

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 43

24 Ноября 2025 - 30 Ноября 2025

В выпуске:

Россия:

РВБ открывает новый логистический центр в Юрге для приема и хранения товаров

«Самокат» запустил поискового ассистента

METRO представила рекламную платформу

ИИ поможет Яндекс Маркету быстрее выявлять контрафакт

Ozon открыл крупнейший логистический центр на Северном Кавказе

Онлайн-продажи готовой еды в «Лента PRO» выросли более чем на 200%

O'KEY Group завершила сделку по продаже гипермаркетов «O'KEY» менеджменту

Яндекс запустил в Санкт-Петербурге роботизированную доставку

Весь мир:

В Черную пятницу американцы потратили онлайн \$11,8 млрд

Тему расширяет европейскую сеть доставки

Wildberries запустит сервис такси в Узбекистане

Общая выручка Alibaba Group за квартал выросла до \$34,8 млрд

В Казахстане могут усилить регулирование маркетплейсов

ECDB: Рынок e-commerce продолжает расширяться здоровыми темпами

Новостной дайджест рынка B2B

Подкасты и видео



РВБ открывает новый логистический центр в Юрге для приема и хранения товаров

Т.me, 28.11.2025

/новость

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) вводит в эксплуатацию первую очередь логистического комплекса в Юрге (Кемеровская область). Объект начнет принимать товары продавцов на хранение и будет доступен для поставок с 1 декабря.

В рамках первой очереди площадь составит 40 тыс. кв. м. При полном вводе в эксплуатацию она достигнет 100 тыс. кв. м, а вместимость – более 23 млн единиц товара. Планируется установка двух вертикальных автоматических сортировщиков с суммарной производительностью до 570 тыс. товаров в сутки, внедрение автоматической ленты для сортировки товаров и использование роботов для перемещения паллет.

Новый логистический центр – стратегический шаг укрепления инфраструктуры РВБ в Сибири. Расположение комплекса рядом с федеральной трассой сократит сроки доставки для жителей Кузбасса и всего федерального округа.



Источник:

[РВБ объявляет об открытии нового логистического центра в Юрге для приема и хранения товаров](#)

«Самокат» запустил поискового ассистента

Retail.ru, 28.11.2025

/новость

«Самокат» запустил поискового ассистента, который работает на базе ИИ и упрощает процесс поиска и выбора товаров. Опция позволяет составить запрос в свободном и комфортном формате, чтобы получить подборки товаров или рецепты.

Поисковый ассистент доступен с последней версией приложения «Самоката». Чтобы воспользоваться опцией, нужно нажать на кнопку поиска, кликнуть на иконку фирменного цвета бренда в правом нижнем углу экрана, а затем задать свой вопрос или выбрать одну из подсказок в поисковом поле.

Со временем умный поиск будет совершенствоваться, обучаясь на запросах. Кроме того, пользователи смогут оставить свою оценку, чтобы помочь ассистенту стать лучше.

Источник:

[«Вау-поиск»: «Самокат» запустил поискового ассистента](#)

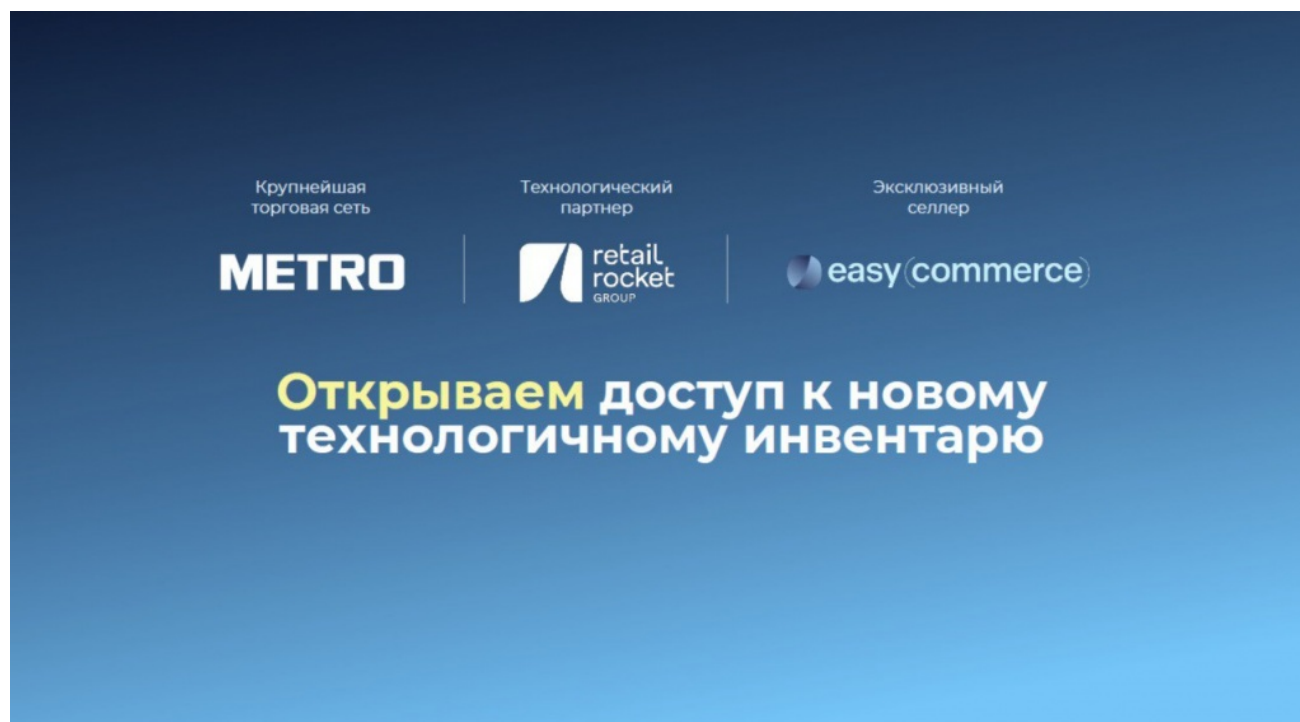


METRO представила рекламную платформу

T.me, 28.11.2025

/новость

METRO реализовала собственную рекламную платформу в сотрудничестве с martech-компанией Retail Rocket Group. Эксклюзивным селлером рекламного инвентаря стала компания Easy Commerce.



Бренды смогут размещать таргетированную рекламу для аудитории покупателей METRO. Доступно продвижение в форматах медийной и товарной рекламы с размещением на веб-сайтах и в мобильных приложениях: товарные полки в карточках товара, категорийных листингах и корзине, баннеры на страницах категорий.

Платформа поддерживает переходы внутри экосистемы METRO и на сайтах рекламодателей. Также возможна интеграция критериев эффективности аналитики и стратегий.

В компании называют запуск собственной retail media платформы логичным шагом в развитии цифровой экосистемы METRO. Отмечается растущий спрос со стороны брендов на эффективные инструменты продвижения, особенно в сегменте e-grocery.

Источник:

[METRO запустила рекламную платформу](#)

ИИ поможет Яндекс Маркету быстрее выявлять контрафакт

Cnews.ru, 27.11.2025

/новость

Яндекс Маркет внедряет систему машинного обучения (ML), позволяющую автоматически обрабатывать и классифицировать жалобы покупателей на потенциальный контрафакт. Благодаря этому сотрудники могут оперативнее реагировать на обращения и при необходимости скрывать товары с площадки.

ИИ точно определяет суть жалобы, даже если она сложно или некорректно сформулирована. Алгоритмы формируют подробный отчет по магазину и передают информацию специалисту службы контроля качества. Ранее первичная обработка жалоб проходила полностью вручную. Технология за то же время сортирует в 2,3 раза больше сообщений и предоставляет собранную информацию для принятия решений. Финансовые затраты на их обработку сократились в 1,5 раза.

Комплексные меры помогают снижать долю жалоб на контрафактную продукцию от общего числа заказов Яндекс Маркета — сейчас она составляет 0,08%.



Источник:

[Яндекс Маркет будет быстрее выявлять контрафакт с помощью ИИ](#)

Ozon открыл крупнейший логистический центр на Северном Кавказе

Corp.ozon.ru, 26.11.2025

/новость

Ozon сообщил о запуске первой очереди нового логистического центра, расположенного на территории международного транспортного коридора «Север – Юг» в Махачкале. Объект вводится в эксплуатацию поэтапно.

Первая очередь площадью 55 тыс. кв. м по полу сможет обрабатывать 180 тыс. заказов в сутки и хранить 10 млн товаров. После выхода на полную мощность площадь расширится до 125 тыс. кв. м по полу, появится отдельная зона для крупногабаритных товаров. Центр сможет хранить 30 млн товаров и обрабатывать до 900 тыс. заказов.

Логистический комплекс в Дагестане – крупнейший объект компании в СКФО. Он будет осуществлять полный цикл обработки заказов. Общие инвестиции в проект составили более 14 млрд руб., из них 4,5 млрд руб. – в техническое обеспечение и автоматизацию.



Источник:

[Ozon открыл крупнейший логистический центр на Северном Кавказе](#)

Онлайн-продажи готовой еды в «Лента PRO» выросли более чем на 200%

T.me, 25.11.2025

/новость

«Лента PRO» в январе – октябре 2025 года увеличила количество онлайн-заказов готовой еды более чем на 200% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Общий объем продаж готовой еды в денежном выражении за 10 месяцев вырос на 15%.

Ассортимент категории превышает 3 тыс. товаров. 96% из них – продукция собственного производства. Наибольший объем продаж зафиксирован в Уральском, Сибирском регионах, а также в Ленинградской области и Санкт-Петербурге.

Директор B2B-направления «Лента PRO» Мария Шалина отмечает: «Все больше клиентов предпочитают оформлять заказы онлайн, и именно этот канал становится главным драйвером роста. Кратное увеличение числа онлайн-заказов показывает, что готовая еда стала для бизнеса действительно востребованной категорией».



Источник:

Онлайн-продажи готовой еды в «Лента PRO» выросли более чем на 200%

О'KEY Group завершила сделку по продаже гипермаркетов «О'КЕЙ» менеджменту

Okeygroup.lu, 25.11.2025

/новость

Компания ООО «О'КЕЙ», владеющая гипермаркетами «О'КЕЙ», со всеми дочерними структурами, перешла под управление ООО «РБФ Ритейл», принадлежащее команде менеджмента сети «О'КЕЙ». Проводятся завершающие регистрационные действия в ЕГРЮЛ.

В периметр сделки вошли магазины «О'КЕЙ», онлайн-платформа, товарные знаки, логистическая инфраструктура и прочие материальные и нематериальные активы, относящиеся к бизнес-сегменту гипермаркетов. В ходе подготовки к сделке были проведены все необходимые административные процедуры.

Сеть «О'КЕЙ» продолжает работать в обычном режиме. Сеть дискаунтеров «ДА!» и связанная с ней инфраструктура остаются в периметре Группы. Магазины «ДА!» продолжают работу в России и сфокусируются на росте бизнеса и улучшении клиентского предложения.



Источник:

О'KEY Group завершила сделку по продаже гипермаркетов «О'КЕЙ» менеджменту

Яндекс запустил в Санкт-Петербурге роботизированную доставку

Yandex.ru, 24.11.2025

/НОВОСТЬ

Роботы-доставщики Яндекса вышли на улицы Санкт-Петербурга. Они уже работают в дарксторе Лавки рядом с набережной реки Каменки, а с 1 декабря будут развозить заказы еще из четырех локаций в Приморском районе.



Яндекс развивает проект вместе с администрацией города. За следующий год планируется довести количество петербургских дарксторов с роботизированной доставкой до 50. Роботы также начнут выполнять заказы для Еды и Доставки.

Петербургские роботы-доставщики относятся к четвертому поколению. Они способны работать в любую погоду, лидар позволяет им видеть на 100 м вокруг и распознавать свое окружение. Робот способен перевозить до 25 кг груза; отсек объемом 61 л можно разделить перегородкой и доставить два заказа за рейс. На одном заряде робот проезжает до 70 км.

Это первые роботы Яндекса, которые будут выпускаться серийно. К концу 2027 года компания намерена произвести в общей сложности 20 тыс. доставщиков нового поколения.

Источник:

[Яндекс запустил в Санкт-Петербурге роботизированную доставку](#)

Весь мир:

В Черную пятницу американцы потратили онлайн \$11,8 млрд

Techcrunch.com, 29.11.2025

/новость

По данным Adobe Analytics, американские потребители потратили \$11,8 млрд в интернете в Черную пятницу. Это новый рекорд, превышающий \$10,8 млрд в прошлом году.

С 10:00 до 14:00 онлайн-покупатели, предположительно, тратили \$12,5 млн каждую минуту. По прогнозам компании, Киберпонедельник (1 декабря) окажется еще масштабнее: онлайн будет потрачено \$14,2 млрд.

Salesforce сообщил, что в Черную пятницу мировые расходы составили \$79 млрд, из которых \$18 млрд пришлось на США, что на 6% и 3% больше, чем годом ранее. Однако этот рост может быть связан не столько с ростом потребительского спроса, сколько с ростом цен — данные Salesforce также показывают, что цены выросли в среднем на 7%, а объемы заказов снизились на 1%.



Источник:

[Black Friday sets online spending record of \\$11.8B, Adobe says](#)

Тему расширяет европейскую сеть доставки

Ecommercenews.eu, 27.11.2025

/новость

Компания Temu заключила ряд партнерских соглашений с поставщиками логистических услуг по всей Европе. В частности, было объявлено о соглашениях с британской Royal Mail и бельгийской Bpost. Также Temu подписала меморандумы о взаимопонимании с Austrian Post и Poste Italiane.

Как и Shein, Temu постоянно является предметом споров в Европе. Тем временем Европейский союз активно работает над отменой льготы по импортным пошлинам и введением налога на посылки. Чтобы отреагировать на эти изменения, платформа стремится увеличить количество онлайн-заказов, отправляемых из Европы. Заявленная цель — доставлять 80% всех европейских заказов с местных складов, что позволит покупателям получать покупки быстрее.

Кроме того, с прошлого лета Temu разрешила европейским торговцам торговать на своей платформе. Расширение программы «Локальный продавец» — один из главных приоритетов Temu, которая столкнулась с замедлением своего роста в Европе.



Источник:

[Temu expands European delivery network](#)

Wildberries запустит сервис такси в Узбекистане

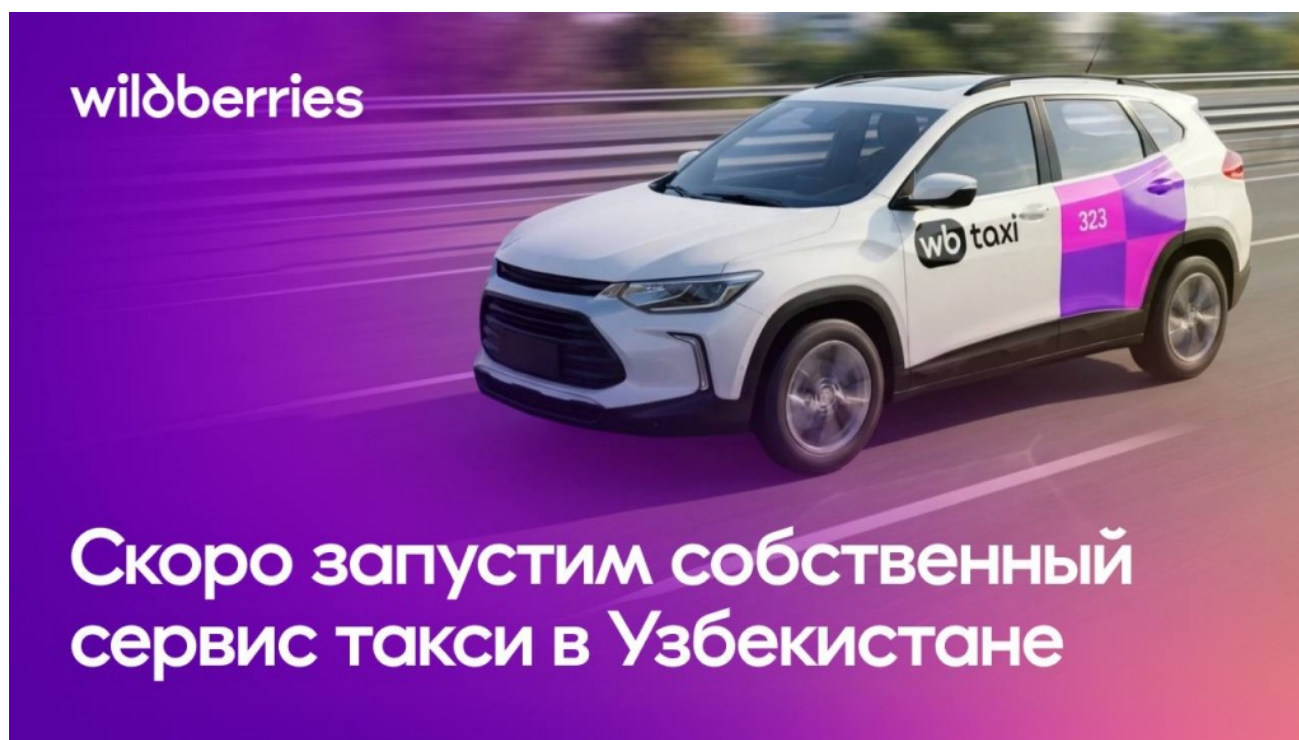
Fintech-retail.com, 26.11.2025

/новость

Wildberries готовит технический запуск сервиса заказа такси WB Taxi на территории Узбекистана. На начальном этапе к нему доступ получают только сотрудники и партнеры компании. Это позволит проконтролировать качество и протестировать ключевые процессы перед выходом на массовый рынок.

Первые пользователи смогут оценить тарифную модель, скорость подачи автомобилей и кешбэк. Для водителей предусмотрены условия сотрудничества с низкой комиссией агрегатора и возможностью гарантированного дохода за смену при соблюдении параметров качества сервиса.

Развитие собственной транспортной и логистической инфраструктуры — одно из ключевых направлений Wildberries. На следующем этапе предполагается расширить покрытие WB Taxi и постепенно открыть сервис для широкой аудитории пользователей в Узбекистане.



Источник:

[Wildberries запускает WB Taxi в Узбекистане](#)

Общая выручка Alibaba Group за квартал выросла до \$34,8 млрд

Alizila.com, 25.11.2025

/НОВОСТЬ

Alibaba Group сообщила о сильных результатах по основным направлениям деятельности в сентябрьском квартале. Общая выручка выросла до 247,8 млрд юаней (\$34,8 млрд) — на 5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года или на 15% без учета проданных компаний. Это свидетельствует об устойчивом росте инвестиций в стратегические возможности в сфере ИИ, облачных технологий и потребительских технологий.

Рост выручки Alibaba Cloud ускорился до 34% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Выручка Alibaba China E-commerce Group увеличилась на 16% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а выручка от управления клиентами увеличилась на 10% до 78,9 млрд юаней (\$11 млрд).

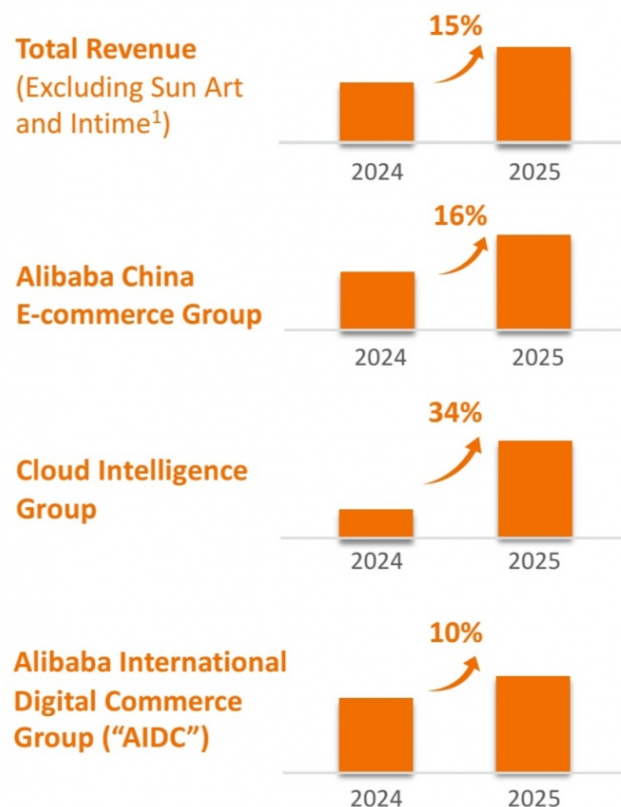
Выручка подразделения международной цифровой коммерции выросла на 10% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, достигнув 34,8 млрд юаней (\$4,9 млрд). Скорректированный показатель ЕВІТА подразделения за квартал составил 162 млн юаней (\$23 млн) благодаря оптимизации логистики и повышению эффективности инвестиций.

Источник:

[Alibaba's Investments in AI and Comprehensive Consumption Underpin Solid Q2 Results](#)

Business and Financial Highlights

Revenue for the quarter ended September 30:



В Казахстане могут усилить регулирование маркетплейсов

Kapital.kz, 24.11.2025

/новость

Количество жалоб потребителей в сфере электронной торговли в Казахстане с 2022 по 2024 год увеличилось почти в шесть раз – с 2,5 тыс. до 14,5 тыс. обращений, а за 10 месяцев 2025 года уже поступило 15,3 тыс. жалоб на продавцов маркетплейсов. Об этом сообщил председатель комитета по защите прав потребителей министерства торговли и интеграции Болат Танабергенов.

По его словам, действующим законом «О защите прав потребителей» требования, предъявляемые к офлайн-продавцу, распространяются и на онлайн-торговцев. Однако именно на маркетплейсах эти правила нарушаются чаще.



В работе депутатов мажилиса находится законопроект, который предлагает обязать владельцев электронных торговых площадок заключать с предпринимателями договоры по соблюдению ими требований законодательства о защите прав потребителей. Неисполнение повлечет не только соответствующую ответственность для недобросовестного продавца, но и потерю возможности торговать на электронной платформе.

Ранее стало известно, что маркетплейсы в Казахстане обяжут раскрывать данные о комиссиях, входящих в цену товаров.

Источник:

[Маркетплейсы обяжут заключать с продавцами договоры о защите прав потребителей](#)

ECDB: Рынок e-commerce продолжает расширяться здоровыми темпами

Ecdb.com, 24.11.2025

/исследование

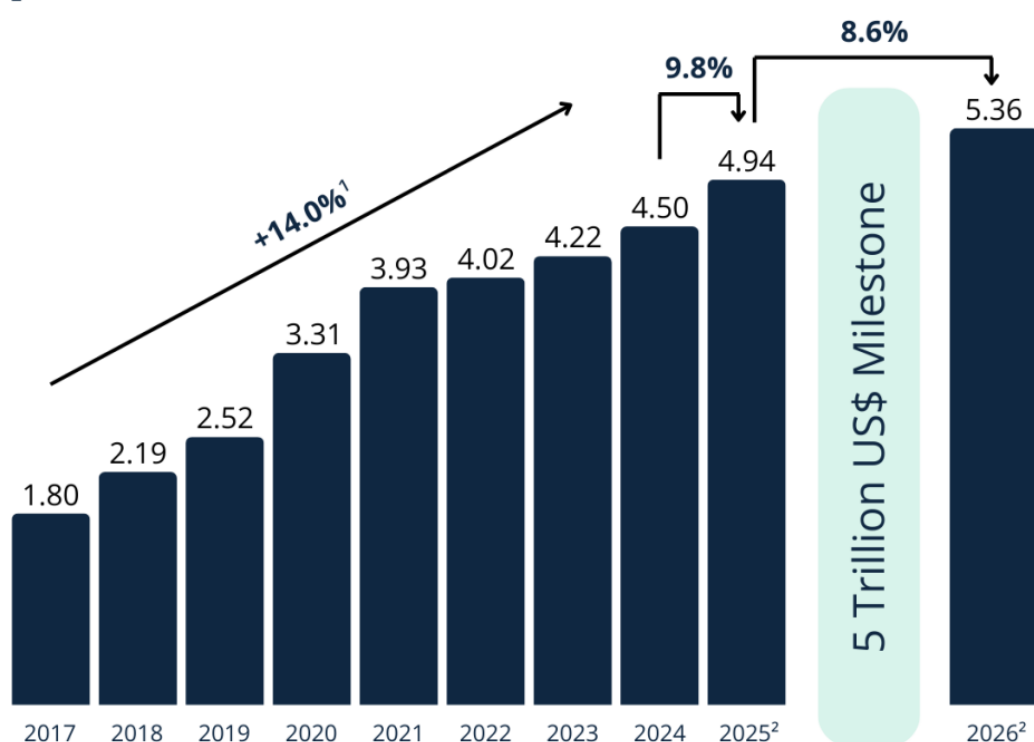
По данным ECDB, несмотря на замедление темпов роста после пика пандемии, рынок e-commerce продолжает расширяться здоровыми темпами благодаря растущему проникновению, улучшению логистики и продолжающемуся переходу от офлайн к онлайн-форматам на развивающихся рынках.

Прогноз на 2026 год:

- Объем мировой электронной коммерции в 2026 году превышает \$5 трлн.
- Латинская Америка лидирует среди всех регионов с ростом 12,4%.
- Продажи продуктов питания растут на 14,4%, превысив 10% доли рынка.
- Многие ведущие мировые ритейлеры стагнируют или приходят в упадок, в то время как TikTok Shop растет почти на 60%.
- На маркетплейсы приходится 87% мировых онлайн-расходов.

Global E-Commerce Surpasses US\$5 Trillion for the First Time in 2026

E-commerce revenue development in the global e-commerce market, in trillion US\$



(1) Compound annual growth rate (2) Forecast
Source: ECDB.

ECDB

Источник:

[Global E-Commerce in 2026: Milestones and Shifting Growth Dynamics](#)

Новостной дайджест рынка B2B

Какие события в сферах закупок, B2B-маркетплейсов, логистики и IT-технологий стали самыми заметными в ноябре

Новости про рынок B2B, которые каждый месяц нам помогают собрать наши друзья из [Максарт](#)

[Шадаев оценил значимость цифровой платформы "ГосЛог" для маркетплейсов](#) – с 1 сентября следующего года все участники грузоперевозок должны перейти на исключительно электронные документы, связанные с перевозками. Эта история очень важна для маркетплейсов. У них огромные объемы доставок, и они должны стать первыми потребителями сервисов в рамках этой создаваемой цифровой платформы, сказал глава Минцифры.

[Минпромторг стремится к выравниванию условий для офлайн- и онлайн-торговли](#) – подготовленные министерством предложения в рамках новой национальной модели торговли предполагают выравнивание конкурентных условий между офлайн- и онлайн-форматами, устранение правовых дисбалансов и пробелов в регулировании торговой деятельности.

[Банки и маркетплейсы поспорили о конкуренции: хронология, мнения, последствия](#) – Руководители пяти крупнейших банков направили обращение в Госдуму с предложением запретить онлайн-площадкам инвестировать в промоакции и устанавливать разные цены для держателей разных карт. Маркетплейсы считают инициативу абсурдной.

[Минпромторг ждет, что маркетплейсы сами решат проблему со скидками и комиссиями](#) – но при необходимости государство готово вмешаться, заявили в ведомстве.

[ЦБ зафиксировал влияние маркетплейсов на финансовую стабильность](#) – Необходимо обеспечить прозрачность их отчетности и соблюдение стандартов безопасности. Об этом заявил заместитель председателя Банка России Алексей Гузнов.

[Открытие программ лояльности маркетплейсов должно стать примером для ретейла](#) – первый зампреда комитета Госдумы по экономической политике отметил, что, "если компании принимают решения, которые уравнивают доступ игроков на собственных площадках", то депутаты поддерживают такую практику саморегулирования.

[АКИТ: доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж выросла на 2,9%](#) – по данным Ассоциации, ее объем за январь-сентябрь составил почти 8,2 трлн рублей. Это на 32% превышает показатели аналогичного периода прошлого года. Большая часть онлайн-покупок – 97% от общей суммы приходится на российские интернет-магазины и платформы.



Подкасты и видео

КАКОГО

Война банков с необанками

Федор Вирин и Алексей Федоров обсудили внезапный конфликт между банками и маркетплейсами. Нормальна ли ситуация, когда банки занимаются коммерческой деятельностью. А также что делать с программами лояльности банков Wildberries и OZON.

Смотреть: [YouTube](#)

K!?

Можно ли жить с постоплатой?

Как введение постоплаты изменило маркетплейсы? Как она вредит продавцам и нужно ли включать ПВЗ Вайлдберрис и Озон в полис Обязательного Медицинского Страхования.

Смотреть: [YouTube](#)

Борис Преображенский | ПрактикаDays

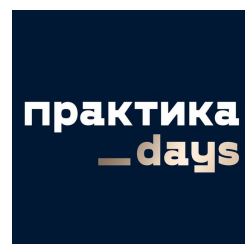
ВкусВилл: клиентский путь в онлайн. Наталья Цеберс

В гостях Наталья Цеберс, управляющая клиентским путем в онлайн, ВкусВилл.

Интересный разговор о том, как во ВкусВилл ведется работа над клиентским путем пользователей в онлайн (95% из них в приложении, около 500 тыс. заказов в день), о проектах, подходах, методологии, успешных и неудавшихся проектах, и, конечно, очень много про ИИ — что внедрено, а что предстоит сделать, о будущем интерфейсов и новых клиентских путях, почему ИИ заслуживает такого серьезного фокуса.

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.