

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 18

19 Мая 2025 - 25 Мая 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Экосистема электронной торговли — 2025

Data Insight: Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025

Data Insight: Интернет-торговля в России 2025

Ozon fresh и АШАН представили совместный бренд готовой еды

На Wildberries появились плавучие дома

«Магнит» закрыл сделку по покупке контрольного пакета «Азбуки вкуса»

Ozon Travel создал личный кабинет для отельеров

Wildberries запускает продажу страховок для путешествий

Рестораны смогут публиковать в приложении Яндекс Еды свой контент

Весь мир:

Доля e-commerce в розничной торговле Казахстана составила 14,1%

Рынок электронной коммерции в Германии вырос на 3,8% в 2024 г.

Nike возвращается на Amazon

Продавцы Uzum Market смогут доставлять заказы самостоятельно

Wildberries запустила сервис «Курьер экспресс» в Узбекистане

ECDB: Мода и электроника лидируют среди категорий в e-commerce

Подкасты и видео



Россия:

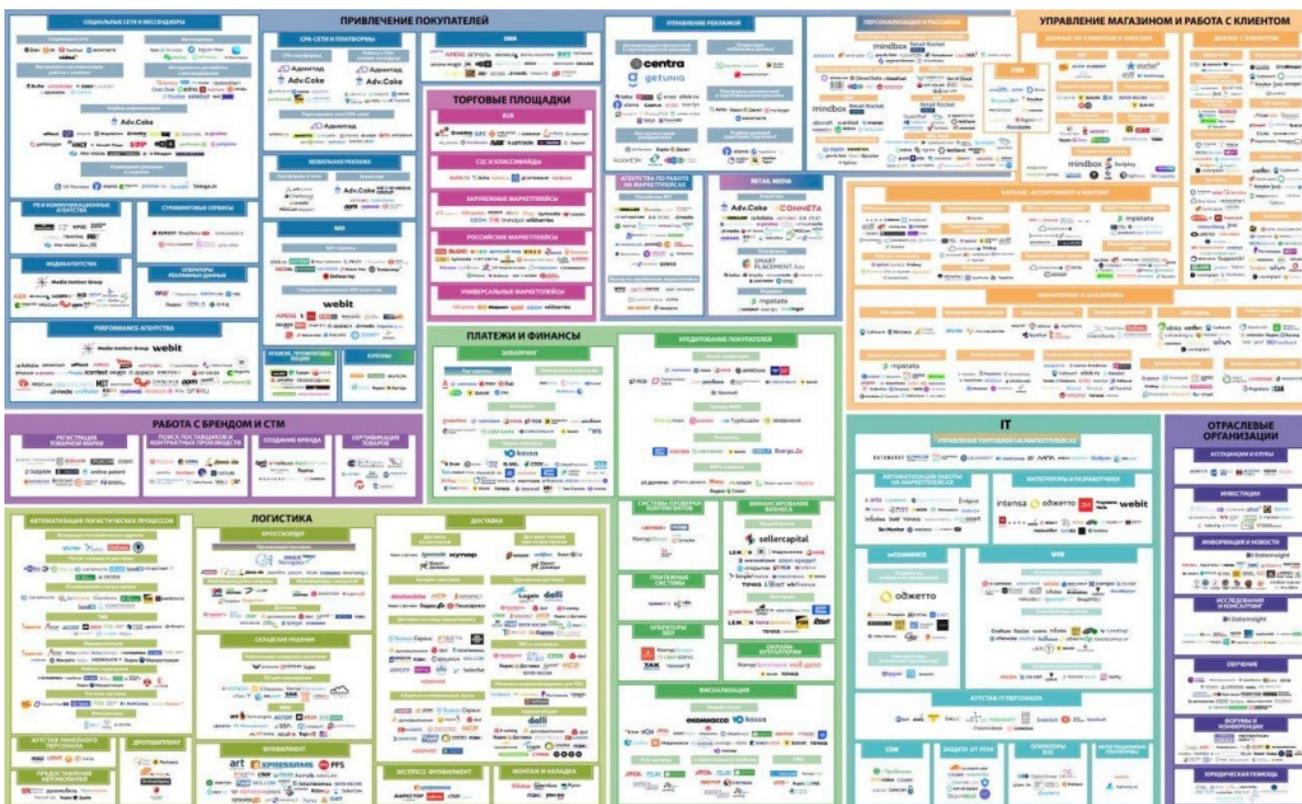
Data Insight: Экосистема электронной торговли — 2025

Datainsight.ru, 21.05.2025

/новость

Data Insight совместно с **ApiShip, Centra, Dalli, Meow Media Group, StarFish, Екомкасса** и **ЮMoney** подготовили новую карту рынка услуг для eCommerce — **Экосистема электронной торговли России 2025**.

Экосистема электронной торговли — это ежегодный продукт Data Insight в виде карты, которая показывает наиболее востребованные на рынке услуги и ключевых игроков.



Источник:

Экосистема электронной торговли — 2025



Data Insight: Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025

Datainsight.ru, 21.05.2025

/новость

Data Insight совместно с компанией **GBS** представляют обновленное исследование «**Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025**». С отчетом 2024 года можно ознакомиться по [ссылке](#).

Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025

 Data Insight



Ключевые цифры:

- В 2024 году объем продаж розничного онлайн-импорта в России составил 329 млрд руб. — 2,94% от объема продаж внутрироссийской онлайн-торговли. Число заказов немного увеличилось до 162 миллионов, что составляет 2,47% от общего числа посылок в российской электронной коммерции
- По сравнению с 2023 годом объем продаж в денежном исчислении подрос на 5%, в то время как число заказов — на 4%. В 2024-м году средний чек незначительно возрос — на 1% и составил 1 955 руб.
- Как и в 2023 году, отправления из Китая составили основную долю всего B2C импорта, а именно 98% от всего объема отправок
- По прогнозу Data Insight объем розничного онлайн-импорта в 2025-м году возрастет и составит 404 млрд руб.

Источник:

[Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025](#)



Data Insight: Интернет-торговля в России 2025

Datainsight.ru, 19.05.2025

/новость

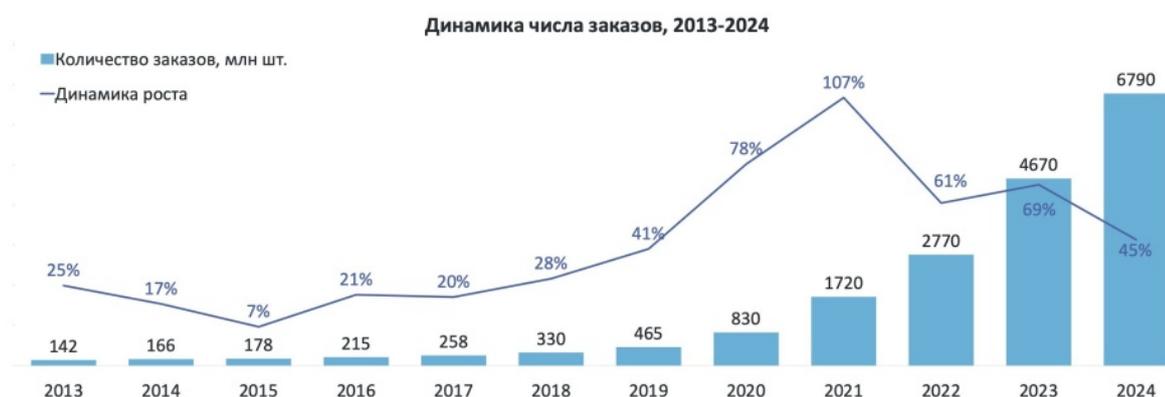
Команда **Data Insight** при поддержке премиум партнера **GBS** и партнеров **ДжумПРО, ART Logistik, ExpressRMS, Fittin, JVO, Logsis, PIM Solutions** представляет ежегодный отчет **«Интернет-торговля в России 2025»**.

В нём раскрываются ключевые цифры и тренды, отражающие состояние рынка eCommerce в России в 2024 году, а также обобщаются важнейшие данные из публичных исследований, выпущенных Data Insight за последний год.

Основные выводы:

- В 2024 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил 11,2 трлн руб. и 6,8 млрд заказов.
- В 2024 году снизились темпы роста количества заказов: рост по сравнению с 2023 годом составил 45%, в то время как в 2023 году рост показал 69%. Объем рынка в рублях вырос на 39%.
- Средний чек продолжает постепенно снижаться: по итогам 2024 года он составляет 1 650 руб., что на 4% ниже прошлогодних показателей.

В 2024 году количество заказов достигло **6,8 миллиардов**. Однако темпы роста снизились почти в 1,5 раза до **45%** - наименьшего за последние 5 лет уровня



Оценки за 2022-2023 гг. скорректированы по сравнению с предыдущими публикациями в меньшую сторону. Корректировки в основном связаны с уточнением данных по количеству заказов у Wildberries.ru
Источник: данные Data Insight, февраль 2025.
© ООО «Дейта Инсайт», 2025



Источник:

[Интернет-торговля в России 2025](#)



Ozon fresh и АШАН представили совместный бренд готовой еды

Т.me, 22.05.2025

/новость

Ozon fresh и АШАН Ритейл Россия выпустили линейку готовых блюд категории ультра-фреш под ко-брендом обеих компаний. Это первая подобная коллаборация на российском рынке продуктового ритейла.

В линейку вошли 32 SKU в ценовом сегменте «средний+». Продукция изготовлена на фабрике-кухне Ozon fresh. Все позиции уже доступны офлайн в 46 магазинах АШАН Ритейл Россия в Москве, а также онлайн на платформе Ozon fresh.

Компании планируют развивать ко-бренд готовой еды, предлагая сезонные и трендовые новинки.



Источник:

[АШАН и Ozon fresh представили рынку первый совместный бренд готовой еды](#)

На Wildberries появились плавучие дома

Т.me, 22.05.2025

/новость

Wildberries & Russ запускает в тестовом режиме новую категорию на маркетплейсе — плавучие дома. Заказать их пока могут потребители из Москвы и Московской области.

Приобрести дом на воде можно по 100% предоплате с карты, привязанной к профилю пользователя. Минимальный срок изготовления указан в карточке товара.

После оплаты продавец свяжется с покупателем для уточнения деталей заказа. Выдача хаусботов осуществляется со склада продавца.



Источник:

[На Wildberries появились в продаже плавучие дома](#)

«Магнит» закрыл сделку по покупке контрольного пакета «Азбуки вкуса»

Magnit.com, 20.05.2025

/новость

«Магнит» закрыл сделку по приобретению около 81,55% долей в уставном капитале «Азбуки вкуса». В контур сделки вошли пять собственных кулинарных, хлебопекарных и кондитерских производств, а также три распределительных центра и складская инфраструктура доставки общей площадью 47 тыс. кв. м.

«Магнит» видит возможности для роста стоимости приобретенного актива, в первую очередь, в ускорении развития формата «Азбука daily», улучшении сервиса онлайн-доставки и в дальнейшем росте сегмента готовой еды. «Магнит» сохранит бренд «Азбуки вкуса» и покупательское предложение компании.



Источник:

[«Магнит» закрыл сделку по приобретению контрольного пакета «Азбуки вкуса»](#)

Ozon Travel создал личный кабинет для отельеров

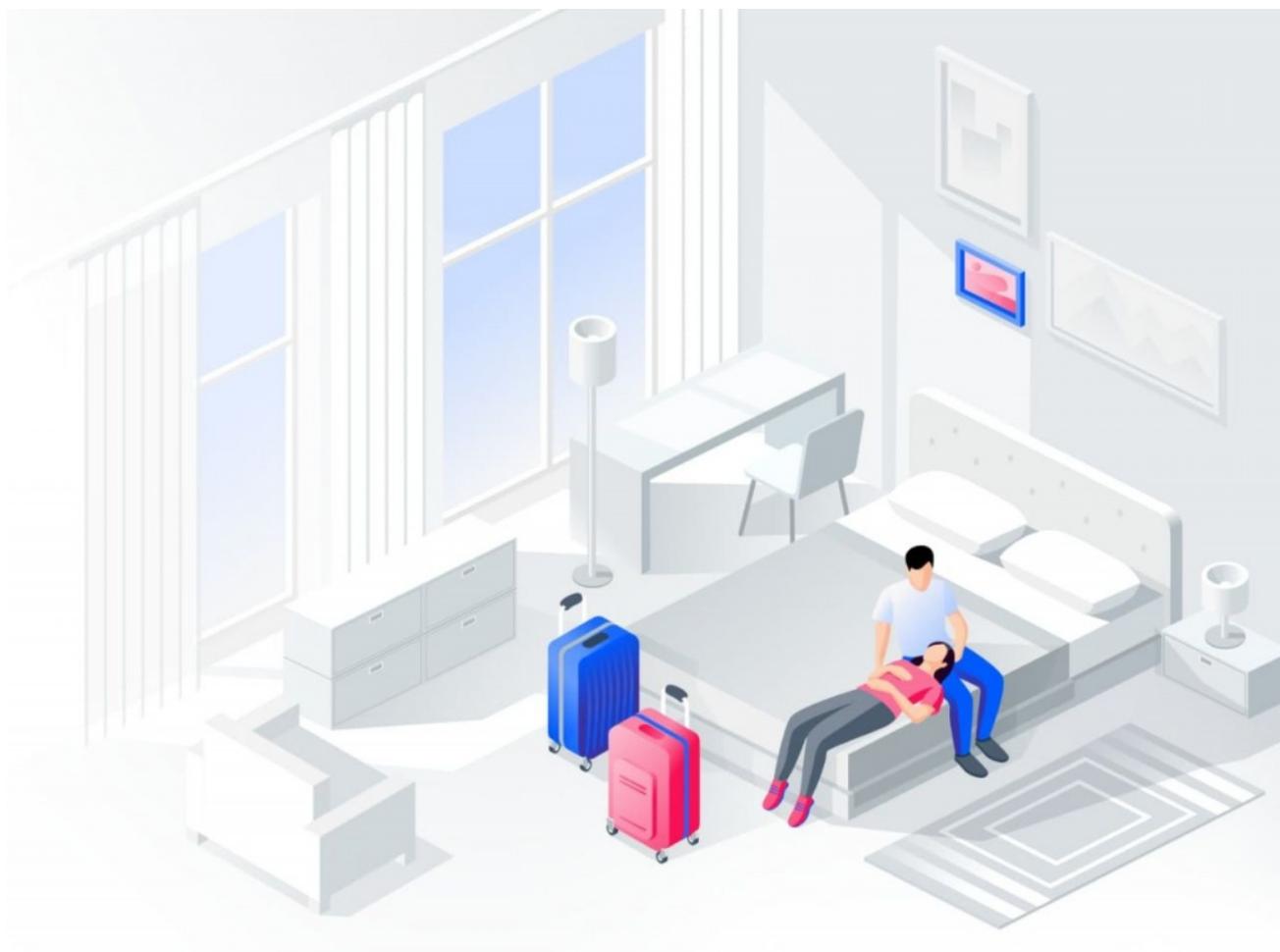
Corp.ozon.ru, 19.05.2025

/новость

Ozon Travel запускает новый инструмент для партнеров — Экстранет, личный кабинета для отельеров.

Сервис предоставляет возможность отслеживать бронирования, работать с реквизитами, управлять правами доступа. Вскоре появятся функции отслеживания аналитики, коммуникации с гостями, управления контентом и инструменты продвижения.

Среди партнеров Ozon Travel — около 80 тыс. отелей в России, каждый десятый подключен напрямую. За I кв. 2025 года оборот сервиса вырос в 1,5 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Ozon Travel вошел в четверку крупнейших сервисов онлайн-бронирования отелей.



Источник:

[Ozon Travel создал личный кабинет для отельеров по аналогии с продавцами Ozon](#)

Wildberries запускает продажу страховок для путешествий

Т.ме, 19.05.2025

/новость

Wildberries & Russ перед летним сезоном запустила два новых вида страхования: для путешествий по России и для защиты от травм.

Страхование осуществляет партнер Wildberries — страховая компания ООО РСО «ЕВРОИНС». Оформить полис можно в личном профиле приложения Wildberries в разделе «WB Защита».

Стоимость — 99 руб. на 30 дней. Страхование распространяется как на самого пользователя, так и на его близкого родственника. Если пользователь решит отказаться от любого страхового полиса, он может это сделать в течение 14 дней после покупки.



Источник:

[Теперь на WB для лета есть действительно ВСЁ](#)

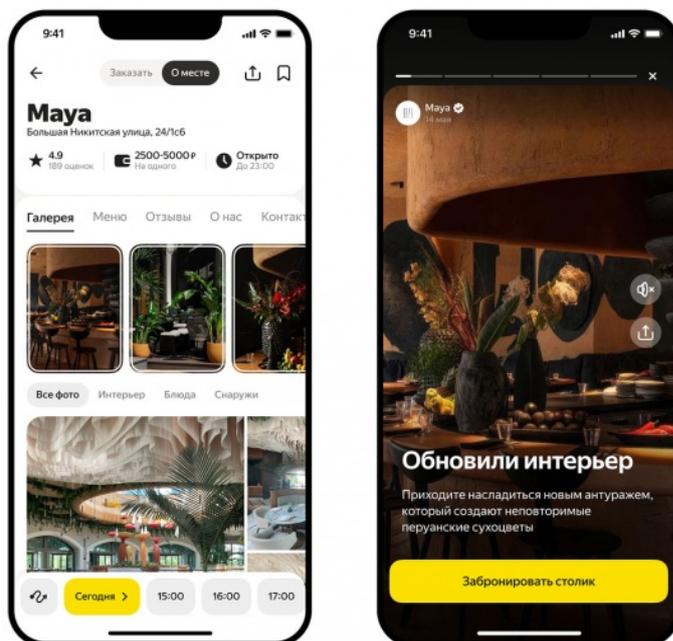
Рестораны смогут публиковать в приложении Яндекс Еды свой контент

Yandex.ru, 19.05.2025

/новость

Яндекс Еда запустит крупнейшую в российском фудтехе платформу о еде, где заведения будут публиковать фото, видео, новости, анонсы. Материалы они будут добавлять бесплатно через специальную форму, а в будущем — через личный кабинет приложения Яндекс Еда Вендор.

Рекомендательные технологии Яндекс Еды будут предлагать пользователю материалы с учетом его предпочтений и истории в сервисе. Тестирование и MVP-запуск платформы для собственного контента ресторанов-партнеров в Яндекс Еде запланированы на лето 2025 года.



Источник:

[Рестораны смогут публиковать собственный контент в приложении Яндекс Еды](#)

Весь мир:

Доля e-commerce в розничной торговле Казахстана составила 14,1%

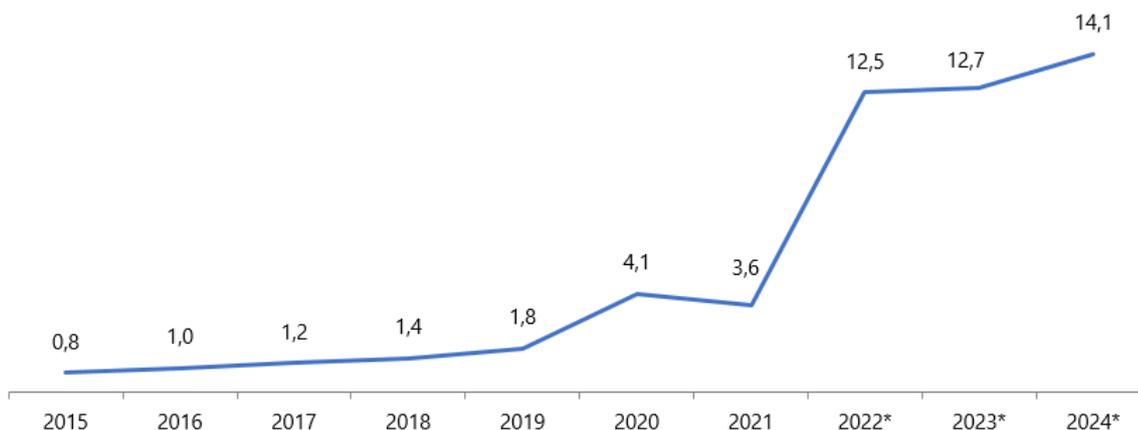
Stat.gov.kz, 23.05.2025

/НОВОСТЬ

По данным Бюро национальной статистики Казахстана, доля электронной коммерции на внутреннем рынке страны в общем объеме розничной торговли с учетом маркетплейсов в 2024 году составила 14,1%.

Объем рынка составил 3156,4 млрд тенге. Из них оборот розничной торговли через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 84,9%, предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный интернет-ресурс — 15,1%.

Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли
в процентах



**Данные за 2022-2024 гг. сформированы с учетом маркетплейсов.*

Наибольшую долю от общего объема розничной реализации товаров через маркетплейсы составили телефоны и гаджеты — 27,4%, бытовая техника — 13,3%, одежда, обувь и спортивные товары — 10,3%.

В 2024 году на маркетплейсах средний чек для товаров составил 17 572 тенге.

Источник:

[Об электронной коммерции в Республике Казахстан](#)



Рынок электронной коммерции в Германии вырос на 3,8% в 2024 г.

Ecommercenews.eu, 23.05.2025

/новость

Ассоциация розничной торговли Германии (HDE) увеличивает свой прогноз по росту электронной коммерции на 2025 год до 4%. Ожидается, что к концу года общий объем продаж на немецком рынке e-commerce достигнет 92,4 млрд евро.

По оценкам, в прошлом году рынок достиг 88,8 млрд евро: на 3,8% больше, чем годом ранее. Офлайн-продажи выросли всего на 2%. Доля онлайн-продаж на розничном рынке увеличилась до 13,4%, а в 2023 году составляла 13,2%.

Маркетплейсы нарастили свою долю в онлайн-ритейле. В 2023 году она составляла 54%, а в прошлом году увеличилась до 57%.



Источник:

[German ecommerce to grow 4% in 2025](#)

Nike возвращается на Amazon

Retaildetail.eu, 23.05.2025

/новость

После шестилетнего перерыва Nike возобновляет прямые продажи на Amazon. В 2019 году бренд кроссовок решил покинуть онлайн-платформу — спустя всего два года — и больше сосредоточиться на прямых, личных отношениях с клиентами. Решение было хорошо воспринято. Аналитики считали, что бренд сможет лучше защитить свою идентичность, сосредоточившись на собственных каналах дистрибуции.

Но теперь Nike хочет вернуть себе долю рынка среди молодых потребителей, которые покупают онлайн. В прошлом году продажи бренда резко упали. Партнеры, которые все еще продавали продукцию Nike на Amazon, сообщили, что бренд снова начнет вести бизнес напрямую с платформой. В то же время бренд объявил о повышении цен на некоторые продукты.



Источник:

[Nike returns to Amazon](#)

Продавцы Uzum Market смогут доставлять заказы самостоятельно

Kapital.uz, 22.05.2025

/НОВОСТЬ

Со 2 июня маркетплейс Uzum Market запускает новую схему работы — DBS (delivery by seller), при которой площадка предоставляет онлайн-витрину и инструменты маркетинга, а продавец берет на себя полный цикл обработки заказа.

При работе по модели DBS продавцы смогут самостоятельно определять зоны и сроки доставки. С партнеров не будет взиматься логистический сбор, а только комиссия за продажу товаров на платформе.



Источник:

[Продавцы Uzum Market смогут самостоятельно доставлять заказы](#)

Wildberries запустила сервис «Курьер экспресс» в Узбекистане

Т.me, 20.05.2025

/новость

Покупатели Wildberries в Узбекистане смогут получать свои заказы прямо до двери всего за 4 часа с момента оформления покупки.

Когда заказ поступает в пункт выдачи заказов, у пользователя на сайте или в приложении появляется кнопка вызова курьера. Доставка осуществляется бесплатно в удобный для покупателя временной интервал.

Сейчас услуга тестируется в Ташкенте. Вскоре курьерская доставка заказов появится во всех регионах Узбекистана. Wildberries планирует запускать сервис и в других странах.



Источник:

[Запустили сервис «Курьер экспресс» в Узбекистане!](#)

ECDB: Мода и электроника лидируют среди категорий в e-commerce

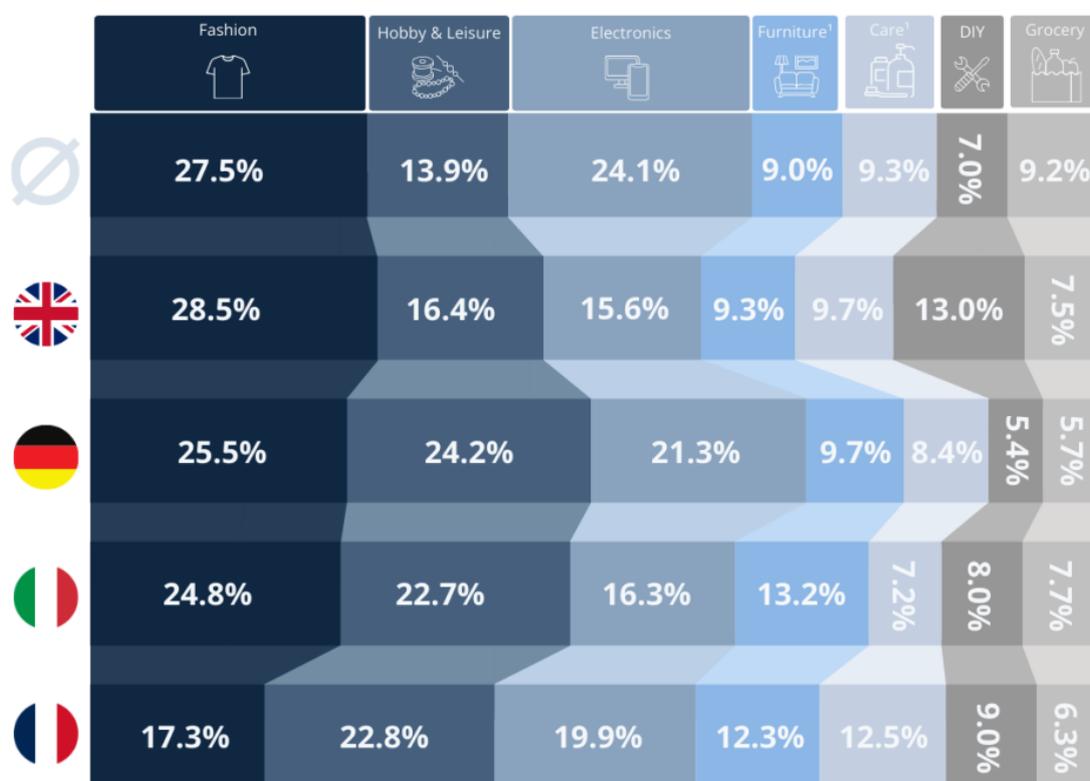
Ecdb.com, 20.05.2025

/исследование

По данным ECDB, мода является ведущей категорией товаров в сфере e-commerce — в мире на нее приходится самая большая доля выручки (27,5%). Та же картина наблюдается в Великобритании (28,5%), Германии (25,5%) и Италии (24,8%). На втором месте в глобальном рейтинге — электроника с долей 24,1%.

Product Category Mix in eCommerce: How the Shares Diverge in Markets

Product category mix of selected countries and global average, as a share of total eCommerce revenues, 2024



Note: (1) Furniture & Homeware. / Sums can diverge from 100% due to rounding.
Source: ECDB.

ECDB

Стоит выделить Grocery: это одна из категорий, определенных как драйвер роста в мировой электронной коммерции, но на рассматриваемых рынках ее доля в общем объеме доходов низкая. В мировой электронной коммерции 9,2% выручки генерируется Grocery, по сравнению с примерно 7,5% в Великобритании и Италии, 6,3% во Франции и всего 5,7% в Германии.

Источник:

[Product Category Mix in eCommerce: Where Which Category Performs Best](#)



Подкасты и видео

Let's Talk

Интервью Data Insight с Анастасией Ким, CEO WEE Marketplace

В рамках проекта Data Insight «Let's Talk», где мы разговариваем с экспертами рынка в разных отраслях, Федор Вирин обсудил с Анастасией Ким, как работать на рынке ОАЭ, строить международный маркетплейс и нужно ли это делать.

Смотреть: [VK Video](#)



Бизнес на салфетке

Как вырасти из стартапа в ЛИДЕРЫ ритейла? / Вадим Петров о том, как УСТРОЕН бизнес Яндекс Лавки

Вадим Петров, CEO Яндекс Лавки, рассказал как из стартапа вырастить бизнес с оборотом 130 млрд руб. в год и месячной аудиторией в 6 млн пользователей.

Смотреть: [YouTube](#)

бизнес
НА
салфетке

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Маркетплейс «Лэтуаль». Виталий Попков

В гостях Виталий Попков, директор маркетплейса «Лэтуаль». Зачем компании свой маркетплейс, как его запускали, как он устроен сегодня, об инфраструктуре, селлерах, комиссиях, ритейл медиа, текущих показателях, динамике, стратегии развития и многом другом.

По данным рейтинга ТОП100 от Data Insight выручка компании от онлайн-продаж за 2024 год составила около 68 млрд руб.

Смотреть: [RuTube](#) | [YouTube](#) | [VK Video](#)

Слушать: [Яндекс Музыка](#) | [Apple Podcasts](#)

практика
— days

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.