

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2025 / № 12

24 Марта 2025 - 30 Марта 2025

В выпуске:

Россия:

Data Insight на конференции MPSTATS Conf

Оборот Wildberries и Russ в сегменте e-com превысил 4,1 трлн руб. в 2024 г.

Ozon запустил страхование ПВЗ

Яндекс Фабрика выходит к онлайн-ритейлерам и на маркетплейсы

«Самокат» предложит больше товаров

В онлайн-ассортименте «Золотого Яблока» появилась косметика ВкусВилла

Выручка Lamoda выросла на 39% в 2024 г.

Wildberries запускает в 16 городах России Click&Collect

Как делают покупки в интернете представители разных поколений?

Весь мир:

Yandex Go запустил сервис «Места» по всему Узбекистану

Продажи Otto растут благодаря маркетплейсу

Amazon запускает функцию Interests для персонализированных покупок

Дубайский сервис экспресс-доставки YallaMarket завершает работу

Рынок электронной коммерции в Нидерландах вырос на 5% в 2024 г.

СДЭК запустил склад фулфилмента в Испании

Объем европейского онлайн-рынка DIY достиг 66 млрд евро в 2024 г.



Россия:

Data Insight на конференции MPSTATS Conf

Mpstatsconf.io, 28.03.2025

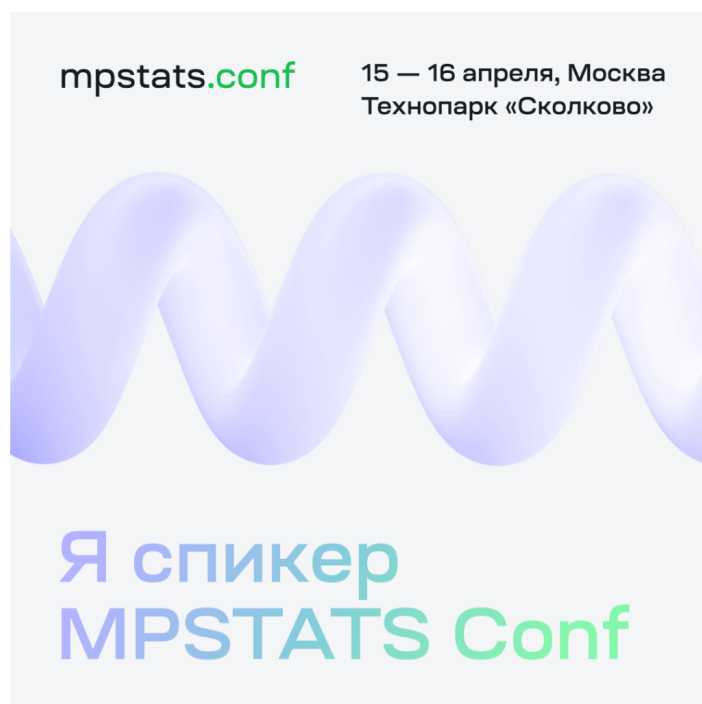
/новость

15 апреля **Федор Вирин**, партнер **Data Insight**, выступит с докладом в Технопарке Skolkovo на конференции **MPSTATS Conf**. Федор представит доклад по теме «Маркетплейсы 2025: стратегии роста в меняющемся рынке»:

- eCommerce в цифрах: где мы сейчас и куда движемся
- Главные тренды онлайн-торговли
- Маркетплейсы: кто лидер и как распределяются продажи
- Покупатель 2025: чего он ждет от онлайн-шопинга
- Что делать селлерам: стратегии роста на маркетплейсах

Также в программе:

- 2 дня полного погружения: параллельные выступления спикеров в 5 разных залах с докладами, семинарами, мастер-классами и менторскими сессиями, где можно получить практическую пользу, разобрать ключевые инструменты и задать вопросы напрямую спикерам
- Панельная дискуссия с представителями маркетплейсов Wildberries, Ozon и Яндекс Маркет
- Выставка: 30+ стендов партнеров, презентация инструментов для аналитики, автоматизации и продаж на маркетплейсах



Для подписчиков есть промокод СПИКЕР, который дает скидку 10%

Использовать промокод и купить билет можно [на сайте](#)

Источник:

[MPSTATS Conf](#)

Оборот Wildberries и Russ в сегменте e-com превысил 4,1 трлн руб. в 2024 г.

Т.me, 29.03.2025

/НОВОСТЬ

По итогам 2024 года общий оборот РВБ (объединенной компании Wildberries и Russ) в сегменте e-commerce в России превысил 4,1 трлн руб. Это на 60% больше оборота Wildberries по итогам 2023 года (2,5 трлн руб.). Кроме реализации товаров, показатель также включает поступления за оказанные услуги (например, рекламные и финансовые).

- Доход продавцов платформы Wildberries вырос на 44% до 2,9 трлн руб., что включает выплаты продавцам за реализованные на маркетплейсе товары.
- Чистая прибыль увеличилась до 104 млрд руб., что более чем в 3,5 раза превышает аналогичный показатель 2023 года.
- Общий объем инвестиций объединенной компании РВБ по итогам 2024 года превысил 150 млрд руб. Компания планирует удвоить этот показатель в 2025 году.



Источник:

Компания РВБ объявляет результаты деятельности за 2024 год

Ozon запустил страхование ПВЗ

Corp.ozon.ru, 27.03.2025

/новость

Предприниматели смогут застраховать помещение ПВЗ и имущество от взлома, пожара и потопы. В случае ситуаций, которые приведут к временному закрытию пункта, компания компенсирует до 10 дней простоя. Полис включает защиту от кражи товаров, а также гражданскую ответственность перед арендодателем и другими третьими лицами.



Доступны четыре тарифа с покрытием ущерба до 2,1 млн руб. Стоимость минимальной годовой страховки — 9 тыс. руб. Застраховать можно всю сеть ПВЗ, даже если пункты оформлены на разные юрлица и работают с разными маркетплейсами.

Полисы разработаны совместно с «Ингосстрах» и «Зетта Страхование», а всю коммуникацию с клиентами, поддержку и работу продукта организует Ozon Страхование (входит в вертикаль Ozon Fintech).

Источник:

[Ozon запустил страхование пунктов выдачи заказов](#)

Яндекс Фабрика выходит к онлайн-ритейлерам и на маркетплейсы

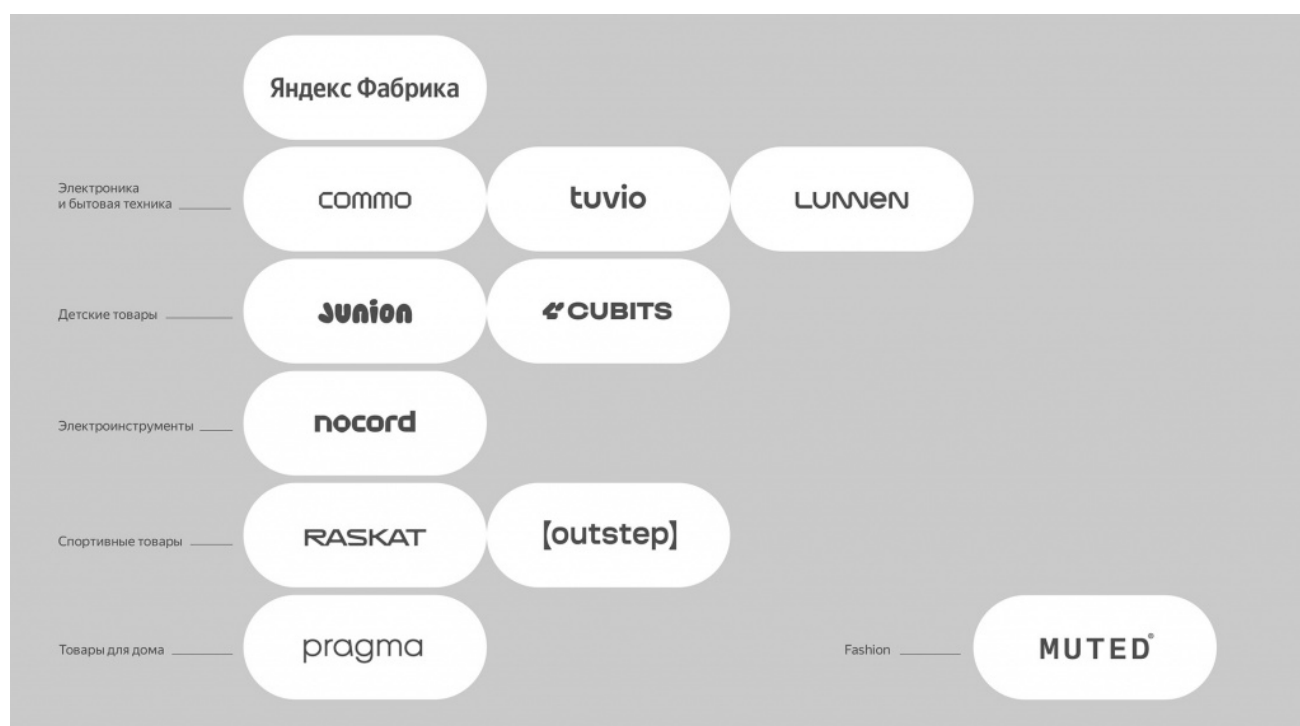
Yandex.ru, 26.03.2025

/новость

Яндекс Фабрика расширяет каналы продаж: товары ранее появились на Lamoda, а теперь доступны на Ozon и Wildberries, а также в интернет-магазинах ВсеИнструменты.ру и Сантехника-Онлайн.

На Lamoda появилась одежда от бренда Muted, в дальнейшем будут добавлены детские товары Junion и товары для дома от Pragma. Магазин Фабрики на Ozon и Wildberries представлен брендами техники для дома Tuvio, электроникой Lunnen, аксессуарами Commo, электроинструментами Nocord и др.

Всего Фабрика предлагает 10 брендов и порядка 3 тыс. товаров в разных категориях. За 2024 год ассортимент расширился в 4 раза.



Источник:

[Яндекс Фабрика выходит к онлайн-ритейлерам и на маркетплейсы](#)

«Самокат» предложит больше товаров

Vedomosti.ru, 26.03.2025

/новость

Сервис экспресс-доставки продуктов «Самокат» запускает доставку одежды, обуви, электроники, книг, автотоваров, косметики люксовых брендов из ассортимента Мегамаркета в сроки от 15 минут или день в день, рассказал [«Ведомостям»](#) представитель сервиса.



Количество товаров в приложении «Самоката» выросло с 2500 позиций в среднем до примерно 30 000 товаров. «Самокат» обеспечивает витрину и быструю доставку, а Мегамаркет — широкий непродовольственный ассортимент, размещенный на экспресс-складах и в распределительных центрах.

Новые позиции можно будет заказать с доставкой по клику. Расширенный ассортимент будет доступен в нескольких городах присутствия онлайн-ритейлера.

Источник:

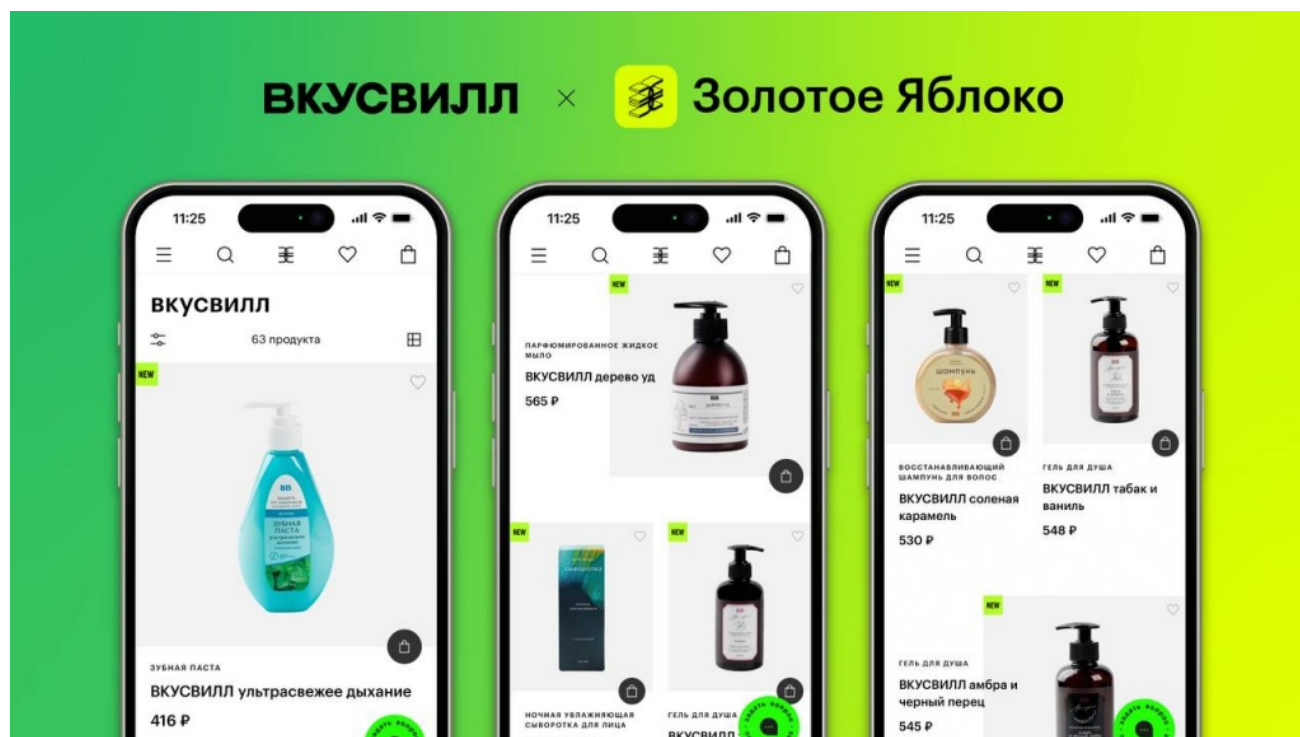
[Мегамаркет ускорит доставку «Самокатом»](#)

В онлайн-ассортименте «Золотого Яблока» появилась косметика ВкусВилла

Telegra.ph, 25.03.2025

/новость

На сайте и в приложении «Золотое Яблоко» теперь можно купить косметические продукты бренда ВкусВилл. На старте сотрудничества ассортимент составляет более 70 позиций.



Продукция отгружается с распределительных центров ВкусВилла на склады «Золотого Яблока», откуда осуществляется доставка покупателям. Получить заказ можно любым способом: курьером, самовывозом из магазина или пункта выдачи.

ВкусВилл рассчитывает, что сотрудничество с омниканальным бьюти-ритейлером «Золотое Яблоко» позволит укрепить позиции СТМ на косметическом рынке, а также обеспечить доставку косметических средств по всей России.

Источник:

Косметическая продукция ВкусВилла появилась в онлайн-ассортименте Золотого Яблока

Выручка Lamoda выросла на 39% в 2024 г.

New-retail.ru, 24.03.2025

/новость

В 2024 году выручка Lamoda увеличилась на 39%, до 103 млрд руб., оборот — на 37%, до 187 млрд руб.

- Показатель EBITDA вырос на 15%, до 13,5 млрд руб.
- Число пользователей увеличилось на 514 тыс. человек. Один клиент в среднем совершал 5,8 покупки в год. Среднемесячная аудитория площадки составила 16 млн человек.
- Средний чек одного заказа — 5 676 руб.
- На площадке появилось 800 новых брендов, из которых 60% — локальные марки.
- На Lamoda представлены более 300 премиальных брендов, рост продаж этого направления составил 45%, число клиентов выросло на 38%.
- Количество выросло в 10 раз, до 9 тыс. благодаря росту собственной сети на 34% и подключению ПВЗ Яндекс Маркета.



Источник:

[Lamoda в 2024 году нарастила выручку почти на 40%](#)

Wildberries запускает в 16 городах России Click&Collect

T.me, 24.03.2025

/НОВОСТЬ

Wildberries открывает для своих партнеров доступ к сервису самовывоза из торговых точек. С его помощью клиенты смогут забронировать товары на Wildberries и забрать у продавца маркетплейса — в его магазине или на складе.



После оформления заказа продавцы самостоятельно комплектуют товар и готовят его к выдаче. Они сами определяют сроки сборки и хранения продукции, при этом сборка не должна превышать 72 часа, а хранение — варьироваться от 24 часов до 30 дней.

Сервис начнет работать в 16 городах, включая Москву, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Челябинск, Красноярск, Краснодар и др. В планах — масштабирование географии сервиса на все российские регионы.

Источник:

[Запустили сервис самовывоза товара Click&Collect в 16 российских городах](#)

Как делают покупки в интернете представители разных поколений?

Yoomoney.ru, 25.03.2025

/исследование

Аналитики ЮMoney узнали, как россияне разных возрастов тратят деньги — в том числе на онлайн-покупки.



- Большинство бумеров делают покупки в интернете несколько раз в месяц (36%) или в неделю (24%). Каждый день онлайн-шопингом занимаются 10%, а 7% не совершают покупок в интернете.
- Респонденты поколения «Икс» совершают покупки в интернете несколько раз в месяц (34%). 8% делают это каждый день. Совсем не покупают онлайн 12% опрошенных.
- Большинство миллениалов делают онлайн-покупки каждый день (23%) или несколько раз в месяц (21%). Не совершают покупок в онлайн 5% опрошенных.
- Почти все опрошенные зумеры делают покупки в интернете — в основном раз в неделю (28% ответов), несколько раз в месяц (26%) или каждый день (22%). Лишь 1% опрошенных никогда ничего не покупает онлайн.
- Большинство респондентов поколения «Альфа» делают покупки в интернете несколько раз в месяц (25%) или раз в два-три месяца (21%).

Источник:

[Как тратят деньги россияне разных возрастов](#)

Весь мир:

Yandex Go запустил сервис «Места» по всему Узбекистану

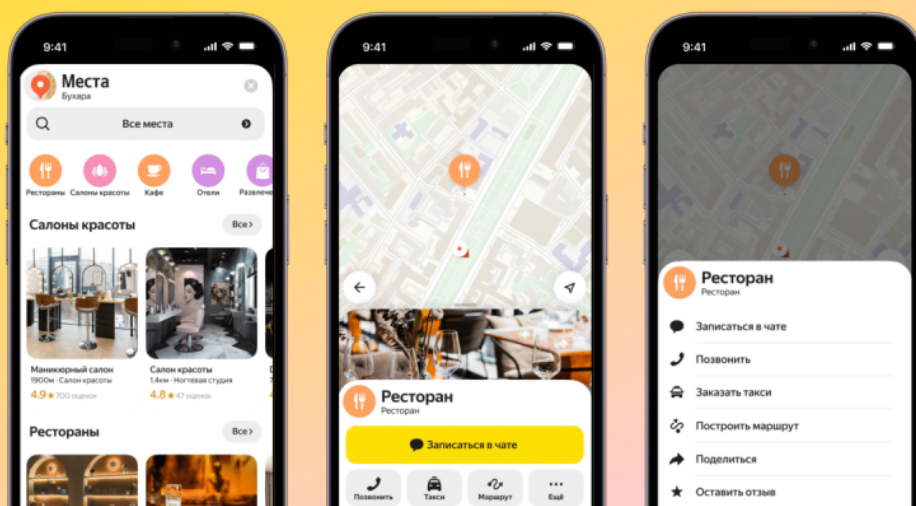
Uz.kursiv.media, 27.03.2025

/НОВОСТЬ

Во всех городах Узбекистана, где работает Yandex Go, стал доступен сервис «Места». В январе 2025 года он появился в Ташкенте, а теперь также в Самарканде, Бухаре, Нукусе, Фергане и других городах республики.

В приложении Yandex Go можно отсортировать интересующие места по рейтингу, графику работы и другим параметрам. Доступны отзывы посетителей и чат для связи с администратором заведения. В Yandex Go можно забронировать столик в ресторане, записаться в салон красоты и построить маршрут до нужного места.

Сервис Места в Yandex Go стал доступен по всему Узбекистану



Источник:

Сервис «Места» от Yandex заработал по всему Узбекистану

Продажи Otto растут благодаря маркетплейсу

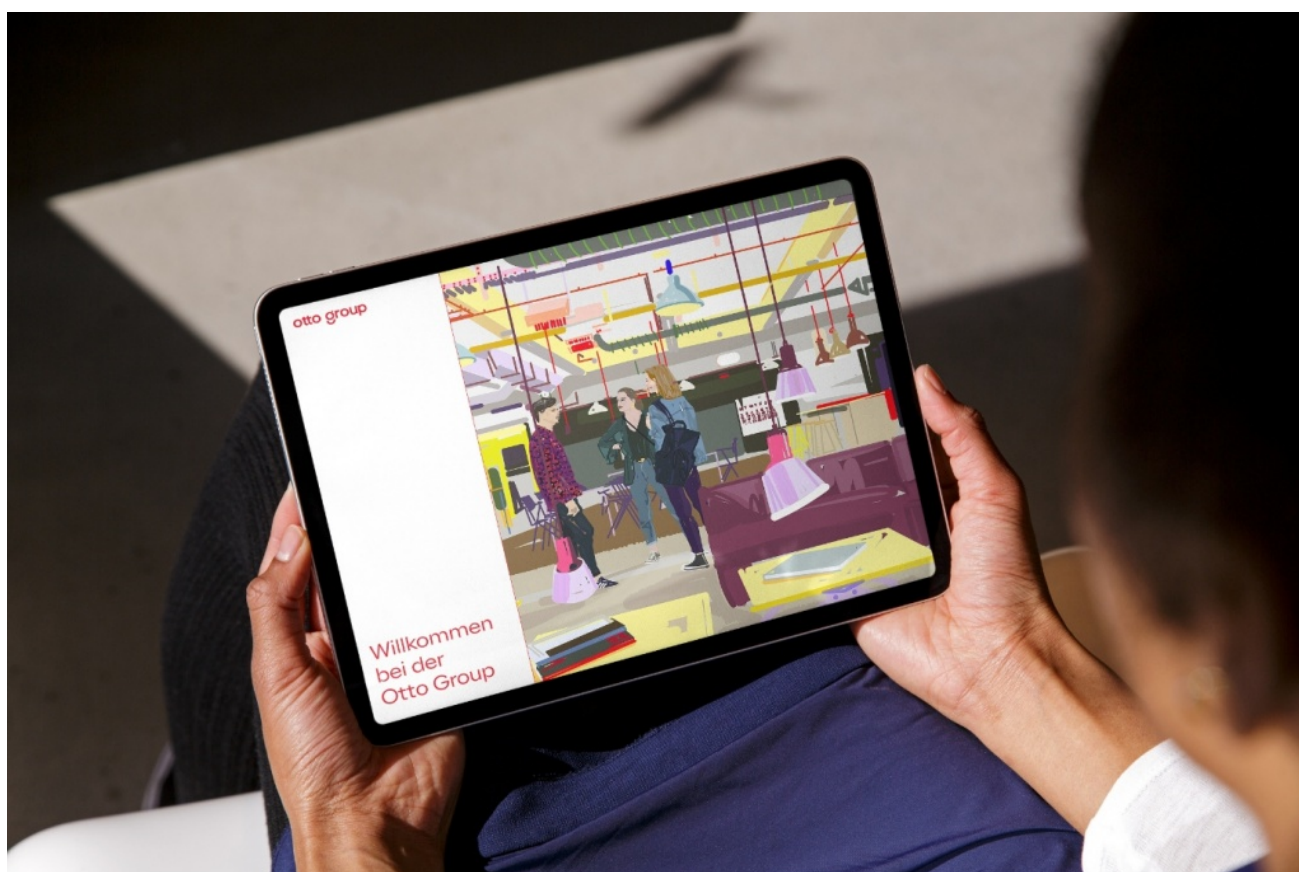
Ecommercenews.eu, 27.03.2025

/новость

За последний финансовый год ритейлер Otto рос быстрее рынка электронной коммерции Германии, во многом благодаря своему маркетплейсу. Товарооборот (GMV) компании вырос на 9%, а выручка — на 5%.

GMV Otto за 2024/2025 гг. достиг рекордных 7 млрд евро. Но выручка в размере 4,4 млрд евро все еще ниже, чем несколько лет назад. Как MediaMarkt и Zalando, Otto выигрывает от роста своего маркетплейса: его продажи увеличились на 24% год к году.

Число активных клиентов выросло на 4% до 12,2 млн. Кроме того, рекламное подразделение Otto показало рост на 25%.



Источник:

[Otto thrives thanks to 24% increase in marketplace sales](#)

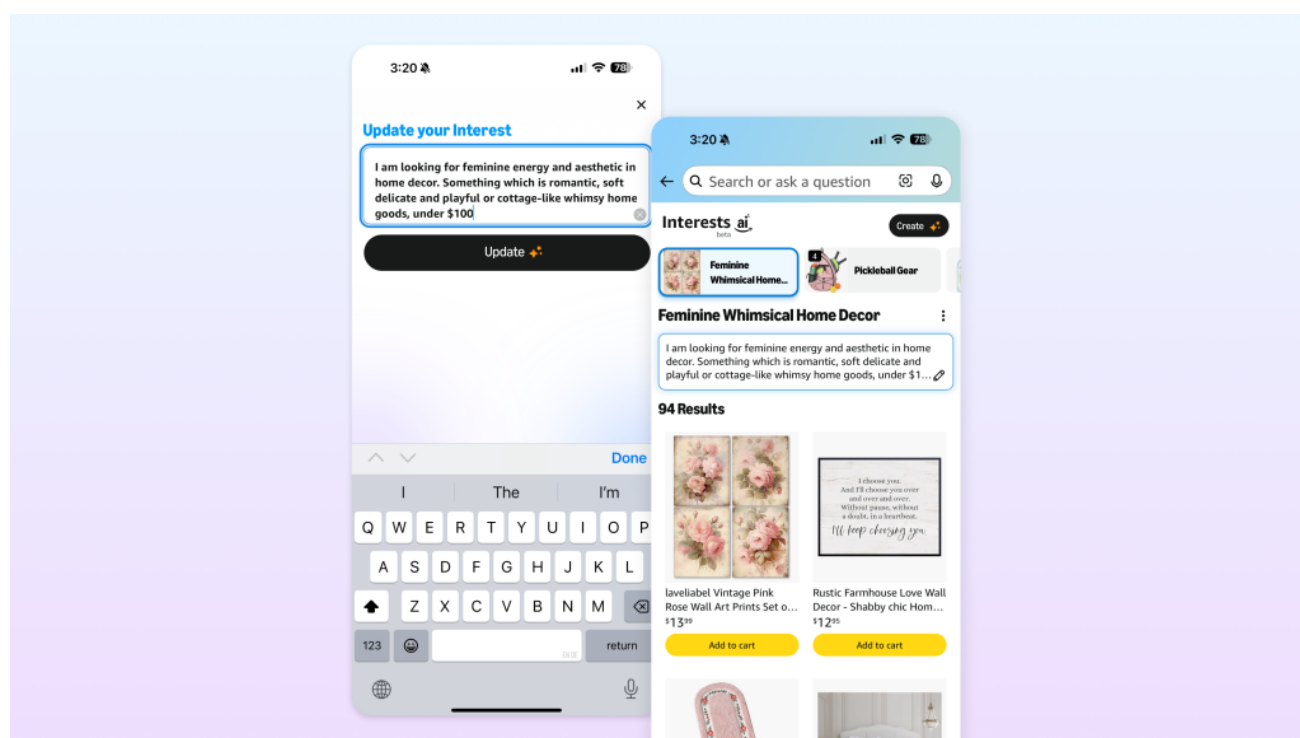
Amazon запускает функцию Interests для персонализированных покупок

Aboutamazon.com, 26.03.2025

/новость

Amazon запускает новый сервис на базе искусственного интеллекта — Interests. С его помощью можно создавать персонализированные подсказки для покупок, соответствующие интересам, ценовым ограничениям и предпочтениям пользователя, от основных до нишевых, используя повседневный язык.

Необходимо описать запрос, например: «Наборы для сборки моделей и аксессуары для инженеров-любителей и дизайнеров». Можно использовать и более длинные подсказки, чтобы сосредоточиться на конкретных потребностях.



После того, как подсказка создана, функция Interest будет постоянно сканировать магазин Amazon и заблаговременно уведомлять о новых доступных и актуальных товарах, пополнении запасов и предложениях, которые соответствуют интересам покупателя.

Interests использует большие языковые модели (LLM) для автоматического перевода повседневного языка в запросы и атрибуты, которые традиционные поисковые системы могут обрабатывать и преобразовывать в рекомендации по продуктам.

Источник:

[Amazon's AI-powered 'Interests' feature automatically finds new products that match your passions and hobbies](#)

Дубайский сервис экспресс-доставки YallaMarket завершает работу

T.me, 25.03.2025

/НОВОСТЬ

Дубайский фудтех-стартап YallaMarket, основанный россиянами Леонидом Довбенко и Станиславом Селезневым, прекратил свою деятельность.

«После анализа новой модели, мы признаем, что не смогли создать бизнес-модель. Наши финансовые ресурсы и энергия иссякли, и мы приняли это непростое решение», — цитирует Telegram-канал [Regolith](#) сообщение Леонида Довбенко.

По его словам, стратегия строилась на двух сценариях: привлечь \$100 млн (привлекли \$15 млн) или быть поглощенными крупной компанией. Ни один из сценариев не реализовался. Финансирование проекта закончилось год назад. Компания была основана в 2021 году.



Источник:

[YallaMarket завершает работу](#)

Рынок электронной коммерции в Нидерландах вырос на 5% в 2024 г.

Ecommercenews.eu, 25.03.2025

/новость

В 2024 году голландские потребители потратили в интернете 36 млрд евро — на 5% больше, чем в 2023-м. В то же время количество заказов сократилось на 1%. Впервые большая часть международных покупок была совершена на китайских платформах.

Объем онлайн-покупок товаров снизился на 3%. При этом расходы на онлайн-покупки товаров выросли на 2%. Больше всего увеличились расходы на онлайн-услуги: на 10% по сравнению с 2023 годом. Особенно сильный рост наблюдался в категории страхования.

Большинство голландских международных заказов было размещено в китайских интернет-магазинах (28%). В 2023 году эта доля составляла 21%. В прошлом году голландские потребители оформили 11,5 млн заказов в китайских интернет-магазинах на общую сумму 434 млн евро.



Источник:

[Ecommerce in the Netherlands increased 5% in 2024](#)

СДЭК запустил склад фулфилмента в Испании

Cdek.ru, 24.03.2025

/новость

Оператор экспресс-доставки СДЭК запустил склад фулфилмента в испанском Аликанте. Интернет-магазины и производители могут использовать его инфраструктуру для оптимизации логистики и выхода на международные рынки.

Запуск направлен на поддержку компаний, продающих товары через Amazon FBA и нуждающихся в альтернативном складе и фулфилменте, китайских и американских производителей, которым требуется дистрибуция в Европе. Еще одно направление — испанские бренды, желающие выйти на рынки Франции, Германии или США.



Источник:

[СДЭК запустил склад фулфилмента в Испании](#)

Объем европейского онлайн-рынка DIY достиг 66 млрд евро в 2024 г.

Cbcommerce.eu, 24.03.2025

/исследование

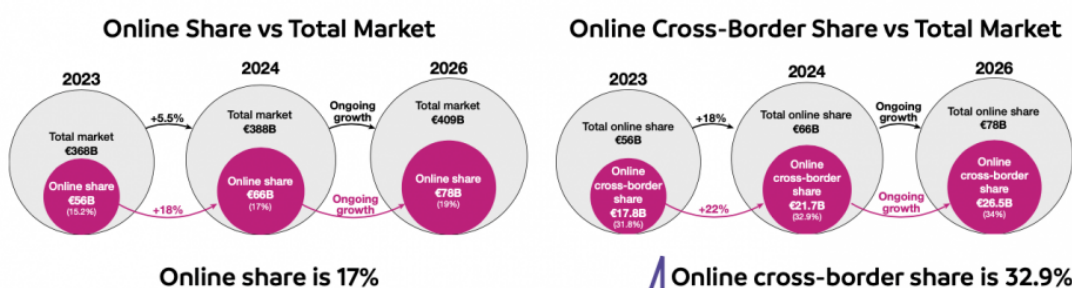
Согласно данным Cross-Border Commerce Europe, в 2024 году объем европейского онлайн-рынка DIY достиг 66 млрд евро. На общем рынке товаров для самостоятельного ремонта доля онлайн-продаж составила 17%.

В 2023 году объем онлайн-рынка DIY оценивался в 56 млрд евро или 15,2%.

Предполагалось, что объем онлайн-продаж увеличится до 66 млрд евро к 2025 году.

Аналитики ожидают, что этот рост продолжится, и к 2026 году объем онлайн-рынка DIY составит 78 млрд евро.

TOP 50 DIY, Home & Garden Cross-Border 2024



TOP 10 Cross-Border DIY, Home & Garden

	Company		Country		Business type	Product Category	B2C, B2B
1	Amazon	amazon	USA		Pure Player	Mass Merchant	B2C
2	eBay	ebay	USA		Pure Player	Mass Merchant	C2C
3	Temu	temu	China		Pure Player	Mass Merchant	B2C
4	Etsy	etsy	USA		Pure Player	Mass Merchant	C2C
5	AliExpress	AliExpress	China		Pure Player	Mass Merchant	B2C
6	Wayfair	wayfair	USA		Pure Player	Home, Garden & DIY	B2C
7	IKEA	ikea	Sweden		Retailer	Home, Garden & DIY	B2C
8	JYSK	JYSK	Denmark		Retailer	Home, Garden & DIY	B2C
9	Leroy Merlin	leroymerlin	France		Retailer	Home, Garden & DIY	B2C
10	Home Depot	homedepot	USA		Retailer	Home, Garden & DIY	B2C



Source: Cross-Border Commerce Europe

Amazon по-прежнему занимает первое место в данном сегменте: его доля составляет 15%. Однако китайские гиганты Temu и AliExpress также заняли высокие позиции в рейтинге.

Согласно исследованию, онлайн-бум вызван ростом доли рынка конкурентов, работающих исключительно в интернете. Выросли и трансграничные продажи на рынке DIY. В 2023 году их объем составлял 17,8 млрд евро или 31,8% онлайн-рынка. Год спустя показатель вырос до 21,6 млрд евро или 32,8% рынка.

Источник:

Top 50 DIY, Home & Garden Retail Europe 2025: the 50 leading online retailers in the DIY, Home & Garden sector



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.