



УНИВЕРСАЛЬНЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ И МАГАЗИНЫ

Россия
Март 2026



Рынок электронной коммерции

	2023	2024	2025	2026П
Оборот розничной торговли трлн руб.	48,2	55,8	61,3	65,3
Индекс физического объема оборота розничной торговли % г/г	8,0	7,7	2,6	1,1
Оборот онлайн-торговли трлн руб.	7,9	11,0	14,6	17,4
Динамика объема онлайн-продаж в сопоставимых ценах % г/г	38,8	27,3	25,3	13,5
Доля онлайн-торговли от оборота розничной торговли %	16	20	24	26

Основные тенденции

⇓
Потребительская активность снижается. Однако **население продолжает тратить деньги на недорогие удовольствия**

⇓
Универсальные маркетплейсы и продукты питания обеспечивают рост рынка. Темпы роста крупнейших игроков превышают прогнозные значения

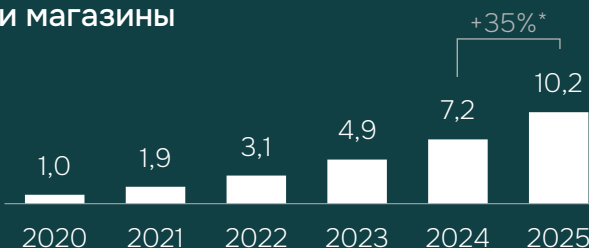
□
Регулирование рынка усиливается. Игроки внедряют отдельные инструменты, не дожидаясь вступления в силу ФЗ №289

Сегменты онлайн-ритейла: итоги 2025

Рынок электронной коммерции составил 14,6 трлн руб., 95% приходится на 6 ключевых сегментов

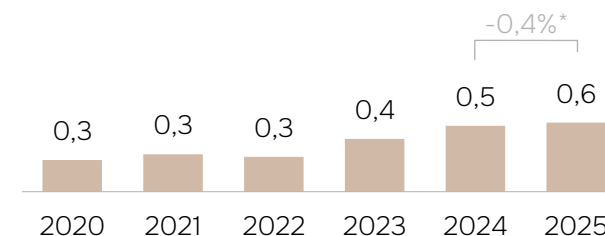
Универсальные маркетплейсы и магазины

Доля в общем объеме онлайн-продаж достигла 70%. Крупнейшие игроки превращаются в комплексные сервисные платформы, постоянно расширяя ассортимент не только товаров, но и услуг.



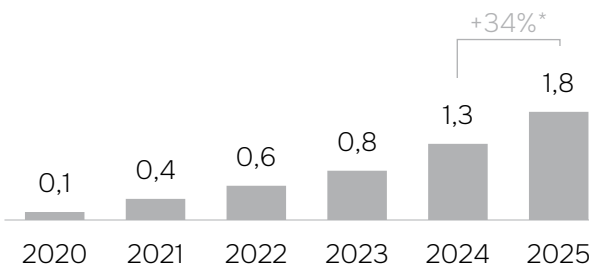
Товары для дома и ремонта

Ввиду усиления универсальных игроков, в том числе за счет shop-in-shop крупнейших ритейлеров, потребители все реже обращаются к интернет-магазинам игроков.



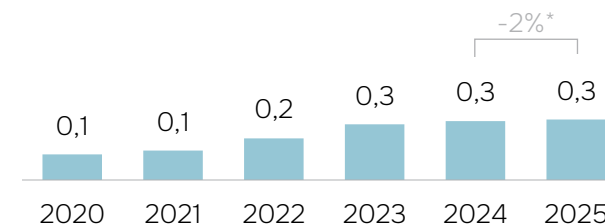
Продукты питания

Приобретение продуктов онлайн – часть новой нормы потребителей. Формирование привычки заказывать продукты позволяет сегменту оставаться вторым по темпам роста продаж.



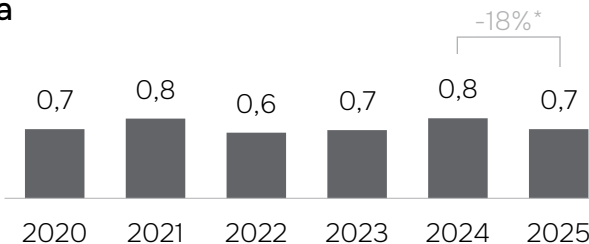
Здоровье

Развитие сегмента онлайн во многом ограничено привычкой потребителя консультироваться с фармацевтом и невозможностью продажи рецептурных лекарств.



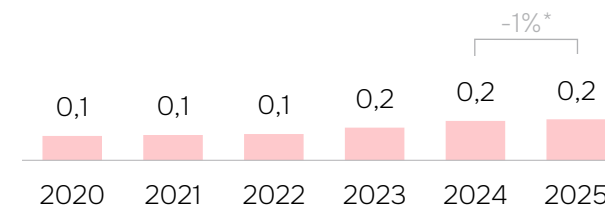
Бытовая техника и электроника

Сдержанные темпы потребительской активности, а также рост конкуренции со стороны мультикатегорийных игроков, которые улучшают сервис и гарантии качества, сказываются на сегменте.



Одежда и обувь

Сегмент демонстрирует снижение объема продаж ввиду непрекращающегося усиления мультикатегорийных игроков, в том числе за счет запуска продаж премиальных и люксовых брендов.



*В сопоставимых ценах.

Представлены 6 крупнейших сегментов рынка электронной коммерции. На другие товарные категории (детская одежда и обувь, книги и канцелярия, косметика и парфюмерия, товары для спорта, цветы и подарки и др.) по итогам 2025 года приходится 780 млрд руб. (+0,4% в сопоставимых ценах г/г).

Ключевые показатели в сегменте

	2023	2024	2025	2026П
Объем онлайн-продаж млрд руб.	4 922	7 153	10 200	12 240
Доля сегмента от общего объема онлайн-продаж %	62	65	70	70
Количество заказов млн шт.	4 219	6 927	8 984	11 410
Доля сегмента от общего количества заказов %	81	82	83	83
Средний чек руб.	1 165	1 140	1 135	1 070

Более половины рынка электронной торговли приходится на универсальные маркетплейсы. **Сегмент и его крупнейшие игроки продолжают наращивать долю и стимулировать рост рынка**

За последние 5 лет доля универсальных маркетплейсов и магазинов выросла с 38% до 70% по итогам 2025 года. Это один из двух сегментов, который даже в условиях охлаждения потребительской активности демонстрирует уверенный рост. Несмотря на высокую степень развития, темпы роста крупнейших игроков превышают прогнозные значения.

Игроки сегмента

64%
Доля двух игроков от общего объема онлайн-рынка в деньгах

OZON

wildberries

Яндекс **Маркет**

мегамаркет

**МАГНИТ
МАРКЕТ**

**SHOPPING
LIVE**

**SIMA
LAND**

AliExpress

**ОНЛАЙН
ТРЕЙД | RU**

Что покупают на крупнейших маркетплейсах?

Топ-5 категорий по **объему продаж**, 2025

OZON

Одежда и обувь	29%
Товары для дома и ремонта	19%
Бытовая техника и электроника	14%
Красота и здоровье	5%
Автотовары	5%

wildberries

Одежда и обувь	41%
Товары для дома и ремонта	13%
Товары для детей	12%
Товары для спорта	9%
Красота и здоровье	8%

Топ-5 категорий по **темпу роста продаж**, 2025 / 2024

OZON

Цифровые товары	+174% г/г
Аксессуары	+102% г/г
Одежда и обувь	+97% г/г
Красота и здоровье	+86% г/г
Туризм, охота и рыбалка	+85% г/г

wildberries

Цветы	+486% г/г
Автотовары	+187% г/г
Товары для детей	+105% г/г
Сад и дача	+94% г/г
Товары для взрослых	+67% г/г

При оценке категорий товаров на маркетплейсе OZON не учитываются продажи OZON fresh.

Одежда и обувь, товары для дома и ремонта, красота и здоровье – **лидеры по объему продаж на крупнейших платформах**

3 товарные категории лидируют в деньгах на обеих платформах. Различия в крупнейших категориях обусловлены спецификой развития, ассортиментом и позиционированием. Например, благодаря верификации оригинальности, предоставлению гарантий, возможности возврата и развитию официальных shop-in-shop крупных ритейлеров OZON нарастил долю продаж техники и электроники до 14%.

Одежда и обувь, красота и здоровье, товары для детей – одновременно **крупнейшие по объему продаж и по темпам роста**

Как правило, наиболее быстрорастущими являются категории, которые только начинают развиваться, ввиду эффекта низкой базы. Так, кратный рост продаж цветов на Wildberries связан с запуском экспресс-доставки в категории весной 2024. Однако основные категории также лидируют по темпу роста, поскольку, несмотря на сдержанную потребительскую активность, население продолжает заказывать недорогие товары, приносящие удовольствие. А площадки предоставляют наиболее широкий ассортимент и качественный клиентский опыт для реализации данных покупок.

Кто продает на крупнейших маркетплейсах?

Степень консолидации среди селлеров на маркетплейсах находится на низком уровне

Общее количество продавцов на двух крупнейших мультикатегорийных маркетплейсах – OZON и Wildberries – превышает 1,2 млн. Доля онлайн-продаж топ-10 селлеров на OZON составляет всего 5%, на Wildberries – 9%.

Топ-10 селлеров в крупнейших категориях: доля от общего объема продаж в категории, 2025

OZON

Бытовая техника и электроника	12%
Красота и здоровье	10%
Автотовары	9%
Одежда и обувь	9%
Товары для дома и ремонта	7%

wildberries

Товары для спорта	13%
Товары для детей	9%
Одежда и обувь	9%
Красота и здоровье	6%
Товары для дома и ремонта	3%

Ключевые селлеры одежды и обуви – известные для потребителя игроки

Доля продаж десяти селлеров-лидеров, которые специализируются на одежде и обуви, на двух маркетплейсах находится на сопоставимом уровне – 9%.

При этом **около 3% продаж одежды и обуви обеспечивают 4 бренда группы Melon Fashion Group** (Befree, SELA, LOVE REPUBLIC, ZARINA). Потребители приобретают товары любимого бренда по более выгодным ценам через официальные shop-in-shop, которые подтверждают их оригинальность.

Befree

LOVE REPUBLIC

seLa.

Z A R I N A

2 игрока – Спортмастер и Kari – попадают в топ-10 селлеров по объему продаж на двух платформах. Это связано с широким ассортиментом и востребованностью сегментов, в которых они представлены.

 спортмастер

 kari

Складские портфели игроков сегмента

	Существующие складские площади*, тыс. кв. м		Строящиеся складские площади*, тыс. кв. м	
	Московский регион	Регионы России	Московский регион	Регионы России
	1 906	3 380	318	2 177
	1 965	4 258	275	1 114
	294	342	0	28
	210	638	0	0
	43	238	0	0
	0	552	0	0
	23	6	0	0
	4 441	9 414	593	3 319

Совокупный объем существующих складских площадей игроков сегмента в России составляет 13,9 млн кв. м. Доля универсальных маркетплейсов и магазинов в общем объеме складов Московского региона составляет 12%, регионов – 25%. Также на этапе строительства находится еще 3,9 млн кв. м, из которых 82% – региональные объекты.

Универсальные маркетплейсы и магазины продолжают расширять свои складские портфели. В период с сентября 2023 года по февраль 2026 года игроки увеличили объем логистических мощностей больше, чем в 2 раза. На сегодняшний день период активной экспансии прошел. Однако ввод в эксплуатацию уже законтракованных площадей обеспечит увеличение портфелей игроков почти на 4 млн кв. м в перспективе ближайших трех лет.

Динамика объема существующих складских площадей* универсальных маркетплейсов и магазинов

Сентябрь 2023

2,3 млн кв. м
Московский регион

4,4 млн кв. м
Регионы России

Февраль 2026

4,4 млн кв. м
Московский регион

9,4 млн кв. м
Регионы России

*Без учета даркстортов.
Складской портфель Мегамаркета указан с учетом Купер и Самокат, которые также обслуживает Сберлогистика, Яндекс Маркета – включая Деливери, Яндекс Еда, Яндекс Лавка.
Данные на 10.02.2026.

Новые шаги на пути к созданию прозрачной отрасли



Система скидок и акций на маркетплейсах

Предоставление скидок на маркетплейсах – один из наиболее остро стоящих вопросов. Это касается более низких цен на товары при оплате картами дочерних банков платформ (Ozon банк, WB банк, Яндекс Пэй) и субсидирования скидок.

Минэкономразвития совместно с ФАС и ЦБ проводит анализ программ лояльности. Проверка затрагивает экосистемы банков, предприятия торговли, онлайн-платформы.



Контроль за контрафактной продукцией

Активное развитие рынка электронной торговли требует создания условий для соблюдения обязательной маркировки и автоматизации этого процесса, чтобы отслеживать контрафактную продукцию на ранних этапах.

ЦРПТ, OZON и РВБ запускают профилактическую систему контроля для товаров с обязательной маркировкой. Интеграция платформ с «Честным знаком» автоматизирует проверку товаров еще до этапа поставки и покупки.



Неравные условия для селлеров из разных стран

Игроки рынка обратили внимание Минпромторга и ФАС на более выгодные условия для иностранных продавцов. Помимо сниженной комиссии и ряда других инструментов отмечается массовое неправомерное копирование карточек товаров российских селлеров.

Минпромторг разработал законопроект о «российской полке», который будет распространяться и на онлайн. Кроме того, в ведомстве заявили о необходимости уравнивания условий для поставщиков из разных стран на маркетплейсах.

Ознакомиться с текстом ФЗ №289 «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации»





Евгений Бумагин

Член совета директоров,
руководитель департамента
по работе со складскими
и производственными
помещениями



Валерия Шураева

Руководитель направления
торговой и гостиничной аналитики



Екатерина Ногай

Руководитель департамента
исследований и аналитики



Ксения Каменская

Аналитик департамента
исследований и аналитики

Спасибо

Россия

Москва, БЦ Lighthouse
ул. Валовая, д. 26
moscow.russia@ibcrealestate.ru

Санкт-Петербург, БЦ Пассаж
ул. Итальянская, д. 17
st.petersburg.russia@ibcrealestate.ru

Казахстан

Алматы, SmArt.Point
ул. Байзакова, д. 280
almaty.kazakhstan@ibcrealestate.kz