

Куда движется ecommerce

Тренды и технологии 2025 года

Денис Марфутин
Директор по развитию ecom, Яндекс Реклама

За прошлый год
российский ecom
вырос на 40%



¹ Мир — Emarketer
² РФ — АКИТ, 2024 г.

Страны-лидеры по объёмам электронной торговли¹

	Продажи, млрд \$	Рост 2024 г. к 2023 г.	Доля ecom от retail
 Китай	3 067	8,3%	50%
 США	1 199	8,7%	16%
 Великобритания	220	4,2%	30%
 Япония	168	5,5%	14%
 Южная Корея	136	9,5%	27%
 Индия	115	18%	9%
 Россия ²	100	40%	16%
 Германия	97	4,0%	8,6%
 Франция	87	4,8%	10%
 Канада	83	6,8%	12%
 Индонезия	79	5,0%	27%

Путь фримена

Как построить независимый есом

Денис Марф
Руководитель по
по развитию есом

лама



ДРАКОНА ГОД ДРАКОНА

ОНА ГОД ДРАКОНА

АКО

Развитие электронной коммерции в России

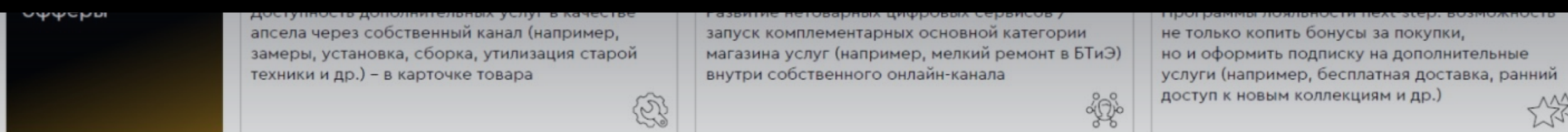
Российский рынок электронной коммерции в оптимистичном сценарии может вырасти до рекордных 35 трлн руб. к 2030 г. К этому времени объем независимого e-commerce может вырасти более чем в 2,5 раза, достигнув 12 трлн руб., а его доля на рынке увеличится до 35%

Розничная торговля и потребительские товары

ИССЛЕДОВАНИЕ

МАРТ 2025

Эксперты консалтинговой компании «Яков и Партнёры» проанализировали текущее состояние и перспективы рынка e-commerce в РФ. Согласно исследованию «Развитие электронной коммерции в России», в период с 2019 по 2024 гг. объем рынка увеличился примерно в 7,5 раза, с 1,7 до 12,6 трлн руб. Существенным фактором стремительного роста стало усиление позиций универсальных маркетплейсов: совокупный GMV увеличился в 20 раз, а доля на e-commerce рынке возросла в 2,8 раза — с 23% до 64%. Ежегодный прирост GMV ключевых игроков превышал 100%, но с 2024 г. темпы роста начали замедляться: годовой прирост (YoY) за период 2023–2024 гг. составил примерно 54%.



Источник: анализ «Яков и Партнёры», глубинные интервью с 10+ экспертами компаний независимого e-com

В долгосрочной перспективе собственный онлайн-канал дает бизнесу значительные преимущества. По оценкам экспертов, он открывает новые возможности для привлечения клиентов, управления лояльностью и повышения LTV. Кроме того, **независимый e-commerce** предоставляет прямой доступ к данным о клиентах, что критически важно для оптимизации ценообразования и маркетинговых активностей. Независимые игроки могут конкурировать с маркетплейсами за счет дифференциации: предложения глубокой ассортиментной матрицы, экспертности, высокого уровня сервиса. Помимо этого, они стремятся обеспечить сопоставимый с маркетплейсами клиентский опыт, предлагая удобные способы доставки (например, пункты выдачи заказов) и гибкие условия оплаты (рассрочки, BNPL-модели).


















«Несмотря на доминирующее положение маркетплейсов, **независимый e-commerce** сохраняет потенциал роста, особенно при грамотной стратегии, основанной на дифференциации, высоком уровне сервиса и эффективном управлении клиентскими данными. Такой подход позволяет бизнесу расширять возможности роста и лучше контролировать юнит-экономику»

Анна Ларионова, консультант «Яков и Партнёры»

Мировой рынок e-commerce вырос почти **в два раза** за последние пять лет

Доля еsom от общего рынка ритейла

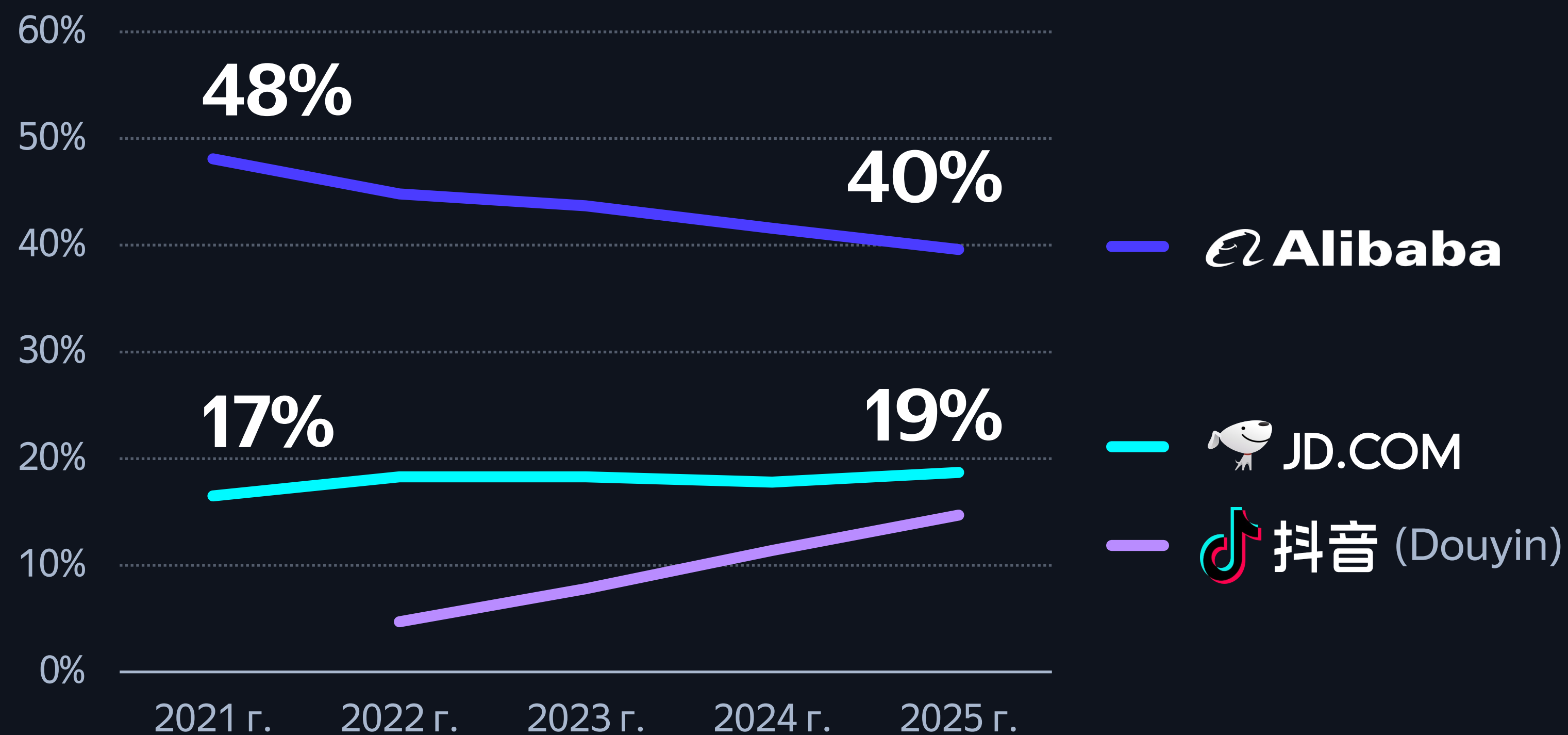
Доля независимого еsom

 Россия	23%	~35%	 
 Индонезия	33%	>10%	 
 Германия	15%	~65%	 
 США	29%	~60%	 
 Великобритания	29%	~65%	
 Китай	35%	>10%	 
 Южная Корея	49%	~45%	 

Источник: «Яков и Партнёры», 2025 г.

Есот-тренды в Азии

Китай 🇨🇳 : Еком = Entertainment Маркетплейсы уступают социальным сетям в продажах



Источник: Statista, 2024 г.



Остин Ли Цзяци

Джек Ма



Остин Ли Цзяци

Блоггер 44 млн/Ванхун

Джек Ма

Самый известный учитель в Мире



Остин Ли Цзяци

Блоггер 44 млн/Ванхун

Джек Ма

~~Самый известный учитель в Мире~~



Остин Ли Цзяци

Блоггер 44 млн/Ванхун

Джек Ма

Основатель AliBaba



Сколько штук
помады продал
каждый за 5 минут?

10,000

10



Южная Корея вошла в топ-3 по доле ecommerce

55%

Доля независимого еcom

50%

Доля еcom от общего
рынка ритейла

coupang

Особенности

Корейский Amazon

Rocket Delivery

Высокотехнологичный

Rocket Fresh

CVR для мерчантов

NAVER

Особенности

Все товарные категории

Еcom-экосистема

Широкая сеть логистических партнёров

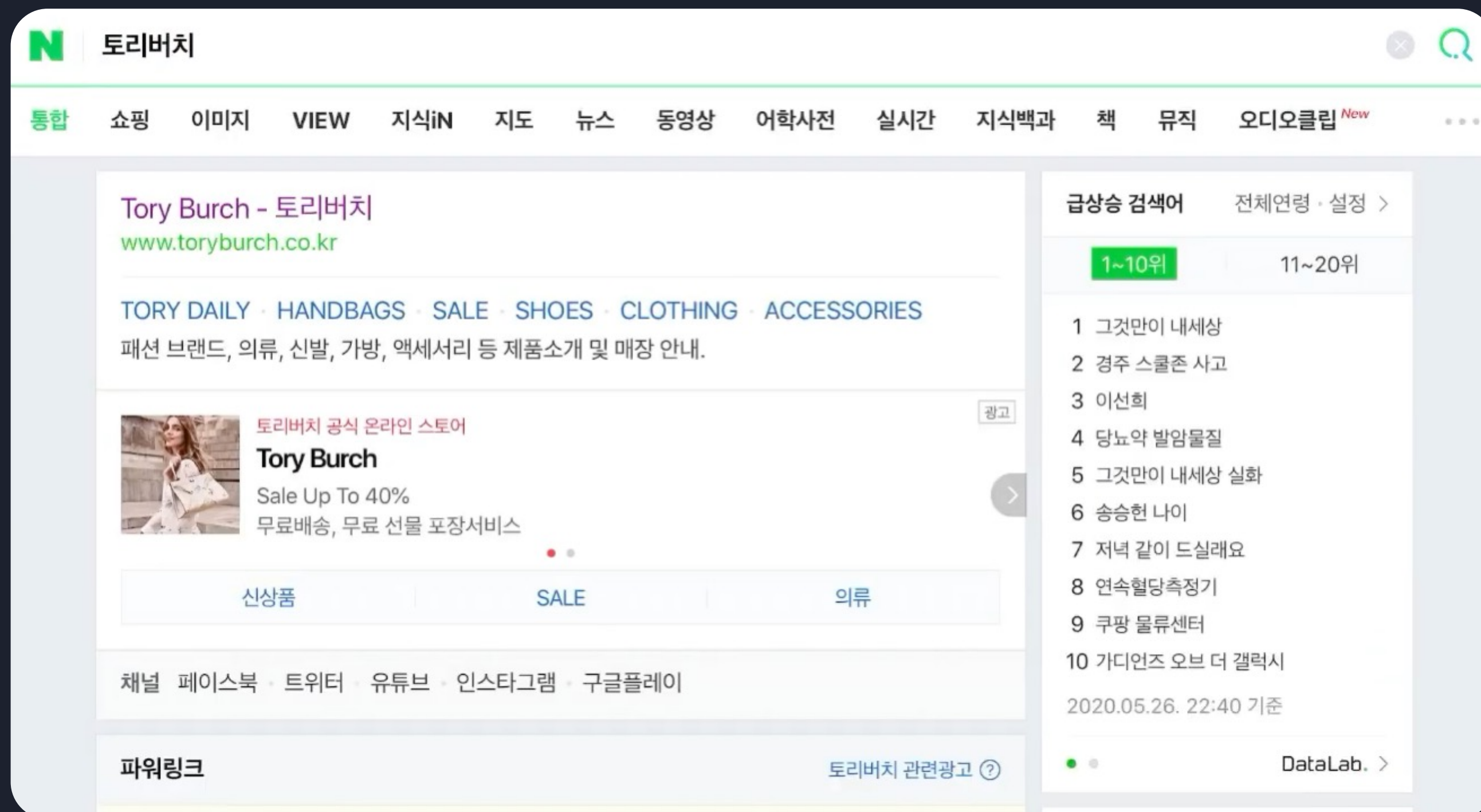
Naver — корейский Google + Amazon + Pinterest

2,2 млрд \$ ▲14,8%

Выручка есот в 2024 г.

▶ Продажи через лайвстримы

👁 Рекомендации на основе поведения



- Naver популярен в Корее больше, чем Google (48% vs 44%)
- Ведущий поисковик на мобильных (60,94% против 35,94% у Google)
- Более 500 000 магазинов на Naver Smart Store, через которые проходит около 20% онлайн-торговли в Корее

Индийский Myntra — первый ИИ-инструмент, помогающий подбирать образ

Принадлежит [Walmart, Inc.](#)
(лидер по GMV в Индии)

+24% **569,8 млн \$**

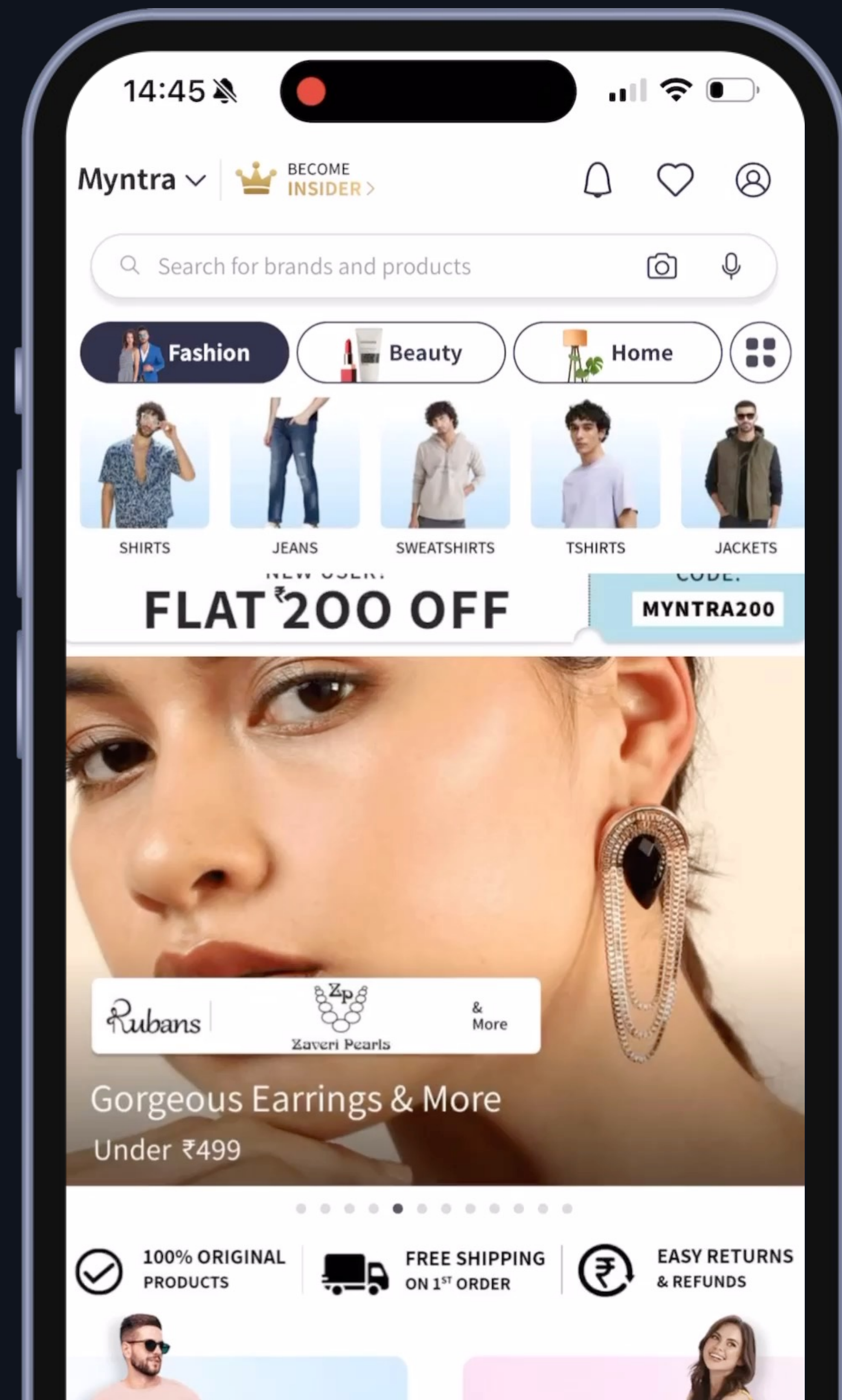
Рост продаж,
YoY

Total-инвестиции
в Myntra

▶ Видеостримы

👕 ИИ-стилист

📷 Виртуальная примерка



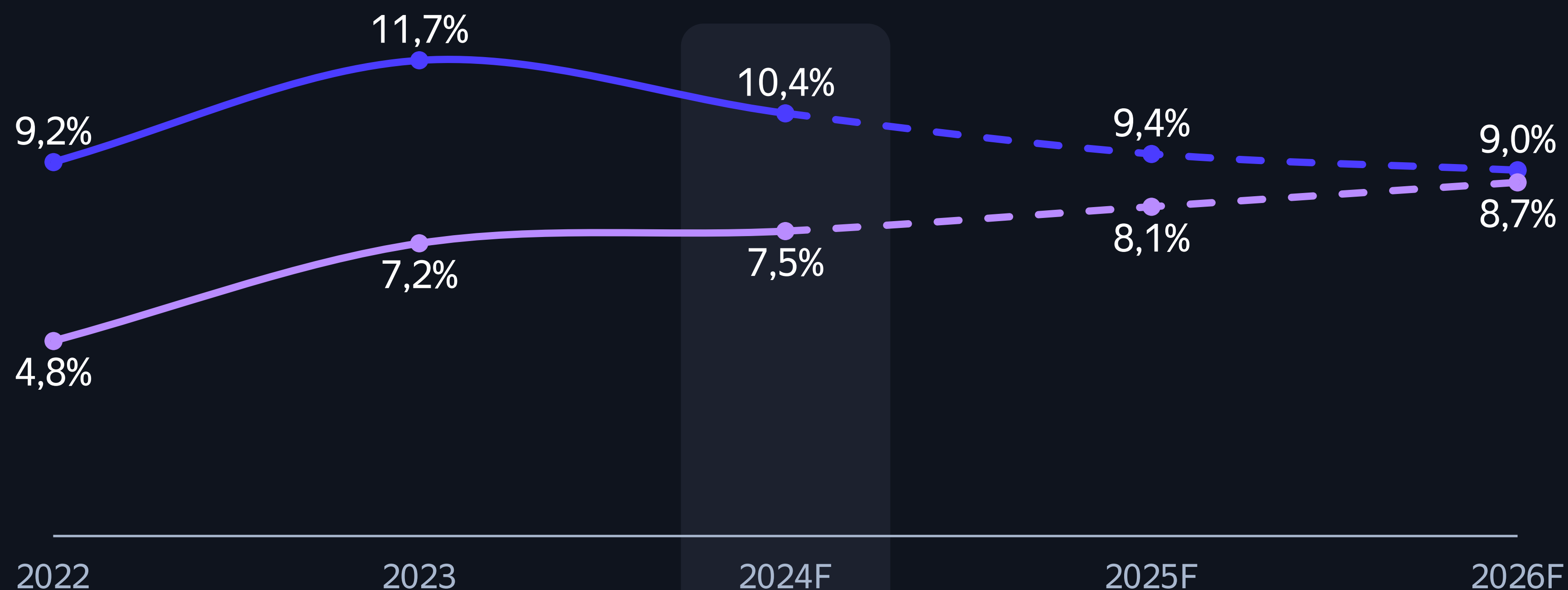
Еcom-тренды в Азии

- 1 Ecom = Entertainment Social Commerce, Стримы и Tiktok/Doyuin Shopping
- 2 Глубокая ИИ-персонализация — подбор товаров, цен и витрин на основе поведения пользователя
- 3 Шопинг прямо в браузере и в мессенджере

Есот-тренды в США

Рост **Amazon** замедляется и достигнет пика замедления к 2026 г.

Динамика есom-продаж



39%

Доля рынка
Amazon

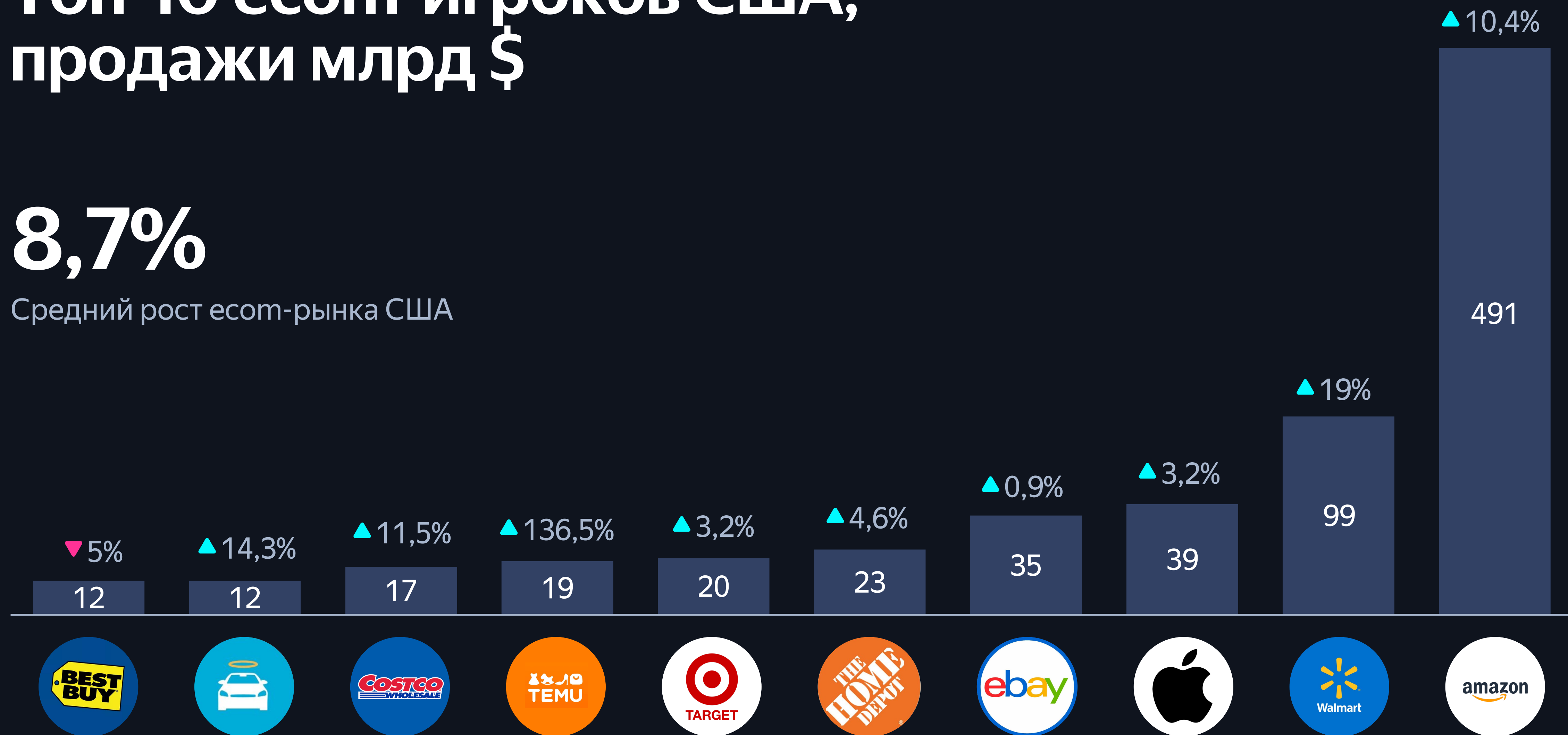
61%

Доля рынка
не Amazon

Топ-10 есот-игроков США, продажи млрд \$

8,7%

Средний рост есот-рынка США



Emarketer, прогноз от июля 2024 г.

Топ-10 есот-игроков США, продажи млрд \$

8,7%

Средний рост есот-рынка США

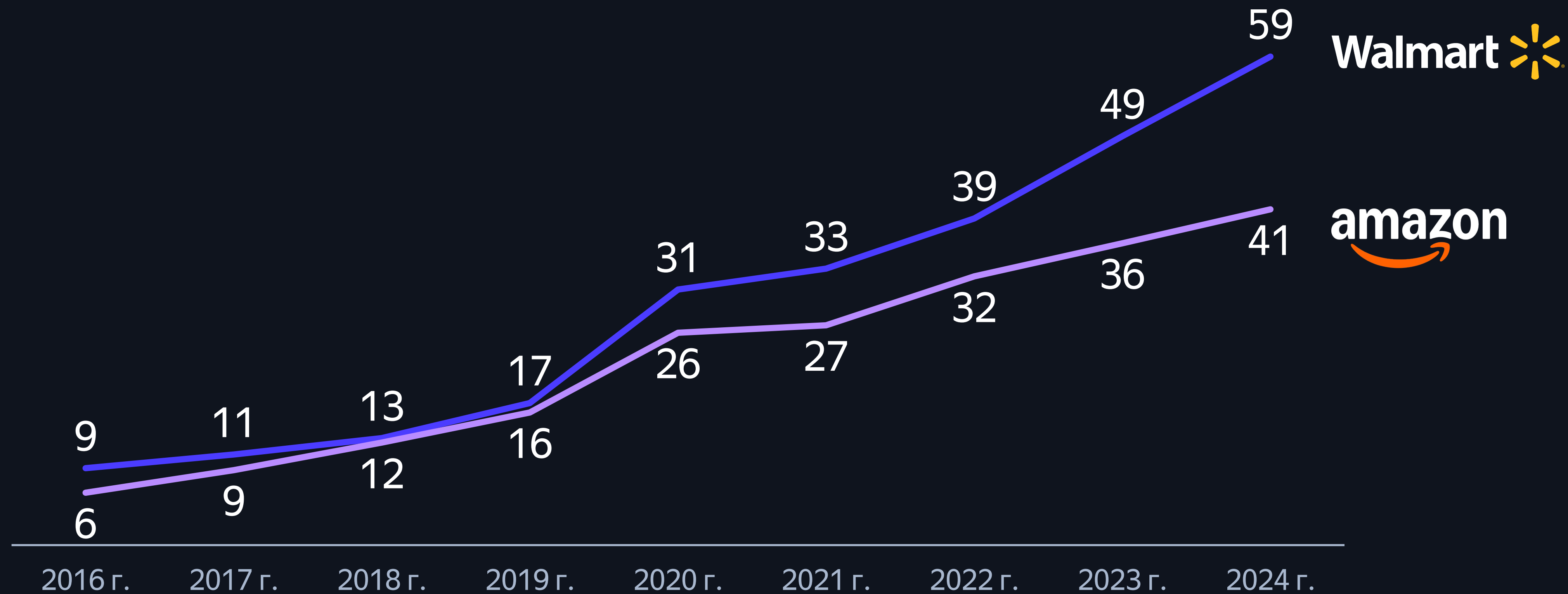


Emarketer, прогноз от июля 2024 года

Walmart обгоняет Amazon в Food и Fashion

Продажи egrocery в США:

Walmart vs Amazon, 2016–2024 гг., млрд \$



Walmart развивает СТМ для Gen Z

2–15 \$

Цены на продукты
линейки

300

SKU

Walmart

Источник видео: Instagram (принадлежит корпорации Meta,
признана в России экстремистской и запрещена)



Erewhon (Эрвон) превращает продукты питания в люксовый атрибут

19 \$



20 \$



Коллаборации
с Хейли Бибер
и Balenciaga

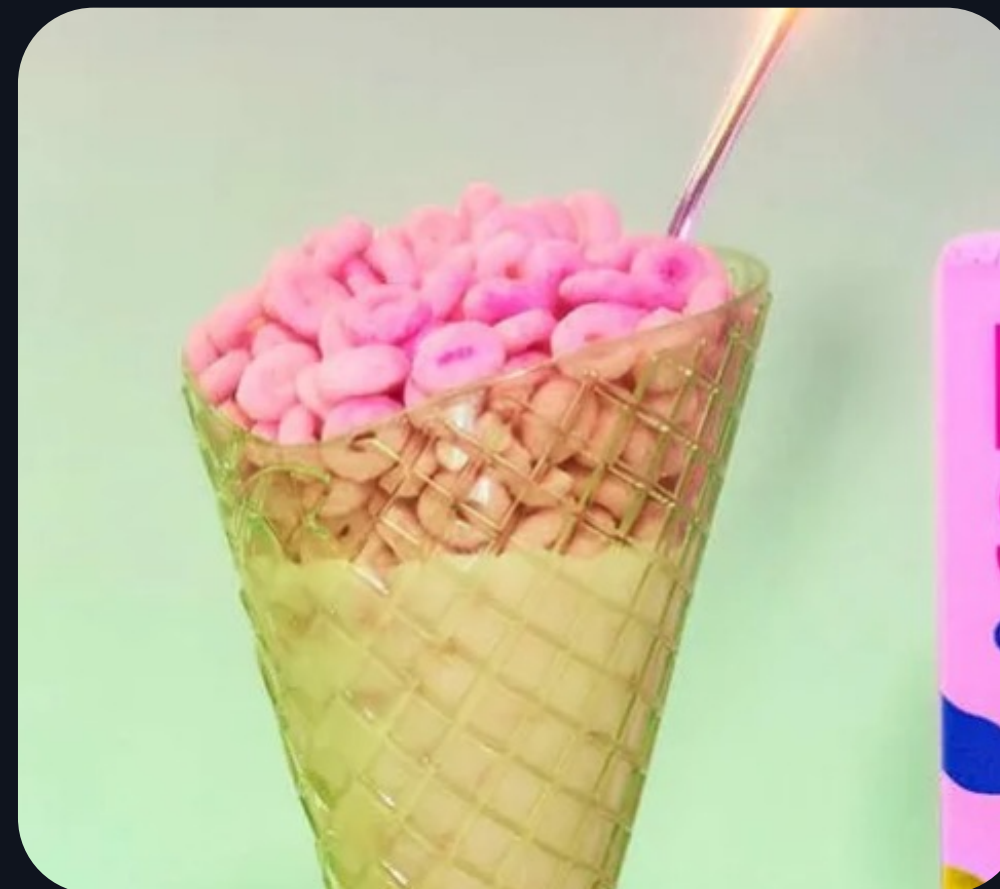


Magic Spoon — готовый завтрак, как у детей, только с протеином и без сахара

- Ecom-first подход
- Упор на ПП (low-carb, keto) и ностальгию
- 10–12 \$ — цена за упаковку

209 млн \$

Инвестиции



Walmart обгоняет Amazon в категории Fashion за счёт стратегии доступного премиума

Walmart 

+115%

amazon 

+1,4%



80%

Рост акций Walmart
в 2024 году



768 млрд \$

Рыночная стоимость компании
после прироста акций

Источник: barrons.com



Еcom-тренды в США

- 1 Независимый еcom: Walmart обгоняет Amazon по еcom-продажам в категориях Food и Fashion
- 2 Основные драйверы роста:
 - > Фокус на потребностях разных поколений
 - > Стратегия доступного премиума
 - > Фиксированная цена на товары повседневного спроса

Есот-тренды в России



Растущие сегменты в еcom



Альфа

0-14

Поколение
альфа/ бета
2010–2025 гг.

25 млн



Зумеры / Gen Z

15+

Поколение Z
1997–2010 гг.

20 млн



Миллениалы

28+

Поколение Y
1984–1997 гг.

29 млн



Generation X

40+

Поколение X
1967–1984 гг.

35 млн



Беби-бумеры

60+

Беби-бумеры
1944–1967 гг.

35 млн

56%

семей в России — владельцы
домашних животных

89%

относятся к своему
питомцу как к члену
семьи

42%

любят брать
своего питомца
в общественные
места

+74%▲

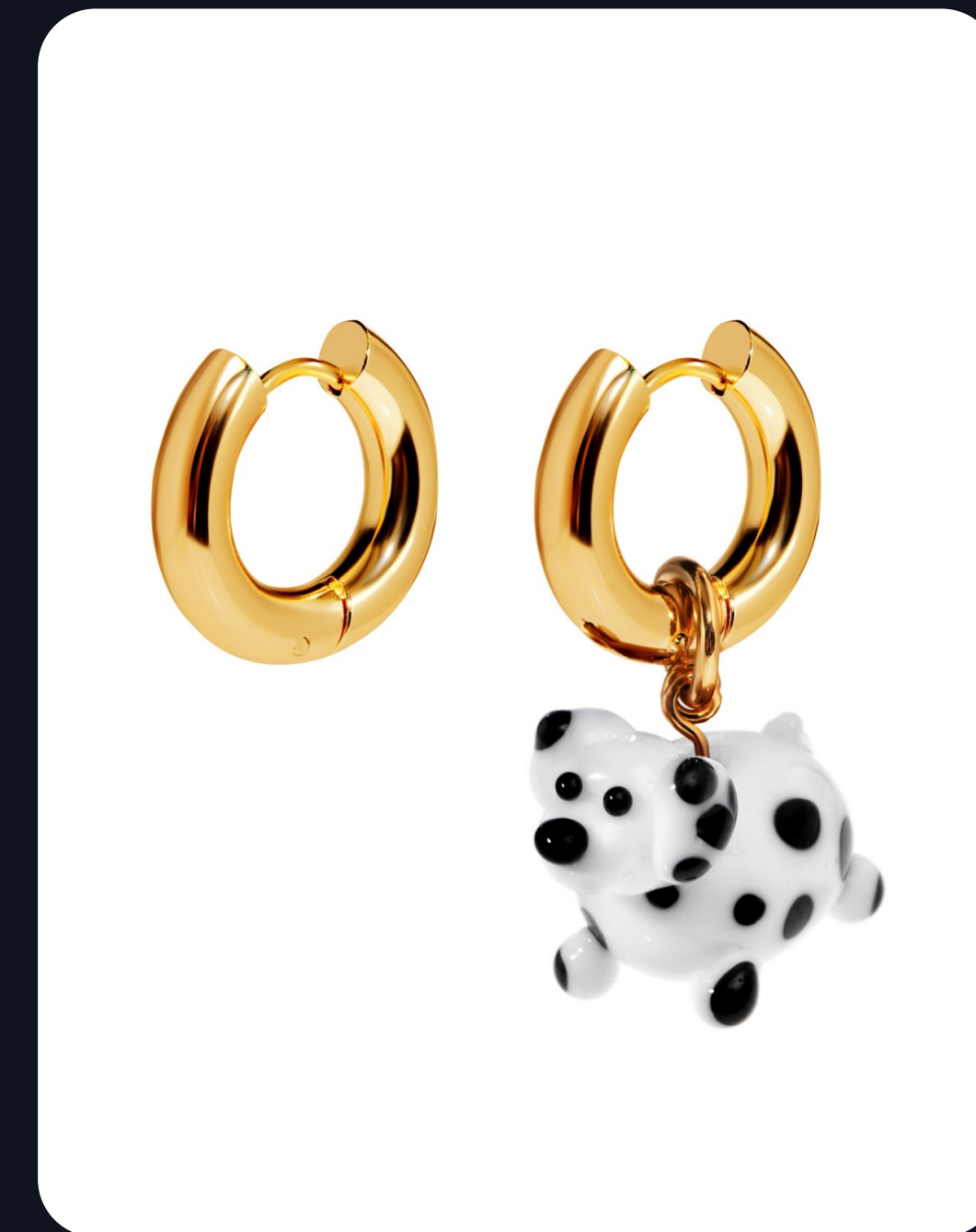
Рост интереса
к pet-friendly местам
в Геосервисах*

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, ноябрь — декабрь 2024 г.

* Данные Яндекса, январь — октябрь 2024 г. vs январь — октябрь 2023 г.



Viva la vika — кастомизированные украшения с изображением своего питомца



VIVA LA VIKA

Источник: Vivalavika.com

В ближайшие 3 года онлайн-покупки вырастут почти в 3 раза

И ряд категорий почти
полностью перейдёт в онлайн

×2,6

Ожидаемый прирост
покупок онлайн
к 2028 году



Прогноз INFOline от 2024 г.

	2021	2022	2023	2024П	2028П	CAGR 2024–2028
Детские товары	31%	43%	52%	58%	71%	+14%
Фарма	13%	15%	18%	20%	41%	+28%
Косметика, парфюмерия	19%	36%	50%	58%	89%	+22%
Food	2%	3%	4%	6%	13%	+30%
Товары для дома	14%	23%	33%	41%	56%	+22%
Fashion	30%	42%	49%	55%	83%	+21%
БТиЭ	39%	53%	61%	67%	87%	+20%
Прочее	17%	22%	28%	35%	63%	+28%

Объём независимого есот — 5 трлн руб.

Объём индустрий по каналам продаж, 2024 г., трлн руб.

	Маркетплейсы	Независимый есот	XX% Доля независимого есот	Топ-3 игроков		
Fashion	3,4	0,6	16%	SUNLIGHT	lamoda	П У М
БТиЭ	1,5	1,3	45%	DNS	СИТИЛИНК	М.video
DIY	0,6	0,8	55%	Все инструменты	ПЕТРОВИЧ	ЛЕМАНА ПРО
Товары для дома	1	0,3	20%	SIMA LAND	Hoff	askona
FMCG	0,6	0,5	44%	Золотое Яблоко	АЭТУАЛЬ	FABERLIC
Автотовары	0,2	0,3	57%	АВТОЗАПЧАСТИ EXIST.RU	kolesadarom	autodoc.ru
Фарма	0,1	0,3	80%	Сеть аптек	apteka.ru	ЕАПТЕКА
Прочие индустрии	0,6	0,5	49%	Комус	детский мир	спортмастер

Чек-лист успешного независимого esom

Направление

Рычаги

1 Глубина ассортимента

- ◆ Уникальные продуктовые линейки для собственного онлайн-канала
- 🔴 Развитие СТМ и ЭТМ
- 🛡️ Гарантия оригинальности/качества
- 🧩 Кастомизация продуктового офера (внутри карточки товара)
- 🔥 Развитие собственного нишевого маркетплейса

Чек-лист успешного независимого esom

Направление

Рычаги

1 Глубина ассортимента

- 🔹 Уникальные продуктовые линейки для собственного онлайн-канала
- 🔹 Развитие СТМ и ЭТМ
- 🛡️ Гарантия оригинальности/качества
- 🧩 Кастомизация продуктового офера (внутри карточки товара)
- 🔥 Развитие собственного нишевого маркетплейса

2 Экспертиза

Через контент,
коммуникацию сообщества

- 🛒 Уникальный экспертный контент
- 👥 Развитие онлайн-сообществ и UGC
- 💼 Развитие через B2B-аудиторию

Чек-лист успешного независимого esom

Направление	Рычаги
1 Глубина ассортимента	<ul style="list-style-type: none">📦 Уникальные продуктовые линейки для собственного онлайн-канала📦 Развитие СТМ и ЭТМ🛡️ Гарантия оригинальности/качества🧩 Кастомизация продуктового офера (внутри карточки товара)🔥 Развитие собственного нишевого маркетплейса
2 Экспертиза Через контент, коммуникацию сообщества	<ul style="list-style-type: none">🛒 Уникальный экспертный контент👥 Развитие онлайн-сообществ и UGC💼 Развитие через B2B-аудиторию
3 Сервисность Value-adding оферы	<ul style="list-style-type: none">⚙️ Пред- и постпродажные сервисы🔗 Профильная экосистема / цифровые сервисы★ Подписочные сервисы с дополнительными привилегиями

Источник: анализ интерфейсов веб-сайтов и мобильных приложений компаний

Топ-игроки в своих категориях используют 3+ рычага

Направление	Рычаги	Fashion		БТиЭ		DIY		Товары для дома		Beauty		Прочие индустрии	
		MELON FASHION GROUP	lamoda	DNS	М.видео	Все инструменты	ПЕТРОВИЧ	Hoff	askona	Белита	Аэтуаль	Спортмастер	Детский мир
Глубина ассортимента	Уникальные продуктовые линейки для собственного онлайн-канала	✓	✓	✓				✓	✓				
	Развитие СТМ и ЭТМ		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
	Гарантия оригинальности/качества		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓
	Кастомизация продуктового офера (внутри карточки товара)						✓	✓	✓			✓	
	Развитие собственного нишевого маркетплейса		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
Экспертиза Через контент, коммуникацию сообщества	Уникальный экспертный контент	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Развитие онлайн-сообществ и UGC	✓		✓									
	Развитие через B2B-аудиторию						✓	✓	✓				
Сервисность Value-adding оферы	Пред- и постпродажные сервисы				✓	✓	✓	✓	✓			✓	
	Профильная экосистема / цифровые сервисы						✓		✓			✓	
	Подписочные сервисы с дополнительными привилегиями				✓								

Источник: анализ интерфейсов веб-сайтов и мобильных приложений компаний

Е-ком тренды в России

- 1 Рынок независимого еcom — 5 трлн рублей
- 2 В ближайшие 3 года онлайн-покупки вырастут почти в 3 раза и ряд категорий почти полностью перейдёт в онлайн
- 3 Секрет успеха Независимого еком:
 - > Уникальный ассортимент
 - > Экспертность
 - > Развитие сервисов

А ещё беби- бумеры и кошки



- 1 Рынок независимого есот — 5 трлн рублей
- 2 В ближайшие 3 года онлайн-покупки вырастут почти в 3 раза и ряд категорий почти полностью перейдёт в онлайн
- 3 Секрет успеха Независимого еком:
 - > Уникальный ассортимент
 - > Экспертность
 - > Развитие сервисов

3 сценария развития есот в России

	1	2	3
Показатели к 2030 году	Консервативный рост — оптимистичный прогноз роста маркетплейсов	Ускорение роста за счёт каннибализации роста маркетплейсов	Оптимистичный рост за счёт более активного развития
Объём рынка, трлн руб.	32,3	32,3	35,2
Доля есот от рынка ритейла, %	36%	36%	40%
GVM через маркетплейсы, трлн руб.	23,2	21,1	23,2
GVM независимого есот, трлн руб.	9	11	12

Заявка на вступление в закрытое сообщество

Yandex Ecom Club

- Свежие исследования
- Кейсы
- Продуктовые релизы и бета-тесты
- Нетворкинг и мероприятия

