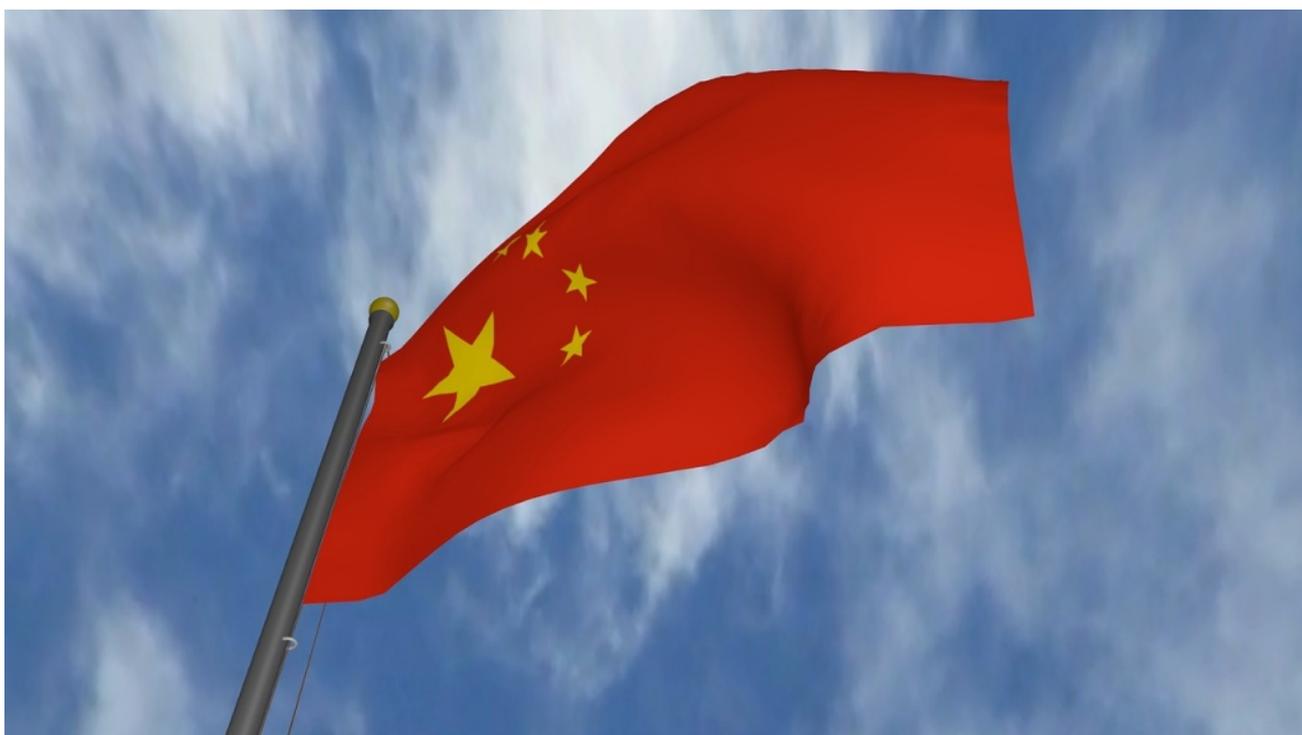
## Весь мир:

# Китай 12 лет является крупнейшим рынком розничной онлайн-торговли

Chinadaily.com.cn, 26.01.2025

/новость

Министерство торговли КНР сообщило, что Китай 12 лет подряд остается крупнейшим в мире рынком розничной онлайн-торговли: в 2024 году объем онлайн-продаж достиг 15,5 трлн юаней (около \$2,16 трлн).



Оптовая и розничная торговля Китая добились устойчивого прогресса благодаря различным мерам, которые оказали сильную поддержку расширению внутреннего спроса и формированию новой парадигмы развития.

Добавленная стоимость в оптовой и розничной торговле достигла в 2024 году 13,8 трлн юаней, что составляет 10,2% ВВП и играет важную роль в регулировании товарооборота, создании рабочих мест и снижении расходов на логистику.

Источник:

[China becomes largest online retail market for 12 consecutive years](#)

# В Узбекистане вводят новые правила для электронной коммерции

Uz.sputniknews.ru, 24.01.2025

/новость

В настоящее время в Узбекистане работает более 78 электронных торговых платформ, и их количество постоянно увеличивается, рассказал [Sputnik](#) начальник управления развития и регулирования электронной коммерции Национального агентства перспективных проектов Камронбек Мухаммадиев.



С 27 декабря 2024 года в Узбекистане вступило в силу постановление, обязывающее все компании, которые осуществляют деятельность в сфере e-commerce, быть юридическими лицами-резидентами. Предусмотрен переходный период: дополнительные требования начнут действовать с 1 июля 2025 года.

Изменения направлены на регулирование рынка электронной коммерции, обеспечение равной конкуренции между локальными и зарубежными игроками, а также укрепление налоговой дисциплины в Узбекистане.

Источник:

[Электронная коммерция в Узбекистане по-новому: правила от государства — видео](#)

# Temu и UzPost заключили партнерство

Uzdaily.uz, 23.01.2025

/НОВОСТЬ

Маркетплейс Temu заключила стратегическое соглашение с АО «Узбекистон почтаси» (UzPost), национальным почтовым оператором Республики Узбекистан. В рамках соглашения внедрена услуга гибкой доставки «на дом», которая позволяет получать посылки прямо у порога в тех регионах, где эта опция доступна.

Temu вышел на рынок Узбекистана в августе 2024 года и быстро завоевал популярность. По данным Appfigures, к декабрю 2024 года Temu стало самым популярным приложением для покупок в Узбекистане как в App Store, так и в Google Play.



Источник:

[Temu и UzPost заключили партнерство для улучшения условий доставки в Узбекистане](#)

# Электронная коммерция в Германии снова растет

Ecommercenews.eu, 23.01.2025

/новость

После двух лет спада онлайн-расходы на товары в Германии снова выросли. В 2024 году они достигли 80,6 млрд евро, увеличившись на 1,1%. В новом году ожидается более сильный рост, следует из данных bevh.

После усиленного роста во время пандемии онлайн-расходы значительно сократились: на 8,8% в 2022 году и, впервые в истории, на двузначные цифры в 2023-м. Это падение на 11,8%, до 79,9 млрд евро, стало самой низкой точкой в немецкой электронной коммерции.

В 2024 году расходы на товары в онлайн вернулись к более чем 80 млрд евро. Доля маркетплейсов, включая лидера рынка Amazon, выросла с 53% до 55%, что отчасти обусловлено ростом платформ из Китая, на долю которых пришлось 6% заказов. Германия является крупнейшим европейским рынком для Temu и Shein.



Источник:

[German ecommerce is growing again](#)

# Тренды e-commerce 2025 от Mirakl

Mirakl.com, 22.01.2025

/новость

Рост продаж в сфере электронной коммерции замедлился после всплеска пандемии в 2020 году. Это, в сочетании с растущими ожиданиями клиентов, делает конкуренцию более жесткой, чем когда-либо. Компания Mirakl представила основные тенденции, за которыми стоит следить в 2025 году:

1. Компании, инвестирующие в модели маркетплейса, будут быстрее масштабироваться, соответствовать меняющимся ожиданиям клиентов и обеспечивать себе конкурентное преимущество.
2. Ритейл медиа и надежные экосистемы продавцов задают темп розничным инновациям, помогая компаниям расти и удовлетворять меняющиеся потребности клиентов.
3. Компании, которые интегрируют ИИ в качестве основной части своей стратегии, не просто остаются впереди — они выводят эффективность и удовлетворенность клиентов на новый уровень.
4. Сотрудничество со сторонними продавцами и предоставление им возможности преуспеть на вашем маркетплейсе — это мощная стратегия для ритейлеров, позволяющая улучшить опыт покупок и оставаться лидерами на конкурентном рынке.
5. В 2025 году B2B-компании, адаптирующиеся к модели маркетплейса, будут процветать.



Источник:

[2025 eCommerce Trends: The Future of Marketplaces, Retail Media and B2B Growth](#)

# Тему начинает использовать в Европе местные склады

Ecommercenews.eu, 20.01.2025

/новость

Китайская онлайн-площадка Тему недавно начала использовать местные склады в Европе. В будущем компания хочет, чтобы 80% всех европейских заказов отправлялись с местных складов.



Площадка Тему была запущена в Европе в 2023 году. В августе прошлого года платформа открыла регистрацию для европейских продавцов.

В декабре 2024 года Тему начала использовать местные склады в Европе. Из этих логистических центров продукция китайских и европейских продавцов отправляется покупателям в Европе, что сокращает время доставки до нескольких дней вместо недель.

Доставка с местных складов теперь доступна на нескольких европейских рынках, включая Германию, Францию, Испанию, Нидерланды и Италию. Недавно также была добавлена Австрия.

Источник:

[Temu: '80% of European sales via local warehouses'](#)

## Кейс:

# WeChat укрепляет позиции в e-commerce с помощью функции отправки подарков

Scmp.com, 23.01.2025

/кейс

Принадлежащее Tencent Holdings суперприложение WeChat, известное в Китае как Weixin, укрепляет свои позиции в сфере электронной коммерции благодаря функции отправки подарков, которая способствовала росту продаж у интернет-магазинов на платформе.

Функция позволяет покупателям искать товары в WeChat по ключевым словам. После того, как отправитель завершит оплату, получатель должен принять подарок и предоставить почтовый адрес в течение 24 часов. Пользователи могут отправить только один подарок одному другу из WeChat за один заказ.

После запуска функции дарения в WeChat в декабре крупнейшие платформы электронной коммерции Alibaba и JD.com развернули аналогичные инициативы.



Источник:

[China's super app WeChat bolsters e-commerce credentials via gift-giving feature](#)

# О мониторинге

---

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

# Контакты

---

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на [editor@datainsight.ru](mailto:editor@datainsight.ru) или звоните +7 (495) 540 59 06.

## О компании

---

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.