

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 16

21 Апреля 2025 - 27 Апреля 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2024
Выручка сервисов e-commerce Яндекса выросла на 60% в I кв. 2025 г.
Онлайн-продажи Fix Price увеличились на 27% в I кв. 2025 г.
Владельцем 50% акций Авито стала компания под управлением РСХБ
Ozon перезапустит постоплату для части товаров
Яндекс Маркет в 12 раз увеличил число транзитных точек
Wildberries запускает самовывоз товаров сети «Читай-город — Буквоед»
В 43 регионах доступен сервис доставки «Чижика»
Wildberries внедрила карту для отслеживания курьеров
Яндекс Реклама: Доставка на дачу становится частью загородного отдыха

Весь мир:

Mytheresa закрыл сделку по покупке YNAP
Китайские e-commerce платформы пересмотрят политику возврата
Uzum Tezkor охватывает 25 городов Узбекистана
Shein завоевывает лидерство в онлайн-сегменте моды
ECDB: На маркетплейсы в среднем пришлось 72% e-com выручки в 2024 г.
Скорость доставки стимулирует повторные онлайн-покупки



Россия:

Data Insight: Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2024

Datainsight.ru, 21.04.2025

/НОВОСТЬ

Data Insight представляет «Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2024».

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight и данные сторонних сервисов. В частности, при составлении рейтинга используются данные регулярного мониторинга посещаемости и количества заказов, который ведет Data Insight, данные онлайн-чеков, данные ФНС и другие источники.

Полный рейтинг за 2024 год доступен [на сайте](#).



Источник: [Рейтинг российских интернет-магазинов, Data Insight, 2024](#)

Data Insight

Источник:

[Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2024](#)

Выручка сервисов e-commerce Яндексa выросла на 60% в I кв. 2025 г.

Yandex.ru, 25.04.2025

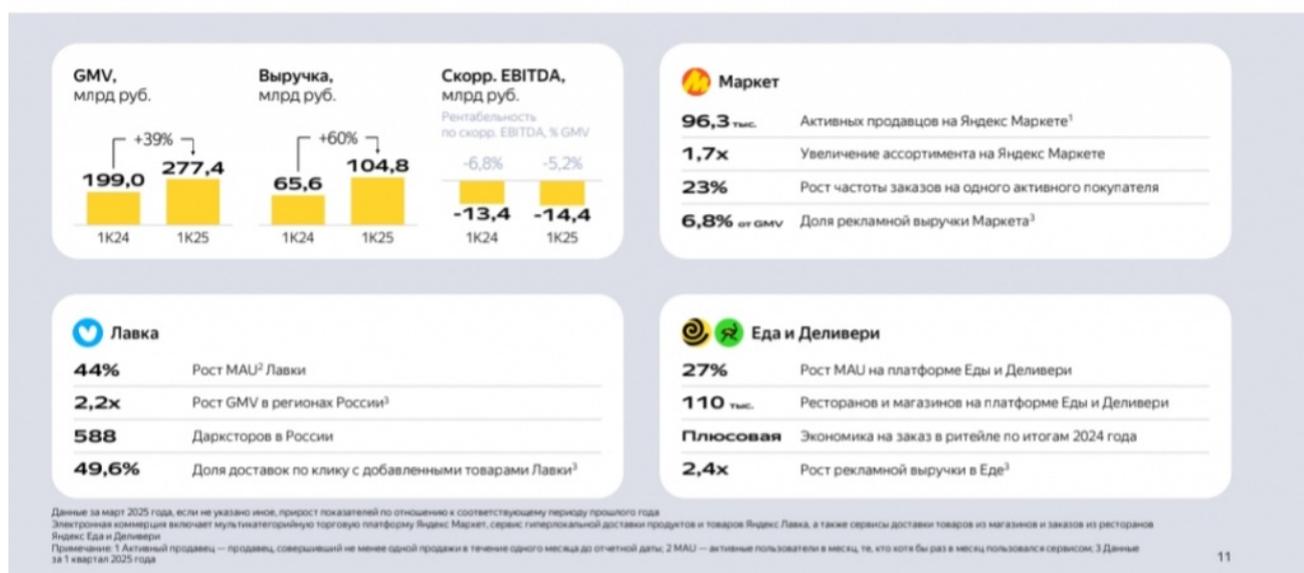
/новость

Общая выручка сегментов Электронной коммерции, Райдтехa и Доставки Яндексa в I кв. 2025 года выросла на 45% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года и составила 177,6 млрд руб.

Наибольший вклад внесли сервисы Электронной коммерции, где рост выручки составил 60% (до 104,8 млрд руб.), в том числе за счет роста проникновения финтех-сервисов Яндексa, эффективности маркетинговых промо-акций с применением нейросетей, кросс-продаж в супераппе Яндекс Go и продолжающегося роста рекламной выручки. GMV сервисов e-commerce увеличился на 39% до 277,4 млрд руб.

Общий скорректированный показатель EBITDA сегментов в I кв. 2025 года составил 8,1 млрд руб.

Электронная коммерция: рост объёмов и эффект масштаба



Источник:

Яндекс объявляет финансовые результаты за I квартал 2025 года



Онлайн-продажи Fix Price увеличились на 27% в I кв. 2025 г.

Media.fix-price.com, 25.04.2025

/новость

Онлайн-продажи сети Fix Price в России по итогам I кв. 2025 года увеличились на 27%. Чаще всего через интернет приобретают продукты питания и напитки (34%), товары для дома (21%) и средства гигиены (10%).

Локомотив бизнеса — офлайн-магазины. При этом Fix Price развивает омниканальность и «бесшовный» клиентский опыт. По итогам внутреннего исследования, у совершивших покупки на сайте и в мобильном приложении индекс NPS вырос на 2% и 9% соответственно. 77% онлайн-аудитории — женщины от 20 до 54 лет.

Онлайн-покупки в Fix Price можно делать на сайте, в мобильном приложении или на витринах партнеров (Яндекс Еда, Купер). Доступен самовывоз из магазина или ПВЗ и курьерская доставка.



Источник:

Сеть магазинов Fix Price развивает онлайн-продажи и клиентский сервис

Владельцем 50% акций Авито стала компания под управлением РСХБ

Avito.ru, 24.04.2025

/новость

Компания под управлением группы РСХБ стала владельцем 50% акций холдинговой компании Авито. Сделка была проведена в рамках партнерства АО Россельхозбанк (РСХБ, Банк) и ООО «Кисмет Капитал Груп» (Kismet, KCG). Закрытие сделки произошло в апреле 2025 года, ее параметры конфиденциальны.



В 2022 году РСХБ профинансировал сделку по приобретению Авито, а также организовал расчеты и оказал комплекс сопутствующих консультационных услуг группе компаний Kismet.

Kismet и РСХБ продолжают поддерживать операционную команду компании в рамках одобренной стратегии и заинтересованы в создании долгосрочной акционерной стоимости Авито. Стороны рассматривают возможность выхода Авито на публичные рынки капитала.

Источник:

[Компания под управлением группы РСХБ стала владельцем 50% акций холдинговой компании Авито](#)

Ozon перезапустит постоплату для части товаров

Rb.ru, 24.04.2025

/НОВОСТЬ

Ozon в тестовом режиме запускает постоплату в ПВЗ для части клиентов в 27 регионах России. Этот вариант затронет некоторые non-fashion категории и только 3% от всех заказов на маркетплейсе.



Постоплата будет недоступна для товаров, которые легко повредить в ПВЗ или при перевозке. Сумма максимальной постоплаты будет зависеть от количества и суммы покупок клиента за последние полгода. Если покупатель часто отказывается от заказов, он не сможет пользоваться постоплатой.

По данным Ozon, клиенты чаще заказывают товары, если их можно посмотреть в пункте выдачи, а потом оплатить.

В прошлом ноябре Ozon отменил постоплату для большинства категорий.

Источник:

[Ozon перезапустит постоплату товаров в пунктах выдачи](#)

Яндекс Маркет в 12 раз увеличил число транзитных точек

Retail.ru, 24.04.2025

/новость

Яндекс Маркет запускает на базе ПВЗ 8000 новых транзитных точек по всей России. Таким образом, их количество вырастет почти в 12 раз. Ранее продавцы сразу отгружали товары на склады маркетплейса или привозили их в сортировочные центры.

Предприниматели, работающие по модели FBY (Fulfillment by Yandex), из более чем 700 населенных пунктов смогут быстрее пополнить сток. Отправление можно сдать в течение выбранного дня, в часы работы пункта.

В марте Маркет запустил еще в 15 городах возможность отгружать товары в ПВЗ, а в 6 — добавил инструмент мультипоставки.



Источник:

[Яндекс Маркет увеличил количество транзитных точек в 12 раз](#)

Wildberries запускает самовывоз товаров сети «Читай-город — Буквоед»

T.me, 22.04.2025

/новость

На платформе Wildberries будут доступны более 15 000 товаров из ассортимента книжной сети «Читай-город — Буквоед». Пользователи смогут выбрать нужный товар на онлайн-витрине и забрать в магазине партнера.

Минимальный чек не предусмотрен. Заказ собирается силами ритейлера в течение часа. Хранение товара в торговой точке длится 7 дня с момента готовности.

На старте будут подключены 256 торговых точек в 16 городах России. В дальнейшем география самовывоза и ассортимент будут масштабированы на всю сеть книжных магазинов.



Источник:

[Wildberries запускает самовывоз товаров книжной сети «Читай-город — Буквоед»](#)



В 43 регионах доступен сервис доставки «Чижика»

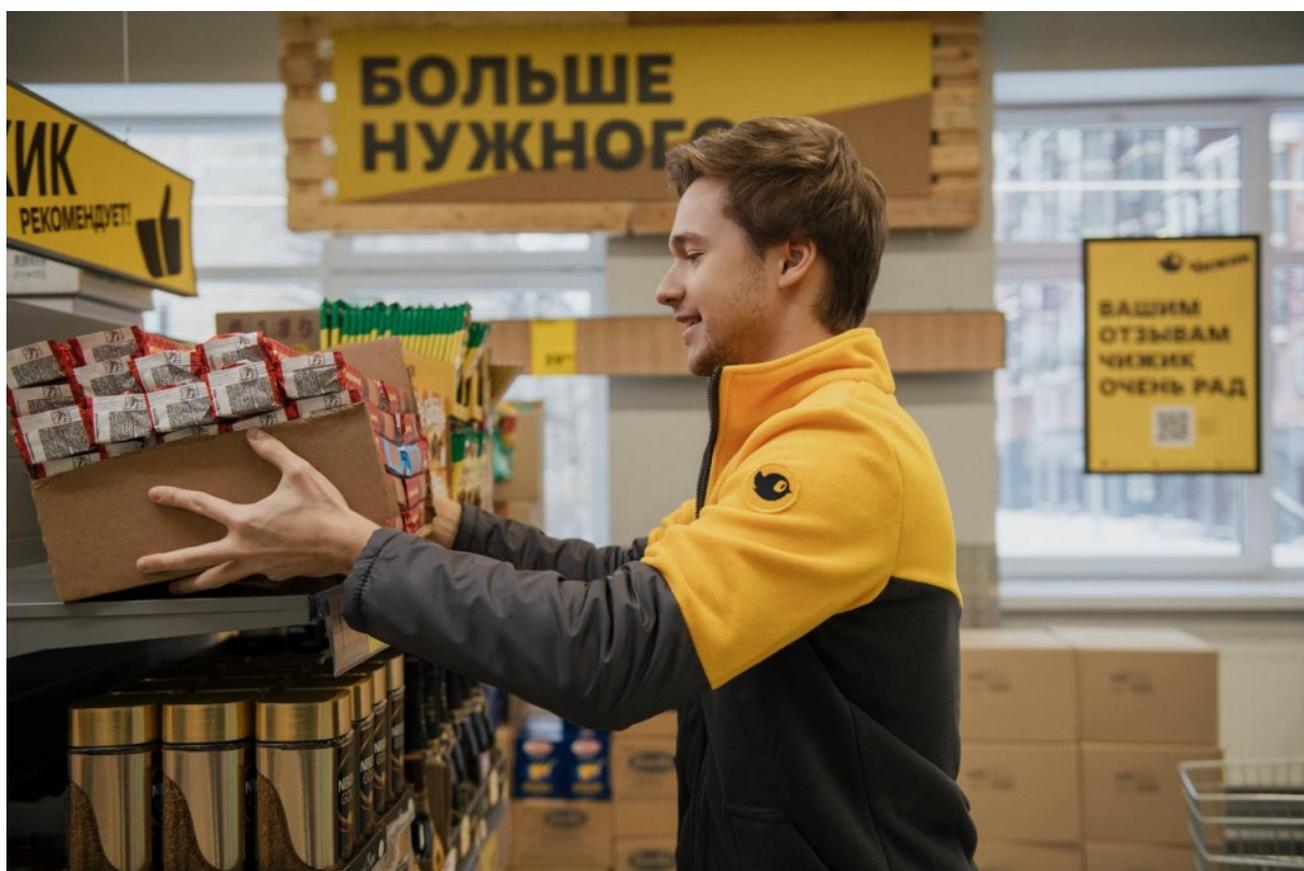
Vk.com, 24.04.2025

/новость

Продукты из «Чижика» можно заказать в более чем 315 населенных пунктах в 43 регионах России. Количество магазинов, которые собирают онлайн-заказы, превышает 1100.

Сервис обрабатывает до 230 тыс. заказов в месяц. Среднее время доставки за последние полгода сократилось с 1 часа до 45 минут. Заказы собирают сотрудники «Чижика», а доставляют — собственные курьеры и партнеры из X5 Digital, которые уже работают с торговыми сетями «Пятерочка» и «Перекресток», а также курьеры агрегаторов.

На следующем этапе компания сосредоточится на росте качества и рентабельности операций в тех регионах, где доставка онлайн-заказов пользуется спросом.



Источник:

[«Чижик» запустил доставку более чем в 40 регионах](#)

Wildberries внедрила карту для отслеживания курьеров

Т.ме, 21.04.2025

/новость

Wildberries добавила в мобильное приложение маркетплейса новые функции: покупатели могут отслеживать передвижение курьера из ПВЗ до двери в режиме реального времени.

Карта отслеживания работает в более чем 300 городах. Клиенты могут видеть местоположение курьера, сколько осталось до прибытия, и ориентироваться по живой навигации. Вскоре в приложении появится онлайн-чат с курьером.

Эти функции — часть масштабной программы цифровизации логистики Wildberries. Ранее маркетплейс расширил географию сервиса до более чем 300 городов и внедрил возможность экспресс-доставки в течение первых двух часов.



Источник:

[Wildberries внедрила карту для отслеживания курьеров](#)

Яндекс Реклама: Доставка на дачу становится частью загородного отдыха

Retail.ru, 25.04.2025

/исследование

Как следует из опроса Яндекс Рекламы, каждый десятый респондент уже заказывал доставку продуктов и готовых блюд на дачу. 50% опрошенных хотела бы воспользоваться услугой в этом сезоне, а 33% рассматривают такую возможность. Средней комфортной ценой за доставку опрошенные называют 200-300 руб., более трети готовы платить больше.

Доставка на дачу перестает быть нишевым предложением и становится частью повседневного загородного отдыха. Интерес к ней особенно высок у людей в возрасте 18-34 лет. Около половины тех, кто пока не пользуется сервисом, не знают, действует ли доставка в их регионе или как оформить заказ.



Источник:

[Яндекс Реклама: Доставка на дачу перестает быть нишевым предложением](#)

Весь мир:

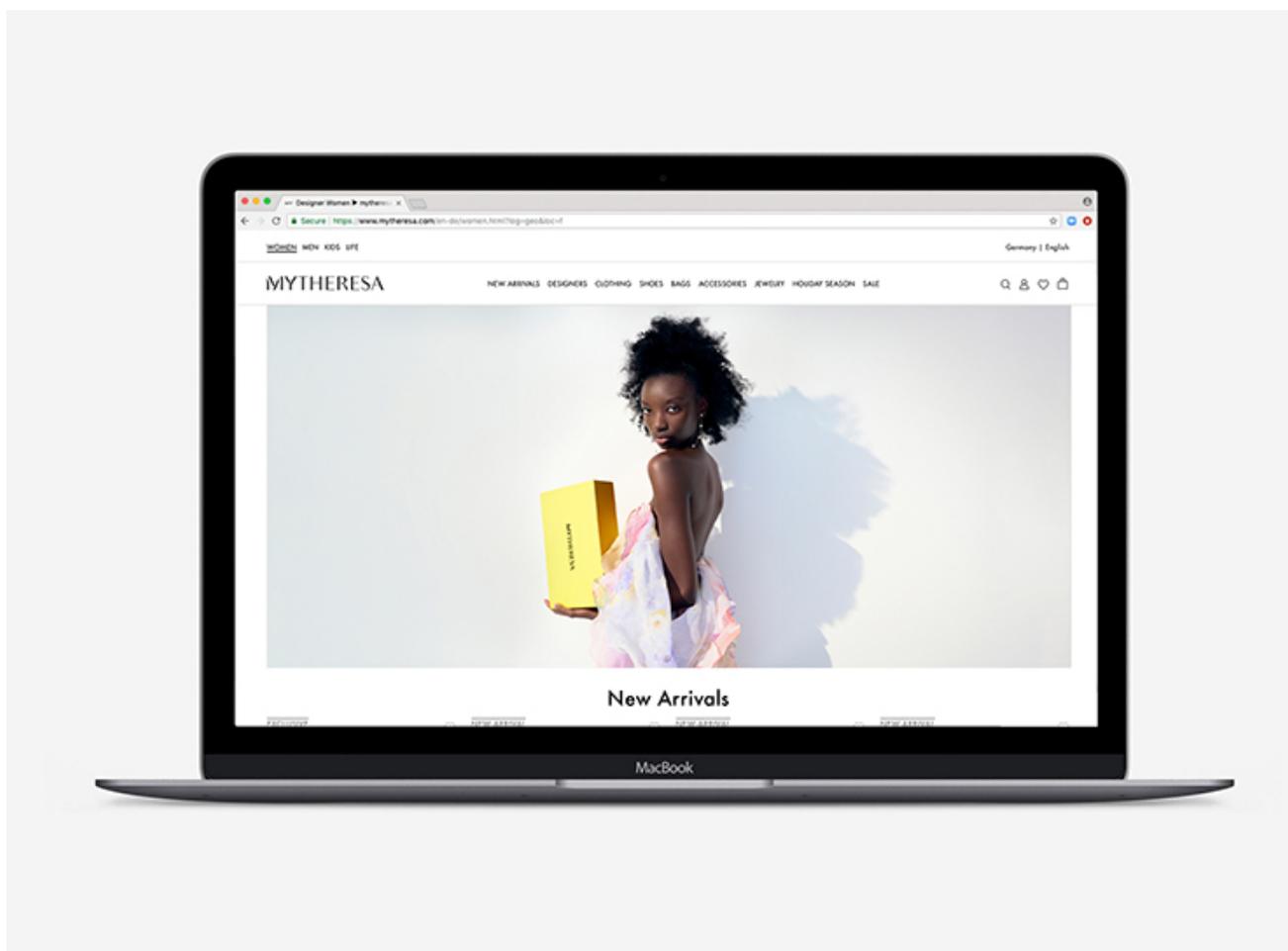
Mytheresa закрыл сделку по покупке YNAP

Investors.mytheresa.com, 24.04.2025

/новость

Онлайн-ритейлер Mytheresa завершил сделку по приобретению Yoox Net-a-Porter (YNAP) у Richemont после выполнения всех условий, включая получение одобрений от соответствующих регулирующих органов.

Mytheresa теперь является единственным акционером YNAP, который будет полностью консолидирован под MYT Netherlands Parent B.V. Richemont получил 33% акций Mytheresa в обмен на полный контроль над YNAP и чистую денежную позицию в размере 555 млн евро, при этом долгов у YNAP нет. Полная интеграция и реструктуризация займет от 2 до 3 лет.



Источник:

[MYT Netherlands Parent B.V. \("Mytheresa"\) and Richemont Announce the Successful Completion of Mytheresa's Acquisition of YOOX NET-A-PORTER \("YNAP"\)](#)

Китайские e-commerce платформы пересмотрят политику возврата

Chinadaily.com.cn, 24.04.2025

/новость

Крупнейшие китайские платформы электронной коммерции, включая Taobao, Pinduoduo и JD, полностью отменят спорную политику «только возмещение», которая позволяет потребителям запрашивать возврат средств без возврата товаров после доставки. Заявки на возврат средств будут обрабатываться продавцами. Ранее платформы электронной коммерции могли инициировать возврат средств без одобрения продавцов.



Политика «только возмещение» была впервые введена Pinduoduo в 2021 году для повышения удовлетворенности потребителей. Другие онлайн-платформы, такие как JD, Taobao, Douyin и Kuaishou, последовали ее примеру. Однако эта практика привела к финансовым потерям для продавцов.

Эксперты отрасли заявили, что полная отмена политики возврата денег без возврата поможет ослабить финансовое давление на продавцов и ограничить нерегулируемую конкурентную практику в секторе электронной коммерции Китая, одновременно способствуя здоровому и регулируемому развитию отрасли.

Источник:

[China's e-commerce giants revise consumer refund rules](#)

Uzum Tezkor охватывает 25 городов Узбекистана

Uzum.com, 21.04.2025

/НОВОСТЬ

Сервис быстрой доставки из ресторанов и магазинов Uzum Tezkor охватывает уже 25 городов, а география доставки сервиса становится одной из самых широких в Узбекистане. Сервис стал доступен в Шахрисабзе, Нурафшане, Гулистане, Термезе и Хиве. В новых городах к платформе присоединились более 80 заведений.

По результатам недавнего исследования, 8 из 10 респондентов знакомы с брендом, а 56% уже пользовались Uzum Tezkor. Среди ключевых преимуществ сервиса пользователи отмечают доступные цены, скорость доставки и вежливость курьеров. Более 80% опрошенных считают, что сервис ориентирован на семью и хорошо понимает узбекскую культуру.



Источник:

25 городов, 2600 партнеров, 7000 курьеров: Uzum Tezkor продолжает региональную экспансию

Shein завоевывает лидерство в онлайн-сегменте МОДЫ

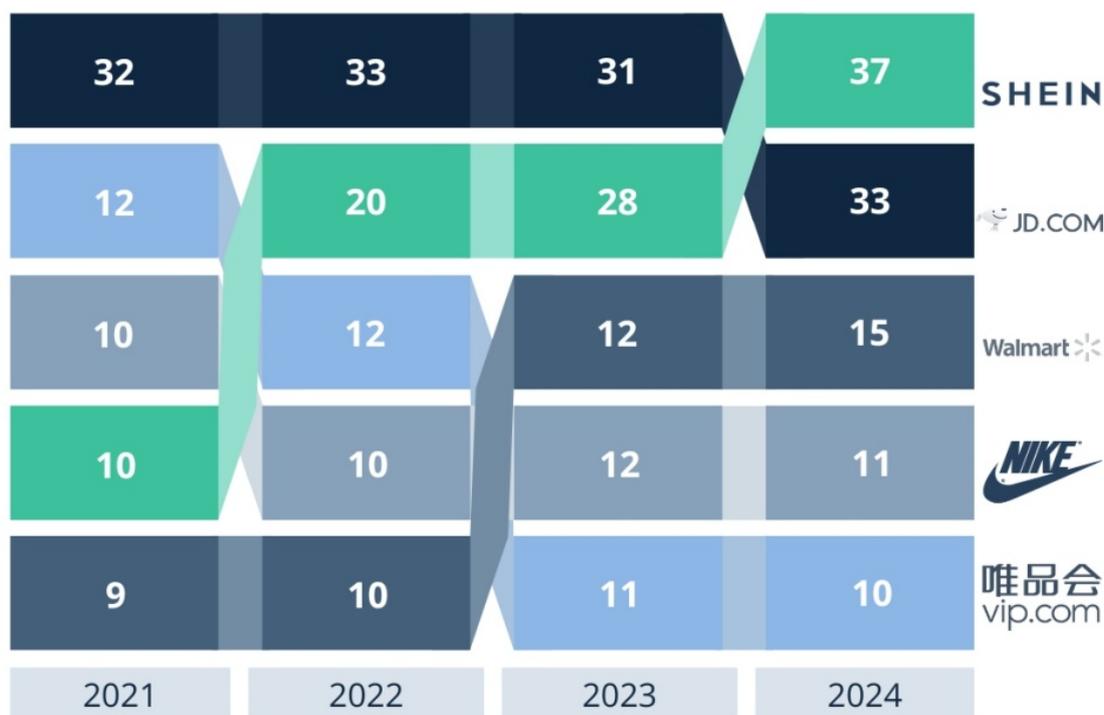
Ecdb.com, 21.04.2025

/новость

Пять интернет-магазинов одежды зарекомендовали себя на глобальном уровне, и их позиционирование меняется ежегодно. С одной стороны находятся американские игроки walmart.com и nike.com, которые сгенерировали \$15 млрд и \$11,1 млрд на рынке моды 2024 года. С другой стороны расположились китайские игроки: shein.com, JD.com и VIP.com, чьи доходы от электронной коммерции достигли \$37,1 млрд, \$32,6 млрд и \$10,2 млрд соответственно.

Shein Has Become the New Leader in Fashion With US\$37 Billion in Revenue

Top 5 Fashion online stores worldwide by eCommerce revenue in US\$ billion, between 2021 and 2024



Note: Only the top 5 online fashion stores of the year 2024 are represented, previous online stores that have been in the top 5 are not included.
Source: ECDB.

ECDB

За последние пять лет Shein нарастил онлайн-выручку в сфере моды с \$1,9 млрд до \$37 млрд. Концепция Shein, ориентированная на сверхбыструю моду, продолжает пользоваться успехом. Но такие универсальные интернет-магазины, как Walmart и JD.com, также удерживают внимание. Бренды вроде Nike изо всех сил пытаются угнаться за более дешевыми альтернативами.

Источник:

[The Fashion eCommerce Market Has a New Leader: Shein Climbs to the Top](#)



ECDB: На маркетплейсы в среднем пришлось 72% e-commerce выручки в 2024 г.

Ecdb.com, 23.04.2025

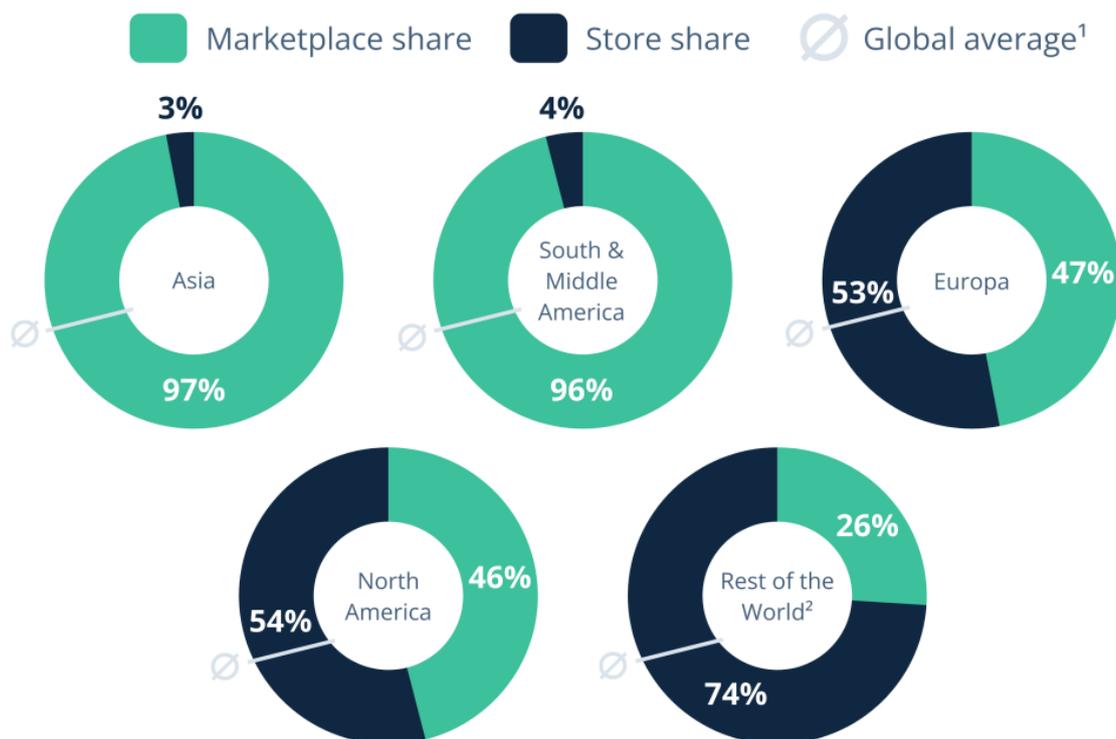
/исследование

По данным ECDB, маркетплейсы генерировали большую часть выручки на рынке электронной коммерции в последние годы. В 2024 году средний мировой показатель составил 72% продаж, в то время как 28% были получены интернет-магазинами — и прогнозы аналитиков также говорят в пользу маркетплейсов.

Бизнес маркетплейсов лидирует в Азии, а также в Южной и Центральной Америке. В 2024 году на маркетплейсы здесь пришлось 97% и 96% доходов от электронной коммерции. В то же время на Западе наблюдается тенденция к разделению 50/50: в Северной Америке 54% доходов e-commerce поступает от интернет-магазинов и 46% от маркетплейсов, тогда как в Европе 53% приходится на интернет-магазины и 47% — на торговые площадки.

Marketplace Boss Revenues in Asia as Well as the Worldwide Average

Revenue split between marketplaces and online stores in eCommerce by region in 2024



Note: (1) Global average = 72% marketplace and 28% online stores; (2) Rest of the world encompasses Africa, Australia and Oceania.
Source: ECDB.

ECDB

Источник:

[Marketplace vs. Online Store – Which Business Makes the Race?](#)



Скорость доставки стимулирует повторные онлайн-покупки

Chainstoreage.com, 24.04.2025

/исследование

Согласно опросу поставщика решений для электронной коммерции Radial, 32% потребителей назвали качество продукции главной причиной, по которой они изначально покупают у бренда, в то время как 29% ссылаются на эксклюзивность продукта.

Однако скорость доставки (72%), доступность продукта (66%) и простой или бесплатный возврат (63%) являются наиболее влиятельными факторами в процессе принятия решений потребителями, когда речь идет о конверсии и долгосрочной лояльности. Только 25% респондентов считают «очень важной» персонализацию, а 38% сослались на ценности бренда.

Опрос был проведен в марте 2025 года среди 1000 потребителей США в возрасте 18 лет и старше.



Источник:

[Survey: Delivery speed, product availability drive repeat online purchases](#)

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 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.