

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 9

02 Марта 2026 - 08 Марта 2026

В выпуске:

Россия:

Экспресс-доставка в России: от исключений до массового спроса | Федор Вирин

Data Insight: Same Day Delivery в России | Андрей Мякин, ПЭК

В поисковой выдаче 2ГИС появились подборки товаров из «Самоката»

Студенты ТГУ создадут инновационный постабат для Wildberries

METRO Россия продолжает развивать мультиканальную модель продаж

ВкусВилл: Спрос на ночную доставку за год вырос на 20%

Flowwow запускает направление оптовых продаж цветов от производителей

Площадь складской инфраструктуры Ozon превысила 5 млн кв. м

Wildberries запускает коллаборацию с брендом Krivokoso

Весь мир:

Рост Shein в Европе замедляется

Общий оборот Ozon в Узбекистане вырос почти в 4 раза в 2025 г.

Shoree обслужила около 400 млн активных покупателей в 2025 г.

На маркетплейсе Kaspi число покупок выросло на 35% в 2025 г.

ИКЕА в Китае внедряет беспилотные автомобили для доставки

Влияние Shopify на мировую электронную коммерцию растет

Подкасты и видео



Россия:

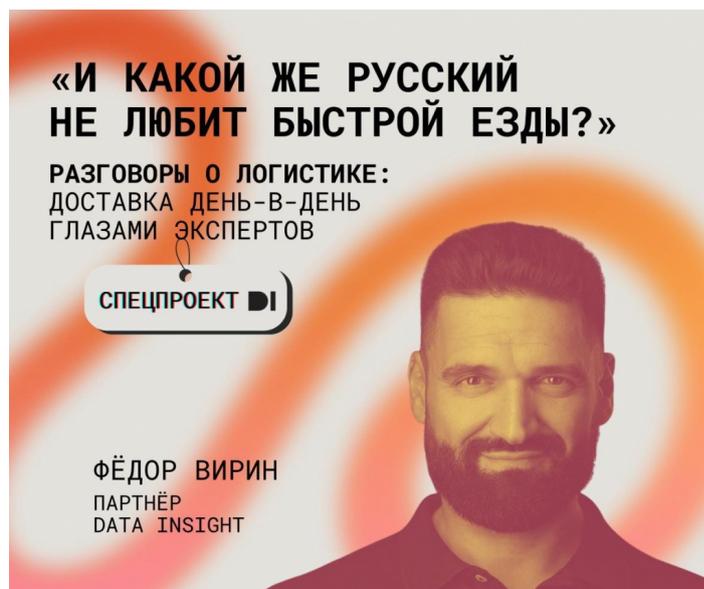
Экспресс-доставка в России: от исключений до массового спроса | Федор Вирин

Datainsight.ru, 03.03.2026

/новость

В рамках проекта **«Разговоры о логистике: доставка день-в-день глазами экспертов»** Федор Вирин, партнер аналитического агентства **Data Insight**, написал колонку на тему доставку день-в-день на российском рынке eCommerce и маркетплейсах.

Эволюция same-day доставки в российской интернет-торговле прошла несколько чётких этапов. В эпоху классических интернет-магазинов доставка даже на следующий день долгое время оставалась редкостью и конкурентным преимуществом: стандартом были сроки в несколько дней, а логистика строилась вокруг магистральных перевозок и курьерских маршрутов с высокой плотностью заказов. Первые попытки доставки в день заказа появились у наиболее продвинутых онлайн-ритейлеров — как за счёт собственных курьеров и локальных складов, так и через специализированные сервисы последней мили. Параллельно логистические компании нового типа — вроде Достависты, Пешкариков, Бринго и схожих сервисов — начали предлагать гибкие модели срочной доставки внутри города. Классические курьерские операторы, чьей основной компетенцией была доставка «на следующий день», также стали адаптироваться, вводя опцию утреннего забора заказов с доставкой в течение того же дня.



Колонка от Федора Вирина, партнера Data Insight

Источник:

[Экспресс-доставка в России: от исключений до массового спроса | Федор Вирин](#)

Data Insight: Same Day Delivery в России | Андрей Мякин, ПЭК

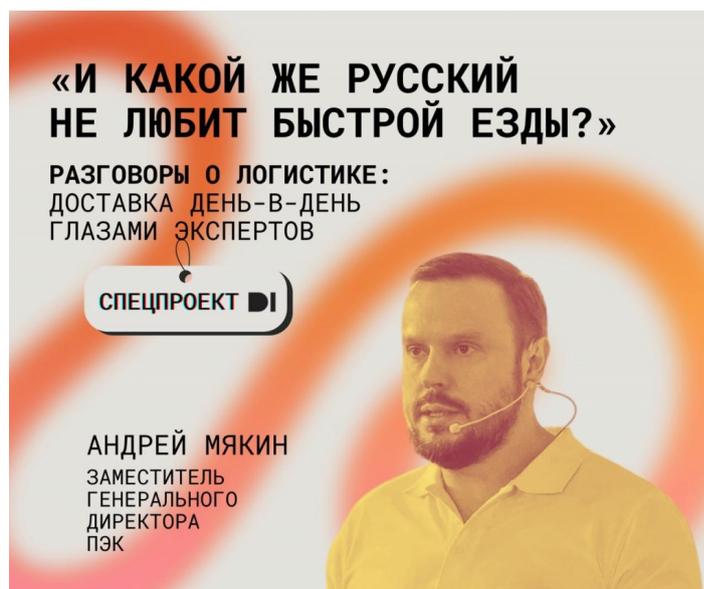
Datainsight.ru, 02.03.2026

/НОВОСТЬ

Сергей Семко, ведущий аналитик Data Insight, в рамках проекта **«Разговоры о логистике: доставка день-в-день глазами экспертов»** поговорил с **Андреем Мякиным**, заместителем генерального директора ПЭК.

Андрей, если говорить в целом, какое место сегодня занимает доставка день в день на рынке B2C? Это массовый стандарт или всё-таки нишевая история?

На мой взгляд, same day delivery в B2C — это устоявшаяся, но нишевая модель. Она хорошо работает в ситуациях эмоциональной покупки и там, где действительно важно получить товар «здесь и сейчас». В классическом e-commerce эта модель не стала универсальной и, скорее всего, не станет. Исторически она развивалась вокруг формата dark store — сначала это были продукты, бытовая химия, товары повседневного спроса. Со временем ассортимент сильно расширился, но сама логика осталась прежней: короткая, гиперлокальная доставка, а не полноценная замена плановой логистики.



Интервью с Андреем Мякиным, заместителем генерального директора ПЭК

Источник:

[Same Day Delivery в России | Андрей Мякин](#)

В поисковой выдаче 2ГИС появились подборки товаров из «Самоката»

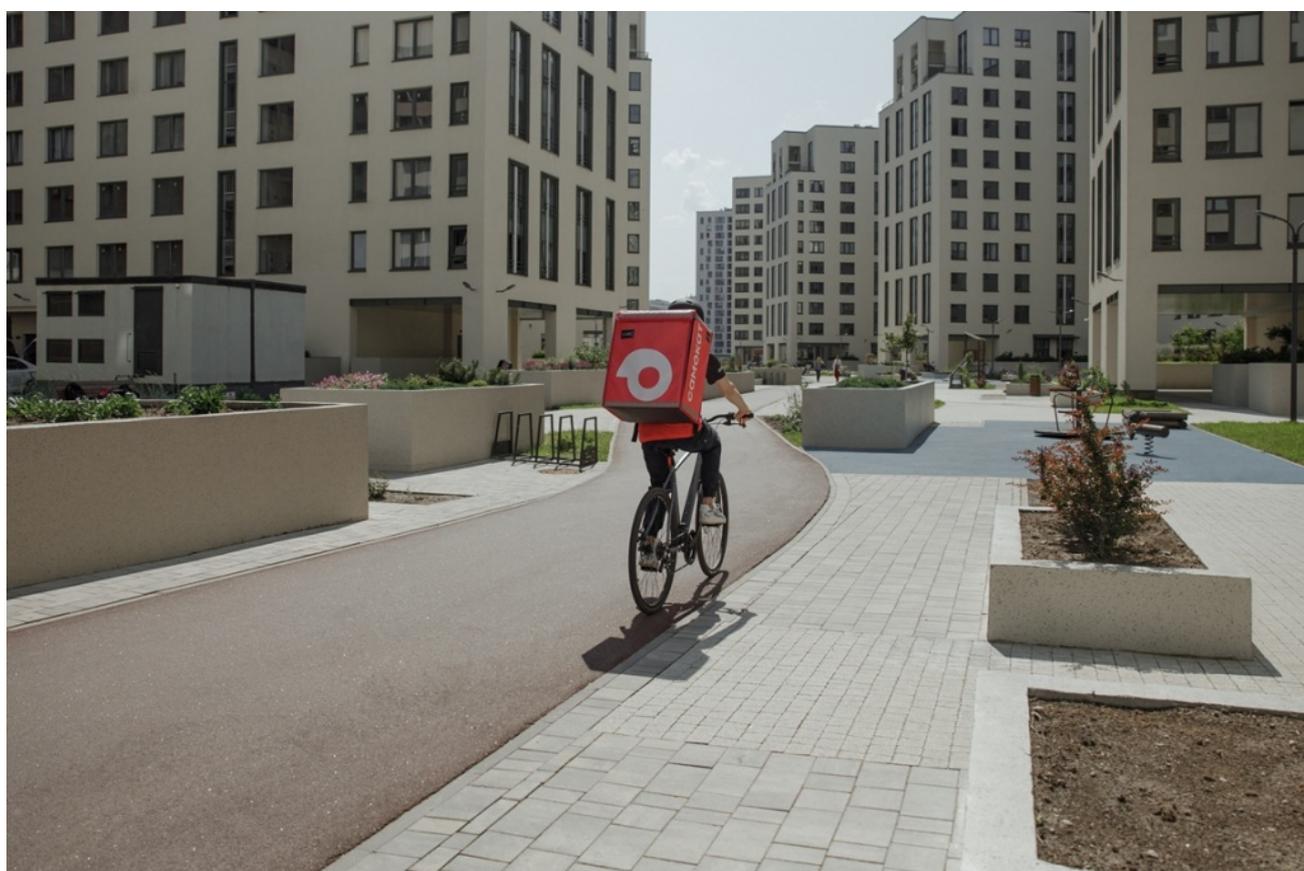
Retail.ru, 06.03.2026

/новость

2ГИС добавил возможность заказа товаров из «Самоката» внутри приложения – функция будет доступна в последней версии во всех городах присутствия онлайн-ритейлера.

При поиске отдельных категорий товаров в результатах выдачи отобразится блок с предложениями от «Самоката». Можно открыть карточку товара, добавить его в корзину и перейти к оформлению заказа прямо внутри геосервиса. После закрытия окна заказа пользователь вернется в интерфейс 2ГИС – без потери контекста.

Ассортимент товаров будет соответствовать тому, что представлен в «Самокате». В подборках можно найти товары для дома и всей семьи, продукты, готовые блюда и перекусы.



Источник:

[2ГИС добавил возможность заказа товаров из «Самоката» внутри приложения](#)

Студенты ТГУ создадут инновационный постаMAT для Wildberries

Forbes.ru, 05.03.2026

/новость

При поддержке РВБ (Объединенной компании Wildberries & Russ) молодые инженеры Факультета информационных технологий Томского государственного университета разрабатывают систему доставки посылок. Она позволит обеспечить практически непрерывную автоматическую работу логистической станции. Готовый постаMAT представят в мае 2026 года.



Проект включает несколько направлений. Во-первых, создание футуристичного постаMата – полностью автоматизированной станции, которая самостоятельно принимает посылку от коптера, сортирует по ячейкам постаMата и выдает клиентам заказы. Во-вторых, подразумевается разработка собственного грузового дрона, спроектированного специально для переноски посылок, и создание системы автоматической замены батареек.

Образовательное направление в РВБ появилось год назад. Компания сотрудничает с вузами, колледжами и школами.

Источник:

[Студенты ТГУ создадут инновационный постаMAT для Wildberries](#)

МЕТРО Россия продолжает развивать мультиканальную модель продаж

Metro-cc.ru, 06.03.2026

/новость

МЕТРО AG подвела итоги продаж за I кв. 2025/26 финансового года (октябрь 2025 - декабрь 2025). Ключевым драйвером роста группы остается направление доставки: продажи в канале delivery росли двузначными темпами. МЕТРО Россия продолжает укреплять позиции в ключевых сегментах и развивать мультиканальную модель продаж.

В России продажи составили €811 млн, что существенно выше показателя аналогичного периода прошлого года (€694 млн). Рост в евро составил 16,9%, а с учетом валютных факторов — 2,1% в местной валюте.

МЕТРО сохраняет стратегический фокус на развитии сервиса доставки и мультиканальных продаж сегмента HoReCa, независимой розницы и направления для бизнеса B2B corporate (офисы). По итогам I кв. фингода доля онлайн-продаж в России превысила 31%. На сегодняшний день МЕТРО Россия обслуживает более 5 млн физических лиц и более 300 тыс. бизнесов в России.



Источник:

[МЕТРО демонстрирует устойчивый рост в первом квартале 2025/26 финансового года](#)

ВкусВилл: Спрос на ночную доставку за год вырос на 20%

Telega.ph, 04.03.2026

/новость

ВкусВилл сообщил о росте спроса на ночную доставку (с 00:00 до 06:00) за последний год на 20%. Такие заказы круглосуточно собирают 248 дарксторов компании. Скорость работы курьеров ночью сопоставима с дневными показателями.

Абсолютный пик спроса приходится на ночь с воскресенья на понедельник – в интервал с 22:00 до полуночи. Средний чек ночью превышает дневной (1187 руб. против 956 руб.), среднее количество товаров в заказе увеличивается с 4,6 до 6 позиций.

Ночью востребованы базовые продукты, значительно возрастает спрос на готовую еду (доля категории «Кулинария» увеличивается с 27,5% до 34,4%), активнее покупают молочную продукцию и сыры.



Источник:

Город засыпает, просыпается аппетит: ВкусВилл рассказал, что россияне заказывают курьером по ночам (спойлер: это не фастфуд)

Flowwow запускает направление оптовых продаж цветов от производителей

Forbes.ru, 03.03.2026

/новость

Маркетплейс цветов и подарков Flowwow запускает оптовую продажу цветов напрямую от крупных тепличных хозяйств, сообщили [Forbes](#) в пресс-службе компании.

К платформе уже подключились четыре российских агропромышленных холдинга, в планах — подключение еще четырех представителей рынка.

Запуск оптового направления позволит площадке стать прямым поставщиком для селлеров и корпоративных клиентов. Запланирован выход за год на оборот в 100 млн руб.

Ранее крупные тепличные хозяйства в основном работали через офлайн-каналы и оптовые базы. При этом, по оценке платформы, доля онлайн-продаж ежегодно растет и уже составляет более 25% от общего числа покупок.



Источник:

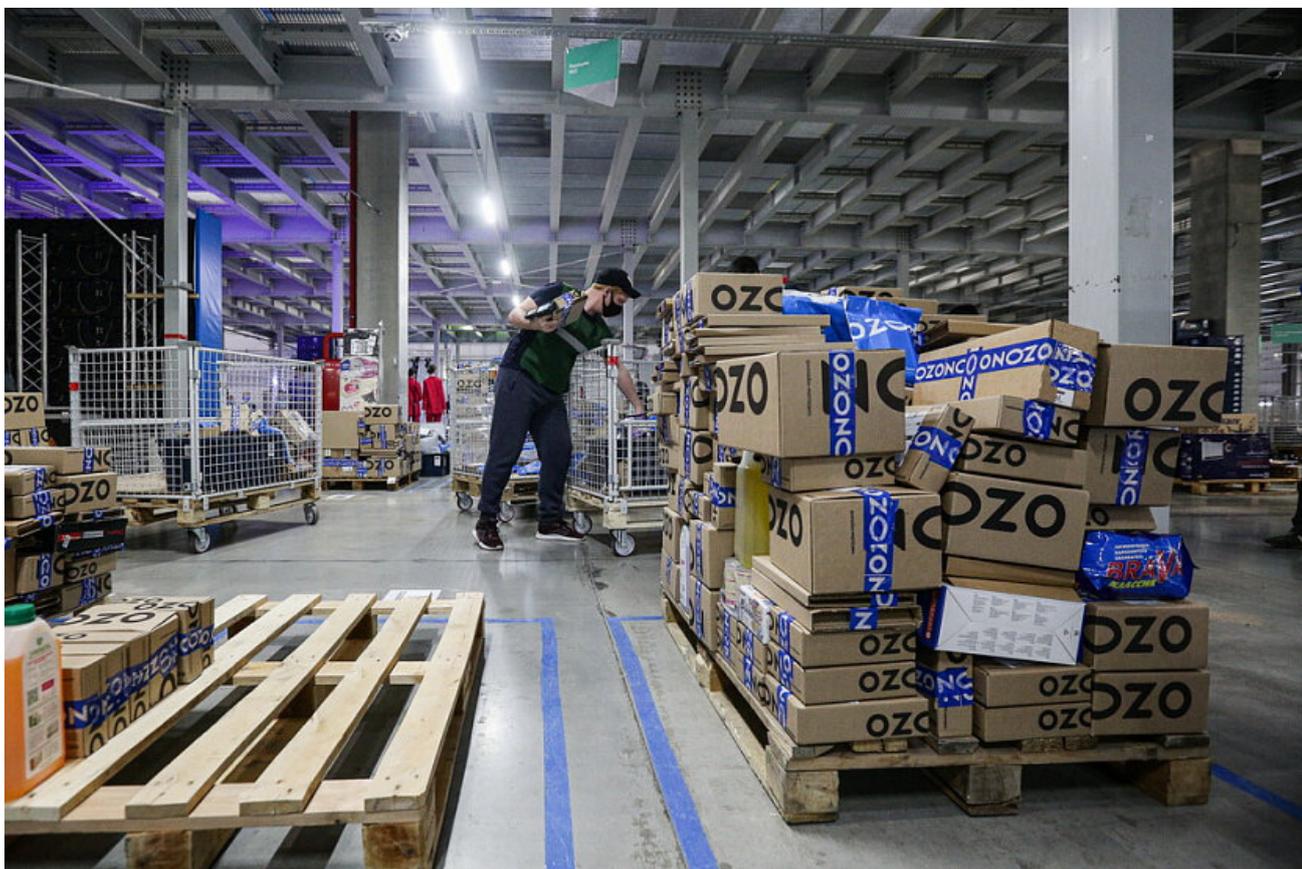
[Flowwow запускает оптовые продажи цветов от производителей](#)

Площадь складской инфраструктуры Ozon превысила 5 млн кв. м

Corp.ozon.ru, 02.03.2026

/новость

Логистическая инфраструктура Ozon по итогам 2025 года включает в себя 50 фулфилмент-центров и более 150 хабов доставки в стране и за рубежом. Площадь складских объектов увеличилась более чем на треть год к году, превысив 5 млн кв. м по полу.



Ежедневно осуществляется 55 млн операций с товарами (+80% год к году). В доставку до клиентов или в ПВЗ передается более 23 млн отправок – почти на 65% больше год к году.

В 2025 году Ozon открыл крупные фулфилмент-центры в Республике Дагестан, Республике Адыгея, Ростовской области и Красноярском крае. Общая площадь первых очередей логистических объектов составила 160 тыс. кв. м по полу, а обработать на них можно до 900 тыс. заказов в сутки.

За год сеть ПВЗ маркетплейса увеличилось на 40% – до 84 тыс. пунктов. Почти половина находятся в городах и селах с населением до 50 тыс. человек. Компания доставила их жителям каждый третий заказ.

Источник:

[Площадь складской инфраструктуры Ozon превысила 5 млн кв.м.](#)

Wildberries запускает коллаборацию с брендом Krivokoso

Т.ме, 02.03.2026

/НОВОСТЬ

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) запускает новое направление – коллаборации с брендами. Первым партнером стала марка аксессуаров ручной работы Krivokoso.



В лимитированную совместную коллекцию вошли две футболки, два обвеса и поднос для украшений. Товары доступны эксклюзивно на Wildberries в разделе WB Бренды.

Запуск направления коллабораций стал новым этапом развития категории одежды и аксессуаров. Также это следующий шаг к расширению имиджевой составляющей бренда Wildberries и усилению позиционирования платформы как экосистемы, объединяющей онлайн- и офлайн-форматы коммуникации. В планах – дальнейшее расширение направления.

Источник:

[Wildberries запускает первую совместную коллаборацию с брендом Krivokoso](#)

Весь мир:

Рост Shein в Европе замедляется

Ecommercenews.eu, 05.03.2026

/новость

Число европейских пользователей торговой платформы Shein продолжает расти, но уже не так быстро. За период с 1 августа 2025 года по 31 января в ЕС зафиксировано почти 156 млн «среднемесячных активных пользователей», что более чем на 10 млн больше, чем в период с февраля по июнь прошлого года. Общий рост замедлился, составив 6,9%. В предыдущем отчетном периоде темпы роста достигли 11,6%.

В Германии в среднем Shein привлекал 22,2 млн пользователей в месяц. По этому показателю страна занимает четвертое место, уступая Франции (28,2 млн), Испании (27,3 млн) и Италии (25,0 млн). Однако по доходам Германия на протяжении многих лет является ведущим европейским рынком для Shein.

В процентном отношении Shein показала самый быстрый рост в Бельгии, увеличив число пользователей на 16,2% до 4,6 млн. На относительно небольших рынках Мальты, Словении и Латвии число пользователей сократилось.



Источник:

[Brake on Shein's growth in Europe](#)

Общий оборот Ozon в Узбекистане вырос почти в 4 раза в 2025 г.

Uzdaily.uz, 03.03.2026

/новость

В Узбекистане число клиентов Ozon в 2025 году выросло почти в 3,5 раза, а общий оборот маркетплейса – почти в 4 раза по сравнению с предыдущим годом. Местные пользователи сделали почти в 5 раз больше заказов, чем годом ранее.

В Узбекистане компания развивает сортировочный центр в Ташкенте и активно расширяет сеть пунктов выдачи заказов, обеспечивая высокую скорость и доступность доставки для клиентов.

Ozon начал работу в Узбекистане в 2024 году.



Источник:

[Оборот Ozon в Узбекистане вырос почти в 4 раза в 2025 году](#)

Shopee обслужила около 400 млн активных покупателей в 2025 г.

Sea.com, 04.03.2026

/новость

Sea Limited сообщила, что ее платформа электронной коммерции Shopee (крупнейшая в Юго-Восточной Азии, Тайване и Бразилии) показала высокие результаты в 2025 году, что способствовало общему росту компании. Группа сообщила о чистой прибыли за IV кв. в размере \$410,9 млн, что на 72,9% больше, чем годом ранее, и о чистой прибыли за весь год в размере \$1,6 млрд.

За 2025 год Shopee обслужила около 400 млн активных покупателей и 20 млн продавцов. В IV кв. платформа обработала 4 млрд заказов, что на 30,5% больше, чем годом ранее, а валовая стоимость товаров (GMV) достигла \$36,7 млрд, увеличившись на 28,6%. За год объем заказов вырос на 27,2% до 13,9 млрд. GMV составил \$127,4 млрд, увеличившись на 26,8%.



Источник:

[Sea Limited Reports Fourth Quarter and Full Year 2025 Results](#)

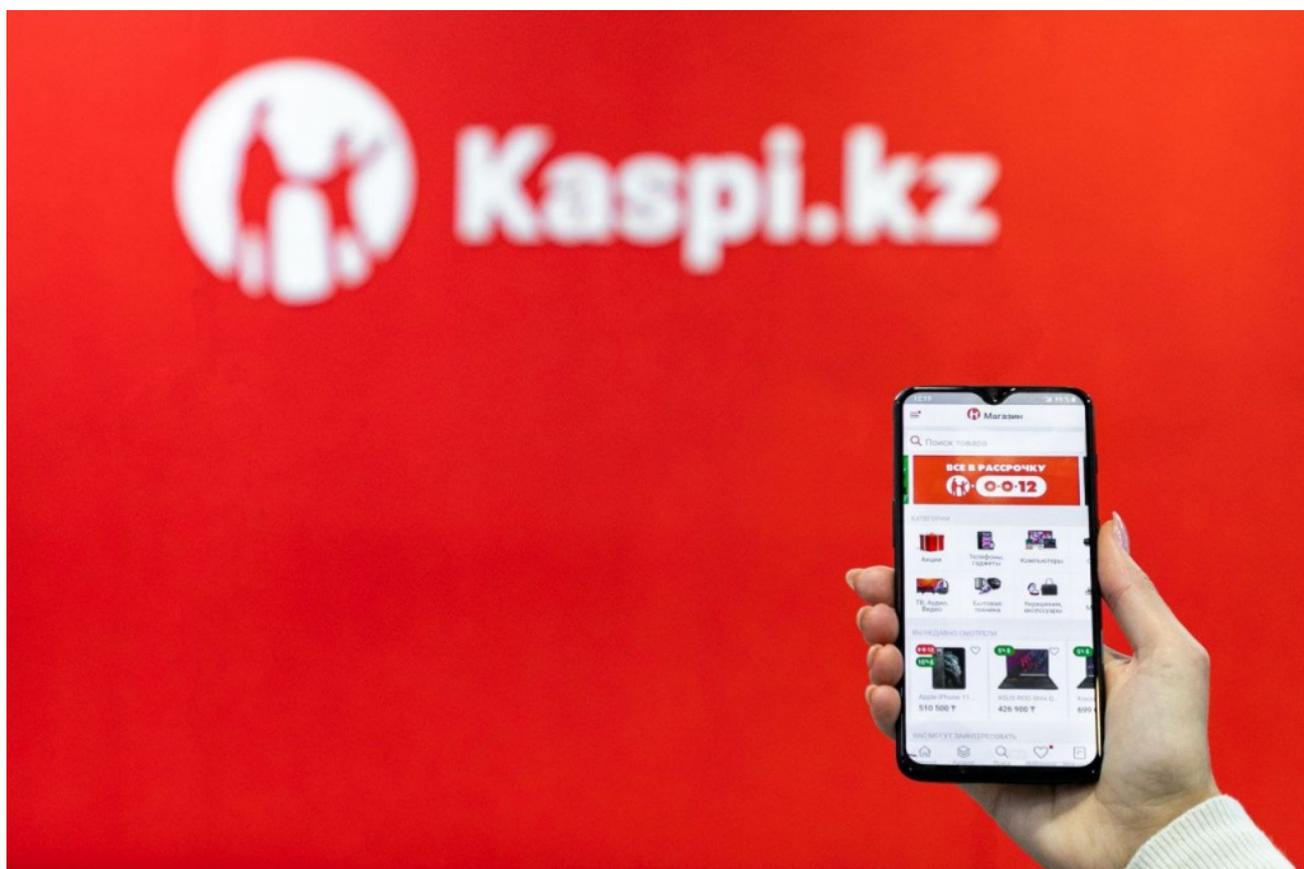
На маркетплейсе Kaspi число покупок выросло на 35% в 2025 г.

Kz.kursiv.media, 02.03.2026

/новость

На маркетплейсе Kaspi (Казахстан) количество покупок в IV кв. 2025 года увеличилось на 34%, а по итогам всего года – на 35%. Базовый GMV маркетплейса увеличился на 12% в IV кв. и на 19% за год. Базовая выручка выросла на 21% и 30% соответственно. Чистая прибыль маркетплейса снизилась на 7% в за квартал, а по итогам года выросла на 6%. Базовая чистая прибыль увеличилась на 1% и 14% соответственно.

В сегменте электронной коммерции базовый GMV прибавил 23% в IV кв. и 27% за год, а в eGrocery рост составил 43% и 53% соответственно. За квартал выручка сегмента выросла на 13% при росте валовой стоимости проданных товаров (GMV) на 3%. Рост поддержали сервисы Kaspi Delivery, Kaspi Advertising и Classifieds.



Источник:

[Kaspi.kz увеличил чистую прибыль на 10% и готов платить 850 тенге дивидендов за акцию](#)

ИКЕА в Китае внедряет беспилотные автомобили для доставки

Ingka.com, 02.03.2026

/новость

Китайское подразделение ИКЕА совместно с местным поставщиком провело тестирование беспилотных автомобилей, которые доставляют заказы покупателей со склада в магазин для самостоятельного получения, а также пополняют запасы товаров в магазине.



С начала тестирования и до настоящего времени автомобили успешно преодолели почти 75 600 км. Среднее время ожидания заказов с самовывозом сократилось с шести часов до двух. Для бизнеса транспортные расходы между магазинами ИКЕА сократились более чем на 50%.

Положительный результат побудил Ingka Group, крупнейшего франчайзи ИКЕА, внедрить эту услугу на постоянной основе в магазинах ИКЕА в Хэфэе. На основе данных и опыта, полученных в ходе тестирования, ИКЕА оценивает, на каких рынках эта инициатива будет наиболее выгодна, где законодательство и инфраструктура благоприятны. В Китае также в настоящее время проводится тестирование автономной доставки заказов покупателям.

Источник:

[Driving innovation – IKEA China adopts self-driving vehicles after successful pilot](#)

Влияние Shopify на мировую электронную коммерцию растет

Ecdb.com, 02.03.2026

/НОВОСТЬ

В 2025 году компания Shopify достигла валового объема продаж в размере \$378 млрд. Это на 29,3% больше, чем годом ранее. В настоящее время на ее долю приходится 6,2% мирового дохода от электронной коммерции.

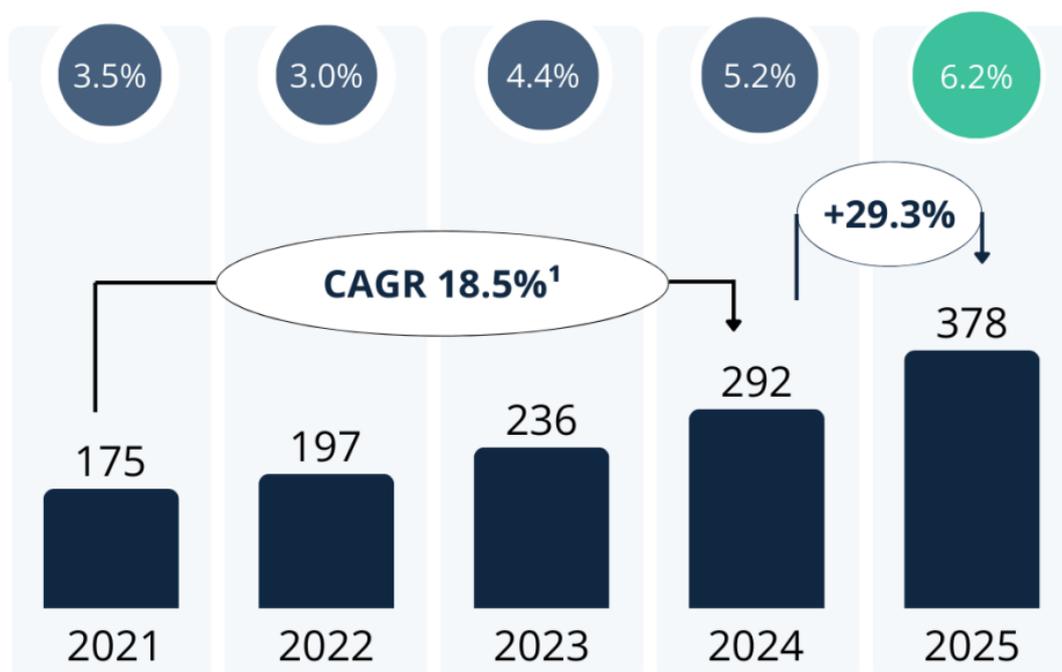
Особенно примечательно, что этот рост происходит в более зрелой среде электронной коммерции. Постпандемический всплеск нормализовался, но Shopify продолжает наращивать как объемы продаж, так и глобальную долю рынка. Такая траектория роста говорит о том, что концепция Shopify является устойчивой.

Несмотря на значимость Shopify для малого и среднего бизнеса, его рост, тем не менее, обусловлен продажами профессиональных/крупных компаний. Почти 90% продавцов на Shopify — это малые предприятия, но на их долю приходится менее 14% валового объема продаж.

Shopify Accounts for 6.2% of World E-Commerce Revenues in 2025

GMV (gross merchandise volume) development of Shopify and share of global e-commerce revenue, in US\$ billion

● Share of Global E-Commerce Revenue



Notes: (1) Compound annual growth rate.
Source: Shopify, ECDB.

ECDB

Источник:

[Shopify's Influence on Global E-Commerce Is Growing](#)



Подкасты и видео

КАКОГО

Кража фотографий на маркетплейсах (Ирина Терентьева, Фотобанк Лори)

В этом выпуске говорим про кражу фотографий на маркетплейсах, авторские права на фото и о том, почему фото для карточки товара сегодня безопаснее купить легально, чем скачать где попало.

Ирина Терентьева, основатель фотобанка Лори, объясняет, как устроен рынок изображений. Почему одни берут фото «из интернета», а другие покупают легально. И что суд реально принимает как доказательство в спорах об авторских правах.

Смотреть: [YouTube](#)

К!?

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Е-commerce Lazurit. Станислав Ильин

В гостях Станислав Ильин, исполнительный директор по электронной коммерции, Lazurit. Разговор о бизнесе Lazurit и текущей ситуации, о росте продаж в феврале, ключевых задачах екома, годовом отключении рекламы, фокусных направлениях развития и очень многом другом.

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
- развитию 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.