

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 42

17 Ноября 2025 - 23 Ноября 2025

В выпуске:

Россия:

Люди, меняющие ритейл 2025: Софья Леина, «Группа Лента»

Data Insight: Каналы продаж бытовой техники и электроники в России

Число владельцев ПВЗ Wildberries за год выросло более чем на 60%

Ozon Банк представил бизнес-карту для предпринимателей

«Группа Лента» запустила подписку на кешбэк в доставке

СДЭК и Мегамаркет заключили стратегическое партнерство

Wildberries и СберСтрахование запустили услугу страхования для продавцов

Авито объявляет о кадровых изменениях

«Зоозавр» наращивает продажи в сети магазинов и онлайн

Lamoda представила мобильное приложение для селлеров

«Магнит» запустил сервис «Касса в телефоне»

Весь мир:

ASOS сократил убытки за год

Квартальные онлайн-продажи Walmart выросли на 27%

Adobe покупает платформу Semrush

Выручка PDD выросла на 9% в III кв. 2025 г.

Vinted ожидает значительных результатов по итогам года

Выручка JD.com увеличилась на 14,9% в III кв. 2025 г.



Россия:

Люди, меняющие ритейл 2025: Софья Леина, «Группа Лента»

Datainsight.ru, 21.11.2025

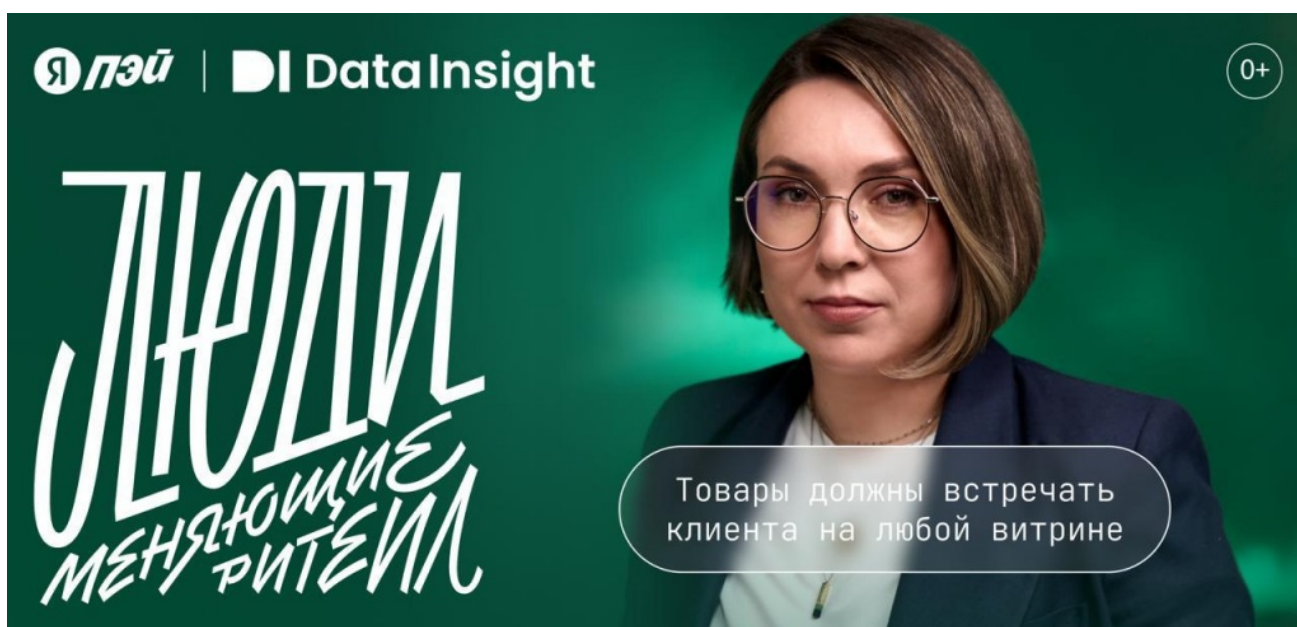
/новость

Data Insight совместно с **Яндекс Пэй** провели серию интервью, в которых эксперты из крупнейших компаний России делятся своим взглядом на развитие бизнеса в 2025 году.

«Группа Лента» — мультиформатный ритейлер, который объединяет онлайн- и офлайн-магазины в разных сферах. Кроме супермаркетов и гипермаркетов, группа компаний управляет зоомагазинами и винными маркетами, тестирует новые форматы и выходит на непривычные рынки.

Какую роль в продажах «Ленты» играют маркетплейсы, почему их модель не всегда подходит для продуктов и как жить ритейлу в условиях конкуренции — рассказала Софья Леина, директор собственных онлайн-сервисов «Группы Лента».

Четырнадцатый выпуск – [читать интервью с Софьей Леиной](#)



Источник:

[Люди, меняющие ритейл 2025. Спецпроект Яндекс Пэй и Data Insight](#)

Data Insight: Каналы продаж бытовой техники и электроники в России

Datainsight.ru, 19.11.2025

/новость

Data Insight и **giper.fm** представляют исследование **Каналы продаж бытовой техники и электроники в России. Потребительские практики в DTC и на маркетплейсах.**

giper.fm x DataInsight

Каналы продаж бытовой техники и электроники в России

Потребительские практики в DTC и на маркетплейсах

Ноябрь 2025



Основные выводы:

- Объем B2C-рынка бытовой техники и электроники в 2024 году составил 3,3 трлн рублей, доля онлайн в нем – 58%. В онлайн доли распределены так: универсальные маркетплейсы (Озон, Wildberries, Яндекс Маркет и Мегамаркет) – 67%, специализированные магазины и маркетплейсы БТиЭ – 18%, доля остальных площадок невелика.
- На долю независимых онлайн-магазинов брендов приходится 4% продаж. Однако, если рассматривать продажи брендовых магазинов на маркетплейсах как часть DTC-канала, его суммарная доля может быть оценена в 25-30% B2C онлайн-рынка электроники и техники. В категориях крупной и мелкой бытовой техники и электроники доля DTC в онлайне достигает около 6%, в офлайне наибольшая доля DTC – в мелкой бытовой технике (14%)
- Большинство покупателей проходят весь путь в одном канале: 73% – онлайн, 23% – офлайн; 4% меняют канал (онлайн – из-за цены и акций, офлайн – ради консультации и просмотра товара вживую).

Источник:

Каналы продаж бытовой техники и электроники в России. Потребительские практики в DTC и на маркетплейсах

Число владельцев ПВЗ Wildberries за год выросло более чем на 60%

T.me, 20.11.2025

/НОВОСТЬ

За последние 12 месяцев количество владельцев ПВЗ Wildberries выросло примерно на 62% относительно аналогичного периода прошлого года. При этом 67% партнерских ПВЗ открыты партнерами, которым принадлежит 2 или более пунктов выдачи.

При выполнении обязательных услуг окупаемость партнерского ПВЗ составляет порядка 4–5 месяцев. Также владельцы ПВЗ могут получать дополнительные выплаты за прием, обработку и отправку клиентских посылок с помощью пилотного сервиса WB Track. За несколько месяцев тестирования сервиса выплаты за оформление и отправку посылок выросли в 3 раза.

Wildberries продолжает расширять сеть пунктов выдачи. К концу октября 2025 года их число превысило 90 тыс. в 20 тыс. населенных пунктах России и стран присутствия компании.



Источник:

Число владельцев пунктов выдачи Wildberries выросло за год более чем на 60%

Ozon Банк представил бизнес-карту для предпринимателей

Corp.ozon.ru, 20.11.2025

/новость

В Ozon Банке появилась возможность заказать дебетовую бизнес-карту с привязкой к расчетному счету предпринимателя. Выпуск и обслуживание будут бесплатными.

Доступно оформление виртуальных или пластиковых карт. Виртуальная выпускается за несколько минут в приложении Ozon Банка для бизнеса – ее можно сразу добавить в Mir Pay и оплачивать покупки со смартфона (для устройств на Android). Пластиковую карту доставят в удобный пункт выдачи Ozon по всей стране.

Бизнес-карты можно оформлять на сотрудников и устанавливать индивидуальные лимиты на снятие наличных и оплату покупок. Управление картами доступно в приложении Ozon Банка для бизнеса.



Источник:

[В Ozon Банке появилась возможность оформить бизнес-карту](#)

«Группа Лента» запустила подписку на кешбэк в доставке

Lenta.com, 19.11.2025

/новость

«Группа Лента» завершила тестирование подписки на кешбэк в доставке. Новый продукт позволяет за 199 руб. в месяц вернуть 7% баллами за онлайн-заказы. 1 балл равен 1 рублю.

Максимальный размер – 1500 баллов, он распространяется как на доставку, так и на сервис самовывоза из «Гипер Ленты» и «Супер Ленты». Баллы можно использовать для оплаты до 100% стоимости покупок в магазинах «Ленты» и доставке.

«Группа Лента» начала тестировать диджитальный продукт в феврале этого года. По итогам пилотного проекта более 60% клиентов продлевают подписку ежемесячно. Частота покупок у подписчиков выросла на 57%, средний чек – на 41%.



Источник:

[«Группа Лента» запустила кешбэк на онлайн-заказы](#)

СДЭК и Мегамаркет заключили стратегическое партнерство

Companies.rbc.ru, 19.11.2025

/новость

СДЭК и Мегамаркет объявили о стратегическом партнерстве, направленном на развитие логистической инфраструктуры.

Первым этапом сотрудничества станет интеграция сервисов личного кабинета продавца с решениями СДЭК, которая позволит бизнесам подключить доставку rDBS-заказов (real Delivery by Seller) в пункты выдачи СДЭК по России. Интеграция не ограничена категориями товаров и направлена прежде всего на развитие региональных продаж.

Со стороны СДЭК партнерство позволит компании расширить взаимодействие с онлайн-ритейлерами и упростить подключение к доставке через маркетплейсы.



Источник:

[СДЭК и Мегамаркет объявили о стратегическом партнерстве](#)

Wildberries и СберСтрахование запустили услугу страхования для продавцов

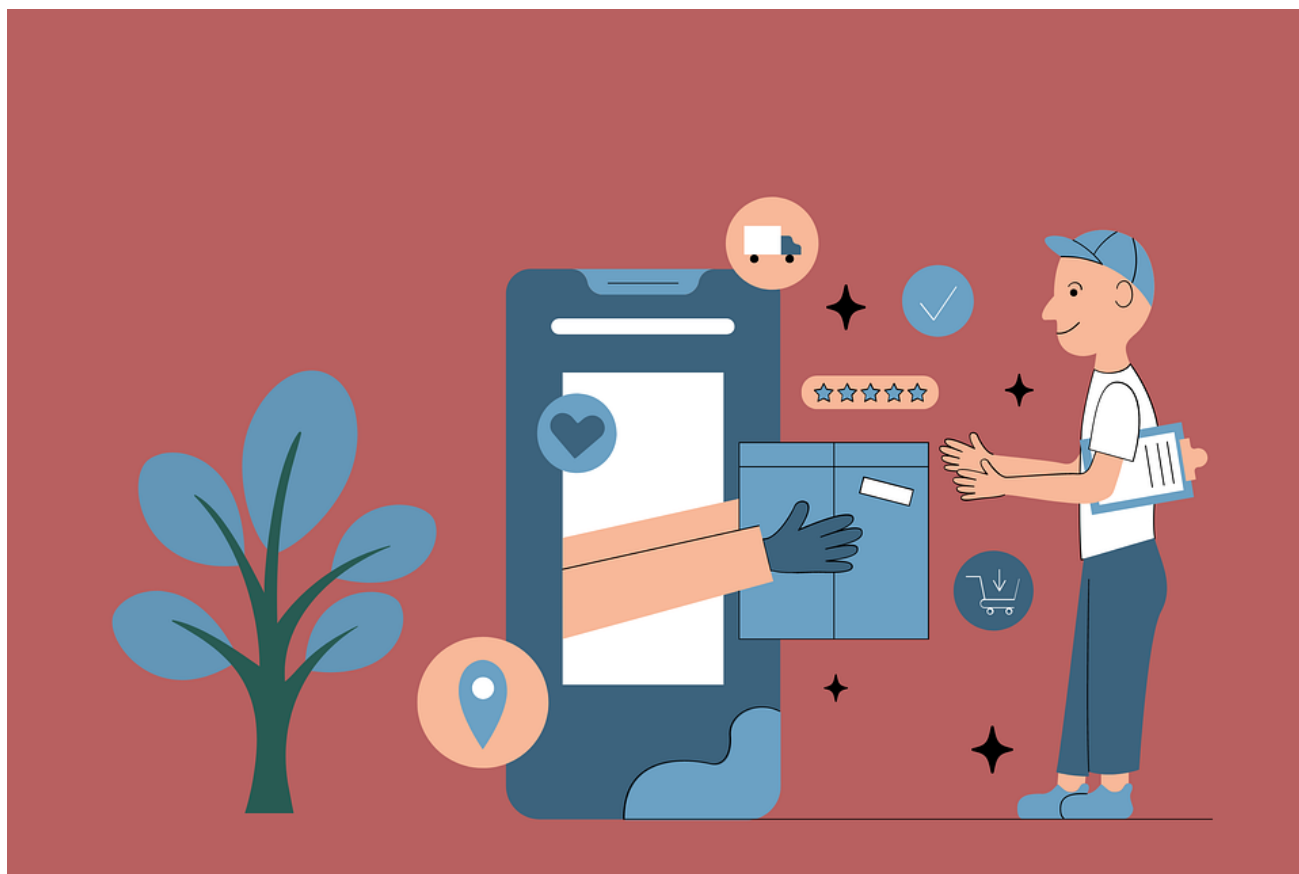
Т.ме, 18.11.2025

/новость

СберСтрахование подключилась к сервису добровольного страхования для селлеров Wildberries. Продукт создан специально для нужд продавцов с учетом специфики их бизнеса. Страхование можно подключить по своему желанию прямо в личном кабинете. Все процессы проходят в цифровом виде.

Страховка покрывает затраты на обратную транспортировку из пункта выдачи, если покупатель не выкупил товар, отказался его забирать или вернул. Страховое возмещение составляет до 5000 руб. за каждый товар. Другие риски, которые покрывает полис — это повреждения, подмены или утраты при транспортировке со склада Wildberries или на пункте выдачи. Страховое покрытие составляет до 50 000 руб. за каждый товар.

Всего с момента запуска сервиса продавцы Wildberries уже застраховали более 6,5 млн своих товаров.



Источник:

[Wildberries и СберСтрахование запустили услугу страхования для продавцов](#)

Авито объявляет о кадровых изменениях

Avito.ru, 18.11.2025

/новость

Сергей Пустыльник назначен старшим директором по операциям, Центра клиентского сервиса и логистики Авито.

Ранее Сергей занимал должность директора по логистике, где вместе с командой построил и масштабировал Авито Доставку. Директором по логистике станет Евгений Шапиро, ранее руководивший департаментом развития логистики.

В расширенной роли под управление Сергея переходят два крупных департамента, отвечающих за качество процессов и пользовательский опыт: Центр клиентского сервиса и департамент логистики.



Источник:

Сергей Пустыльник назначен старшим директором по операциям, Центра клиентского сервиса и логистики Авито

«Зоозавр» наращивает продажи в сети магазинов и онлайн

Corp.detmir.ru, 17.11.2025

/новость

«Зоозавр», входящий в Группу компаний «Детский мир», увеличил продажи за 9 месяцев 2025 года на 65% год к году до 5,4 млрд руб. – за счет роста посещаемости магазинов и онлайн-продаж, развития собственных торговых марок.

Продажи сопоставимых магазинов (like-for-like) «Зоозавра» за 9 месяцев выросли на 22%, онлайн-продажи – на 65%, доля онлайн составляет 25%. Ассортимент сети, доступный для заказа онлайн, насчитывает свыше 10 тыс. товаров, более 22% продаж приходится на СТМ.

Как отметил управляющий директор сети «Зоозавр» Федор Зюзиков, конкурировать с маркетплейсами и другими сетями позволяет удобное расположение магазинов и близость к покупателям, интеграция с «Детским миром» в части доставки заказов и маркетинга и развитие СТМ. В среднесрочной перспективе Группа планирует занять около 15% на рынке зоотоваров.



Источник:

«Зоозавр», входящий в ГК Детский мир», показал рекордный рост продаж на 65% до 5,4 млрд рублей за девять месяцев 2025 года

Lamoda представила мобильное приложение для селлеров

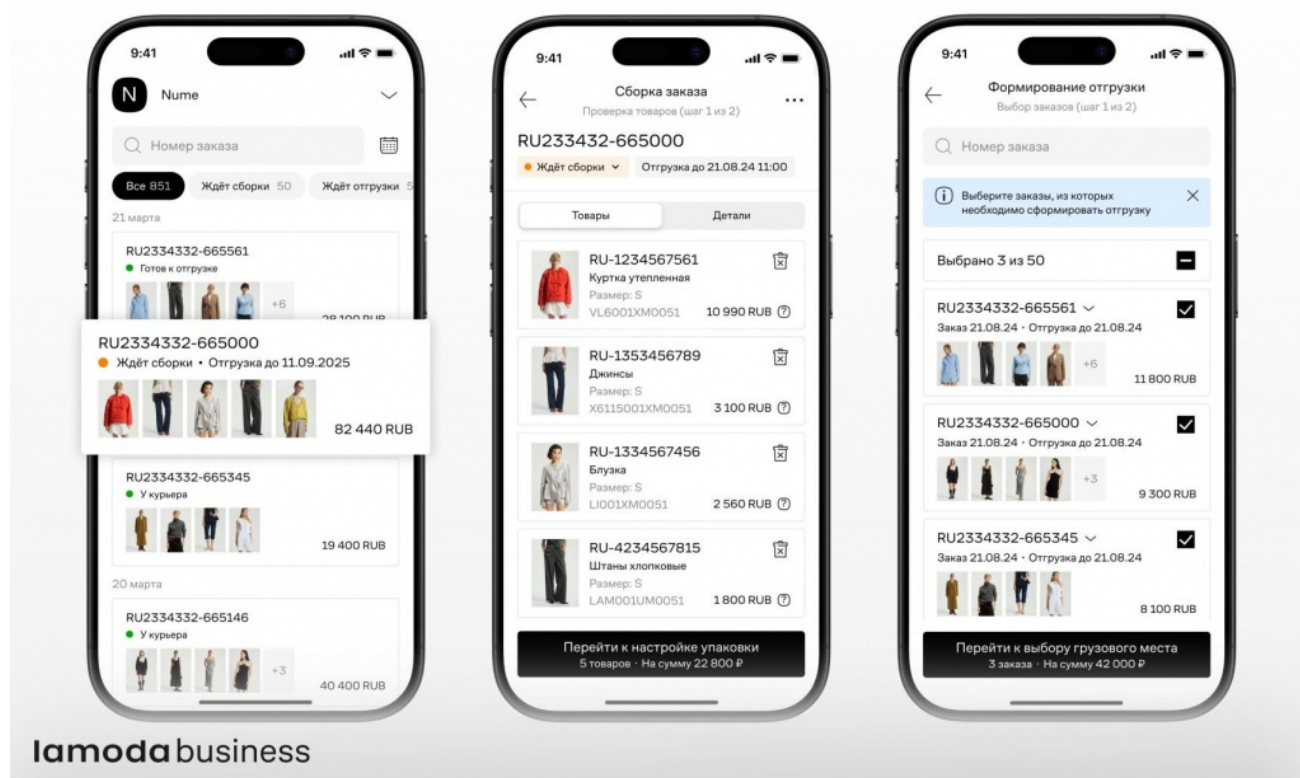
Retail.ru, 17.11.2025

/новость

Lamoda предложила продавцам маркетплейса мобильное приложение для управления заказами, отгрузками и логистикой. На данный момент им могут воспользоваться партнеры, работающие по модели FBS (Fulfillment by Seller).

Приложение поможет селлерам управлять ключевыми процессами в реальном времени и сократить количество ручных действий. Доступны такие функции, как просмотр и обновление статусов заказов, сборка и упаковка со смартфона, частичная или полная отмена заказов, создание, отслеживание и просмотр состава отгрузок.

Вскоре появятся инструменты для управления товарами, остатками и возвратами, а также возможность работы по модели FBO (Fulfillment by Operator). В перспективе приложение станет полноценной альтернативой веб-версии личного кабинета. Доступно в Google Play и App Store.



Источник:

[Lamoda запустила мобильное приложение для селлеров](#)

«Магнит» запустил сервис «Касса в телефоне»

Magnit.com, 17.11.2025

/новость

«Магнит» внедрил новый способ оплаты товаров в магазине. «Касса в телефоне» позволяет оплачивать товары прямо в мобильном приложении. Решение разработано внутри «Магнита», на базе технологической Омни-платформы, связывающей офлайн- и онлайн-инструменты.

Сервис доступен участникам программы лояльности «Магнит Плюс», использующим приложение «Магнита». На входе в магазин необходимо отсканировать специальный QR-код, товары можно сразу складывать в пакет, а оплата происходит в одно касание.

Пока сервис не позволяет приобрести весовые продукты, товары с возрастными ограничениями и некоторые другие позиции, но в дальнейшем это изменится. Функционал запущен в 10 магазинах «Магнит» «у дома» в Москве. По результатам тестирования компания примет решение о масштабировании сервиса.



Источник:

[«Магнит» запустил сервис «Касса в телефоне»](#)

ASOS сократил убытки за год

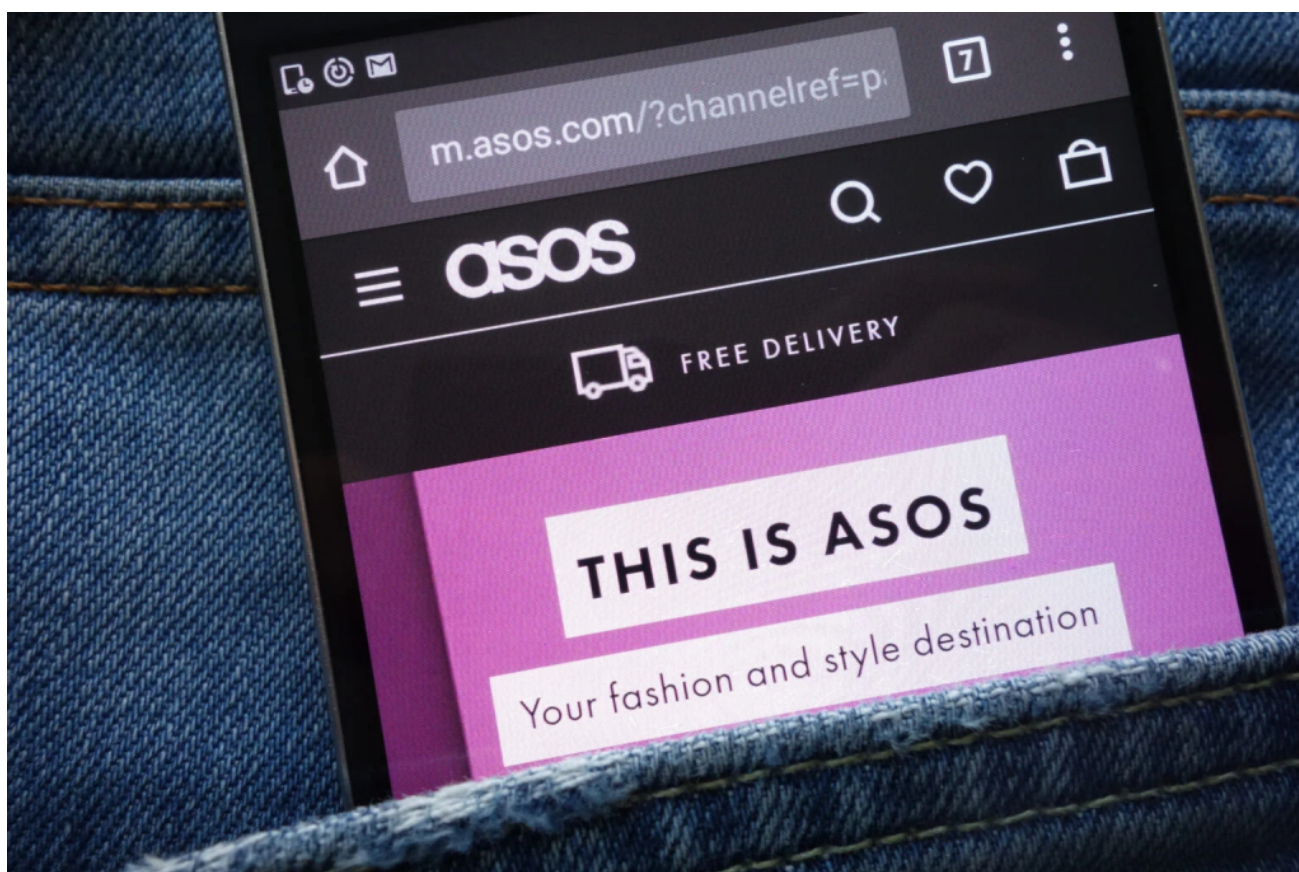
Theretailbulletin.com, 23.11.2025

/новость

Компания ASOS сократила убытки за год, закончившийся 31 августа, вступая в «новую эру повторного привлечения клиентов». Скорректированная групповая выручка интернет-ритейлера одежды снизилась на 14% до 2,46 млрд фунтов стерлингов, в то время как общая выручка группы упала на 15%.

Убытки до налогообложения сократились до 281,6 млн фунтов стерлингов с 379,3 млн фунтов стерлингов в предыдущем году, в то время как скорректированная EBITDA выросла до 131,6 млн фунтов стерлингов по сравнению с 80,1 млн фунтов стерлингов. Ритейлер заявил, что улучшение EBITDA обусловлено акцентом на повышении качества продаж, несмотря на сложную потребительскую среду.

Компания ASOS заявила, что ее главным приоритетом в текущем финансовом году является укрепление отношений с клиентами и позиции бренда как источника вдохновения и стиля. Это произошло после запуска пилотного проекта новой функции Styled for You на базе искусственного интеллекта, которая предлагает покупателям персонализированные рекомендации по выбору нарядов.



Источник:

[ASOS narrows full year losses](#)

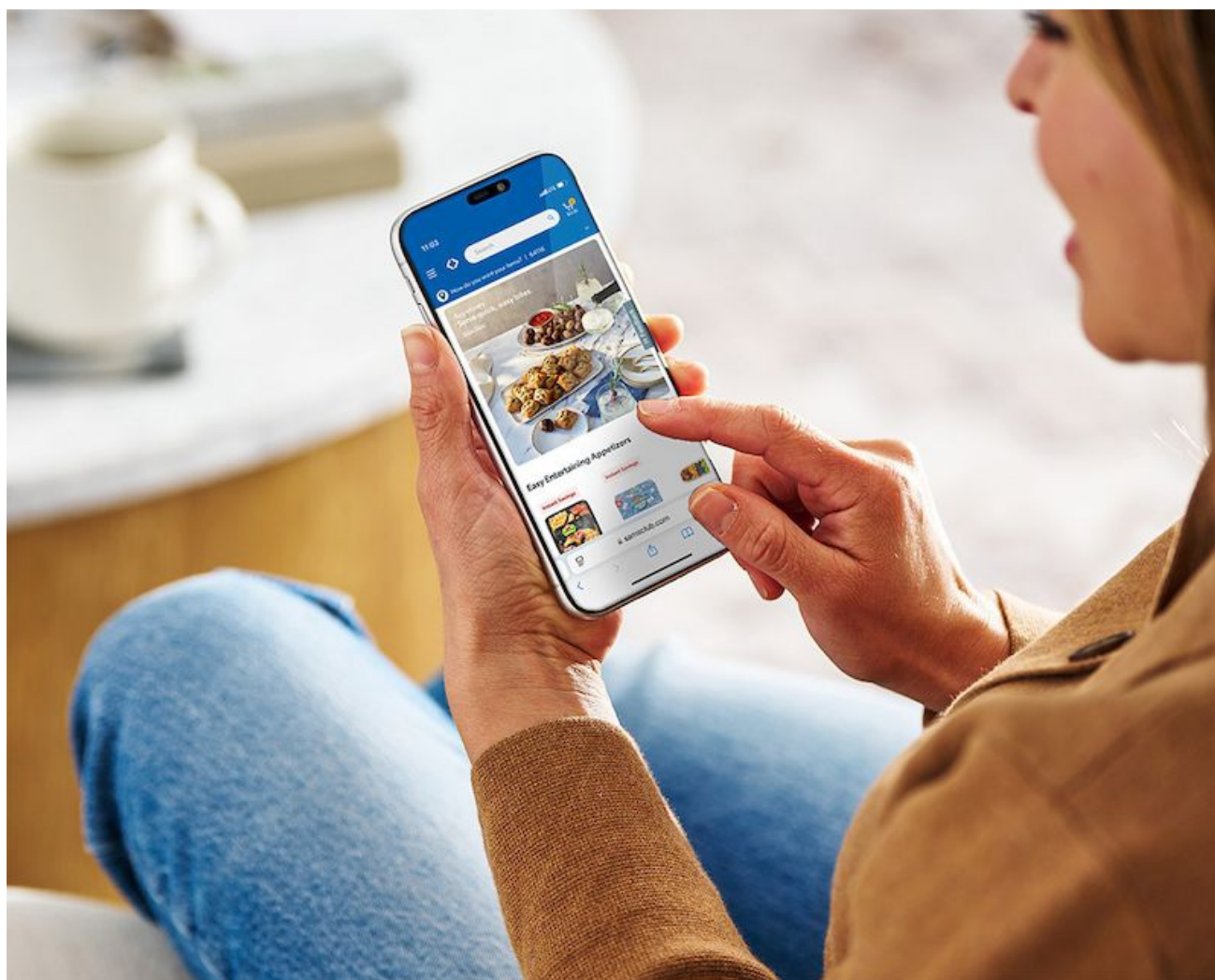
Квартальные онлайн-продажи Walmart выросли на 27%

Corporate.walmart.com, 20.11.2025

/новость

Выручка американского ритейлера Walmart в III финансовом квартале составила \$179,5 млрд, увеличившись на 5,8%. Глобальные онлайн-продажи выросли на 27%, в первую очередь за счет самовывоза и доставки товаров из магазинов, а также маркетплейсов.

Седьмой квартал подряд рост онлайн-продаж Walmart в США превышает 20%: за период он составил 28%. Примерно 35% заказов, выполненных в магазинах, были доставлены менее чем за три часа. Продажи через эти каналы ускоренной доставки выросли почти на 70%. Рост онлайн-продаж в международном сегменте составил 26%.



Источник:

[Walmart Releases Q3 FY26 Earnings](#)

Adobe покупает платформу Semrush

News.adobe.com, 19.11.2025

/новость

Adobe приобретет платформу для поискового маркетинга Semrush за наличные по цене \$12 акцию. Общая сумма составит около \$1,9 млрд. Ожидается, что сделка будет закрыта в первой половине 2026 года.

Semrush — партнер для маркетологов, стремящихся управлять узнаваемостью бренда и охватом аудитории с помощью своих решений для генеративной оптимизации (GEO) и поисковой оптимизации (SEO) на основе данных. Adobe занимает лидирующие позиции в области организации клиентского опыта в эпоху агентского ИИ, предлагая комплексные решения, охватывающие цепочку поставок контента, взаимодействие с клиентами и узнаваемость бренда.



Узнаваемость бренда — главный приоритет для директоров по маркетингу, поскольку потребители все чаще обращаются к программам LLM, таким как ChatGPT и Gemini от Google, за информацией, рекомендациями и решениями о покупке. Платформы генеративного ИИ становятся новым интерфейсом между клиентами и брендами, поэтому организации, инвестирующие в геолокацию наряду с возможностями SEO, готовы поддерживать представленность, узнаваемость и доверие к своим брендам как в собственных, так и в привлеченных каналах.

Источник:

[Adobe to Acquire Semrush](#)

Выручка PDD выросла на 9% в III кв. 2025 г.

Investor.pddholdings.com, 18.11.2025

/новость

Общая выручка PDD Holdings за III кв. 2025 года достигла 108,27 млрд юаней (\$15,2 млрд), увеличившись на 9% по сравнению с за аналогичным периодом 2024 года. При этом выручка от услуг онлайн-маркетинга и прочих услуг выросла на 8%, а от транзакционных услуг — на 10%.

Операционная прибыль за квартал составила 25 млрд юаней (\$3,5 млрд) по сравнению с 24,3 млрд юаней годом ранее. Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, выросла на 17% и составила 29,3 млрд юаней (\$4,1 млрд).



Источник:

[PDD Holdings Announces Third Quarter 2025 Unaudited Financial Results](#)

Vinted ожидает значительных результатов по итогам года

Ecommercenews.eu, 17.11.2025

/новость

Vinted сообщает о «большом годе»: выручка компании уверенно движется к отметке 1 млрд евро благодаря росту на 40%. Отчасти это связано с высокими показателями в Германии, которая превратилась «из сложного рынка в ключевой». Валовый товарооборот компании (GMV) превысит отметку в 10 млрд евро, сообщил генеральный директор Томас Плантенга в LinkedIn.

Помимо одежды, Vinted теперь занимается торговлей электроникой, играми, книгами и игрушками. Благодаря Vinted Go и Vinted Pay компания в последние годы расширила свою деятельность, повысив эффективность доставки и платежей.

Компания, основанная в 2008 году, работает более чем в двадцати европейских странах и сейчас тестирует рынок США, устанавливая связь между Лондоном и Нью-Йорком, что позволяет покупателям и продавцам в каждом из этих городов торговать друг с другом.

Томас Плантенга отметил: «Мы закладываем основу для перехода от маркетплейса к глобальной экосистеме, делая подержанную продукцию первым выбором во всем мире».



Источник:

[Vinted surpasses GMV milestone of 10 billion euros](#)

Выручка JD.com увеличилась на 14,9% в III кв. 2025 г.

Ir.jd.com, 17.11.2025

Чистая выручка JD.com за III кв. 2025 года составила 299,1 млрд юаней (\$42,0 млрд), что на 14,9% больше, чем за аналогичный квартал 2024 года.

Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций компании, составила 5,3 млрд юаней (\$0,7 млрд) по сравнению с 11,7 млрд юаней за III кв. 2024 года.

JD Retail сообщает о чистой выручке в размере 250,6 млрд юаней (\$35,2 млрд), что на 11,4% больше, чем в III кв. 2024 года. Операционная прибыль JD Retail составила 14,8 млрд юаней (\$2,1 млрд) по сравнению с 11,6 млрд юаней годом ранее.

В III кв. 2025 года компания JD Food Delivery продолжала добиваться значительного прогресса. Она фиксировала устойчивый рост GMV и объема заказов, в то время как общие квартальные инвестиции последовательно сокращались.

Источник:

[JD.com Announces Third Quarter 2025 Results | JD.Com, Inc.](#)

/НОВОСТЬ



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.