

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2020 / № 35

31 Августа 2020 - 06 Сентября 2020

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight и AliExpress Россия: Отзывы и рекомендации в e-commerce  
Data Insight и RBK.Money: Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса  
igooods: доля онлайн-платежей при заказе продуктов к августу выросла втрое  
AliExpress начал продавать книги, газеты и журналы  
Wildberries начал принимать товары продавцов в пунктах выдачи заказов  
Wildberries арендовал в Подмосковье склад площадью 46 тыс. кв. м  
Онлайн впервые станет крупнейшим рынком для литературы  
Оборот Ozon во II кв. 2020 г. вырос на 188%, до 45,8 млрд руб.  
«Утконос», «Пятёрочка» и «Лента» расширяют экспресс-доставку  
X5 Retail Group вводит единую систему идентификации клиента  
Wildberries отменил минимальную сумму заказа при курьерской доставке  
В Delivery Club появилась доставка продуктов от СберМаркета  
AliExpress Россия и «Самокат» запускают доставку продуктов за 15-30 минут  
Delivery Club запустил экспресс-доставку продуктов из сети «Магнит»  
Ромир: 47% россиян не покупают лекарства онлайн  
Банк Хоум Кредит: 69% россиян совершали онлайн-покупки  
ТОП1000 российских интернет-магазинов

#### **Весь мир:**

16% розничных продаж в США во II кв. 2020 г. пришлось на eCommerce  
COVID-19 стимулировал онлайн-продажи продуктов во Вьетнаме  
Ocado и Asos выиграли от резкого роста онлайн-продаж в Великобритании  
Цифровые продажи Masy's выросли на 53% во II кв. 2020 г.  
Whole Foods открыл первый постоянный даркстор  
Каждый пятый бытовой прибор покупают в интернете  
Онлайн-продажи сельхозпродукции в Китае выросли на 39,7%  
Walmart запускает сервис подписки — конкурента Amazon Prime  
Amazon получил от властей США разрешение на доставку дронами

Каждая пятая компания Литвы хочет перейти на онлайн-торговлю

**Кейс:**

AliExpress Россия открыл fashion-пространство с пунктом сдачи одежды

Сберавто запустил безопасные онлайн-продажи автомобилей от физлиц

Крупнейшие аукционы ушли в онлайн

## Россия:

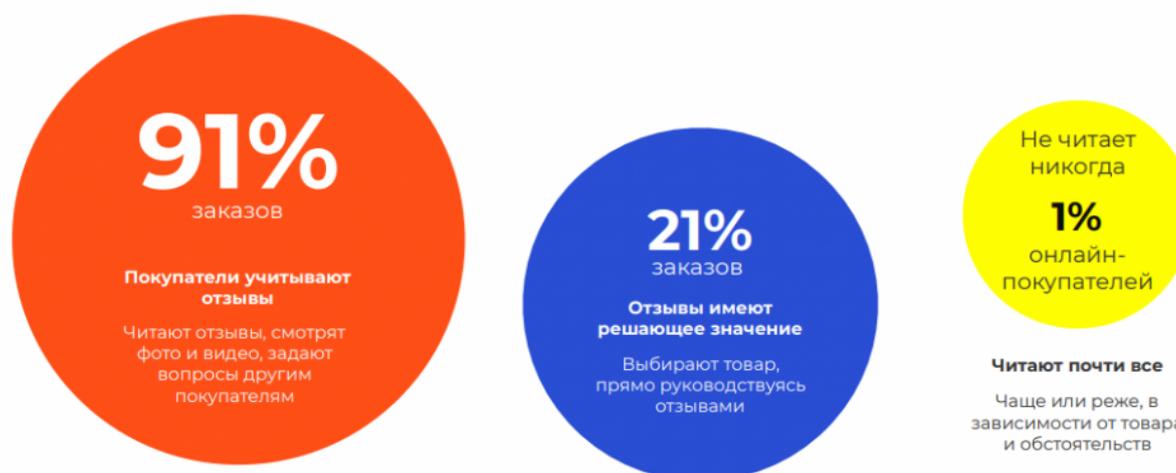
# Data Insight и AliExpress Россия: Отзывы и рекомендации в e-commerce

Datainsight.ru, 02.09.2020

/новость

AliExpress Россия и агентство Data Insight изучили влияние отзывов и рекомендаций на совершаемые покупки. Целью исследования было изучить, как влияют на поведение потребителей в интернете отзывы и рекомендации других пользователей на разных торговых площадках. Для AliExpress Россия эта тема имеет большое значение, так как элементы social commerce на платформе играют важную роль и для покупателей, и для продавцов — они делают процесс покупки не только утилитарным, но и эмоциональным.

## **В 9 из 10 онлайн-заказов решение принимается с использованием отзывов**



AliExpress Россия

Онлайн-опрос онлайн-покупателей, июль 2020, n = 3000

DATA  
insight

Скачать презентацию исследования: [«Отзывы и рекомендации в e-commerce: исследование AliExpress Россия и Data Insight»](#)

### **В ходе исследования мы получили ответы на следующие вопросы:**

- Почему люди пишут отзывы?
- Как отзывы и рекомендации влияют на покупки?
- Зачем люди читают отзывы?
- Каким отзывам и рекомендациям верят покупатели?
- Как влияет регион проживания на отношение к отзывам?

Исследование AliExpress Россия проводилось в июне 2020 года. В нем участвовали 3000 интернет-покупателей в возрасте старше 18 лет. Респонденты отвечали на вопросы исследования онлайн.

Источник:

[Отзывы и рекомендации в e-commerce: исследование AliExpress Россия и Data Insight](#)

# Data Insight и RBK.Money: Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса

Datainsight.ru, 31.08.2020

/новость

Компания RBK.money и исследовательское агентство Data Insight провели исследование «Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса», в ходе которого изучили российские компании, которые торгуют в интернете и получают оплату за товары или услуги от физических лиц. Исследователи рассмотрели долю онлайн-платежей в разных сегментах бизнеса и факторы, которые влияют на ее изменение, а также изучили наиболее востребованные инструменты онлайн-оплат в онлайн-бизнесе в зависимости от сферы.

## Какой должна быть доля онлайн-платежей



- 44% опрошенных хотели бы, чтобы доля онлайн-платежей в бизнесе была выше. Менее 10% хотели бы сократить долю онлайн-платежей.
- Главные аргументы увеличения доли: повышение конверсии на этапе покупки, оздоровление экономики предприятия. Главный аргумент против: высокая комиссия за проведение платежей.
- Клиенты в России не знают, через какую компанию — через какого платежного агрегатора или шлюз — они проводят платеж (для них это не является важным). На западных рынках ситуация другая, потребители знают, через какого агрегатора или шлюз они платят, и для них это важно.
- В отличие от логистики, в которой клиенты (магазины) стараются разбираться детально, в платежах большинство мерчантов не разбирается совсем. Слабое использование отдельных возможностей платежных систем и слабый интерес к этой сфере влияют на эффективность процессов в этой сфере.
- Пандемия стала мощным драйвером подключения новых платежных методов в компаниях всех исследуемых сегментов.
- В ходе пандемии увеличилось число чарджбэков.

Всего проведено 98 интервью продолжительностью от 40 до 60 минут каждое. Респонденты сегментированы на 13 определенных на старте категорий с целью получения и подтверждения специфичных для этих сегментов ответов.

Скачать исследование «Онлайн-платежи глазами бизнеса» (pdf, 2 Мб)

Источник:

[Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса](#)

# igooods: доля онлайн-платежей при заказе продуктов к августу выросла втрое

1prime.ru, 04.09.2020 14:42:00

/новость

Доля онлайн-платежей при заказе продуктов к августу 2020 года выросла в 3 раза относительно марта и составила 39%, сообщает ПРАЙМ со ссылкой на данные сервиса igooods.

## *igooods*

На торговый эквайринг (оплата картой курьеру) приходится 48% платежей, а наличные используют в 13% случаев. Причина резкого роста оплаты онлайн — популярность бесконтактной доставки на фоне пандемии.

Управляющий и сооснователь igooods Григорий Кунис отметил, что возможность онлайн-оплаты продуктов популярна и сейчас, особенно среди пациентов инфекционных больниц и постояльцев обсерваторов.

Источник:

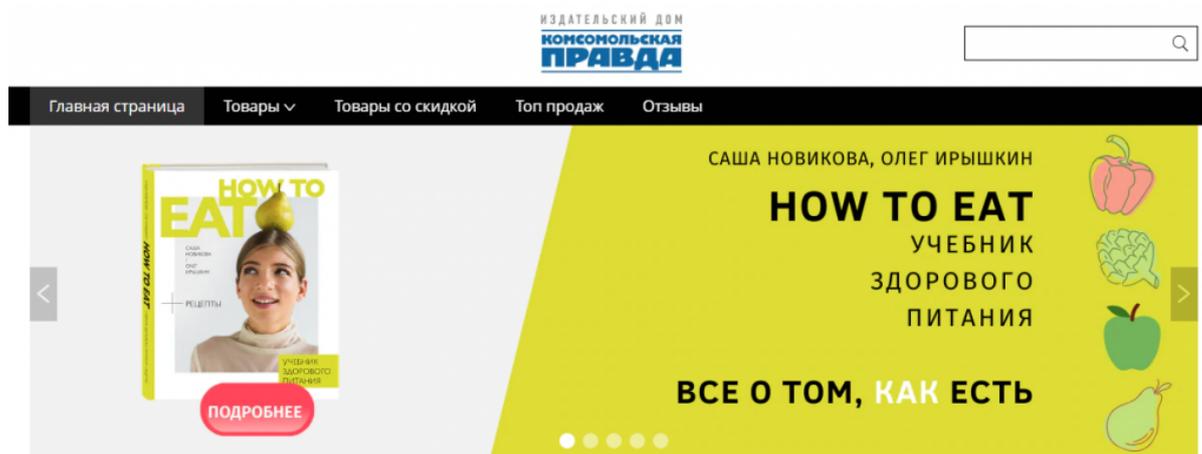
Сервис igooods отметил трехкратный рост онлайн-платежей за продукты с марта

# AliExpress начал продавать книги, газеты и журналы

New-retail.ru, 04.09.2020 15:59:00

/новость

На AliExpress появился официальный магазин ИД «Комсомольская правда», где представлены периодические издания и книги для детей и взрослых в разных жанрах, а также онлайн-витрина Conde Nast Россия с журналами Vogue Россия, Glamour, Architectural Digest, GQ, Tatler.



Ранее открылся магазин книжной сети «Республика», в котором представлено более 9000 единиц товара: книги, виниловые пластинки и проигрыватели. Компания планирует расширить количество представленных категорий и увеличить ассортимент до 20 тыс. товарных позиций.

Вскоре на платформе появятся издания Independent Media (Cosmopolitan, Esquire, Домашний Очаг, Популярная механика, Harpers's Bazaar, Grazia и Robb Report).

Источник:

[AliExpress запускает продажу журналов, газет и книг](#)

# Wildberries начал принимать товары продавцов в пунктах выдачи заказов

Retail-loyalty.org, 04.09.2020 15:29:00

/новость

Wildberries запустил приёмку мелкогабаритных товаров продавцов онлайн-площадки в пунктах выдачи заказов. Благодаря этому малый бизнес и самозанятые смогут значительно сократить логистические расходы и расширить ассортимент товаров.

Опция доступна торговым партнёрам компании из Московского региона, Санкт-Петербурга, Воронежа, Казани, Краснодара, Новосибирска, Омска, Самары, Челябинска, Барнаула, Белгорода, Великого Новгорода, Коврова и многих других городов. Поставки принимают более 2500 ПВЗ Wildberries, их число будет расти. Объем груза ограничен одним кубическим метром. Услуга поставки через ПВЗ доступна продавцам бесплатно.

The logo for Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a rectangular background with a vertical gradient from pink to purple.

На онлайн-платформе Wildberries продают товары свыше 53 тыс. партнеров, 23 тыс. из которых — индивидуальные предприниматели, а около 3000 — самозанятые.

Источник:

[Wildberries открыл поставки товаров в пунктах выдачи заказов](#)

# Wildberries арендовал в Подмоскowie склад площадью 46 тыс. кв. м

E-reper.ru, 03.09.2020

/новость

Маркетплейс Wildberries открыл новый складской комплекс площадью 46 тыс. кв. м в городе Пушкино Московской области. Это крупнейший складской объект, арендованный ритейлером.

На складах компании находится уже около 110 млн единиц различных товаров. Новый логистический объект позволит разгрузить действующие распределительные центры в Московском регионе и ускорить логистические потоки. Предприниматели ближайших населенных пунктов смогут осуществлять поставки напрямую на этот склад. Объект работает круглосуточно и без выходных.

The logo for Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a rectangular background with a vertical gradient from pink to purple.

Wildberries насчитывает 13 складов общей площадью около 450 тыс. кв. м, крупнейшие — логистические объекты в Коледино (250 тыс. кв. м) и Татарстане (50 тыс. кв. м), а также небольшие распределительные и сортировочные центры.

Источник:

[Wildberries открыл крупный хаб в Подмоскowie](#)

# Онлайн впервые станет крупнейшим рынком для литературы

Kommersant.ru, 03.09.2020

/новость

Книжный рынок России может сократиться по итогам года на 15% в деньгах и числе проданных экземпляров, до 84,2 млрд руб. и 261 млн штук соответственно, пишет «Коммерсантъ» со ссылкой на президента «Эксмо-АСТ» Олега Новикова. Интернет-продажи бумажных книг по итогам 2020 года могут вырасти на 26%, до 28,8 млрд руб., а их доля на рынке — до 44,4%.

Интернет впервые станет крупнейшим каналом продаж бумажных книг. Это нетипичная ситуация: интернет-продажи росли бы в любом случае, но не с такой динамикой.

На Wildberries в апреле-июне продажи книг в штуках выросли в 6 раз по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Продажи книг на Ozon по итогам первого полугодия выросли на 46% год к году, а по итогам всего 2020 года оборот вырастет более чем на 50%.

По итогам полугодия выручка издательства Clever не изменилась год к году, тогда как ранее росла на 20-30% ежегодно. Избежать падения помогло то, что компания зашла в кризис с высокой долей интернет-продаж — около 50% еще до пандемии.

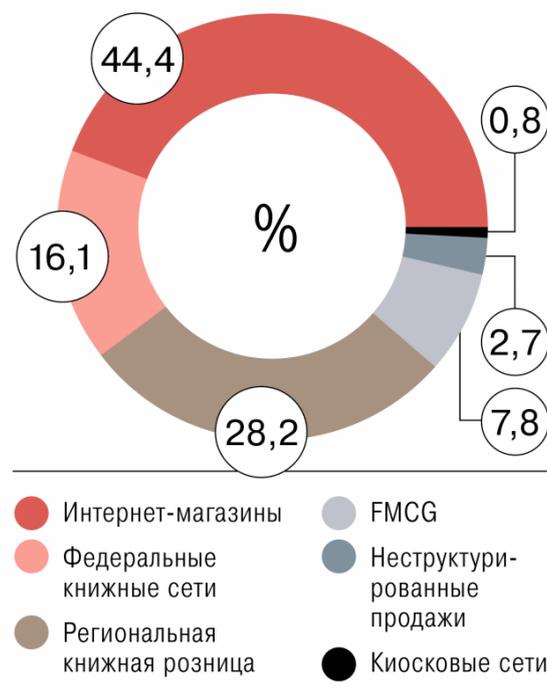
По прогнозу «Эксмо-АСТ», продажи цифровых книг (аудио и электронных) вырастут по итогам года на 35%, до 8,5 млрд руб. В некоторых нишах доли цифровых и бумажных продаж уже сравнялись. ГК «ЛитРес» ждет роста выручки не менее чем на 37-40% по итогам года. Bookmate ожидает роста на 50%.

Источник:

[Книги переключили канал](#)

## ДОЛИ КАНАЛОВ ПРОДАЖ БУМАЖНЫХ КНИГ В 2020 ГОДУ (ПРОГНОЗ)

ИСТОЧНИК: ПРОГНОЗ «ЭКСМО-АСТ».



# Оборот Ozon во II кв. 2020 г. вырос на 188%, до 45,8 млрд руб.

Tass.ru, 03.09.2020 10:10:00

/новость

Оборот Ozon от продаж товаров и услуг (GMV) за вычетом возвратов во втором квартале 2020 года вырос на 188% год к году, до 45,8 млрд руб. с НДС, сообщает [ТАСС](#).



В первом полугодии показатель GMV составил 77,4 млрд руб. — на 152% больше, чем годом ранее. Во втором квартале 2020 года доля GMV от продаж товаров селлеров впервые превысила 50% от общего оборота. Региональные продажи формируют уже более 55% оборота Ozon.

Количество заказов в апреле-июне выросло на 132%, до 14,6 млн. Клиенты объединяют в заказах разные категории товаров и покупают больше, чем прежде.

Источник:

[Оборот Ozon во II квартале почти утроился](#)

# «Утконос», «Пятёрочка» и «Лента» расширяют экспресс-доставку

New-retail.ru, 02.09.2020

/новость

Онлайн-гипермаркет **«Утконос»** запустил второй фулфилмент-центр «Волковский» площадью 6400 кв.м в формате МИНИ, из которого будет осуществляться экспресс-доставка от двух часов в северной и восточной части Москвы.

Система кросс-докинга на новом объекте допускает одновременно 20 машин в погрузочно-разгрузочную зону, а прилегающая территория разместит до 87 автомобилей, закупленных для обслуживания фулфилмент-центра.

Объект стал второй логистической площадкой для «Утконоса», открытой в 2020 году, общая пропускная способность которой составляет 5000 заказов в сутки, а суммарная мощность «Утконос ОНЛАЙН» в Москве превысит 20 000 заказов. На старте ассортимент включает 2500 наименований, в дальнейшем будет расширен до 15 000 товаров, включая категории FRESH и UltraFresh. В октябре «Утконос ОНЛАЙН» выйдет в Санкт-Петербург, а до конца года рассматривается запуск в Екатеринбурге.



Ритейлер **«Лента»** запустил сервис экспресс-доставки «Ленточка» (в течение часа) в Нижнем Новгороде и Казани. Минимальная стоимость заказа — от 500 до 1000 руб. в зависимости от степени загруженности сервиса. На первоначальном этапе доставка бесплатная.

Ассортимент — около 20 тыс. позиций, в том числе продукция собственных торговых марок и местных производителей. Сборка осуществляется в магазинах «Лента». Заказ можно оплатить только онлайн. Ранее «Ленточка» заработала во всех районах Санкт-Петербурга и Череповца. Компания также значительно расширила зону покрытия приложения в Москве и Московской области.

Торговая сеть **«Пятёрочка»** запустила сервис доставки продуктов из магазинов сети в Нижнем Новгороде. Услуга уже доступна около 70% жителей всех районов города.

«Пятёрочка Доставка» работает на базе 13 магазинов Нижнего Новгорода. Заказы принимаются в мобильном приложении с 9 утра до 9 вечера, их собирают в магазине «Пятёрочка». Доставка курьерами до двери — в течение часа, стоимость — 99 руб., оплата производится в приложении.

Экспресс-доставка «Пятёрочка» работает также в Москве, Казани, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Ростове-на-Дону. К сервису подключено 286 магазинов, включая 7 даркстортов. Операционная модель экспресс-доставки строится на разделении функционала между торговой сетью и единым управленческим центром и IT-платформой по цифровым дистанционным сервисам X5 FoodTech.

Источник:

[Утконос ОНЛАЙН расширил зону экспресс-доставки](#)  
[«Лента» запустила собственный сервис экспресс-доставки ещё в двух городах](#)  
[Экспресс-доставка из «Пятёрочки» появилась в Нижнем Новгороде](#)

# X5 Retail Group вводит единую систему идентификации клиента

X5.ru, 02.09.2020

/новость

X5 Retail Group разработала систему для единой бесшовной идентификации клиента. Универсальная учётная запись X5 ID позволит пользоваться сервисами X5 и торговых сетей при однократной регистрации.



Для создания профиля X5 ID достаточно ввести телефон и дать согласие на обработку персональных данных. Далее в профиль можно добавить ФИО, дату рождения, e-mail. Обязательной привязки платежных инструментов (например, банковских карт) не предусмотрено.

Учётную запись можно будет использовать для входа в действующие программы, такие как «Мой Перекрёсток» или «Выручай-карта». При регистрации в других сервисах X5 в дальнейшем можно использовать один и тот же ID.

Источник:

[X5 запускает единую систему идентификации покупателя – X5 ID](#)

# Wildberries отменил минимальную сумму заказа при курьерской доставке

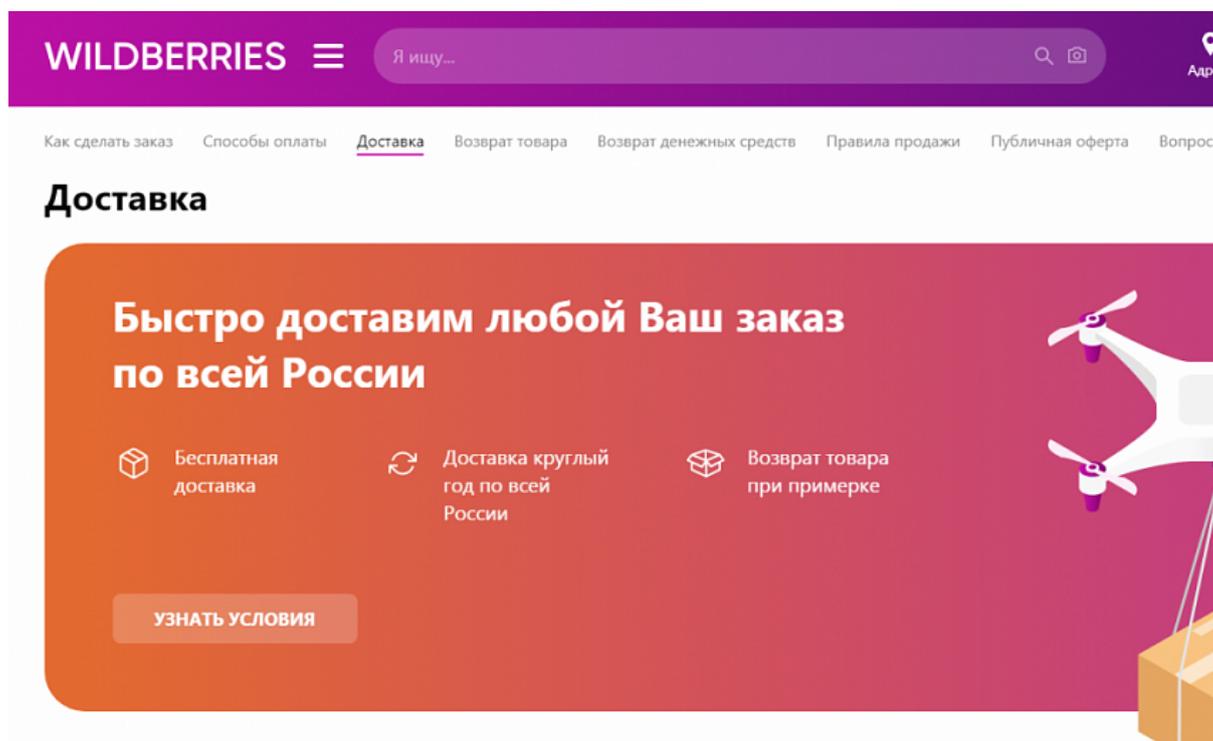
E-repper.ru, 02.09.2020

/новость

Wildberries с сентября отменил во всех регионах страны ограничение минимальной суммы заказа при курьерской доставке.

Курьерская доставка будет бесплатной при заказе от 3000 руб., а при сумме до 3000 руб. стоимость составит 150 руб. Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы бесплатна вне зависимости от суммы заказа.

Услугой курьерской доставки сегодня пользуются около 10% покупателей Wildberries, а большинство выбирают пункты выдачи заказов. Сеть выдачи компании включает свыше 15 тыс. точек.



WILDBERRIES Я ищу... Адрес

Как сделать заказ Способы оплаты **Доставка** Возврат товара Возврат денежных средств Правила продажи Публичная оферта Вопросы

## Доставка

**Быстро доставим любой Ваш заказ по всей России**

- Бесплатная доставка
- Доставка круглый год по всей России
- Возврат товара при примерке

УЗНАТЬ УСЛОВИЯ

Источник:

[Wildberries изменил правила доставки](#)

# В Delivery Club появилась доставка продуктов от СберМаркета

Press.delivery-club.ru, 02.09.2020

/новость

Сервис доставки еды Delivery Club начал сотрудничать с федеральным сервисом доставки продуктов и товаров первой необходимости СберМаркет по модели маркетплейса. Доставку продуктов будут выполнять курьеры СберМаркета.



Услуга доступна жителям Москвы, которые могут сделать заказ из гипермаркетов METRO. Затем количество городов и представленных в приложении Delivery Club ритейлеров будет увеличено. Обе компании являются частью O2O-платформы (online-to-offline) на рынках еды и транспорта, которую развивают Сбербанк и Mail.ru Group.

Ассортимент METRO в приложении Delivery Club и на платформе СберМаркета аналогичен — более 20 тыс. наименований. Стоимость сборки и доставки заказа — 98 руб. за первый и от 158 руб. за последующие (при весе заказа до 30 кг).

Источник:

[В Delivery Club появилась доставка продуктов от СберМаркета](#)

# AliExpress Россия и «Самокат» запускают доставку продуктов за 15-30 минут

Rbc.ru, 31.08.2020

/новость

AliExpress Россия в партнерстве с сервисом «Самокат» запускает проект экспресс-доставки продуктов питания и товаров повседневного спроса «Есть!». Это раздел внутри основного приложения доступного россиянам маркетплейса AliExpress, сообщает РБК.

AliExpress™

САМОКАТ

Для заказа товаров с экспресс-доставкой предназначена отдельная корзина. Сервис будет доступен только пользователям в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Сервис обещает доставку за 15-30 минут.

Помимо продуктов в разделе будут представлены также бытовая химия, корма для животных, средства личной гигиены и другие товары повседневного спроса. Первоначально ассортимент был сформирован из продукции, с которой работает сервис «Самокат», — более 2500 позиций, включая блюда и товары под собственной торговой маркой «Самоката». Осуществлять доставку будут курьеры «Самоката».

AliExpress уже торгует продовольственными товарами на площадке Tmall. В основном это товары с длительным сроком хранения от сетей «Ашан», «Лента», «Гармония цен» и др., с доставкой в течение двух дней.

«Самокат» собирается реализовать похожие проекты для аудитории пользователей других популярных маркетплейсов.

До конца года AliExpress объявит о партнерстве в сегменте экспресс-доставки с «несколькими крупными продуктовыми сетями».

Источник:

[AliExpress объявил о запуске в России экспресс-доставки продуктов](#)

# Delivery Club запустил экспресс-доставку продуктов из сети «Магнит»

Press.delivery-club.ru, 31.08.2020

/новость

Delivery Club начал доставлять заказы из 10 магазинов «Магнит» в Москве за 30-45 минут. До конца года доставка будет доступна во всех районах Москвы, Санкт-Петербурга и пятнадцати крупнейших городах России.

Стоимость доставки — 149 руб., в дальнейшем она будет варьироваться в зависимости от суммы заказа. Минимальной стоимости заказа нет. Пользователям Delivery Club будет доступно около 5000 товарных наименований из магазинов «Магнит», включая непродовольственный ассортимент (кроме алкоголя, табачных изделий и пиротехники).

Delivery Club также будет впервые собирать заказы в магазинах силами отдельных сотрудников-комплектовщиков.



Партнерство с «Магнитом» позволит Delivery Club в перспективе расширить географию экспресс-доставки продуктов фактически до всех городов, где работает собственная логистика сервиса (свыше 100 населенных пунктов без учета городов Московской и Ленинградской областей). Другие партнеры Delivery Club в сфере доставки продуктов питания — сети супермаркетов «Верный» и «ВкусВилл» (заказы доставляют курьеры Delivery Club), сервисы «Самокат» и «Быстроном» (заказы выполняют курьеры каждого сервиса).

У «Магнита» ранее не было опыта масштабной работы в регионах с сервисами экспресс-доставки.

Источник:

[Delivery Club запустил экспресс-доставку продуктов из магазинов сети «Магнит»](#)

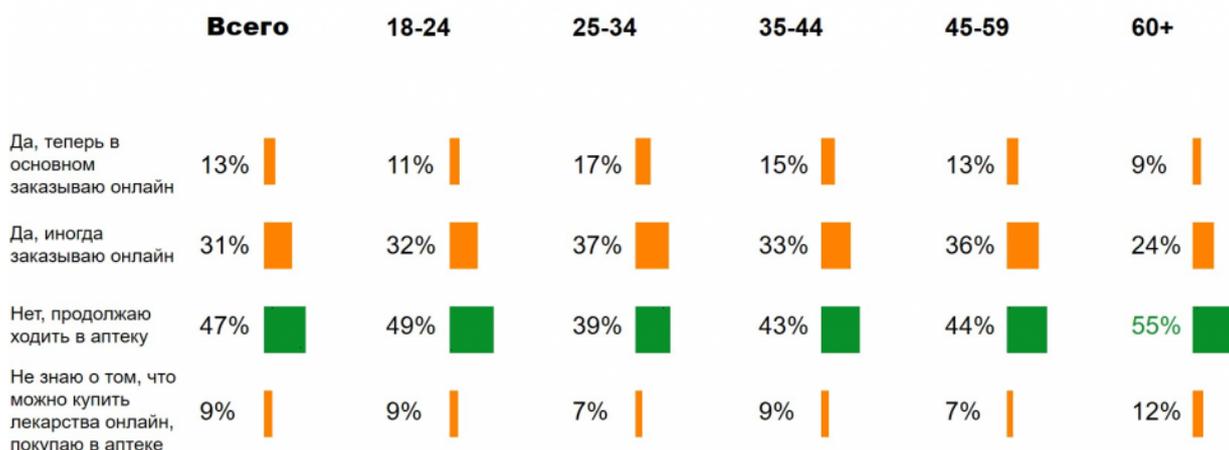
# Ромир: 47% россиян не покупают лекарства онлайн

Romir.ru, 02.09.2020

/исследование

По данным исследовательского холдинга «Ромир», 47% россиян не покупают лекарства онлайн и продолжают ходить в аптеки. Иногда покупать препараты онлайн стали 31%, теперь в основном совершают онлайн-покупки лекарств 13% респондентов, а 10% россиян не знакомы с такой возможностью и продолжают посещать аптеки.

**Romir**



Чаще других отказываются покупать лекарства онлайн россияне старше 60 лет, которые по-прежнему ходят в аптеки (55%). Респонденты в возрасте 25-34 лет чаще других стали заказывать препараты онлайн, в том числе на постоянной основе.

Причины, по которым россияне отказываются покупать лекарства онлайн: 59% полагают, что офлайн-покупка более удобна; 36% считают, что купить лекарства в аптеке быстрее, чем ждать онлайн-заказ. Для 28% респондентов важна возможность проконсультироваться с фармацевтом в аптеке, а 14% россиян предпочитают доверять конкретной аптеке и считают, что в аптеке ассортимент лекарств шире.

В опросе приняли участие 1500 респондентов старше 18 лет из всех типов населенных пунктов и всех федеральных округов России. Выборка репрезентирует взрослое население России.

Источник:

[Онлайн покупка лекарств: мнение россиян](#)

# Банк Хоум Кредит: 69% россиян совершали онлайн-покупки

E-reperr.ru, 01.09.2020

/исследование

По данным Банка Хоум Кредит, за последний год покупки в интернете совершали 69,1% опрошенных россиян. По сравнению с прошлым годом показатель вырос на 2,6 п.п. 34% из тех, кто покупает в интернете, стали делать это чаще, чем год назад.

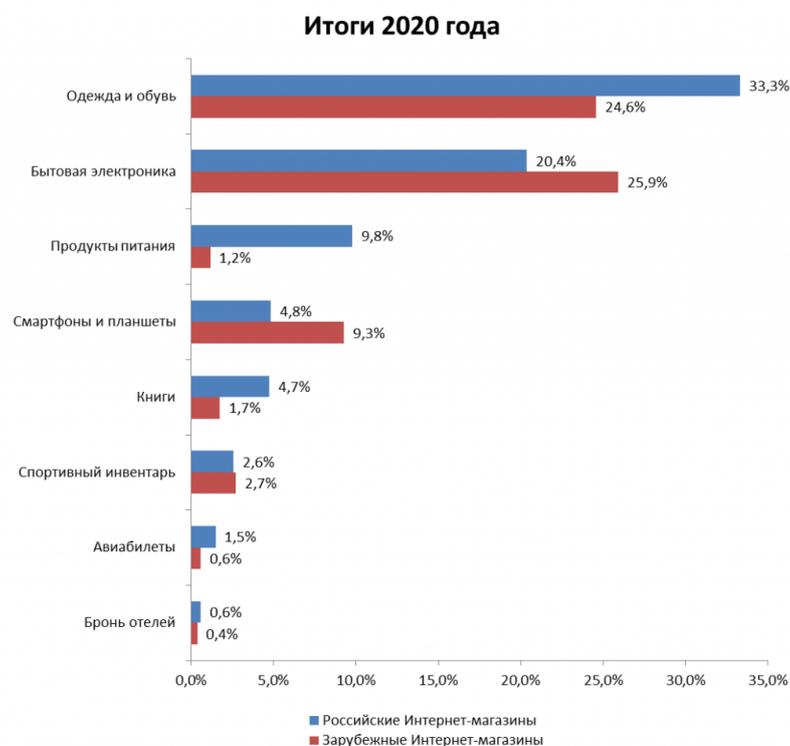
Только российскими интернет-магазинами пользуются 40,9% опрошенных против 38,5% год назад.

Самые популярные причины отказа от интернет-покупок: привычка пользоваться традиционными магазинами (29% против 39% в прошлом году) и невозможность примерки (19,7% против 28,9% в прошлом году).

В опросе приняло участие 860 человек из 8-ми федеральных округов, среди опрошенных были держатели дебетовых и кредитных карт банка.

Источник:

69% россиян пользуются онлайн-магазинами: аналитика банка Хоум Кредит



Материал размещен на правах рекламы

# ТОП1000 российских интернет-магазинов

Datainsight.ru, 09.07.2020

/реклама

Отчет Топ-1000 интернет-магазинов Рунета уже в продаже!

# ТОП 1000

**Полная таблица 1000 крупнейших интернет-магазинов включает в себя:**

1. URL магазина
2. Товарная категория
3. Посещаемость
4. Конверсия
5. Количество заказов в месяц в среднем за год

**Дополнительные данные:**

1. Контакты (только публичные, с сайта интернет-магазина)
2. Динамика посещаемости
3. Динамика заказов

**Формат:** xlsx таблица

**Период:** отчет включает данные за 2019 год

**Срок подготовки:** 10 рабочих дней после оплаты

**Контакты для заказа отчета:**

Ксения Сакибаева, [coordinator@datainsight.ru](mailto:coordinator@datainsight.ru)

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

## Весь мир:

# 16% розничных продаж в США во II кв. 2020 г. пришлось на eCommerce

Emarketer.com, 01.09.2020

/новость

Во втором квартале 2020 года объем розничных онлайн-продаж в США вырос на 31,8% по сравнению с предыдущим кварталом, или на 44,5% в годовом исчислении, согласно данным Бюро переписи населения США.

Объем онлайн-торговли составил \$211,51 млрд во втором квартале 2020 года против \$160,41 млрд в первом. Однако такого сильного роста электронной торговли было недостаточно, чтобы компенсировать убытки от закрытия обычных магазинов. Общий объем розничных продаж упал на 3,9% по сравнению с предыдущим кварталом.

Доля электронной торговли составила 16,1% всех розничных продаж во втором квартале. По оценкам eMarketer, в этом году на электронную торговлю будет приходиться 14,5% розничных продаж в США против 11% в 2019 году. Это наибольший рост по сравнению с прошлым годом с момента начала измерения канала в 2008 году.

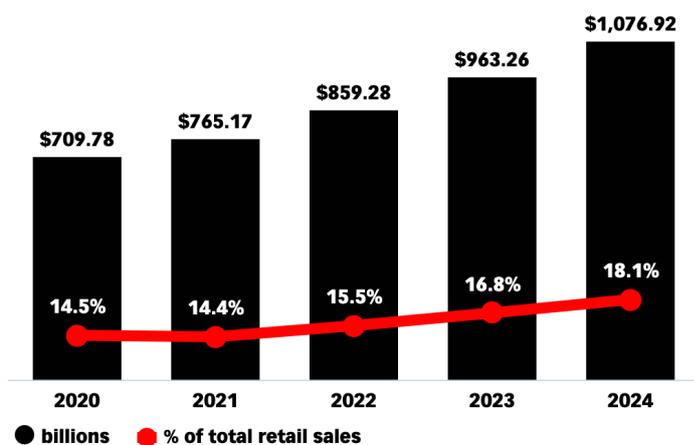
Ожидается, что электронная коммерция сохранит долю на розничном рынке после снятия ограничений. Даже когда магазины снова откроются и объем продаж восстановится, в 2021 году электронная торговля потеряет всего 0,1% от общего объема розничных продаж, а затем будет ежегодно увеличиваться более чем на 1 п.п. вплоть до 2024 года. К тому времени онлайн-продажи в США превысят \$1 трлн и достигнут 18,1% от общего объема розничных продаж.

Источник:

[US Ecommerce Sales Grew by Nearly a Third in Q2](#)

### Retail Ecommerce Sales

US, 2020-2024



Source: eMarketer, May 2020

www.eMarketer.com

# COVID-19 стимулировал онлайн-продажи продуктов во Вьетнаме

Ampe.vnexpress.net, 05.09.2020 11:47:00

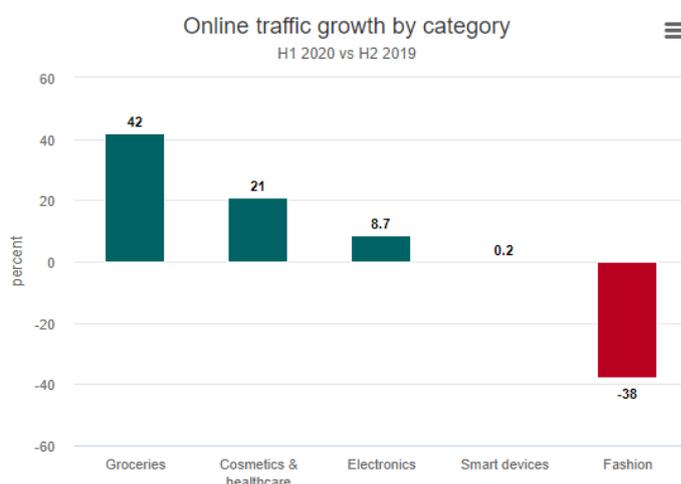
/новость

В первой половине 2020 года во Вьетнаме средняя стоимость заказа в интернет-магазине выросла на 31% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила \$14,83, согласно данным исследования iPrice Group.

Лучшие показатели — в сегменте продуктов питания, который резко увеличил онлайн-трафик в первом квартале, когда Вьетнам пережил первую волну COVID-19.

Тенденция сохранилась и во втором квартале, в короткий период социального дистанцирования, за которым последовало более трех месяцев без новых местных заражений. За полугодие онлайн-трафик продуктовых магазинов вырос на 42%.

На втором месте — сектор косметики и здравоохранения, который вырос на 21%.



Во втором квартале различные eCom-платформы сделали доставку продуктов приоритетом. К середине апреля сингапурский игрок в сфере электронной коммерции Lazada начал предлагать двухчасовую доставку свежих продуктов. Спустя месяц местная компания Tiki запустила собственную трехчасовую доставку продуктов.

Во втором квартале, когда пандемия временно прекратилась, онлайн-продажи модных товаров и электронных устройств снизились на 29% и 13% соответственно по сравнению с первым кварталом. Люди осознали необходимость экономии денег, что сказалось на продажах второстепенных товаров.

При этом продавцы предметов роскоши все чаще размещали товары на онлайн-платформах. В июле количество брендов часов на Lazada выросло на 40% в годовом исчислении, а количество заказов на них — на 90%.

Согласно отчету iPrice Group и App Annie, общее количество посещений шопинг-приложений во Вьетнаме достигло рекордных 12,7 млрд во втором квартале. Рост трафика составил 43% в квартальном исчислении, что превышает аналогичный показатель в большинстве других стран Юго-Восточной Азии. Вьетнам третий в регионе по количеству посещений, на него приходится 19,5% интернет-покупок.

Региональные онлайн-площадки сокращали рекламные акции с начала апреля, но на пике пандемии увеличили активность лайвстриминга и игр в мобильных приложениях, что привело к росту трафика.

По данным Вьетнамской ассоциации электронной коммерции, рынок онлайн-торговли страны в этом году сохранит темпы и вырастет на 30%, до \$15 млрд.

Источник:

[Covid-19 gives Vietnam e-commerce sector a boost](#)

# Оcado и Asos выиграли от резкого роста онлайн-продаж в Великобритании

Reuters.com, 03.09.2020 05:40:00

/новость

Быстрый переход к онлайн-покупкам в Великобритании из-за COVID-19 привел к росту продаж ритейлеров и цен на акции, несмотря на то, что посещаемость крупных магазинов остается значительно ниже допандемийного уровня.

Акции онлайн-супермаркета Ocado выросли примерно на 120% с начала марта по сравнению с небольшим снижением у традиционных супермаркетов, таких как Tesco (около 4%) и Sainsbury's (снижение на 10%).

С марта по май этого года доля онлайн-продаж продуктов питания в Великобритании выросла до 11,3%, удвоившись за несколько месяцев, что побудило Tesco активизировать набор персонала.

Доля интернет-покупок в Великобритании резко выросла в марте, апреле и мае. Но в то время, как количество покупок непродовольственных товаров в интернете с тех пор упало, количество покупок в продуктовых онлайн-магазинах по-прежнему растет.

Акции онлайн-продавца одежды Asos с начала марта выросли примерно на 70%, так как люди, работающие удаленно, покупали домашнюю одежду.

Источник:

[Graphic: ASOS, AO World and Ocado winners as online sales surge during UK lockdown](#)



# Цифровые продажи Масы's выросли на 53% во II кв. 2020 г.

Cnbc.com, 02.09.2020 06:55:00

/новость

В квартале, который завершился 1 августа 2020 года, цифровые продажи американской сети Масы's выросли на 53% год к году. Покупатели активно приобретали онлайн одежду для тренировок и домашний декор. Цифровые продажи составили 54% от сопоставимых продаж компании за квартал.



Чистые продажи Масы's при этом упали на 35,8%, до \$3,56 млрд с \$5,55 млрд годом ранее, но превзошли ожидания в \$3,48 млрд. Продажи в интернете и в магазинах Масы's, открытых не менее 12 месяцев, снизились на 35,1%. Аналитики ожидали снижения на 28,2%. Продажи в магазинах упали на 61%, но к началу третьего квартала падение составило уже 40%.

Источник:

[Macy's swings to a loss, but shares rise as stronger-than-expected online growth boosts sales](#)

# Whole Foods открыл первый постоянный даркстор

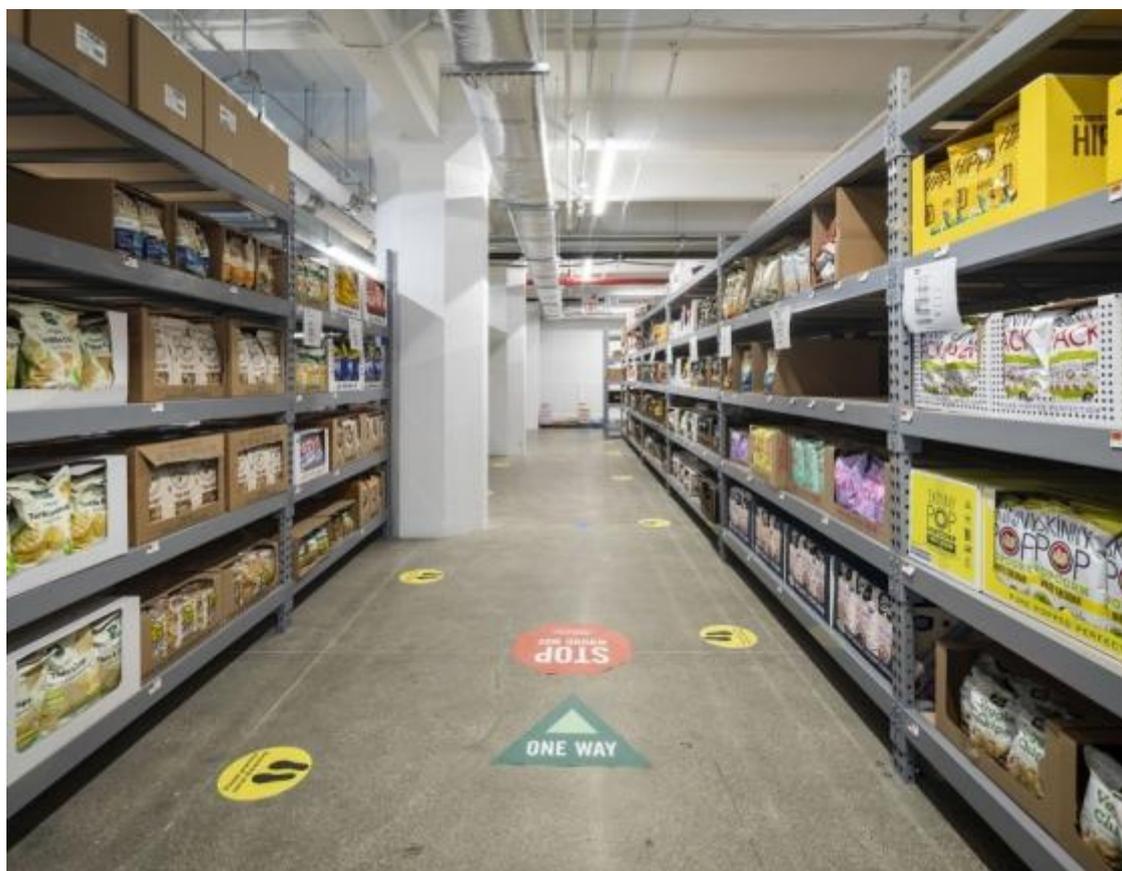
Progressivegrocer.com, 02.09.2020

/новость

Whole Foods Market (принадлежит Amazon) открыл первый постоянный даркстор для выполнения онлайн-заказов в Бруклине, Нью-Йорк.

Чтобы удовлетворить спрос на онлайн-заказы продуктов во время пандемии COVID-19, Whole Foods временно переоборудовала в дарксторы шесть магазинов. Четыре из них вернулись к обычному формату работы.

Компания наняла сотни новых сотрудников. Доставка продуктов продолжает оставаться одним из самых быстрорастущих направлений бизнеса Amazon. Во втором квартале этого года онлайн-продажи продуктов питания на площадке выросли втрое год к году.



Источник:

[Whole Foods Goes Dark in Brooklyn](#)

# Каждый пятый бытовой прибор покупают в интернете

Weforum.org, 02.09.2020

/новость

Согласно Statista Consumer Market Outlook, доля онлайн-продаж бытовой электроники и одежды растет по-прежнему быстро. Примерно каждый пятый бытовой прибор уже куплен в интернете, и ожидается, что к 2023 году эта доля вырастет до 31%.

Доля онлайн-продаж очков выражается однозначными числами. Но по прогнозам, они догонят более устоявшиеся категории к 2023 году, более чем вдвое увеличив онлайн-продажи в этом сегменте за 6 лет. Ожидается, что онлайн-продажи безрецептурных фармпрепаратов, новый рынок для электронной коммерции, будут расти почти так же быстро.

Продовольствию еще предстоит продвинуться в глобальном масштабе. Покупатели в некоторых странах уже тратят один из пяти долларов своего бюджета на продукты в интернете. Однако глобальная доля онлайн-продаж продуктов составит всего 3% от мировых продаж продуктов питания в 2023 году.



Источник:

[These products are driving the online sales boom during COVID-19](#)

# Онлайн-продажи сельхозпродукции в Китае выросли на 39,7%

Russian.cri.cn, 01.09.2020 09:33:00

/новость

По данным Министерства коммерции КНР, в первой половине 2020 года сектор eCommerce в сельских районах Китая постоянно расширялся. Объем розничных онлайн-продаж в этих районах вырос на 5% год к году, до 766,85 млрд юаней (ок. \$109,86 млрд).

В первом полугодии объемы розничных онлайн-продаж сельскохозяйственной продукции в стране увеличились на 39,7% в годовом исчислении, составив 193,77 млрд юаней (ок. \$27,8 млрд). Объемы розничных онлайн-продаж 832 бедных уездов государственного уровня выросли на 7,3%, до 68,48 млрд юаней (ок. \$9,84 млрд).



В 2019 году ведущие гиганты электронной коммерции Китая выдвинули собственные стратегии развития цифровой экономики на селе. Alibaba Group решил создать 1000 цифровых сельскохозяйственных баз. JD.com с помощью технологий искусственного интеллекта и больших данных разработал программы «Интеллектуальное свиноводство», «Создание сельскохозяйственных баз для выращивания овощных культур в воде» и т.д.

Из-за пандемии COVID-19 все больше китайских потребителей предпочитают покупать овощи, фрукты и прочую сельхозпродукцию в интернете. Объем продаж таких онлайн-площадок, как JD.com, Hema Fresh, Meituan, Dingdong, увеличился в 3 раза и более.

Источник:

[Сельская электронная коммерция играет важную роль в искоренении нищеты и реализации стратегии подъёма села Китая](#)

# Walmart запускает сервис подписки — конкурента Amazon Prime

Nytimes.com, 01.09.2020

/НОВОСТЬ

Walmart с 15 сентября запускает сервис подписки Walmart+, который может составить конкуренцию Amazon Prime. Клиенты получат бесплатную доставку тысяч товаров, включая продукты питания.

Услуга стоит \$98 в год — дешевле, чем \$119 за Amazon Prime, однако минимальная стоимость заказа для Walmart+ составит не менее \$35, в то время как у Prime нет ограничений. Walmart+ также предложит возможность платить по \$12,95 в месяц вместо годовой платы.



Многие из 160 тыс. товаров будут доставлять прямо из ближайших магазинов в дома клиентов. Компания надеется, что эта стратегия поможет сохранить свежесть продуктов и снизить их стоимость по сравнению с конкурентами. Члены Walmart+ также получат скидку 5 центов за галлон топлива на аффилированных заправочных станциях.

В отличие от Amazon Prime, сервис Walmart не будет включать стриминговые развлечения.

В июне аналитики Morgan Stanley предсказали, что до 20 млн человек смогут подписаться на новую услугу в течение нескольких месяцев после ее запуска.

Walmart планирует объявить о дополнительных льготах для членов Walmart+ в будущем. Ритейлер ожидает, что большинство заказов в рамках нового сервиса будут включать продукты.

Источник:

[Walmart Announces Membership Service in Attempt to Compete With Amazon](#)

# Amazon получил от властей США разрешение на доставку дронами

Bloomberg.com, 31.08.2020 16:00:00

/новость

Федеральное авиационное управление США (FAA) разрешило Amazon тестировать доставку товаров Prime Air по воздуху, сообщает [Bloomberg](#). Amazon и его конкурентам потребуется устранить некоторые нормативные и технические препятствия, прежде чем отправлять посылки.

Amazon пока не сообщает, где и когда будет проводиться тестирование. В прошлом году компания представила свой шестиугольный беспилотник MK27 с вертикальным взлетом и посадкой. Дрон оснащен набором умных датчиков, что позволяет приземляться, не задевая линии электропередачи и не представляя опасности для людей или домашних животных.

Помимо Amazon, разрешение FAA ранее получили Wing, дочерняя компания Alphabet Inc., и United Parcel Service Inc.



Источник:

[Amazon's Drone Delivery Fleet Hits Milestone With FAA Clearance](#)

# Каждая пятая компания Литвы хочет перейти на онлайн-торговлю

Lt.sputniknews.ru, 06.09.2020 18:05:00

/исследование

После карантина 19% компаний в Литве решили продолжать продавать только онлайн, 26% намерены развивать онлайн-продажи больше, чем физические, 47% будут развивать онлайн и офлайн в равной степени и только 7% вернуться к физическим продажам.

Во время карантина 71% литовского бизнеса столкнулся с общим спадом продаж, но каждый второй увидел скачок онлайн-продаж и прогнозирует их рост в будущем. До карантина 89% компаний торговали в интернете, а 11% респондентов начали это делать после объявления карантина, согласно исследованию, проведенному по заказу агентства по содействию развитию бизнеса Versli Lietuva.



В магазинах 55% опрошенных довольны ростом онлайн-продаж, 16% не пострадали от карантинных онлайн-продаж, а 29% заметили падение онлайн-продаж. Однако 71% респондентов сказали, что общий объем продаж упал, для 11% ничего не изменилось, а 18% отметили увеличение общего объема продаж.

Компании положительно относятся к онлайн-продажам и ожидают их роста. 26% респондентов прогнозируют, что электронная торговля после карантина вырастет на 10%, 42% ожидают роста на 10-20%, 15% прогнозируют рост от 21 до 30%, и еще 16% считают, что рост электронной торговли превысит 30%.

Предприятия, которые не вели онлайн-продажи до карантина, с большей вероятностью вернуться к физическим продажам.

Источник:

[Каждая пятая компания Литвы хочет полностью перевести продажи в онлайн](#)

## Кейс:

# AliExpress Россия открыл fashion-пространство с пунктом сдачи одежды

Rb.ru, 01.09.2020 17:15:00

/кейс

AliExpress Россия открыл в центре Москвы по адресу Петровка, 15 пространство, где представлены витрины с готовыми модными образами не дороже 5000 руб. За витринами будет установлен рейл с готовыми решениями, собранными стилистами. Вещи можно будет рассмотреть на месте, понравившиеся приобрести онлайн.

Пространство также будет действовать как пункт приема ненужной одежды в хорошем состоянии (совместно с сервисом по вывозу вещей Svalka). Оно будет работать до 13 сентября.

Первые 100 человек, сдавших не менее пяти вещей, получают от AliExpress промокод на 5000 руб. AliExpress впервые проводит инициативу, посвященную осознанному потреблению, и намерен развивать это направление в будущем.

Помимо витрины на Петровке появилась наружная реклама и постеры с шестью модными образами от AliExpress. Лицом кампании стала певица и актриса Женя Борзых. Внутри маркетплейса создан [раздел](#) с готовыми модными образами до 5000 руб.

Цель рекламной кампании AliExpress — показать доступность модной одежды на маркетплейсе и продемонстрировать широту ассортимента.

Источник:

[«AliExpress Россия» открыла пространство в Москве с fashion-витриной и пунктом сдачи одежды](#)



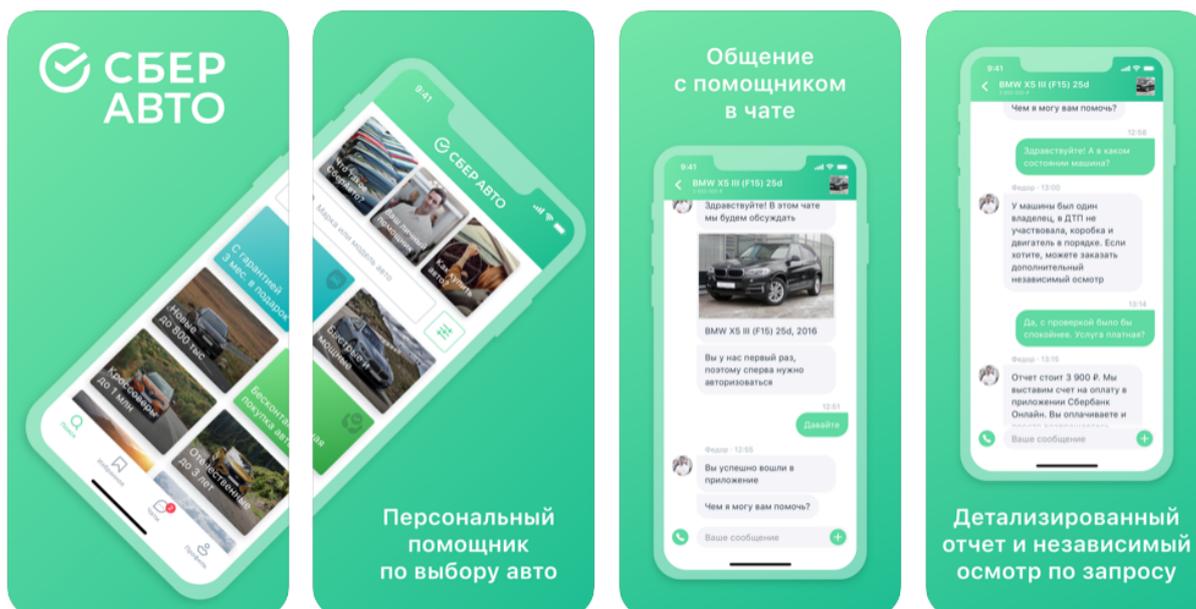
# Сберавто запустил безопасные онлайн-продажи автомобилей от физлиц

New-retail.ru, 03.09.2020 14:45:00

/кейс

Маркетплейс Сберавто (входит в экосистему Сбербанка) первым в России предложил безопасную онлайн-продажу и покупку автомобилей между физическими лицами с использованием Сбербанк ID.

Пользователи приложения могут разместить объявление о продаже в любом городе России, покупатели — провести удаленный осмотр, оформить документы и полностью оплатить автомобиль. Сберавто выступит гарантом безопасной сделки. Оплатить автомобиль можно в приложении, при этом продавец получит деньги после того, как новый владелец поставит автомобиль на учет в установленный срок.



Все автомобили и объявления проходят проверку. Каждый покупатель может получить детальный отчет о проверке автомобиля у персонального менеджера. Он также ответит на все вопросы, поможет заказать удаленный осмотр автомобиля и провести оценку состояния по 250 параметрам, провести сделку купли-продажи онлайн, оформит доставку автомобиля в город покупателя.

Источник:

[Сберавто запускает онлайн-продажи автомобилей с пробегом от частных лиц](#)

# Крупнейшие аукционы ушли в онлайн

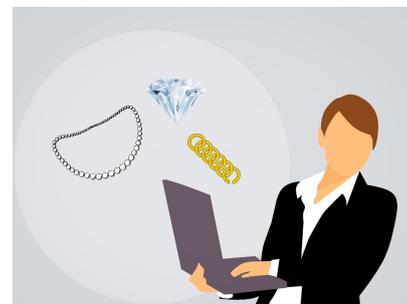
Ft.com, 05.09.2020

/кейс

Пандемия коронавируса изменила представления об аукционах часов и ювелирных изделий, [пишет](#) Financial Times. Ранее многие полагали, что для онлайн-продаж существует потолок цен. Но аукционные дома были вынуждены сосредоточить свои усилия в интернете, и были установлены мировые рекорды цен, в результате чего дома изменили свои бизнес-планы.

До пандемии на онлайн-продажи приходилось только 5% ювелирных аукционов Bonhams. Однако ожидается, что они станут «неотъемлемой частью» календаря продаж в 2021 году.

Christie's уже проводит онлайн-аукционы в стиле eBay в большом количестве регионов. Цель — проводить в интернете не менее 50% аукционов группы предметов роскоши (ювелирных изделий, часов, вина, сумок и кроссовок) и до двух третей в определенных категориях. До коронавируса эта цифра составляла от 38% до 40%.



Показатели сквозных продаж предметов роскоши в период с апреля по июль колебались от 84% до 97% по сравнению с 81% за весь 2019 год. При этом 29% покупателей были новичками Christie's, а 27% — существующими клиентами.

Christie's установил мировой рекорд по продаже драгоценного камня на онлайн-аукционе, когда в июне алмаз весом 28,86 карата был продан за \$2 115 000.

В июле Sotheby's побил собственный мировой рекорд, когда на онлайн-аукционе были проданы часы John Player Special Rolex Daytona 1960-х годов за £1 215 000. До пандемии аукционный дом предполагал, что ценовой потолок онлайн-продаж составляет около \$50 000. С 1 января по 31 июля Sotheby's провел 48 онлайн-продаж часов, что принесло \$28 млн по сравнению с \$9 млн и 14 продажами за весь 2019 год.

Sotheby's запустил еженедельные онлайн-аукционы в Гонконге в апреле в связи с коронавирусом. В мае Sotheby's Watches Weekly стартовал в Женеве и Нью-Йорке, а в июле — в Лондоне. Компания вложила средства в дополнительные фотографии, видеоконтент и изображения, вращающиеся на 360 градусов; цифровой маркетинг и рекламу, а также функцию чата, соединяющего клиентов со специалистами. Средняя стоимость онлайн-лота в июле составила \$28 000 против \$10 000 годом ранее.

Источник:

[Online sales success shines a light in the gloom of luxury auctions](#)

# О мониторинге

---

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

# Контакты

---

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на [editor@datainsight.ru](mailto:editor@datainsight.ru) или звоните +7 (495) 540 59 06.

## О компании

---

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.