

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 33

15 Сентября 2025 - 21 Сентября 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight: CJM Fashion. Покупка обуви онлайн

Data Insight: Крупнейшие интернет-магазины. Инфографика

На Wildberries появился поиск по рисункам

Пользователи «Самоката» смогут делиться корзиной

Wildberries & Russ внедрила ИИ-сервис для защиты селлеров от мошенников

В Яндекс Еде стал доступен «Мультизаказ»

Ozon запустил в регионах работы Ozon fresh доставку «по клику курьером»

Wildberries масштабировала сервис самовывоза автотоваров

«Золотое Яблоко» запустило онлайн-полку для российских брендов

Lamoda представила бренд спортивной одежды Loom

К команде Авито в роли CPO Fintech присоединился Илья Филоненко

Весь мир:

Data Insight: Карта eCommerce в регионе MENA

Большинство турецких селлеров используют лишь один маркетплейс

Amazon представил ИИ-агента для помощи продавцам

В Европе растет популярность Shein

ТПП Узбекистана и платформа MEDIWIX Co. станут партнерами

Salesforce: Цифровые продажи в праздничный сезон достигнут \$1,25 трлн

Подкасты и видео



Data Insight: CJM Fashion. Покупка обуви онлайн

Datainsight.ru, 18.09.2025

/новость

Data Insight представляет исследование **CJM eFashion. Покупка обуви онлайн**.

Онлайн-продажи в fashion-сегменте продолжают расти, а конкуренция за клиента становится всё острее. Чтобы удержать покупателей и повысить конверсию, бизнесу необходим инструмент, который показывает реальные пути клиентов и их мотивацию. Таким инструментом является CJM.

Ценители зарубежного качества

CJM Fashion. Покупка обуви онлайн, 2025

28



Онлайн-опрос методом онлайн-панели, 2024, Россия, N-953

Вопрос 1: «На каких площадках вы покупали одежду и обувь для взрослых через интернет за последние 12 месяцев?»

Вопрос 2: «Какие факторы будут решающими при выборе интернет-магазина, в котором вы совершите покупку?»

© ООО «Дейта Инсайт» 2025

Рис. 11.2: Ключевые факторы выбора онлайн-площадки (ценители зарубежного качества)

Значимо выше среднего



Исследование Data Insight — это первое детальное руководство по покупательским сценариям в eFashion, созданное на основе опроса 954 покупателей одежды и обуви в России (репрезентативная выборка 18-64 года). В отчете наглядно отражены потребительские пути при покупке одежды в eCommerce.

[Узнать подробнее](#)

Источник:

[CJM Fashion. Покупка обуви онлайн](#)

Data Insight: Крупнейшие интернет-магазины. Инфографика

Datainsight.ru, 17.09.2025

/новость

Data Insight при поддержке **Совкомбанка** представляет инфографику «**Крупнейшие российские интернет-магазины**». Впервые в открытом доступе собраны систематизированные данные о тысяче ведущих компаний российского eCommerce, которые формируют картину развития отрасли и определяют её будущее.



Инфографика наглядно показывает, что рынок eCommerce в России становится всё более зрелым: число игроков в регионах увеличивается, компании всё чаще инвестируют в мобильные сервисы и цифровые каналы. Для бизнеса это — ориентир и точка отсчёта. Для сервисных компаний — карта клиентов. Для экспертов и СМИ — база для анализа и прогнозов.

[Узнать подробнее](#)

Реклама. Рекламодатель: ПАО «Совкомбанк»

Источник:

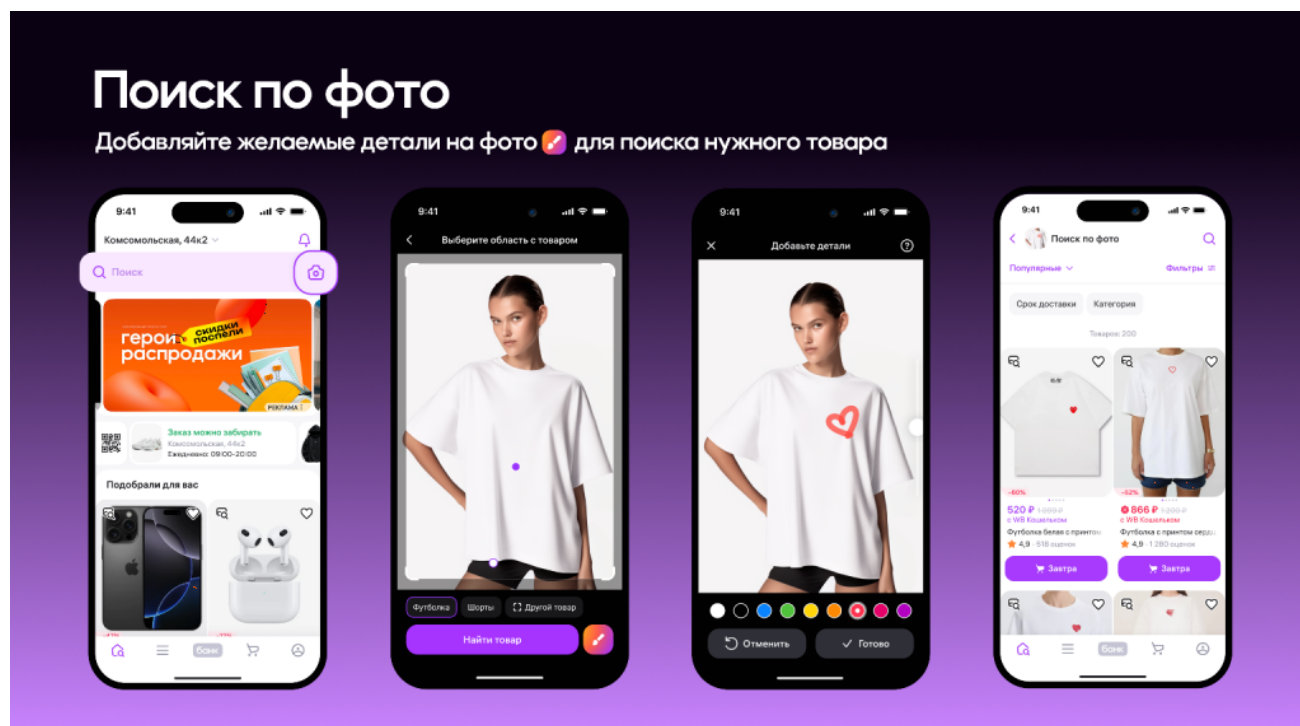
[Крупнейшие интернет-магазины. Инфографика](#)

На Wildberries появился поиск по рисункам

Т.me, 19.09.2025

/новость

Wildberries улучшила поиск по фото в приложении. Алгоритмы теперь распознают не только фотографии, но и артикулы или рисунки. Подобных сервисов нет на российских платформах.



Можно загрузить картинку, дорисовать недостающий элемент, поменять цвет, а система найдет аналогичные товары. Поиск по фото позволяет уточнять категорию, цвет, срок доставки и другие параметры. Кроме того, сервис распознает артикулы с изображений, сразу показывая нужную карточку товара.

Технологическая база решения построена на обновленной комбинации обученных нейросетей. По результатам тестирования модель поиска показала рост на 20% в конверсии покупок после поиска по сравнению с прошлым релизом.

Источник:

[На Wildberries запустили поиск товаров по рисункам](#)

Пользователи «Самоката» смогут делиться корзиной

Retail.ru, 19.09.2025

/новость

В сервисе доставки «Самокат» появилась функция для совместных покупок. Для ее использования достаточно нажать на новую кнопку «Поделиться корзиной».

Другой пользователь увидит полный список товаров, и сможет одним нажатием добавить всю корзину к себе, отклонить предложение или вручную отредактировать список. Система автоматически проверяет доступность товаров: если продукт отсутствует в регионе получателя, его нельзя будет добавить в заказ.

В компании называют возможность делиться корзиной шагом к более гибким сценариям совместного использования сервиса.



Источник:

В сервисе «Самокат» появилась возможность делиться корзиной с товарами

Wildberries & Russ внедрила ИИ-сервис для защиты продавцов от мошенников

T.me, 19.09.2025

/новость

Новый элемент антифрод-системы маркетплейса Wildberries поможет дополнительно обезопасить продавцов от мошенничества. Алгоритмы машинного обучения в режиме реального времени выявляют подозрительные активности, помогают их блокировать и предупреждают площадку о необходимости дополнительной проверки.

В основе решения — разработанные командами «Скоринг и верификация» Билайн Big Data & AI и Wildberries ML-модели. Они включают в себя более чем 5000 параметров — от агрегированной информации о действиях пользователей на маркетплейсе до данных экосистемы Билайна.

По результатам тестирования ИИ позволил почти мгновенно выявлять и блокировать до 87% мошеннических действий, ранее зачастую требовавших ручной модерации.



Источник:

[Wildberries & Russ внедрила на маркетплейсе ИИ-сервис для защиты продавцов от мошенников](#)

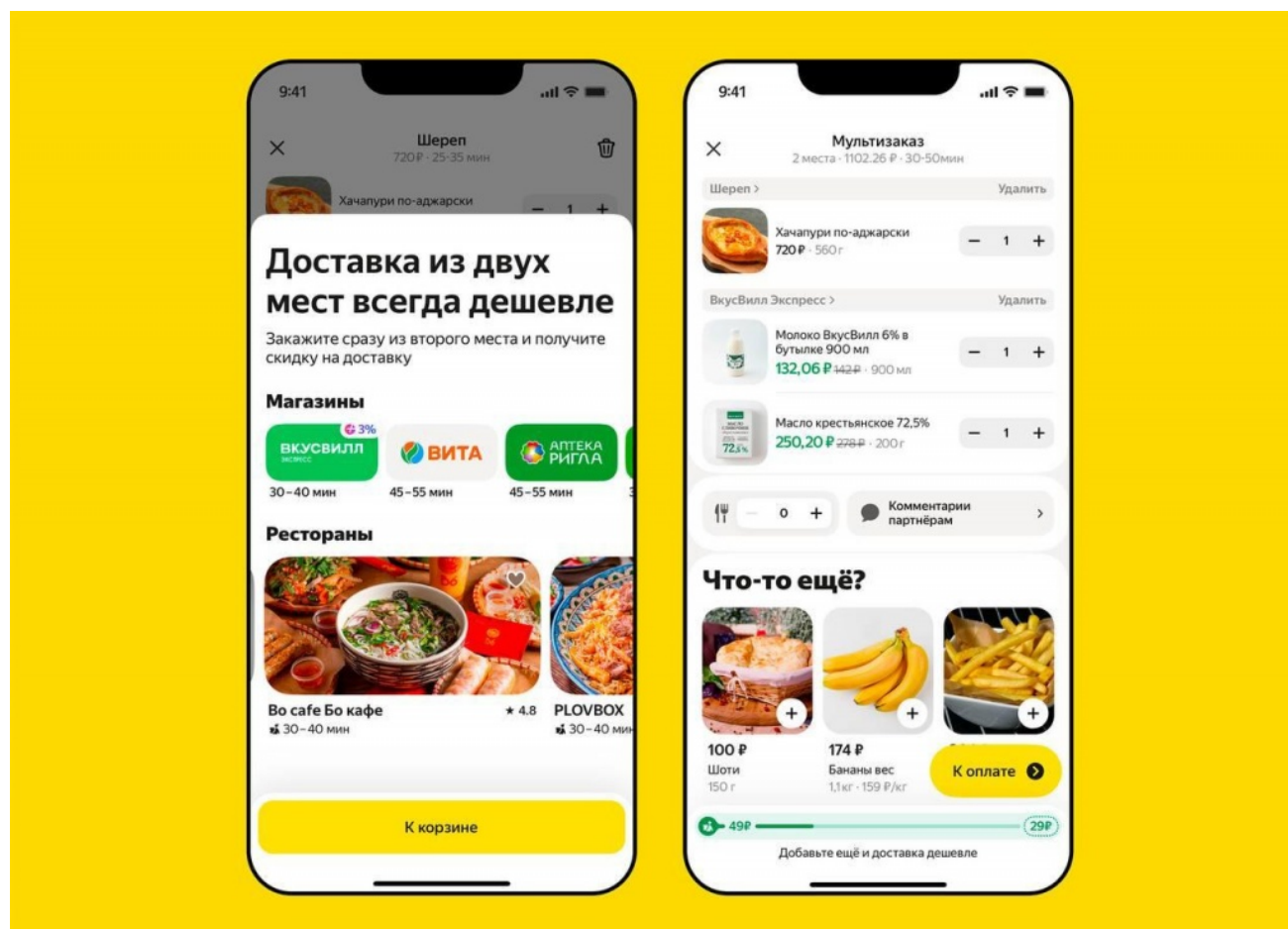
В Яндекс Еде стал доступен «Мультизаказ»

Yandex.ru, 17.09.2025

/новость

В Яндекс Еде и Деливери теперь можно сделать заказ одновременно из двух мест: это могут быть магазины, рестораны или же магазин и ресторан. После тестирования в отдельных регионах функция «Мультизаказ» стала доступна по всей России. Такая возможность впервые появилась в отечественных сервисах доставки еды.

Все выбранные позиции появятся в корзине — их можно просмотреть и оплатить вместе. Доставка из второго заведения будет бесплатной, а курьеры получают за доставку заказов из двух мест доплату. Ждать заказ придется чуть дольше обычного. «Мультизаказ» в будущем появится и в других странах, где работает Яндекс Еда.



Источник:

В Яндекс Еде появился «Мультизаказ» — теперь заказывать еду и продукты можно сразу в нескольких местах

Озон запустил в регионах работы Ozon fresh доставку «по клику курьером»

Corp.ozon.ru, 17.09.2025

/НОВОСТЬ

Озон предложил в регионах присутствия сервиса доставки продуктов Ozon fresh получение заказа «по клику курьером». Услуга позволяет купить товары с витрины маркетплейса с быстрой доставкой. Заказ в удобное клиенту время через дарксторы Ozon fresh повезут курьеры-партнеры сервиса.

Оформленный заказ соберут на складе маркетплейса и отправят на даркстор Ozon fresh. Когда заказ будет готов к отправлению до двери, клиент получит уведомление в приложении. В удобное время в течение дня с момента доставки на даркстор можно нажать кнопку доставки заказа — и получить заказ в течение 15-30 минут.

Если в заказе присутствуют товары Ozon fresh, доставка будет бесплатно. В остальных случаях она стоит 149 руб.



Источник:

[Озон запустил услугу «по клику курьером» в регионах присутствия Ozon fresh](#)

Wildberries масштабировала сервис самовывоза автотоваров

Т.me, 17.09.2025

/НОВОСТЬ

Сервис самовывоза автотоваров Wildberries теперь охватывает 66 российских городов. Компания расширила географию, подключив 139 точек самовывоза федеральной сети «Колеса Даром».

Ассортимент сети шинно-сервисных центров на Wildberries включает более 8 тыс. позиций, в том числе авто- и мотошины, аккумуляторы, колесные диски и пр. Заказы собирают за 1 час и хранят в точке до 7 дней. Клиенты Wildberries также могут воспользоваться дополнительными услугами сети «Колеса Даром».

В планах — расширение количества партнерских проектов в автомобильной категории.



Источник:

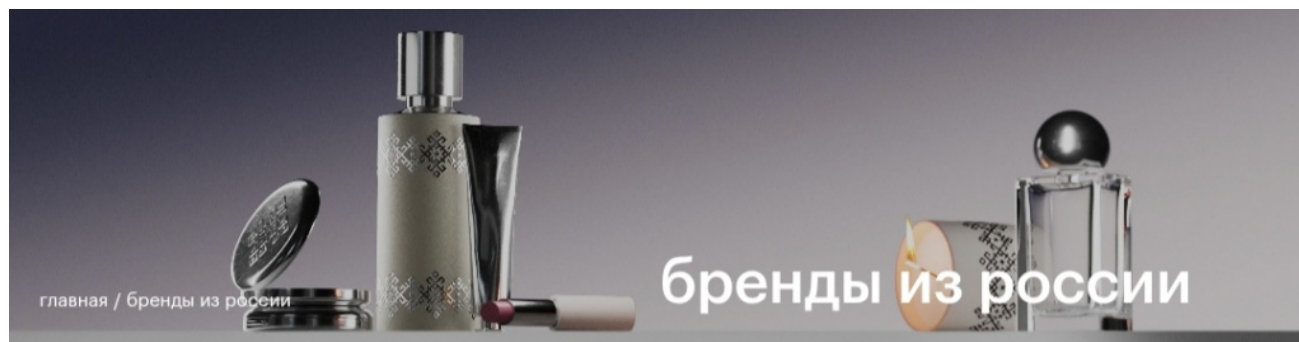
Wildberries запустила услуги самовывоза шин и автотоваров из автомагазинов в 66 городах России

«Золотое Яблоко» запустило онлайн-полку для российских брендов

New-retail.ru, 17.09.2025

/новость

Бьюти-ритейлер «Золотое Яблоко» представил на сайте и в мобильном приложении новый раздел «Бренды из России», в который вошли порядка 100 тыс. товаров от около 2400 российских брендов.



Среди них — «Гельтек», «Краснополянская косметика», «Мастерская Олеся Мустаевой», «Овсянников», Ansaligy, Art-Visage, Don't Touch My Skin, Elian Russia, Eva Mosaic, Manly PRO, Ollin Professional, Openface, SHIKStudio, The Act и многие другие.

По данным «Золотого Яблока», в первом полугодии 2025 года спрос на российские товары для красоты вырос на 70% по сравнению с аналогичным периодом 2024 года.

Источник:

[Сеть «Золотое Яблоко» запустила онлайн-полку с российскими товарами](#)

Lamoda представила бренд спортивной одежды Loom

Retail.ru, 16.09.2025

/новость

Lamoda запустила собственный бренд женской одежды для спорта и активной повседневной жизни — Loom. При создании линейки используются функциональные материалы и технологии, учитывающие особенности разных типов тренировок.

В первую коллекцию вошли модели для различных видов физической активности. Основа — базовые изделия, адаптированные под сезонные цветовые тренды и объединенные капсульным принципом.

В рамках развития бренда предусматривается выпуск двух основных коллекций в год. Начиная с осенне-зимнего сезона 2026 года, запланирован запуск дополнительных тематических дропов дважды в год.



Источник:

[Lamoda запустила новый бренд спортивной одежды Loom](#)

К команде Авито в роли CPO Fintech присоединился Илья Филоненко

Retail.ru, 16.09.2025

/НОВОСТЬ

В Авито объявили о назначении Ильи Филоненко на позицию Chief Product Officer (CPO, продуктовый директор) финтех-направления. Он будет отвечать за развитие продуктовой линейки финансовых сервисов, масштабирование встроенных решений, запуск новых продуктов.



Илья Филоненко обладает более чем 15-летним опытом в разработке и запуске розничных финансовых продуктов: руководящие позиции в Альфа-Банке и Банке Русский Стандарт, развитие продуктов Mastercard, запуск линейки «Сберкарта» в партнерстве со Сбером.

В компании отмечают, что назначение CPO Fintech закрепит стратегический курс на развитие интегрированных финансовых решений в рамках онлайн-платформы.

Источник:

[К команде «Авито» присоединился Илья Филоненко в роли CPO Fintech](#)

Весь мир:

Data Insight: Карта eCommerce в регионе MENA

Datainsight.ru, 15.09.2025

/новость

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

Начиная с первого релиза карты в феврале 2025 года, инструмент получил охват более 200 000 человек. Карта 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.

По всем возникающим вопросам, включая добавление проекта или компании на карту, можно обращаться на почту academy@wee.ae.

[Скачать карту](#)

Источник:

[Карта eCommerce в регионе MENA](#)

Большинство турецких селлеров используют лишь один маркетплейс

Ecommercenews.eu, 18.09.2025

/новость

В 2024 году расходы на электронную коммерцию в Турции выросли на 62% в местной валюте. Значительная часть этого роста была обусловлена инфляцией. В пересчете на евро рост составил 16%, достигнув 61,5 млрд евро. Зафиксировано примерно 6 млрд транзакций.

Электронная коммерция пока слабо развита во многих регионах Турции. 63,3% расходов приходится на жителей Стамбула, где 93% населения совершают покупки онлайн. Во многих других регионах уровень проникновения ниже 30%. Сельским предприятиям часто не хватает инфраструктуры или опыта для диверсификации за пределами одной платформы.

По данным Министерства торговли Турции, 78% продавцов, работающих на платформах, представлены только на одном маркетплейсе. Это делает их крайне зависимыми от алгоритмов, ценообразования и других условий. Trendyol и Hepsiburada обладают огромной рыночной властью. Отмечается, что селлеры желают сосредоточиться на маркетплейсе с самым высоким трафиком в своем секторе и работать с одной площадкой, правила которой им знакомы.



Источник:

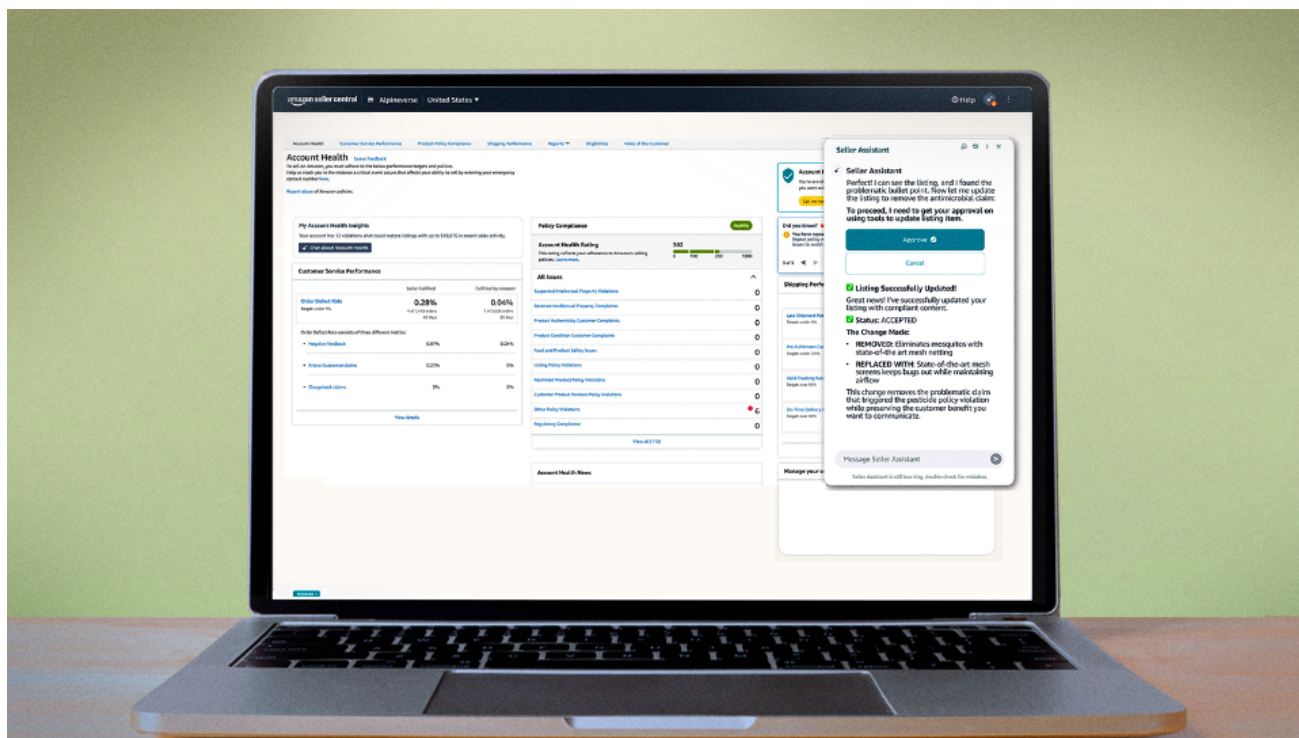
[Strong platform dependence in Türkiye](#)

Amazon представил ИИ-агента для помощи продавцам

Aboutamazon.com, 17.09.2025

/новость

В прошлом году Amazon представил Seller Assistant — генеративного эксперта на базе искусственного интеллекта, который мгновенно отвечал на вопросы и направлял продавцов к полезным ресурсам. Компания запустила следующее поколение Seller Assistant, дополненное возможностями агентского ИИ для бесперебойной работы на протяжении всего процесса продаж.



Продавцы могут перейти от самостоятельного выполнения каждой задачи к сотрудничеству с интеллектуальным помощником, который работает от их имени круглосуточно, постоянно контролируя ситуацию. Помощник продавца уже решает многие сложные задачи, и в ближайшие месяцы появится еще больше возможностей:

- Интеллектуальный инвентарь и оптимизацию выполнения заказов Amazon.
- Проактивное управление состоянием счета.
- Автоматизированная навигация по соблюдению требований.
- Профессиональная реклама высокого качества с Creative studio.
- Стратегия роста бизнеса на основе ИИ.
- Будущее продаж с использованием агентского ИИ.

Источник:

[Amazon introduces agentic AI across the seller experience, transforming how sellers manage their businesses](#)

В Европе растет популярность Shein

Ecommercenews.eu, 15.09.2025

/новость

В период с февраля по июль Shein обслуживал в среднем 145,7 млн европейских покупателей в месяц. Это более чем на 15,2 млн или 11,6% больше, чем за предыдущие шесть месяцев. Китайская онлайн-платформа в сфере моды пользуется большей популярностью в Европейском союзе, чем Temu, хотя ее рост менее стремителен.

Для сравнения: в первой половине этого года Temu рос в ЕС немного быстрее — на 12,5%, достигнув в среднем 115,7 млн пользователей в месяц. Однако крупнейшей китайской платформой в Европе остается AliExpress: ежемесячное число пользователей в ЕС составляет около 190 млн.



Shein особенно популярен во Франции, Испании и Италии: платформа привлекает 27,3 млн, 25,8 млн и 22,8 млн уникальных пользователей соответственно. Далее следует Германия с 19,9 млн активных пользователей в месяц. Это на 16 млн больше, чем в предыдущем отчетном периоде, что делает Германию самым быстрорастущим крупным рынком ЕС для Shein как в абсолютных числах, так и в процентном отношении.

Источник:

[15 million new European Shein users](#)

ТПП Узбекистана и платформа MEDIWIX Co. станут партнерами

Uzdaily.uz, 15.09.2025

/НОВОСТЬ

Торгово-промышленная палата Узбекистана и южнокорейская онлайн-платформа MEDIWIX Co. подписали меморандум о сотрудничестве, направленный на развитие электронной коммерции между двумя странами.

MEDIWIX Co. станет электронной торговой площадкой для предпринимателей Узбекистана и Южной Кореи. На следующем этапе сотрудничества запланирована интеграция MEDIWIX Co. с международными онлайн-платформами с широкой аудиторией, такими как Coupang и GoBiz.

ТПП Узбекистана также содействует в привлечении международных грантов для интеграции MEDIWIX Co. с глобальными e-commerce площадками.



Источник:

ТПП Узбекистана и южнокорейская платформа MEDIWIX Co. подписали меморандум о сотрудничестве в e-commerce

Salesforce: Цифровые продажи в праздничный сезон достигнут \$1,25 трлн

Salesforce.com, 16.09.2025

/исследование

По прогнозам Salesforce, в ноябре и декабре объем цифровых продаж достигнет беспрецедентной суммы в \$1,25 трлн, что на 4% больше по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. В США прогнозируется рост цифровых продаж на 2% до \$288 млрд.



Искусственный интеллект и агенты обеспечат 21% всех праздничных заказов по всему миру — \$263 млрд. Трафик от ИИ-помощников стремительно рос в 2025 году: в первой половине года он увеличился на 119% в годовом исчислении. Коэффициенты конверсии из этих каналов в первой половине года более чем на 700% превысили показатели трафика из соцсетей и на 200% — показатели других источников.

Значительная часть праздничных продаж (\$64 млрд) придется на рынок ресейла, что обусловлено настроениями потребителей относительно потенциальной волатильности тарифов.

Физические магазины остаются важнейшим каналом продаж для покупателей в праздничный период. Это особенно актуально для молодежи: 3 из 4 представителей поколения Z планируют совершать покупки в магазинах.

Источник:

[With \\$1.25T in Holiday Sales Up for Grabs, LLMs Emerge as New Frontier for Search](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

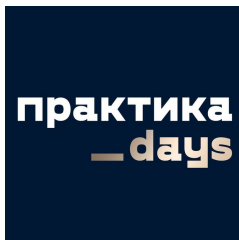
Ключевые принципы маркетинга на 4,5 млрд: как «Чиббис» растёт в доставке еды

В гостях Александр Якимец, директор по маркетингу и продукту «Чиббис». Александр подготовил презентацию с ключевыми принципами маркетинга «Чиббис», которым, продолжая активно развиваться, следует компания.

«Чиббис» — сервис для заказа готовой еды из ресторанов, крупнейший независимый агрегатор с GMV 2024 — 4,5 млрд руб.

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.