

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 4

26 Января 2026 - 01 Февраля 2026

В выпуске:

Россия:

В Ultima Яндекс Маркете появилась виртуальная примерка одежды
Доля онлайн-продаж Inventive Retail Group выросла до 22% в 2025 г.
Wildberries тестирует оплату WB Кошельком на AliExpress CIS
М.Видео представила на маркетплейсе широкий ассортимент мебели
РВБ стала резидентом TOP «Сахалин»
Выручка цифровых бизнесов X5 увеличилась на 42,8% в 2025 г.
На Wildberries появились промокоды от продавцов
«ВинЛаб»: Доля онлайн-продаж достигла рекордных 15,4% в декабре 2025 г.
X5 показала пилотный даркстор с долей роботизации 70%

Весь мир:

Партнеры Kaspi Магазина могут подключить круглосуточную Express-доставку
Amazon решила закрыть магазины Amazon Go и Amazon Fresh
Онлайн-продажи товаров в Германии выросли на 3,2% в 2025 г.
В ЕС увеличилось количество недорогих посылок с товарами
Темпы роста e-commerce в Латинской Америке превышают среднемировые
Salesforce: В начале года потребители вернули 12,2% онлайн-заказов

Новостной дайджест рынка B2B

Подкасты и видео



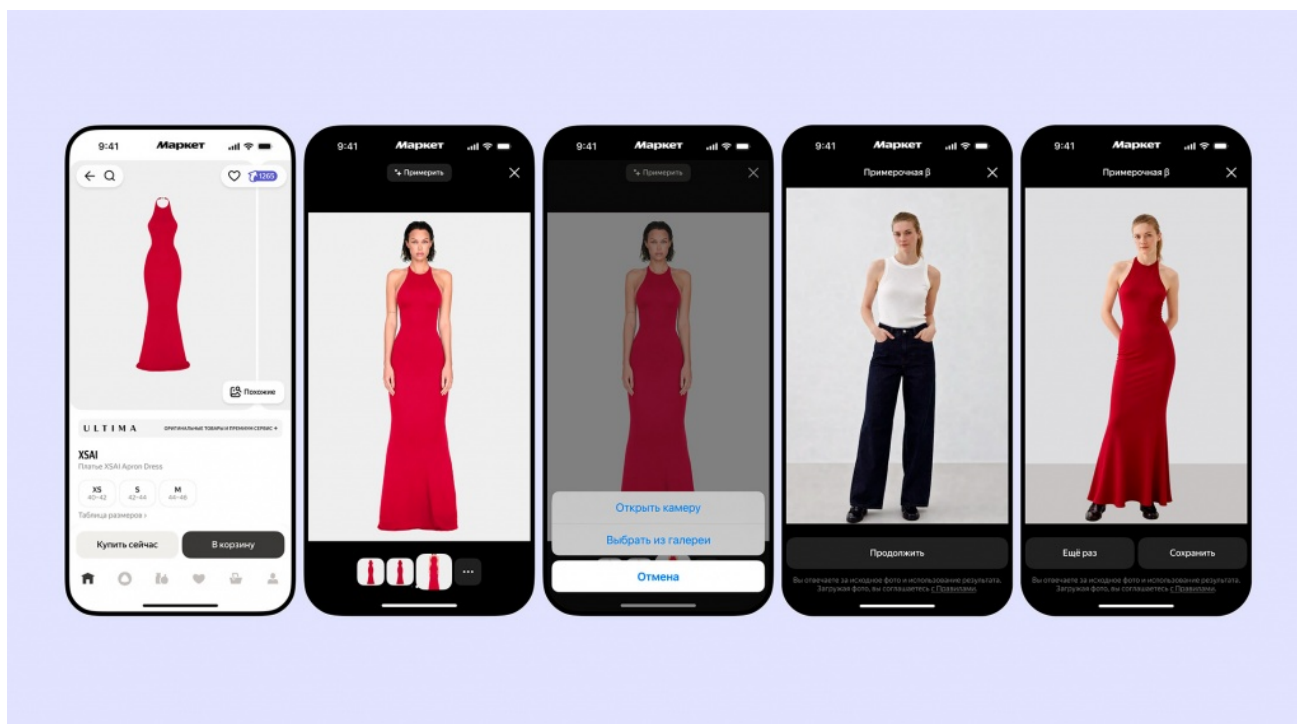
Россия:

В Ultima Яндекс Маркете появилась виртуальная примерка одежды

Yandex.ru, 30.01.2026

/новость

Пользователи Ultima Яндекс Маркета смогут виртуально примерить одежду. Функция работает на базе искусственного интеллекта, в ее основе – генеративная модель MMDiT (Multimodal Diffusion Transformer).



Инструмент доступен прямо в карточке товара: на изображении нужно нажать кнопку «Примерить» и загрузить свое фото в полный рост. ИИ проанализирует композицию снимка, позу, что надето на человеке, и покажет, как выбранная вещь будет на нем выглядеть. Нейросеть также может дополнить итоговое изображение, чтобы получился цельный образ.

Новая функция доступна почти для всех товаров из раздела Ultima, кроме нижнего белья, купальников, обуви и аксессуаров. Она работает в бета-режиме в приложении Яндекс Маркета в городах, где представлен сервис Ultima Яндекс Маркет.

Источник:

Пользователи Ultima Яндекс Маркета с помощью ИИ смогут примерить одежду и оценить образ до покупки

Доля онлайн-продаж Inventive Retail Group выросла до 22% в 2025 г.

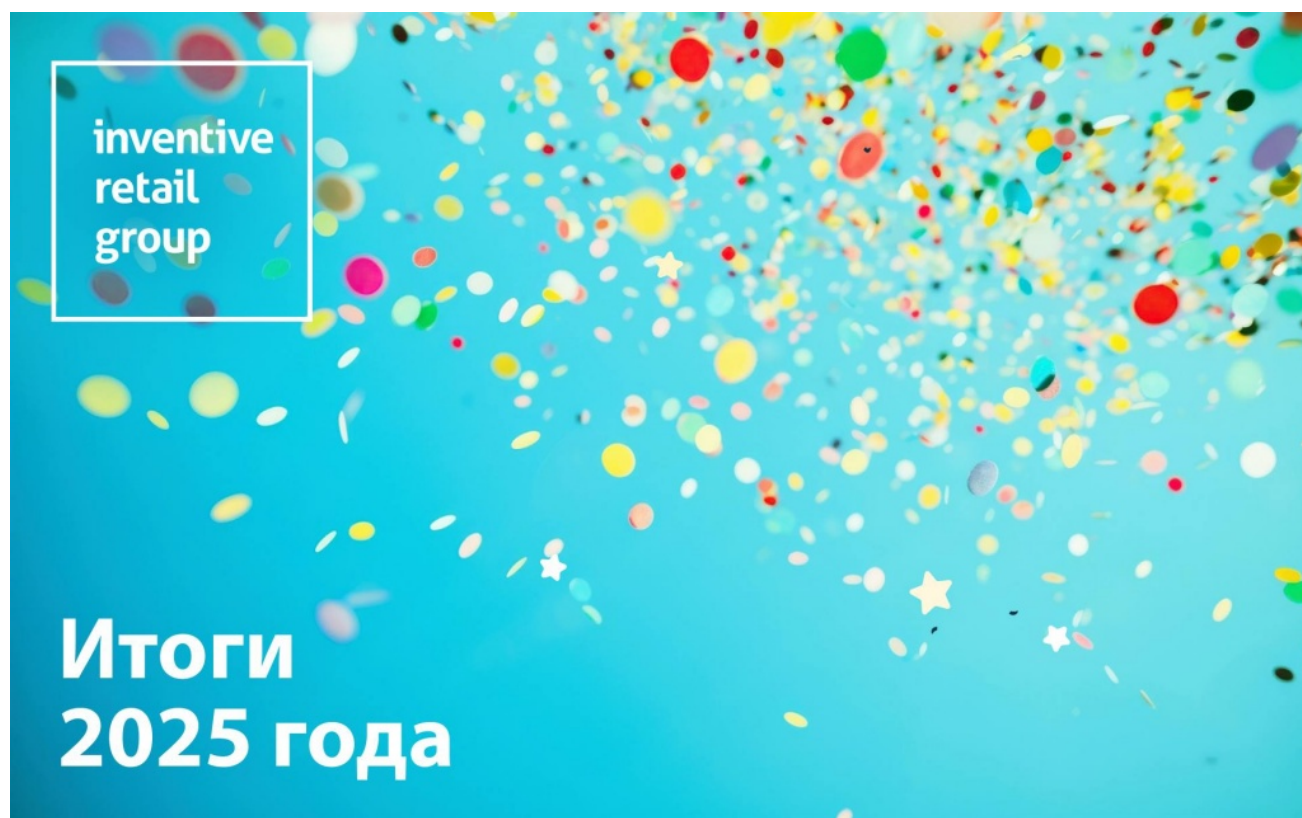
Inventive.ru, 30.01.2026

/НОВОСТЬ

Inventive Retail Group в 2025 году последовательно расширяла региональное присутствие и наращивала онлайн-канал, укрепляя омниканальную модель бизнеса. Продажи группы по итогам 2025 года составили 85,8 млрд руб. с НДС.

Количество магазинов на 1 января 2026 года достигло 433 в 36 городах России. Число посетителей всех магазинов группы за год – 42 млн человек. При этом трафик интернет-магазинов составил 80 млн клиентов.

В 2025 году доля онлайн-продаж группы выросла до 22%. В ближайшие три года группа планирует нарастить долю онлайн-продаж в собственных каналах до 33% при сохранении офлайн-магазинов. Бренды группы так же представлены на ведущих маркетплейсах страны.



Источник:

[Inventive Retail Group подвела итоги 2025 года](#)

Wildberries тестирует оплату WB Кошельком на AliExpress CIS

Forbes.ru, 29.01.2026

/новость

Пилотная группа российских покупателей в режиме тестирования сможет использовать WB Кошелек при оплате товаров на AliExpress CIS. Обратная связь позволит подготовить платежную инфраструктуру цифровых платформ к дальнейшему сотрудничеству и запуску для всех клиентов.

Платежный сервис WB Кошелек доступен для B2B-партнеров РВБ с 2025 года. На данный момент к нему подключены более 50 компаний из различных направлений бизнеса – в том числе Tefal, Getcourse, Prodamus, Exist, EnerGo, «Мосавтошина».

Пользователи могут оплачивать покупки на сайтах и в приложениях, используя сохраненные банковские карты из личного кабинета Wildberries без необходимости каждый раз вводить данные.



Источник:

[Wildberries тестирует возможность оплаты WB Кошельком на AliExpress CIS](#)

М.Видео представила на маркетплейсе широкий ассортимент мебели

Mvideoeldorado.ru, 29.01.2026

/новость

М.Видео запустила продажу широкого ассортимента мебели для дома и офиса на собственном маркетплейсе. Покупателям доступно более 30 тыс. активных SKU.

В категории представлены крупные производители и нишевые бренды: Good Luck, Ami, «Правила мебели», SkySleep, Stool Group, «Домотека», Logium, DreamExpert, «Лига Диванов», «Русский стул», «ЯрКресла», Blue Sleep, Divan24 и др. Ассортимент формируется по принципу широкой вариативности – с фокусом на наиболее востребованные форматы и конфигурации мебели.

Компания работает над дальнейшим наполнением категории, привлечением внешнего трафика, сокращением сроков доставки, а также развивает новые логистические модели и тестирует формат мебели на заказ. Отдельное направление – интеграция мебельного ассортимента в офлайн-каналы.



Источник:

[М.Видео запустила продажу широкого ассортимента мебели на собственном маркетплейсе](#)

РВБ стала резидентом TOP «Сахалин»

Forbes.ru, 29.01.2026

/новость

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) получила статус резидента территории опережающего развития (ТОР) «Сахалин», а также приобрела участок площадью 12 га в Анивском районе Сахалинской области для строительства сортировочного центра.

Площадь будущего центра составит более 30 тыс. кв. м. В начале 2026 года компания начнет строительные-монтажные работы. Объект будет оснащен современными автоматизированными системами. Новый логистический центр сократит логистику между Дальним Востоком и центральной частью России.

Ранее на ПМЭФ-2025 РВБ подписала соглашение о реализации проекта с Правительством Сахалинской области, а на ВЭФ-2025 — с Корпорацией развития Дальнего Востока (КРДВ). Развитие логистической инфраструктуры в Дальневосточном федеральном округе — один из стратегических приоритетов компании.

The logo features the word "wildberries" in a white, lowercase, sans-serif font, followed by a circular icon containing a stylized white bird or leaf shape, and then the word "Russ" in a white, uppercase, sans-serif font. The entire logo is centered on a dark blue background with a subtle, abstract pattern of lighter blue and purple shapes.

Источник:

[РВБ стала резидентом TOP «Сахалин» и приобрела участок для строительства логистического центра](#)

Выручка цифровых бизнесов X5 увеличилась на 42,8% в 2025 г.

X5.ru, 28.01.2026

/новость

По итогам 2025 года выручка цифровых бизнесов X5 выросла на 42,8%, составив 285,7 млрд руб. – 6,2% от общей чистой выручки, следует из предварительных консолидированных операционных результатов компании.

За IV кв. 2025 года MAU цифровых сервисов X5 составило 54,3 млн – рост на 25,9% год к году. Совокупный GMV X5 Digital достиг 90,6 млрд руб., увеличившись на 30%. Выручка цифровых бизнесов выросла на 30% до 79,8 млрд руб. Услуга экспресс-доставки доступна из 9544 магазинов в 75 регионах.

Выручка сервиса 5Post в IV кв. выросла на 36%. Количество выданных посылок достигло 14,3 млн, при этом число пунктов выдачи превысило 31 тыс.

Цифровой сервис готовой еды «Много лосося» по состоянию на конец декабря управлял 82 «тёмными» кухнями (включая одну франчайзинговую), 499 кафепоинтами в супермаркетах «Перекрёсток» и 5 кафепоинтами в гипермаркетах «Ашан».

ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

15

X5 DIGITAL ^{27,28}	4 КВ. 2025	4 КВ. 2024	ИЗМ Г-К-Г, %	12М 2025	12М 2024	ИЗМ Г-К-Г, %
GMV, ^{29,30} млн руб.	90 630	69 725	30,0	324 230	223 701	44,9
Количество заказов, ³⁰ тыс.	45 335	38 032	19,2	170 108	121 894	39,6
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 874	1 651	13,5	1 770	1 654	7,0
5POST						
Выручка, млн руб.	2 482	1 825	36,0	7 862	6 641	18,4

Источник:

X5 объявляет о росте выручки на 18,8% в 2025 году

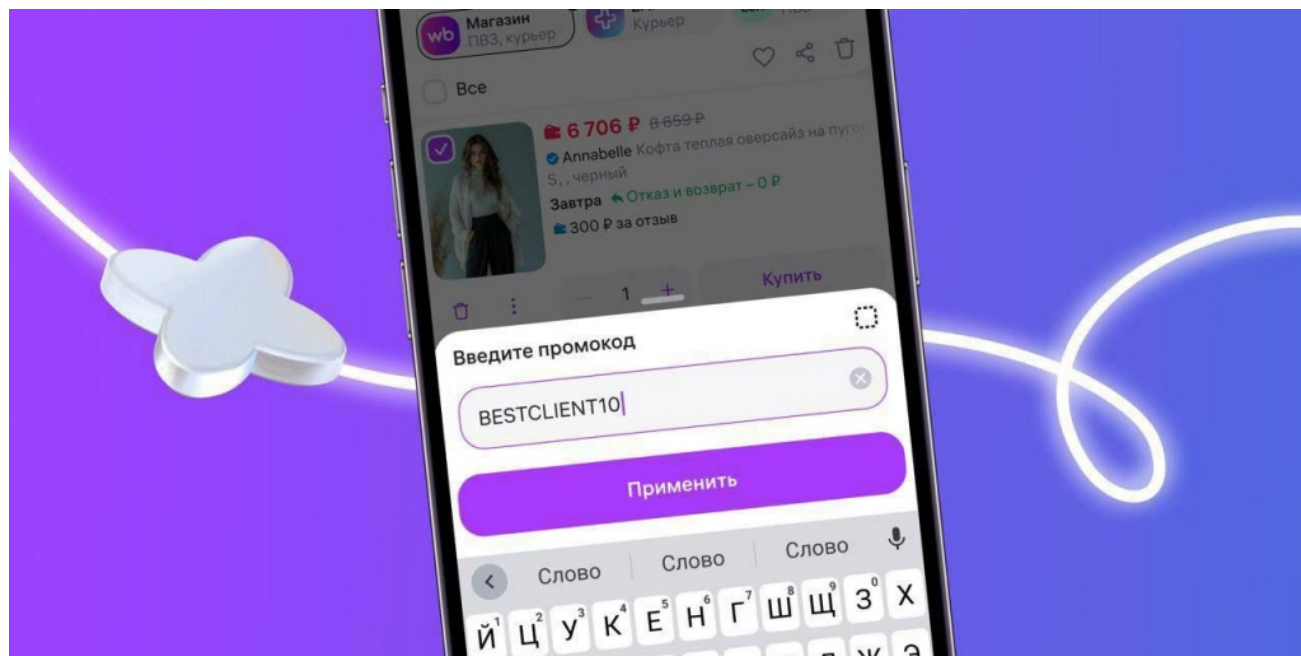


На Wildberries появились промокоды от продавцов

Forbes.ru, 27.01.2026

/новость

Wildberries представила новый инструмент – промокоды для получения дополнительных скидок на товары напрямую от продавцов.



Функционал доступен тестовой группе продавцов из России: они могут задать срок действия промокодов, процент скидки, а также выбрать товар или ассортимент для акции. Планируется расширение опции на всех продавцов страны.

Промокод можно сгенерировать автоматически или создать свой вручную, а затем разместить в любых каналах взаимодействия с клиентами. Чтобы приобрести товар по сниженной цене, покупателю нужно добавить его в корзину на площадке и ввести код в специальное поле.

Каждый промокод – многоразовый: его можно использовать неограниченное число раз до окончания акции. Продавец может одновременно иметь до 10 активных акций с промокодами.

Источник:

[На Wildberries появились промокоды от продавцов](#)

«ВинЛаб»: Доля онлайн-продаж достигла рекордных 15,4% в декабре 2025 г.

Corp.winelab.ru, 26.01.2026

/НОВОСТЬ

В 2025 году объем розничных продаж сети «ВинЛаб» с учетом НДС вырос на 8,4% за счет увеличения среднего чека на 9,5%. Доля онлайн-продаж в декабре достигла рекордных 15,4% против 14,9% годом ранее.

В сегменте e-commerce время сборки онлайн-заказов было сокращено с 60 до 15 минут. В 2025 году «ВинЛаб» расширила партнерство с ключевыми маркетплейсами. К собственным витринам на Яндекс Маркет, Wildberries, Ozon, «Мегамаркет» и «Купер» добавилась еще одна на платформе Т-Банка.

Кроме того, в рамках развития онлайн-сервисов компания запустила собственную Retail Media-платформу.

В 2026 году компания продолжит сфокусированное развитие розничной сети и цифровой платформы.



Источник:

«ВинЛаб» продемонстрировал рекордную долю онлайн-продаж в декабре 2025 года

Х5 показала пилотный даркстор с долей роботизации 70%

Mediahub.x5.ru, 26.01.2026

/новость

Х5 продемонстрировала автоматизированный даркстор – пилотный объект с долей роботизации 70%. С его работой ознакомился Первый заместитель председателя Правительства Российской Федерации Денис Мантуров.



Интегрированные на объекте решения представлены российскими производителями, а также собственной разработкой Х5. Ассортимент хранения составляет 21 000 наименований, а технические решения сокращают время сборки заказов в два раза.

Автоматизация позволяет сократить время инвентаризации, перераспределить нагрузку между сотрудниками и оптимизировать рутинные операции. При этом Х5 выстраивает процессы с акцентом на эффективное взаимодействие человека и робота.

Развитие направления автоматизации и роботизации является частью долгосрочной технологической стратегии Х5 и охватывает ключевые бизнес-направления: розницу, логистику и доставку.

Источник:

[Х5 показала автоматизированный даркстор](#)

Весь мир:

Партнеры Kaspi Магазина могут подключить круглосуточную Express-доставку

Fintech-retail.com, 28.01.2026

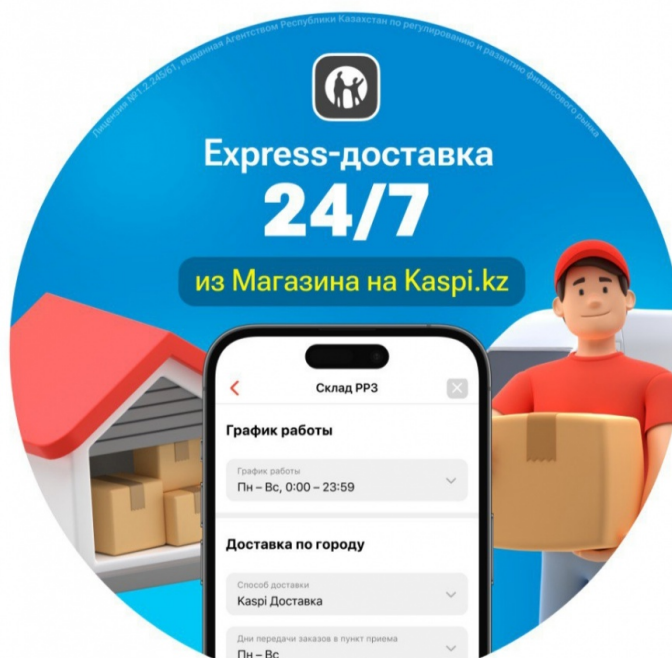
/НОВОСТЬ

Партнеры Kaspi Магазина (Казахстан) смогут подключить круглосуточную Express-доставку и отправлять заказы в любое время, если их склад работает 24/7. Ранее такая доставка была доступна только в пределах стандартного рабочего времени.

Подключить круглосуточную Express-доставку можно через настройки магазина в сервисе Kaspi Pay. Возможность зависит от готовности продавца обрабатывать заказы ночью и от логистических условий.

Источник:

[Kaspi запустил круглосуточную Express-доставку для продавцов маркетплейса](#)



Amazon решила закрыть магазины Amazon Go и Amazon Fresh

Aboutamazon.com, 27.01.2026

/новость

После тщательной оценки бизнеса Amazon компания приняла решение закрыть физические магазины Amazon Go и Amazon Fresh, преобразовав некоторые из них в магазины Whole Foods Market. Клиенты могут продолжать делать покупки в Amazon Fresh онлайн.

Компания отмечает «впечатляющий рост» своего сервиса доставки. В 2025 году в услугу доставки в тот же день были добавлены скоропортящиеся продукты. Их продажи выросли в 40 раз с января 2025 года. Свежие продукты теперь составляют девять из десяти самых заказываемых товаров в районах, где доступна услуга. Компания тестирует Amazon Now — сверхбыструю доставку товаров первой необходимости, включая свежие продукты, прямо к порогу дома покупателям примерно за 30 минут или меньше.

Кроме того, Amazon наращивает инвестиции в сеть Whole Foods Market, планируя открыть более 100 новых магазинов в течение следующих нескольких лет.



Источник:

[Amazon doubles down on online grocery delivery and Whole Foods Market expansion to reach more customers](#)

Онлайн-продажи товаров в Германии выросли на 3,2% в 2025 г.

Ecommercenews.eu, 26.01.2026

/новость

В прошлом году онлайн-расходы на товары в Германии выросли на 3,2%, достигнув 83,1 млрд евро. Этот рост значительно превзошел прогнозы, сделанные годом ранее.

Наиболее динамичный рост наблюдался в сегментах фармацевтической продукции (6,0%), продуктов питания (5,5%) и товаров для животных (5,0%). Продажи услуг росли еще быстрее, увеличившись на 7,3% до 14,4 млрд евро. В совокупности онлайн-продажи товаров и цифровых услуг теперь составляют 97,5 млрд евро.

Во время пандемии коронавируса онлайн-продажи резко выросли, но последующие годы были отмечены сокращением: расходы упали на 8,8% в 2022 году и на 11,8% в 2023-м, достигнув самой низкой точки для немецкой электронной коммерции. В 2024 году последовал умеренный рост на 1,1%, в результате чего общие расходы снова превысили 80 млрд евро.

В 2026 году прогнозируется номинальный рост выручки от онлайн-продаж на 3,8%.



Источник:

[German ecommerce grows beyond expectations](#)

В ЕС увеличилось количество недорогих посылок с товарами

Ecommercenews.eu, 29.01.2026

/исследование

В 2025 году количество недорогих посылок для электронной коммерции, полученных Европейским союзом из-за его пределов, увеличилось на 26%. В общей сложности было импортировано 5,8 млрд посылок стоимостью до 150 евро. Это примерно одна посылка на каждого гражданина ЕС в месяц. Объем поставок более чем в 4 раза превышает показатель 2022 года.

Большинство этих посылок поступает из Китая, в основном за счет покупок, совершаемых европейскими потребителями на таких платформах, как AliExpress, Shein и Temu. Эти платформы на протяжении многих лет демонстрировали стремительный рост, хотя в последнее время темпы их роста несколько замедлились.

AliExpress, Shein и Temu, а также JD.com строят склады на европейском континенте. Это делается не только для обхода импортных пошлин, но и для обеспечения более быстрой доставки потребителям. Temu, конкурирующая с Amazon в сфере трансграничных продаж по всему миру, стремится к тому, чтобы 80% товаров в Европе доставлялось местными поставщиками.



Источник:

[EU import of cheap parcels rises 26%](#)

Темпы роста e-commerce в Латинской Америке превышают среднемировые

Digitalcommerce360.com, 28.01.2026

/исследование

Согласно отчету консалтинговой компании Endeavor и гиганта электронной коммерции MercadoLibre, объем онлайн-продаж в Латинской Америке в этом году, по прогнозам, достигнет \$215,31 млрд. Рынок цифровой коммерции в регионе растет примерно в 1,5 раза быстрее, чем в среднем по миру. Это подчеркивает ускоренное распространение онлайн-шопинга в Латинской Америке.

Согласно прогнозам, на Аргентину, Бразилию и Мексику придется почти 85% онлайн-продаж в регионе. Исследование также подчеркивает ориентированность региона на мобильные устройства: 84% онлайн-покупок потребители совершают через смартфоны.

Хотя традиционные торговые площадки остаются центральным элементом экосистемы электронной коммерции Латинской Америки, компании все чаще стремятся расширить свою деятельность в сфере платежей, кредитования и логистики, чтобы получить большую выгоду в рамках всей цепочки цифровой коммерции.



Источник:

[Latin American ecommerce set to surpass \\$215 billion](#)

Salesforce: В начале года потребители вернули 12,2% онлайн-заказов

Digitalcommerce360.com, 27.01.2026

/исследование

Согласно данным Salesforce, в период с 1 по 14 января потребители по всему миру вернули 12,2% онлайн-заказов. Это на 3% больше, чем годом ранее. Кроме того, потребители вернули более \$181 млрд за онлайн-покупки, совершенные в период с 1 ноября 2025 года по 31 декабря. Это составляет 14% от всех покупок, а также на 10% больше, чем годом ранее.

При анализе данных о возвратах неизвестны даты первоначальных покупок, поэтому нельзя с уверенностью сказать, когда именно потребители их совершили. Однако возвраты в первые две недели января «с высокой долей вероятности» относятся к покупкам, совершенным за последние 90 дней, учитывая политику возврата товаров большинства розничных продавцов.

Согласно данным Salesforce, за праздничный сезон потребители по всему миру потратили в интернете \$1,29 трлн за последние два месяца 2025 года. Помимо роста на 7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, это установило новый рекорд.



Источник:

[2025-2026 holiday-season returns exceed 10% globally](#)

Новостной дайджест рынка B2B

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

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

[Правительство усложняет недобросовестным участникам рынка доступ к цифровым площадкам](#) – правительство дорабатывает принятый летом 2025 года закон о платформенной экономике, вступающий в силу будущей осенью: для общественного обсуждения опубликованы проекты подзаконных актов, которые определяют порядок проверки маркетплейсами карточек товаров, контрагентов и владельцев пунктов выдачи заказов, а также утверждают перечень реестров и информсистем, с которыми площадки должны будут сверяться.

[В ГД предлагают ограничить комиссию маркетплейсов для товаров из РФ](#) – обращение с просьбой установить предел комиссии на уровне 15% направил министру промышленности и торговли РФ Антону Алиханову зампред комитета Госдумы по экономполитике Михаил Делягин.

[Противостояние онлайн: чем запомнился 2025 год маркетплейсам и их продавцам](#) – против маркетплейсов выступали правительство, традиционный ретейл и крупнейшие банки, а селлеры обвиняли платформы в резком повышении комиссий.

[Алиханов: маркетплейсы при поиске будут первоочередно рекомендовать продукцию РФ](#) – кроме того, при выборе товара конкретного иностранного бренда площадка должна будет параллельно рекомендовать аналогичный российский товар.

[Россияне столкнулись с блокировками при крупных покупках на маркетплейсах](#) – банки РФ стали перепроверять у своих клиентов крупные покупки на маркетплейсах. При попытке оплаты крупного заказа банк блокирует операцию, после чего присылает уведомление, что "операция отклонена во избежание мошенничества". Чтобы снять ограничение, нужно позвонить в банк или дождаться звонка.



Подкасты и видео

КАКОГО

Фёдор Вирин — Продажи Смартфонов Рухнули

Рынок смартфонов сломался.

Продажи падают впервые за много лет, инновации больше никого не волнуют, а каждый четвертый iPhone в России — серый.

В этом выпуске подкаста «КАКОГО?!» вместе с Фёдор Вирин, управляющим партнёром Data Insight, разбираем, что на самом деле происходит с рынком смартфонов в России и почему «технологический оргазм» закончился.

Смотреть: [YouTube](#)

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

К!?

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как Ovoко оцифровывает рынок б/у автозапчастей в Европе

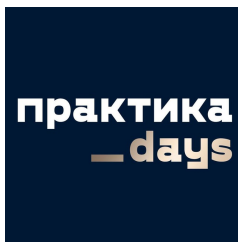
В гостях Андрей Шальнов, subject matter expert, Ovoко.

Ovoко — это европейский маркетплейс б/у автозапчастей, который объединяет разборки и продавцов по всей Европе и делает рынок подержанных деталей прозрачным и цифровым. Выручка компании составляет более 200 млн евро за прошлый год и ежегодно растет x2.

Очень интересная бизнес-модель маркетплейса на базе бесплатной SaaS для авторазборок, компания очень круто растет, расширяет географию, строит свои СЦ, активно оцифровывая рынок б/у автозапчастей.

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.