

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2025 / № 8

24 Февраля 2025 - 02 Марта 2025

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Оборот Ozon вырос на 64% в 2024 г.

Авито запускает курьерскую доставку букетов

Яндекс выделяет в отдельное направление автономный транспорт

Оборот онлайн-торговли в Москве увеличился на 27% в 2024 г.

Ozon открывает таможенно-логистический центр

«Магнит» запустил обновленное мультиформатное приложение

T-Бизнес: Средний чек на маркетплейсах вырос на 18% в 2024 г.

Российские модные бренды назвали предпочитаемые маркетплейсы

#### **Весь мир:**

Data Insight: Карта e-commerce в регионе MENA

Оборот e-commerce сегмента экосистемы Uzum вырос в 2,4 раза в 2024 г.

У онлайн-супермаркета Korzinka Go появился третий даркстор

Выручка eBay выросла на 2% в 2024 г.

Маркетплейс из ОАЭ Noon будет продавать товары из Узбекистана

В США — самые высокие e-commerce расходы на человека

#### **Подкасты и видео**



## Россия:

# Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Top100party.ru, 28.02.2025

/новость

**2 апреля** в Москве состоится Церемония награждения победителей рейтинга «**E-commerce Index Top-100**», где Data Insight подведет итоги 2024 года и наградит победителей рейтинга российских интернет-магазинов в различных номинациях.



В Церемонии награждения примут участие крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы, а сама церемония станет самой масштабной за всю историю рейтинга.

Для того, чтобы оставить заявку, заполните, пожалуйста, [форму регистрации](#).

Также не упустите возможность [стать партнером](#) церемонии!

Ждем вас на Церемонии!

Источник:

[E-commerce Index Top-100](#)

# Оборот Ozon вырос на 64% в 2024 г.

Corp.ozon.ru, 27.02.2025

/НОВОСТЬ

Оборот (GMV) Ozon, включая услуги, за 2024 год вырос на 64% до 2,875 трлн руб. Скорр. EBITDA по итогам года положительная и в e-commerce бизнесе, и в сегменте финтех, показатель достиг рекордных 40,1 млрд руб.

- Выручка сегмента e-commerce в 2024 году выросла на 36% до 548,3 млрд руб.
- Оборот предпринимателей на Ozon увеличился на 69%, а доля в обороте маркетплейса достигла 85,4%.
- Количество активных продавцов выросло до 600 тыс., из них более 80% — в регионах России.
- Число активных покупателей достигло 56,5 млн (+10,4 млн). Каждый клиент в среднем заказывает на Ozon 26 раз в год.
- В 2024 году компания доставила 1,471 млрд заказов (+52%).
- Самой быстрорастущей товарной категорией маркетплейса стала одежда: оборот за 2024 год вырос на 86%.

Источник:

EBITDA Ozon в 2024 году превысила 40 млрд рублей



# Авито запускает курьерскую доставку букетов

Т.me, 28.02.2025

/новость

Авито запускает доставку цветов до двери. Логистика будет осуществляться Авито Доставкой в партнерстве с Яндекс Доставкой, а также силами продавцов по схеме real DBS (доставка своими курьерами).

На заказы, оформленные с доставкой курьерами Яндекса, будет распространяться возможность вернуть средства в течение 24 часов, если качество букета не устроит покупателя. При доставке силами продавца (rDBS) продавец берет на себя все вопросы, связанные с логистикой и возможными компенсациями.

В Авито отметили тренд на рост популярности букетов: в 2024 году их покупали на 32% чаще, чем годом ранее.



Источник:

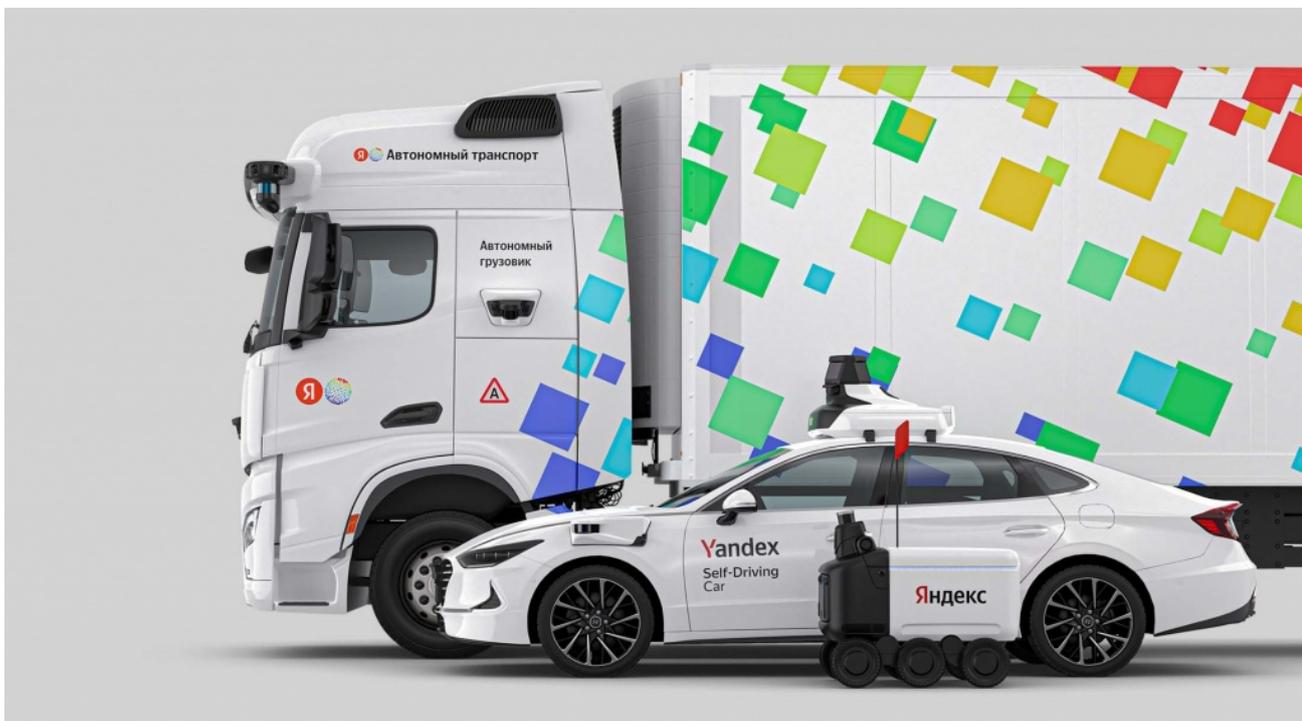
[Авито запускает доставку цветов — до двери](#)

# Яндекс выделяет в отдельное направление автономный транспорт

Yandex.ru, 27.02.2025

/новость

Автономный транспорт становится отдельным бизнес-направлением Яндекса и сосредоточится на разработке и продвижении решений для коммерческого сектора. Направление войдет в Yandex B2B Tech, его руководителем будет Сергей Мельник, ранее отвечавший за Алису и умные устройства.



Яндекс развивает автономный транспорт с 2017 года. В его основе лежат собственные технологии и оригинальные конструкторские решения компании.

Автономные грузовики Яндекса с осени 2024 года перевозят заказы Маркета из Москвы в Тулу, а роботы уже осуществили более 400 тыс. доставок для сервисов Яндекса и коммерческих партнеров.

Источник:

[Яндекс выделяет автономный транспорт в отдельное направление](#)

# Оборот онлайн-торговли в Москве увеличился на 27% в 2024 г.

Mos.ru, 27.02.2025

/НОВОСТЬ

Оборот онлайн-торговли в Москве вырос на 27% в 2024 году и составил 1,5 трлн руб., согласно данным Департамента экономической политики и развития столицы. За пять лет объемы интернет-торговли выросли в два раза.

Лидеры по объему продаж: мебель и товары для дома, одежда и обувь. Лидеры по приросту оборотов: интернет-аптеки, магазины цветов и подарков, магазины автозапчастей.

Основными причинами роста названы развитие специализированных маркетплейсов, широкий ассортимент и привлекательные цены, удобные сервисы доставки и подбора товаров.



## Лидеры по объёму продаж



Источник:

Оборот онлайн-торговли в 2024 году вырос на 27 процентов



# Ozon открывает таможенно-логистический центр

Corp.ozon.ru, 25.02.2025

/НОВОСТЬ

Ozon стал первым маркетплейсом, который открыл таможенно-логистический центр в России. В нем будет проходить таможенное оформление и хранение зарубежных товаров, что позволит сократить срок доставки для покупателей.



Центр площадью 4 тыс. кв. м находится на территории таможенно-логистического терминала «Каникурган» в Амурской области. Инфраструктура комплекса позволит обрабатывать более 1,5 млн зарубежных отправок в месяц. Операции заработают в марте.

Логистическая инфраструктура Ozon превышает 3 млн кв. м. В России и странах СНГ действуют 46 фулфилмент-центров, более 150 сортировочных центров и более 60 тыс. ПВЗ.

Источник:

[Ozon открывает первый таможенно-логистический центр](#)

# «Магнит» запустил обновленное мультиформатное приложение

Magnit.com, 25.02.2025

/новость

«Магнит» первым в российском ритейле объединил все свои розничные форматы в одном приложении и персонализировал продукт под клиента.

Все онлайн- и офлайн-сервисы компании интегрированы на главном экране и предоставляют единый доступ ко всей экосистеме «Магнита». Приложение объединяет доступ к каталогу товаров офлайн-магазинов и программе лояльности, доставку продуктов, заказ косметики, аптечной продукции, товаров из «Магнит Маркета» и др.

Главная страница адаптируется под каждого пользователя. Приложение анализирует его покупки и предпочтения в розничных магазинах и онлайн. Автоматизированный сервис подстраивает интерфейс так, чтобы клиенту было удобно покупать то, что он хочет.



Источник:

[«Магнит» представил обновленное мультиформатное приложение](#)

# Т-Бизнес: Средний чек на маркетплейсах вырос на 18% в 2024 г.

Tbank.ru, 26.02.2025

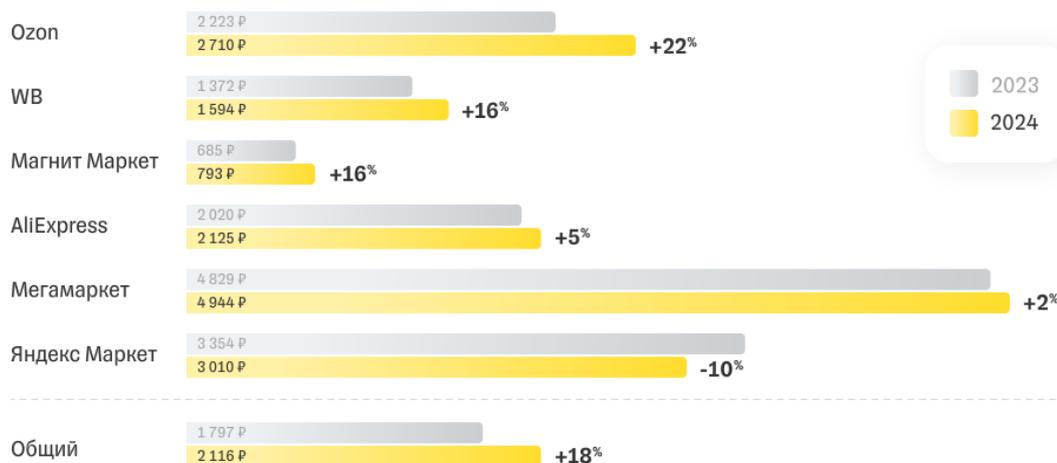
/исследование

Согласно исследованию Т-Бизнеса, в 2024 году средний прирост оборота универсальных маркетплейсов составил 41%. Количество транзакций на крупнейших площадках выросло на 20%.

- Средний чек на маркетплейсах увеличился на 18% до 2116 руб. Самый высокий рост зафиксирован на Ozon — на 22% до 2710 руб.
- Рост числа селлеров продолжает замедляться — в IV кв. 2024 количество продавцов увеличилось всего на 7% относительно аналогичного периода в 2023 году.
- Wildberries занимает 56% рынка по числу продавцов. Ozon удерживает второе место (28%), а Яндекс Маркет — третье (13%).
- В большинстве городов зафиксирован уверенный рост числа транзакций. Наибольший прирост показали Омск (+30%), Челябинск и Пермь (по +29%), Уфа (+28%) и Красноярск (+27%).

## Средний чек на маркетплейсах вырос на 18% — до 2 116 ₽

Динамика изменения среднего чека



**Т** БАНК | БИЗНЕС

На основе обезличенных данных Т-Банка, 2024 год против 2023 года

Источник:

Итоги года на маркетплейсах: регионы — ключевой драйвер роста онлайн-торговли



# Российские модные бренды назвали предпочитаемые маркетплейсы

Corp.ozon.ru, 26.02.2025

/исследование

Ozon и Fashion Factory School выяснили, готовы ли владельцы российских модных брендов продавать свои товары на мультикатегорийных маркетплейсах. В опросе участвовало более тысячи отечественных предпринимателей.

К сегменту «премиум» ассортимент относят 7% брендов, к «среднему» и «среднему +» — 25 и 54% соответственно, к масс-маркету — 11%. 72% располагают сайтами, приложениями, онлайн-магазинами для продажи своих коллекций.

Бренды заинтересованы и в работе с мультикатегорийными маркетплейсами. Уже продают вещи на таких платформах около половины опрошенных.

В 2025 году 75% всех участников исследования планируют или увеличить объем поставок на маркетплейсы, или начать осваивать эту площадку.

В среднем продажи на маркетплейсах приносят российским производителям одежды, обуви и аксессуаров 49,8% их выручки. Каждый третий респондент считает, что мультикатегорийные маркетплейсы предоставляют возможность тестирования спроса на его товары.

72% респондентов выбрали специализированную платформу Lamoda, а среди мультикатегорийных маркетплейсов лидирует Ozon (59%). За последние три года количество покупателей одежды, обуви и аксессуаров на Ozon увеличилось в 5 раз и превысило 32,7 млн.

Главный критерий, которым руководствуются отечественные бренды — соответствие аудитории маркетплейса и бренда: это признал 61% участников опроса.

Источник:

[Российские бренды одежды назвали предпочитаемые маркетплейсы](#)



## Весь мир:

# Data Insight: Карта e-commerce в регионе MENA

Datainsight.ru, 24.02.2025

/НОВОСТЬ

Маркетплейс **WEE** совместно с аналитической компанией **Data Insight** представили первую карту e-commerce в регионе MENA.

Новый инструмент позволяет получить представление о рынке электронной торговли в ОАЭ, систематизируя информацию по всем ключевым платформам. Карта доступна для всех пользователей **по ссылке** без регистрации и дополнительных шагов.



Проект создан для продавцов, аналитиков и всех участников e-commerce рынка, чтобы они могли ориентироваться в быстрорастущем сегменте торговли в регионе MENA (Ближний Восток и Северная Африка). Карта будет особенно полезна тем, кто планирует расширение бизнеса или уже работает на рынке ОАЭ. Обновление карты планируется дважды в год: весной и осенью, дата очередного обновления — сентябрь 2025 года.

Источник:

[Карта eCommerce в регионе MENA](#)

# Оборот e-commerce сегмента экосистемы Uzum вырос в 2,4 раза в 2024 г.

Uzum.com, 27.02.2025

/новость

Оборот e-commerce сегмента экосистемы Uzum (GMV) вырос в 2,4 раза год к году и достиг \$345 млн. Число заказов на Uzum Market выросло вдвое до 19 млн, при этом на долю регионов приходится порядка 60% заказов. Ассортимент площадки формируют порядка 14 тыс. продавцов.



В прошлом году маркетплейс запустил крупнейший в Центральной Азии логистический комплекс для онлайн-торговли. Сеть пунктов выдачи выросла в практически в 3 раза и насчитывает почти 1000 точек по всей стране.

Сервис быстрой доставки Uzum Tezkoq на конец декабря был доступен в 18 городах Узбекистана. Число уникальных пользователей платформы в декабре выросло в 4 раза год к году. Количество заказов увеличилось более чем в 6 раз.

Источник:

Экосистема Uzum подводит итоги 2024 года: за год оборот e-commerce вырос в 2,4 раза, а общий объем выданных рассрочек и микрозаймов — почти втрое

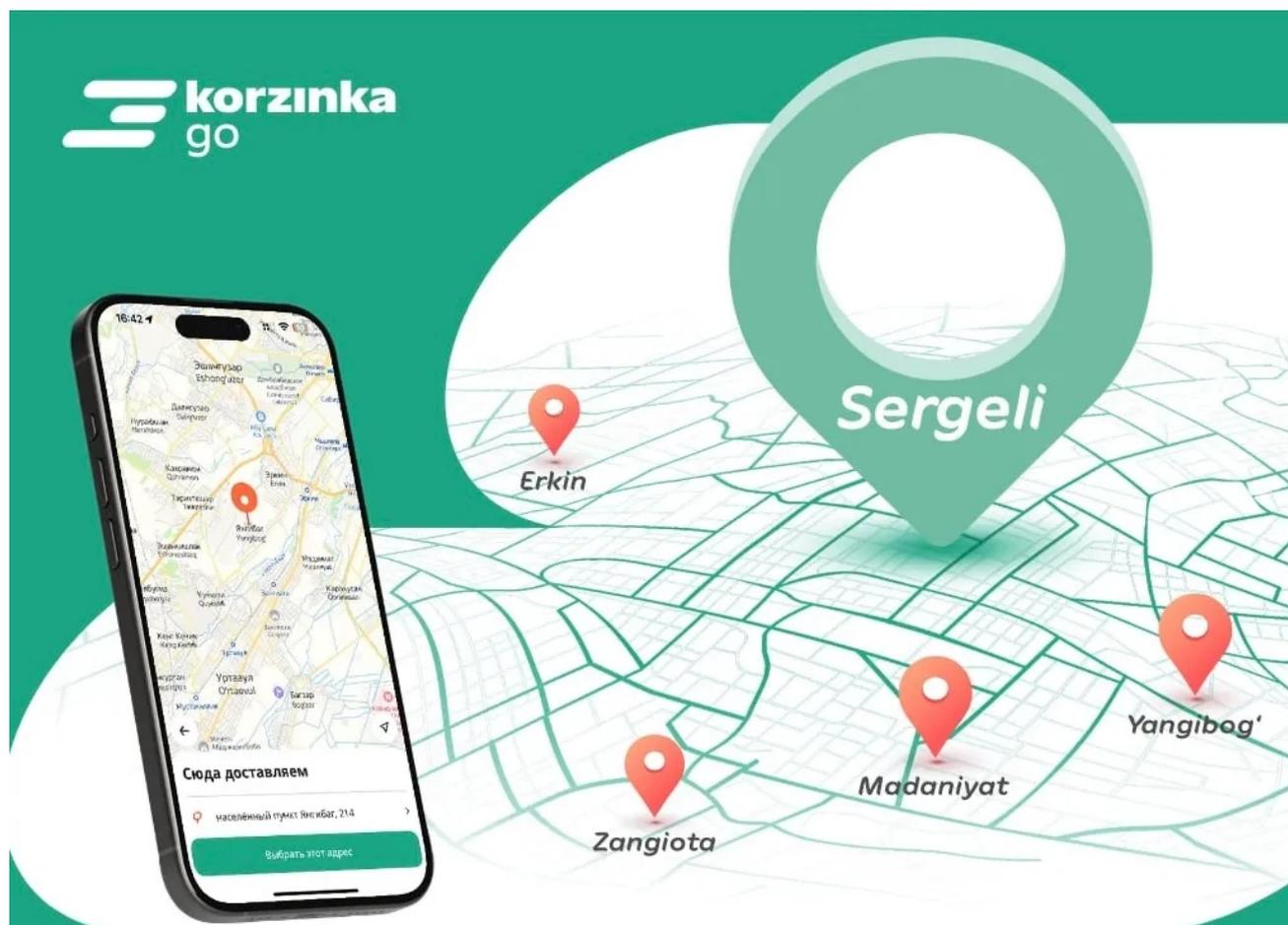
# У онлайн-супермаркета Korzinka Go появился третий даркстор

Korzinka.uz, 27.02.2025

/НОВОСТЬ

Крупная розничная сеть из Узбекистана «Корзинка» открыла третий даркстор для онлайн-супермаркета Korzinka Go. Магазин-склад полного цикла расположен в Сергелийском районе.

Первые два даркстора «Корзинки» открылись в июле 2023 года. Этот шаг стал продолжением работ по развитию онлайн-супермаркета Korzinka Go, который был запущен в Ташкенте в конце июня того же года.



Источник:

[Третий dark store Korzinka Go запустился в Сергелийском районе - Korzinka](#)

# Выручка eBay выросла на 2% в 2024 г.

Ebayinc.com, 26.02.2025

/НОВОСТЬ

В IV кв. 2024 года выручка eBay составила \$2,6 млрд, увеличившись на 1%. GMV вырос на 4% и составил \$19,3 млрд. Общие рекламные предложения eBay принесли \$445 млн, что составляет 2,3% от GMV.

За весь финансовый год выручка составила \$10,3 млрд, увеличившись на 2%. GMV вырос на 2%, составив \$74,7 млрд.

## FY'24 Results

|                                 | GUIDANCE   | ACTUALS   |
|---------------------------------|--|---|
| <b>GMV</b><br>(in billions)     | <b>\$74.2 - \$74.6</b><br>1% - 2% spot<br>1% - 1% FXN<br>1% - 1% organic FXN   | <b>\$74.7</b><br>2% spot<br>1% FXN<br>1% organic FXN  |
| <b>Revenue</b><br>(in billions) | <b>\$10.23 - \$10.29</b><br>1% - 2% spot<br>2% - 2% FXN<br>1% - 2% organic FXN | <b>\$10.28</b><br>2% spot<br>2% FXN<br>2% organic FXN |
| <b>Non-GAAP Op Margin</b>       | <b>28.0% - 28.1%</b>   | <b>28.1%</b>  |
| <b>Diluted Non-GAAP EPS</b>     | <b>\$4.80 - \$4.85</b><br>13% - 14%  | <b>\$4.88</b><br>15%                                  |



© 2025 eBay | Business & Financial Highlights Q4'24

All growth rates are spot Y/Y growth rates, unless noted otherwise.  
All reported results are from continuing operations.  
Reconciliations of Non-GAAP measures are included in the Appendix of this presentation.

13

Источник:

[eBay Inc. Reports Fourth Quarter and Full Year 2024 Results](#)



# Маркетплейс из ОАЭ Noon будет продавать товары из Узбекистана

Spot.uz, 25.02.2025

/новость

Узбекистан заключил несколько соглашений о реализации продуктов питания в странах Ближнего Востока. Переговоры проходили во время выставки Gulfood 2025 в ОАЭ.



С маркетплейсом noon была достигнута договоренность о размещении узбекистанских товаров и использовании бондовых складов. Планируется наладить экспорт под собственными торговыми марками площадки в формате B2B и B2C.

Маркетплейс noon занимает ведущие позиции в электронной коммерции на Ближнем Востоке. Платформа фокусируется на рынках ОАЭ, Саудовской Аравии и Египта.

Источник:

[На маркетплейсе из ОАЭ Noon будут продаваться товары из Узбекистана – Spot](#)

# В США — самые высокие e-commerce расходы на человека

Ecommercedb.com, 25.02.2025

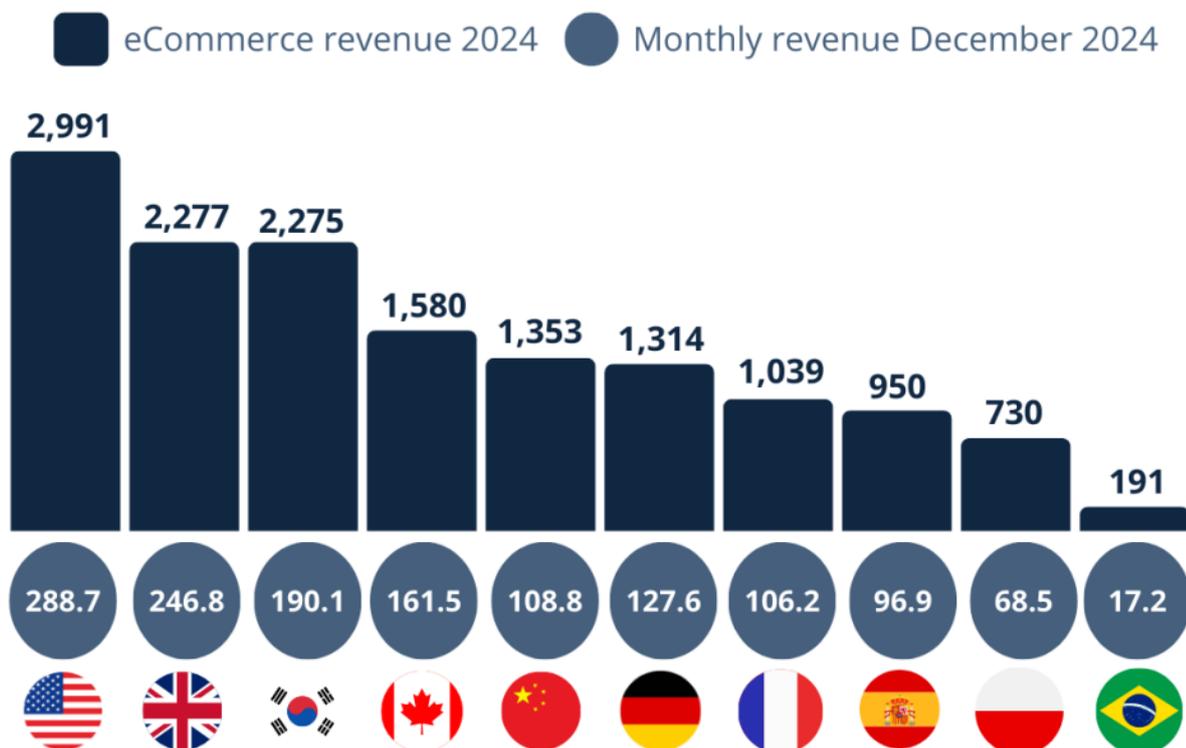
/исследование

За весь 2024 год каждый гражданин США потратил в среднем \$2991 на покупки онлайн. В декабре средний показатель составил \$288,7 с учетом таких крупных праздников, как Рождество и всего, что с ним связано. По данным ECDB, США имеют самые высокие e-com расходы на душу населения среди всех стран.

Китай сильно отстает с годовыми расходами на электронную коммерцию в размере \$1353 в 2024 году. Это меньше, чем у среднего канадца и немного больше среднего показателя по Германии. В декабре каждый житель Китая потратил в среднем \$108,8.

## U.S. eCommerce Spend per Person Was 2.2x Higher Than China's in 2024

Per capita eCommerce revenue in selected countries and monthly per capita revenue in December 2024



Source: ECDB, Worldometers.

ECDB

Источник:

[The United States Takes the International Lead in eCommerce Revenue per Capita](#)



# Подкасты и видео

## Борис Преображенский | ПрактикаDays

### Е-commerce РИВ ГОШ

В гостях Александр Линин, директор интернет-магазина РИВ ГОШ. О екоме РИВ ГОШ, его значимости для бизнеса, о том как он устроен, за счет чего и как развивается сегодня, об инфраструктуре, маркетинге, маркетплейсах, конкуренции и 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](mailto: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.