

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 4

27 Января 2025 - 02 Февраля 2025

В выпуске:

Россия:

Wildberries тестирует онлайн-чаевые для менеджеров ПВЗ и курьеров
Количество онлайн-заказов в ЛЭТУАЛЬ выросло на 30% в 2024 г.
Традиционные зоомагазины стали уступать маркетплейсам
«Купер» тестирует доставку посылок между пользователями
Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 61,9% в 2024 г.
Онлайн составил половину оборота ВкусВилла в 2024 г.
Авито и М.Видео-Эльдорадо тестируют программу выкупа смартфонов
ЮKassa: В Киберпонедельник-2025 обороты онлайн-магазинов выросли на 12%
Авито: Россияне выделяют на онлайн-шопинг около 18% от зарплаты

Весь мир:

На Wildberries растут продажи предпринимателей из Казахстана
Около 30% продаж H&M приходится на онлайн
Kaspi.kz закрыл сделку по покупке Nepsiburada
ByteDance быстро растет в сфере электронной коммерции
E-commerce в Центральной Азии: перспективы и вызовы
Shopify: Основные тренды fashion e-com 2025

Подкасты и видео



Россия:

Wildberries тестирует онлайн-чаевые для менеджеров ПВЗ и курьеров

T.me, 30.01.2025

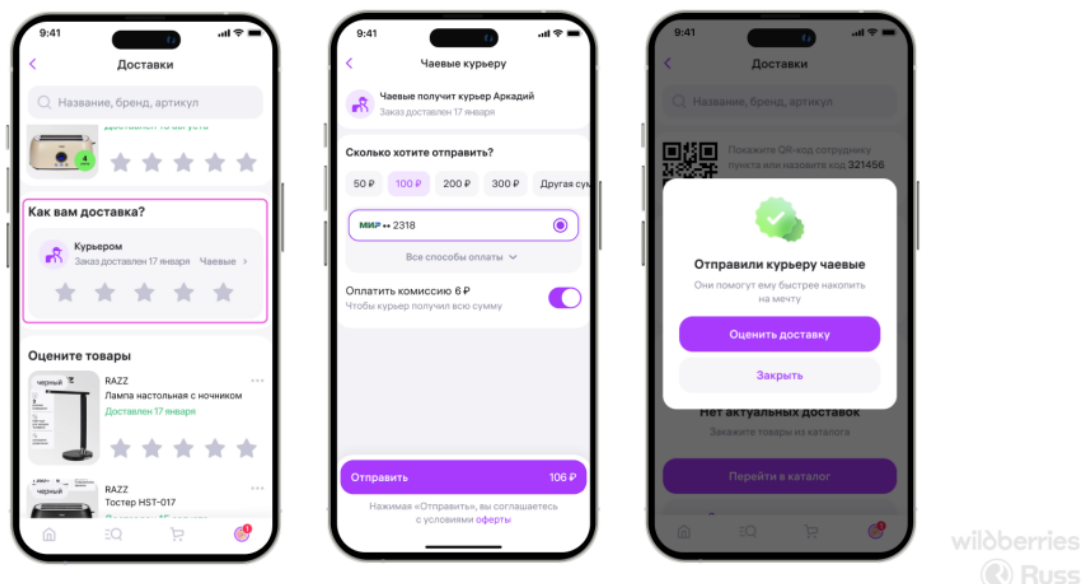
/новость

Покупатели смогут по желанию дополнительно отблагодарить за хорошее обслуживание менеджеров пунктов выдачи и курьеров маркетплейса. Оставить чаевые можно через мобильное приложение в течение недели с момента получения заказа.

Опция доступна на этапе оценки качества доставки или обслуживания в ПВЗ. Сумма — до 1000 руб., которые будут списаны с банковской карты, привязанной к профилю пользователя.

На первом этапе сервисом может воспользоваться ограниченная группа покупателей. Постепенно он станет доступен всем российским пользователям.

Как оставить чаевые в приложении Wildberries



Источник:

Wildberries запустила онлайн-чаевые для менеджеров ПВЗ и курьеров

Количество онлайн-заказов в ЛЭТУАЛЬ выросло на 30% в 2024 г.

Е-реpper.ru, 30.01.2025

/новость

Выручка от заказов через сайт и мобильное приложение ЛЭТУАЛЬ в 2024 году увеличилась на 43%. Число онлайн-заказов выросло на 30%, превысив 12,4 млн. Среди категорий, которые пользовались наибольшим спросом в онлайн-продажах, лидирует парфюмерия с долей 56%.

Среднее значение MAU увеличилось на 30% в обычные месяцы и на 50% в высокий сезон. Общее количество пользователей сайта и приложения в декабре 2024 года превысило 120 млн. Это втрое выше аналогичного показателя годом ранее.



Источник:

[ЛЭТУАЛЬ отчиталась об успехах в онлайн-продажах](#)

Традиционные зоомагазины стали уступать маркетплейсам

Kommersant.ru, 29.01.2025

/новость

Как сообщает [«Коммерсантъ»](#), в крупных российских городах за 2024 год число офлайн-зоомагазинов сократилось примерно на 7-12,5%. При этом, по расчетам оператора фискальных данных «Платформа ОФД», к концу 2024 года товарооборот в офлайн-рознице вырос на 13% по сравнению с тем же периодом 2023 года.

Рост продаж зоотоваров наблюдается и в онлайн-сегменте, где в 2024 году объем реализации вырос на 21% год к году, средний чек — на 3% до 5000 руб. Это может быть связано с тем, что покупатели предпочитают заказывать на интернет-площадках большие объемы товаров.



Источник:

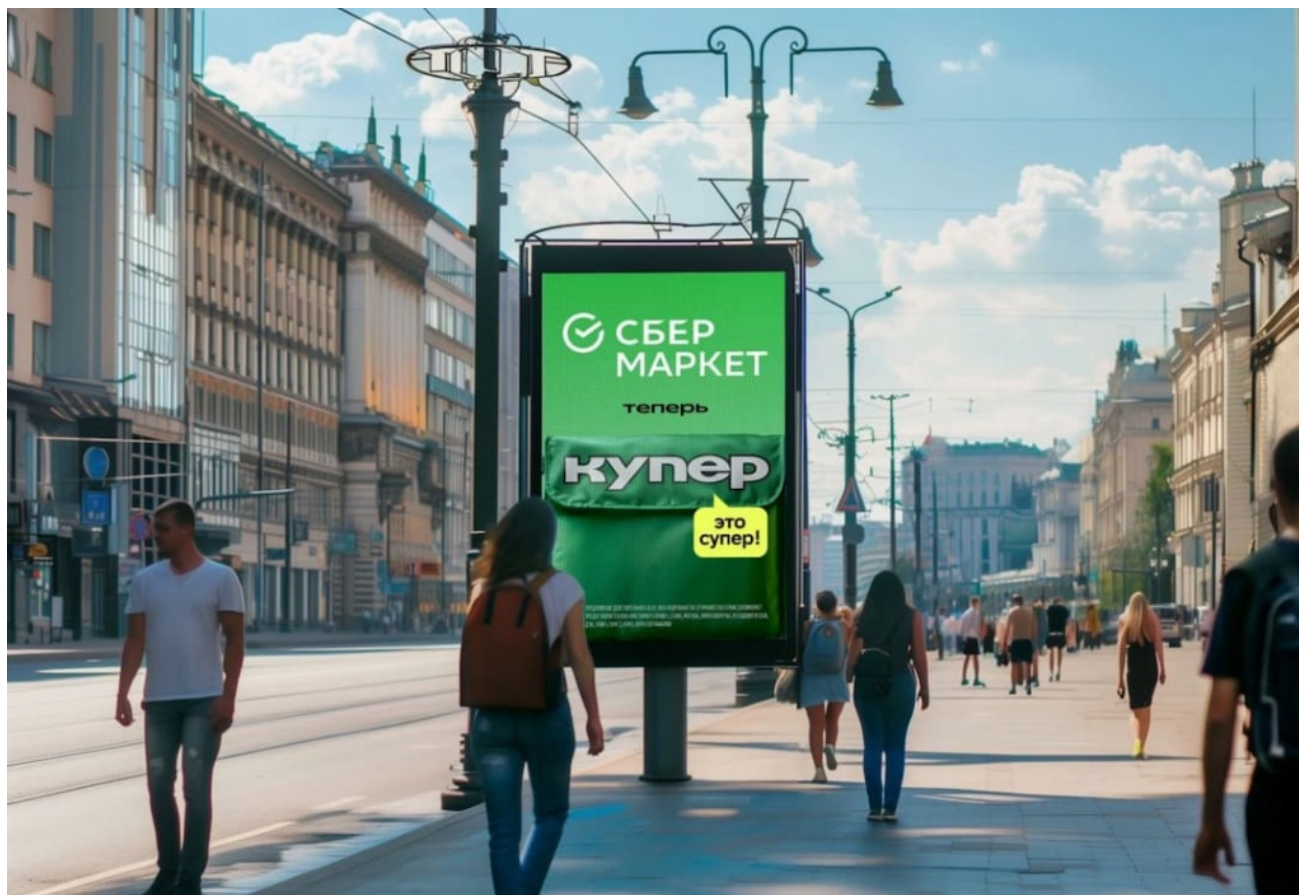
[В онлайн — четырьмя лапами](#)

«Купер» тестирует доставку посылок между ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ

Shoppers.media, 28.01.2025

/новость

«Купер» начал доставлять посылки между пользователями, заметил [Shopper's](#). В сервисе подтвердили, что тестируют этот проект в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Нижнем Новгороде. В дальнейшем услугу планируется расширить на все города присутствия.



Чтобы организовать доставку, необходимо в мобильном приложении выбрать раздел «Посылка» на главной странице, ввести адреса отправления и получения и дожждаться курьера. Адресат получит SMS о планируемой доставке, а отправитель сможет отслеживать местоположение посылки. Последняя должна быть не больше 15 кг и в пределах габаритов 40×30×30 см. Заказы будут выполнять курьеры, уже работающие с сервисом.

Источник:

«Купер» начал доставлять посылки между пользователями

Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 61,9% в 2024 г.

X5.ru, 27.01.2025

/новость

В 2024 году выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 61,9% до 200,1 млрд руб. и составила 5,1% от общей чистой выручки. За IV кв. 2024 года выручка цифровых бизнесов увеличилась на 47% год к году до 61,4 млрд руб.

Другие результаты IV кв. 2024 года:

- MAU цифровых сервисов X5 составило 43,1 млн, показав рост на 25,1% год к году.
- Совокупный GMV X5 Digital достиг 67,6 млрд руб., увеличившись на 48,9%, включая НДС, промокоды и бонусы, на фоне сокращения оптовых операций Vprok.ru.
- По состоянию на 31 декабря 2024 года услуга экспресс-доставки была доступна из 8 825 магазинов, а также из 35 дарксторов в 73 регионах.
- В IV кв. 2024 года выручка 5Post выросла на 20,1%. Количество выданных посылок достигло 12,4 млн.
- Чистая выручка от онлайн-продаж «Много лосося» выросла на 35,4%.

ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ						16
X5 DIGITAL	4 кв. 2024	4 кв. 2023	ИЗМ Г-К-Г, %	12М 2024	12М 2023	ИЗМ Г-К-Г, %
GMV, ¹⁸ млн руб.	67 647	45 427	48,9	217 313	134 957	61,0
Количество заказов, тыс.	37 346	24 891	50,0%	119 532	75 049	59,3
Средний чек, руб. (Vprok.ru)	5 031	6 465	(22,2)	4 747	5 926	(19,9)
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 652	1 567	5,4	1 656	1 510	9,6
5POST						
Количество заказов, тыс.	12 376	10 655	16,2	45 558	29 619	53,8
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV, ¹⁹ млн руб.	2 589	2 140	21,0	9 466	7 267	30,3
Количество заказов, тыс.	609	502	21,4	2 342	1 842	27,2
Средний чек, руб.	2 579	2 399	7,5	2 388	2 228	7,2

¹⁸. GMV – это стоимость доставленных заказов по конечным ценам (вкл. НДС) без вычета примененных промокодов и бонусов.

¹⁹. GMV – это стоимость доставленных заказов по конечным ценам (вкл. НДС) без вычета примененных промокодов и бонусов, включая доставку и кофе-поинтов в «Перекрестки» и «Ашанек». Продажи кофе-поинтов (с НДС) составили 955 млн руб. в 4 кв. 2024 г. и 912 млн руб. в 4 кв. 2023 г.

Источник:

X5 Group объявляет о росте чистой выручки на 24,2% в 2024 году



Онлайн составил половину оборота ВкусВилла в 2024 г.

Telegra.ph, 27.01.2025

/НОВОСТЬ

По итогам 2024 года оборот ВкусВилла вырос на 27% и составил 329 млрд руб. Выручка сервиса доставки достигла 50% от оборота сети, показатель вырос на 3,2 п.п. Всего курьеры ВкусВилла доставили за год 127 млн заказов.

В 2024 году компания сделала фокус на ускорение: сервис бесплатной доставки в течение одного часа запустился по всей Москве и в отдельных городах присутствия.

Дарксторы компания открыла в 3 раза больше, чем в предыдущем году: 79 новых объектов работают на сборку и доставку заказов. В 2024 году запущены 2 гастродарка.



Источник:

[ВкусВилл](#) подвел итоги 2024 года

Авито и М.Видео-Эльдорадо тестируют программу выкупа смартфонов

Mvideoeldorado.ru, 27.01.2025

/новость

Группа М.Видео-Эльдорадо и классифайд Авито запустили тестирование программы выкупа смартфонов. Во время создания объявления о продаже смартфона на сайте Авито у пользователя появится опция сделать это через М.Видео-Эльдорадо.



На этапе пилота сервис доступен в Москве, Санкт-Петербурге и Казани, но итогам тестирования может быть масштабирован. М.Видео-Эльдорадо после предпродажной подготовки будет реализовать восстановленные гаджеты.

Авито развивает программу выкупа смартфонов у частных продавцов с октября 2022 года. Сервис доступен пользователям уже более чем в 100 городах России.

Источник:

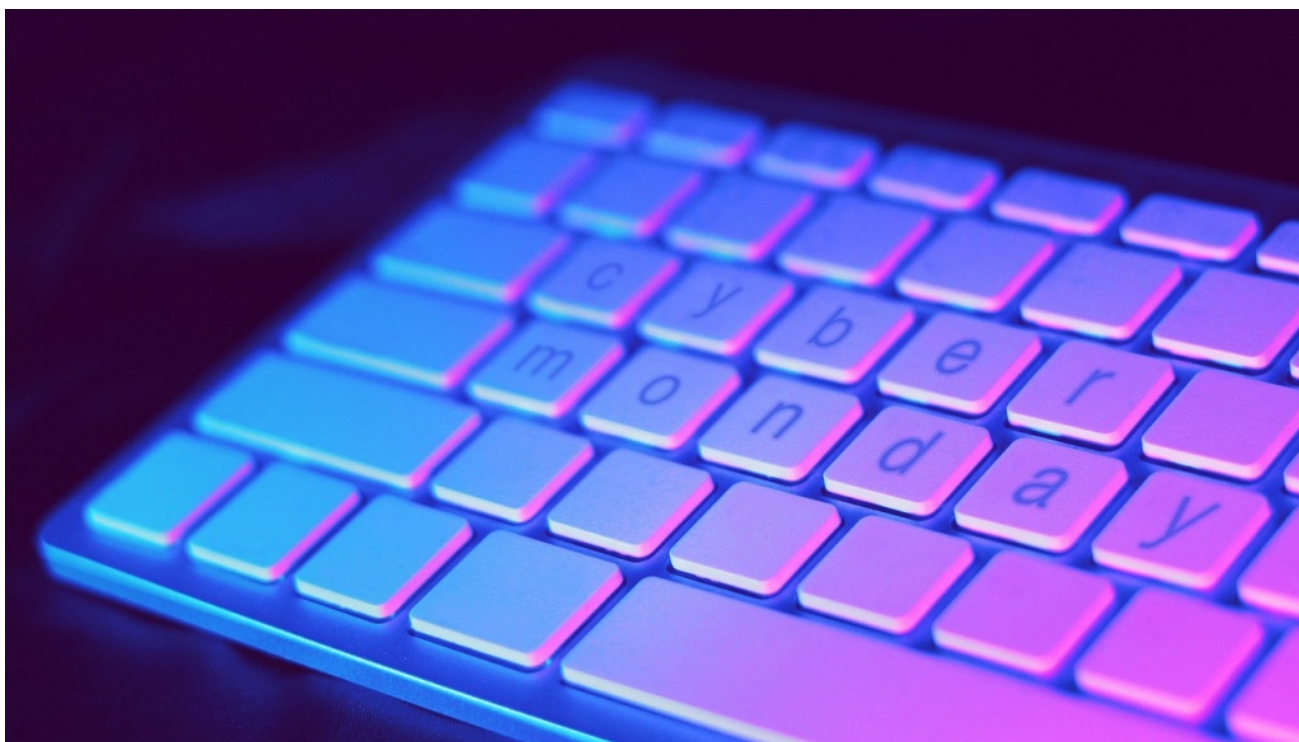
[Группа М.Видео-Эльдорадо и Авито тестируют совместную программу выкупа смартфонов](#)

ЮKassa: В Киберпонедельник-2025 обороты онлайн-магазинов выросли на 12%

Yoomoney.ru, 31.01.2025

/исследование

Киберпонедельник — первая крупная распродажа года. Обороты площадок, принимающих оплату через ЮKassa, 27 января выросли на 12% по сравнению с тем же днём 2024 года. Число платежей снизилось на 10%, а средний чек увеличился на 24% до 1555 руб. По сравнению с 2023 годом обороты выросли на 45%, число платежей — на 17%, а средний чек — на 23%.



За весь период распродажи обороты площадок выросли на 9% год к году, число платежей снизилось на 7%, а средний чек стал на 17% больше до 1521 руб. По сравнению с 2023 годом обороты увеличились на 40%, число платежей — на 18%, а средний чек — на 19%.

«Снижение количества платежей может быть связано с тем, что потребители стали делать более точечные покупки, но по более высоким ценам: многие откладывают на период распродаж серьёзные приобретения», — говорит руководитель отдела продаж ЮKassa Никита Цой.

Источник:

[Киберпонедельник-2025: итоги первой распродажи года](#)

Авито: Россияне выделяют на онлайн-шопинг около 18% от зарплаты

Retail.ru, 29.01.2025

/исследование

Согласно опросу Авито Работы и Авито Рекламы, в среднем россияне ежемесячно выделяют около 18% от своей зарплаты на онлайн-шопинг. Для 89% респондентов самыми популярными площадками для покупок в интернете стали классифайды и маркетплейсы.

Далее следуют сервисы доставки продуктов питания (29%) и интернет-магазины (20%). Реже всего россияне совершают покупки в стриминговых сервисах (6%).



27% участников опроса совершают покупки в онлайн несколько раз в месяц. В среднем россияне приобретают товары и услуги онлайн один раз в неделю.

Наличие скидок и специальных предложений на приобретение товаров от любимых брендов влияет на решение о покупке 45% опрошенных. 62% узнают о скидках из рекламы на классифайдах и маркетплейсах.

Источник:

Работающие жители России тратят в среднем 18% от зарплаты на онлайн-покупки

Весь мир:

На Wildberries растут продажи предпринимателей из Казахстана

T.me, 30.01.2025

/НОВОСТЬ

В 2024 году на Wildberries продажи предпринимателей из Казахстана выросли более чем на 99%, а количество пунктов выдачи увеличилось в 1,9 раза.

В 2024 году казахстанцы купили на 66% больше товаров, чем в прошлом году. Самыми активными покупателями оказались жители Карагандинской области с ростом 68% в денежном выражении.

Среди самых популярных категорий товаров от местных производителей — продукты, белье, одежда и аксессуары.

ТОП-10 категорий товаров



Источник:

[Продажи предпринимателей из Казахстана выросли более чем на 99%](#)

Около 30% продаж H&M приходится на онлайн

Hmgroup.com, 30.01.2025

/новость

Чистые продажи H&M Group в IV финансовом квартале 2024 года выросли на 3% в местных валютах и составили 62,193 млрд шведских крон. За финансовый год чистые продажи составили 234,478 млрд шведских крон. В местных валютах чистые продажи увеличились на 1% по сравнению с предыдущим годом. Около 30% продаж в течение финансового года пришлось на онлайн.



В компании отметили, что рост продаж и операционной прибыли в IV кв. 2024 года связан, в том числе, сильными онлайн-продажами. Расширение компании происходит с акцентом на увеличение омниканальных продаж по всему миру. H&M расширила свое цифровое присутствие на Douyin и Pinduoduo, а также на Ajio.com в Индии и Trendyol.com в Турции и в Саудовской Аравии.

Источник:

[H&M Hennes & Mauritz AB Full-year report 2024](#)

Kaspi.kz закрыл сделку по покупке Hepsiburada

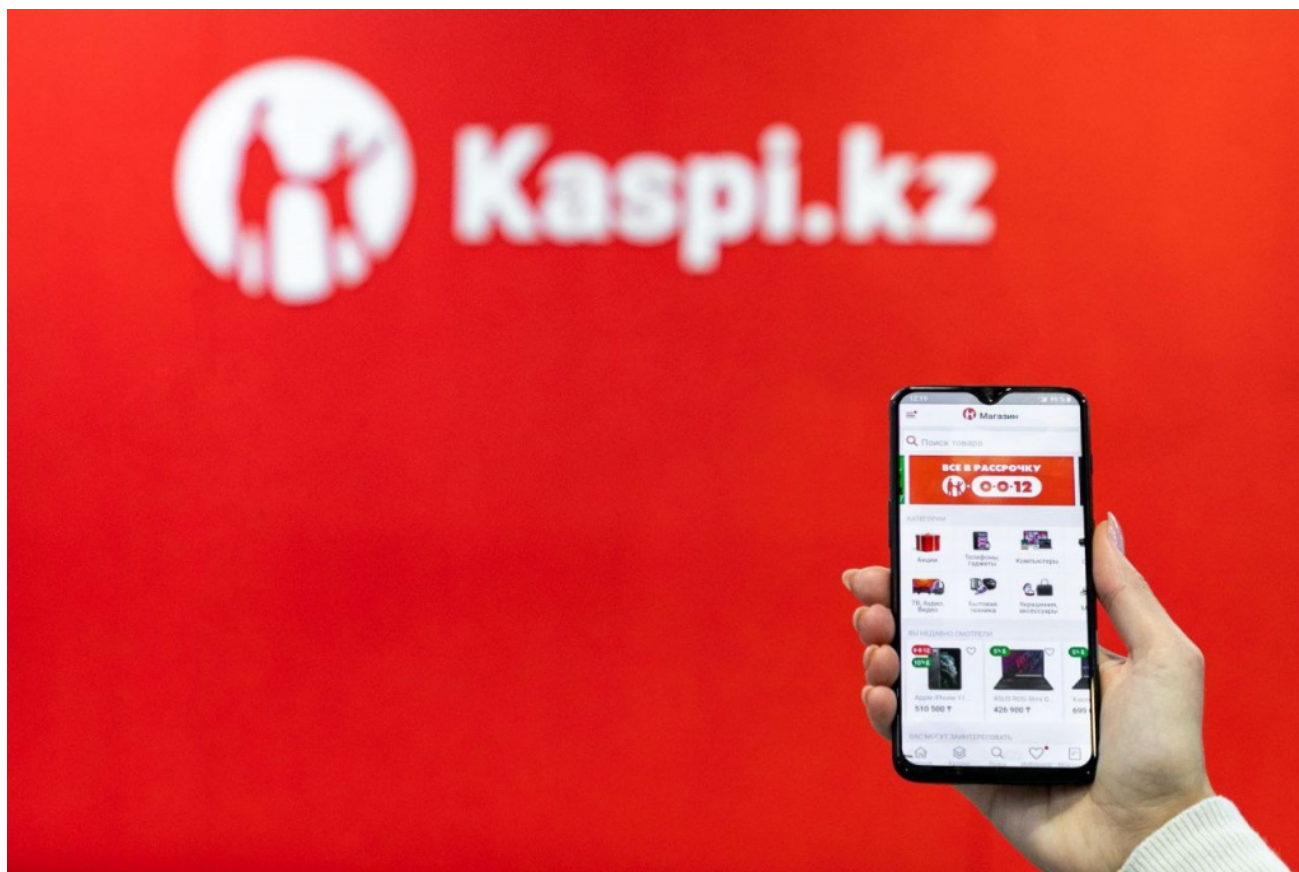
Kapital.kz, 29.01.2025

/НОВОСТЬ

Финтех-холдинг Kaspi.kz купил 40 млн акций класса «А» и 173 млн 246 тыс. 220 акций класса «В» компании D-Market Electronic Services & Trading (Hepsiburada).

В результате сделки Kaspi.kz стал контролирующим акционером турецкого маркетплейса с 29 января 2025 года. Финтех-холдинг приобрел 65,41% от размещенного акционерного капитала Hepsiburada на дату соглашения.

Kaspi.kz и Hepsiburada сохраняют свои бренды и операционные структуры.



Источник:

[Kaspi.kz закрыл сделку по покупке турецкого Hepsiburada](#)

ByteDance быстро растет в сфере электронной коммерции

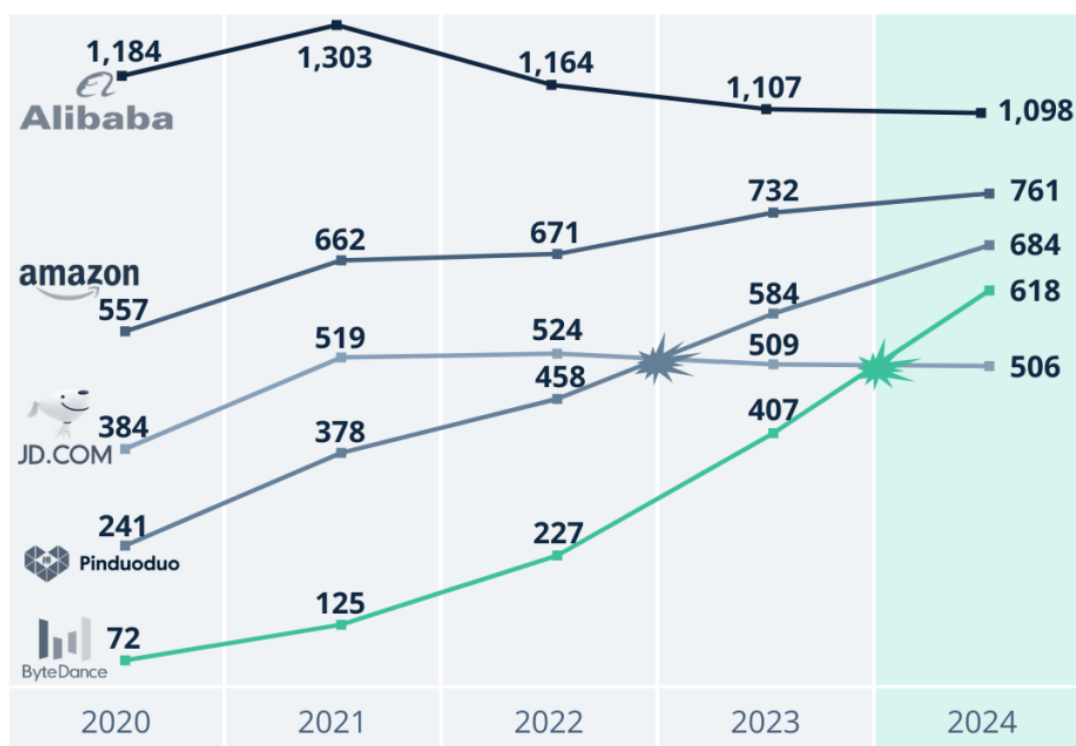
Ecommercedb.com, 28.01.2025

/НОВОСТЬ

По данным ECDB, за последние пять лет китайская компания ByteDance увеличила выручку от e-commerce с \$5,8 млрд до \$618 млрд, то есть более чем в 118 раз.

ByteDance Surges Past JD.com, While Alibaba Maintains Highest Revenue

Top 5 global eCommerce companies by eCommerce activity revenue from 2020 to 2024



Source: ECDB.

ECDB

Рост можно объяснить успехом социальных сетей и платформы электронной коммерции douyin.com и связанным с этим ростом социальной и стриминговой коммерции в Китае.

Бум вокруг Douyin позволил ByteDance сместить две крупные компании с пятого и четвертого мест в рейтинге крупнейших компаний электронной коммерции мира. Сначала это была американская компания Walmart в 2021 году. А в прошлом году ByteDance обогнала JD.com.

Источник:

[ByteDance on the Fast Track With a High Level of Revenue and Strong Growth](#)

Е-commerce в Центральной Азии: перспективы и вызовы

Fintech-retail.com, 27.01.2025

/новость

Портал [Fintech & Retail](#) рассказал о потенциале и вызовах для цифровой торговли в Центральной Азии.



В 2024 году Uzum стал первым технологическим «единорогом» в стране, достигнув оценки более \$1 млрд. Кроме того, в регионе активно работают международные компании, такие как eBay и NOVICA. Однако рынок электронной коммерции в Центральной Азии остается небольшим — его объем составляет менее \$3 млрд.

Основные препятствия: слабая инфраструктура, низкий уровень цифровой грамотности, недостаточно развитые системы онлайн-платежей и правовые барьеры. Регулирование электронной коммерции остается фрагментированным.

Формирование единого цифрового рынка Центральной Азии позволило бы устранить барьеры и повысить эффективность сектора. Для полного раскрытия потенциала электронной коммерции в регионе требуются инвестиции в цифровую грамотность, улучшение логистических решений и гармонизация законодательства.

Источник:

[Электронная коммерция в Центральной Азии: вызовы и перспективы цифровой трансформации](#)

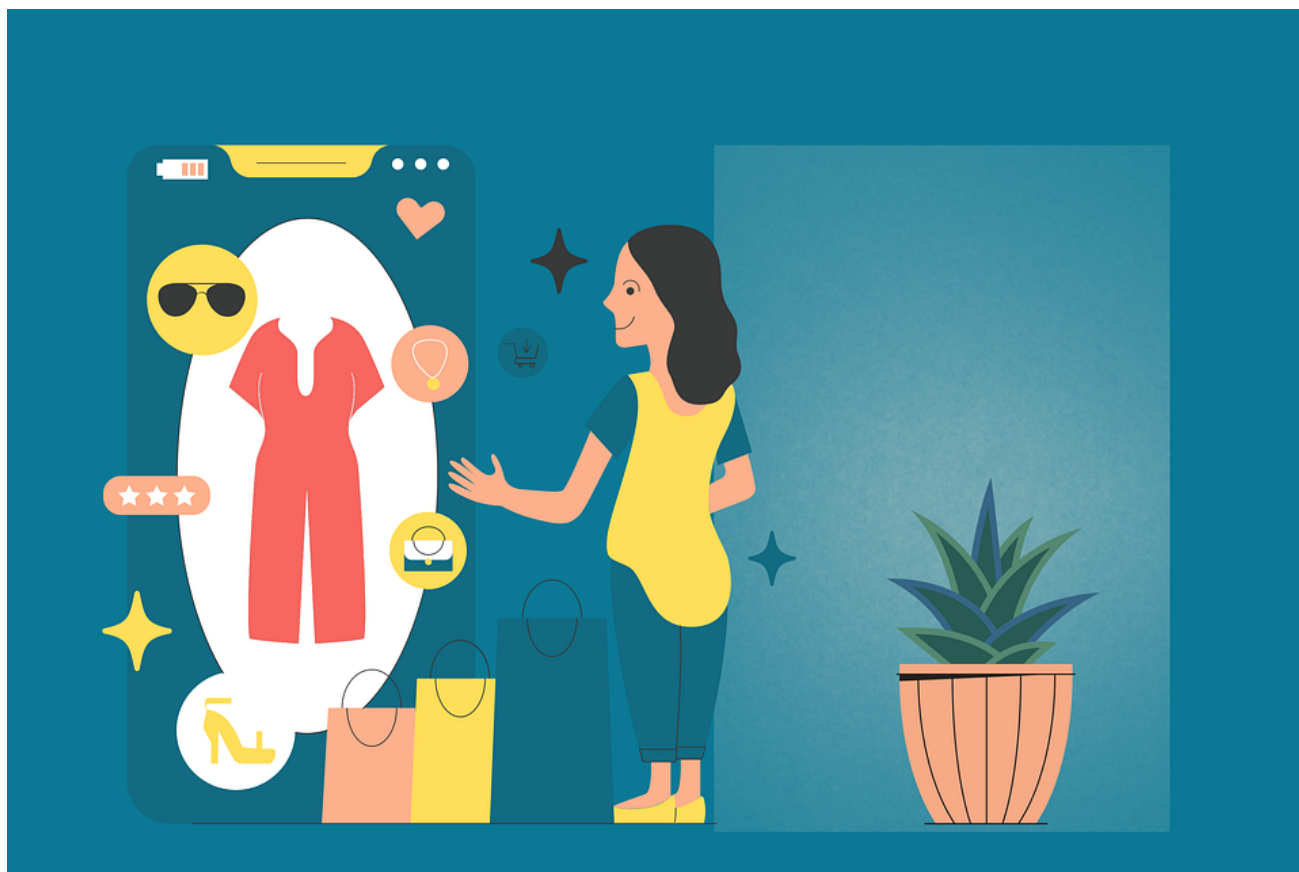
Shopify: Основные тренды fashion e-com 2025

Shopify.com, 27.01.2025

/исследование

Эксперты компании Shopify представили главные тенденции в сфере электронной коммерции в сфере моды в 2025 году:

- Социальная коммерция и контент для покупок. В 2025 году на социальную коммерцию будет приходиться каждая пятая покупка.
- Унифицированный опыт покупок
- Персонализированный путь клиента
- Искусственный интеллект
- Метавселенная
- Рост перепродаж
- Цифровые платежи как драйвер роста
- Устойчивость (но потребители также хотят доступности)
- Сообщество через IRL-опыт
- Диверсификация бизнес-моделей



Источник:

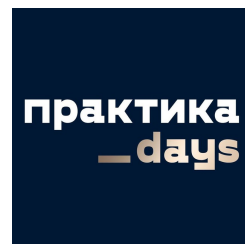
[The State of the Ecommerce Fashion Industry: Statistics, Trends, and Strategies to Use in 2025](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Интервью с Олегом Дорожкой, директором по маркетингу и монетизации Ozon

Олег рассказал о реализованных в 2024 году самых важных проектах, о том, что не успели сделать, об инструментах монетизации, развитии ритейл-медиа, маркетинге, блогерах, женской аудитории, изменениях потребительского поведения, Черной пятнице и 11.11, фокусе на развитии малых городов, ПВЗ в сельских домах, своей работе, методологии работы с входящими и очень многим другим.



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.