

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 10

09 Марта 2026 - 15 Марта 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 27,7 млн заказов выполнили интернет-аптеки в январе 2026 г.

Data Insight: Same day delivery как новая норма, Сергей Поздняков, Купер

М.Видео анонсировала запуск омниканальной платформы Retail Media

Яндекс создает подразделение транзакционного ИИ

Владислав Бакальчук назначен генеральным директором М.Видео

РББ расширила логистический комплекс Wildberries в Красном Бору

«Чиббис»: Спрос на доставку еды 8 марта побил рекорды

На Food.ru появился ИИ-помощник для подбора рецептов

Весь мир:

Выручка Zalando выросла на 16,8% в 2025 г.

Онлайн-продажи Inditex увеличились на 4,8% по итогам 2025 г.

Компания Divan.ru заморозила производство мебели в Узбекистане

Uzum привлек более \$130 млн инвестиций

Выручка JD.com выросла на 13% в 2025 г.

ЕСДВ: Азия лидирует по темпам роста трансграничной e-commerce

78% европейских интернет-пользователей покупали онлайн в 2025 г.

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 27,7 млн заказов выполнили интернет-аптеки в январе 2026 г.

Datainsight.ru, 11.03.2026

/новость

Data Insight представляет **новый выпуск** ежемесячного ePharma-бюллетеня. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж аптечных товаров в eCommerce **за январь 2026 года**. 2 первых выпуска — бесплатно, их можно получить, [заполнив форму](#).

ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России | январь 2026 (#02_2026)

1.1. Количество онлайн-заказов за месяц



27,7 млн

в январе



-7%

к декабрю



20%

к январю 2025

В среднем в сутки **892 тыс. заказов** (-7% к декабрю 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 январе 2026 года интернет-аптеки выполнили 27,7 млн заказов, что на 7% ниже, чем в декабре 2025 года и на 20% больше, чем в январе 2025 года. Среднесуточное количество заказов составило 892 тыс., что на 7% меньше, чем в декабре, но выше, чем в любой предыдущий месяц в истории рынка;
- Географическая концентрация рынка ePharma ниже, чем в других категориях eCommerce: на два столичных макрорегиона (Москва и Петербург с областями) приходится лишь 36% всех заказов;
- Лидерами по проникновению ePharma являются два дальневосточных региона — Хабаровский край, Приморский край. Их доля в объеме заказов в 2,0–2,2 раза превышает их долю в интернет-аудитории;

Получить 2 выпуска бесплатно

Условия подписки

Источник:

ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России, январь 2026



Data Insight: Same day delivery как новая норма, Сергей Поздняков, Купер

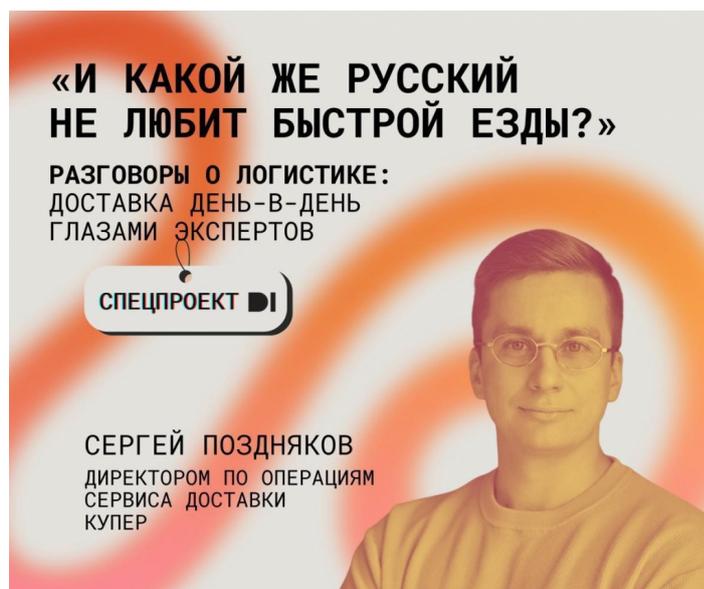
Datainsight.ru, 09.03.2026

/НОВОСТЬ

Сергей Семко, ведущий аналитик Data Insight, в рамках проекта **«Разговоры о логистике: доставка день-в-день глазами экспертов»** поговорил с **Сергеем Поздняковым**, директором по операциям сервиса доставки Купер.

Сергей, как вы сегодня видите место Купера в экосистеме доставки – с учётом e-grocery, доставки еды и непродовольственных товаров?

Сегодня Купер – это логистический партнёр ритейлеров, который соединяет спрос на быстрые покупки с возможностями торговых сетей. Мы берём на себя значительную часть логистической нагрузки и инвестируем в технологии, которые позволяют ритейлерам масштабировать доставку внутри дня без потери качества. Речь идёт прежде всего о развитии систем прогнозирования спроса и маршрутизации. Это позволяет делать логистические цепочки более устойчивыми и экономически оправданными. Благодаря новой ML модели в нашем сервисе в 2025 году стало возможным снижение стоимости для клиентов на 20%.



Интервью с Сергеем Поздняковым, директором по операциям сервиса доставки Купер

Источник:

[Same day delivery как новая норма | Сергей Поздняков](#)

М.Видео анонсировала запуск омниканальной платформы Retail Media

Mvideoeldorado.ru, 13.03.2026

/новость

М.Видео создаст собственную омниканальную платформу ритейл-медиа – экосистему рекламных инструментов, объединяющую онлайн-площадки, офлайн-магазины, CRM-коммуникации и медийные форматы.

Решение по инвестициям в развитие ритейл-медиа мотивировано активным расширением ассортимента и запуском новых категорий, таких как автомобили, мебель, товары для дома и пр. Инструменты площадки будут доступны как крупным брендам, так и селлерам.

«Развитие Retail Media является ключевым этапом трансформации М.Видео в мультикатегорийный маркетплейс», – отмечает директор по маркетингу М.Видео Андрей Скачек. В 2025 году рынок Retail Media в России составил 891 млрд руб., при этом отечественные площадки росли в 4 раза быстрее общемировых темпов. В компании видят в этом потенциал для создания дополнительного GMV и повышения операционной эффективности.



Источник:

[М.Видео анонсировала запуск омниканальной платформы Retail Media для брендов и селлеров собственного маркетплейса](#)

Яндекс создает подразделение транзакционного ИИ

Yandex.ru, 13.03.2026

/новость

Яндекс запускает подразделение, которое займется развитием транзакций в Алисе. В чате с ассистентом можно будет оформить услуги, забронировать путешествие, купить билеты на мероприятие или заказать товары.



Команда создаст платформу, которая сделает возможной проведение транзакций внутри ИИ-ассистента. Подразделение будет развивать пользовательские сценарии для выбора, бронирования и оплаты товаров и услуг, а также помогать продавцам.

Новую структуру возглавит Роман Маресов, который в последние годы курировал еком- и фудтех-направления в Яндексе. Он также останется руководителем Яндекс Маркета.

По оценке компании, рынок онлайн-транзакций к 2030 году превысит 30 трлн руб. Из них 10% придется на покупки внутри ИИ-ассистентов.

Источник:

[Яндекс создает подразделение транзакционного ИИ](#)

Владислав Бакальчук назначен генеральным директором М.Видео

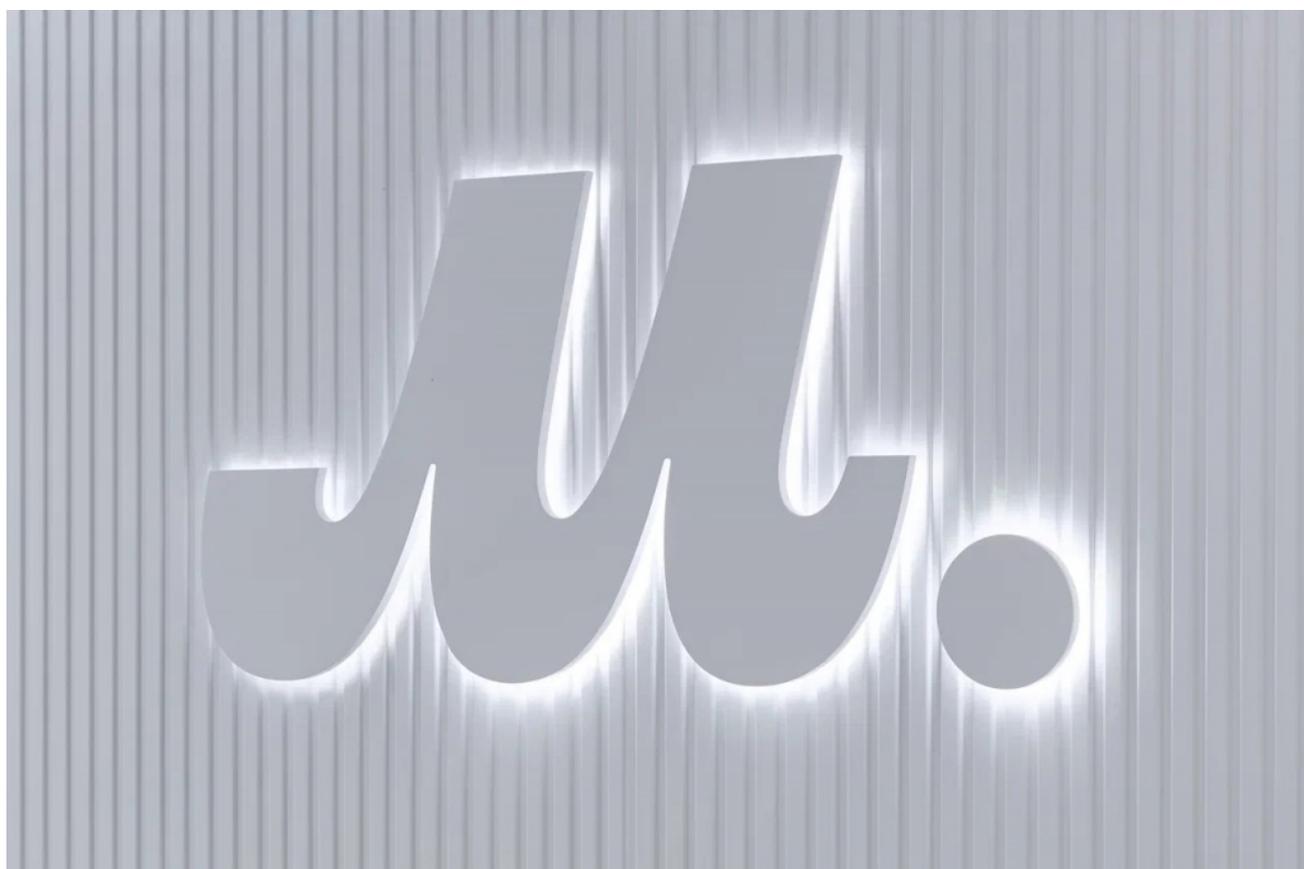
Mvideoeldorado.ru, 13.03.2026

/новость

Совет директоров М.Видео избрал Феликса Либа председателем и назначил Владислава Бакальчука генеральным директором компании.

Феликс Либ с февраля 2025 года работал генеральным директором ПАО «М.видео». Владислав Бакальчук с августа 2025 года являлся главным исполнительным директором компании.

«Моя цель – трансформировать М.Видео в универсальную мультикатегорийную платформу. Мы опираемся на сильный бренд, федеральную розничную сеть и 80-миллионную клиентскую базу. В фокусе – рост эффективности, развитие цифровых каналов и дальнейшее масштабирование маркетплейса», – прокомментировал Владислав Бакальчук.



Источник:

Совет директоров Компании «М.Видео» избрал Феликса Либа председателем и назначил Владислава Бакальчука генеральным директором Компании

РВБ расширила логистический комплекс Wildberries в Красном Бору

Forbes.ru, 13.03.2026

/НОВОСТЬ

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) запускает в Красном Бору (Ленинградская область) вторую очередь логистического комплекса WB. Она начнет функционировать в ближайшее время.



В рамках второй очереди компания ввела в эксплуатацию 59 000 кв. м. Таким образом, общая площадь логистического центра составляет 154 000 кв. м. Расширение складских мощностей позволит вместить более 57 млн единиц товара. В операционной зоне комплекса будет установлено современное оборудование.

Логистический центр в Красном Бору станет важной инфраструктурной точкой компании для всего Северо-Западного федерального округа: объект продолжит связывать соседние регионы с другими частями страны.

Объединенная компания Wildberries & Russ управляет более чем 205 логистическими объектами общей площадью свыше 4,7 млн кв. м.

Источник:

[РВБ запускает вторую очередь логистического комплекса WB в Ленинградской области](#)

«Чиббис»: Спрос на доставку еды 8 марта побил рекорды

Media.chibbis.ru, 12.03.2026

/новость

По данным сервиса «Чиббис», число заказов еды 8 марта достигло 33 300 – на 18% больше, чем в День всех влюбленных (14 февраля) и на 28% выше показателей 8 марта 2025 года. А число отмен оказалось вдвое ниже, чем год назад.

Наибольший скачок продемонстрировала Москва с ростом числа заказов на 83% (при среднем +18% по сервису). В Оренбурге показатель вырос на 42%, в Самаре – на 36%.

Праздничный ужин в среднем по стране стоил 1861 руб. – на 14% больше, чем в прошлом году. Среднее время доставки 8 марта было на 10–20 минут дольше обычного. Пик заказов пришелся на вечер: около 30% из них были сделаны с 16:00 до 19:00.



Источник:

[Число заказов готовой еды на 8 марта установило рекорд и обошло февральские праздники](#)

На Food.ru появился ИИ-помощник для подбора рецептов

Companies.rbc.ru, 09.03.2026

/новость

Медиаплатформа Food.ru, входящая в X5 Медиа, запустила ИИ-помощника для подбора рецептов исходя из персональных предпочтений пользователей. Инструмент реализован на собственной платформе ИИ-агентов.

ИИ-помощник понимает запросы, составленные неформальным языком, и находит подходящие блюда среди более чем 164 тыс. рецептов. Сервис доступен всем пользователям в веб-версии и мобильном приложении Food.ru на Android и iOS.

В планах – развитие сервиса в тесной интеграции с торговыми сетями «Пятерочка» и «Перекресток», чтобы сделать процесс заказа продуктов по списку ингредиентов бесшовным. Помощник, исходя из заданного бюджета, пищевых ограничений и других параметров, сможет формировать корзину с учетом того, что пользователь готов приготовить самостоятельно, а что заказать в виде готовой продукции.



Источник:

[На Food.ru появился ИИ-помощник для персонализированного поиска рецептов](#)

Весь мир:

Выручка Zalando выросла на 16,8% в 2025 г.

Corporate.zalando.com, 12.03.2026

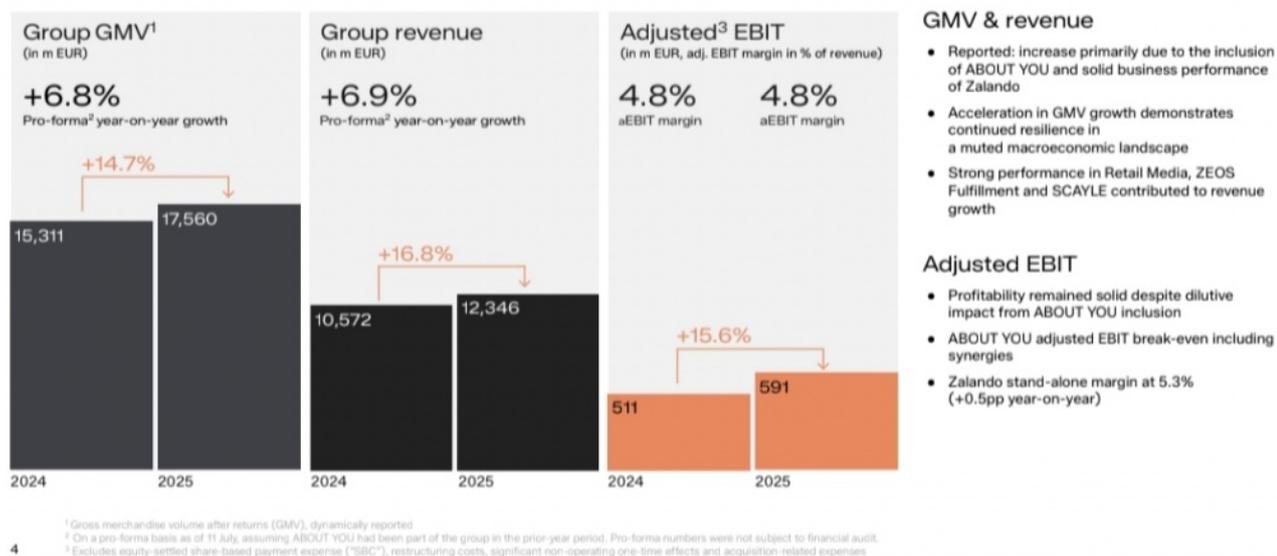
/новость

Общий объем продаж Zalando в 2025 году вырос на 14,7% до 17,6 млрд евро, выручка — на 16,8% до 12,3 млрд евро. Скорректированная прибыль до вычета процентов и налогов (EBIT) увеличилась на 15,6% до 591 млн евро.

В 2025 году Zalando использовала искусственный интеллект для повышения эффективности и производительности всего своего бизнеса. Компания всего за один год увеличила объем контента, генерируемого с помощью ИИ, почти с нуля до 90%, сократив время создания кампании с шести недель до нескольких дней и увеличив выпуск контента на 70%.

После приобретения компании ABOUT YOU Zalando добилась исключительного прогресса в достижении синергии и целевых показателей для достижения заявленного годового оборота в 100 млн евро к 2028 году — на год раньше, чем планировалось изначально.

Group: We delivered on our guidance with growth in all business segments



Источник:

Zalando delivers strong 2025 results, expects further acceleration in 2026 through scaling AI innovations and announces a share buy-back of up to 300 million euros

Онлайн-продажи Inditex увеличились на 4,8% по итогам 2025 г.

Inditex.com, 11.03.2026

/НОВОСТЬ

Объем продаж Inditex в 2025 году вырос на 3,2% и достиг 39,9 млрд евро, что свидетельствует об удовлетворительной динамике в магазинах и онлайн. Продажи были положительными во всех географических регионах.

Онлайн-продажи выросли на 4,8% и достигли 10,7 млрд евро. Интеграция розничных и онлайн-операций позволила обеспечить бесперебойный глобальный омниканальный опыт.

С середины декабря Zara Try-on делает более удобным процесс примерки, генерируя изображения с помощью искусственного интеллекта. Это виртуальная система примерки позволяет покупателям создавать синтетический аватар из своих фотографий и генерировать изображения этого аватара в реальных товарах. В настоящее время система внедрена на 43 рынках и насчитывает более 7 млн сессий. Она работает исключительно на Zara.com и постепенно внедряется в других торговых точках.



Источник:

[FY2025 Results](#)

Компания Divan.ru заморозила производство мебели в Узбекистане

Spot.uz, 11.03.2026

/новость

Российская мебельная компания Divan.ru заморозила свое производство в Узбекистане, [рассказал](#) в интервью Forbes Russia основатель компании Антон Макаров. Однако, по его словам, Ташкент — «очень классный рынок» с точки зрения роста потребления.

«Ну, Узбекистан мы не посилили, не смогли, поэтому [из стран присутствия] остались Россия, Казахстан и Беларусь. Мы заморозили производство (в том числе террасной мебели — прим. Spot) в Узбекистане. Мы это все перекинули в Россию. Мы не справились», — отметил Антон Макаров.

В ноябре 2023 года мебельная компания Divan.uz начала работать в Узбекистане. Сначала был запущен сайт divan.uz, а затем открылись первые шоурумы в Ташкенте.



Источник:

[«Мы не справились»: российская Divan.ru заморозила производство мебели в Узбекистане](#)

Uzum привлек более \$130 млн инвестиций

Uzum.com, 10.03.2026

/новость

Цифровая экосистема Uzum привлекла более \$130 млн в рамках стратегического инвестиционного раунда. Оценка Uzum до привлечения инвестиций (pre-money) составила \$2,3 млрд.

Ведущим инвестором выступил суверенный инвестиционный фонд Султаната Оман, также в раунде финансирования приняли участие текущие инвесторы компании: VR Capital, Tencent и FinSight Ventures.

Привлеченные средства будут направлены на дальнейшее развитие электронной коммерции и финтех-сервисов, а также на расширение технологической инфраструктуры и повышение доступности современных цифровых услуг для жителей всех регионов страны.



Источник:

[Uzum привлек более \\$130 млн инвестиций от суверенных структур Омана](#)

Выручка JD.com выросла на 13% в 2025 г.

Ir.jd.com, 09.03.2026

/НОВОСТЬ

За IV кв. 2025 года чистая выручка JD.com составила 352,3 млрд юаней (\$50,4 млрд), что на 1,5% больше, чем в аналогичном квартале 2024 года.

Чистый убыток, приходящийся на обыкновенных акционеров компании, составил 2,7 млрд юаней (\$0,4 млрд) по сравнению с чистой прибылью в размере 9,9 млрд юаней за IV кв. 2024 года. Разводненный чистый убыток на одну ADS составил 2,07 юаня (\$0,29).

За 2025 год чистая выручка выросла на 13% до 1 309,1 млрд юаней (\$187,2 млрд).

Чистая прибыль, приходящаяся на обычных акционеров компании, составила 19,6 млрд юаней (\$2,8 млрд) по сравнению с 41,4 млрд юаней за весь 2024 год. Разводненная чистая прибыль на одну ADS составила 12,90 юаней (\$1,84).

Источник:

[JD.com Announces Fourth Quarter and Full Year 2025 Results, and Annual Dividend](#)



ECDB: Азия лидирует по темпам роста трансграничной e-commerce

Ecdb.com, 10.03.2026

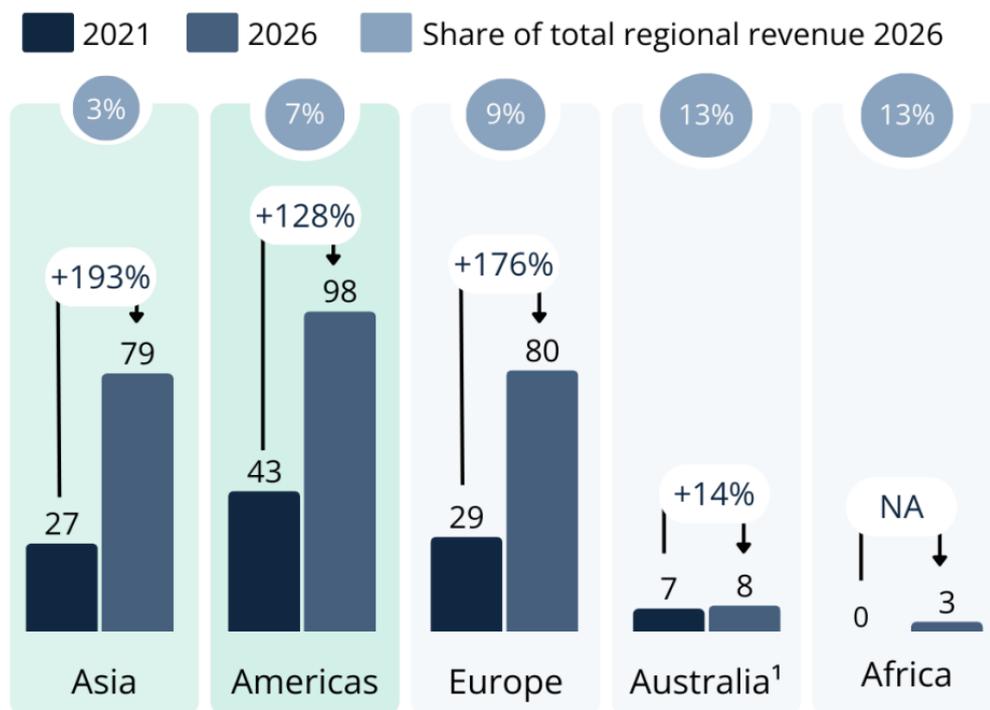
/исследование

Трансграничная электронная коммерция — один из наиболее быстрорастущих сегментов глобальной цифровой розничной торговли. Всего пять лет назад доходы от трансграничной торговли в разных регионах мира были втрое ниже, чем сейчас.

- Северная и Южная Америка продолжают лидировать по объему товара в рамках кросс-бордера. В 2021 году рынок трансграничной электронной коммерции в этой части мира составил \$43 млрд. К 2026 году цифра увеличится на 128%.
- Трансграничная выручка Азии с 2021 года выросла на 193% и достигнет \$79 млрд в 2026 году.
- Европа занимает срединное место на глобальной карте трансграничных продаж, обладая вторым по величине показателем роста (+176%) и объемом трансграничных продаж в \$80 млрд.

Cross-Border GMV Highest in Americas, Asia Grows Fastest With 193%

Global cross-border e-commerce revenue (imports between countries within region) in US\$bn



Note: (1) Australia & Oceania
Source: ECDB.

ECDB

Источник:

Cross-Border E-Commerce Booms: Asia Leads Growth, Americas Hold Top Value



78% европейских интернет-пользователей покупали онлайн в 2025 г.

Ecommercenews.eu, 09.03.2026

/исследование

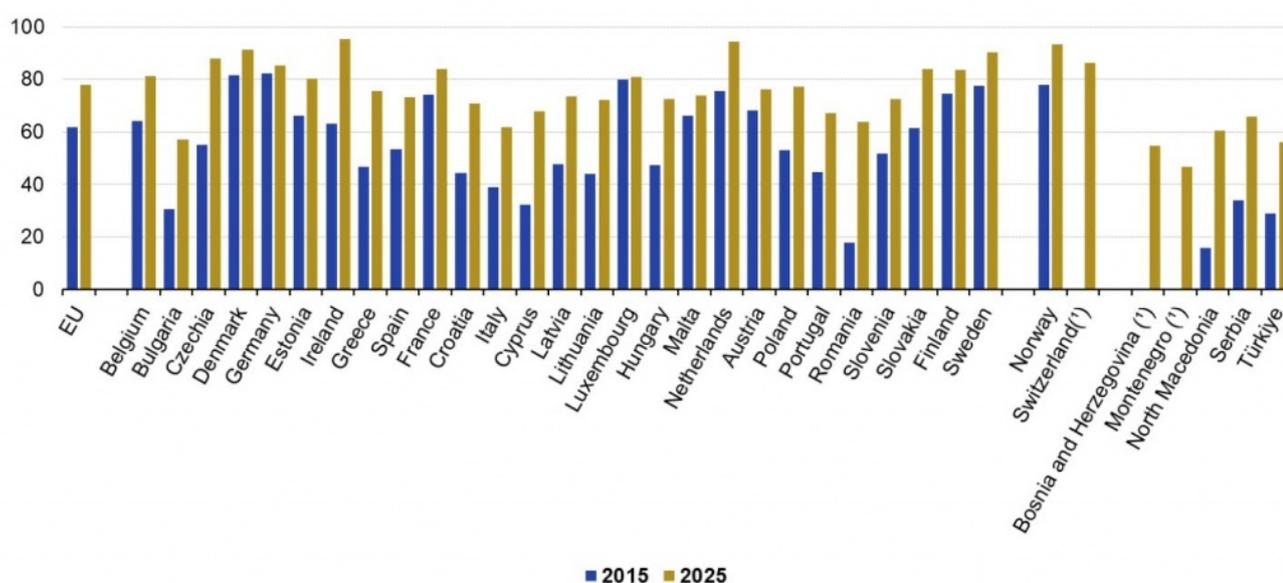
По данным Eurostat, в прошлом году 94,5% всех жителей Европейского союза пользовались интернетом (по сравнению с 93,7% в 2024 году). Из них 77,8% совершали покупки онлайн, что более чем на 1 п.п. выше, чем годом ранее (76,6%).

Согласно новым данным, электронная коммерция наиболее глубоко укоренилась в Ирландии: 95,3% интернет-пользователей страны совершают покупки онлайн.

Число онлайн-покупателей в Румынии выросло больше всего среди всех стран ЕС. Десять лет назад только 18% интернет-пользователей совершали покупки онлайн; в прошлом году этот показатель составил почти 64% (рост на 46 п.п.).

Internet users who bought or ordered goods or services for private use in the previous 12 months, EU, 2015, 2025

(% of individuals who used internet within the last year)



Источник:

[78% of European internet users bought online in 2025](#)



Подкасты и видео

КАКОГО

Фёдор Вирин — как маркетплейсы меняют моду в России

Почему рынок одежды вроде растёт, но это не всегда настоящий рост?
Как маркетплейсы меняют fashion-рынок и покупательские привычки?
Почему половину одежды в России уже покупают онлайн?

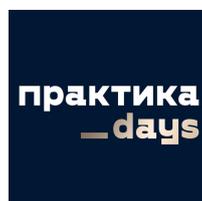
K!?

Смотреть: [YouTube](#)

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как дела у giper.fm, крупнейшего селлера бытовой техники и электроники на маркетплейсах

В гостях Максим Плаксин – founder & CEO компании giper.fm, крупнейшего селлера бытовой техники и электроники на маркетплейсах. Разговор о том, как компания развивается последние годы, о прямых продажах, маркетплейсах и деталях работы с ними, о брендах, кредитах, офлайне, оргструктуре и многом другом.



Смотреть: [RuTube](#) | [YouTube](#) | [VK Video](#)

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

Артемий Лебедев

Владислав Бакальчук – Самый хороший подкаст

Генеральный директор М.Видео Владислав Бакальчук дал интервью Артемию Лебедеву и рассказал о трансформации компании, развитии онлайн-продаж и будущем маркетплейсов.



Смотреть: [VK Video](#)

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.