

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 25

14 Июля 2025 - 20 Июля 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Отраслевой отчет по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам
10 лет E-COMMERCE WEEKEND

На Wildberries появилась услуга самовывоза шин из автосервисов

Яндекс Фабрика представила бренд спортивных товаров Bodyscore

«Магнит Доставка» развивает сети дарксторов и грейсторов

Выручка цифровых бизнесов X5 увеличилась на 49,4% во II кв. 2025 г.

«Купер» доставит ветеринарные препараты

М.Видео запускает доставку товаров через СДЭК

Директором по логистике Ozon стала Алла Кулижникова

ЮKassa: Электронная коммерция в России переходит к качественному росту

Весь мир:

На онлайн-канал приходится 31% оборота Mango

Продажи белорусских товаров на Wildberries продолжают расти

Как работает на Kaspi.kz онлайн-супермаркет Magnum?

Выручка онлайн-супермаркета Korzinka Go выросла на 188% в 2024 г.

Adobe: В Prime Day онлайн-расходы в США достигли \$24,1 млрд

На долю e-commerce приходится 18,8% рынка персональных аксессуаров

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: Отраслевой отчет по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам

Datainsight.ru, 22.07.2025

/НОВОСТЬ

Аналитическое агентство **Data Insight** и **B2B-PTC** представили **первое в своем роде исследование российского рынка B2B и B2G онлайн-закупок и продаж.**



ЭЛЕКТРОННАЯ
ПЛОЩАДКА
РОССИИ



Отчёт охватывает все ключевые сегменты – закупки по 44-ФЗ, 223-ФЗ, ЗМО, коммерческие ЭТП, отраслевые биржи и B2B-маркетплейсы.

Ключевые факты из исследования:

- Объём рынка B2B/B2G в 2024 году – **65,8 трлн** , прогноз к 2030 году – **более 150 трлн**
- Включены сегменты: **44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП, ЗМО**, коммерческие закупки, сырьевые и товарно-сырьевые биржи, маркетплейсы
- **Регулируемые закупки** (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП) – **22,98 трлн** в 2024, прогноз – **45,7 трлн** к 2030 году
- Отражены скрытые зоны рынка, в частности непубличная зона B2B-закупок
- B2B-маркетплейсы и интернет-магазины – прогноз роста к 2030 году – **2,84 трлн** при среднем темпе 11,4% в год
- Исследование показывает, как B2C влияет на стандарты B2B-закупок и продаж

Источник:

Отраслевой отчет по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам: текущее состояние, объёмы рынка, тренды и прогноз 2025-2030



10 лет E-COMMERCE WEEKEND

Datainsight.ru, 16.07.2025

/новость

14–17 августа **EW CLUB** совместно с **Data Insight** отпразднуют 10 лет **E-COMMERCE WEEKEND** на Алтае. XX выездная встреча соберет 250+ экспертов, собственников и руководителей C-level крупных компаний.

Ровно 10 лет назад на Алтае прошла первая встреча, положившая начало сообществу EcomWeekend.

Сегодня это крупнейшее независимое комьюнити лидеров электронной торговли в России, которое насчитывает более тысячи участников. Мы объединяем ведущих игроков отрасли: сервисы, производителей, ритейлеров и омниформатные компании.

Вас ждет:

- Интенсивная деловая программа, известные спикеры, интервью со специально приглашенным гостем — генеральным директором крупной компании
- E-Commerce Party — вечеринка под звездным небом в горах
- Отдых, спортивные активности и экскурсии

За три дня вы получите концентрат того, на что в обычной деловой жизни уходит год:

- Обмен опытом и инсайтами, которых не найти на других мероприятиях
- Знакомства с новыми лицами рынка: будущими партнёрами, коллегами и сотрудниками
- Возможность укрепить связи с клиентами и обсудить важные вопросы в спокойной атмосфере

Присоединяйтесь к мощному комьюнити профессионалов и ваших будущих партнеров!

Регистрация

Источник:

[10 лет E-COMMERCE WEEKEND](#)



На Wildberries появилась услуга самовывоза шин из автосервисов

T.me, 18.07.2025

/новость

Wildberries & Russ запустила услугу бронирования и самовывоза автошин из шиномонтажных центров. Клиенты могут оформить заказ на витрине маркетплейса и забрать шины в удобном автосервисе в любое время, осмотрев товар, а также при желании воспользоваться дополнительными услугами автосервисных центров.

Услуга запущена в партнерстве с сетью автосервисных центров ШИНСЕРВИС. На витрине уже представлено более 3000 позиций категории «Шины». На первом этапе будет подключено 36 автосервисов партнера в Москве и Московской области, в дальнейшем услуга самовывоза также начнет функционировать во всех регионах присутствия ШИНСЕРВИС.



Источник:

[На Wildberries появился самовывоз шин из автосервисов](#)

Яндекс Фабрика представила бренд спортивных товаров Bodycore

Yandex.ru, 17.07.2025

/новость

Яндекс Фабрика стремится выйти в новую нишу и усилить позиции в растущей категории спортивных товаров. В ассортимент Bodycore вошли беговые дорожки, вело- и гребные тренажеры, перкуссионные массажеры. Все позиции представлены в средней ценовой категории и доступны на Яндекс Маркете.

В первом полугодии 2025 года продажи тренажеров на Маркете выросли в 1,6 раза по сравнению с аналогичным периодом в 2024 году, а наиболее популярным запросом были тренажеры для кардиотренировок. Помимо Bodycore, в портфеле спортивных брендов Яндекс Фабрики есть товары для активного отдыха Outstep и велосипеды Raskat.



Источник:

[Яндекс Фабрика запустила бренд спортивных товаров Bodycore](#)

«Магнит Доставка» развивает сети дарксторов и грейсторов

Magnit.com, 16.07.2025

/новость

«Магнит» запускает новые операционные модели бизнес-формата «Фудтех» («Магнит Доставка»), основными элементами которой в Москве и Санкт-Петербурге станут сети дарксторов и грейсторов.

В крупных региональных городах компания будет развивать грейсторы, чтобы обеспечить быструю доставку клиентам расширенного ассортимента, отличного от физических магазинов сети. До конца 2025 года в Москве и Санкт-Петербурге планируется открыть 40 дарксторов, а также 100 грейсторов в столицах и крупных городах.

В городах-миллионниках и крупных городах «Магнит Доставка» также продолжит фокусироваться на экспресс-доставке заказов из «опорных» магазинов сети.

Направление дарксторов бизнес-формата «Фудтех» возглавил Павел Слав, ранее занимавший позицию операционного директора Яндекс Лавки.



Источник:

[«Магнит Доставка» открывает дарксторы и грейсторы](#)

Выручка цифровых бизнесов X5 увеличилась на 49,4% во II кв. 2025 г.

X5.ru, 16.07.2025

/НОВОСТЬ

По итогам II кв. 2025 года выручка цифровых бизнесов X5 увеличилась на 49,4% до 70,1 млрд руб., составив 6% от общей чистой выручки.

- MAU цифровых сервисов составило 47,5 млн, показав рост на 29,3% год к году.
- Совокупный GMV X5 Digital достиг 78,5 млрд руб., увеличившись на 57,4%.
- Услуга экспресс-доставки доступна из 9772 магазинов и 49 дарксторов в 75 регионах.
- Выручка 5Post выросла на 8,4%. Количество выданных посылок достигло 11,1 млн, а число пунктов выдачи превысило 29 тыс.
- Чистая выручка от онлайн-продаж «Много лосося» выросла на 10,4% год к году.

ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

14

X5 DIGITAL	2 кв. 2025	2 кв. 2024	ИЗМ Г-К-Г, %	1П 2025	1П 2024	ИЗМ Г-К-Г, %
GMV, ¹⁹ млн руб.	78 450	49 853	57,4	157 026	100 443	56,3
Количество заказов, тыс.	40 933	27 107	51,0	85 003	54 125	57,1
Средний чек, руб. (Vprik.ru)	5 776	5 241	10,2	5 608	5 223	7,4
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 769	1 675	5,6	1 708	1 687	1,2
5POST						
Выручка, млн руб.	1 727	1 593	8,4	3 432	3 244	5,8
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV, ²⁰ млн руб.	2 718	2 318	17,2	5 301	4 501	17,8
включая GMV онлайн, млн руб.	1 547	1 389	11,4	3 179	2 747	15,7
Количество заказов, тыс.	579	584	(1,0)	1 173	1 138	3,1
Средний чек, руб.	2 547	2 278	11,8	2 590	2 322	11,6

¹⁹ GMV – это стоимость доставленных заказов по конечным ценам (вкл. НДС), без вычета примененных промокодов и бонусов.

²⁰ GMV – это стоимость доставленных заказов по конечным ценам (вкл. НДС), без вычета примененных промокодов и бонусов, включая доставку и кофепоптов в «Перекрестки» и «Ашан». Продажи кофепоптов (с НДС) составили 1 161 млн руб. во 2 кв. 2025 г. и 930 млн руб. во 2 кв. 2024 г.

X5Group

Источник:

X5 объявляет о росте чистой выручки на 21,6% во 2 кв. 2025 года



«Купер» доставит ветеринарные препараты

Retail.ru, 15.07.2025

/новость

«Купер» запустил новое направление — доставку ветеринарных препаратов, которая доступна во всех регионах присутствия сервиса. Заказать можно препараты, не требующие рецепта и специального температурного режима хранения.

В число партнеров вошли «Бетховен», «Зооптторг», «Динозаврик», «Сами с усами», «Красный кролик», «Petshopru», «Зоодоставка РФ», «Любимчик», «Золотая рыбка», «Сытый кот», «Фармакея» и др.

Доля интернет-продаж ветеринарных препаратов в денежном выражении в России выросла до 40% по итогам первых двух месяцев 2025 года. «Купер» фиксирует устойчивый рост спроса на зоотовары: этой весной категория выросла на 8% год к году.



Источник:

[«Купер» запустил доставку ветеринарных препаратов по всей России](#)

М.Видео запускает доставку товаров через СДЭК

Mvideoeldorado.ru, 15.07.2025

/новость

Покупатели получили возможность доставки в более чем 5500 пунктов выдачи и свыше 2800 постаматов. География расширена до 4567 городов, а потенциальная аудитория проекта приближается к 100 млн человек.

На старте действует бесплатная доставка, а после окончания промо-периода стоимость составит от 299 руб. в зависимости от габаритов и расстояния. Оформить заказ можно через сайт или приложение М.Видео.

Партнерство позволит охватить широкий круг покупателей за счет плотной сети ПВЗ логистической компании — в том числе в локациях, где отсутствуют магазины или партнерские точки других служб доставки ритейлера.



Источник:

[М.Видео начала доставку товаров через СДЭК в более чем 4500 городов России](#)

Директором по логистике Ozon стала Алла Кулижникова

Retail.ru, 15.07.2025

/новость

Алла Кулижникова назначена руководителем операционного блока Ozon, который включает в себя все логистические операции, складскую логистику, управление последней милей, в том числе сетью пунктов выдачи. Руслан Эминов принял решение покинуть Ozon.

Алла присоединилась к Ozon в 2018 году в блок финансов, возглавляла финансы всего операционного блока компании, а в 2024 году стала руководителем направления развития технологий логистических процессов.



Источник:

Директором по логистике Ozon назначена Алла Кулижникова

ЮKassa: Электронная коммерция в России переходит к качественному росту

Yoomoney.ru, 18.07.2025

/исследование

По данным ЮKassa, в первом полугодии 2025 года на российском рынке e-commerce общий оборот и число транзакций остались на уровне второго полугодия 2024 года, а средний чек снизился на 2%, до 1310 руб.

Число активных онлайн-площадок в сервисе выросло на 11%, преимущественно за счет малого бизнеса. Количество индивидуальных предпринимателей увеличилось на 10%, самозанятых — на 23%, юрлиц — на 7%.

Небольшие площадки (с оборотом до 1 млн руб. в месяц) продемонстрировали наибольшую динамику: их число увеличилось на 29%, общий оборот — на 37%, число оплат — на 42% по сравнению с июлем — декабрем прошлого года. Средний чек снизился на 3% до 2142 руб.



Источник:

[E-commerce в России перешёл к качественному росту — исследование ЮKassa](#)

Весь мир:

На онлайн-канал приходится 31% оборота Mango

Mangofashiongroup.com, 17.07.2025

/новость

Испанский ритейлер модной одежды Mango нарастил оборот на 12% до 1,7 млрд евро за первую половину 2025 года. Онлайн-канал Mango продолжил расти, составив 31% от общего оборота за первое полугодие. Это превышает средний показатель по сектору и остается одним из ключевых рычагов развития бизнес-модели компании.

В течение первых шести месяцев года компания усилила онлайн-предложение. Ритейлер также сделал еще один шаг в своей стратегии персонализации опыта онлайн-покупок, запустив Mango Stylist — новаторский диалоговый инструмент, основанный на искусственном интеллекте. Он позволяет пользователям получать рекомендации по продуктам и советы по стилю, а также получать доступ к последним модным тенденциям.



Источник:

[Mango consolidates its progress with double-digit growth in the first half of 2025](#)

Продажи белорусских товаров на Wildberries продолжают расти

Belretail.by, 16.07.2025

/НОВОСТЬ

Продажи товаров белорусского производства на Wildberries за полгода выросли на 41%. В период с января по июнь 2025 года продажи белорусской продукции в Кыргызстане выросли на 104%, в Узбекистане — на 35%, в России — на 32%, в Армении — на 25%.

Среди всех категорий лидерами по темпам роста стали аккумуляторы (+325% год к году), телевизоры и аудиотехника (+273%), мебель для сна (+231%), автозапчасти (+166%).

По итогам полугодия продажи предпринимателей из Беларуси на Wildberries выросли на 31% год к году. Количество зарегистрированных поставщиков увеличилось на 11% год к году.

Растет и интерес к онлайн-покупкам внутри страны. Среди белорусских пользователей платформы продажи выросли на 32% в денежном выражении.

Источник:

[Продажи белорусских товаров на Wildberries за полгода выросли на 41%](#)



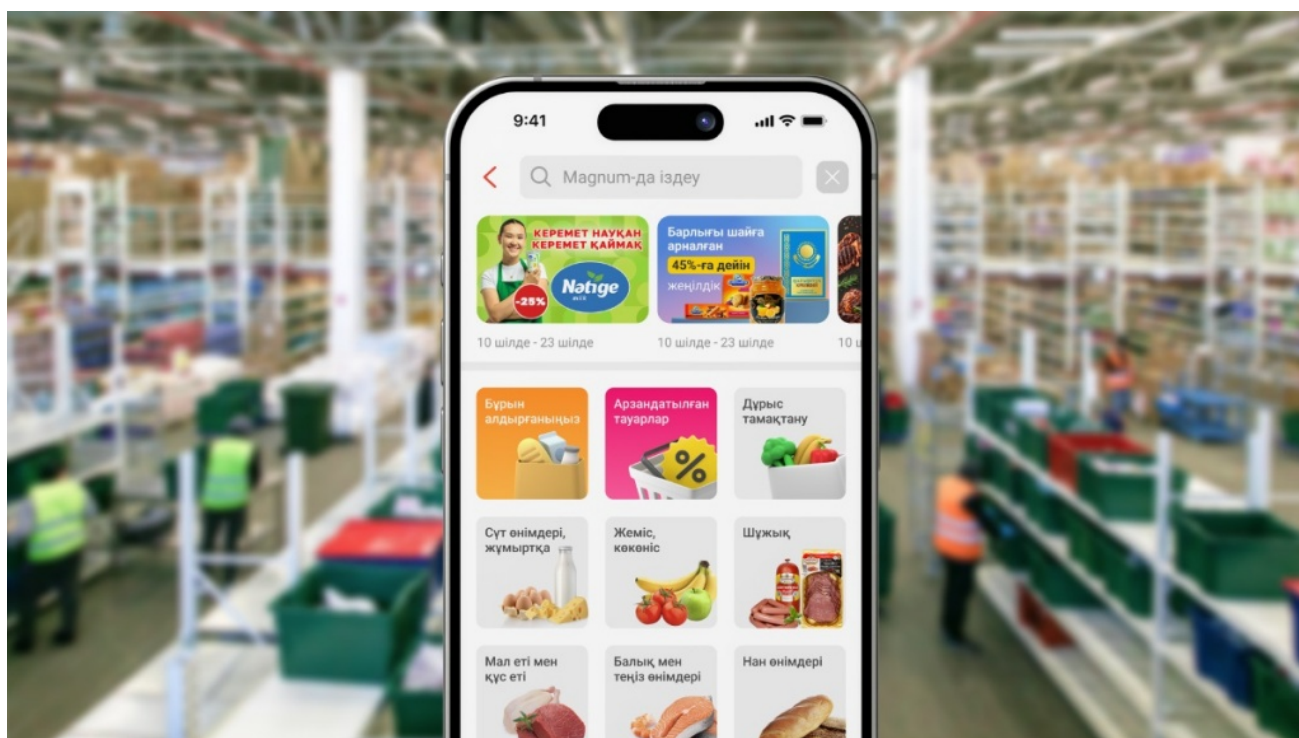
Как работает на Kaspi.kz онлайн-супермаркет Magnum?

Profit.kz, 16.07.2025

/НОВОСТЬ

В 2025 году в онлайн-супермаркете Magnum на Kaspi.kz более 800 тыс. казахстанцев сделали 6 млн заказов. Инвестиции Kaspi.kz в проект превысили 53 млрд тенге.

- В ассортименте онлайн-супермаркета — больше 10 тыс. наименований. Из них более 50% — казахстанского производства.
- Построено шесть логистических центров — в Алматы, Астане и Шымкенте. Их общая площадь составляет 114 000 кв. м. В 2025 году планируется открыть еще четыре.
- Самый большой логистический центр — на Кульджинском тракте на выезде из Алматы — отправляет покупателям 200 тыс. заказов в месяц. В логистическом центре на Кульджинке есть и своя пекарня, занимающая 2 тыс. кв. м.
- Онлайн-супермаркет доставляет заказы с 7 утра до 12 часов ночи, без выходных. Продукты можно получить за 3 часа.



Источник:

[Как устроена логистика онлайн-супермаркета Magnum на Kaspi.kz](#)

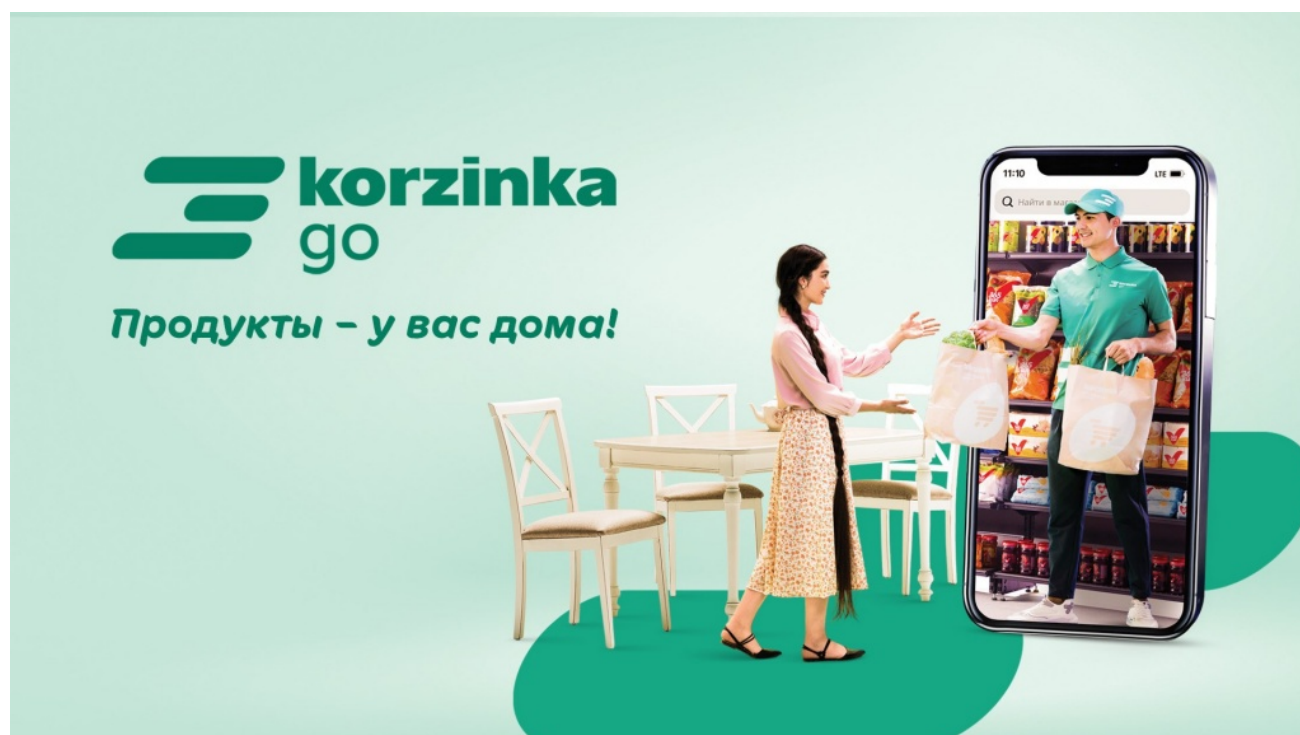
Выручка онлайн-супермаркета Korzinka Go выросла на 188% в 2024 г.

Korzinka.uz, 15.07.2025

/НОВОСТЬ

В 2024 году рост у сети «Корзинка» в Узбекистане были зафиксированы рекордные объемы продаж, открыты новые супермаркеты, магазины у дома Korzinka Mahalla и даркстор для онлайн-супермаркета Korzinka Go. Супермаркеты и магазины Mahalla показали одинаковый рост сопоставимых продаж — на уровне 9,3%.

Наибольший рост продемонстрировал онлайн-супермаркет Korzinka Go, выручка которого увеличилась на 188%. В течение года была проведена масштабная модернизация операционной деятельности Korzinka Go, и сейчас доля онлайн-продаж в Ташкентском регионе превышает 4%, при этом сервис уже приносит положительный вклад в EBITDA.



Источник:

«Корзинка» подвела итоги 2024 года с рекордными результатами и масштабными инвестициями в инфраструктуру

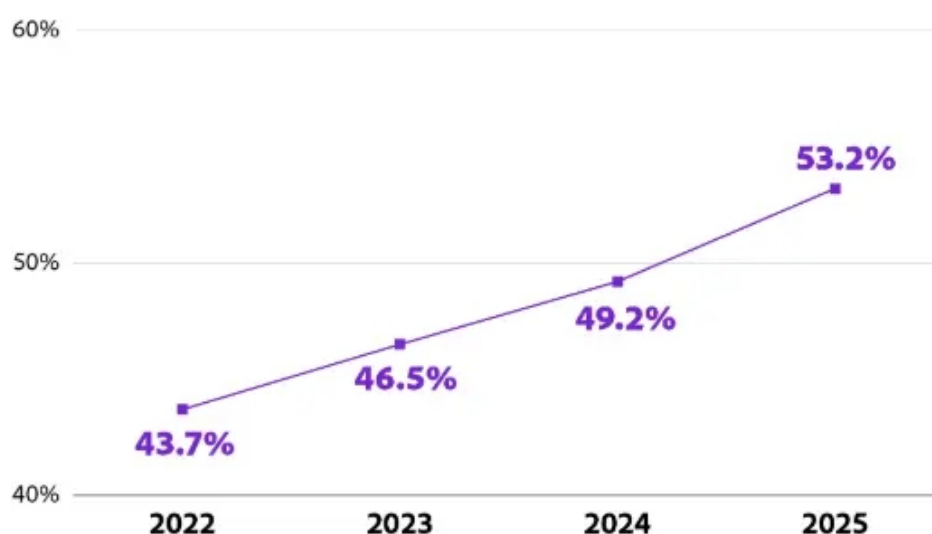
Adobe: В Prime Day онлайн-расходы в США достигли \$24,1 млрд

Business.adobe.com, 14.07.2025

/НОВОСТЬ

С 8 по 11 июля американские ритейлеры заработали онлайн \$24,1 млрд, что на 30,3% больше, чем в предыдущем году. Это больше, чем за две Черные пятницы. Мобильные устройства были доминирующим каналом транзакций во время Prime Day, обеспечив 53,2% продаж и или \$12,8 млрд.

Prime Day Mobile Device Share of Online Sales



Конкурентные скидки побудили покупателей, чувствительных к цене, тратить больше средств на такие категории, как бытовая техника, где онлайн-продажи выросли на 112% (по сравнению со средними дневными продажами в июне 2025 года). Среди других категорий, продемонстрировавших значительный рост, были канцелярские товары (+105%), электроника (+95%), книги (+81%), инструменты и товары для дома (+76%), товары для дома и сада (+58%) и товары для малышей (+55%).

Покупатели все чаще используют чат-сервисы и браузеры на базе генеративного ИИ в качестве помощников при покупках. Во время Prime Day трафик, полученный с помощью генеративного ИИ, на розничные сайты США (измеряемый количеством кликов покупателей по ссылкам) вырос на 3300% в годовом исчислении.

Источник:

[Adobe: Prime Day event drove \\$24.1 billion in online spend across U.S. retailers.](#)

На долю e-commerce приходится 18,8% рынка персональных аксессуаров

Retailasia.com, 18.07.2025

/исследование

Согласно отчету Euromonitor International, офлайн-ритейл доминировал на мировом рынке персональных аксессуаров в 2024 году: на его долю пришлось 81,2% от общего объема продаж, несмотря на быстрый рост электронной коммерции и цифровых инструментов.

На долю электронной коммерции пришлось всего 18,8%. Физические магазины по-прежнему играют важную роль, особенно для товаров с высоким уровнем контакта, таких как ювелирные изделия, часы и изделия из кожи класса люкс.

В отчете говорится, что покупатели по-прежнему предпочитают покупать аксессуары в магазинах, где можно увидеть, потрогать и примерить товар. В магазине покупатели чувствуют эмоциональную связь, мгновенное удовлетворение и персональное обслуживание, чего часто не хватает онлайн-платформам.



Ритейлеры теперь сосредоточены на сочетании цифровых инструментов с физическими продажами, чтобы оставаться конкурентоспособными. Гибридные стратегии, такие как примерки с дополненной реальностью, виртуальные консультации и услуги онлайн-магазина, помогают охватить более молодых, технически подкованных потребителей, сохраняя при этом престиж бренда. Потребители в свою очередь ожидают удобного перехода между онлайн- и офлайн-магазинами.

Источник:

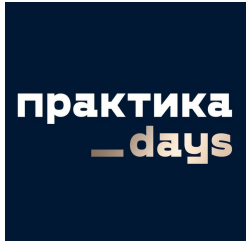
[Offline retail still leads global personal accessories market in 2024](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Конкуренция, маржа и рост: как живет независимая логистика сегодня.
Александр Бушуев, Dalli

В гостях Александр Бушуев, основатель и управляющий партнер службы доставки Dalli, одного из ключевых федеральных игроков на рынке курьерской доставки. Компания доставила около 4 млн отправок в 24 году, планирует выйти на 6 млн за 25. EBITDA порядка 7%, выручка около 2,7 млрд руб в год.



практика
—days

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

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

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
- развитии 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.