

Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025

 DataInsight



Об исследовании

Это исследование – очередной годовой совместный отчет Data Insight и GBS, написанный при участии экспертов и представителей посылочного онлайн-импорта.

Как и в 2024-м году, из всего многообразия трансграничных бизнес-процессов в границы исследования вошли:

- **Онлайн-отправления. Е-commerce. Интернет-торговля.** Мы не рассматриваем классические экспортно-импортные отношения с отправкой товарных партий, их растаможиванием и дальнейшей продажей импортёрами, дистрибуторами, «кирпичным» ритейлом
- **Импорт.** Мы не рассматриваем онлайн-экспорт из России, хотя после 2022 и предмета для рассмотрения практически не осталось – рынок обрушился на два порядка и не показывает признаков восстановления. Ради справедливости упомянем кратно растущий поток товаров в страны ЕАЭС, но ЕАЭС де-факто единый рынок с другой (пока упрощённой) регуляторикой
- **Онлайн-импорт из стран вне ЕАЭС**
- **Розничный онлайн-импорт B2C отправлений и посылок,** то есть онлайн-импорт товаров для личного пользования, а не товаров производственного назначения или предназначенных для дальнейшей перепродажи

Об исследовании

Таким образом, объектом исследования является **рынок розничного (B2C) онлайн-импорта**, иначе – кроссбордерной торговли, где:

Розничный онлайн-импорт – это процесс приобретения товаров для личного пользования покупателями из России через интернет-платформы, находящиеся в других странах за пределами ЕАЭС (включая покупки, сделанные с участием посредников), или на российских площадках с «кроссбордерной полкой».

В рамки исследования также не включаются поставки товаров, предназначенных для перепродажи; товаров, материалов, оборудования для производства; и заказы российских продавцов, локализованных зарубежных онлайн-ритейлеров.

Исследование включает в себя следующие основные разделы:

1. Розничный онлайн-импорт в России: основные числа
2. Экосистема рынка: структура и участники
3. Рынок глазами экспертов: события и тенденции 2024-го года
4. Рынок глазами экспертов: прогнозы - тенденции ближайшего времени, драйверы и стопперы
5. Общие выводы

Эксперты исследования



ДЕНИС ГЛИЗНУЦА
Руководитель департамента
Международных продаж Почты
России



СТЕПАН ГУСАМОВ
Генеральный директор
Ozon Global



АЛИНА ЗОРИНА
Операционный директор
VXB by Voxberry



ДМИТРИЙ КОЛОСОВ
Директор по маркетингу
CDEK.Shopping



ДМИТРИЙ ПИВОВАРОВ
Управляющий директор
CDEK.Shopping



АНАСТАСИЯ СТАРОСТИНА
Руководитель по развитию
Авито Товары



АНТОН СМИРНОВ
Руководитель ДжумПро
в России



ИЛЬЯ РИСИН
Генеральный директор
GBS



Выводы

- В 2024-м году рынок розничного онлайн импорта немного подрос в объеме продаж и заказах
- По прогнозам авторов исследования, в 2025-м году рынок ожидает умеренный рост и в объеме продаж и в заказах
- Импорт из Китая продолжает составлять преобладающую часть (98%) всего розничного онлайн-импорта
- Ландшафт экосистемы рынка розничного онлайн импорта практически не изменился
- Ожидается, что и в ближайшие годы основные игроки вряд ли кардинально изменятся
- Основными событиями 2024-го года стали уменьшение беспошлинного налога с 1000 до 200 евро и сбой в платежах в Китай в весенне-летний период
- Основными тенденциями года стали рост маркетплейсов на рынке кросс-бордерной торговли и смена моделей работы в сторону end-to-end сервисов

Выводы

- Основной тенденцией ближайшего времени станет продолжающееся усиление позиций российских маркетплейсов на рынке
- Маркетплейсы же будут основным драйвером развития рынка среди всех игроков
- Основными ожидающимися событиями, которые могут послужить и драйверами и стопперами рынка, в зависимости от условий и обстоятельств, могут стать: юридические изменения, прежде всего в сфере изменения/отмены беспошлинного порога и изменения пошлин на товары; развитие бондовых складов; отмена/уменьшение санкций

Розничный онлайн-импорт в России: основные оценки

Розничный онлайн-импорт в России в 2024



168 млн
число заказов
↑ +4% к 2023



2,47%
доля от количества
заказов российского
онлайна
↓ -27% к 2023



329 млрд руб.
объём продаж
↑ +5% к 2023



2,94%
доля от объёма
продаж
↓ -26% к 2023



1955 рубля
средний чек
↑ +1% к 2023



Китай – основная страна

98% заказов

Без изменений к 2023

90% объёма продаж

Без изменений к 2023

Размер рынка онлайн-импорта в Россию

Число кроссбордерных заказов выросло с 162 млн в 2023 году до 168 млн в 2024 году, и объем продаж розничного онлайн-импорта увеличился с 313 млрд руб. в 2023 году до 329 млрд руб.

Число кроссбордерных заказов
снизилось с 309 млн в 2021 до 168 млн в
2024



Объём продаж розничного онлайн-
импорта снизился с 391 в 2021 до 329
млрд руб. в 2024



Источник: Data Insight, 2025



Размер рынка онлайн-импорта в Россию

На рынке онлайн-торговли в России продолжается рост, в большей степени за счет маркетплейсов. В то же время розничный онлайн-импорт показывает более сдержанный рост, что объясняется, прежде всего, макроэкономическими причинами.

Заказы, млрд шт.



Объём продаж, трлн руб.



Источник: Data Insight, 2025

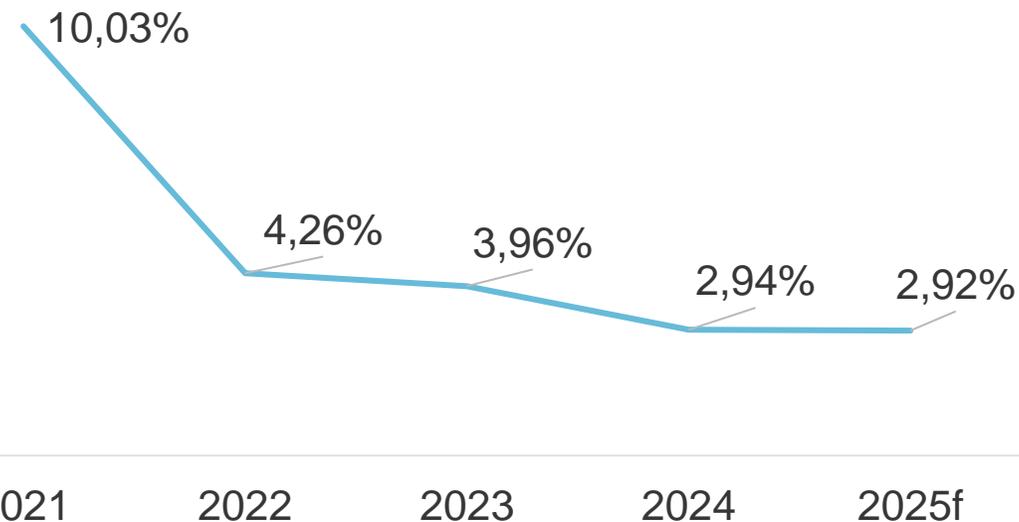
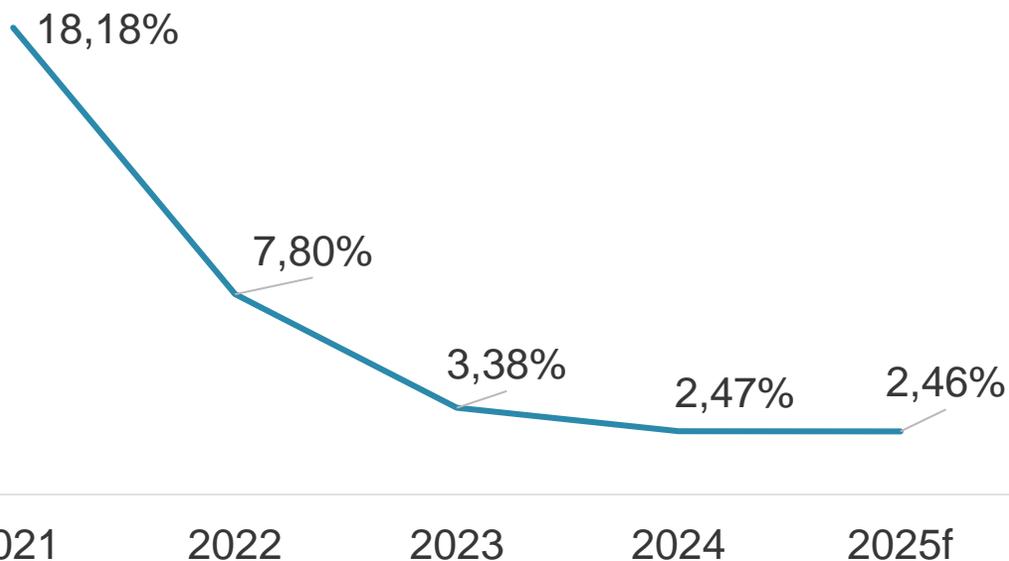


Размер рынка онлайн-импорта в Россию

Доля розничного онлайн-импорта в российском eCommerce снижается и в заказах и в деньгах

Доля числа кроссбордерных заказов в российской онлайн-торговле снизилась с 18,18% в 2021 до 2,47% в 2024

Доля продаж в деньгах онлайн-импорта снизилась с 10,03% в 2021 до 2,94% в 2024



Источник: Data Insight, 2025



Импорт из различных стран

Доля китайских товаров в B2C импорте составляет 98%. При этом у импорта из разных стран есть свои особенности. В случае уменьшения/отмены санкций, импорт, по оценке участников рынка, будет основан на трех основных регионах - Китай, европейские страны, США.

Специализация регионов достаточно четко проявляется: Китай - все возможные товары широкого потребления. Из европейских страны и США заказывают товары, в оригинальности которых хотят быть уверенными.

.В страновом распределении в ближайшие годы кросс-бордер будет охватывать большее количество стран.



ДМИТРИЙ КОЛОСОВ

[CDEK.Shopping](#)

В Европе законодательство жёстче: продажа подделок грозит серьёзными последствиями для предпринимателей, поэтому поставщики вроде Amazon EU или локальных ритейлеров работают «по учебнику». Мы смело берем их товары на витрину — цены могут быть выше китайских, но зато клиенты уверены в оригинальности. С Китаем история тоньше. Poizon — пример, как местный игрок смог побороть стереотипы. Они не скрывают, что работают в стране, где раньше подделки были нормой, но ответили на это созданием лабораторий с оборудованием за миллионы долларов.

Импорт из различных стран



ДМИТРИЙ ПИВОВАРОВ
CDEK.Shopping

Китай даёт доступ к локально ориентированной электронике, а Вьетнам — к международным версиям брендов вроде Apple, которые производятся на заводах для глобального рынка. Однако пока не все направления доступны: японские товары, которые клиенты активно запрашивают, требуют выстраивания отдельной логистики. Сложности есть и с Таиландом, где уникальные продукты (например, органическая косметика или текстиль) не доезжают до покупателей из-за отсутствия оптимизированных маршрутов. Наша задача — не просто добавить новые страны, а создать систему, где каждая точка на карте становится источником эксклюзива.



АЛИНА ЗОРИНА
BXB by Voxberry

Мы проводили недавно внутренние исследования и поняли, что у нас, во-первых, возрос средний возраст потребителя, а во-вторых, у нас клиент стал мультитоварным. Он стал заказывать товары из разных стран. То есть, если раньше это были только США, и только, например, одежда, то сейчас Польша - это, например, Lego. Германия — это, например, запрос на какие-нибудь товары, связанные со здоровьем. Индия — это та же самая Аюрведа или какие-то подобные товары.



АНТОН СМИРНОВ
руководитель
ДжумПро в России

Последние три года происходит очевидное замещение брендов, которые стали менее доступными - европейских, американских - китайскими.



Структура и участники рынка

Ритейлеры, сервисы, и посредники

Интернет-ритейлеры и маркетплейсы с кроссбордерной полкой

AliExpress™

OZON

JOOM

WILDBERRIES

Global

Яндекс Маркет

Мейлфорвардеры с витриной



CDEK
Shopping

★ USmall



SHOPOTAM

Брокеры и серые посредники

Включают группы в соцсетях, чаты и перепродавцов, например, на платформе Авито

Мейлфорвардеры без витрины



by boxberry



qwintry



LiteMF

Структура и участники рынка

Логисты и таможенные операторы, сервисы для создания кроссбордерной полки

Организация поставок



ТАНАИС *express*

юнитрейд 

Основные службы доставки и транспортные компании, работающие в сфере кроссбордера в России

ПОЧТА
РОССИИ

CDEK

 **ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ**



 **boxberry**

САИ
N!ΔO

5post

ПЭК:



События 2024-го года

Основное событие 1 - Уменьшение беспошлинного порога

С 1 апреля 2024-го года величина беспошлинного порога на B2C импорт в РФ была снижена с 1000 Евро до 200 Евро. Снижение беспошлинного порога до 200 евро достаточно сильно изменило подход игроков рынка к формированию товарной матрицы. При этом некоторых игроков рынка данное изменение затронуло больше, чем других.

Прежде всего, изменения коснулись электроники, так как именно в этой категории больше всего товаров стоимостью выше 200 евро, были популярными у российских покупателей. Доля электроники прогнозируемо упала. Однако, в то же время, доли fashion, детских товаров и других категорий, не так зависящих от произошедшего понижения порога, увеличились.



СТЕПАН ГУСАМОВ
Ozon Global

Конечно, изменение беспошлинного порога повлияло как на рынок, так и на нас. Собственно, поэтому мы акцентировали внимание на более доступных (недорогих) товарах. При чем, такие товары были и среди электроники, что позволило существенно не сократить ее долю в обороте продаж.



ДМИТРИЙ КОЛОСОВ
CDEK.Shopping

Снижение беспошлинного порога в апреле 2024 года стало поворотным моментом для всего розничного импорта. Мы готовились к этому заранее, но изменения всё равно кардинально перестроили подход к формированию ассортимента и стратегии продаж. Это не разовое влияние — последствия ощущались весь 2024-й и продолжат сказываться в 2025-м.



События 2024-го года



ДЕНИС ГЛИЗНУЦА
Почта России

С формальной точки зрения изменение беспошлинного порога на нас не повлияло. Почтой России идут отправления, которые существенно ниже по стоимости, чем 200 евро.

Основное событие 2 - Затруднения проведения платежей в Китай в середине 2024-го года

Еще одно крупное событие, повлиявшее, прежде всего, на общий объем кросс-бордерных отправок в 2024-м году - это произошедшая весной-летом прошлого года приостановка платежей с китайскими подрядчиками и производителями. Несмотря на то, что некоторые банки все-таки продолжали работу с российскими клиентами, данная ситуация очень сильно затормозила кросс-бордерные поставки в середине 2024-го года.



АНАСТАСИЯ СТАРОСТИНА
Авито

Продавцы оставались те, кто готов был работать под честное слово. Во второй половине 2024 года ситуация в целом нормализовалась, но все еще нестабильна. Оплата до сих пор является основным фактором, который тормозит рынок из-за непонятных сроков перевода и волатильности курса. И маркетплейсы, поскольку они показывают цену в рублях, вынуждены фиксировать курс для конечного покупателя, и, соответственно, это все перекладывается в цену товара.

Тенденции 2024-го года

Тенденция 1 - Маркетплейсы на рынке кросс-бордера

Активность маркетплейсов на рынке трансграничных продаж в 2024-м году явно возросла. Наиболее активно проявляет себя “Озон Глобал”, который укрепился на позиции одного из крупнейших, наряду с АлиЭкспрессом, участников рынка.

В то же время, намерения других крупнейших маркетплейсов - Wildberries и Яндекс.Маркета - стали явными, и можно ожидать в ближайшие годы резкого увеличения доли маркетплейсов.

При этом, их выход на рынок трансграничных продаж сопровождается развитием новой модели логистики, в которой маркетплейсы стараются собрать звенья логистической цепочки вместе.



АНАСТАСИЯ СТАРОСТИНА

Авито

Все маркетплейсы пошли в развитие кроссбордера. Они очень активно начали инвестировать в свое присутствие в Китае, Была конференция Яндекс Маркета, Озон Глобал тоже выступает на всех конференциях, Это прямое рекрутирование продавцов в Китае, привлечение их в Россию. Мы общались с китайскими партнерами и они тоже очень заинтересованы в российском рынке и формировании его привлекательного имиджа.

Тенденции 2024-го года

Тенденция 2 - Модели работы меняются в сторону развития end-to-end сервисов

Маркетплейсы играют роль в создании мультифункционального “end-to-end” процесса импорта для возможности контроля большинства звеньев логистической цепочки с конечной целью создания единого пользовательского опыта - внутрироссийского и трансграничного. Данный тренд также проявляется и в B2B импорте - с такими игроками, как ДжумПро, КИФА и др.



СТЕПАН ГУСАМОВ
Ozon Global

Мы создаем унифицированный опыт для покупателя, неотличимый от внутрироссийского. Например, из популярного – можно вернуть товары, заказанные из Китая и Турции, в любой пункт выдачи заказов Ozon, а благодаря онлайн-переводчику общаться с зарубежным продавцом на русском языке.

Основные драйверы розничного онлайн-импорта

Участники рынка согласны, что основных драйверов розничного онлайн-импорта два - это **уникальность** продукции и ее **цена**. При этом, оценки о значимости этих факторов достаточно различны, что объясняется различным портретом покупателя розничного импорта.

Важность ценового фактора особенно ярко проявляется при обсуждении изменения беспорогового порога, так как именно в этом случае для ряда товаров может исчезнуть основной мотив их покупки - цена.



СТЕПАН ГУСАМОВ
Ozon Global

В разной степени спрос на зарубежные товары формирует уникальность продукции и привлекательность цен.

В первом случае это объясняется тем, что в ассортименте зарубежных продавцов есть товары, которые не купишь в нашей стране, потому что дистрибьюторам невыгодно привозить их для перепродажи. Поэтому ассортимент товаров из-за рубежа намного шире.

А во втором случае – цены на товары из-за рубежа бывают дешевле, что объясняется меньшим количеством посредников и большей близостью к производителям



ДМИТРИЙ ПИВОВАРОВ
CDEK.Shopping

Спрос зависит от типа товара. Если это «биржевые» позиции вроде iPhone или Samsung — их цена везде примерно одинакова, как у золота. Люди часто покупают их даже за наличные у сомнительных продавцов, что лично наблюдал у знакомых. Но мы в CDEK.Shopping делаем ставку на уникальные товары — те, которых нет в России и, возможно, никогда не было. Это наша фишка.

Тенденция ближайшего времени

Основная тенденция - произойдет усиление действующих игроков, прежде всего маркетплейсов

По мнению участников и экспертов, рынок стремится, скорее, к усилению существующих игроков, чем к размыванию доли между многими игроками. За возможными некоторыми исключениями большие игроки будут становиться больше. Этому способствуют перечисленные предыдущие основные тенденции - далеко не у всех участников рынка есть возможность к развитию и объединению в одну систему такого многошагового бизнеса, как трансграничные продажи.



СТЕПАН ГУСАМОВ
Ozon Global

Крупные российские игроки продолжают развиваться. Полагаю, что появление новой компании с принципиально новой бизнес-моделью маловероятно

Основные драйверы и стопперы

Игроки-драйверы рынка

Маркетплейсы. Положительная динамика увеличения объемов продаж и создания логистических цепочек будет являться основным драйвером развития рынка.

События-драйверы рынка

Драйверы и стопперы рынка для ближайших двух лет будут определяться тем, произойдут ли неопределенные события - как в отрасли, так и в обществе в целом. При этом некоторые события могут стать как драйвером, так и стоппером, в зависимости от характеристики этого события.

1. Возможные юридические изменения - будет ли отменен беспошлинный порог? Будет ли принят новый таможенный кодекс?

Возможные юридические изменения - возможно, наиболее важные в краткосрочном периоде факторы, которые повлияют на рынок трансграничных B2C продаж. Изменения в величине пошлин, беспошлинном налоге и др.

Могут повлиять как в положительную, так и в отрицательную сторону. Отмена беспошлинного налога будет значить, что для большого количества товаров трансграничный рынок лишается одного из двух явных преимуществ - наиболее приемлемой цены. В этом случае направление рынка будет только на уникальность товаров, что может существенно сократить покупательский спрос.

Основные драйверы и стопперы



ДЕНИС ГЛИЗНУЦА
Почта России

Самую большую историю, которую все ждут на сегодняшний момент, это - ратификацию нового таможенного кодекса, в котором больше вопросов, чем ответов. Почта России вместе с маркетплейсами, вместе со специалистами и экспертами рынка регулярно участвует в рабочих группах, причем по разным направлениям, и по налогам, и по сертификациям, и так далее. Очень много вопросов, и ряд вопросов без ответа до сих пор.

Основные драйверы и стопперы

2. Возможное развитие бондовых складов

Развитие бондовых складов несомненно облегчит путь товаров в Россию. Прежде всего, сократив срок доставки до конечного потребителя, что увеличит привлекательность товаров и их конкурентоспособность по сравнению с внутрироссийским ритейлом.

Однако, преимущество развития бондовых складов для поставщика/ритейлера будет зависеть от общей выгоды при прохождении товара через бондовые склады. На данном этапе их развитие находится в начальной стадии, но, в то же время, отмечается экспертами как возможный тренд в ближайшие несколько лет.



ДЕНИС ГЛИЗНУЦА
Почта России

Почта в позапрошлом году пыталась участвовать в эксперименте с бондовыми складами. К сожалению, условия этого эксперимента были не приемлемые для участников eCOM.

Основные драйверы и стопперы

3. Возможная отмена санкций

Это событие практически не прогнозируемо, прежде всего по срокам. Однако, оно может повлечь существенные изменения как в распределении импорта по странам, так и в логистике товаров и платежей. Изменятся сплит импорта по странам (см. слайды “Импорт из различных стран”), сроки доставки, стоимость процесса доставки, ассортиментная матрица, портрет покупателя трансграничных товаров, средний чек и многое другое.

Никто из экспертов не рассчитывает на быструю отмену санкций, но участники рынка готовятся к возможным изменениям.



ДМИТРИЙ ПИВОВАРОВ

CDEK.Shopping

Главное, на что мы надеемся - это упрощение финансовых операций. Сейчас переводы, ввоз и вывоз средств — это сложный пазл. Если ограничения смягчат, мы сможем быстрее масштабировать сервисы, подключать новые рынки и делать цены для клиентов ещё доступнее.



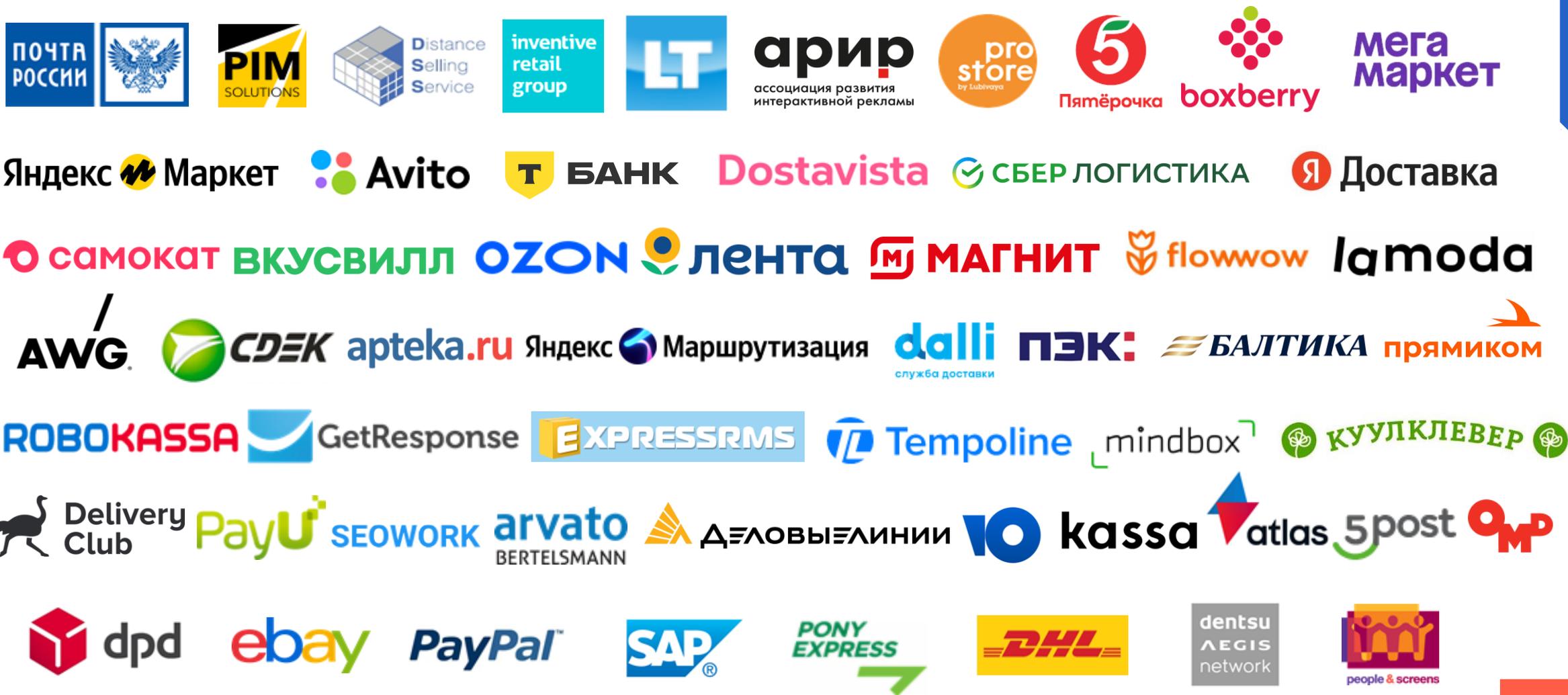
АЛИНА ЗОРИНА

BXB by Boxberry

Как только случаются политические переговоры, к нам начинают идти запросы на расчет тарифов, на уточнение условий и прочее, от наших клиентов, преимущественно из США.



Партнеры Data Insight



Data Insight

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

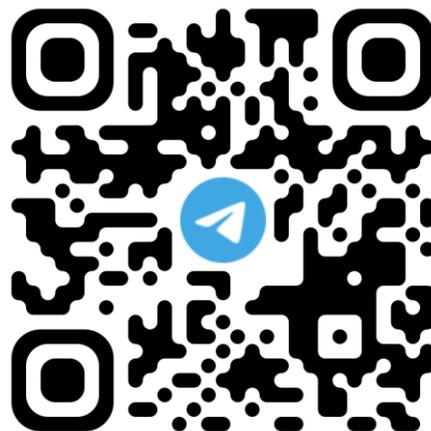
Новости Data Insight

Исследования по почте от Data
Insight



Telegram Data Insight

Исследования, события, новости
рынка от Data Insight



Контакты

datainsight.ru

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

О компании GBS

GBS (ООО «ГБС-Брокер») – логистический оператор и таможенный брокер с комплексными решениями для доставки международных e-commerce посылок, образцов и коммерческих грузов.

Наши логистические решения помогут вам легко выйти на рынок международной онлайн-торговли и доставлять заказы вашим клиентам быстро и просто, где бы они не находились.

Наши комплексные решения «GBS Import» и «GBS Export» включают в себя услуги «первой мили» и фулфилмента, авиа, авто или мультимодальную международную перевозку, таможенное оформление, сбор паспортных данных получателей, прием оплаты таможенных пошлин, а также широкий выбор вариантов доставки на «последней миле».

Наши клиенты – это крупнейшие маркетплейсы, российские и зарубежные онлайн-ритейлеры.

Вместе с GBS компании, готовые адаптироваться и использовать преимущества кроссбордерной торговли, могут расширить свою клиентскую базу и ассортимент, оптимизировать затраты и достичь новых высот в развитии своего бизнеса.

Telegram GBS

Новости компании,
международной логистики и ВЭД



Контакты

gbs.ru

b2c@gbs-broker.ru

+7 495 790-58-85

