

Strategy Partners

Решения, которые работают



t.me/StrategyPartners

Больше аналитики, отраслевых исследований и новостей

Дайджест

Трансграничная торговля: анализ рынка

март 2026 г.

strategy.ru



Рост трансграничной онлайн-торговли: главный драйвер роста маркетплейсов или второстепенный фактор?

Рынок трансграничной торговли в России переживает заметный подъем: по итогам 2025 года количество потребительских заказов из-за рубежа выросло на 20–30%.

Аналитики Data Insight приводят более точные цифры, отмечая, что оборот трансграничной B2C-торговли увеличился на **22,8%**, достигнув **404 млрд рублей**. Рост подтверждают и в сервисе CDEK.Shopping: его сотрудники зафиксировали увеличение количества заказов на **33%** год к году. Ключевые драйверы этого процесса – укрепление рубля и осознанная политика маркетплейсов, которые активно наращивают долю зарубежных продавцов на своих виртуальных витринах.

При этом характерная черта минувшего года – существенное снижение среднего чека, что свидетельствует о массовости спроса на недорогие товары. По данным CDEK.Shopping, средний чек

сократился на **20%**, составив **16,5 тыс. рублей**, однако на маркетплейсах эта цифра еще ниже. Как отмечает основатель агентства «Шольчев» Евгений Шольчев в комментарии «Коммерсанту», в отдельных категориях на площадках средний чек и вовсе не превышает **500 рублей**. Это коррелирует с данными ADPASS: на портале еще осенью 2025 года появилась информация, что в Ozon Global **65%** покупок приходится на жителей малых городов со средним чеком около **1 тыс. рублей**. Основной поток товаров (**98%** натурального объема, по данным Data Insight) по-прежнему идет из Китая.

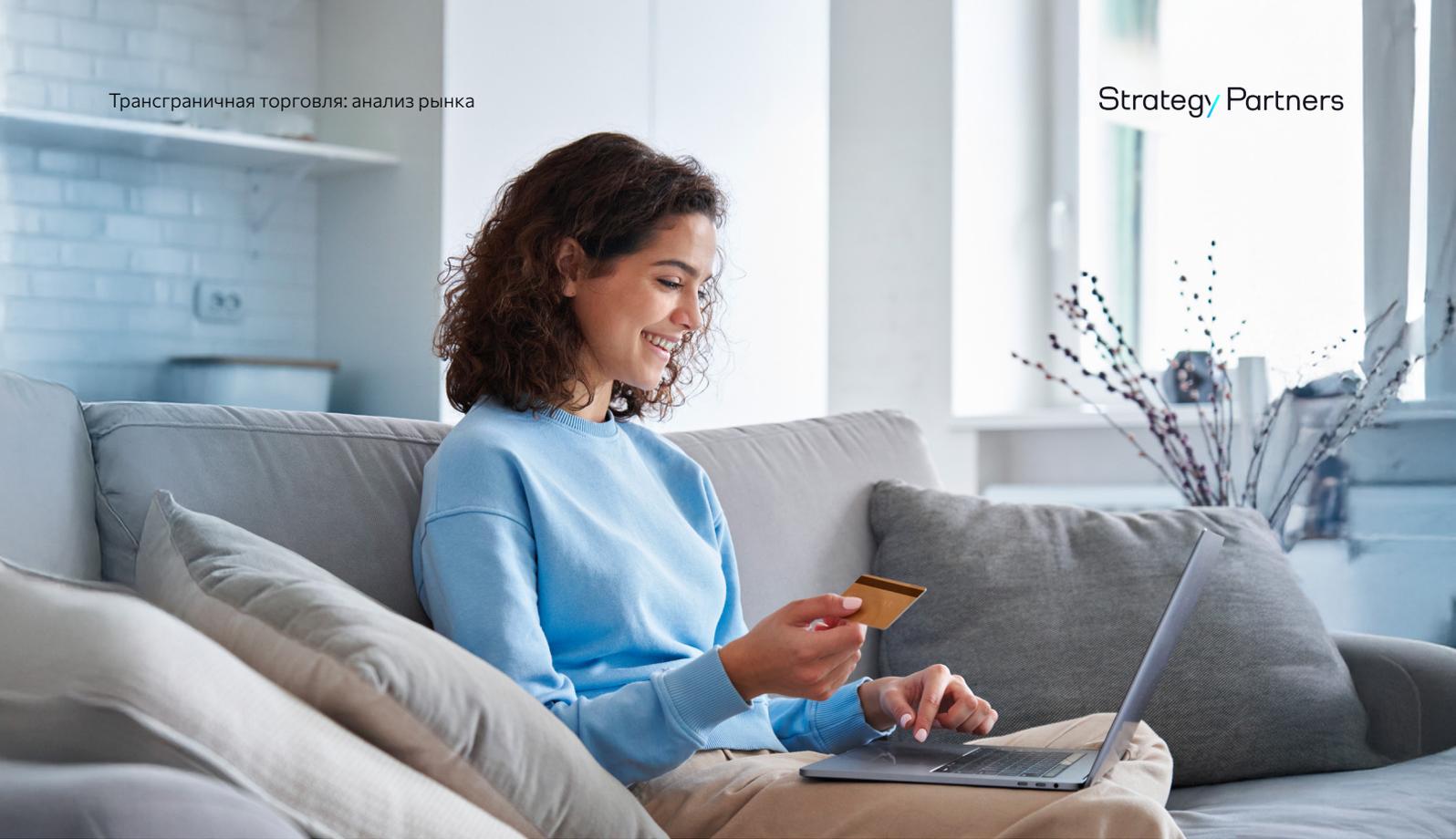


Реакция рынка: почему в сфере торговли обратили внимание на рост заказов из Китая?

Рост трансграничного сегмента важен потому, что он меняет конкурентный ландшафт российской розницы, создавая неравные условия для игроков.

Как объясняет основатель платформы «Меркатус» Лео Шевченко в комментарии для BFM.ru, китайские селлеры могут продавать товары в среднем на **15%** дешевле российских конкурентов. Это достигается за счет отсутствия необходимости маркировки «Честный знак», затрат на сертификацию продукции и уплаты НДС, а также благодаря более низким комиссиям маркетплейсов (разница составляет **5–25%**). «Коммерсантъ» подчеркивает, что существование такого преимущества привело к парадоксальной ситуации: российские селлеры начали регистрироваться как зарубежные продавцы, чтобы получить те же преференции.

Для потребителей этот тренд означает доступ к более широкому ассортименту и низким ценам, особенно в категориях электроники и одежды. ADPASS со ссылкой на данные АКИТ отмечает, что именно электроника формирует наибольший оборот в трансграничных заказах (почти **29%**), а спрос смещается в сторону бюджетных брендов и товаров, недоступных в РФ официально. Для самих маркетплейсов, согласно выводам Data Insight, развитие кроссбордера стало способом удержания аудитории и расширения ассортимента без необходимости вкладываться в собственные запасы товаров.



Капля в море: насколько динамика роста кроссбордера повлияет на бизнес маркетплейсов в целом?

Несмотря на впечатляющую динамику роста заказов, в масштабах всего рынка российской интернет-торговли доля трансграничного сегмента остается незначительной.

Согласно отчету Data Insight, в 2024 году доля трансграничных продаж в денежном выражении составляла всего **2,94%** от всего объема российской онлайн-торговли и, по прогнозам на 2025 год, продолжит снижение. Глава «INFOLine-Аналитики» Михаил Бурмистров в комментарии «Коммерсанту» оценивает долю кроссбордера в общей структуре рынка онлайн-розницы в 2025 году на уровне **3,3%**.

Данные АКИТ подтверждают существование этого разрыва: при общем объеме российского рынка e-commerce (почти в **9 трлн рублей** в 2024 году)

на трансграничную торговлю пришлось лишь **270 млрд рублей**. Судя по результатам первого полугодия и предварительным оценкам на вторую половину 2025 года, существенные изменения в динамике не ожидаются. В CNews также отмечали, что, хотя маркетплейсы Ozon и Wildberries усиливают свое доминирование, зарубежные заказы пока не оказывают фундаментальное влияние на их общий бизнес, оставаясь скорее нишевым инструментом для расширения ассортимента и привлечения чувствительной к ценам аудитории из регионов.



Что может замедлить рост кроссбордера в 2026 году?

Сохранение текущих темпов роста в будущем находится под угрозой из-за готовящихся регуляторных изменений, направленных на выравнивание условий для отечественных и зарубежных продавцов.

Так, хотя Совет Евразийской экономической комиссии пока отказался от планов снизить лимит беспошлинного ввоза товаров по каналам онлайн-торговли ниже существующего порога в **200 евро**, уже опубликовано Распоряжение Совета ЕЭК о проекте соглашения об электронной торговле в ЕАЭС. Документ создаст правовую базу для более жесткого администрирования: в частности, введет условие о праве потребителя на возврат товара надлежащего качества в течение 14 дней, а также оставит за Советом ЕЭК право в будущем урегулировать вопросы возврата денежных средств за товар, условий его возврата, требований к операторам (маркетплейсам) и селлерам и т. д.

Еще одним серьезным барьером может стать введение НДС для товаров электронной трансграничной торговли. Так, ведется обсуждение предложенного Минфином законопроекта о взимании НДС с трансграничных продаж начиная с 2027 года, предположительно с включением его в цену товара на площадке (со ставкой **5%**, которая к 2030 году вырастет до **20%**). Так, VFM.ru цитирует заместителя главы Минпромторга Романа Чекушова, который заявляет о необходимости убрать с рынка «недобросовестную схему» ввоза коммерческих партий под видом товаров для личного пользования.

Как повлияет введение нового НДС на покупателей и рынок?

Если НДС действительно введут, товары из-за рубежа неизбежно подорожают, что сократит их ценовое преимущество и может замедлить рост сегмента уже во второй половине 2026 года.

С другой стороны, в перспективе ситуация представляет собой окно возможностей для отечественных производителей: им больше не придется идти на спорные меры вроде регистрации в качестве иностранного селлера, поскольку ценовое преимущество китайских конкурентов существенно сократится. Кроме того, рост цен на привычные импортные товары простимулирует потребителей рассмотреть российские альтернативы.

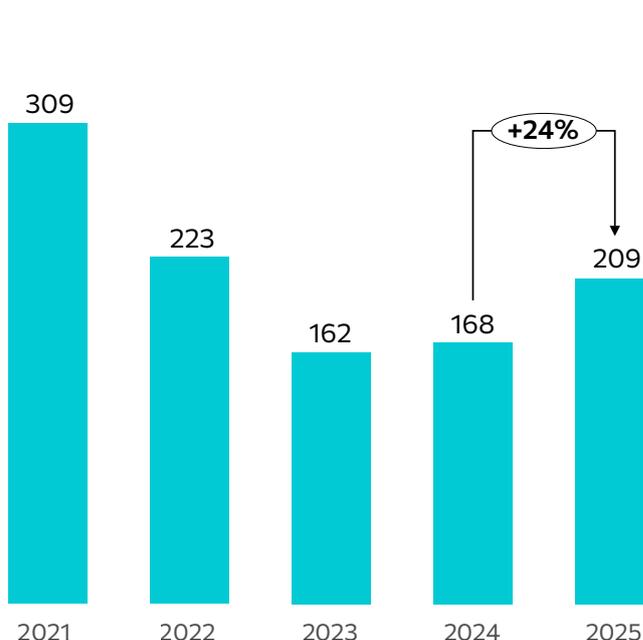
Из-за нововведений покупатели столкнутся со сложностями, поскольку преимущества заказов из-за рубежа станут менее очевидными по мере сокращения разницы в цене с отечественными товарами. Иностранные товары, у которых нет сопоставимых по качеству аналогов

на российском рынке, подорожают наряду с прочими, и произойдет общий рост цен вследствие введения НДС. Усиление регулирования приведет к уходу некоторых китайских селлеров с российского рынка или сокращению их ассортимента, исчезнувшие товары, вероятно, будут импортировать в страну по серым схемам и по цене, которая выше текущей. Маркетплейсы, в свою очередь, временно столкнутся с сокращением спроса на китайские товары и необходимостью транслировать зарубежным селлерам новые требования ЕЭК в сфере прав потребителей. Однако в перспективе это поспособствует увеличению разнообразия отечественных продуктов на рынке, что положительно скажется и на потребителях.

Структура трансграничных онлайн-заказов потребителей, 2025 г.



Число трансграничных онлайн-заказов потребителей, 2025 г. , млн



Источник: CDEK. Shopping

О практике «Агропромышленный комплекс и потребительский сектор» Strategy Partners

Команда Strategy Partners обладает практическим опытом в поддержке и развитии бизнеса клиентов сектора АПК и потребительского сектора на всех этапах жизненного цикла.

Агропромышленный комплекс России демонстрирует устойчивый рост, увеличивая объемы производства и экспорта сельскохозяйственной продукции. В условиях высокой ключевой ставки и ограничений инвестиционного кредитования компании сектора обращаются с запросом на пересмотр стратегий развития, поиск новых точек роста, выход на международные рынки, повышение операционной эффективности бизнеса, подготовку пакета документов для получения государственной поддержки. Сохраняется интерес к внедрению современных технологий и цифровизации бизнес-процессов.

Наша команда практиков и экспертов рынка обладает глубокими знаниями и опытом в различных направлениях сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности. Эксперты Strategy Partners реализовали более 100 проектов в растениеводстве, животноводстве, рыболовстве и рыбоводстве, переработке сельхозпродукции, биотехнологиях и в других направлениях. Мы работаем с федеральными и региональными органами власти, внедряем стратегии развития АПК регионов и стратегии экспорта продовольственных продуктов.

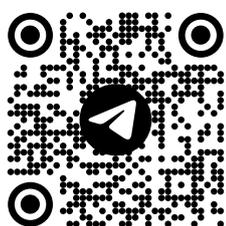
Ключевые контакты



Артём Суворов
Руководитель проектов

+7 (905) 745-35-50
suvorov@strategy.ru

Трансграничная торговля: анализ рынка



t.me/StrategyPartners

Больше аналитики, отраслевых исследований и новостей Strategy Partners – в нашем канале в Telegram. Подписывайтесь >>

Контакты:
Россия, 121099, Москва,
ул. Композиторская, 17
+7 (495) 730-77-47
inbox@strategy.ru

strategy.ru