

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 3

19 Января 2026 - 25 Января 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 26,8 млн заказов обработали интернет-аптеки в ноябре 2025 г.

Data Insight: Смартфоны 2026. Карта возможностей

Wildberries внедрила нейросетевые пересказы отзывов

«ОBI Россия» станет «DOM Лента»

«М.Косметик» открыла первый даркстор

Оборот собственного маркетплейса М.Видео составил 14,1 млрд руб. в 2025 г.

Ozon пересмотрел тип перевозок транспортными компаниями

Lamoda запускает «Г(ии)д по стилю»

«Честный знак», РББ и Ozon усилят контроль за товарами на маркетплейсах

Весь мир:

Mastercard поддерживает развитие коммерции на основе ИИ

Маркетплейс Walmart предложит музыкальные инструменты премиум-класса

Платформа Wolt объединит разные категории товаров

Поиск и агенты на базе ИИ быстро меняют экономику e-commerce

Sensor Tower: ИИ переводит мобильные технологии на новый уровень

ECDB: Лидеры рынка e-commerce D2C 2025

Подкасты и видео



Data Insight: 26,8 млн заказов обработали интернет-аптеки в ноябре 2025 г.

Datainsight.ru, 21.01.2026

/НОВОСТЬ

Data Insight при поддержке генерального инфопартнера **«Зеленый Крест»** представляет новый выпуск ежемесячного ePharma-бюллетеня. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж аптечных товаров в eCommerce за ноябрь 2025 года. **2 первых выпуска — бесплатно**, их можно получить, заполнив [форму](#).

ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России | ноябрь 2025 (#12_2025)

1.1. Количество онлайн-заказов за месяц



26,8 млн

в ноябре



0,5%

к октябрю



18%

к ноябрю 2024

В среднем в сутки 894 тыс. заказов (+4% к октябрю 2025 г.)

Динамика к предыдущим периодам здесь и далее считается относительно актуализированных (на основе новых поступивших данных) оценок за эти периоды, которые могут отличаться от ранее опубликованных

© ООО «Дейта Инсайт», 2026



5

Основные выводы:

- В ноябре 2025 года интернет-аптеки обработали 26,8 млн заказов, что всего на 0,5% выше октября 2025 года, и на 18% больше, чем в ноябре 2024 года. Среднесуточное количество заказов составило 894 тыс., что на 4% больше, чем в октябре 2025 года.
- Географическая концентрация рынка ePharma ниже, чем в других категориях eCommerce: на два столичных макрорегиона (Москва и Петербург с областями) приходится лишь 39% всех заказов.
- Лидерами по проникновению ePharma являются три дальневосточных региона — Хабаровский край, Приморский край и Амурская область. Их доля в объеме заказов в 1,8–2,25 раза превышает их долю в интернет-аудитории.

[Получить 2 выпуска бесплатно](#)

[Условия подписки](#)

Реклама. Рекламодатель: ИП Тадевосян Г.А.

Источник:

ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России, ноябрь 2025



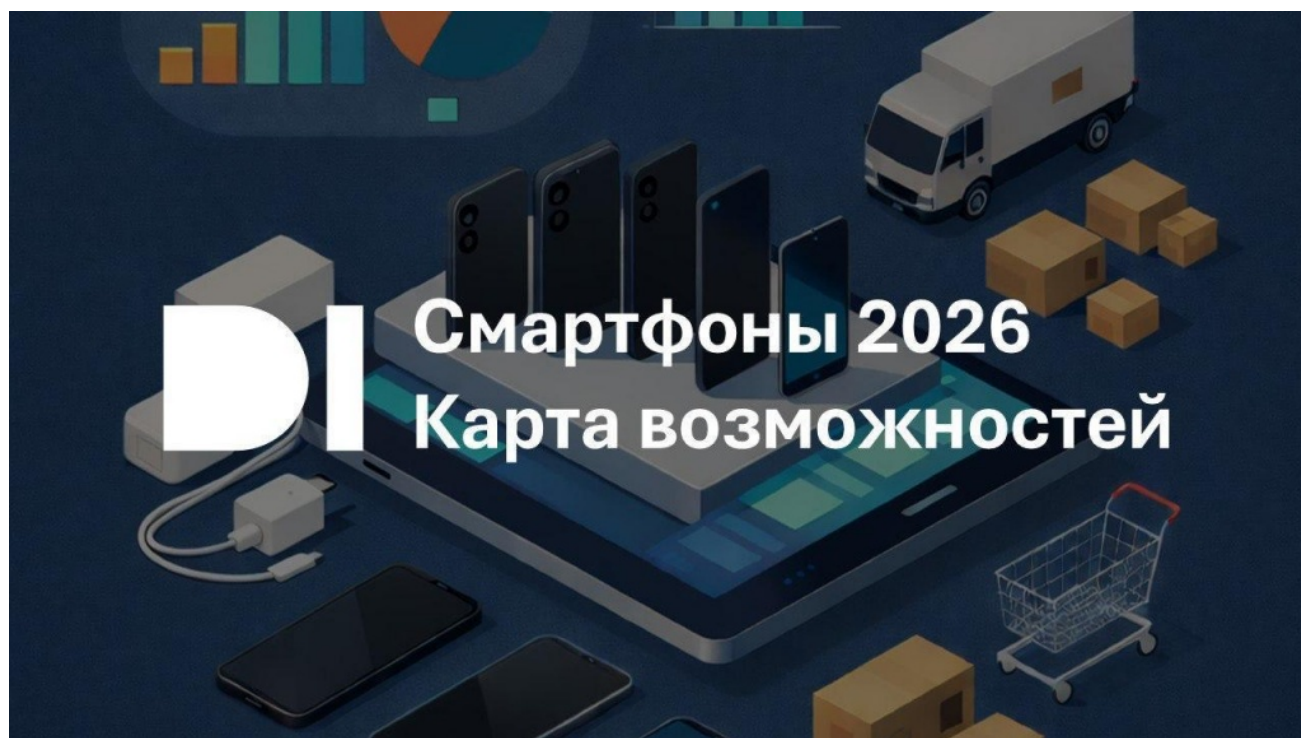
Data Insight: Смартфоны 2026. Карта возможностей

Datainsight.ru, 19.01.2026

/новость

Data Insight представляет исследование «Смартфоны 2026. Карта возможностей».

Рынок смартфонов сегодня таков, что на нем практически нет точек роста. Он перестал быть «драйвовым» и стал «скучным». На этом рынке нет драйверов роста кроме регулирования. Все точки роста на рынке связаны либо с перераспределением долей продавцов (цена + маркетинг), либо с работой с государством (изменение регуляторики).



Основные выводы:

- Рынок смартфонов перестал быть рынком технологических инноваций. Это не произошло одновременно, но уже произошло. В этом смысле рынок смартфонов гораздо больше похож сегодня на рынок стиральных машин образца 2025 года, чем на рынок смартфонов образца 2015 года.
- Потребителям смартфонов больше не интересны смартфоны сами по себе, но интересны возможности, которые эти устройства предоставляют.
- Главный ньюсмейкер — государство в прямых и косвенных ограничениях. Сокращение доступа к экосистемам снижает ценность «начинки» телефона (и опять удлиняет цикл замены).

Заказать отчет

Также отчет формата «Карта возможностей» доступен ещё в 33 категории товаров. Состав данных и все подробности можно узнать [здесь](#).

Источник:

[Смартфоны 2026. Карта возможностей](#)

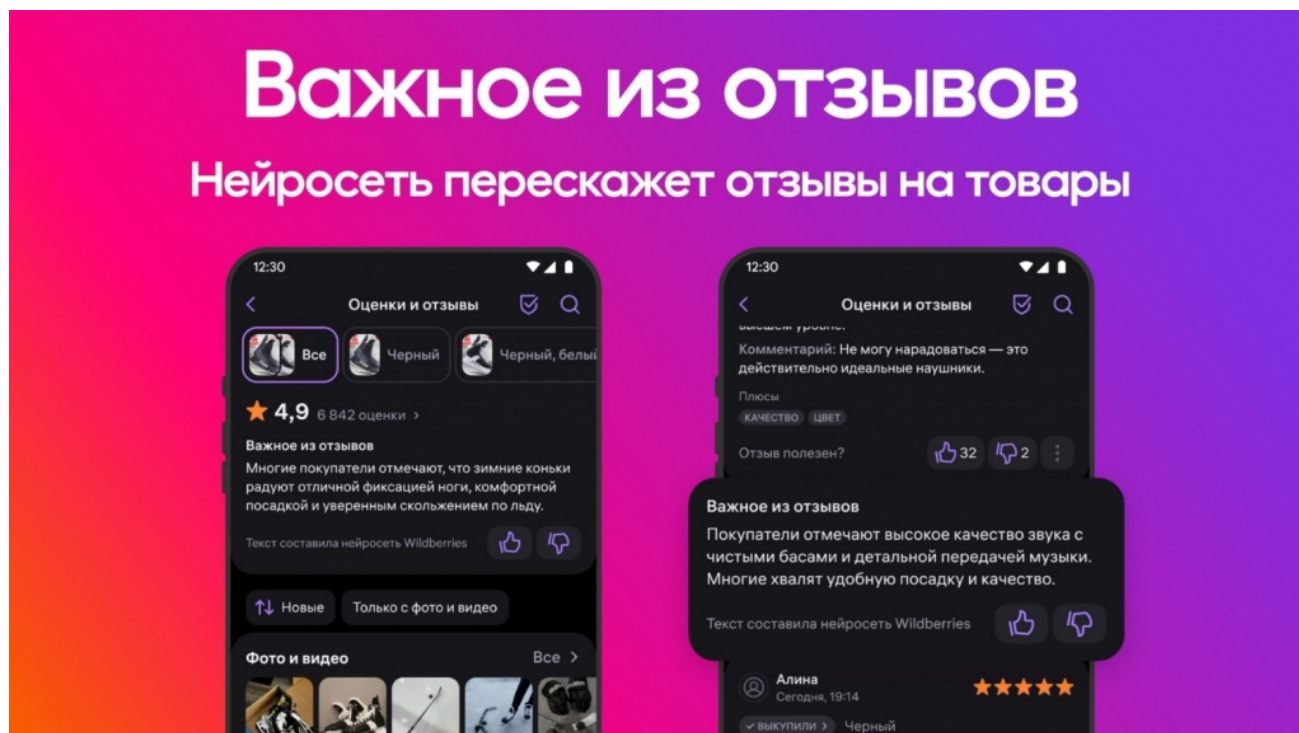
Wildberries внедрила нейросетевые пересказы

ОТЗЫВОВ

T.me, 22.01.2026

/новость

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) запускает на маркетплейсе функцию «Важное из отзывов». Нейросеть кратко пересказывает содержание отзывов, помогая быстрее принимать решение о покупке. Функция доступна большинству пользователей мобильного приложения, в дальнейшем появится и на сайте.



Пересказ генерируется с помощью ИИ на основе свежих отзывов, выделяя наиболее часто упоминаемые характеристики. Текст автоматически обновляется при появлении новых отзывов. Для разных вариантов товара пересказы формируются отдельно.

В основе функции – адаптированная под формат отзывов ИИ-модель, дообученная на данных Wildberries с учетом особенностей пользовательского восприятия. Функция не влияет на рейтинг товара, не скрывает отзывы и не заменяет их отображение. Пользователи могут оценить корректность пересказа и сообщить о неточностях.

Источник:

[Wildberries внедрила нейросетевые пересказы отзывов на товары](#)

«ОБИ Россия» станет «ДОМ Лента»

Lentagroup.ru, 22.01.2026

/новость

«ОБИ Россия» проведет ребрендинг и продолжит работу под новым названием «ДОМ Лента» («Дом Лента»). Бренд подчеркивает ключевую роль дома в жизни современного человека. Обновление охватывает визуальную айдентику, вывески магазинов, коммуникации с покупателями, униформу сотрудников, сайт и мобильное приложение сети. Переход поэтапно пройдет в 2026 году.

«Мы стремимся сохранить сильные стороны прежнего бренда "ОБИ Россия" и развить их, усиливая клиентский опыт и качество сервиса», – прокомментировал Антон Мироненков, управляющий директор сети «Дом Лента».

Компания сохранит ассортимент товаров для строительства, ремонта и сада, сильные сезонные категории, а также продолжит фокус на дальнейшем развитии сервисов и комплексных услуг.



Источник:

«Оби Россия» продолжит работу под новым названием «ДОМ Лента»

«М.Косметик» открыла первый даркстор

Magnit.com, 20.01.2026

/новость

Сеть «М.Косметик» запускает доставку из дарксторов – первый открылся в Краснодаре. Ассортимент почти втрое больше, чем в среднем в магазинах: около 23 тыс. SKU, из которых более 10 тыс. ранее были недоступны клиентам. В планах – расширение ассортимента до 40 тыс. SKU.

В зоне доставки находятся около 1 млн жителей, радиус – до 20 км. Среднее время доставки составляет около часа. После тестирования в Краснодаре «М.Косметик» планирует масштабировать модель, в том числе на другие крупные города.

В прошлом году «М.Косметик» запустила доставку из грейсторов в Москве и Санкт-Петербурге. Под этот формат были переоборудованы 79 действующих магазинов. Ассортимент грейсторов больше, чем в обычных торговых точках.



Источник:

[Сеть «М.Косметик» открыла первый даркстор](#)

Оборот собственного маркетплейса М.Видео составил 14,1 млрд руб. в 2025 г.

Mvideoeldorado.ru, 20.01.2026

/новость

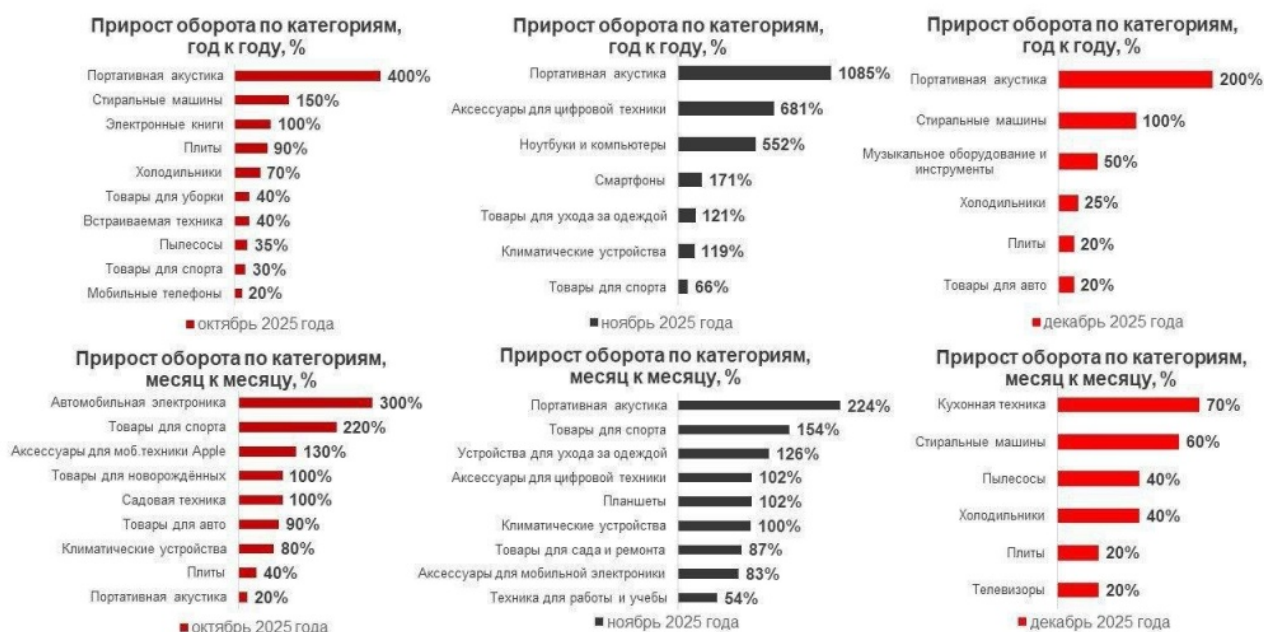
В IV кв. 2025 года оборот маркетплейса М.Видео составил 6,6 млрд руб., что более чем вдвое превышает результат III кв. 2025 года. По сравнению с аналогичным периодом предыдущего года оборот вырос на 58%.

В декабре оборот маркетплейса М.Видео увеличился на 37% по сравнению с ноябрем и на 83% год к году, достигнув 2,9 млрд рубл. В целом по итогам 2025 года оборот маркетплейса составил 14,1 млрд руб.

Одними из самых быстрорастущих категорий по итогам года стали портативная акустика, увеличившая оборот более чем в 3 раза год к году, а также стиральные машины – рост почти в 2 раза. Товары для спорта и отдыха увеличили оборот более чем в 22 раза, а сегмент мебели продемонстрировал кратный рост за счет масштабирования предложения и расширения ассортимента.

М.ВИДЕО

Прирост оборота по категориям товаров



2

Источник:

Владислав Бакальчук: маркетплейс М.Видео завершил 2025 год уверенным ростом

Оzon пересмотрел тип перевозок транспортными компаниями

Corp.ozon.ru, 20.01.2026

/новость

Оzon улучшает условия сотрудничества с транспортными компаниями, которые перевозят товары продавцов между складами маркетплейса и регионами России.

Перевозчик имеет возможность выбрать количество грузов, которое он способен провести за один раз. Это позволяет транспортным компаниям вести товары не только с полной загрузкой грузовика (по типу FTL), но и частичной загрузкой (LTL). Оплата будет производиться быстрее и за фактически перевезенное количество грузов.

Новый способ позволит перевозчикам брать больше заданий на платформе Воzi Ozon, получать фиксированную оплату за каждый перевезенный товар и самостоятельно планировать маршрут от одного логистического объекта к другому. На первом этапе проект будет реализован для перевозок по России, а в дальнейшем – масштабирован на страны СНГ.



Источник:

[Ozon пересмотрел тип перевозок транспортными компаниями](#)

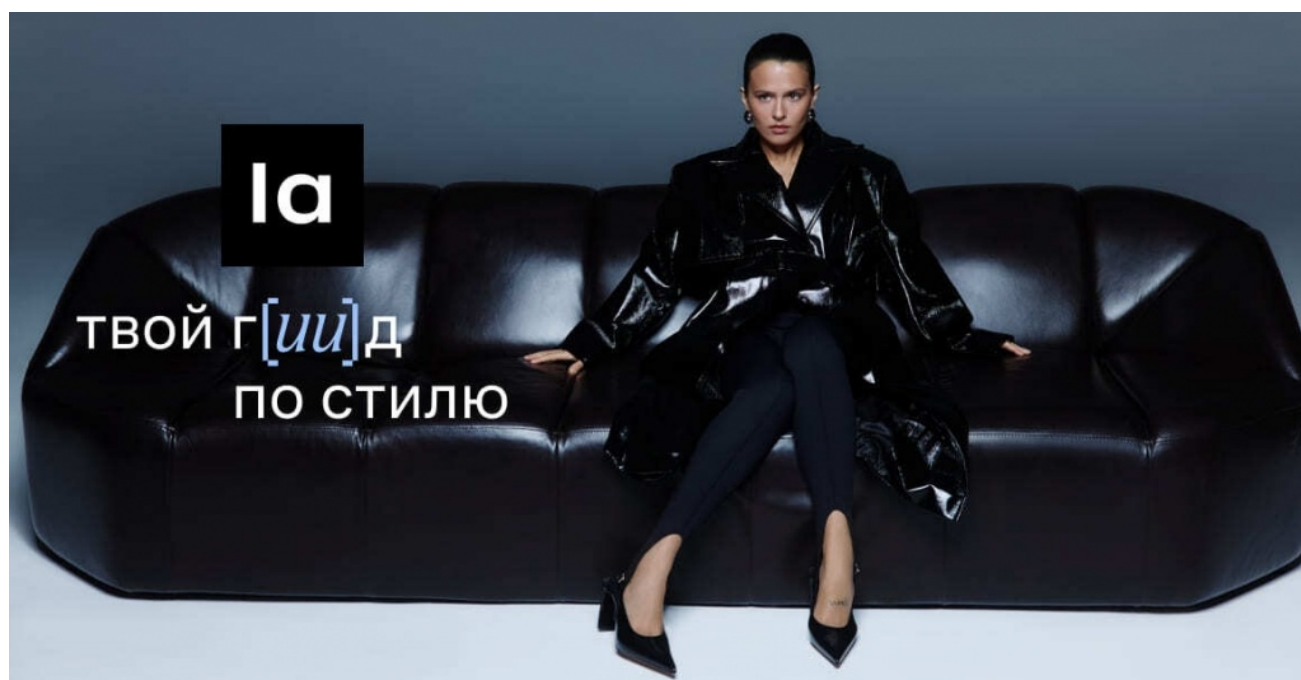
Lamoda запускает «Г(ии)д по стилю»

Lamoda.ru, 19.01.2026

/новость

Lamoda представила «Г(ии)д по стилю» – экосистему, которая поможет подбирать образы, управлять гардеробом и принимать решения о покупках. Все инструменты связаны между собой:

- ИИ-стилист – чат-бот, с которым можно начать диалог в приложении Lamoda. Опция доступна для 50% пользователей, полная интеграция запланирована на февраль.
- Подборки образов и сочетаний подсказывают, с чем носить понравившуюся вещь и как встроить ее в гардероб.
- Поиск по фото позволит загрузить изображение и получить подборку таких же или похожих товаров, доступных на Lamoda.
- Онлайн-примерка поможет увидеть, как вещь будет выглядеть на пользователе. Можно экспериментировать со 165 тыс. товаров. Станет доступна всем пользователям в феврале.
- Онлайн-гардероб – цифровое пространство, где собраны вещи и идеи образов. Опция станет доступна весной.



Источник:

[Lamoda запускает «Г\(ии\)д по стилю» в приложении](#)

«Честный знак», РВБ и Ozon усилят контроль за товарами на маркетплейсах

Corp.ozon.ru, 19.01.2026

/новость

Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ, оператор системы маркировки «Честный знак»), РВБ (объединенная компания Wildberries&Russ) и Ozon подписали дорожную карту. Цель – поэтапный переход к профилактической системе контроля за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке.

Инструменты маркировки уже применяются маркетплейсами. Следующий шаг — масштабирование и постепенная автоматизация проверок за счет более глубокой интеграции ИТ-систем платформ с «Честным знаком». Отдельный фокус направлен на автоматизацию проверок по индикаторам риска системы маркировки и расширение обмена аналитикой. Кроме того, предусмотрена совместная работа по выявлению продукции псевдороссийских производителей.

Работа начнется до вступления в силу закона о платформенной экономике. Достигнутые договоренности должны найти отражение в подзаконных актах. Компании планируют плавный переход на новую систему.



Источник:

[«Честный знак», РВБ и Ozon усилят контроль за товарами на маркетплейсах](#)

Mastercard поддерживает развитие коммерции на основе ИИ

Mastercard.com, 20.01.2026

/новость

Mastercard заключила партнерское соглашение с Google для присоединения к новому Universal Commerce Protocol — открытому протоколу, обеспечивающему взаимодействие между агентами искусственного интеллекта и продавцами.



Подобные протоколы необходимы для масштабирования агентской коммерции. Компания продолжает сотрудничать со всеми участниками цепочки создания стоимости, включая протоколы Agent Payments Protocol и Agent2Agent Protocol от Google, Agentic Commerce Protocol от OpenAI и другие, чтобы гарантировать, что эти платформы соответствуют одинаковым стандартам в отношении понятных намерений пользователя, безопасных учетных данных и проверяемой личности агента.

В прошлом году компания запустила Mastercard Agent Pay, а теперь активно работает с Microsoft над внедрением Mastercard Agent Pay в Copilot Checkout, а также продолжает работать с OpenAI, Cloudflare и PayPal для дальнейшего развития безопасных и целенаправленных решений агентной коммерции.

«Следующая волна цифровой коммерции — это агентная модель, где интеллектуальные агенты помогают потребителям и компаниям находить, сравнивать и беспрепятственно совершать покупки», — говорится в сообщении компании.

Источник:

[Building trust in AI commerce: Mastercard's agentic protocols](#)

Маркетплейс Walmart предложит музыкальные инструменты премиум-класса

Corporate.walmart.com, 20.01.2026

/новость

Walmart Marketplace объявил о запуске своего магазина музыкальных инструментов премиум-класса, в котором представлены самые уважаемые бренды музыкальной индустрии, включая Fender, Roland, Boss, Zildjian, Ernie Ball, Hercules, Squier и Barton Bags.

Новая цифровая витрина знаменует собой первый этап выхода Walmart Marketplace в сегмент профессиональных музыкальных инструментов и аксессуаров. Запуск отражает ориентацию маркетплейса на расширение ассортимента высококачественных специализированных категорий.

В магазине представлена тщательно отобранная коллекция гитар, усилителей, педалей, аксессуаров для ударных, струн, чехлов и других необходимых музыкальных принадлежностей. Ассортимент разработан для музыкантов всех уровней, от начинающих и студентов до любителей и профессиональных исполнителей.



Источник:

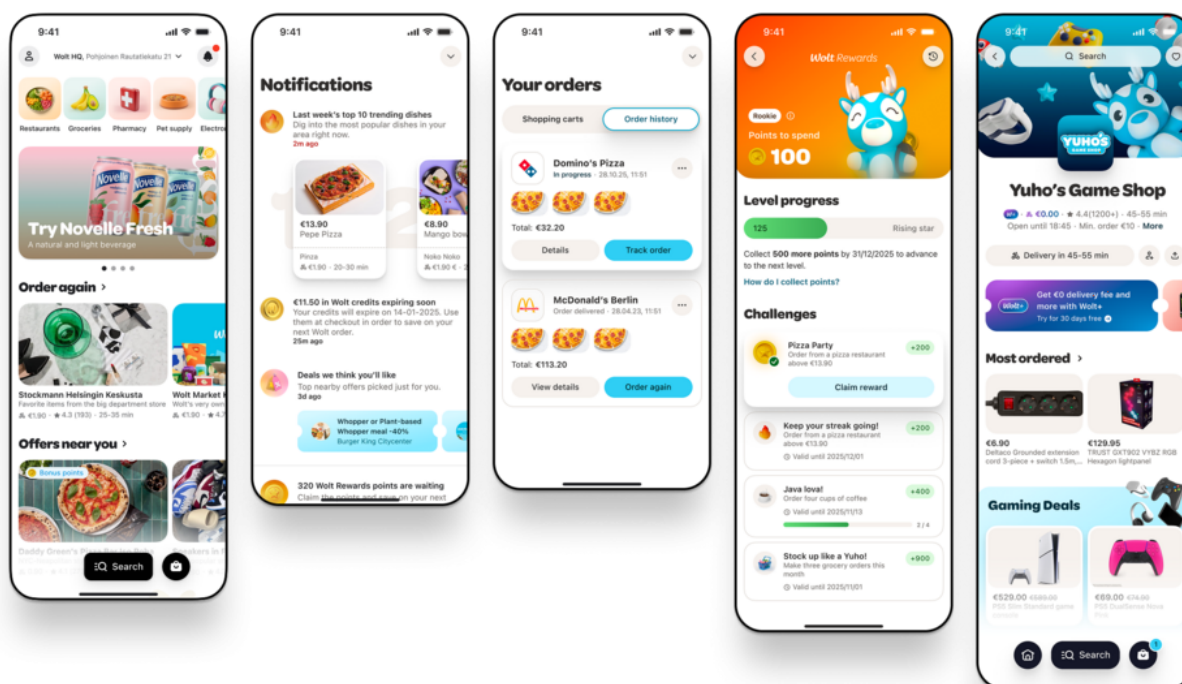
[Walmart Marketplace Expands into Premium Musical Instruments with Leading Global Brands](#)

Платформа Wolt объединит разные категории товаров

Press.wolt.com, 19.01.2026

/новость

Компания Wolt, известная своей платформой для локальной коммерции, объявила о масштабном обновлении потребительского приложения. Оно знаменует собой следующий шаг в эволюции Wolt в многоотраслевую коммерческую платформу. Приложение позволит потребителям совершать покупки в различных категориях — от продуктов питания и лекарств до косметики, электроники и многого другого.



За последнее десятилетие компания Wolt выросла из стартапа по доставке еды из ресторанов в технологическую платформу, которая выполнила более 700 млн заказов потребителей в более чем 30 странах и принесла местным торговцам более 15 млрд евро дохода. Сегодня на категории, не связанные с ресторанами, уже приходится более 20% всех заказов, и эта цифра продолжает расти.

Благодаря обновленному дизайну пользователи смогут проще находить и покупать локальные товары и услуги.

Источник:

[Wolt Redesigns App to Power Local Commerce Growth](#)

Поиск и агенты на базе ИИ быстро меняют экономику e-commerce

Retailtechinnovationhub.com, 22.01.2026

/исследование

Компания Pattern провела опрос 1000 руководителей высшего звена в США, Великобритании, Германии и ОАЭ. Выяснилось, что 76% организаций в сфере e-commerce, сократили затраты на привлечение клиентов, поскольку потребители все чаще полагаются на ИИ-инструменты для поиска и покупки товаров. Каждая третья компания уже внедрила онлайн-сервисы на основе ИИ для совершения покупок.

Уверенность в коммерческом влиянии ИИ растет. 87% респондентов ожидают, что поиск с использованием ИИ обеспечит прямой рост продаж в течение следующих 12 месяцев.

За последний год e-commerce компании инвестировали в ИИ в среднем \$291 626. Прогнозируется, что эта цифра вырастет на 11% до \$323 886 к 2026 году. Бренды отдают приоритет обслуживанию клиентов с использованием ИИ, персонализированной рекламе и интеллектуальному поиску товаров.



Исследование также подчеркивает стремительное развитие агентской коммерции. 57% компаний электронной коммерции изучают варианты использования ИИ-агентов, а 33% активно готовятся к внедрению. Лидером по внедрению является сектор моды: 46% модных брендов готовы к тому, чтобы ИИ-агенты стали основным каналом для поиска и покупки товаров клиентами. Индустрия красоты также активно инвестирует: 59% изучают возможности использования ИИ-агентов, хотя только 27% заявляют о полной готовности.

Источник:

[Many e-commerce brands now deploying AI powered shopping agents, Pattern research](#)

Sensor Tower: ИИ переводит мобильные технологии на новый уровень

Sensortower.com, 20.01.2026

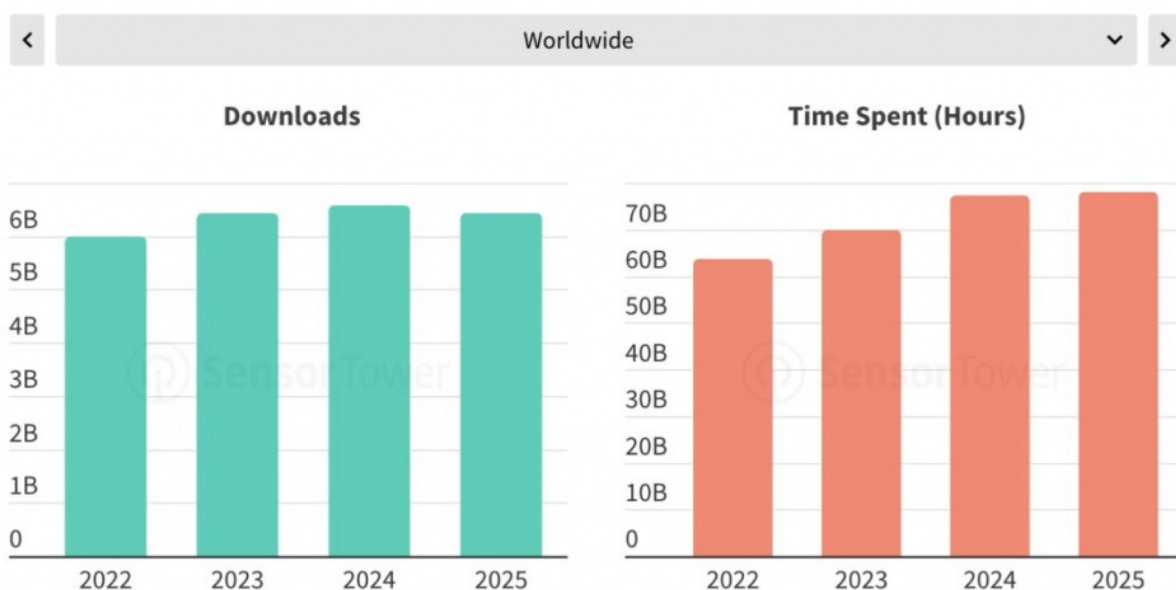
/исследование

По данным Sensor Tower, в 2025 году мобильный рынок достиг рекордных показателей по всем ключевым параметрам, чему способствовали генеративный искусственный интеллект и расширяющиеся возможности монетизации. Количество загрузок, доход от внутриигровых покупок (IAP) и время, проведенное в приложениях, достигли исторических максимумов. В частности, глобальный доход от IAP вырос на 10,6% в годовом исчислении до \$167 млрд.

Мобильные пользователи больше не тестируют новые предложения ИИ — они интегрируют их в свою повседневную жизнь. Время, потраченное на приложения генеративного ИИ, достигло 48 млрд часов в 2025 году, что примерно в 3,6 раза больше, чем в 2024-м, и почти в 10 раз превышает уровень 2023-го.

Тарифы и ИИ меняют мобильную коммерцию: количество загрузок и время, проведенное в приложениях для розничной торговли по всему миру, сократилось в 2025 году, отчасти из-за замедления роста крупных мировых игроков, таких как Temu и SHEIN. Ведущие ритейлеры также изучают влияние ИИ на покупки, от оптимизации рекомендаций товаров с помощью ИИ-помощников до запуска инструментов для покупок на основе ИИ, таких как Rufus от Amazon и Sparky от Walmart.

Yearly Trends for Retail Apps



Приложения для доставки еды и напитков из ресторанов показали рост на 14% в годовом исчислении, при этом Uber Eats привлек рекламные инвестиции от 15 из 20 ведущих брендов ресторанов быстрого обслуживания (QSR) для расширения своей аудитории.

Источник:

[2026 State of Mobile: AI Moves Mobile into Its Next Phase](#)

ECDB: Лидеры рынка e-commerce D2C 2025

Ecdb.com, 19.01.2026

/исследование

Электронная коммерция D2C позволяет брендам обходить посредников и продавать напрямую клиентам через собственные онлайн-магазины. D2C дает ритейлерам контроль над процессом взаимодействия с клиентом, доступ к собственным данным, персонализированный опыт, целевую рекламу, более быстрый запуск продуктов и более высокую рентабельность.

В 2025 году к ведущим брендам D2C относятся Apple (\$53,2 млрд), Shein (\$41,8 млрд) и Ikea (\$11,3 млрд), а модные бренды доминируют благодаря быстрым циклам трендов и частым обновлениям продукции.

Северная Америка и Европа являются оплотами прямых продаж потребителям (D2C). Они выигрывают от зрелости рынков, лояльности к бренду и цифровой инфраструктуры.

На менее зрелых рынках D2C ведущие розничные сети доминируют по доле выручки, в то время как на устоявшихся рынках, таких как Северная Америка и Европа, влияние более равномерно распределено между множеством более мелких брендов.

Источник:

[The Global D2C E-Commerce Market: Leaders, Trends, and Regional Insights](#)



Подкасты и видео

КАКОГО

Алексей Фёдоров — Что такое Российская полка?

Российская полка — идея, которая на бумаге выглядит как поддержка отечественного производителя, а на практике может превратиться в хаос для ритейла, маркетплейсов и покупателей.

В этом выпуске обсуждаем инициативу Минпромторга: обязательное продвижение «российских товаров» в офлайн-магазинах и онлайн-выдаче. Что именно считается российским? Как быть с товарами из ЕАЭС? Кто и как будет это контролировать? И главное — кому от этого станет лучше?

К!?

Смотреть: [YouTube](#)

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

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как дела у Диван.ру. Интервью с Антоном Макаровым

В гостях Антон Макаров, основатель и CEO divan.ru. Как дела у Диван.ру, итоги 2025 года, ключевые решения и проекты, почему и за счет чего компания планирует рост на непростой 2026 год.

Антон рассказал о росте в офлайне, снижении в онлайн, развитии маркетплейсов, федеральной рекламной кампании на 500 млн и выводах из нее, расширении команды, ключевых фокусах и очень многом другом.

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.