

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 2

12 Января 2026 - 18 Января 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 92,9 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в ноябре 2025 г.

РББ получила статус резидента Арктической зоны РФ

Коммерческим директором DPD в России назначена Наталия Плетнева

«Магнит» запускает блогерскую платформу

Wildberries тестирует программу «Скидка лояльности»

Яндекс дообучил Алису AI для подбора товаров в чате

РББ запустила сервис WB Track по всей России

«Группа Лента» приобретает бизнес сети «OBI Россия»

В М.Видео появились новые СТМ-бренды Novex и Cameron

Весь мир:

Alibaba представила крупное обновление приложения Qwen

В сфере трансграничных продаж Temu бросает вызов Amazon

Онлайн-продажи в США увеличились на 5,2% по итогам III кв. 2025 г.

Китай 13 лет остается крупнейшим рынком розничной онлайн-торговли

Amazon запустит магазин формата big-box

В Туркменистане растет объем безналичных расчетов через e-commerce

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 92,9 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в ноябре 2025 г.

Datainsight.ru, 13.01.2026

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск** ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за **ноябрь 2025 года**.

Бюллетень eGrocery в России | ноябрь 2025 (#12_2025)

1.1. Количество заказов в ноябре



92,9 млн

в ноябре



+3%

к октябрю



+19%

к ноябрю 2024

В среднем в сутки 2 997 тыс. заказов (+3% к сентябрю 2025 г.)

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс Еда и Деливери учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов
Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных

© ООО «Дейта Инсайт», 2026



9

Основные выводы:

- В ноябре 2025 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 92,9 млн заказов, что на 3% больше, чем в октябре 2025 года, и на 19% больше, чем в ноябре 2024 года
- В ноябре 2025 года среднесуточное количество заказов составило 2 997 тыс. Этот показатель примерно на 3% выше значения за октябрь 2025 года
- Объем онлайн-продаж интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания в ноябре составил 138 млрд рублей (+20% к ноябрю 2024 года)

Подписаться на Бюллетень eGrocery

Источник:

eGrocery бюллетень, декабрь 2025



РВБ получила статус резидента Арктической зоны РФ

Forbes.ru, 16.01.2026

/новость

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) получила статус резидента Арктической зоны Российской Федерации (АЗРФ), подписав соответствующее соглашение с Корпорацией развития Дальнего Востока и Арктики (КРДВ).

В рамках сотрудничества компания реализует инвестиционный проект по строительству сортировочного центра в Архангельской области площадью около 50 тыс. кв. м. Статус резидента АЗРФ позволит реализовать проект логистического центра с административными преференциями и налоговыми льготами.



Источник:

[РВБ получила статус резидента Арктической зоны Российской Федерации](#)

Коммерческим директором DPD в России назначена Наталия Плетнева

Companies.rbc.ru, 16.01.2026

/новость

Должность коммерческого директора DPD в России заняла Наталия Плетнева: в ее ведении находится коммерческий блок компании, контактный центр DPD, маркетинг.

Наталия Плетнева проработала в компании более пятнадцати лет и реализовала множество стратегических проектов. Ее основная стратегия по внедрению новых сервисов в компании — на основе прямых запросов клиентов.

Под руководством Наталии в разные годы запущена перевозка с температурным режимом, доставка с наложенным платежом, частичная доставка как до двери, так и до пунктов, появилась доставка в согласованную дату, интеграция с модулями, обновлены сервис доставки в торговые центры, опция разгрузки и многое другое.



Источник:

[Наталия Плетнева назначена коммерческим директором DPD в России](#)

«Магнит» запускает блогерскую платформу

Magnit.com, 15.01.2026

/новость

Магнит ADS запустила автоматизированную платформу для сотрудничества поставщиков «Магнита» с блогерами – Magnit Influencer Platform. Она позволит рекламодателям платить только за фактические продажи.

Механика работы схожа с маркетплейсом. Бренд размещает оффер на продвижение товара, заполняет бриф. Порога входа по бюджету нет, оплата – по модели CPA (cost-per-action), то есть за подтвержденную покупку.

Блогер создает профиль и после модерации получает доступ к каталогу офферов. После выбора товара автор создает контент, а платформа автоматически его маркирует для публикации. Магнит ADS берет на себя всю операционную и юридическую работу.

MAGNIT INFLUENCER PLATFORM

Запускаем свою блогерскую платформу

MAGNIT ADS

MAGNIT OMNI

Каталог офферов

Поиск по названию товара, бренда

По умолчанию Фильтры

Изображение товара	Процент от продаж	Название оффера
	29% от продаж	Аква-сыворотка Milt Lab с алоэ и гиалуроновой...
	23% от продаж	Подарочный набор тканевых масок для лица Stellar Skin...
	34% от продаж	Аква-флюид для лица Milt увлажняющий с алоэ и...
	38% от продаж	Тоник для лица Milt Экстра-увлажнение с мочевой и...
	21% от продаж	Крем для рук и тела Milt Spa Relax с ароматом анбри и...
	31% от продаж	Подарочный набор Special Moment Milt гель для душа...
	26% от продаж	Пенка для лица Milt Очищающая с мочевой и...
	50% от продаж	Кондиционер ополаскиватель для белья...

Источник:

[«Магнит» запускает собственную блогерскую платформу](#)

Wildberries тестирует программу «Скидка лояльности»

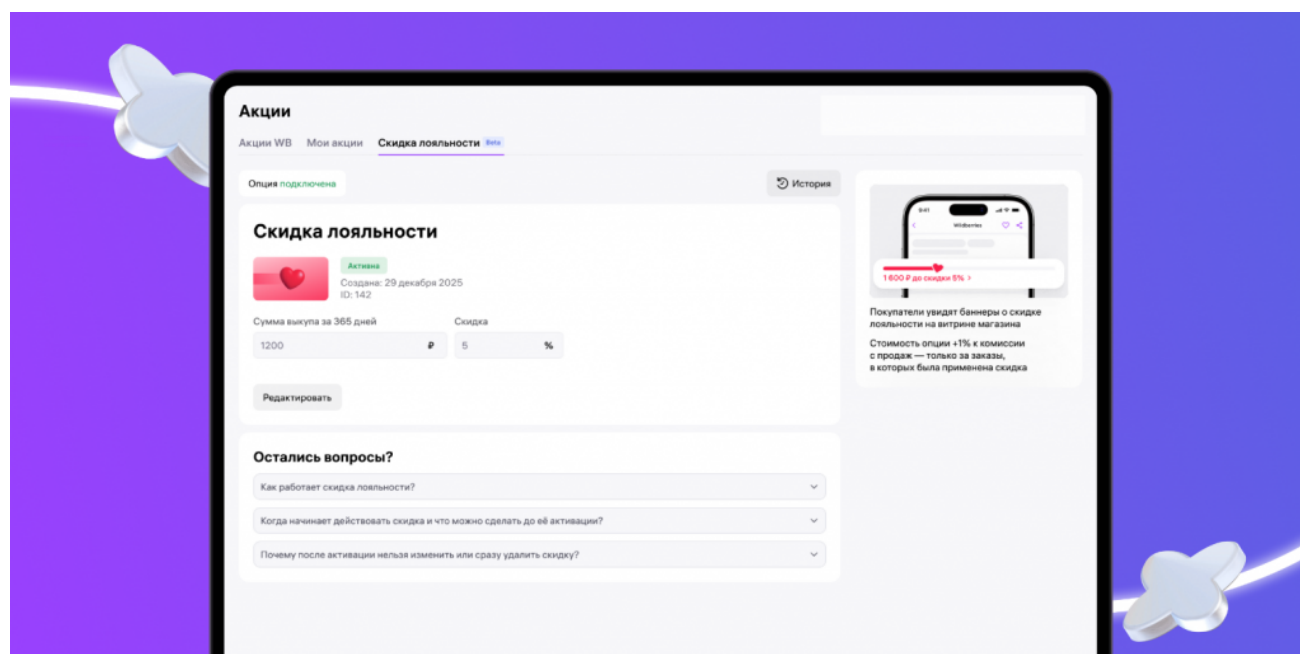
Forbes.ru, 15.01.2026

/новость

Wildberries запускает тестирование программы «Скидка лояльности», которая позволит продавцам поощрять постоянных покупателей, увеличивать средний чек и стимулировать повторные заказы за счет персональных скидок для лояльной аудитории.

Продавец может установить единую скидку на всю продукцию для покупателей, которые за последние 365 дней выкупили его товары на заданную сумму. Когда покупатель достигнет установленного порога выкупа, он увидит подсказку о доступной скидке на товар определенного продавца на витрине магазина.

Минимальный срок действия скидки составляет 30 дней. «Скидка лояльности» не участвует в расчете других скидок, предлагаемых конструктором тарифов.



Источник:

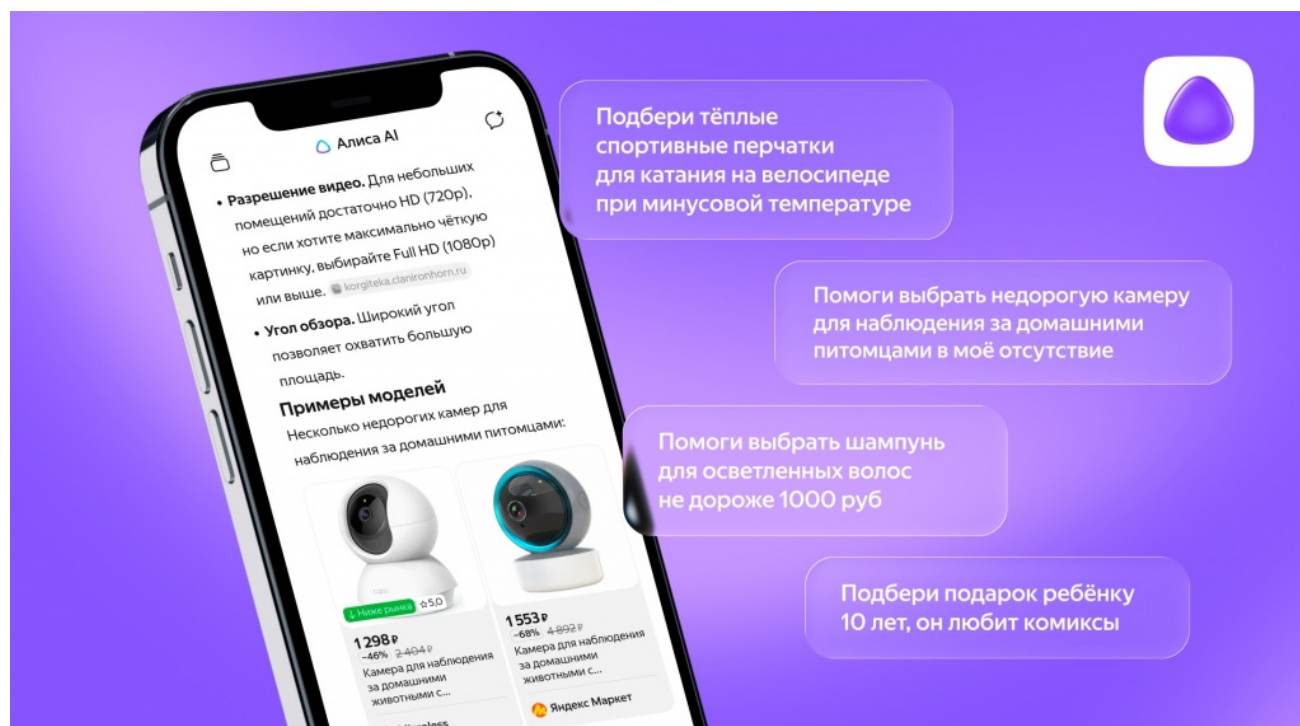
На Wildberries появилась программа лояльности для постоянных покупателей

Яндекс дообучил Алису AI для подбора товаров в чате

Yandex.ru, 14.01.2026

/новость

Пользователи получили возможность подбирать товары онлайн в чате с Алисой AI. Новая функция работает на базе языковой модели Alice AI, которую дообучили для выбора товаров в формате диалога.



Достаточно задать вопрос, и Алиса AI покажет карточки товаров, поможет разобраться в характеристиках, сравнить варианты, найти альтернативы и выбрать оптимальное предложение. Нейросеть сама понимает, как лучше решить задачу пользователя.

Карточки товаров формируются на основе данных из маркетплейсов, с сайтов крупных ритейлеров и локальных магазинов, которые отображаются в Теме «Товары» Яндекс Поиска. Сделать заказ можно на сайте продавца или перейти к оформлению прямо в чате с Алисой, если есть кнопка «Купить в один клик».

Источник:

[Яндекс дообучил Алису AI для удобного подбора товаров прямо в чате](#)

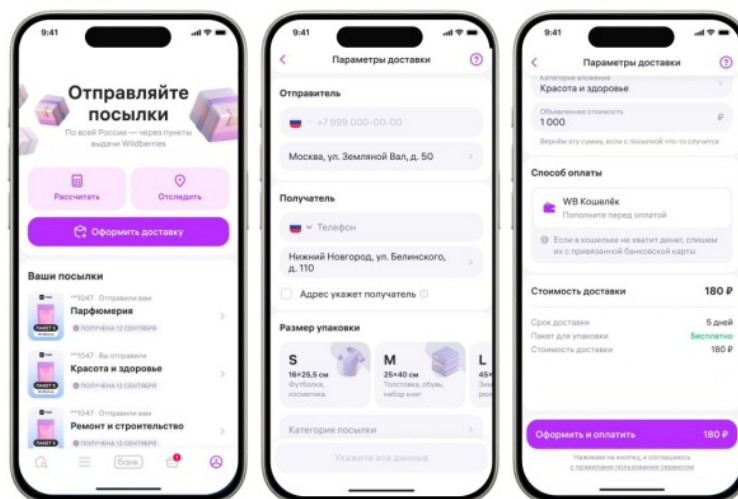
РВБ запустила сервис WB Track по всей России

Forbes.ru, 14.01.2026

/НОВОСТЬ

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) подключила все ПВЗ Wildberries в России к сервису отправки посылок между клиентами WB Track. Компания запустила его в пилотном режиме в марте 2025 года.

WB Track Доставка посылок в несколько кликов



Отправление посылок клиенты могут оформить через мобильное приложение Wildberries или непосредственно в пунктах выдачи. Параллельно с масштабированием сервиса будет протестирован новый формат упаковки посылок.

Основатель Wildberries, глава РВБ Татьяна Ким отмечает эффективность WB Track: *«На данный момент в тестировании приняло участие несколько сотен тысяч наших клиентов, и мы видим, что все большему количеству пользователей интересен такой сервис».*

Источник:

[РВБ запустила отправку посылок между пунктами выдачи Wildberries по всей России](#)

«Группа Лента» приобретает бизнес сети «ОБИ Россия»

Lentagroup.ru, 13.01.2026

/новость

«Лента» объявила о приобретении активов сети гипермаркетов «ОБИ Россия». В периметр сделки войдут 25 магазинов с общей торговой площадью 263 тыс. кв. м. Федеральная антимонопольная служба России одобрила приобретение.

Сеть «ОБИ Россия» объединяет традиционные гипермаркеты площадью 12-15 тыс. кв. м. и городские магазины площадью 4-8 тыс. кв. м. с наиболее востребованным ассортиментом.

Интеграция активов будет происходить поэтапно до мая 2026 года. Сделка позволит «Ленте» выйти в новый формат DIY. Также будут созданы предпосылки для запуска новых предложений для покупателей за счет гибридных моделей и размещения ассортимента на территории гипермаркетов «Группы Лента».



Источник:

«Группа Лента» приобретает бизнес сети «ОБИ Россия» через покупку активов

В М.Видео появились новые СТМ-бренды Novex и Cameron

Mvideoeldorado.ru, 12.01.2026

/новость

М.Видео начала продажи собственных торговых марок Novex и Cameron. Компания провела перезапуск брендов и представила новую линейку кухонной техники. На первом этапе доступны электрочайники и мультиварки.

Продажи стартовали в магазинах М.Видео и Эльдорадо, а также в онлайн-каналах, включая собственный маркетплейс. Продукция разработана с учетом анализа пользовательских сценариев и предпочтений покупателей. В 2026 году компания планирует добавить в линейку пылесосы, утюги, аэрогрили, настольные плиты и блендеры.

Развитие собственных торговых марок – одно из ключевых направлений стратегии М.Видео. Компания намерена расширять ассортимент СТМ, опираясь на аналитику спроса и обратную связь от клиентов.



Источник:

[В М.Видео появились новые СТМ-бренды Novex и Cameron](#)

Alibaba представила крупное обновление приложения Qwen

Alizila.com, 15.01.2026

/НОВОСТЬ

Компания Alibaba объявила о масштабном обновлении своего флагманского приложения для потребителей, использующего искусственный интеллект, — Qwen App.

Этот переход от «ИИ, который реагирует» к «ИИ, который действует» стал возможен благодаря глубокой интеграции основных сервисов экосистемы Alibaba, включая Taobao, Taobao Instant Commerce, Alipay, Fliggy и Amap, в приложение Qwen. Оно интеллектуально координирует работу сервисов на нескольких платформах через единый интерфейс ИИ, позволяя пользователям беспрепятственно переходить от намерения к результату.

В Китае стали доступны для публичного тестирования новые функции. Пользователи смогут с помощью одного голосового или текстового запроса заказать еду, совершить платежи в чате, спланировать и забронировать поездки, позвонить в рестораны и управлять многоэтапными задачами — без переключения между приложениями или ручной навигации по рабочим процессам.



Источник:

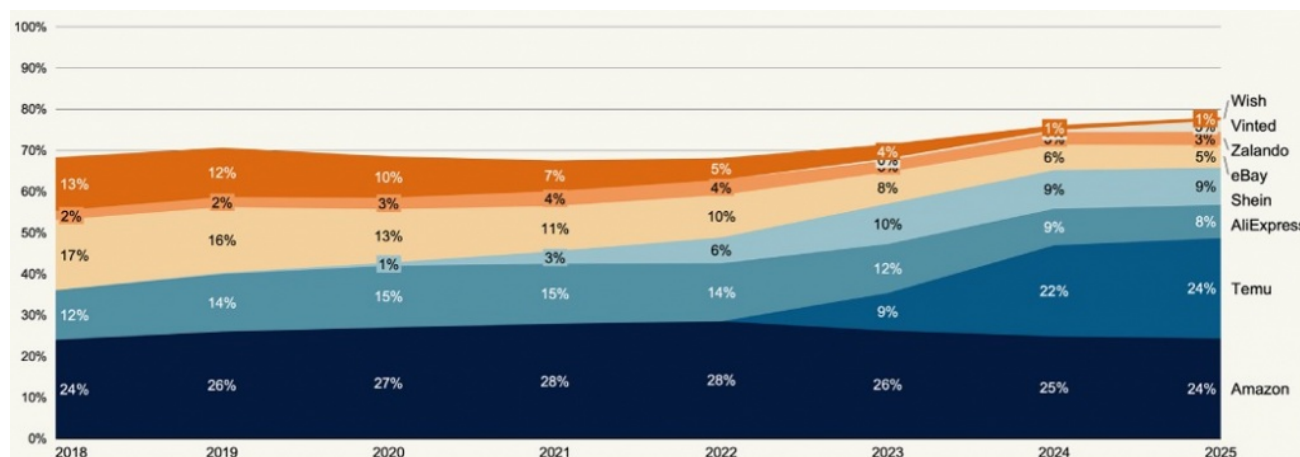
[Alibaba's Qwen App Advances Agentic AI Strategy by Turning Core Ecosystem Services into Executable AI Capabilities](#)

В сфере трансграничных продаж Тему бросает вызов Amazon

Ecommercenews.eu, 15.01.2026

/новость

За короткий период Тему стала доминирующим игроком на мировом рынке электронной коммерции. Почти четверть потребителей (24%) совершили свою последнюю трансграничную покупку на китайской платформе. Для сравнения, в 2022 году эта доля составляла всего 1%, а годом ранее платформы не существовало.



Это подтверждают результаты исследования трансграничных онлайн-покупателей 2025 года, проведенного Международной почтовой корпорацией (IPC). Отчет основан на данных 30 970 покупателей из 37 разных стран, включая многие европейские страны, а также Австралию, Канаду, Китай, Мексику, Новую Зеландию, Южную Корею и США.

Результаты ставят Тему на один уровень с Amazon, который также показал долю в 24%. На Amazon и Тему вместе приходится почти половина всех трансграничных продаж. Но данные ничего не говорят об уровне расходов на платформах.

Доля Shein, занимающего третье место, в прошлом году оставалась стабильной на уровне 9%. Доля AliExpress снизилась с 9 до 8%. На eBay приходится 5%, а Zalando является первым европейским игроком с долей 3%.

Источник:

[‘Temu matches Amazon in cross-border sales’](#)

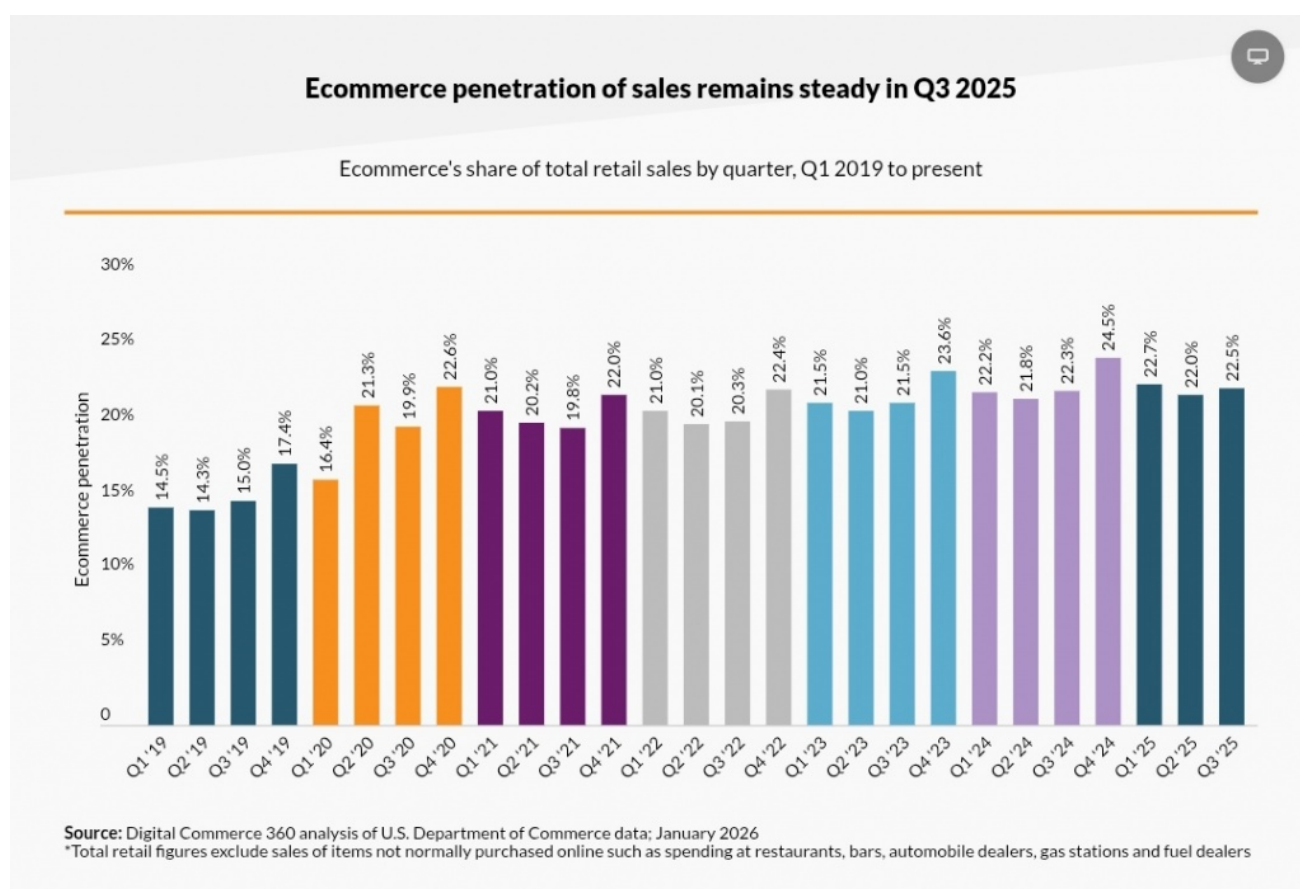
Онлайн-продажи в США увеличились на 5,2% по итогам III кв. 2025 г.

Digitalcommerce360.com, 14.01.2026

/новость

Согласно анализу данных Министерства торговли США, проведенному Digital Commerce 360, в III кв. объем онлайн-продаж в США вырос на 5,2% в годовом исчислении и достиг \$299,64 млрд. Темпы роста продаж в электронной коммерции продолжали замедляться, оставаясь ниже показателей почти каждого квартала за предыдущие три года.

Кроме того, рост продаж в электронной коммерции в III кв. опередил общий рост розничной торговли, который составил 4,3% в годовом исчислении. Продажи в офлайн-рознице выросли на 4,1%. Доля электронной коммерции в общем объеме продаж достигла 22,5%. Это немного больше, чем во II кв. (22%), и меньше, чем в I кв. (22,7%).



Источник:

[US ecommerce sales growth in Q3 reaches slowest rate in 10 quarters](#)

Китай 13 лет остается крупнейшим рынком розничной онлайн-торговли

English.news.cn, 14.01.2026

/новость

Согласно официальным данным, Китай 13-й год подряд остается крупнейшим в мире рынком розничной онлайн-торговли, объем цифрового потребления в котором превысил 23,8 трлн юаней (около \$3,39 трлн).

Несмотря на растущую внешнюю неопределенность, Китай продолжает расширять взаимовыгодное сотрудничество, увеличив до 36 число стран-партнеров в сфере электронной коммерции в рамках Шелкового пути.

E-commerce стала важным двигателем создания рабочих мест и модернизации промышленности. Число занятых в этом секторе превысило 78 млн человек, а объемы экспресс-доставки за последние пять лет росли в среднем на 20% в год.



Источник:

[China remains world's largest online retail market for 13th straight year](#)

Amazon запустит магазин формата big-box

Cnbc.com, 12.01.2026

/новость

Компания Amazon представила планы строительства крупноформатного магазина недалеко от Чикаго, который будет больше, чем супермаркет Walmart, что знаменует собой очередной эксперимент технологической компании с физической розничной торговлей. Магазин будет предлагать широкий ассортимент товаров, таких как продукты питания, товары первой необходимости для дома и товары общего назначения.



Согласно проектной документации, комплекс Amazon также будет включать в себя «ограниченный складской компонент» для поддержки работы на месте и пространство для курьеров, которые смогут забирать заказы.

Компания в сфере электронной коммерции намерена расширить свое присутствие в традиционной розничной торговле после того, как отвоевала долю рынка у действующих игроков. В 2017 году Amazon приобрела сеть элитных продуктовых магазинов Whole Foods Market.

Amazon также запустила книжные магазины, киоски в торговых центрах, магазины одежды, магазины товаров повседневного спроса и собственную сеть супермаркетов. С тех пор компания отказалась от многих из этих концепций или замедлила открытие новых точек.

Источник:

[Amazon plans first big-box retail store in Chicago suburb](#)

В Туркменистане растет объем безналичных расчетов через e-commerce

Business.com.tm, 12.01.2026

/новость

Согласно данным Центрального банка Туркменистана, в стране к системе электронной коммерции через банки подключены 1043 торговые точки — интернет-магазины и предприятия, принимающие оплату банковскими картами онлайн.

Основная концентрация интернет-точек приходится на столицу. Ашхабад насчитывает 719 подключенных объектов, что составляет около 69% от общего количества.

Отмечается рост объема безналичных расчетов через электронную коммерцию. По состоянию на 1 декабря 2025 года он достиг 2,63 млрд манатов против 1,44 млрд манатов годом ранее. Таким образом, за год показатель увеличился почти на 84%, или примерно на 1,2 млрд манатов.



Источник:

Более 1000 торговых точек подключены к системе E-Commerce в Туркменистане

Подкасты и видео

КАКОГО

Фёдор Вирин — Как 2025 изменил ВСЁ

2025 год сломал привычную логику рынка.

Это был первый кризис, в котором бизнесу сказали не «работайте больше», а «перестаньте работать как раньше».

В этом выпуске подкаста «КАКОГО?!» разбираем, что реально произошло с российским ритейлом и потреблением.

Смотреть: [YouTube](#)

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

К!?

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Каким будет 2026 год для ритейла и екома? Обсуждаем с Фёдором Вириным

В гостях Фёдор Вирин, партнер Data Insight.

Каждый год в это время Борис Преображенский встречается с Фёдором, чтобы обсудить итоги прошлого и тренды нового года — что будет происходить в ритейле и екоме, чего ждать, к чему готовиться.

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
- 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.