

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 44

01 Декабря 2025 - 07 Декабря 2025

В выпуске:

Россия:

[Люди, меняющие ритейл 2025: Елена Чукардина, 12 STOREEZ](#)

[Data Insight: Последняя миля eCommerce: объем и каналы](#)

[Внешний аналитический офис от Data Insight](#)

[РВБ запускает грузовую доставку для бизнеса](#)

[Т-Банк и «Магнит» тестируют проверку по биометрии при заказе энергетиков](#)

[Ozon запускает реферальную программу для блогеров](#)

[На Wildberries появился раздел с индийскими товарами](#)

[Ozon представил сервис для топ-брендов Ozon Селект](#)

[«Подружка» подключается к сервису самовывоза Wildberries](#)

[Роботы-доставщики Яндекса появились на улицах Казани](#)

[Как усилить мобильные пуши: выводы из исследования Mindbox](#)

Весь мир:

[Yandex Go запустил отправку посылок между городами Узбекистана](#)

[Salesforce: Онлайн-продажи Киберпонедельника составили \\$53 млрд](#)

[СДЭК вывел клиентов на ближневосточный маркетплейс Fatio](#)

[На Market Yandex Go в Узбекистане появились товары «Корзинки»](#)

[Adobe: В Кибернеделю онлайн-расходы американцев достигли \\$44,2 млрд](#)

[Сектор экспресс-доставки Китая обработал более 180 млрд посылок в 2025 г.](#)

Подкасты и видео



Россия:

Люди, меняющие ритейл 2025: Елена Чукардина, 12 STOREEZ

Datainsight.ru, 03.12.2025

/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.

12 STOREEZ — российская марка женской и мужской одежды, созданная в 2014 году. Компания фокусируется на лаконичном дизайне «вне времени» и натуральных материалах.

Директор e-commerce Елена Чукардина рассказывает, как fashion-бренд привлекает аудиторию, из каких элементов формируется имидж и почему нет смысла конкурировать с маркетплейсами по скорости доставки.

Пятнадцатый выпуск — [читать интервью с Еленой Чукардиной](#)



Источник:

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

Data Insight: Последняя миля eCommerce: объем и каналы

Datainsight.ru, 01.12.2025

/новость

Data Insight представляет [ежемесячную оценку](#) рынка логистики для электронной торговли в России.

Материал отражает динамику объемов отправок, распределение по каналам (ПВЗ, постаматы, курьер), доли собственных служб магазинов и маркетплейсов. Клиенты получают отчеты-выгрузки в формате таблицы Excel, пригодные для планирования мощностей и оценки рыночной позиции.

[Здесь](#) вы видите данные за полгода, а для получения более подробных ежемесячных отчетов можно [оформить подписку](#).

Основные выводы:

- Канальный микс быстро меняется: доля ПВЗ/постаматов и курьерки реагирует на сезонность и тарифные решения игроков.
- Собственные службы и маркетплейсы перераспределяют поток в ущерб «классическим» 3PL – важно отслеживать это ежемесячно.
- C2C/MLM заметно влияет на общий объем и его сезонность; корректный учёт предотвращает искажения в оценках рынка.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ С ДОСТАВКОЙ ЗА I ПОЛУГОДИЕ 2025

Рынок онлайн-торговли с доставкой — одно из приоритетных направлений оценки для Data Insight, мы создаём исследования для этого рынка с 2015 года. Оценивая рынок логистики, мы видим как меняется интернет-торговля, видим новые тренды и изменения предпочтений в логистических услугах как интернет-магазинов, так и покупателей.

Каналы доставки	Количество посылок за I полугодие 2025, млн шт.	Динамика количества посылок в I полугодии 2025 к I полугодию 2024	Доля посылок разных категорий от общего количества, I полугодие 2025
Весь рынок	3 421.7	22.1%	100.0%
Внутрироссийские посылки (доместик)	3 325.0	22.3%	97.2%
<i>B2C посылки</i>	3 252.6	22.7%	95.1%
Почта России, 5Post, СДЭК, DPD и Boxberry	119.1	-5.9%	3.5%
Другие логистические компании	43.6	14.5%	1.3%
Службы магазинов	3 162.3	23.9%	92.4%
<i>Wildberries</i>	1949.0	15.5%	57.0%
<i>Ozon</i>	894.5	51.3%	26.1%
<i>другие площадки</i>	318.8	-1.0%	9.3%
Розничный онлайн-импорт	96.6	15.5%	2.8%

Источник:

[Последняя миля eCommerce: объем и каналы](#)



Внешний аналитический офис от Data Insight

Datainsight.ru, 01.12.2025

/новость

Внешний аналитический офис для компаний среднего бизнеса – мы предоставляем компании полноценную аналитическую функцию, встроенную в управленческий цикл, без найма собственного отдела аналитики.



Аналитический офис создан специально для среднего бизнеса, где уже есть постоянная потребность в аналитике, но нет ресурсов и компетенций для формирования собственной команды.

Наш клиент получает подготовленную команду аналитиков с большой насмотренностью широким опытом работы с совершенно разными проектами мощной базой знаний по текущим тенденциям в области ритейла, интернет-торговли, цифровизации рынков и компаний.

С использованием внутренних ресурсов мы помогаем в принятие стратегических решений, для чего делаем глубокий анализ рынка, конкурентов, проблем компании.

[Узнать подробнее](#)

Источник:

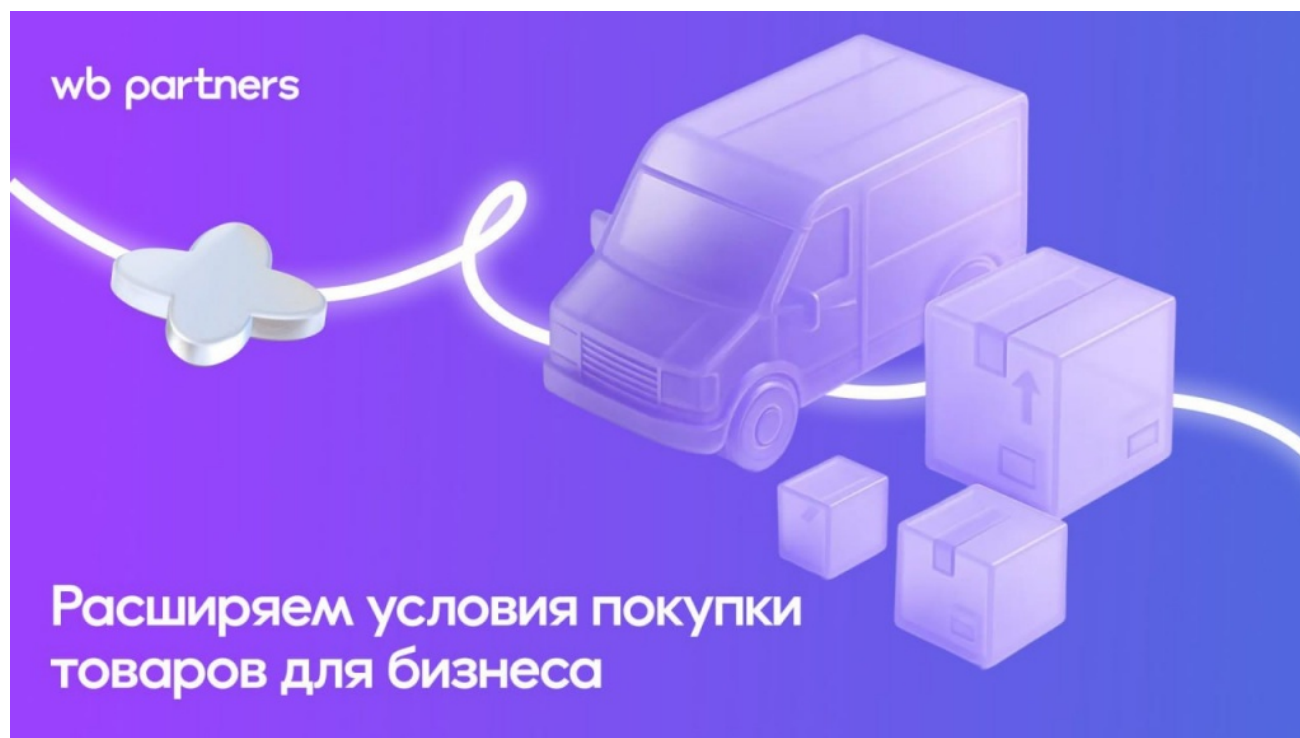
[Внешний аналитический офис от Data Insight](#)

РВБ запускает грузовую доставку для бизнеса

Т.me, 05.12.2025

/новость

Российские коммерческие компании и ИП смогут оформить на платформе «Wildberries для бизнеса» грузовую доставку сверхгабаритных товаров (СГТ). Для этого необходимо переключить личный профиль в режим «Как бизнес», выбрать товар и оформить заказ от имени юрлица.



Для удобства товары находятся в разделе «Грузовая доставка» сайта и приложения, а также на новой B2B-витрине, запущенной осенью этого года. Доставка осуществляется бесплатно до дверей покупателя и включает подъем товара на этаж.

Для обслуживания таких заказов на B2B-платформе впервые стала доступна модель продаж «Курьером WB» (DBW), при которой товар хранится у продавца, а доставляет его до покупателя курьер грузовой доставки Wildberries. Также партнеры могут использовать схемы «Склад WB» (FBW, доставка со склада маркетплейса) и «Маркетплейс» (FBS, доставка со склада продавца).

Источник:

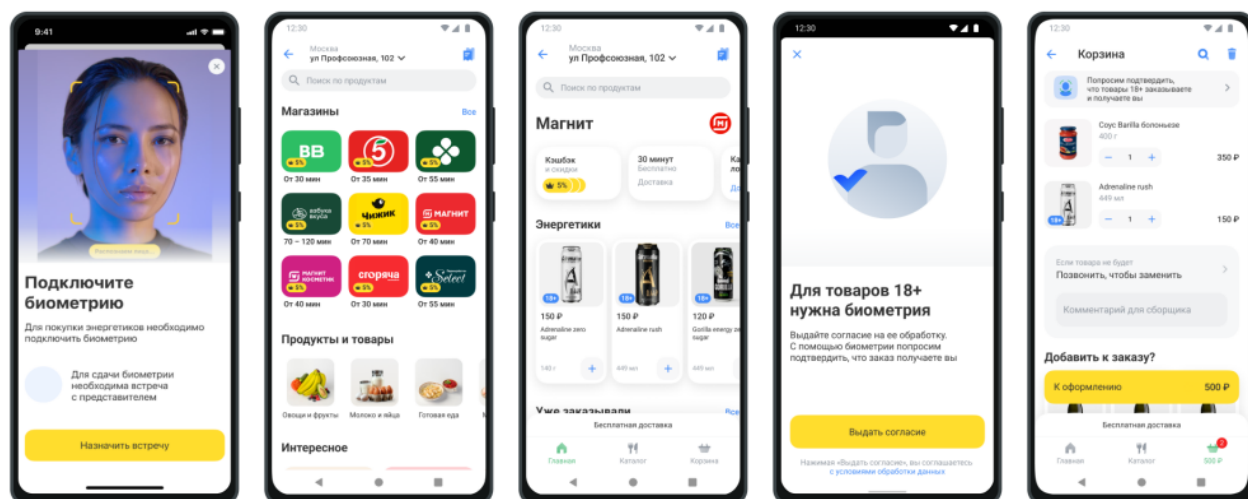
[РВБ запускает грузовую доставку для бизнеса](#)

Т-Банк и «Магнит» тестируют проверку по биометрии при заказе энергетиков

Tbank.ru, 05.12.2025

/новость

Т-Банк и «Магнит» первыми на российском рынке запустили пилот по онлайн-продаже энергетиков с подтверждением возраста через Единую биометрическую систему. Это более технологичная альтернатива предъявлению паспорта или водительских прав.



Проект, реализуемый совместно с Центром биометрических технологий и Минцифры России, станет новым этапом развития дистанционной торговли товарами с возрастными ограничениями. Т-Банк совместно с другими партнерами планирует расширить число товарных категорий, при покупке которых можно будет подтвердить возраст по биометрии.

Функция доступна в сервисе «Супермаркеты» в разделе «Город» мобильного приложения Т-Банка. Предварительно необходимо зарегистрировать биометрию – с представителем Т-Банка, в отделении другого банка или через мобильное приложение «Госуслуги Биометрия». Во время первого онлайн-заказа требуется выдать согласие на обработку данных.

При покупке энергетиков нужно посмотреть в камеру телефона для подтверждения личности. Когда курьер приедет, нажать на кнопку «Получить заказ» в приложении, поднести свой телефон к телефону курьера и повторно пройти биометрическую проверку.

Источник:

Т-Банк и Магнит запустили первый в России пилотный проект по онлайн-продаже энергетических напитков с подтверждением возраста по биометрии

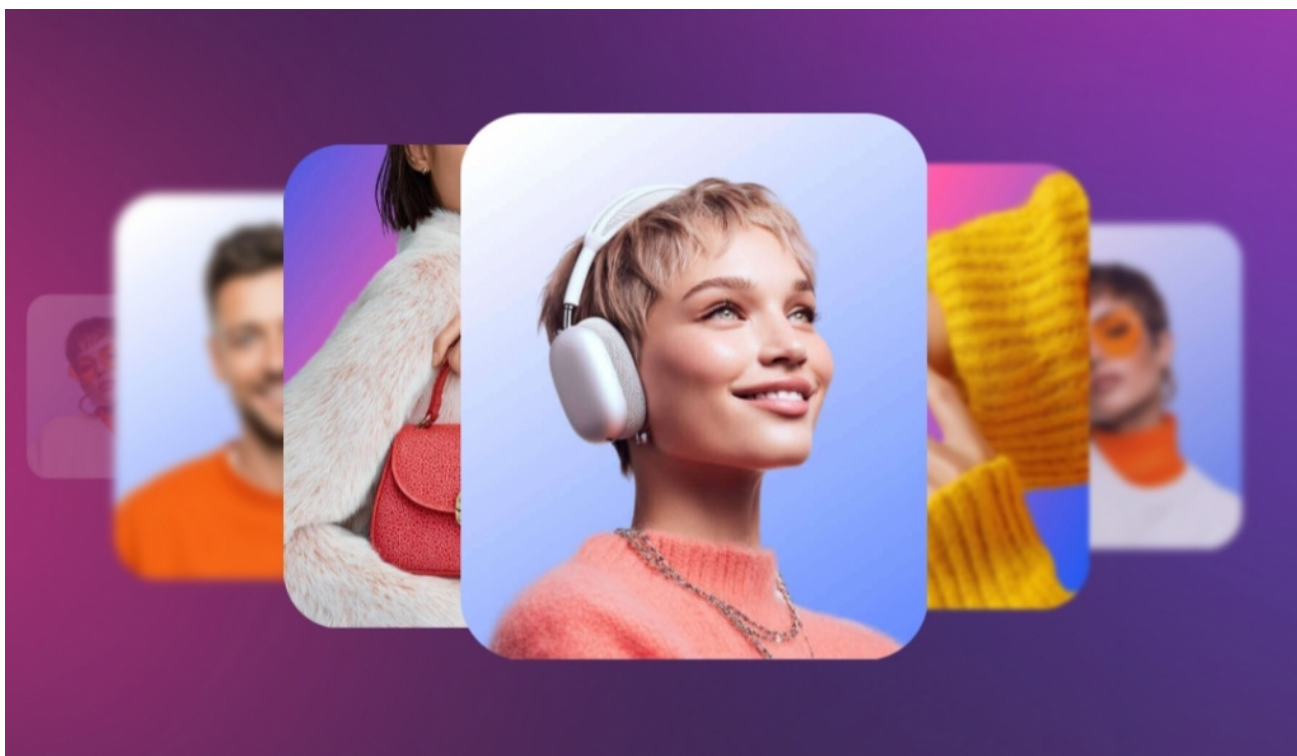
Ozon запускает реферальную программу для блогеров

Corp.ozon.ru, 03.12.2025

/новость

Ozon представил реферальную программу [Ozon Blogger](#), которая позволяет авторам контента зарабатывать на рекомендациях товаров маркетплейса.

Продукт запущен в бета-режиме и на первом этапе подключиться могут авторы Telegram-каналов, при этом минимальный порог по аудитории отсутствует. На старте сервис доступен блогерам со статусом самозанятого.



Авторы могут создавать текстовые посты, подборки или видео. Каталог товаров для продвижения доступен в личном кабинете блогера в приложении Ozon, где можно отслеживать результаты. Технические процессы, такие как маркировка и отчетность, автоматизированы.

Вознаграждение начисляется дважды в месяц и формируется как процент от продаж по рекомендации. Размер может достигать 50% от стоимости товара в зависимости от категории.

Источник:

[Ozon запускает реферальную программу для блогеров](#)

На Wildberries появился раздел с индийскими товарами

Forbes.ru, 04.12.2025

/НОВОСТЬ

Платформа Wildberries открыла специальный раздел «Сделано в Индии», который объединяет около 1 млн товаров индийского происхождения от российских поставщиков.



По итогам 11 месяцев 2025 года рост продаж товаров из Индии составил порядка 25% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Товары индийского производства занимают стабильную долю на платформе и растут сопоставимо с общим рынком.

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) изучает экспортные модели товарооборота между Россией и Индией и считает индийский рынок перспективным для экспорта российских товаров.

«Сделано в Индии» станет третьим разделом в каталоге локальных товаров. В 2025 году на Wildberries появились витрины «Сделано в Беларуси» и «Сделано в Узбекистане».

Источник:

[На Wildberries открылся раздел с товарами из Индии](#)

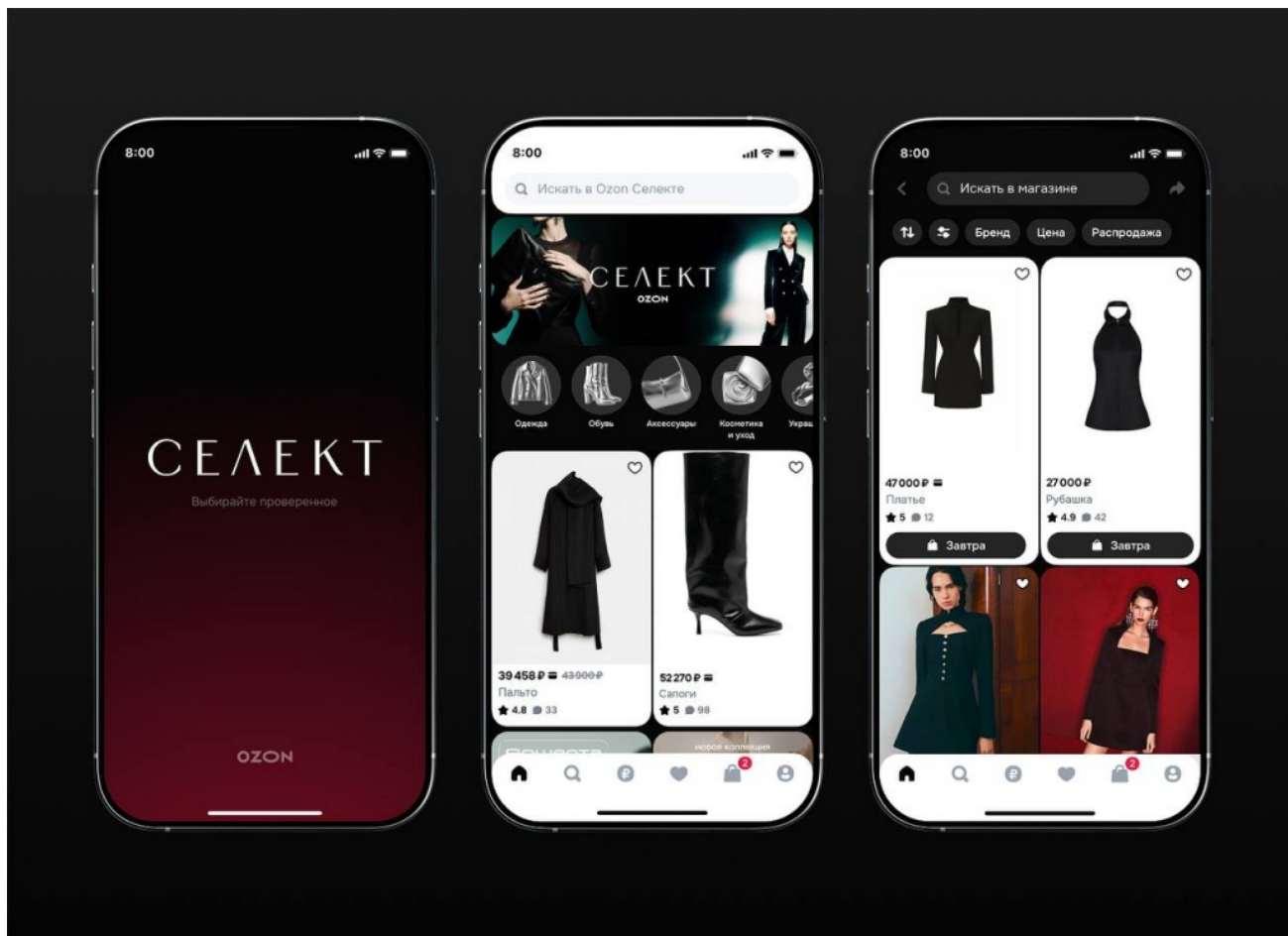
[Wildberries заинтересована в развитии товарооборота между Россией и Индией](#)

Ozon представил сервис для топ-брендов Ozon Селект

Corp.ozon.ru, 02.12.2025

/новость

Ozon представил приложение Ozon Селект с избранными брендами среднего и премиального сегментов. Как отмечают в компании, запуск сервиса – реакция на новую стадию развития российского fashion-рынка, когда покупки даже дорогостоящих вещей в онлайн стали нормой.



Ассортимент Ozon Селект отбирали вручную. На витрине доступно более 130 тыс. товаров от популярных брендов и нишевых отечественных марок. В основе каталога – категория моды. Кроме того, можно приобрести косметику, электронику для бьюти-процедур, товары для домашнего уюта.

Ozon Селект предложит лимитированные коллекции и вещи от брендов, которые не доступны в приложении Ozon, а также релевантные марки, одновременно продающиеся на маркетплейсе. Сервис будет уделять особое внимание товарному виду и качеству упаковки. Приложение уже доступно для скачивания.

Источник:

[Избранные товары топ-брендов: в России появился новый сервис Ozon Селект](#)

«Подружка» подключается к сервису самовывоза Wildberries

Т.me, 01.12.2025

/новость

Товары бьюти-ритейлера «Подружка» можно заказать на Wildberries и забрать в ближайшем фирменном магазине. К сервису Click&Collect уже подключено 256 магазинов во всех регионах присутствия сети. В декабре планируется расширение на все точки самовывоза ритейлера.

На старте запуска онлайн-витрина включает более 15 000 позиций из ассортимента сети. Воспользоваться сервисом самовывоза можно на сайте и в приложении Wildberries. В среднем заказ собирают за 20 минут, забрать его можно сразу в день оформления. Товар хранится в магазине до 5 дней.

Сервис самовывоза от Wildberries запущен в конце 2024 года. Отмечается эффективность модели: ежемесячный рост числа продавцов составляет 78%, а покупателей – 66%.



Источник:

Сеть магазинов косметики «Подружка» подключается к сервису самовывоза Wildberries

Роботы-доставщики Яндекса появились на улицах Казани

Yandex.ru, 01.12.2025

/новость

Яндекс запустил в Казани доставку роботами. Они относятся к четвертому поколению: имеют новый лидар, позволяющий видеть мир во всех деталях, более мощный вычислительный блок, новую подвеску.



Роботы-доставщики уже работают в дарксторе Лавки на Спартаковской улице. Яндекс развивает проект вместе с Минцифры Республики Татарстан и исполнительным комитетом Казани. За следующий год планируется довести количество казанских дарксторов с роботизированной доставкой до 30. Роботы также начнут выполнять заказы для Еды и Доставки.

Первые роботы-доставщики Яндекса начали ездить по Москве в 2019 году. Сейчас, кроме Казани, их можно встретить в 21 районе столицы, в Иннополисе, в Санкт-Петербурге и Мурино. В 2025 году роботы выполнили более 250 тыс. доставок для Яндекса и его партнеров.

Источник:

[Яндекс запустил в Казани роботизированную доставку](#)

Материал размещен на правах рекламы

Как усилить мобильные пуши: выводы из исследования Mindbox

Mindbox.ru, 07.12.2025

/реклама

Mindbox проанализировал 26,9 млрд пушей 185 российских компаний. На основе исследования собрали прикладные советы для маркетологов:

1. Адаптируйте стратегию под платформу

Пользователи Android чаще кликают на пуши, а на iOS выше доля подписок. Значит, сценарии вовлечения и удержания нужно строить по-разному.

2. Делайте ставку на автоматизацию

Компании отправляют больше массовых пушей. Но на автоматические рассылки юзеры кликают чаще.

3. Экспериментируйте с офферами и текстом

Лидеры по показателям делают именно так: дают в приложении особые офферы, креативят с формулировками и инфоповодами. В исследовании опытом делятся 12STOREEZ, Xfit и Grow Food.

Скачивайте исследование, изучайте бенчмарки для 18 индустрий и забирайте проверенные практики рынка.

Получить исследование бесплатно

Реклама. Рекламодатель: ООО «Майндбокс»

Источник:

[Исследование мобильных пушей](#)



Весь мир:

Yandex Go запустил отправку посылок между городами Узбекистана

Fintech-retail.com, 05.12.2025

/НОВОСТЬ

Сервис Yandex Go запустил отправку посылок между городами Узбекистана через пункты выдачи Market Yandex Go. Опция доступна как частным пользователям, так и малому бизнесу.

В приложения отправитель должен указать данные, выбрать пункты выдачи для отправки и получения, а также размер категории отправления. Посылку необходимо отнести в выбранный ПВЗ. Получатель сможет забрать ее после уведомления в приложении. На первом этапе услуга действует между Ташкентом, Самаркандом, Бухарой и Ферганой, но сеть направлений будет расширяться.

Срок доставки составляет от одного дня. Тариф на первые три отправления составляет 4500 сумов, затем — 9500 сумов. Стоимость фиксированная и не зависит от маршрута.



Источник:

[Yandex Go запустил межгородскую доставку в Узбекистане](#)

Salesforce: Онлайн-продажи Киберпонедельника составили \$53 млрд

Salesforce.com, 05.12.2025

/новость

По данным Salesforce, Кибернеделя установила новый мировой рекорд: потребители продемонстрировали высокую активность. Черная пятница принесла \$79 млрд в мировом масштабе (рост на 6% в годовом исчислении) и \$18 млрд в США (рост на 3%). На этот день также пришлось 31% всех продаж Кибернедели в магазинах. Онлайн-продажи Киберпонедельника достигли \$53 млрд в мире (рост на 7%) и \$13,6 млрд в США (рост на 6% в годовом исчислении).



Мобильные устройства обеспечили 70% онлайн-заказов как по всему миру, так и в США. Мобильные кошельки продолжают расти как основная форма оплаты, используемая для 27% всех заказов по всему миру и 29% в США. Тем временем социальные сети становятся важнейшей точкой входа для покупателей, обеспечивая 15% всего мирового цифрового трафика на сайты ритейлеров и 16% в США. В частности, TikTok растет как платформа, с которой потребители начинают путь к покупкам.

ИИ и агенты сыграли ключевую роль на пути к покупке, обеспечив выручку в размере \$67 млрд за счет персонализированного и высококонверсионного покупательского опыта. В ходе Кибернедели ИИ и агенты оказали влияние на 20% всех мировых заказов благодаря персонализированным рекомендациям товаров и диалоговому обслуживанию клиентов.

Источник:

[Salesforce Data: AI and Agents Propel Cyber Week to Record \\$336.6B in Global Spend](#)

СДЭК вывел клиентов на ближневосточный маркетплейс Fatio

Retail.ru, 04.12.2025

/новость

«СДЭК Фулфилмент» осуществил первую клиентскую поставку на международный маркетплейс Fatio — специализированную e-commerce-платформу в ОАЭ с широким ассортиментом, ориентированную на рынок Ближнего Востока.

Запуск поставок на маркетплейс Fatio стал продолжением стратегии «СДЭК Фулфилмент» по развитию логистических коридоров для e-commerce на Ближнем Востоке. СДЭК одним из первых в России запустил фулфилмент-услуги, доставляя до маркетплейсов в ОАЭ. В августе этого года компания реализовала отправки на площадку Noon.



Источник:

[СДЭК вывел первых клиентов на ближневосточный маркетплейс Fatio](#)

На Market Yandex Go в Узбекистане появились товары «Корзинки»

Korzinka.uz, 03.12.2025

/новость

Market Yandex Go стал первой торговой онлайн-площадкой в Узбекистане, на которой представлены товары сети «Корзинка». Партнерство позволит доставлять товары ритейлера в города, где пока не работает его собственная доставка.



Пользователи смогут найти продукцию «Корзинки», включая товары собственных торговых марок, в отдельном магазине на Market Yandex Go. Для покупки уже доступны продукты питания, бытовая химия, средства гигиены и другие товары повседневного спроса. Постепенно ассортимент будет пополняться.

Продукцию «Корзинки» можно добавить к другим товарам на Market Yandex Go и оформить одним заказом. Покупатели смогут получить его в ПВЗ или через курьера.

Сейчас Market Yandex Go покрывает все регионы Узбекистана, по всей стране работают 350 ПВЗ, а доставка курьером доступна миллионам пользователей ежедневно.

Источник:

[Товары «Корзинки» появились на Market Yandex Go: сервис поможет доставлять их в новые города](#)

Adobe: В Кибернеделю онлайн-расходы американцев достигли \$44,2 млрд

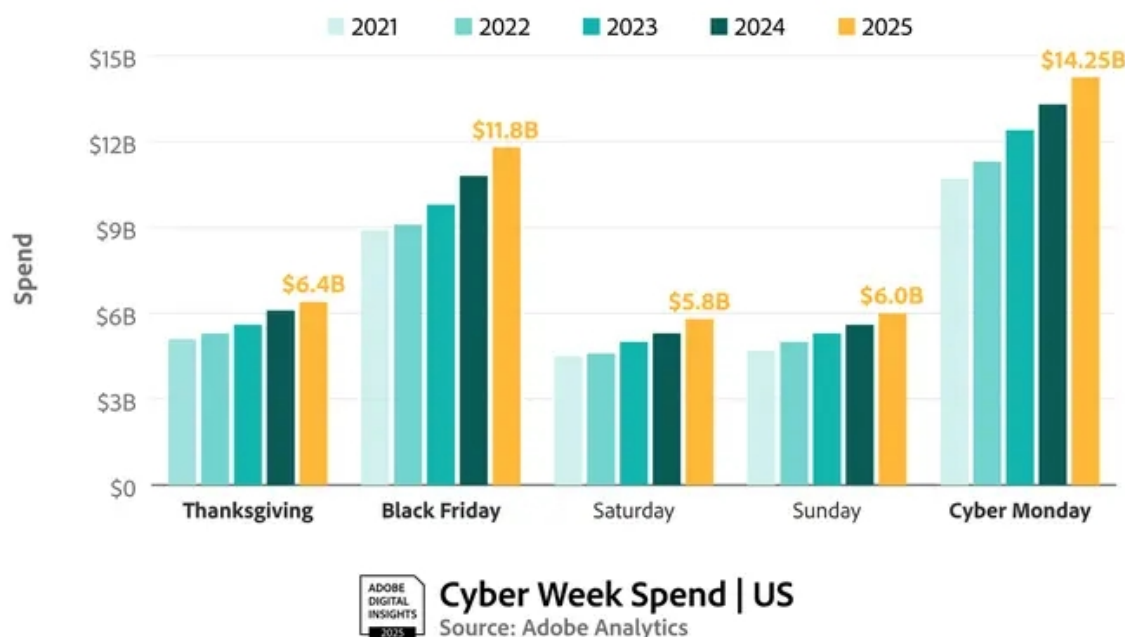
News.adobe.com, 02.12.2025

/НОВОСТЬ

По оценкам Adobe, американские потребители потратили в общей сложности \$14,25 млрд в онлайн в Киберпонеделник, что на 7,1% больше, чем годом ранее. В часы пик, с 20:00 до 22:00, потребители тратили \$16 млн каждую минуту. Киберпонеделник остается самым крупным днем онлайн-шопинга за всю историю.

Кибернеделя (5 дней с Дня благодарения до Киберпонеделника) принесла в общей сложности \$44,2 млрд в онлайн (рост на 7,7% в годовом исчислении), чему способствовали рекордные траты во время Черной пятницы (\$11,8 млрд, рост на 9,1%). Ранние сделки также привели к рекордным расходам в выходные (29 и 30 ноября) в размере \$11,8 млрд (+8,7%) и в День благодарения в размере \$6,4 млрд (+5,3%).

Adobe ожидает, что за весь праздничный сезон 2025 года (с 1 по 31 декабря) онлайн-продажи достигнут \$253,4 млрд, что на 5,3% больше, чем годом ранее.



Источник:

[Adobe: Cyber Monday Hits Record \\$14.25 Billion in Online Spending with Over \\$1 Billion Driven by Buy Now Pay Later](#)

Сектор экспресс-доставки Китая обработал более 180 млрд посылок в 2025 г.

English.gov.cn, 01.12.2025

/новость

По данным Государственного почтового управления Китая, с января по 30 ноября этого года сектор экспресс-доставки Китая обработал более 180 млрд посылок. Это первый случай, когда годовой объем превысил этот порог.

Среднемесячный объем превышает 16 млрд посылок, дневной пик составляет 777 млн, а скорость обработки превышает 6200 посылок в секунду. С начала года почтовый и курьерский сектор значительно усилил свою роль в стимулировании промышленного развития и стимулировании региональной экономики.

В последние годы отрасль почтовой и экспресс-доставки увеличила инвестиции в научные исследования и технологические инновации, повысив эффективность работы за счет внедрения робототехники и искусственного интеллекта.



Источник:

[China's express delivery sector sees annual volume top 180 bln parcels](#)

Подкасты и видео

КАКОГО

Начнется ли в России онлайн-продажа алкоголя?

Федор Вирин и Алексей Федоров обсудили, начнется ли в России онлайн-продажа алкоголя с доставкой, а вернее, когда она начнется.

Глобальный рынок онлайн-продаж алкогольных напитков (e-commerce) оценивается сейчас примерно в \$73,9 млрд, с прогнозом роста до \approx \$138,4 млрд к 2029 году. Присоединится ли Россия к тем странам, где разрешена онлайн-торговля алкоголем?

К!?

Смотреть: [YouTube](#)

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Lamoda и искусственный интеллект: как данные управляют бизнесом

В гостях – Дмитрий Криволапов, CDO, директор департамента по данным и аналитике, Lamoda.

Как устроена работа с данными, аналитикой и искусственным интеллектом в одной из крупнейших fashion-платформ. Как Lamoda использует ИИ для совершенно разных проектов, что уже приносит эффект, какие проекты не взлетели, и что ждет ритейл и еком в ближайшие годы. Получился интересный разговор о технологиях, бизнесе и будущем.

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.