

HANDEL INTERNETOWY W POLSCE 2025

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY
ROZWOJU NA LATA 2025-2030



W 2024 roku kanał cross-border odpowiadał za mniej niż 7% wartości rynku e-commerce w Polsce. Jednak w 2025 roku jego dynamika przyspiesza, napędzana głównie przez chińskie platformy – Temu, Shein i AliExpress – które notują wzrosty wyraźnie przewyższające tempo rozwoju krajowych e-sklepów i marketplace'ów. Zagraniczni gracze coraz częściej pojawiają się w zestawieniach największych podmiotów na polskim rynku e-commerce – i to w wielu kategoriach produktowych.

Równolegle rozwijają się krajowe platformy, a wielu graczy, którzy dotychczas prowadzili sklepy internetowe, rozszerza działalność o marketplace'y. Wśród najnowszych lub planowanych wdrożeń znajdują się m.in. Castorama, MediaMarkt, Sinsay oraz Media Expert. Choć sklepy internetowe nadal dominują, ich udział systematycznie maleje na rzecz platform handlowych, a kanał cross-border staje się coraz silniejszym konkurentem.

Na uwagę zasługuje także planowany na 2026 rok debiut TikTok Shop w Polsce. W lipcu 2025 r. jedynie 10% e-konsumentów w Polsce wyrażało zainteresowanie zakupami na żywo przez TikTok, co może wynikać z niskiej znajomości formatu. Tymczasem dane z innych krajów potwierdzają duży potencjał tego modelu. Przykładowo we Francji, już tydzień po starcie TikTok Shop w marcu 2025 r., znajomość tego rozwiązania deklarowało 42% konsumentów (aż 60% w grupie wiekowej 18-34 lata), a 36% użytkowników było gotowych dokonać zakupu za pośrednictwem platformy.

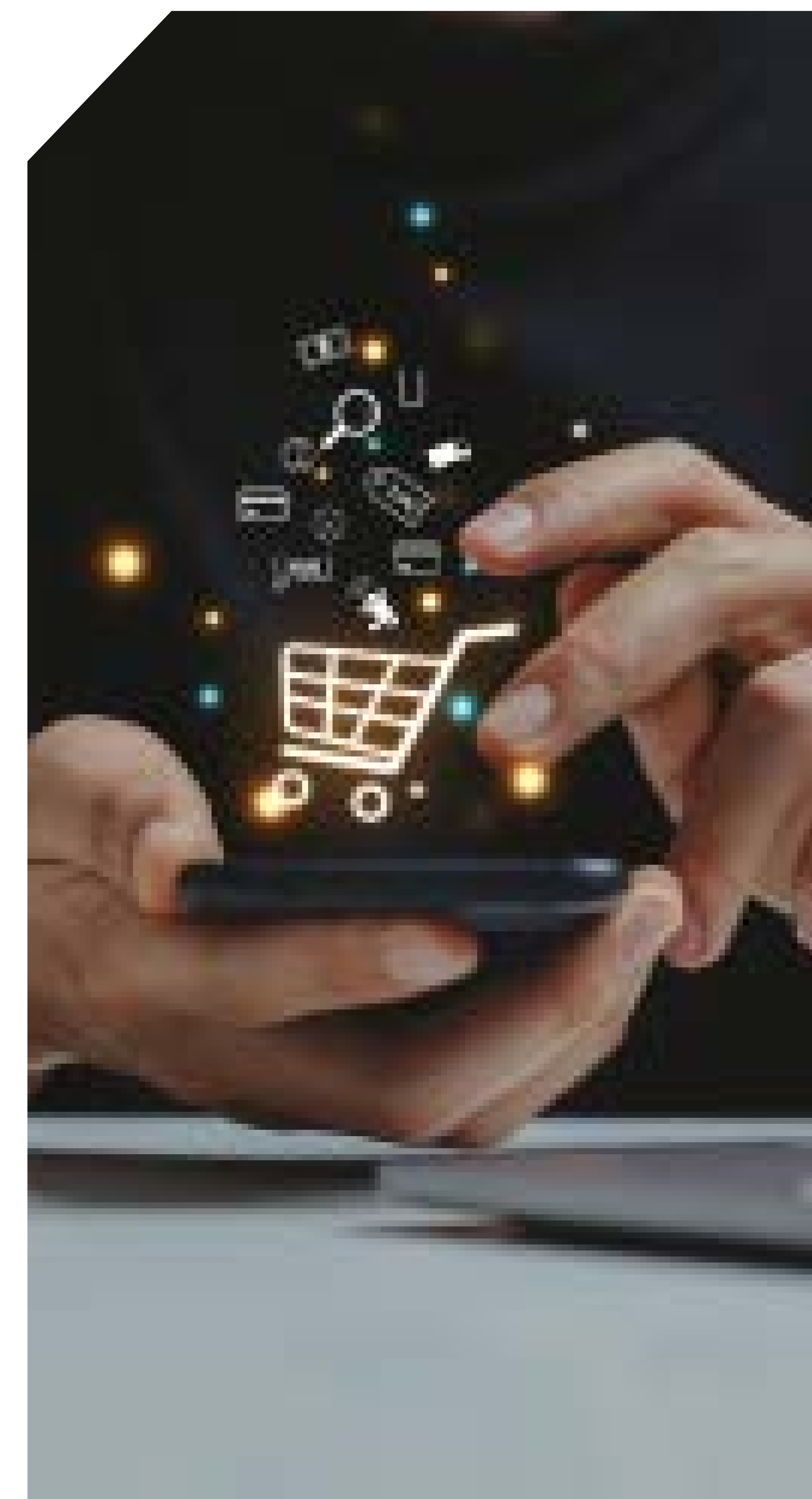
Jakie tempo wzrostu zanotuje kanał cross-border w 2025 roku? Jaką część rynku e-commerce będzie stanowił w kolejnych latach? Jak silna jest pozycja chińskich platform pod względem GMV? Odpowiedzi na te pytania znajdą Państwo w raporcie „**Handel internetowy w Polsce 2025**”. Zapraszam do lektury.



Agnieszka Skonieczna

Head Retail Market Analyst, PMR Market Experts/Hume's Institute

Współautorka raportu „Handel internetowy w Polsce 2025. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030”



Główny cel

Przedstawić kompleksową charakterystykę rynku handlu internetowego z uwzględnieniem podziału na kategorie produktowe.

Cele dodatkowe

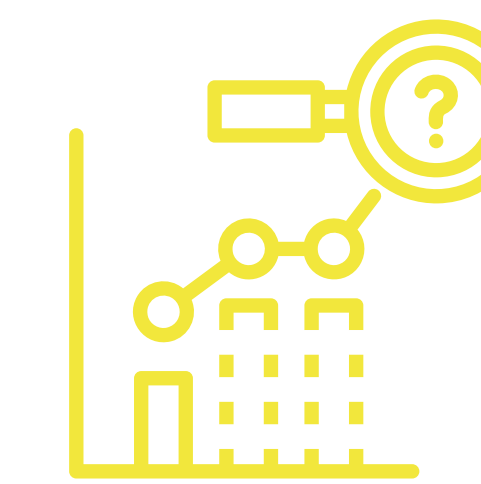
Celami szczegółowymi badań i analiz przeprowadzonych na potrzeby raportu było zidentyfikować:

- największe kategorie produktowe rynku handlu internetowego,
- najbardziej perspektywiczne kanały rynku (sklepy internetowe, platformy handlowe, cross border), w tym w poszczególnych kategoriach produktowych,
- kluczowe czynniki i trendy na rynku e-commerce (makroekonomiczne i demograficzne, popytowe, podażowe, technologiczne),
- zachowania i preferencje Polaków kupujących online,
- największych graczy na rynku ogółem i w ramach kategorii produktowych, z uwzględnieniem pozycji platform cross-border



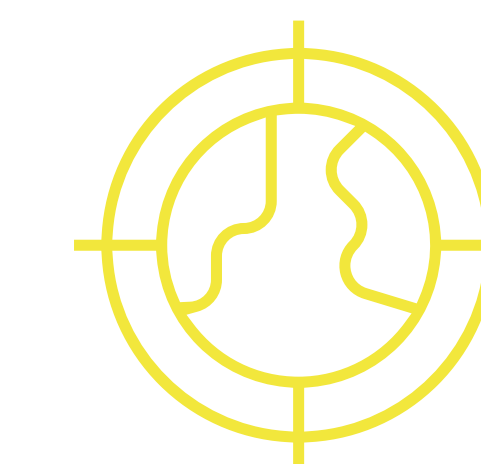
Zakres czasowy

2021-2024



Perspektywa prognoz

2025-2030

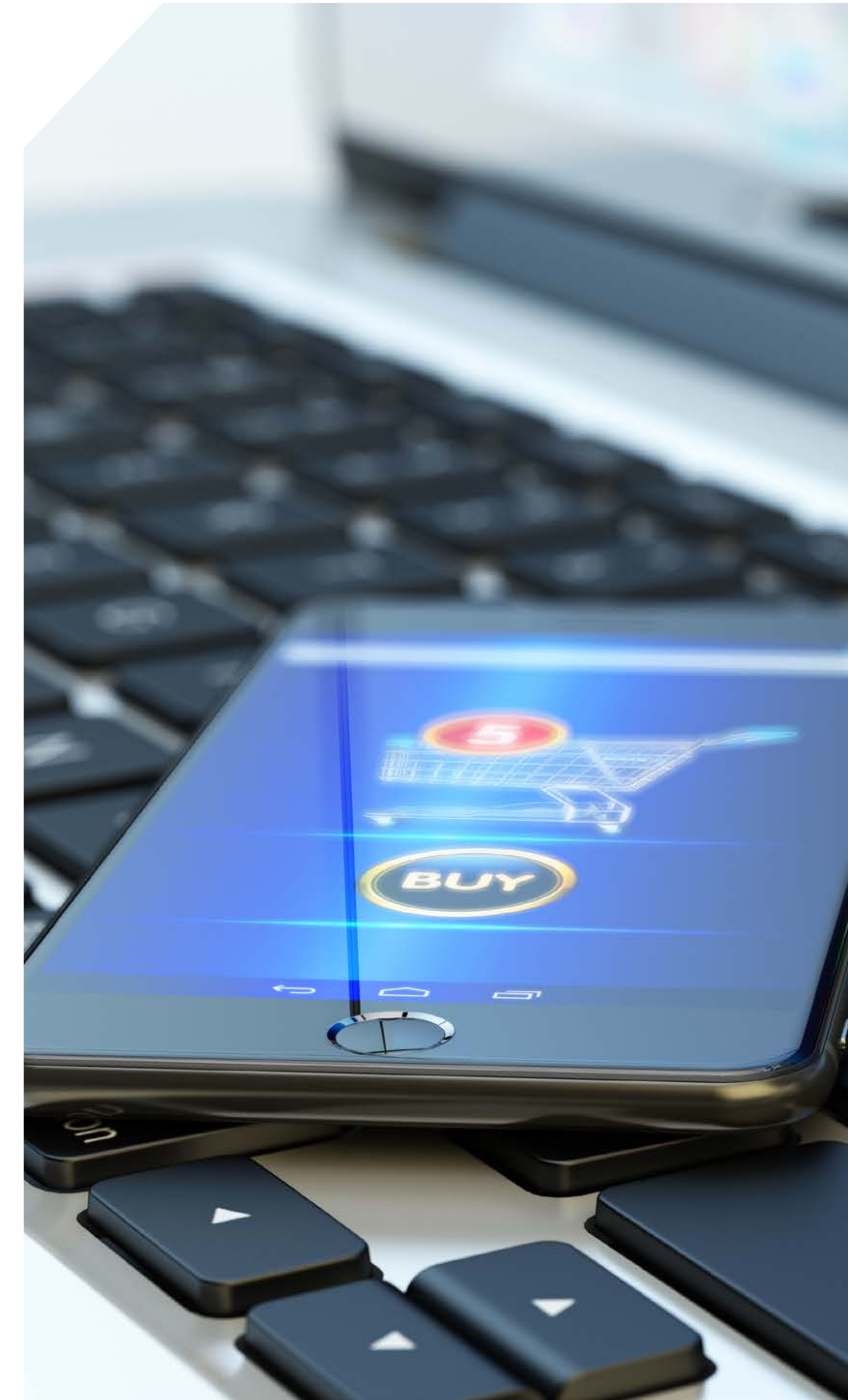


Zakres przestrzenny

Raport swoim zakresem obejmuje zakupy internetowe w polskich sklepach internetowych oraz zakupy dokonywane przez klientów z Polski w zagranicznych sklepach i na platformach

Jakie informacje zawiera raport?

- **wielkość rynku** w latach 2021-2024
- **struktura rynku** e-commerce w Polsce w latach 2021-2024 w podziale na kategorie produktowe
- **czynniki wpływające na rynek**: makroekonomiczne i demograficzne, popytowe, podażowe oraz technologiczne oraz prawne
- **liczba kupujących** online i penetracja zakupów internetowych ogółem i w poszczególnych kategoriach produktowych
- **główni gracze** na rynku handlu internetowego
- **prognozy** do roku 2030 r. dla:
 - ↳ wartości sprzedaży i dynamik rynku handlu internetowego ogółem,
 - ↳ wartości sprzedaży i dynamik poszczególnych kategorii produktowych,
 - ↳ wartości sprzedaży i dynamik realizowanych przez sklepy internetowe, platformy handlowe oraz kanał cross-border.



Zakres przedmiotowy

- wartość rynku
- struktura całkowitej wartości rynku w podziale na platformy handlowe i e-sklepy oraz na segmenty i kategorie produktowe
- prognozy dla:
 - ↳ całego rynku
 - ↳ poszczególnych segmentów rynku i kategorii produktowych
- przychody największych graczy:
 - ↳ na całym rynku
 - ↳ w największych kategoriach produktowych
 - ↳ pozycja chińskich platform

UPDATE RAPORTU

Aktualizacja najważniejszych danych i prognoz: wartość rynku, wartość kategorii produktowych (w tym podział na e-sklepy i platformy), wyniki top graczy. Aktualizacja dostępna do zakupu pół roku po wydaniu raportu.

Zakres rzeczowy

Raport obejmuje następujące kategorie produktowe:

pogłębione opracowanie

1. **odzież i obuwie**
2. **kosmetyki**
3. **sprzęt elektroniczny**
4. **produkty spożywcze**
5. **artykuły DIY**
6. **artykuły wyposażenia wnętrz**
7. **produkty dla zwierząt**
8. **książki i multimedia**
9. **akcesoria motoryzacyjne**
10. akcesoria odzieżowo-obuwnicze
11. akcesoria dla dzieci
12. OTC i suplementy diety
13. artykuły sportowe
14. biżuteria
15. chemia gospodarcza



WYNIKI BADANIA

1500

KONSUMENTÓW

Metodologia badania ankietowego

Struktura kwestionariusza obejmowała kilka bloków pytań:

1. Zachowania konsumenckie.
2. Zakupy w ramach określonych kategorii produktowych.
3. Trendy w e-commerce.
4. Metryczka.

W ramach bloku o zachowaniach konsumenckich zapytaliśmy o:

- częstotliwość robienia zakupów przez internet,
- urządzenia wykorzystywane do robienia zakupów przez internet,
- kategorie produktowe kupowane przez internet (częstotliwość, czas ostatniego zakupu),
- korzystanie z platform zakupowych,
- wykorzystywane i preferowane sposoby dostawy,
- wykorzystywane i preferowane sposoby płatności.

W ramach bloku o zakupach określonych kategorii produktowych zapytaliśmy o:

- konkretne typy produktów kupowanych przez internet,
- wykorzystywane urządzenia (stacjonarne, mobilne, inne),
- proporcję zakupów w sklepach stacjonarnych do zakupów w sklepach internetowych,
- proces zakupu (ROPO i odwrócone ROPO, ROTOPO itp.),
- częstotliwość robienia zakupów online w danej kategorii,
- źródła informacji o produktach.

Prognozy dodatkowych wskaźników ujęte w raporcie

Opracowując raport sporządzono długoterminowe prognozy rozwoju rynku z wykorzystaniem modeli ekonometrycznych oraz historycznych szeregów czasowych.

Prognozy obejmują okres 2025-2030

Oprócz prognoz dla wartości rynku, kanałów sprzedaży i segmentów rynku, raport zawiera również prognozy wybranych wskaźników makroekonomicznych, w tym:

- PKB per capita oraz realna dynamika PKB,
- inflacja ogółem,
- średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce,
- realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz spożycia indywidualnego,
- liczba rezydentów w Polsce oraz udziały poszczególnych grup demograficznych,
- odsetek użytkowników internetu i odsetek kupujących w internecie w danych grupach wieku w Polsce.

**Sprawdzalność prognoz
PMR Market Experts
publikowanych w raportach
jest wysoka - typowy
poziom błędu (MAPE)
to zwykle mniej niż 3%.**



10 powodów, dla których warto zainwestować w raport „Handel internetowy w Polsce 2025”

1 **Kompleksowy obraz rynku e-commerce w Polsce**
Wartość i struktura polskiego rynku e-commerce w latach 2021-2024 oraz szczegółowe prognozy rozwoju do 2030 r.

2 **Dostęp do precyzyjnych prognoz ekonometrycznych**
Prognozy wartości i dynamiki sprzedaży online z uwzględnieniem czynników makroekonomicznych i demograficznych.

3 **Aktualne informacje o kanałach sprzedaży**
Analiza struktury sprzedaży w e-sklepach, platformach handlowych oraz cross-border uwzględniająca dynamikę, zmieniające się udziały rynkowe i czynniki stojące za wzrostem popularności poszczególnych kanałów.

4 **Wgląd w zachowania i preferencje konsumentów**
Profil socjo-demograficzny kupujących online, motywacje, ścieżki zakupowe oraz różnice między kategoriami produktowymi.

5 **Analiza konkurencji i udziałów rynkowych**
Top gracze na rynku online i w największych kategoriach produktowych, pozycja chińskim platform.

6 **Makroekonomiczne i demograficzne uwarunkowania rynku**
Prognozy wskaźników takich jak inflacja CPI, PKB, dochód rozporządzalny, liczba mieszkańców i grupy demograficzne.

7 **Możliwość benchmarkingu własnej sprzedaży**
Porównanie wyników firmy z wartością rynku w danej kategorii i kanale sprzedaży oraz z top graczami.

8 **Wsparcie decyzji strategicznych i inwestycyjnych**
Dane jako podstawa do decyzji zarządu, działów strategii, sprzedaży i marketingu, a także analiz dla banków i funduszy inwestycyjnych.

9 **Dodatkowe materiały – dane źródłowe w Excelu**
Umożliwiają samodzielne agregowanie danych, analizę własną i tworzenie modeli wewnętrznych w organizacji.

10 **Autorskie badania i doświadczenie**
Łączone źródła danych (pierwotne, wtórne), 20+ lat doświadczenia na rynku, metodologia oparta na dziesiątkach zmiennych.

Na jakie pytania odpowiadamy w raporcie?

- Jaka była wartość rynku e-commerce w Polsce w latach 2021-2024 i jakie są prognozy do 2030 roku?
- Jak zmienia się udział sklepów internetowych i platform handlowych w wartości rynku e-commerce?
- Którzy gracze dominują na polskim rynku e-commerce i jak wygląda jego stopień koncentracji?
- Za jaką część rynku odpowiada kanał cross-border i jak udział ten zmieni się do 2030 r.?
- Kim jest polski e-konsument – jak często kupuje online, jakie urządzenia wykorzystuje, jakie wybiera formy płatności i dostawy?
- Jak wygląda struktura zakupów online w poszczególnych kategoriach produktowych?
- Które segmenty rozwijają się najszybciej i jakie są prognozy ich wartości do 2030 roku?
- Jakie różnice występują w procesie zakupowym konsumentów w zależności od kategorii produktów?
- Jak rozwija się rynek cross-border e-commerce w Polsce - ilu Polaków kupuje za granicą i jakie produkty wybierają najczęściej?
- Jaka jest pozycja Temu i Shein pod względem GMV na rynku ogółem i w ramach poszczególnych kategorii produktowych?

BAZY DANYCH - wraz z raportem otrzymają Państwo najważniejsze dane do samodzielnej agregacji w arkuszu Excel oraz dwie dodatkowe bazy z pogłębionymi wynikami badania konsumenckiego według cech socjo-demograficznych.



PMR Market Experts to marka raportów rynkowych opracowywanych przez Hume's Institute

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe. Nasze główne specjalizacje:

- Digital & ICT
- Retail
- Pharma & Healthcare
- Construction

Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

Jesteśmy częścią Hume's Institute – agencji badawczej 360° specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, **unikatowe insighty** oraz **sprawdzone prognozy** dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad 600 klientów na całym świecie. **Przebadaliśmy ponad 5 000 marek, działając na ponad 50 rynkach.** Zaufaniem obdarzyły nas największe firmy - **współpracujemy z 70% marek z prestiżowej listy Fortune 500.**

20+

lat doświadczenia

600+

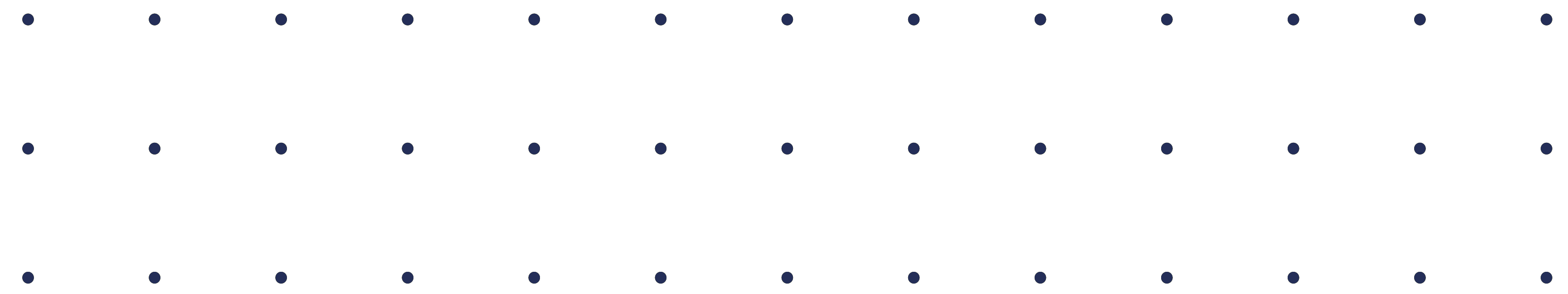
klientów globalnych

5 000+

przebadanych marek

50+

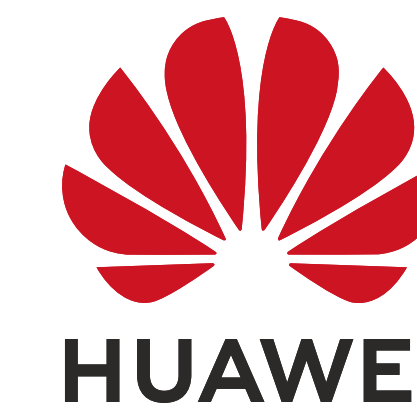
analizowanych krajów



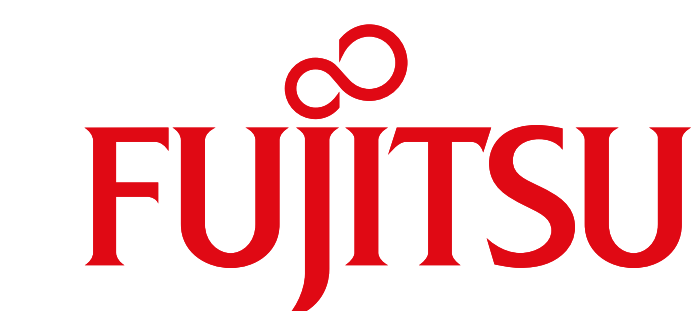
Zaufali nam

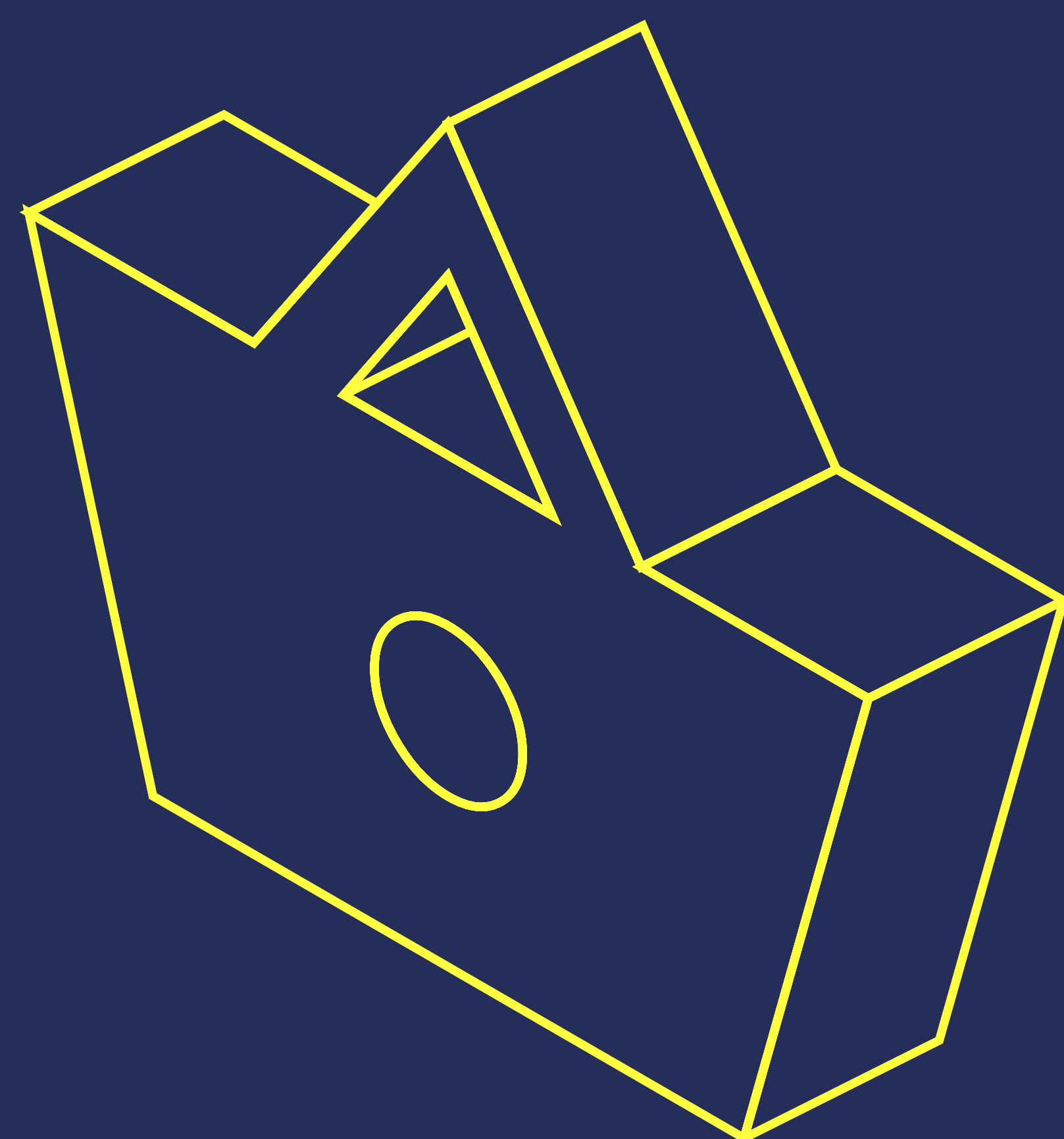


SEPHORA



SKANSKA





RETAIL

ANALIZA RYNKU
I 5-LETNIE PROGNOZY ROZWOJU

- Handel detaliczny artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym w Polsce
- Handel detaliczny produktami Food to Go w Polsce
- Handel detaliczny artykułami kosmetycznymi w Polsce
- Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce
- Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce
- Rynek HoReCa w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec, wrzesień, grudzień)
- Handel detaliczny artykułami spożywczymi w Polsce
- Handel detaliczny odzieżą i obuwiem w Polsce
- Handel detaliczny artykułami sportowymi w Polsce
- Handel detaliczny produktami dla dzieci w Polsce
- **Handel internetowy** w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec)
- Rynek cateringu dietetycznego w Polsce

- Handel detaliczny artykułami nieżywnościowymi w Polsce
- Rynek dostaw do HoReCa w Polsce
- Rynek dyskontów niespożywczych w Polsce
- **Diet catering** market in Czech Republic

NOWOŚCI

- Tygodnik: **PMR Retail Insight** (Poland, Hungary, Romania, Slovakia, Czech Republic)



KONTAKT:

Anna Bukowska

Senior Sales & Business Development Manager

tel.: +48 605 834 000

anna.bukowska@pmrmarketexperts.com



BIURO

Królewska 57
30-081 Kraków, Polska



KONTAKT

tel.: +48 609 290 093
+48 782 011 000
sales@pmrcorporate.com
info@pmrcorporate.com



WWW

pmrmarketexperts.com
mypmr.pro
humes.pl