

Крупнейшие интернет-магазины

По данным исследования Data Insight
1000 крупнейших российских интернет-магазинов

 **Data Insight**

при поддержке

 **СОВКОМБАНК**

2025

Оглавление

1. Доли товарных категорий по количеству магазинов	4
2. Количество магазинов по регионам России	6
3. Среднее количество заказов в сутки	7
4. Порог входа в ТОП100, ТОП300, ТОП500, ТОП1000	10
5. Организационно-правовая форма интернет-магазинов	14
6. Количество новых магазинов	15
7. Конверсия посещений сайта в заказы в товарных категориях	17
8. Доля магазинов с мобильным приложением	18
9. Методика.....	20
10. Исследования Data Insight.....	26
11. О компании Data Insight.....	27

Крупнейшие интернет-магазины

122

интернет-магазина

входит в категорию
Автотовары в ТОП1000 за
2024 год

423

интернет-магазина

из ТОП1000 за 2024 год
зарегистрированы в
Москве

1 040

заказов в сутки

делается в интернет-
магазинах одежды и обуви

63

заказа в сутки

порог входа в ТОП1000

41%

интернет-магазинов

зарегистрировано на ИП в
категории «Подарки и
развлечения»

17%

доля новичков

в ТОП1000 в 2024 году

7,3%

медианная конверсия

в категории «Продукты
питания»

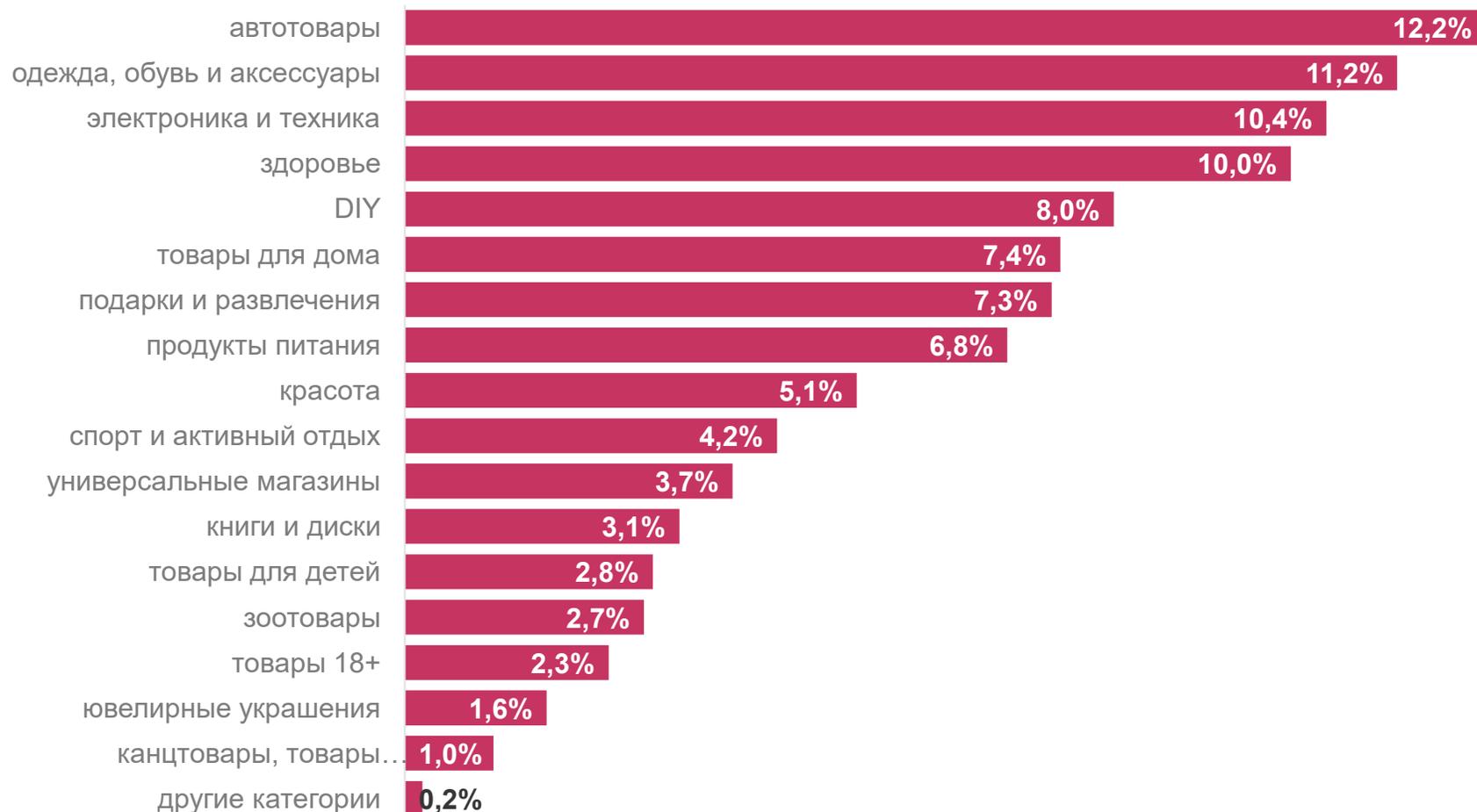
31%

доля интернет-магазинов

с мобильным
приложением

Доли товарных категорий по количеству магазинов

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Количество магазинов в товарных категориях

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 и 2023 годы

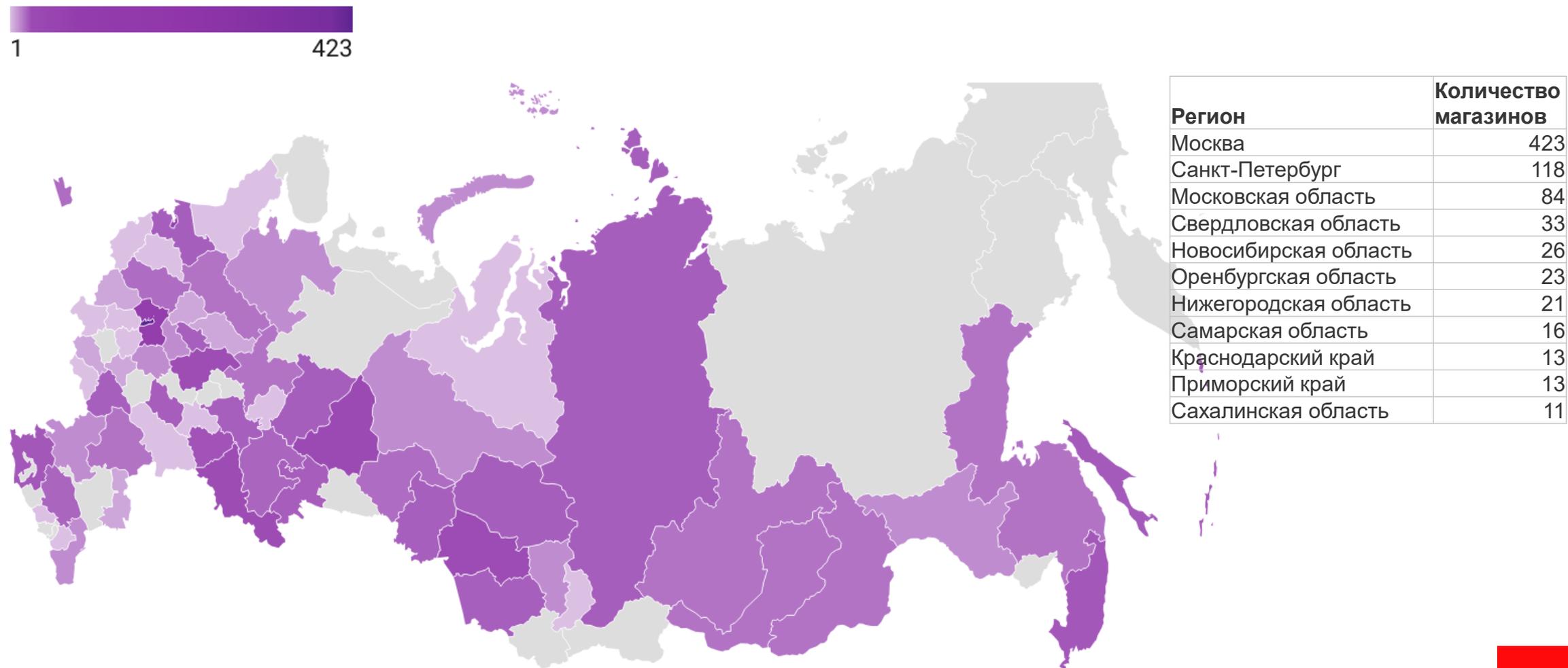


Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025



Количество магазинов по регионам России

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025



Для интернет-магазинов критически важно не просто выживать в тени маркетплейсов, а создавать конкурентные преимущества. С “Халвой” мы даём именно такой инструмент: это не просто рассрочка, а готовое fintech-решение “под ключ”.

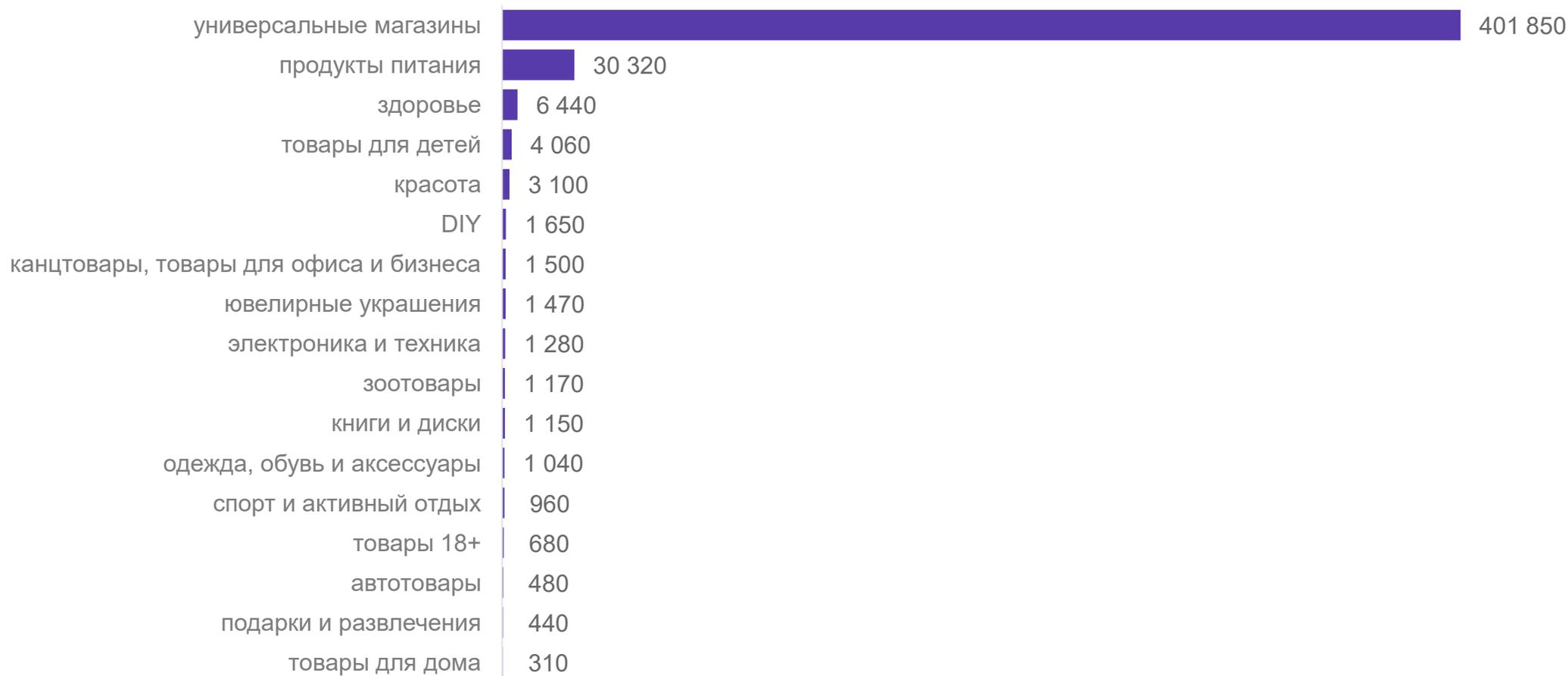
Наша сила — в региональном охвате и лояльной аудитории. Каждая пятая карта в регионах — “Халва”, а это миллионы клиентов, которые могут стать вашими покупателями.

При этом мы сознательно ограничиваем использование рассрочки только магазинами-партнёрами — это создаёт защищённую экосистему и снижает отток клиентов.

*Александр Дворский
Старший управляющий директор
ПАО «Совкомбанк»*

Среднее количество заказов в сутки

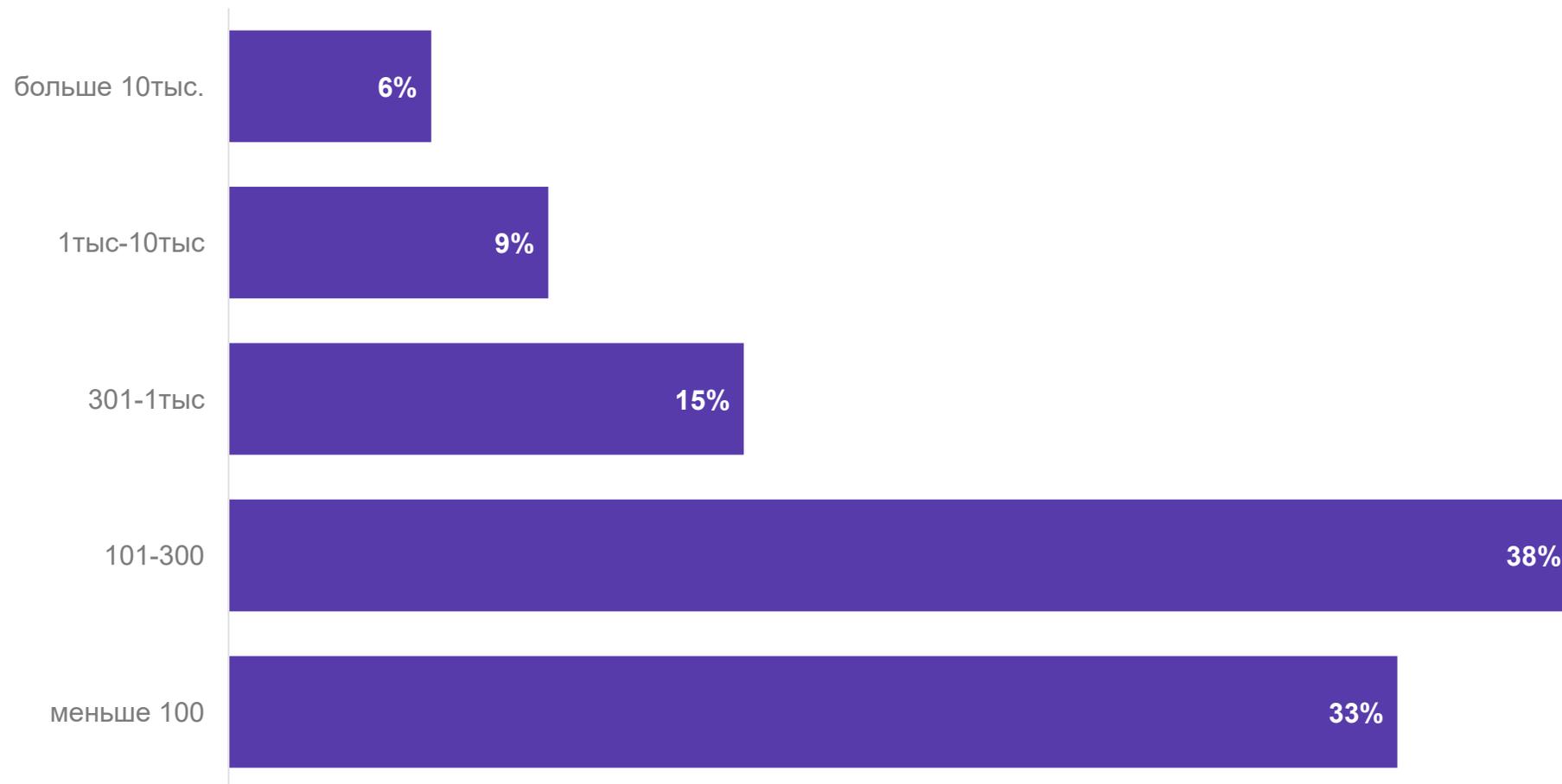
по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Распределение по среднему количеству заказов в сутки

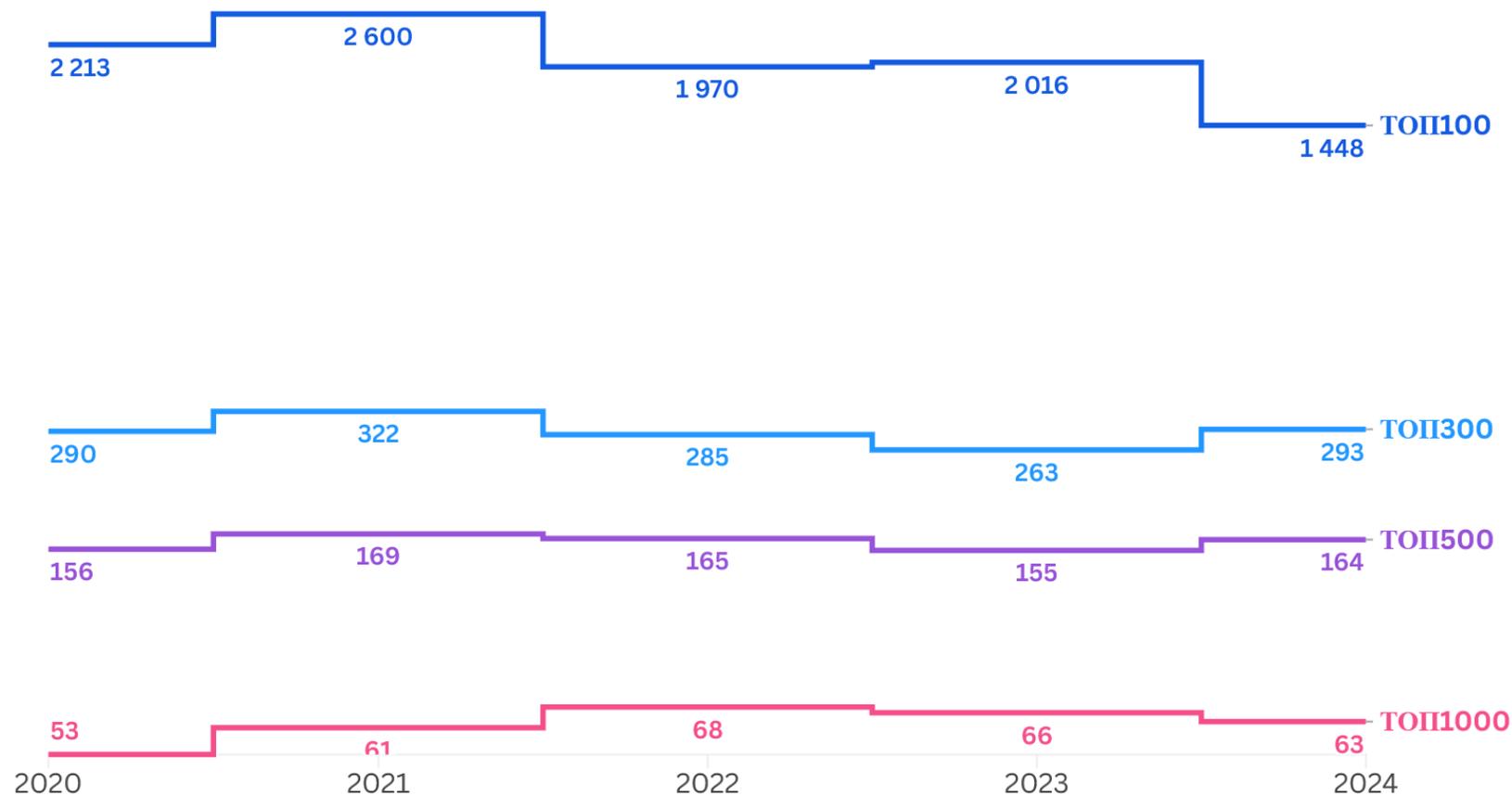
по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Порог входа

Количество заказов в сутки для крупнейших российских интернет-магазинов по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Method

Концепция умного чекаута

Конструктор 10 в 1:

опции оплаты включаются по тумблеру в любом порядке: **выбирайте сами, какой способ платежа показать клиенту первым**



**Одна интеграция –
все способы оплаты**

Я Пэй



E-POS



плайт

Сохраненные карты

Роутер от Paygine

- ✓ **Оптимизирует расходы на эквайринг**
Paygine направляет транзакции в банк с оптимальной комиссией
- ✓ **Обеспечивает непрерывность платежей**
Если банк не проводит платеж, Paygine переключает трафик на другой банк без потери данных
- ✓ **Сложность смены банка**
Хранит карточные токены и идентификаторы СБП, при переключении эквайера данные не теряются
- ✓ **Упрощает комплаенс и интеграцию с банками**
Одна интеграция с роутером заменяет отдельные интеграции с несколькими банками. PCI DSS не нужен: хранение и защита платёжных данных — на стороне Paygine

до 1%

**Позволяет снизить стоимость
банковской транзакции**

ПЛАЙТ

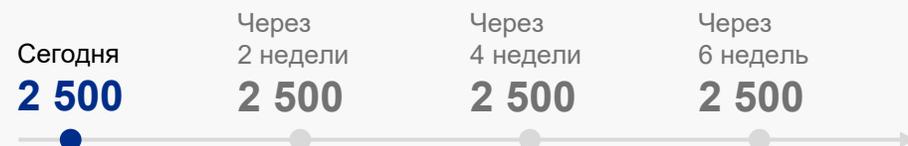
Одобрение без документов

Только номер телефона и ФИО

**Плайт — не кредит
и не рассрочка**

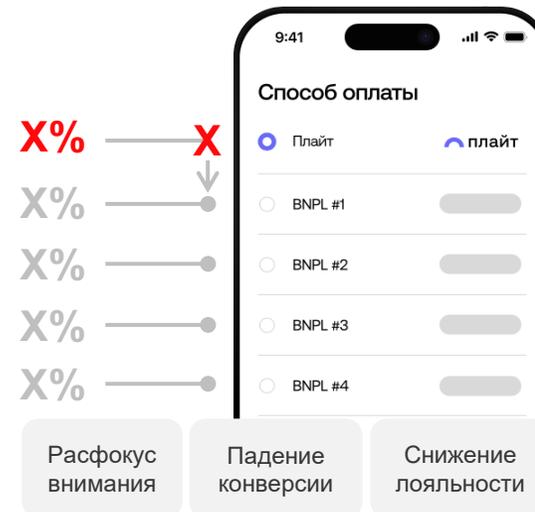
Магазин получает оплату сразу и полностью,
в то время как клиент платит 25% при покупке,
остальное по выбранному графику

Сумма заказа 10 000 ₽



BNPL-брокер

Без BNPL-брокера



1
Клиент
заполняет
анкету

2
Анкета
отправляется
во все сервисы

3
Клиент видит
одобренные
продукты

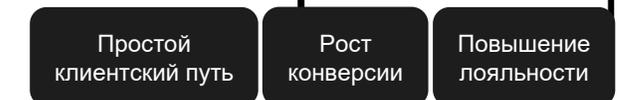
4
Шанс
одобрения
растёт до 80%

С BNPL-брокером

80%
процент
одобрения

20%
процент
отказов

**Все BNPL
в одной кнопке**



О Халве

19 млн

клиентов программы

200 тыс.

новых клиентов в месяц

800 млрд ₽

одобренных лимитов
на покупки в рассрочку

Выгоды для бизнеса

Без интеграции

До 20%

рост среднего чека

До 30%

рост частоты покупок

До 35%

рост числа новых клиентов

До 20%

возмещаем сразу, как при обычном эквайринге

- ✓ **Растим долю оплат по СБП**
Доля оплат через СБП у клиентов Халвы выше, чем в среднем по рынку на 5%
- ✓ **Повышаем лояльность**
Клиенты покупают только у партнёров, т.к. за покупки не у партнеров они платят штрафы
- ✓ **Никаких переплат и комиссий**
Все риски на нас

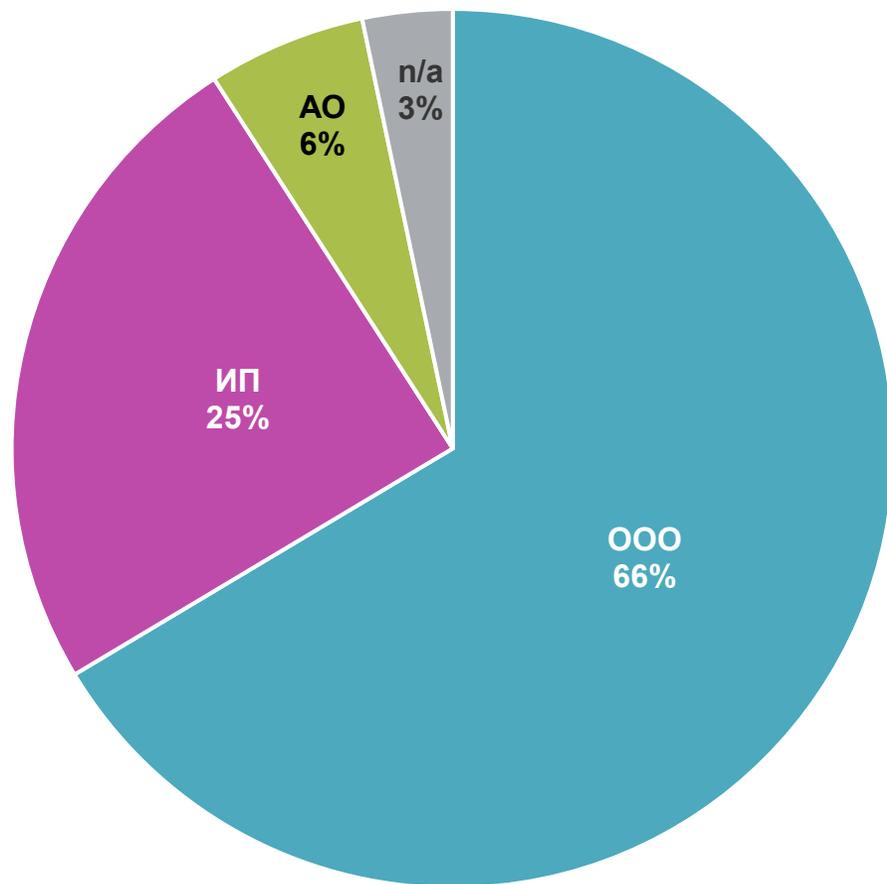
Выгоды для клиента

- ✓ **Рассрочка**
на покупки у партнеров без процентов и комиссий
- ✓ **Кэшбэк**
до 10% за любые покупки
- ✓ **Скидки**
и спец. предложения на покупки у партнеров
- ✓ **До 500 тыс. ₽**
лимит по карте



Организационно-правовая форма интернет-магазинов

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Категории с наибольшей долей ИП



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

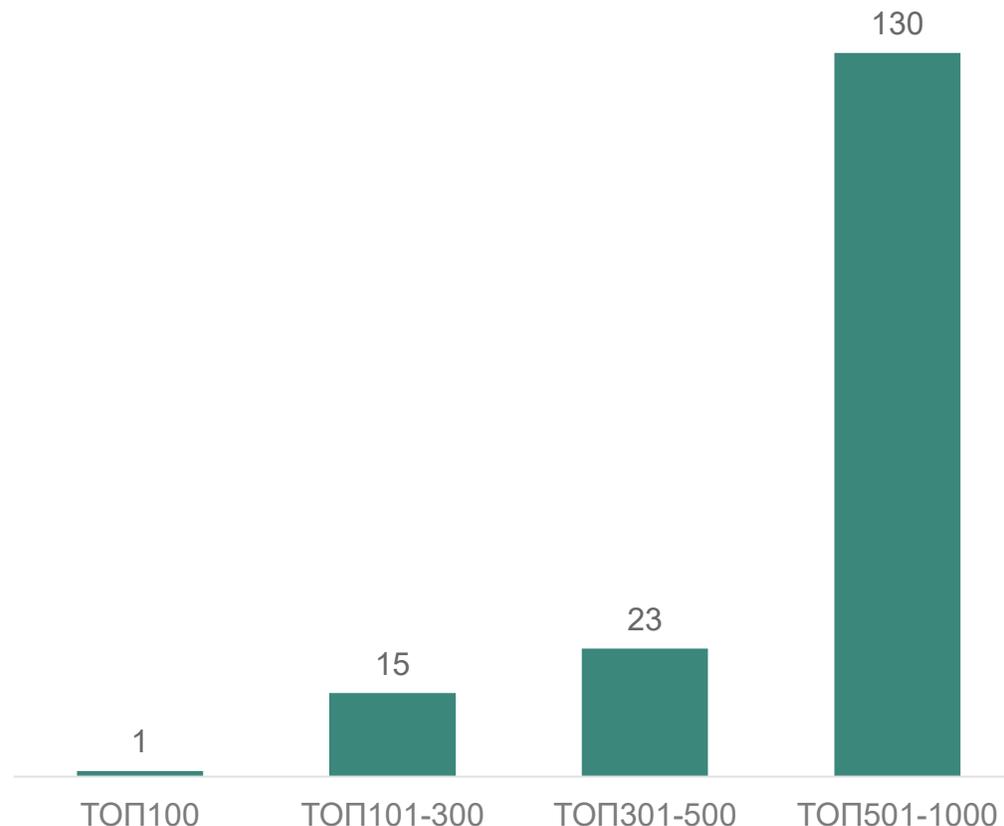
Количество новых магазинов

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год

Доля новичков

17%

Количество новых магазинов

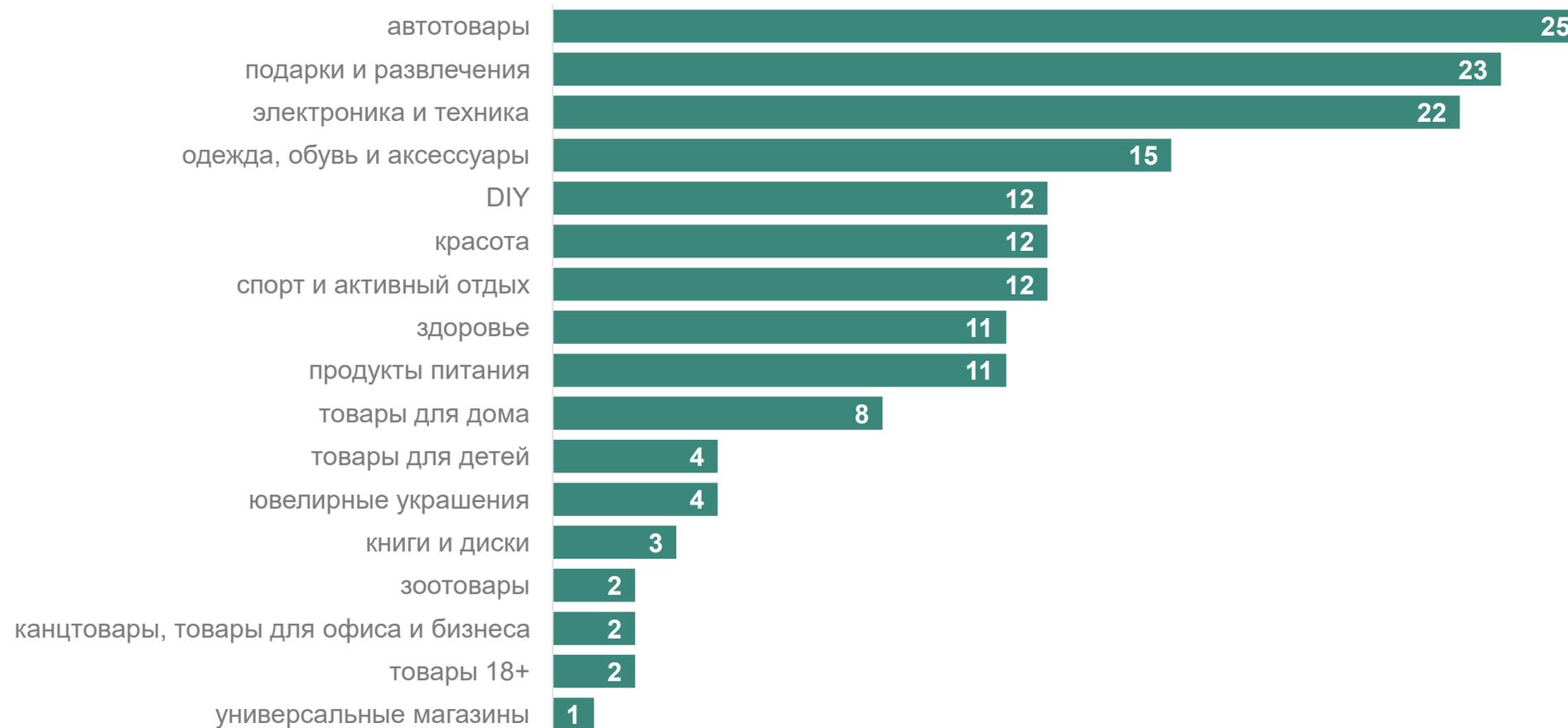


"Новички" - интернет-магазины впервые попавшие в ТОП1000 в 2024 году

Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Количество новых интернет-магазинов

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год

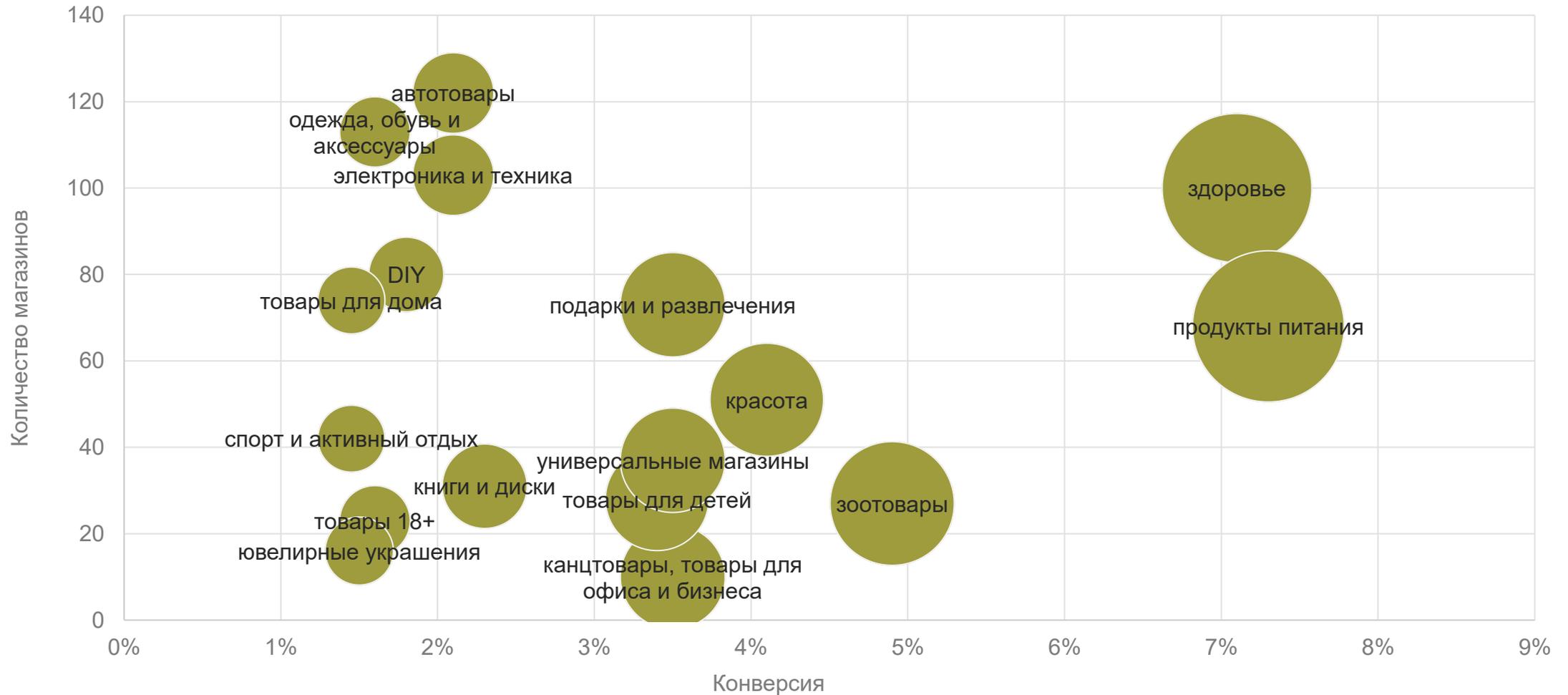


Новые - интернет-магазины впервые попавшие в ТОП1000 в 2024 году

Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Конверсия посещений сайта в заказы в товарных категориях

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год

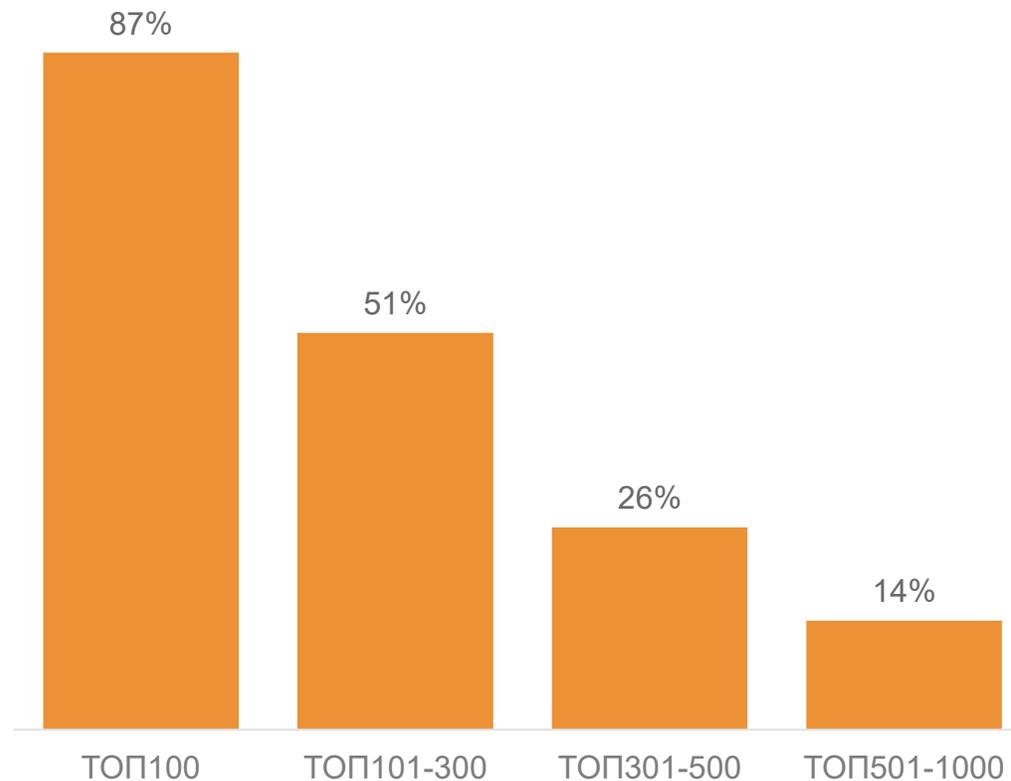


Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Доля магазинов с мобильным приложением

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год

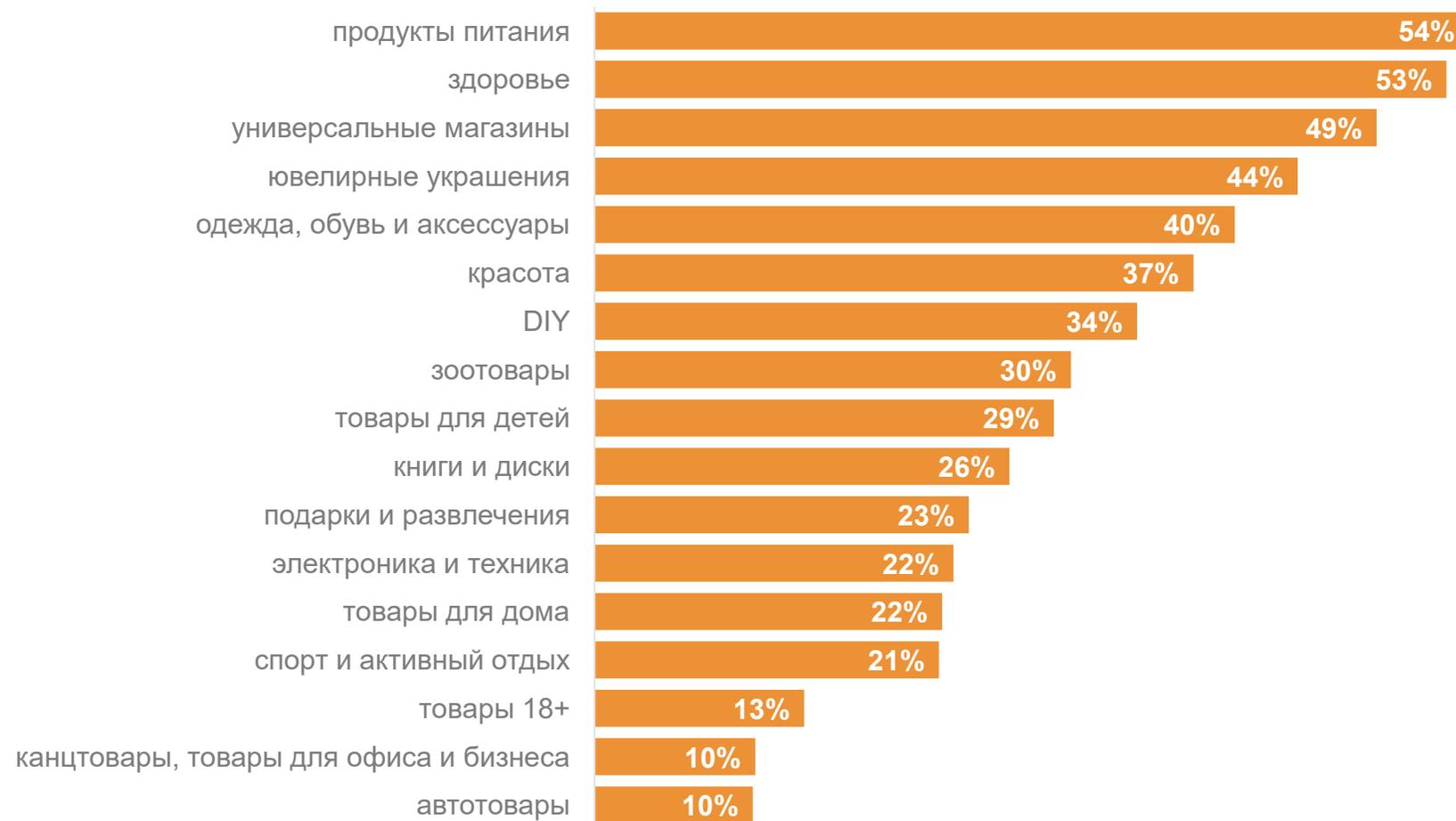
31%



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Доля магазинов с мобильным приложением

по данным ТОП1000 российских интернет-магазинов за 2024 год



Источник: ТОП 1000 крупнейших российских магазинов, Data Insight, 2025

Методика

Ключевые правила и определения

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight (в т.ч. накопленные данные мониторингов посещаемости интернет-магазинов и количества заказов), а также данные сторонних сервисов (например, данные онлайн-чеков, данные ФНС и т.д.).

- Рейтинг интернет-магазинов включает данные по объему онлайн-продаж, количеству заказов и среднему чеку
- Под онлайн-продажами понимаются заказы, размещенные через сайт или связанное с ним приложение (независимо от способа оплаты и доставки)
- Учитываются только заказы, сделанные покупателем со своего устройства (не учитываются заказы, сделанные через стационарные или портативные терминалы продавца)
- Учитываются только продажи российских продавцов (компаний и ИП) российским покупателям
- Каждый онлайн-заказ учитывается один раз - по «месту продажи», т.е. по тому, на чьем сайте или в чьем приложении был оформлен заказ

Методика

1. Кто участвует

В список Топ-1000 2024 включены российские интернет-магазины и маркетплейсы, осуществляющие розничную онлайн-продажу материальных товаров внутри России. Включены проекты, которые функционировали по состоянию на конец 2024 г.

2. Что включается в «онлайн-продажи»

Под онлайн-продажами понимаются дистанционные заказы материальных товаров, размещенные через сайт (в т.ч. через "быстрый заказ") или приложение, при этом не учитываются заказы, сделанные через стационарные или портативные терминалы продавца, и не учитываются кроссбордерные продажи (онлайн-продажи товаров, которые на момент заказа не были еще ввезены в России и применительно к которым продавец указывает, что это будет доставка из другой страны). Онлайн-заказы учитываются независимо от выбранного способа оплаты и получения.

Методика

3. Определение «места продаж»

Онлайн-продажи учитываются по тому, на какой площадке (сайте или приложении) был размещен заказ. Соответственно, продажи на маркетплейсе учитываются в объеме онлайн-продаж маркетплейса и не учитываются в объеме онлайн-продаж магазина-продавца. Продажи через платформу, установленную на других сайтах, не учитываются в продажах владельца платформы (например, Kuperg.ru), но учитываются в продажах интернет-магазина, использующего данную платформу на своем сайте. Для розничных сетей не учитываются продажи через партнерские сервисы сбора и доставки заказов (например, Kuperg.ru, Яндекс.Еда), если заказ был сделан через сайт или приложение партнера.

4. Сегменты-исключения

Традиционно в список интернет-магазинов не включаются продавцы цифровых товаров, билетов и сертификатов, а также сервисы, работающие по подписной модели; для сервисов доставки еды учитываются только те заказы и продажи, которые связаны с доставкой из точек розничных сетей (магазинов), а не из кафе и ресторанов.

Методика

Не включаются интернет-магазины, работающие только с корпоративными клиентами и/или ведущие только оптовые продажи. Для интернет-магазинов с отдельными интерфейсами для розничных и оптовых продаж учитываются только продажи через интерфейсы, доступные для покупателей – физических лиц (но при этом учитываются в т.ч. и продажи юридическим лицам через такие розничные интерфейсы).

Также в рейтинг не включаются сервисы, предлагающие услуги заказа и доставки товара из зарубежных интернет-магазинов и маркетплейсов, или использующие другие форматы кроссбордерных продаж. Для интернет-магазинов, предлагающих товары как по обычной, так и по кроссбордерной модели, учитывается только обычная модели и не учитываются продажи товаров, которые на момент заказа находились вне России и для которых покупателю прямо указывалось, что они будут доставлены из-за границы.

Для проектов, использующих модель продаж через распространителей («сетевой маркетинг» или «прямые продажи»), учитываются только онлайн-заказы и продажи, осуществленные через интерфейсы, доступные для розничных покупателей (не учитываются продажи, сделанные через интерфейс, доступный только для распространителей).

Методика

5. Методика оценки

Оценка количества заказов и объема онлайн-продаж строится на основе модели, которая для каждого интернет-магазина оценивает следующие ключевые параметры: посещаемость интернет-магазина, показатели популярности мобильного приложения, конверсия, количество размещенных заказов, процент выполненных и выкупленных заказов, средний чек.

6. Используемые источники

Данные интернет-магазинов (официальные и неофициальные), собственные оценки Data Insight на основе накопленных данных (по посещаемости, количеству заказов и конверсии, проценту выполнения заказов, среднему чеку), а также различные внешние данные, в т.ч. «бенчмарки» для категорий интернет-магазинов по данным сервисных компаний. В целях обеспечения конфиденциальности взаимодействия с участниками рынка Data Insight не раскрывает, какие источники использовались при оценке каждого конкретного интернет-магазина.

Методика

7. Общие принципы

(а) В список включаются актуальные на момент создания списка оценки за прошлые периоды, основанные на оптимальной комбинации методик и данных, доступных в этот момент; Data Insight прилагает все разумные усилия для обеспечения максимально возможной точности списка и единообразия оценки каждого участника списка;

(б) При этом ограничения, связанные с ограниченной прозрачностью оцениваемого рынка и различиями в используемых участниками рейтинга бизнес-моделях не позволяют гарантировать абсолютную полноту и точность списка, и компания Data Insight не несет юридической ответственности за любые негативные последствия, связанные с входением или не входением любой компании в список или с несоответствием представленных в рейтинге оценок фактическим данным;

(в) В будущих исследованиях Data Insight могут публиковаться отличающиеся от данных списка оценки по тем же интернет-магазинам - это может определяться как отличиями методик и определений, используемых в других исследованиях компании, так и получением новых данных за период между публикацией рейтинга и публикацией другого исследования;

Исследования Data Insight



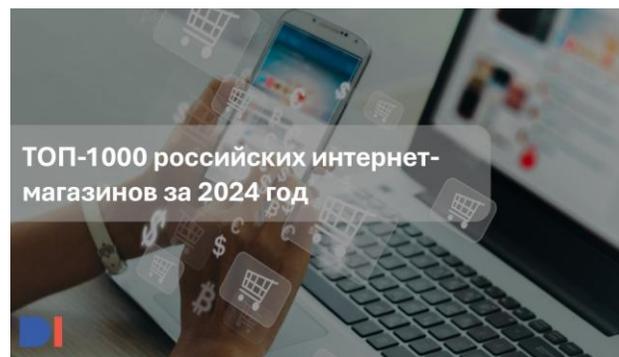
еGrocery бюллетень
июль 2025



Прогноз развития ePharma 2025-2027
гг. Объем, тренды, каналы продаж,
регионы



Сравнение пользователей программ
лояльности крупных сетей 2024

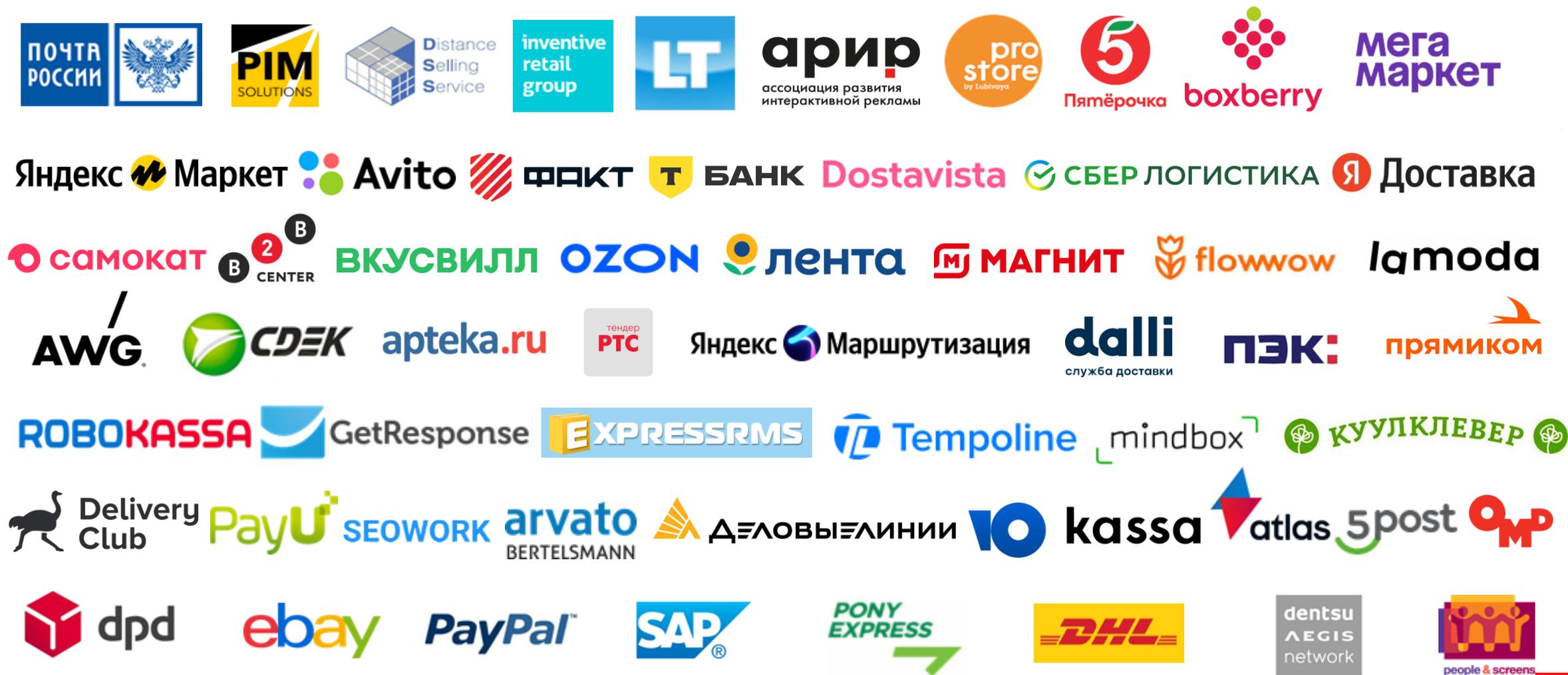


ТОП-1000 российских интернет-
магазинов 2024



Динамика и особенности рынка B2B
цифровой торговли из Китая
в Россию в 2024 году

Партнеры Data Insight



Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Новости Data Insight

Рассылка исследований
Data Insight на почту в
день публикации

Подписаться

Мониторинг e-commerce

Новостной еженедельный
мониторинг рынка
eCommerce от Data Insight

Подписаться

Контакты

datainsight.ru

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06



[T.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)

Выходные данные исследования

Название исследования	Крупнейшие интернет-магазины
Автор	Data Insight
Дата выхода	Сентябрь 2025
Формат отчета	Презентация в формате pdf
Объем отчета	29 страниц
Рекламодатели	ПАО «Совкомбанк»