

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 11

16 Марта 2026 - 22 Марта 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рынок маркетплейсов: динамика и ориентиры на 2026

Data Insight: Последняя миля eCommerce 2025: объем и каналы

Яндекс Маркет запустил новый раздел «Сделано в России»

WB Кошелек стал доступен для оплаты товаров в офлайн-магазинах

Маркетплейс М.Видео начал продавать одежду и аксессуары

«Т-Технологии» покупают у Яндекса бизнес Авто.ру

Ozon запустит подписку для управления отзывами

Онлайн-продажи Fix Price в России увеличились на 12% в 2025 г.

«ВинЛаб» запустил ритейл-медиа на своей онлайн-платформе

Ozon открывает в Нижнем Новгороде крупный фулфилмент-центр

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba выросла на 2%

Zalando внедряет на складах роботов с ИИ

Amazon инвестирует более €5 млрд в Польшу

Wildberries запустила в Узбекистане рассрочку до 12 месяцев

JD.com представила платформу Joybuy в шести европейских странах

Тему быстро развивается в Испании и Италии



Россия:

Data Insight: Рынок маркетплейсов: динамика и ориентиры на 2026

Datainsight.ru, 19.03.2026

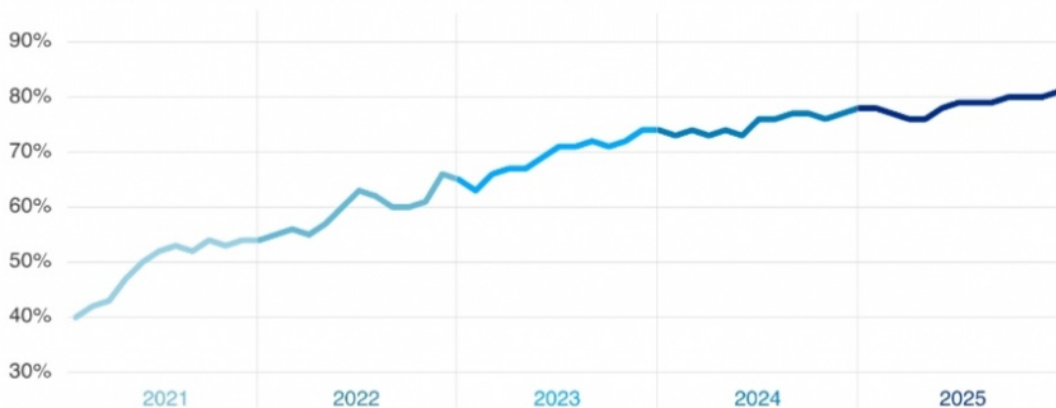
/НОВОСТЬ

26 февраля партнер Data Insight, **Фёдор Вирин**, выступил на конференции «**Селлеры и маркетплейсы 2026**» с докладом «**Рынок маркетплейсов: динамика и ориентиры на 2026**».

Основные выводы:

- Рынок eCommerce в 2025 году показал рост примерно на 20% в заказах. Несмотря на то, что кризисные явления (проблемы с цепочками поставок, доступностью кредитов) сохраняются, рынок продолжает расширяться, хотя и неравномерно в разных сегментах.
- Лидеры рынка и «дистракторы». Wildberries и Ozon остаются ключевыми игроками. Независимый eCommerce начинает сжиматься за счёт закрытия старых магазинов, не адаптировавшихся к новым условиям. Основную конкуренцию маркетплейсам начинают составлять игроки сегмента Food, которые активно растут и отыгрывают долю рынка.
- Кризис бизнес-подходов. 2026 год характеризуется тем, что старые системы работы перестали приносить результат: простое увеличение объемов производства или сокращение издержек больше не работают. Требуется поиск принципиально новых моделей.

Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов



С учетом Ozon Fresh, без учета кроссбордера
Источник: данные Data Insight, февраль 2025 (предварительные оценки)



8

Источник:

Рынок маркетплейсов: динамика и ориентиры на 2026



Data Insight: Последняя миля eCommerce 2025: объем и каналы

Datainsight.ru, 18.03.2026

/новость

Data Insight представляет оценку рынка логистики для электронной торговли в России за 2025 год.

Здесь вы видите данные за полгода, а для получения более подробных ежемесячных отчетов можно **оформить подписку**.

Основные выводы:

- Российский рынок онлайн-торговли с доставкой в 2025 году достиг 7,7 млрд посылок, прибавив 24,9% год к году — рынок продолжает быстро расти.
- Почти весь объем приходится на внутрироссийские отправления: 7,43 млрд посылок, или 96,4% рынка.
- Ключевую роль играют собственные службы магазинов — на них приходится 91,2% всех посылок, то есть рынок всё сильнее уходит в сторону логистики, контролируемой самими платформами и ритейлерами.

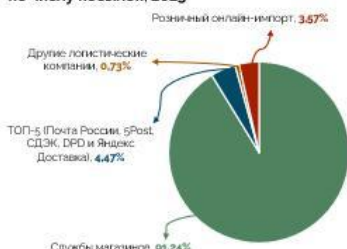
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ С ДОСТАВКОЙ ЗА 2025

Data Insight

Рынок онлайн-торговли с доставкой — одно из приоритетных направлений оценки для Data Insight, мы создаём исследования для этого рынка с 2015 года. Оценивая рынок логистики, мы видим как меняется интернет-торговля, видим новые тренды и изменения предпочтений в логистических услугах как интернет-магазинов, так и покупателей.

Каналы доставки	Количество посылок за 2025, млн шт.	Динамика количества посылок в 2025 к 2024	Доля посылок разных категорий от общего количества, 2025
Весь рынок	7 702,3	24,9%	100,0%
Внутрироссийские посылки (доместик)	7 427,7	23,8%	96,4%
<i>В2С посылки</i>	7 268,9	24,1%	94,4%
ТОП-5 (Почта России, 5Post, СДЭК, DPD и Яндекс Доставка)	344	-1,7%	4,5%
Другие логистические компании	55,9	-13,9%	0,7%
Службы магазинов	7 027,9	25,8%	91,2%
<i>Wildberries и Ozon</i>	6 479,1	28,3%	84,1%
<i>другие площадки</i>	548,7	2,8%	7,1%
Розничный онлайн-импорт	274,6	64,7%	3,6%

Сегменты рынка онлайн-торговли с доставкой по числу посылок, 2025



© ООО «Дейта Инсайт», 2026

Методика

Оценка основана на данных от логистических компаний, онлайн-ритейлеров, а также данных компании Data Insight по числу отправок на рынке электронной коммерции.

В оценке рынка учтены продажи материальных товаров российскими интернет-магазинами через сайты и мобильные приложения, а также продажи магазинов на диване, MLM-компаний и 3PL-доставки на рынке С2С-продаж.

Данные не включают продажи готовой еды и С2С-продажи с передачей товара непосредственно от продавца покупателю.

Получайте более подробные отчеты ежемесячно на вашу почту.

Для этого оформите подписку [по ссылке](#).

Ежемесячный бюллетень Data Insight «Российский рынок онлайн-торговли с доставкой» показывает динамику e-commerce в непродовольственных категориях по месяцам: объёмы, темпы, сезонные колебания. Это логичное, расширенное продолжение отчёта «Рынок логистики для интернет-магазинов» и опирается на обновлённую, уточнённую модель оценки.

Отчёт полезен компаниям, которые сверяют текущие результаты с годовой стратегией и оперативно корректируют планы. Материал ориентирован на онлайн-ритейлеров, службы доставки, транспортные и сервисные компании — тех, кому нужна фактическая картина рынка в поквартальном горизонте с детализацией по месяцам для стратегических и тактических решений.

Источник:

Последняя миля eCommerce 2025: объем и каналы

Яндекс Маркет запустил новый раздел «Сделано в России»

Retail.ru, 20.03.2026

/новость

Яндекс Маркет запустил новый раздел с товарами отечественных производителей «Сделано в России». Перейти в него можно через каталог на сайте и в приложении.



Внутри витрины находятся четыре региональных подраздела: «Сделано в Томской области», «Сделано на Кубани», «Сделано в Удмуртии» и «Сделано в Тюменской области». Их ассортимент будет постепенно расширяться – производителям необходимо будет подтвердить свое локальное производство.

Запуск витрины является частью работы Маркета по поддержке и продвижению отечественных продавцов. Ранее маркетплейс провел городские офлайн-фестивали с участием локальных брендов товаров для дома «Маркет Маркета».

Источник:

[Яндекс Маркет запустил раздел «Сделано в России»](#)

WB Кошелек стал доступен для оплаты товаров в офлайн-магазинах

Forbes.ru, 20.03.2026

/новость

Предприниматели могут подключить прием платежей через WB Кошелек на кассах «Эвотор». Отмечается, что это позволит бизнесу сократить издержки, особенно при большом количестве транзакций.

Покупателям WB Кошелек позволяет расплачиваться смартфоном за покупки в офлайн-магазинах без использования карты. Необходимо открыть приложение Wildberries, показать продавцу уникальный QR-код и подтвердить оплату.

В будущем за такие расчеты покупатели смогут получать бонусные баллы Wildberries – Ягодки. Ими можно расплачиваться за последующие заказы на маркетплейсе по курсу 1 ягодка = скидка 1 рубль.

Источник:

[WB Кошелек стал доступен для оплаты покупок в офлайн-магазинах](#)



Маркетплейс М.Видео начал продавать одежду и аксессуары

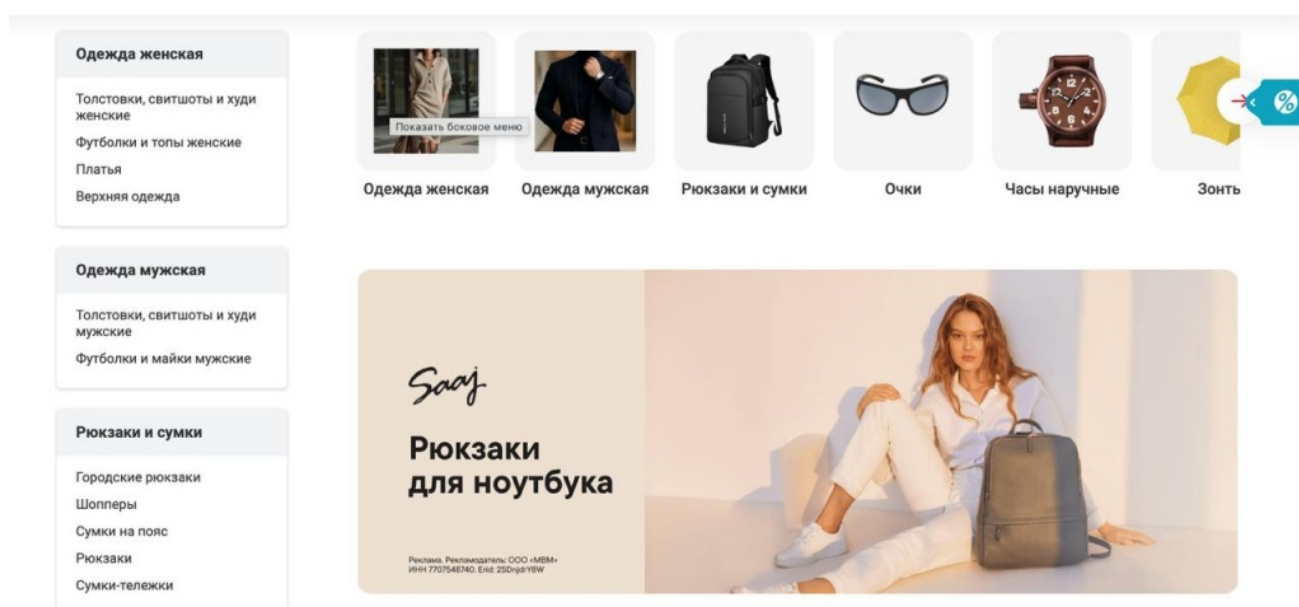
Mvideoeldorado.ru, 18.03.2026

/новость

М.Видео запустила на маркетплейсе новую категорию – одежда и аксессуары. Выход в fashion-сегмент отражает стратегию компании по развитию мультикатегорийной платформы и усилению присутствия в повседневных покупательских сценариях.

«Мы хотим, чтобы человек мог зайти на нашу площадку и собрать все – от наушников до платьев, от кофемашины до куртки», – комментирует генеральный директор М.Видео Владислав Бакальчук. По его мнению, одежда станет одной из ключевых точек роста маркетплейса.

Новая категория формируется как полноценное направление. Основной фокус сделан на наиболее востребованных сегментах, формирующих регулярный спрос. По мере подключения новых продавцов ассортимент будет расширяться.



Источник:

[М.Видео впервые выходит в сегмент одежды: компания запустила новую категорию на маркетплейсе](#)

«Т-Технологии» покупают у Яндекса бизнес Авто.ру

Yandex.ru, 18.03.2026

/новость

Яндекс заключил соглашение о продаже Авто.ру – новым владельцем станет «Т-Авто», входящий в группу «Т-Технологии». Сделка будет закрыта в течение нескольких месяцев после получения необходимых одобрений, ее сумма составит 35 млрд руб.



К «Т-Авто» перейдут все активы Авто.ру: сервис объявлений, B2B-платформа «Авто.ру Бизнес» и решение для цифрового автокредитования в дилерских центрах «eКредит». Авто.ру сохранит бренд, команду и продолжит развиваться как отдельный сервис.

Ключевой фактор дальнейшего роста Авто.ру – расширение спектра финансовых услуг для продавцов и покупателей и создание комплексных решений для автомобилистов. «Т-Технологии» обладают многолетним опытом в автокредитовании и страховании, располагают необходимой инфраструктурой и развивают собственные профильные сервисы.

Источник:

[Яндекс заключил соглашение о продаже Авто.ру](#)

Озон запустит подписку для управления ОТЗЫВАМИ

Retail.ru, 18.03.2026

/новость

Озон предложит продавцам новый инструмент — подписку для управления отзывами. Она поможет оперативно отреагировать на обратную связь покупателей.

Подписка объединит инструменты для системной работы с обратной связью покупателей и управления репутацией магазина. Продавцы смогут гибко управлять отображением комментариев. Для автоматизации работы с отзывами предусмотрена интеграция через Seller API. Кроме того, подписка включила аналитику отзывов на базе нейросети.

Инструмент станет доступен продавцам с 1 апреля. Стоимость в первый месяц составит 0,8% от стоимости каждого товара, проданного в период ее действия, далее — 1,3%. Продавцы с активной подпиской Premium Pro смогут оформить подписку со скидкой 50%.



Источник:

[Озон запустит подписку для управления отзывами](#)

Онлайн-продажи Fix Price в России увеличились на 12% в 2025 г.

Ir.fix-price.com, 17.03.2026

/НОВОСТЬ

Сеть Fix Price за 2025 год нарастила объем интернет-продаж в России на 12% по сравнению с 2024 годом. Средний чек онлайн-покупок составил 1188 руб.

Fix Price представлен на маркетплейсах Яндекс и Купер. Но в первую очередь компания развивает собственные сервисы. В 2025 году доля сайта и мобильного приложения в структуре общего онлайн-оборота увеличилась на 7 п.п.

Самовывоз остается наиболее востребованным способом получения онлайн-заказов через собственные сервисы. При этом число заказов с доставкой увеличилось более чем вдвое по сравнению с 2024 годом.

Регионы-лидеры по количеству онлайн-заказов товаров Fix Price в России – Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Ростовская и Свердловская области. В начале 2026 года сеть запустила доставку на Крайнем Севере и Дальнем Востоке.

Источник:

[Онлайн-продажи Fix Price в России выросли на 12% в 2025 году](#)



«ВинЛаб» запустил ритейл-медиа на своей онлайн-платформе

Corp.winelab.ru, 17.03.2026

/новость

«ВинЛаб» в партнерстве с Retail Rocket Group запускает медиа-платформу, открывающую доступ для продвижения товаров и сервисов компаний-партнеров.

Размещение доступно на сайте «ВинЛаб» и в мобильном приложении – на всех ключевых этапах. Партнеры могут запускать продвижение в форматах баннеров, товарных полок и закрепленных блоков. В дальнейшем планируется расширение возможностей.

Проект реализован на базе технологического решения Smart Placement Ads от Retail Rocket Group. Решение на основе ИИ в режиме реального времени анализирует предпочтения покупателей и показывает релевантные предложения.



Источник:

[«ВинЛаб» запустил ритейл-медиа на своей онлайн-платформе](#)

Оzon открывает в Нижнем Новгороде крупный фулфилмент-центр

Corp.ozon.ru, 16.03.2026

/новость

Оzon запустил в Канавинском районе Нижнего Новгорода новый фулфилмент-центр. Собственные инвестиции компании в оборудование и IT-инфраструктуру – 4,6 млрд руб.



С запуском первой очереди площадь склада составила более 40 тыс. кв. м по полу, а после ввода всех очередей превысит 100 тыс. кв. м. На первом этапе можно разместить более 10 млн товаров и обрабатывать до 180 тыс. заказов в день. После запуска всех очередей число товаров, которые можно хранить на складе, увеличится до 30 млн, а число обрабатываемых заказов превысит 780 тыс. в день.

Новый фулфилмент-центр дополнит существующую в регионе инфраструктуру Ozon. В области уже работают два логистических центра и два хаба доставки, а также действуют более 1,8 тыс. ПВЗ.

Источник:

[Ozon запускает крупный фулфилмент-центр в Нижнем Новгороде](#)

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba выросла на 2%

Alizila.com, 19.03.2026

/НОВОСТЬ

Общая выручка Alibaba Group за квартал, который завершился 31 декабря 2025 года, выросла на 2% и составила 284,8 млрд юаней (\$40,7 млрд), а без учета проданных предприятий рост составил 9%. Компания наращивает стратегические инвестиции в искусственный интеллект и облачные технологии и предпринимает последовательные шаги по реорганизации структуры.



Подразделение быстрой доставки продемонстрировало рост выручки на 56% за квартал. Оно продолжало улучшать экономические показатели и увеличивать среднюю стоимость заказа благодаря повышению эффективности логистики, оптимизации структуры заказов и высокому уровню удержания клиентов.

Alibaba China E-commerce Group зафиксировала рост на 6% до 159,3 млрд юаней (\$22,8 млрд), сохранив конкурентоспособность благодаря устойчивому росту числа пользователей. Приложение Taobao продемонстрировало двузначный рост числа ежемесячно активных пользователей в годовом исчислении за квартал.

Alibaba International Digital Commerce Group значительно сократила убытки по сравнению с аналогичным периодом прошлого года благодаря сочетанию оптимизации логистики и повышения эффективности инвестиций.

Источник:

[Alibaba Reports Solid Progress in AI + Cloud on the Strength of Its Full-Stack Capabilities](#)



Zalando внедряет на складах роботов с ИИ

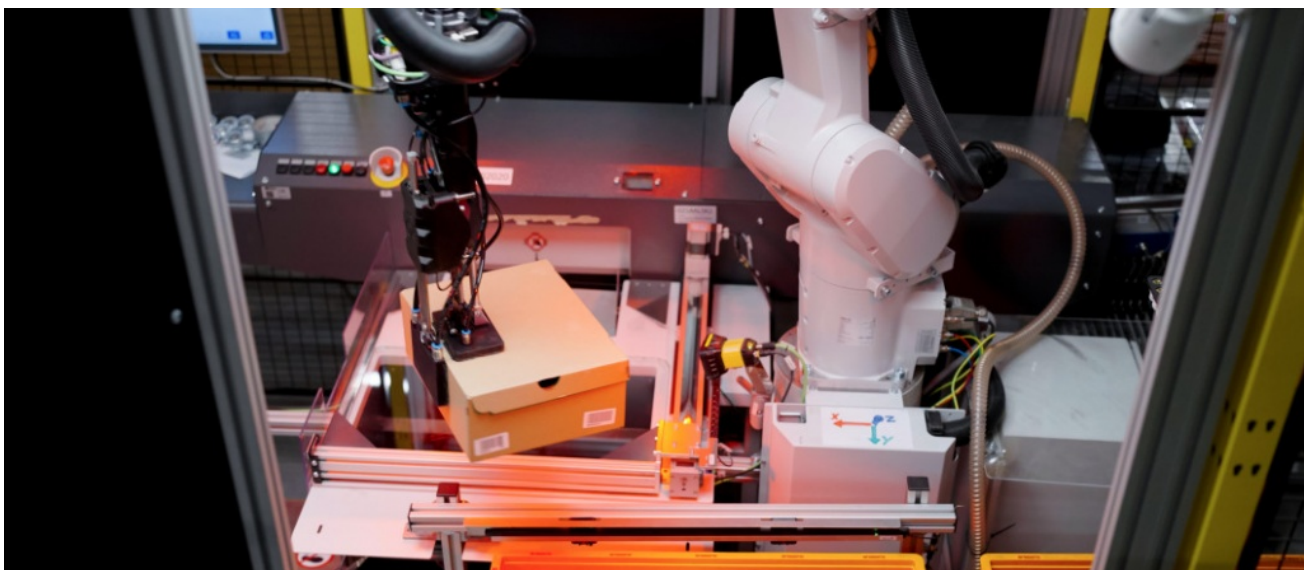
Corporate.zalando.com, 19.03.2026

/новость

Компания Zalando внедрит до 50 роботов Nomagic с искусственным интеллектом в своей европейской сети выполнения заказов. Это также позволит решить одну из самых сложных задач в отрасли: автоматизированную обработку коробок из-под обуви.

Роботизированные устройства специализируются на комплектации, сканировании и беспрепятственной интеграции в автоматизированные сортировочные машины. Используя передовые технологии искусственного интеллекта и компьютерного зрения от Nomagic, эти роботы распознают материалы и формы, регулируя захват в режиме реального времени.

Во время пилотного проекта производительность достигла 100 000 операций по комплектации заказов в день, Zalando планирует значительно расширить свое партнерство с Nomagic.



Источник:

[Zalando to install up to 50 AI-powered Nomagic robots in its European fulfilment centres](#)

Amazon инвестирует более €5 млрд в Польшу

Ecommercenews.eu, 19.03.2026

/новость

В период до 2028 год Amazon планирует инвестировать в Польшу 5 млрд евро. Это дополнение к 10 млрд евро, которые компания уже инвестировала в этот рынок в период с 2012 по 2025 год. Часть средств будет направлена на строительство нового центра выполнения заказов.

Электронная коммерция в Польше быстро развивается. По данным Польской торговой палаты, в 2025 году онлайн-оборот в стране вырос на 6,8% и достиг 21,5 млрд евро. Ожидается, что в этом году онлайн-продажи также увеличатся примерно на 7,1%.

Согласно другим исследованиям, 75% польских потребителей совершают покупки в интернете хотя бы раз в месяц. 71% онлайн-покупателей в стране говорят, что чувствуют себя безопаснее, совершая покупки на интернет-площадках.



Источник:

[Amazon to invest over 5 billion euros in Poland](#)

Wildberries запустила в Узбекистане рассрочку до 12 месяцев

Капитал.uz, 17.03.2026

/новость

На платформе Wildberries в Узбекистане появился новый способ оплаты — рассрочка Rahmat nasiya, которая позволяет оплачивать покупки равными платежами на срок от 3 до 12 месяцев.

Rahmat nasiya выступает провайдером рассрочки, а финансовую поддержку сервису оказывает Octobank. Ранее маркетплейс запустил BNPL-сервис «Частями», который позволяет разделить стоимость заказа на 6 равных платежей с интервалом в две недели.

Дополнительной особенностью сервиса является возможность автоматического закрытия рассрочки в случае возврата товара.



Источник:

[Wildberries запустил рассрочку до 12 месяцев в Узбекистане](#)

JD.com представила платформу Joybuy в шести европейских странах

Retaildetail.eu, 16.03.2026

/новость

JD.com, крупнейшая китайская компания электронной коммерции, запускает в шести европейских странах онлайн-платформу Joybuy. Она обещает доставку в тот же день потребителям в Великобритании, Германии, Франции, Бельгии, Люксембурге, Нидерландах для заказов, размещенных до 11:00 утра и соответствующих минимальному порогу.



Joybuy предлагает более 100 000 товаров, от продукции ведущих брендов до повседневных. Для организации логистики используется более 60 складов по всей Европе общей площадью более 300 000 кв. м и свыше 49 000 пунктов выдачи. Компания импортировала большую часть своих технологий автоматизации из Китая.

Появление китайской платформы рассматривается как потенциальная угроза для Amazon в Европе, а также для местных платформ, таких как Vol в странах Бенилюкса. Предыдущая попытка JD.com конкурировать в Европе через свою дочернюю компанию Ochama оказалась неудачной. Тем временем китайская компания приобрела розничного продавца электроники Sesonotu, владельца MediaMarkt и Saturn. JD.com стремится к международному росту на фоне замедления китайской экономики.

Источник:

[Joybuy launches European offensive as a challenger to Amazon](#)

Тему быстро развивается в Испании и Италии

Ecommercenews.eu, 16.03.2026

/новость

Во второй половине 2025 года Тему обслуживала в среднем почти 130 млн европейцев в месяц. Это на 12% больше, чем за первые шесть месяцев предыдущего года. Темпы роста Shein составляют 6,9%, однако количество ее ежемесячных пользователей в ЕС выше, чем у Тему — 155,7 млн.

Тему особенно быстро развивается в Южной Европе. В Испании число ежемесячных пользователей увеличилось на 17% и составило 14,7 млн. Рост в Италии был почти таким же сильным: на 16% до 14,9 млн. На некоторых небольших рынках, таких как Венгрия и Словакия, темпы роста были еще выше, хотя число пользователей там значительно меньше.

Германия остается крупнейшим рынком Тему в Европе по количеству ежемесячных пользователей. В среднем платформа привлекала 20,9 млн пользователей в месяц (рост на 8,3%) в стране, где доминирует Amazon.



Источник:

[Temu grows rapidly in Spain and Italy](#)

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.