

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 22

01 Июня 2026 - 07 Июня 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2025

Fashion Premium & Heavy Luxury в России 2026–2027. Карта возможностей

Ozon откроет в России 15 логистических комплексов в 2026 г.

Wildberries разрабатывает сервис по выпуску ЦФА для селлеров

Poizon начал сотрудничать с российскими продавцами

Wildberries начнет продавать туры через ПВЗ

Руководителем Яндекс Маркета стал Алексей Шлюнкин

Wildberries запускает ИИ-ассистента для поиска товаров

Россияне смогут жаловаться на маркетплейсы через Госуслуги

В магазинах РИВ ГОШ станет доступна оплата WB Кошельком

Весь мир:

Taruz Limited получила разрешение на покупку OLX в Узбекистане

Amazon инвестирует более €10 млрд в Европу

E-commerce — двигатель роста розничной торговли в Германии

Wildberries готовится вывести сервис WB Track на зарубежные рынки

TikTok Shop расширяется в Европе

DHL: ИИ меняет привычки покупателей

Подкасты и видео



Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2025

Top100.datainsight.ru, 08.06.2026

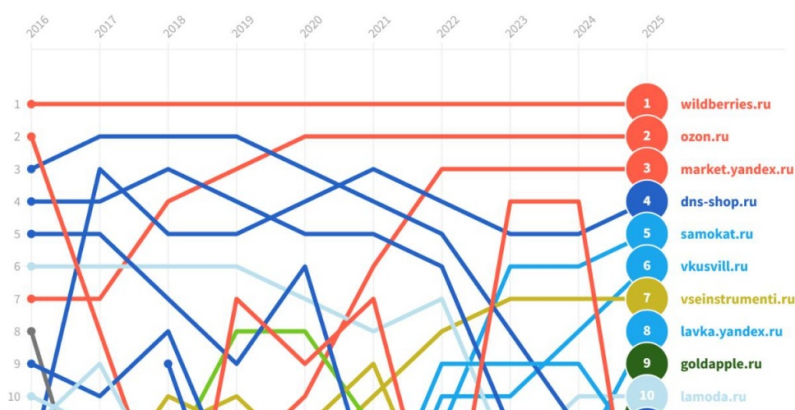
/новость

Data Insight представляет «Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2025».

Ключевые наблюдения:

1. Топ-100 демонстрирует удивительную стабильность. По сравнению с рейтингом за 2024 год в топ-100 вошли всего три новых участника – «Дикси», «Озерки» и «Сибирское Здоровье». При этом «Озерки» нельзя назвать полностью новым участником рейтинга: компания вернулась в топ-100 после годового перерыва.
2. В отличие от тенденции прошлых лет, в 2025 году рост онлайн-продаж наблюдался не у всех крупнейших игроков рынка. У трети участников топ-100 объём онлайн-продаж сократился по сравнению с 2024 годом. Годом ранее снижение было зафиксировано всего у 11 компаний.
3. Совокупный объём онлайн-продаж участников топ-100 вырос почти на 2 трлн рублей (+1,97 трлн). Однако без учёта Wildberries и Ozon суммарный прирост остальных участников составил лишь 108 млрд рублей. При этом растущие игроки в совокупности прибавили 629 млрд рублей, но одновременно из суммарных показателей топ-100 выпало более 300 млрд рублей продаж «Мегамаркета» и ещё около 200 млрд рублей по другим проектам с отрицательной динамикой.
4. Единственной масштабной зоной роста за пределами универсальных маркетплейсов остаётся онлайн-продажа продуктов питания. Шесть специализированных игроков увеличили продажи через интернет более чем на 25 млрд рублей каждый (прирост составил от 32 до 64 млрд рублей). Пять из них представляют сегмент eGrocery: «Пятёрочка», «Яндекс Лавка», «Магнит», «Яндекс Еда» и «ВкусВилл». Единственное исключение – «Золотое Яблоко».
5. Если сравнивать категории по медианной динамике, наиболее успешными в 2025 году стали ювелирные интернет-магазины (медианный рост +45%), интернет-аптеки (+28%) и сервисы доставки еды (+20%). При этом вклад ePharma и особенно ювелирного сегмента в общий рост рынка остаётся относительно небольшим из-за существенно меньших абсолютных объёмов по сравнению с eGrocery.

Крупнейшие российские интернет-магазины 2016-2025 год



Источник:

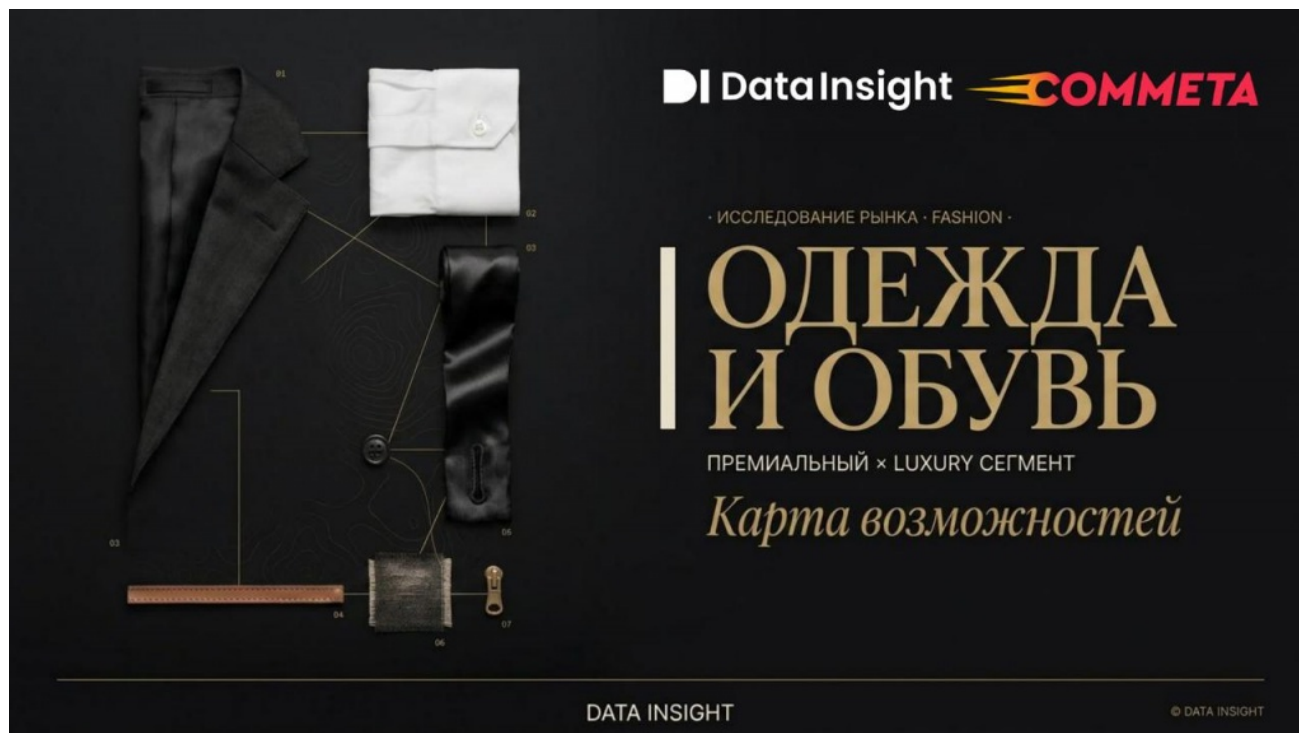
Рейтинг ТОП-100 российских интернет-магазинов за 2025 год

Fashion Premium & Heavy Luxury в России 2026–2027. Карта возможностей

Datainsight.ru, 01.06.2026

/НОВОСТЬ

Data Insight при поддержке **КОММЕТА** подготовили исследование «Fashion Premium & Heavy Luxury в России 2026-2027. Карта возможностей».



Российский fashion-рынок остаётся одной из крупных потребительских категорий: в 2025 году затраты на одежду, обувь и аксессуары составили около **6 трлн рублей – менее 4% всех расходов домохозяйств**.

При этом премиальный сегмент развивается по собственной логике. Premium и heavy luxury – это не один рынок, а две разные модели потребления. Для premium ключевыми факторами остаются качество, посадка, материалы, сервис, бренд и канал покупки. Для heavy luxury важны доступность товара и подтверждение его подлинности.

По оценке Data Insight, сегмент premium + luxury в 2025 году составил около **1 трлн рублей**, или примерно **16% всего российского fashion-рынка**. Внутри сегмента около двух третей приходится на premium, около трети – на luxury.

Исследование Data Insight фиксирует реальную структуру рынка premium и heavy luxury, показывает роли каналов продаж, описывает ключевые факторы влияния и помогает оценить, где в ближайшие два года будут формироваться возможности для роста.

Источник:

[Fashion Premium & Heavy Luxury в России 2026–2027. Карта возможностей](#)

Ozon откроет в России 15 логистических комплексов в 2026 г.

Corp.ozon.ru, 05.06.2026

/новость

В 2026 году Ozon запустил в России 5 крупных логистических центров и планирует ввести в эксплуатацию еще 10 комплексов. Компания инвестирует в технологическое обеспечение складов более 30 млрд руб.

Логистические центры Ozon уже открыты в Нижегородской, Кемеровской, Новосибирской областях, в Красноярском крае и поселке Ватутинки в Новой Москве. Общая площадь складов после выхода на полную мощность превысит 400 тыс. кв. м по полу.

Во второй половине 2026 года Ozon откроет склады в Санкт-Петербурге, Ленинградской, Московской и Челябинской областях, в Краснодарском, Пермском, Приморском краях. Общая площадь объектов превысит 850 тыс. кв. м по полу.

Инфраструктура Ozon на текущий момент включает 55 фулфилмент-центров и около 160 хабов доставки в ключевых регионах страны и за рубежом.



Источник:

[В 2026 году Ozon планирует открыть в России 15 новых логистических комплексов](#)

Wildberries разрабатывает сервис по выпуску ЦФА для селлеров

Т.me, 04.06.2026

/новость

Wildberries (входит в Группу RWB) расширяет финансовую доступность для селлеров. Компания планирует запустить сервис, с помощью которого продавцы платформы смогут выпускать собственные цифровые финансовые активы (ЦФА).

«Это принципиально новая платформенная модель, где клиенты становятся не только покупателями, но и инвесторами и могут внести вклад в бизнес продавца, приобретя цифровые активы», – рассказала основатель Wildberries и глава RWB Татьяна Ким.

Новый механизм позволит привлекать финансирование под развитие бизнеса. Для многих продавцов ЦФА могут стать альтернативой кредитам и облигационным займам благодаря более низкому порогу выхода на рынок капитала, цифровому формату размещения и прямому доступу к аудитории Wildberries. При этом ЦФА могут быть привязаны к росту бизнеса продавца на маркетплейсе.

The image shows the Wildberries logo, which consists of the word "WILDBERRIES" in a bold, white, sans-serif font. The text is centered on a rectangular background with a vertical gradient from purple on the left to blue on the right.

Источник:

[Wildberries разрабатывает сервис по выпуску ЦФА для селлеров](#)

Roizon начал сотрудничать с российскими продавцами

Shoppers.media, 04.06.2026

/новость

Китайский маркетплейс Roizon позволил российским продавцам размещать товары на площадке и торговать внутри страны в рамках направления local-to-local. Первым российским партнером стал производитель декоративной косметики Farres.

Roizon обеспечивает поддержку при работе с карточками товаров, визуальными материалами, клиентским сервисом и процессами выполнения заказов. Маркетплейс рассматривает развитие local-to-local как одно из направлений для дальнейшего расширения ассортимента и присутствия на российском рынке.



Источник:

[Roizon начал сотрудничать с российскими продавцами](#)

Wildberries начнет продавать туры через ПВЗ

Т.me, 04.06.2026

/новость

Wildberries планирует запустить новый формат продаж туристических услуг через пункты выдачи заказов. В собственных ПВЗ компании появятся туристические консультанты WB Travel, которые будут помогать клиентам с выбором и бронированием туров. Об этом на ПМЭФ-2026 сообщил руководитель сервиса WB Travel Тарас Демур.

Тестирование нового формата начнется в Москве, после чего проект может быть расширен на другие регионы России. В компании отмечают, что несмотря на рост онлайн-бронирования, многим клиентам по-прежнему важно получить консультацию специалиста при выборе путешествия и решении возникающих вопросов.

Ранее WB Travel анонсировал запуск собственных турагентств под брендом сервиса. Развитие продаж туров через ПВЗ станет частью омниканальной стратегии Wildberries, которая предполагает развитие как онлайн-, так и офлайн-каналов взаимодействия с клиентами.



Источник:

[Wildberries запускает продажу туров в ПВЗ](#)

Руководителем Яндекс Маркета стал Алексей Шлюнкин

Sostav.ru, 03.06.2026

/новость

На должность руководителя маркетплейса Яндекс Маркет назначен Алексей Шлюнкин. Ранее он занимал позицию директора по технологиям и продуктам Яндекс Маркета.

Алексей Шлюнкин в 2014 году начал работать разработчиком в Яндексе. Участвовал в развитии Яндекс Музыки, занимался инфраструктурой поиска, позже был техническим директором Рекламы. В последние годы отвечал за технологии и продукты в Маркете.

Роман Маресов, возглавлявший Яндекс Маркет, сосредоточится на развитии подразделения транзакционного искусственного интеллекта и продуктов для независимого e-commerce.



Источник:

[Алексей Шлюнкин стал руководителем Яндекс Маркета](#)

Wildberries запускает ИИ-ассистента для поиска товаров

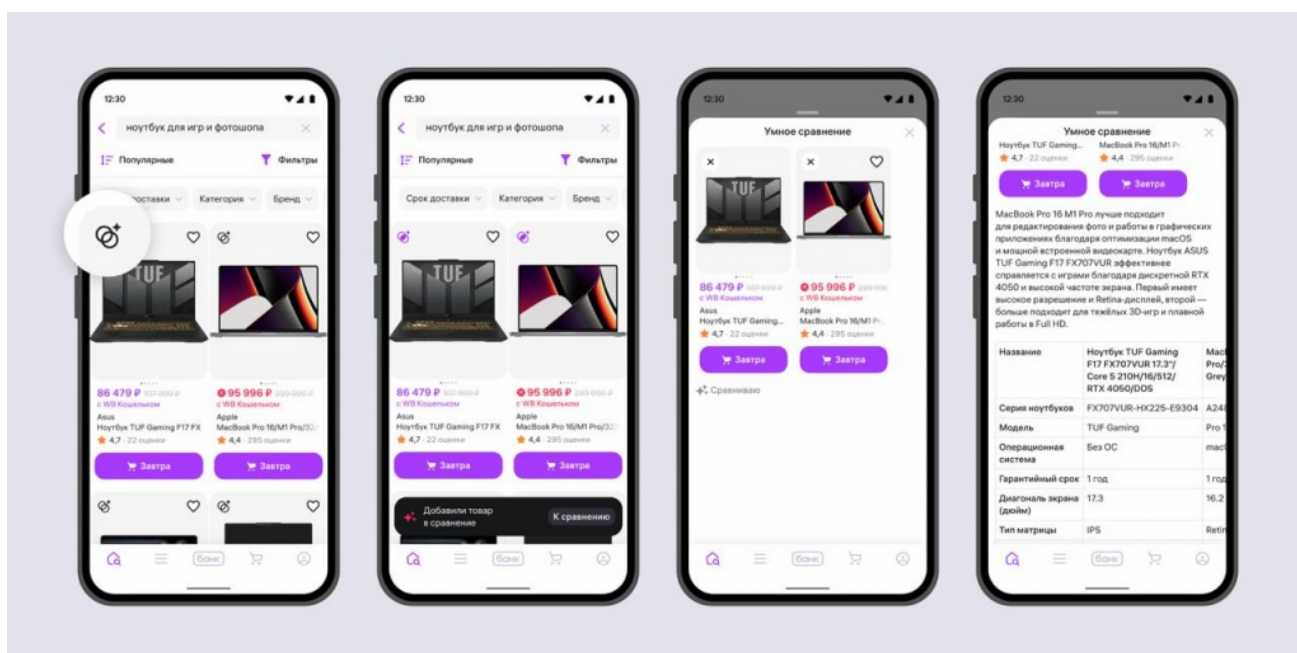
Т.me, 04.06.2026

/новость

Wildberries добавит в поиск товаров ИИ-ассистента, который работает в формате чата и использует собственную большую языковую модель (LLM) для обработки пользовательских запросов.

С помощью этого инструмента пользователи могут формулировать запросы на естественном языке и быстрее находить не только конкретные товары, но и решение задачи. Ассистент обработает запрос и предложит в чате релевантные товары, которые можно сравнить и обсудить особенности. Ограничений по категориям для поиска нет.

Ранее компания уже запустила «Умное сравнение», виртуальную примерочную, умный поиск по фото и нейросетевой пересказ отзывов.



Источник:

[Wildberries добавит ИИ-ассистента в поиск товаров](#)



Россияне смогут жаловаться на маркетплейсы через Госуслуги

Gazeta.ru, 01.06.2026

/новость

Роспотребнадзор и Минцифры запустили эксперимент по созданию электронной книги жалоб на платформе Госуслуги. С ее помощью покупатели смогут в досудебном порядке решать типовые споры с продавцами и маркетплейсами. На первом этапе сервис будет работать для обращений по покупкам на Ozon и Wildberries.

Через новую систему пользователи смогут сообщать о проблемах с товарами и возвратами. В частности, подать обращение можно будет при отказе принять товар обратно в течение семи дней при соблюдении условий возврата, отказе вернуть деньги после возврата товара или при задержке возврата средств за отмененный заказ.

Ответ от маркетплейса будет поступать в личный кабинет пользователя на Госуслугах. Рассмотрение обращений планируется в срок до семи календарных дней. Эксперимент реализуется в рамках федерального проекта «Государство для людей».



Источник:

[Россияне смогут жаловаться на маркетплейсы через «Госуслуги»](#)

В магазинах РИВ ГОШ станет доступна оплата WB Кошельком

Т.ме, 01.06.2026

/новость

Сервис оплаты WB Кошелек станет доступен во всей сети магазинов РИВ ГОШ. Она станет первой федеральной розничной сетью, которая массово внедрит этот способ оплаты в офлайн-магазинах.

Для оплаты достаточно открыть приложение Wildberries, показать на кассе динамический QR-код и подтвердить операцию на смартфоне. Оплата через WB Кошелек также будет доступна на сайте и в приложении РИВ ГОШ после авторизации через WB ID.

В ближайшее время при оплате покупок WB Кошельком или картой WB Банка в магазинах и онлайн-каналах РИВ ГОШ покупатели смогут получать 10% кешбэка «ягодками». Бонусы можно использовать для оплаты товаров на Wildberries по курсу 1 ягодка = 1 рубль скидки.



Источник:

[Россияне смогут платить WB Кошельком во всей сети магазинов РИВ ГОШ](#)

Весь мир:

Tapuz Limited получила разрешение на покупку OLX в Узбекистане

Uz.kursiv.media, 05.06.2026

/новость

Компания Tapuz Limited, зарегистрированная в ОАЭ, получила разрешение на покупку 100% доли в компании OLX Classifieds — платформы онлайн-объявлений OLX в Узбекистане, сообщил Комитет по развитию конкуренции.

Регулятор учел, что основной акционер Tapuz Limited — TBC Bank Group. Группа уже работает на узбекском рынке через цифровой банк TBC Bank и платежный сервис Payme. В ведомстве подчеркнули, что Payme и OLX входят и занимают доминирующее положение на своих рынках.

Комиссия одобрила сделку с рядом обязательных условий. Новым владельцам запрещено использовать положение OLX для ограничения конкуренции, навязывать пользователям свои платежные сервисы. Стороны обязаны обеспечить равные условия для других платежных сервисов и соблюдать требования законодательства о конкуренции.



Источник:

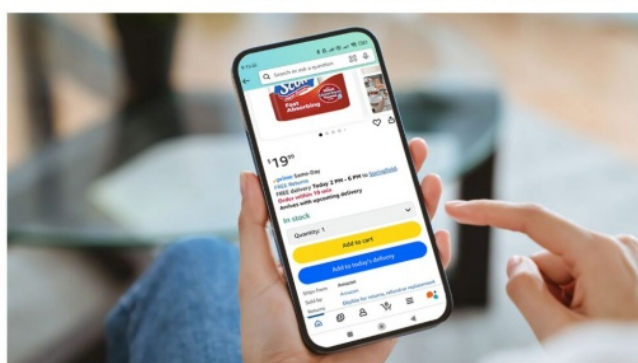
[TBC Bank Group приобретет OLX в Узбекистане: сделку одобрили с условиями](#)

Amazon инвестирует более €10 млрд в Европу

Aboutamazon.com, 04.06.2026

/новость

Amazon инвестирует более €10 млрд в расширение и модернизацию европейских центров выполнения заказов с использованием новых роботов и создаст 25 000 новых рабочих мест.



Инвестиции включают расширение использования Vulcan, первого робота Amazon с тактильными ощущениями, и STARK, новой роботизированной системы, которая работает вместе с сотрудниками, забирая полные контейнеры с конвейеров и размещая их на тележках. Amazon планирует расширить использование STARK, пилотный проект которой впервые был проведен в Барселоне до 15 объектов по всей Европе к 2027 году.

Amazon наращивает возможности своей существующей сети доставки в тот же день, открывая дополнительные пункты доставки по всей Европе. В этом году планируется охватить более 25 таких пунктов в Ковентри (Великобритания) и Нюрнберг (Германия).

В 2025 году Amazon вложил более €60 млрд в Европу — это крупнейшие годовые инвестиции компании в регионе за всю её историю.

Источник:

[Amazon announces new robotics, faster delivery expansion in Europe, and \\$1 billion in employee upskilling](#)

Е-commerce — двигатель роста розничной торговли в Германии

Ecommercenews.eu, 04.06.2026

/новость

Онлайн-расходы в Германии продолжают расти. Немецкая федерация розничной торговли (HDE) прогнозирует, что номинальная выручка от электронной коммерции в этом году увеличится на 4,3% и достигнет €96,3 млрд. По данным HDE, продажи в физических магазинах вырастут всего на 1,6%.

Федерация называет электронную коммерцию «двигателем роста розничной торговли». Маркетплейсы остаются особенно популярными среди немецких онлайн-покупателей. В прошлом году на них уже приходилось 56,7% всех онлайн-продаж. Ожидается, что в этом году их доля снова увеличится, хотя темпы роста замедлились.

Значительная часть онлайн-покупок совершается на крупных международных платформах без участия немецких продавцов. По данным HDE, Shein и Temu вместе генерируют в Германии около €4,7 млрд продаж. 65% немецких потребителей хотя бы раз совершали покупки в зарубежных интернет-магазинах. Среди этих покупателей 49% приобретали товары у китайских продавцов.



Источник:

['Ecommerce remains the growth engine of German retail'](#)

Wildberries готовится вывести сервис WB Track на зарубежные рынки

Sostav.ru, 03.06.2026

/новость

В планы Wildberries входит запуск на новых рынках WB Track — сервиса для отправки посылок между пунктами выдачи заказов маркетплейса. В ближайшее время он может начать работу в Казахстане и Беларуси. Об этом сообщила глава Wildberries & Russ Татьяна Ким в интервью [ТАСС](#). Перед выходом в другие страны Wildberries намерена изучить особенности местного законодательства.

WB Track был запущен в пилотном режиме в марте 2025 года. Услугой уже воспользовались почти 1 млн человек, а ежемесячный прирост числа отправок составляет около 43%. В январе 2026 года компания подключила к сервису всю сеть российских ПВЗ.



Источник:

[Wildberries планирует запустить сервис WB Track в Казахстане и Белоруссии](#)

TikTok Shop расширяется в Европе

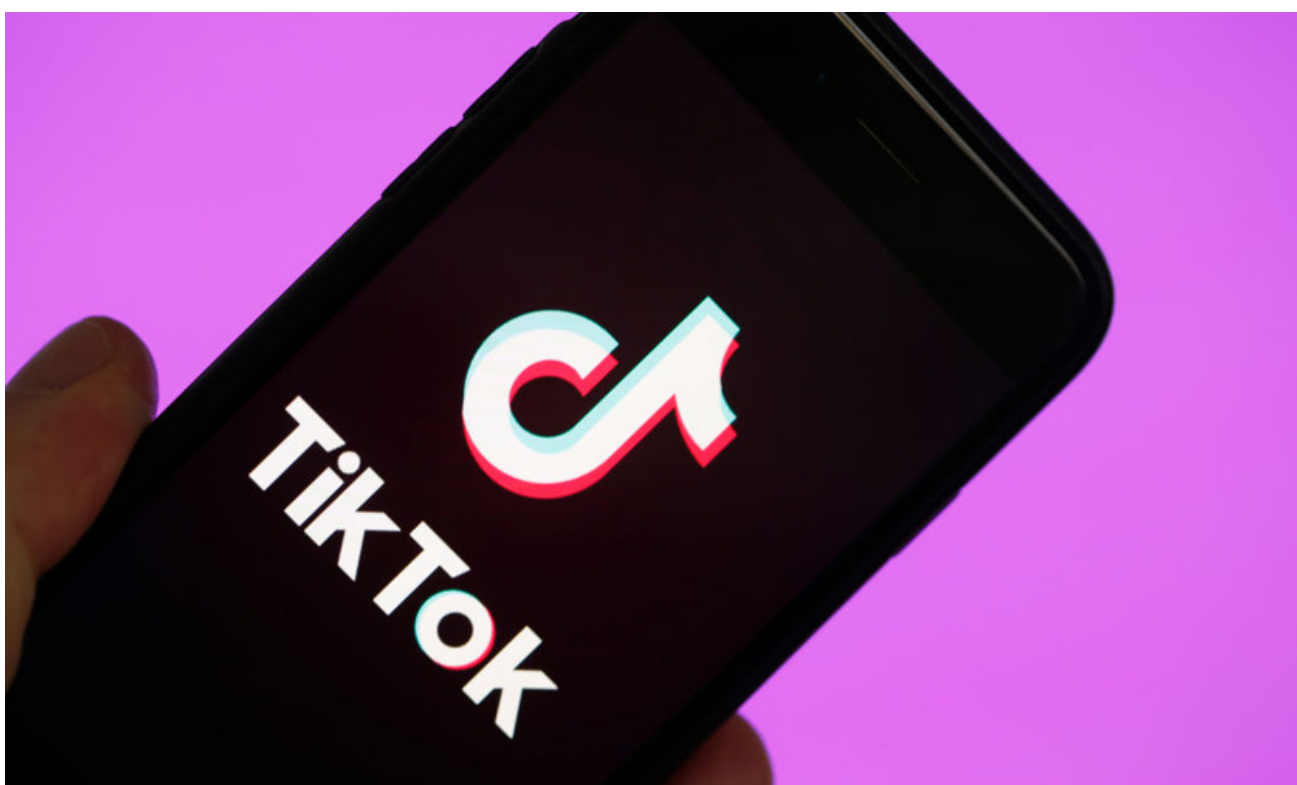
Ecommercenews.eu, 01.06.2026

/новость

TikTok Shop стремительно расширяется по всей Европе. 15 июня платформа запустится в Австрии, Бельгии, Нидерландах и Польше. Вскоре после этого станет доступна новая функция «Продавать по всей Европе», позволяющая селлерам реализовывать товары в нескольких странах через одну регистрацию.

Таким образом, общее количество европейских рынков, на которых работает TikTok Shop, достигнет десяти. Платформа впервые была запущена в Великобритании в конце 2021 года, затем в Испании и Ирландии в конце 2024-го, а весной прошлого года состоялся масштабный запуск в Германии, Франции и Италии.

В течение восемнадцати месяцев после запуска платформа стала шестнадцатым по величине онлайн-ритейлером в Испании по валовой стоимости товаров. В Германии она поднялась на пятнадцатое место за еще более короткий период.



Источник:

[TikTok Shop evolves into a pan-European marketplace](#)

DHL: ИИ меняет привычки покупателей

Group.dhl.com, 02.06.2026

/исследование

Согласно 2026 E-Commerce Trends Report от DHL eCommerce, на мировом рынке электронной коммерции происходят стремительные изменения в поведении потребителей. Растет разрыв между тем, чего требуют современные покупатели, и тем, что онлайн-компании готовы предоставить. Отчет основан на результатах опроса 29 000 онлайн-покупателей и 5 800 компаний электронной коммерции из 29 стран.

Основные выводы:

Следующий онлайн-покупатель может оказаться не человеком.

29% покупателей (33% среди поколения Z и 36% среди миллениалов) говорят, что были бы рады передать управление своими покупками искусственному интеллекту и позволить ему принимать решения о покупках в течение следующих пяти лет. 59% компаний ожидают, что в будущем покупатели станут просматривать товары и совершать покупки через виртуальных помощников.

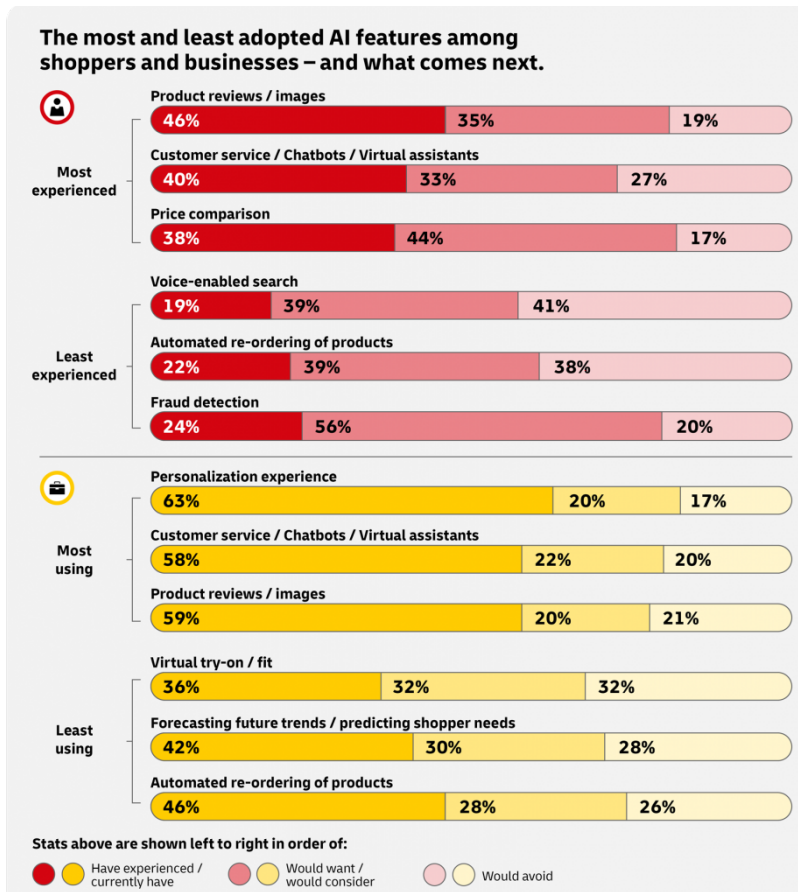
Генеративный ИИ продолжает менять весь процесс шопинга. 73% компаний ожидают, что в течение следующих пяти лет его будут использовать чаще, несмотря на опасения по поводу конфиденциальности и доверия (48%).

Доставка вне дома становится новым стандартом. 20% покупателей заявляют, что более быстрая доставка побудила бы их завершить покупку, а три из десяти теперь рассматривают пункты доставки вне дома.

Дом станет устойчивым дополнительным источником дохода. Граница между покупателем и продавцом продолжает размываться, поскольку торговля подержанными товарами C2C становится все более распространенной. 52% потребителей продавали товар на онлайн-площадке, этот показатель растет до 62% среди миллениалов и 58% среди поколения Z.

Источник:

[DHL E-Commerce Trends Report 2026: Old rules don't apply in the age of AI](#)

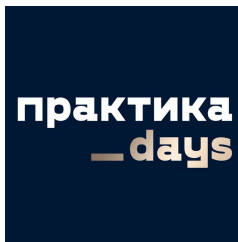


Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как продавать екому?

Борис Николаенко строил продажи в Flocktory и Calltouch, консультировал Яндекс, Ростелеком, OneTwoTrip, Carrot Quest и другие компании, учился продажам в Harvard, Hubspot Academy, Batyrev Consulting Group, написал книги о продажах и менторит в Сколково. Борис подготовил максимально практическую презентацию о том, как сегодня продавать сервисы, SaaS, агентские услуги и вообще B2B-продукты екому (и не только).



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.