Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 32

08 Сентября 2025 - 14 Сентября 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Исследование потребления контента на Smart TV 2025

Data Insight: CJM ePharma

Технологии Яндекс Еды помогают снизить стоимость доставки

На Wildberries запустили продажу туров

Яндекс Лавка открыла в Санкт-Петербурге даркмоллы

«Детский мир» и «Достависта» масштабируют сотрудничество

Lamoda упростила процесс выхода на маркетплейс

Авито подскажет цену при размещении объявления

В онлайн-продажах М.Видео-Эльдорадо доля маркетплейса составила 10%

Весь мир:

Wildberries и Нацбанк Беларуси запустят сотрудничество в сфере финтеха

Yandex Uzbekistan предложил ритейлу решения на основе ИИ

Китайские платформы занимают складские площади в Европе

Курьерская доставка Wildberries стала доступна в трех регионах Узбекистана

Temu привлекает европейскую аудиторию

Розничные онлайн-продажи в Южной Африке выросли на 35% в 2024 г.

Кейс:

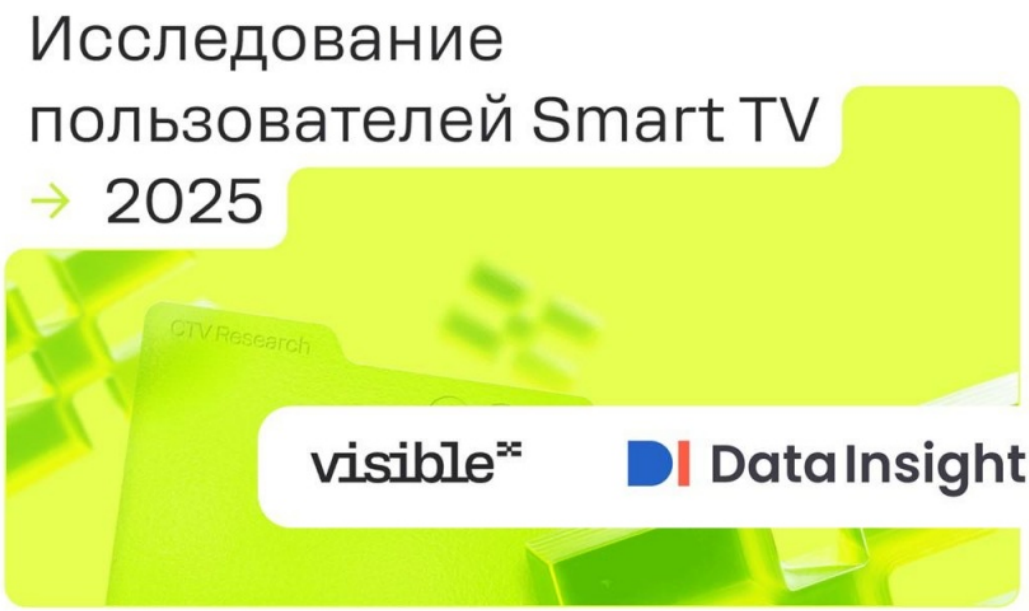
Fix Price: Опыт запуска e-commerce в ОАЭ

Россия:

Data Insight: Исследование потребления контента на Smart TV 2025

Datainsight.ru, 08.09.2025 /новость

Smart TV перестал быть «вторым экраном» и превратился в главный цифровой хаб: он объединяет контент, общение и покупки, становится каналом продаж и рекламным инструментом. **Комплексное исследование аудитории CTV,** проведенное совместно **Visible** и **Data Insight,** показывает, что Smart TV закрепился в повседневности и меняет медиаповедение россиян.



Эффективность рекламы

- 78% зрителей совершают действия после просмотра рекламы
- У молодежи 18-25 лет вовлеченность достигает 88%
- Каждый пятый зритель покупает товар после просмотра рекламы
- 75% установок приложений происходят в день показа
- 27% регистраций на сайтах стимулируются промокодами
- 81% аудитории вспоминают бренды, увиденные на Smart TV

Для брендов Smart TV – это канал, который одновременно решает задачи имиджевой коммуникации и performance-маркетинга, превращая телевизор из медиа в полноценный инструмент продаж.

Узнать подробнее

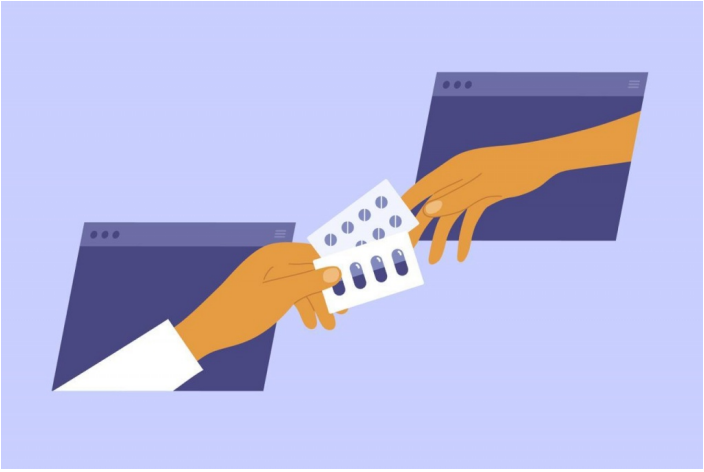
Источник:
Исследование потребления контента на Smart TV 2025

Data Insight: CJM ePharma

Datainsight.ru, 08.09.2025 /новость

Data Insight представляет серию исследований **CJM ePharma:**

- CJM Pharma. Рецептурные лекарственные препараты
- CJM Pharma. Безрецептурные лекарственные препараты
- CJM Pharma. Лечебная косметика
- CJM Pharma. БАДы



Исследования помогут выявить ключевые точки на различных этапах взаимодействия, и позволят компаниям **адресовать системные ошибки и улучшить сервис.**

Кому будет полезен отчет:

- Компании из сегмента Pharma: исследование помогает глубже понять потребности и болевые точки клиентов, оптимизировать персонализацию предложений и внедрить эффективные омниканальные решения
- Маркетологи и менеджеры по продукту: получение рекомендаций по улучшению продуктов и маркетинговых кампаний на каждом этапе CJM способствует повышению лояльности клиентов и увеличению конверсии
- Руководители отдела клиентского сервиса и CX: практические советы по созданию качественного клиентского пути позволяют повысить уровень удовлетворенности потребителей и укрепить их лояльность
- Технологические и IT-компании: анализ исследований открывает возможности для разработки новых инструментов персонализации, автоматизации процессов и эффективных решений в области омниканального маркетинга

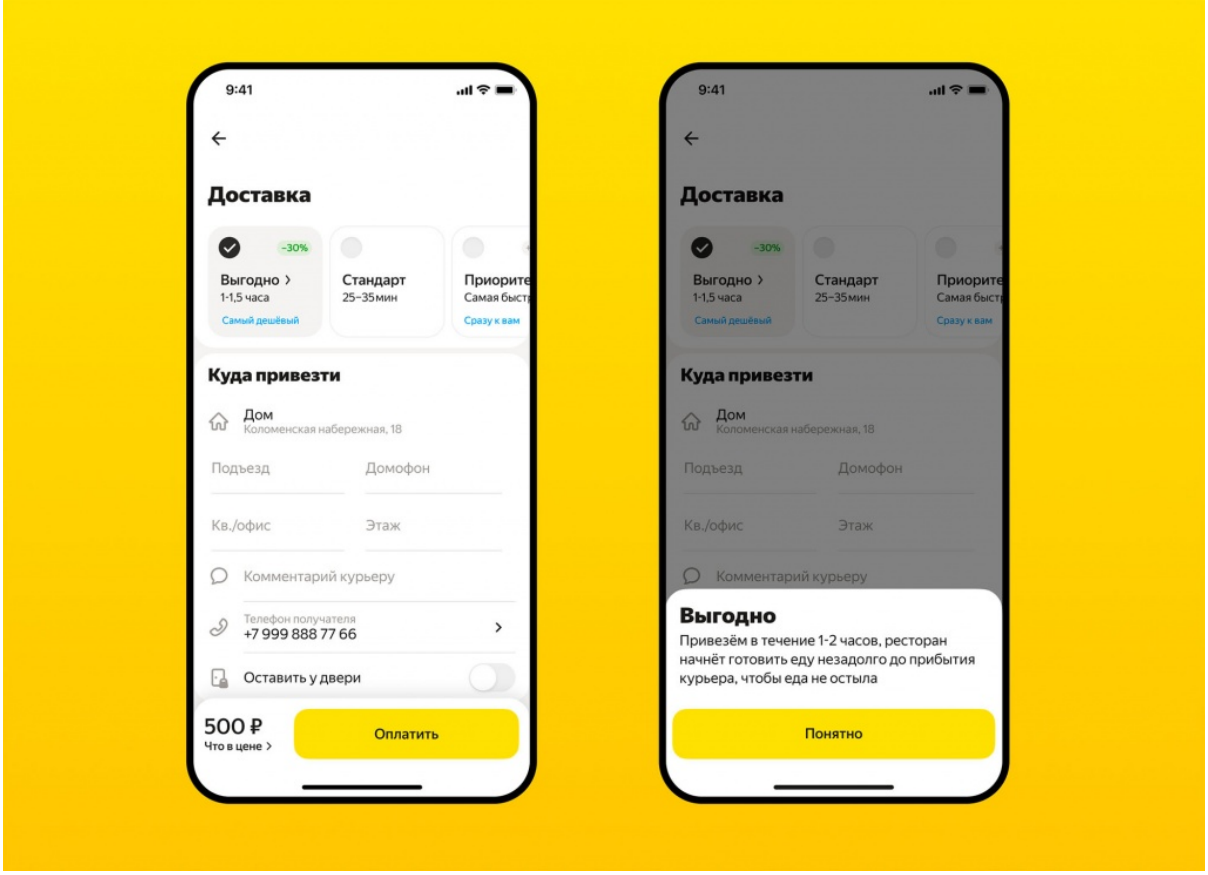
Приобрести данные

Источник:
CJM ePharma

Технологии Яндекс Еды помогают снизить стоимость доставки

Yandex.ru, 12.09.2025 /новость

Логистические технологии от Яндекс Еды помогают пользователям сэкономить на доставке. Осенью 2024 года началось тестирование тарифа «Выгодно»: заказ везут 1–1,5 часа, а стоимость доставки снижается на 30%.



По данным компании, пользователи сэкономили уже свыше 210 млн руб. и сделали более 6 млн заказов. Активнее всего тариф используется в городах-миллионниках (лидируют Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Самара), он доступен при доставке из магазинов (60% заказов) и ресторанов, особенно популярен в период с 18:00 до 19:00.

«Выгодно» действует только в зонах доставки пешими и велокурьерам. На такие районы приходится большинство заказов в сервисе. Благодаря тарифу Еда снижает нагрузку на свою логистическую систему.

Яндекс Еда предлагает и другие способы сократить расходы (например, самовывоз заказа, доставка роботом-курьером). В I полугодии 2025 года стоимость доставки из ресторанов курьерами-партнерами снизилась на 15%.

Источник:
Россияне сэкономили более 210 млн с помощью технологий снижения стоимости доставки в Яндекс Еде

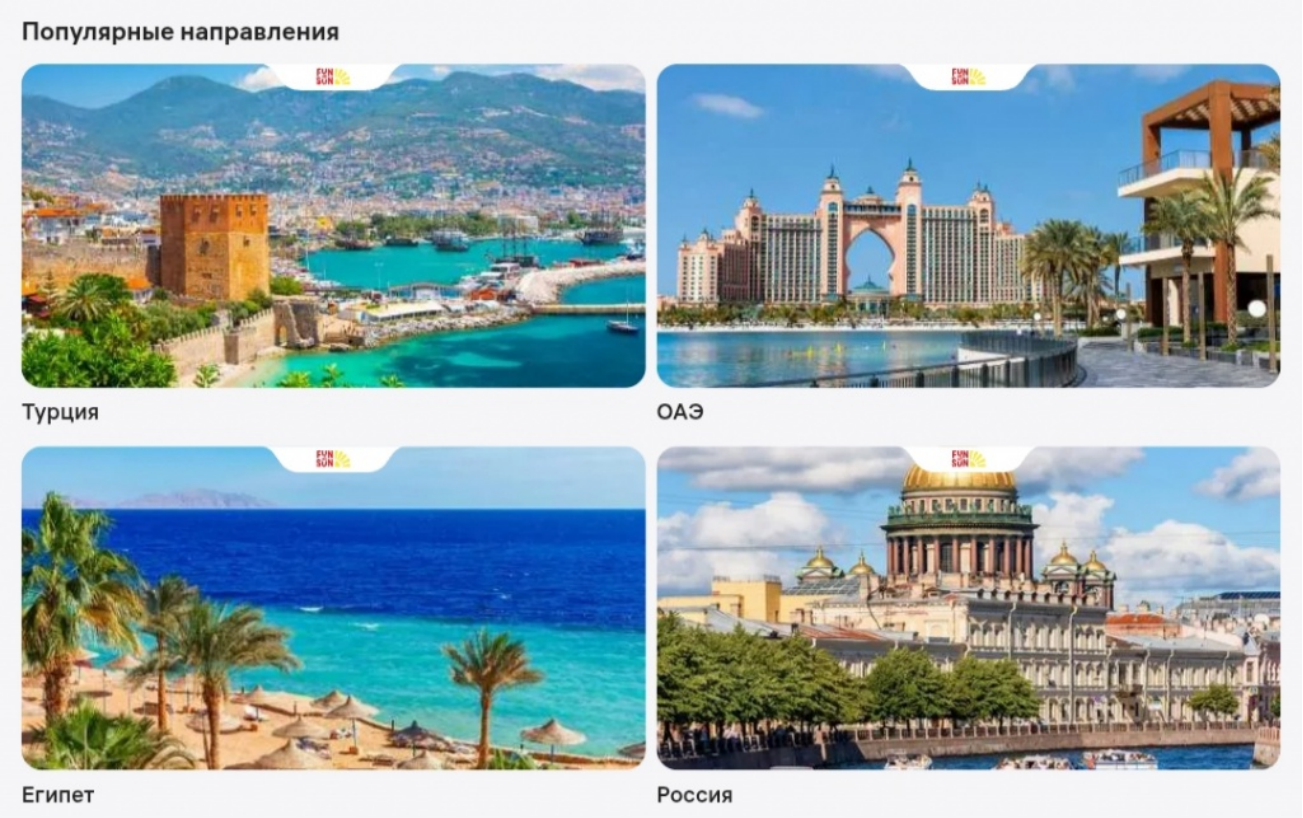
На Wildberries запустили продажу туров

T.me, 12.09.2025 /новость

РВБ и FUN&SUN договорились о партнерстве в развитии направления туристических сервисов для пользователей цифровой платформы.

Один из первых проектов — услуга раннего бронирования туров «Зима 2025-26». При планировании поездок по России и в другие страны можно выбрать, забронировать и оплатить тур, получить моментальное подтверждение заказа.

Компании рассматривают начало сотрудничества как стратегическое. Отмечается, что партнерство «позволит соединить развитую IT-инфраструктуру и рекомендательные алгоритмы цифровой платформы с многолетней экспертизой в сфере туриндустрии».



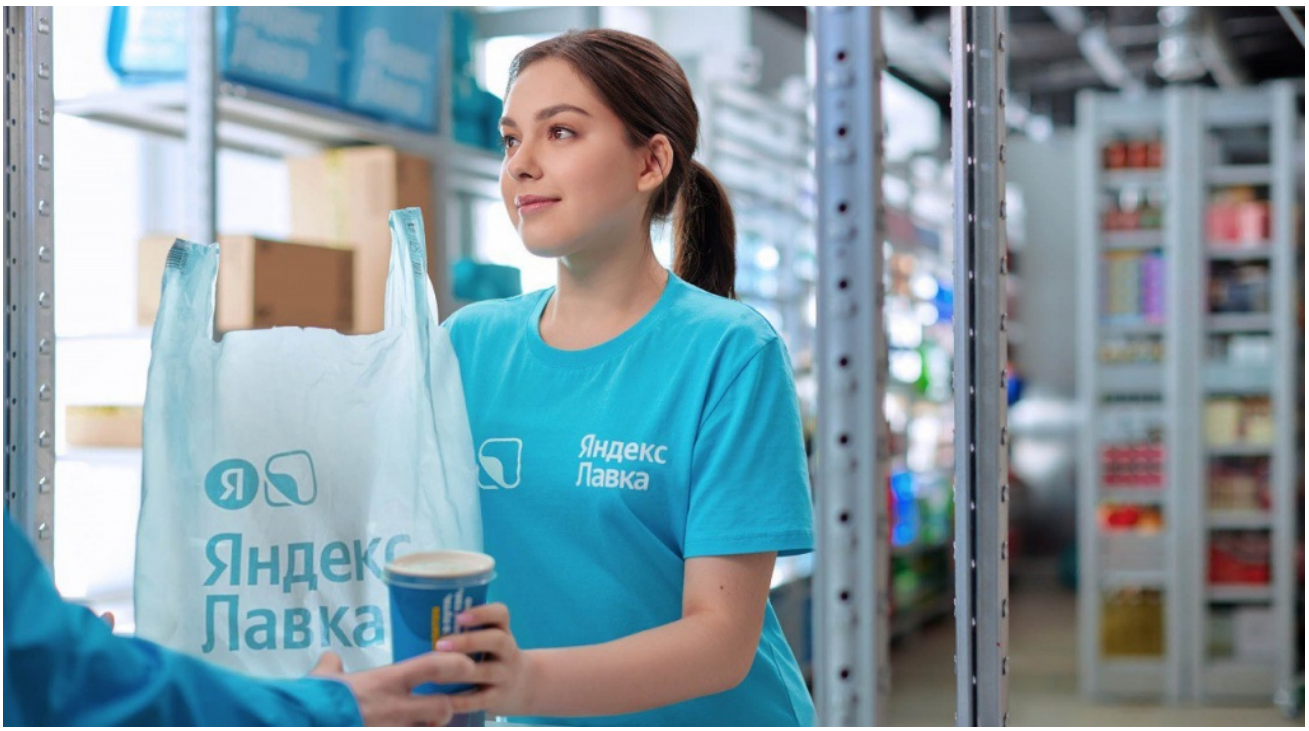
Источник:
WB на связи!

Яндекс Лавка открыла в Санкт-Петербурге даркмоллы

Retail.ru, 10.09.2025 /новость

Яндекс Лавка представила в Санкт-Петербурге новый формат — «Большая Лавка». Заказы доставляют из даркмоллов площадью до 1600 кв. м., что в 2–3 раза больше, чем у стандартных даркстороов.

Пользователям доступны более 10 тыс. товаров, в том числе бытовая техника и товары для дома. Заказы доставляют курьеры на автомобилях в течение 60 минут после оформления. Радиус доставки — до 5 км.



Источник:
Яндекс Лавка запустила даркмоллы с расширенным ассортиментом в Санкт-Петербурге

«Детский мир» и «Достависта» масштабируют сотрудничество

Corp.detmir.ru, 09.09.2025 /новость

Заказы, оформленные на detmir.ru, теперь можно получить через курьера сервиса «Достависта» в 20 городах России, в том числе во всех миллионниках. До конца года подключатся еще 9 городов. Чаще всего услугой экспресс-доставки от «Достависта» пользуются в Ростове-на-Дону, Воронеже, Краснодаре, Новосибирске, Санкт-Петербурге и Москве.

«Детский мир» и «Достависта» внедряют технологии маршрутной доставки, которая позволит курьерам доставлять несколько заказов одновременно по оптимальному маршруту. Ожидается, что это позволит снизить стоимость и повысить эффективность доставки в условиях плотного городского трафика.

Источник:
«Детский мир» расширил географию доставки с сервисом Достависта

Lamoda упростила процесс выхода на маркетплейс

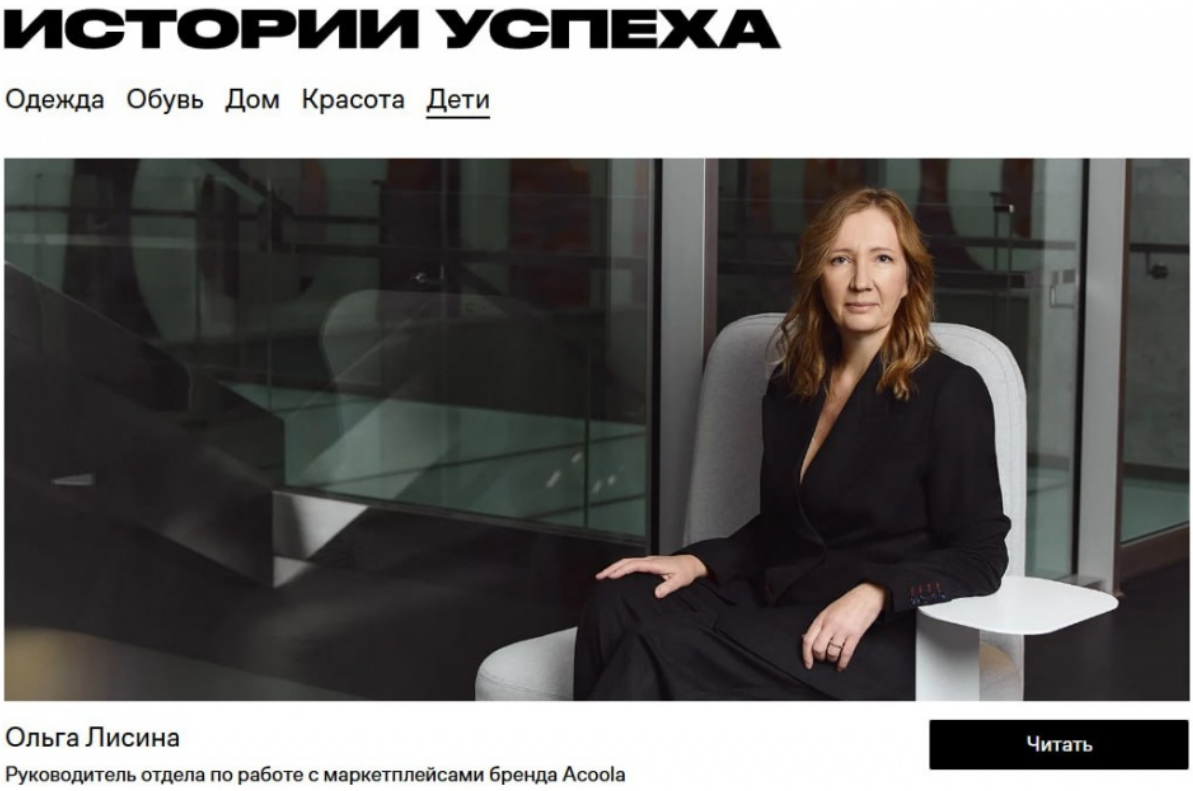
T.me, 09.09.2025 /новость

Lamoda полностью переносит процесс онбординга в личный кабинет селлера. Для регистрации аккаунта необходимо перейти через новый лендинг или по прямой ссылке и заполнить анкету-заявку на сотрудничество.

Основные изменения:

- Более понятные и прозрачные этапы заполнения анкеты.
- Ознакомиться с разделами личного кабинета можно заранее.
- Сразу можно направить заявку на размещение в разделе «Дизайнеры».
- Через процесс онбординга в личном кабинете происходит подключение к новой модели сотрудничества (для текущих селлеров).

Новый лендинг позволяет найти информацию об условиях сотрудничества с маркетплейсом, узнать подробнее про раздел «Дизайнеры» и почитать истории успеха в одноименном разделе.



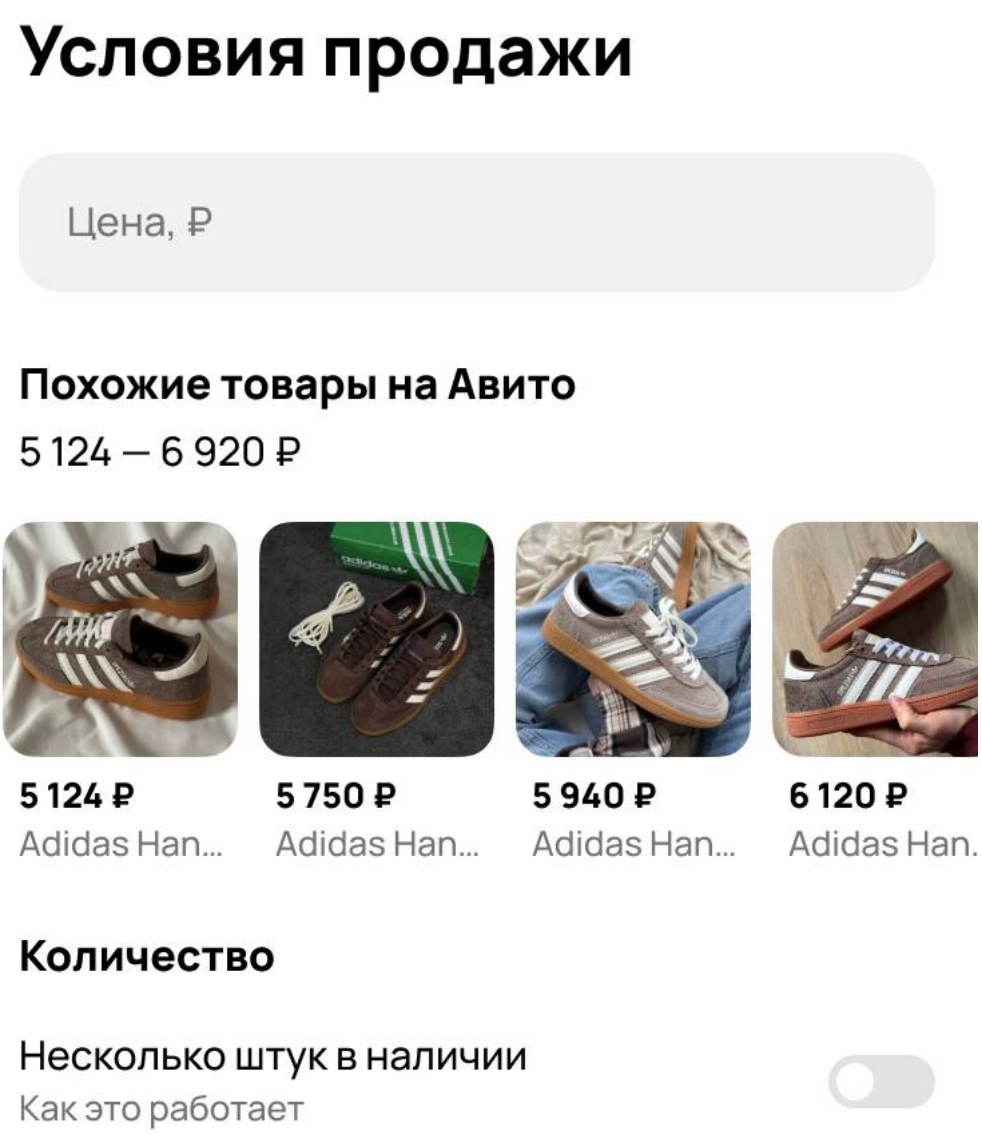
Источник:
Lamoda упростила и ускорила процесс выхода на маркетплейс

Авито подскажет цену при размещении объявления

T.me, 09.09.2025 /новость

При публикации объявлений на Авито появилась рекомендованная цена. Селлеру не нужно предварительно проверять, за сколько продаются аналогичные товары. Инструмент упрощает взаимодействие с площадкой.

Алгоритм проанализирует размещаемый товар, посмотрит все аналоги на платформе и посчитает среднюю цену. Она будет носить рекомендательный характер и направлена на тех, кто не уверен, за сколько лучше продать свой товар.



Источник:
Авито: при размещении объявления появилась рекомендованная цена

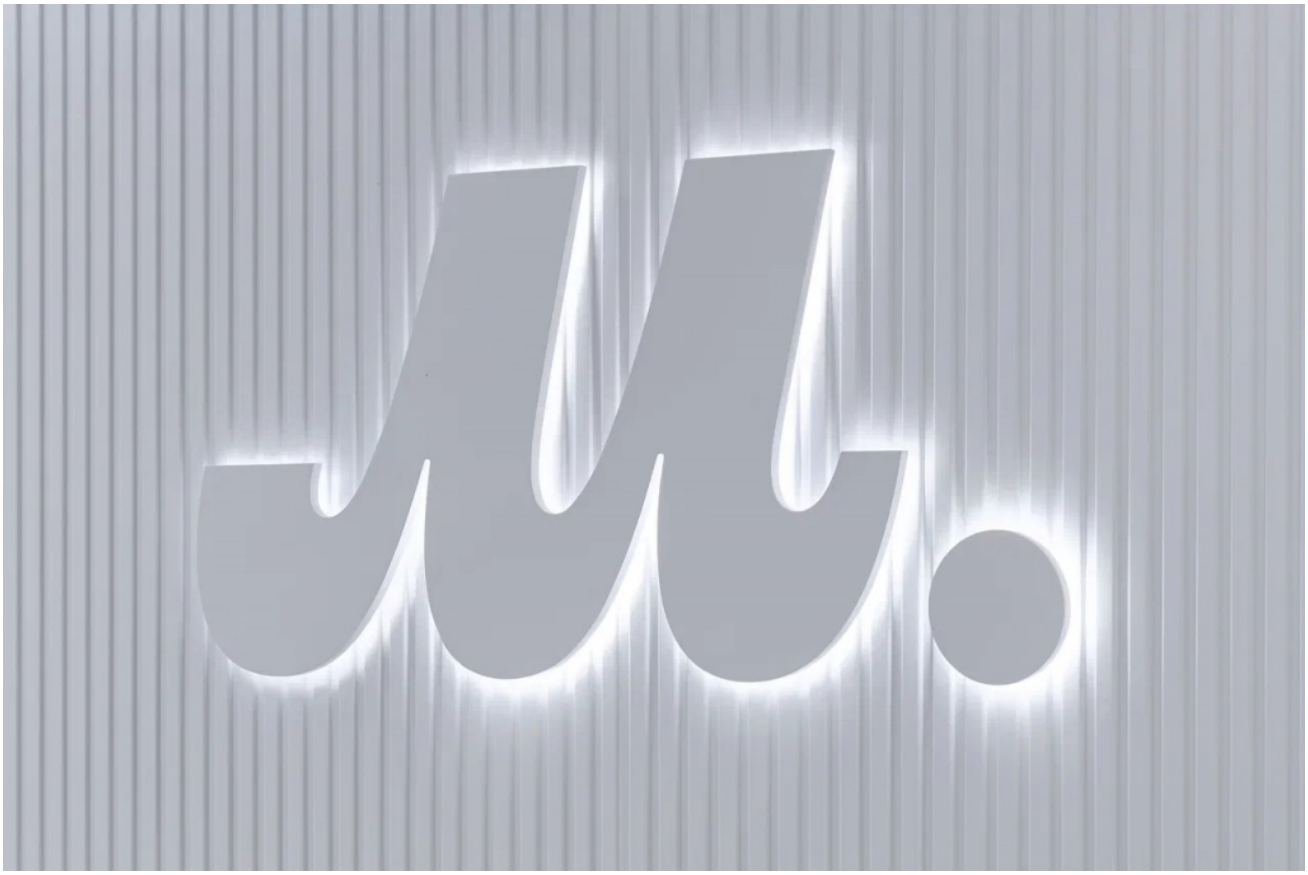
В онлайн-продажах М.Видео-Эльдорадо доля маркетплейса составила 10%

Mvideoeldorado.ru, 08.09.2025 /новость

Доля партнерских продаж (3P) в структуре онлайн-продаж М.Видео-Эльдорадо впервые достигла 10% по итогам августа 2025 года и продолжает расти. Средний чек на маркетплейсе в августе составляет 20 398 руб. (+50% год к году).

Онлайн-продажи компании по итогам I полугодия 2025 года составили 170 млрд руб. (с НДС), их доля увеличилась до 78% от GMV против 73% годом ранее.

Селлерам во всех регионах присутствия доступны схемы FBS и FBM. В прошлом году М.Видео-Эльдорадо удвоила объемы хранения товаров от селлеров. Увеличение логистической инфраструктуры для поставщиков позволило сократить сроки доставки заказов с маркетплейса в среднем на один день.



Источник:
Доля собственного маркетплейса впервые достигла 10% в онлайн-продажах М.Видео-Эльдорадо в августе 2025 года

Весь мир:

Wildberries и Нацбанк Беларуси запустят сотрудничество в сфере финтеха

T.me, 12.09.2025 /новость

Представители Wildberries и Нацбанка Беларуси обсудили развитие финтех-рынка и безопасной платежной инфраструктуры. Сотрудничество откроет новые возможности для белорусского бизнеса и улучшит онлайн-торговлю.

Совместные проекты включают развитие национальной платежной экосистемы, повышение финансовой грамотности и защищенности белорусских потребителей и продавцов на платформе Wildberries.

Первый заместитель председателя правления Нацбанка Беларуси Александр Егоров отметил, что динамичное развитие крупнейших цифровых платформ, таких как Wildberries, является драйвером роста для национальной экономики.

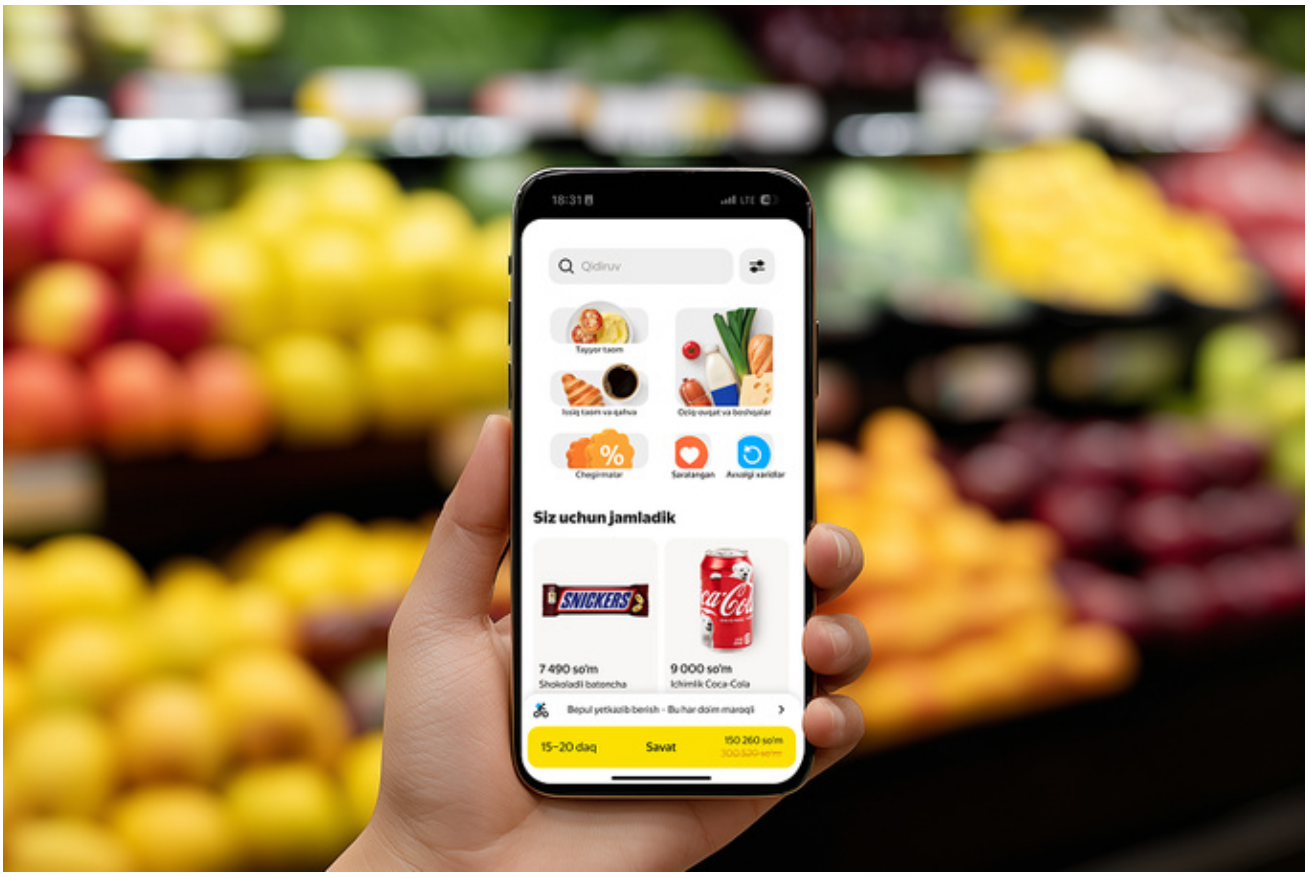
Источник:
Wildberries и Нацбанк Беларуси: сотрудничество в финтехе

Yandex Uzbekistan предложил ритейлу решения на основе ИИ

Uz.kursiv.media, 11.09.2025 /новость

Yandex Uzbekistan представил направление Yandex Retail / tech, которое предлагает систему управления складом и запасами, аналитику, логистику, маркетинг и клиентский сервис. Направление объединяет решения для автоматизации ритейла на основе искусственного интеллекта.

Предлагаемые решения включают приложения для покупателей, сборщиков и курьеров, системы для управления складом и ассортиментом, а также технологии, автоматически распределяющие заказы и помогающие ритейлерам работать с даркскорами. Отдельный проект — «умный магазин» с системой компьютерного зрения.



Источник:
Yandex Uzbekistan представил ИИ-решения для ретейла

Китайские платформы занимают складские площади в Европе

Ecommercenews.eu, 10.09.2025 /новость

Все больше китайских компаний электронной коммерции открывают складские и распределительные центры в Европе. Благодаря таким платформам, как Shein, Temu и JD.com, количество складов стремительно растет. Их цель — сократить сроки доставки. Производители и партнеры по логистике также все чаще выбирают присутствие в Европе.

В Великобритании китайские компании в этом году уже заняли около 200 000 кв. м складских площадей, что практически соответствует пиковому показателю 2021 года. На континенте также растет спрос на большие распределительные залы, особенно в Германии, Франции и Польше.

JD.com арендовала около 80 000 кв. м в Великобритании для своей платформы Joybuy. Компания GLP за последние годы сдала в аренду почти 400 000 кв. м китайским e-com компаниям в Великобритании, Германии, Польше и Италии. CTP сообщает, что на азиатских арендаторов приходится около 20% новых договоров аренды за последние 18 месяцев.

Источник:
Chinese platforms accelerate warehouse growth across Europe

Курьерская доставка Wildberries стала доступна в трех регионах Узбекистана

Fintech-retail.com, 09.09.2025 /новость

Жители Ташкента, Самарканда и Хорезмской области Узбекистана смогут оформить заказ на Wildberries с доставкой курьером сразу до дома.

Сервис позволяет согласовать удобное время получения заказа — с 11:00 до 15:00 или с 15:00 до 21:00. При доставке доступна примерка одежды и обуви, а также можно проверить другие товары.

Для бесконтактного получения действует функция «Оставить у двери». Кроме того, расширяется география услуги «Доставка по клику».

Источник:
Жители трёх регионов Узбекистана получили доступ к курьерской доставке Wildberries

Temu привлекает европейскую аудиторию

Ecommercenews.eu, 08.09.2025 /новость

В первой половине 2025 года платформа Temu привлекала в среднем 115,7 млн европейцев ежемесячно. Это на 12,9 млн больше, чем во второй половине прошлого года. Примечательно, что рост на ведущих европейских рынках Temu был выше среднего.

Среднемесячное число пользователей выросло на 12,5%. Значительная часть этого роста обусловлена активным развитием Temu на ключевых европейских рынках. Лидером является Франция с 2,6 млн новых пользователей (+19,4%). В Испании пользовательская база выросла на 15,6%.

Самый высокий процент роста наблюдался в Румынии — на 20,5% до 4,7 млн. Однако на большинстве малых рынков Temu рост отставал от среднеевропейского.

Источник:
12.5% more European users for Temu

Розничные онлайн-продажи в Южной Африке выросли на 35% в 2024 г.

Africa.businessinsider.com, 13.09.2025 /исследование

Согласно исследованию World Wide Worx в партнерстве с Mastercard, Peach Payments и Ask Afrika, объем продаж в сфере электронной коммерции в Южной Африке в 2024 году вырос на 35%, составив около $5,2 млрд или 8% от общего объема розничных продаж.

В 2025 году рост продолжился на уровне 38% в годовом исчислении, что значительно превышает рост в сфере физической розничной торговли, которая выросла всего на 2,5% в 2024 году и на 1,6% к середине 2025 года.

Ожидается, что к 2025 году объем рынка онлайн-торговли в Южной Африке превысит $7 млрд, что составит почти 10% от общего объема розничных продаж.

Источник:
South Africa’s online retail to pass $7 billion in 2025

Кейс:

Fix Price: Опыт запуска e-commerce в ОАЭ

Habr.com, 12.09.2025 /кейс

Fix Price в 2024 году запустил большой проект по онлайн-торговле в ОАЭ, реализуемый силами интернациональной команды. Компания сейчас работает с тремя площадками: Talabat, Deliveroo и Noon.

Опыт запуска e-commerce в ОАЭ позволил сделать несколько выводов:

- Пока интеграции разрабатываются, местные команды готовы брать на себя рутинную работу, выполняя ее вручную.
- Иногда быстрее выйти на рынок с минимальным процессом и уже потом его автоматизировать, чем сразу пытаться построить идеальную архитектуру.
- Когда коммуникация налаживается, технические вопросы решаются намного быстрее.
- В ОАЭ агрегаторы исторически строили процессы вокруг своих приложений и ЛК, поэтому ожидать от них продвинутых API пока рано.
- Любой проект в другой стране — это про адаптацию.

Особенности продаж на Ближнем Востоке:

- Можно использовать только терминалы для сборки заказов.
- На некоторых из местных маркетплейсов ограничен функционал по редактированию карточек товаров.
- Отличается стикеровка и представление товаров.
- Очень популярна доставка.
- Покупатели приобретают подписку на бесплатную доставку на месяц или год.
- На арабских маркетплейсах сложнее находить конкретные бренды.
- Маркетплейсы в ОАЭ любят уникальный ассортимент.
- В ОАЭ более простое торговое законодательство.
- Мужчин на маркетплейсах — 36% от общего числа покупателей.
- Наиболее продаваемые товары компании в ОАЭ — шоколадные батончики, вода, салфетки.

Источник:
Как Fix Price запустил e-commerce в ОАЭ

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 онлайновых 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.