

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2020 / № 39

28 Сентября 2020 - 04 Октября 2020

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

igooods доставит электронику из гипермаркетов

Ozon готовится к IPO в США

«220 Вольт» начал выдавать заказы на АЗС «Газпромнефть»

Магазин «Сима-ленд» появился на AliExpress

Lamoda запустила услугу онлайн-подбора гардероба со стилистом

Ozon запускает ежедневные видеостримы о брендах и товарах

Delivery Club и «Все аптеки» запустили доставку лекарств

Яндекс.Еда начала сотрудничать с «Магнитом» и «Магнолией»

Среднесуточный оборот онлайн-торговли в Москве на начало сентября вырос на 21,5%

Яндекс.Лавка тестирует платную доставку небольших заказов при повышенном спросе

Выручка «Холодильник.ру» выросла на 42% в первом полугодии 2020 г.

AliExpress Россия разместит виртуальные киоски на сайтах Mail.ru Group

Буркхард Биндер будет развивать fashion-направление AliExpress Россия

ТОП1000 российских интернет-магазинов

#### **Весь мир:**

E-commerce Германии: 5 крупнейших компаний приносят 47% выручки топ-100

Доля онлайн-торговли в товарообороте Беларуси составит 6,5-7% в 2020 г.

H&M закрывает 250 магазинов и сфокусируется на онлайн

Google Shopping не привлекает продавцов, несмотря на нулевую комиссию

Costco за год нарастил онлайн-продажи почти на 50%

Rakuten закрывает маркетплейс в Германии

Правительство Китая помогает развивать e-commerce

Salesforce: почти треть праздничных продаж в США произойдет онлайн

43% потребителей в США будут делать праздничные покупки только онлайн

## Россия:

# igooods доставит электронику из гипермаркетов

Retail.ru, 02.10.2020 15:21:00

/новость

В сервисе доставки igooods стала доступна новая категория товаров — электроника. Сроки доставки заказа с учетом сборки составят 90 минут. Услуга пока в стадии тестирования, но уже доступна всем пользователям igooods.

## *igooods*

Ожидается, что техника войдет в каждый 50-й заказ. За счет этого средний чек вырастет на 5%, оборот сервиса — на 5%. Доставка электроники сейчас доступна из торговых сетей Selgros, «Ашан», Metro. Клиенты при получении заказа смогут проверить работоспособность товара и в случае его неисправности вернуть.

«Доставка электроники из гипермаркетов сможет по скорости конкурировать с Ozon, Wildberries, "М.Видео-Эльдорадо"», — отметил управляющий и сооснователь сервиса igooods Григорий Кунис.

Источник:

[Сервис igooods запустил доставку электроники из гипермаркетов](#)

# Оzon готовится к IPO в США

Corporate.ozon.ru, 02.10.2020

/новость

Оzon готовится к первичному публичному размещению (IPO) в США. Компания представила проект заявления в Комиссию по ценным бумагам и биржам США (SEC).

## OZON

«Ozon конфиденциально представила проект заявления о регистрации по форме F-1 в Комиссию по ценным бумагам и биржам ("SEC") в отношении предлагаемого первичного публичного размещения своих обыкновенных акций», — говорится в сообщении.

Количество размещаемых акций и ценовой диапазон предлагаемого размещения еще не определены. Ожидается, что IPO состоится после того, как SEC завершит процесс проверки, с учетом рыночных и других условий.

Источник:

[Ozon has submitted a draft registration statement on Form F-1 to the SEC](#)

# «220 Вольт» начал выдавать заказы на АЗС «Газпромнефть»

Kommersant.ru, 02.10.2020

/новость

«220 Вольт» начал использовать АЗС «Газпромнефть» в Москве и Санкт-Петербурге в качестве пунктов выдачи заказов, сообщает [«Коммерсантъ»](#). В проекте участвуют 40 заправок, партнеры уже планируют расширение зоны доставки.

Доставку можно оформить в мобильном приложении сети АЗС, где представлено около 100 позиций. Интеграция товара в интерактивную систему топливной компании происходит в формате маркетплейса. Обслуживать пункты выдачи будут сотрудники АЗС, доставка заказа займет до трех дней.

Благодаря сотрудничеству сеть АЗС повысит нетопливные доходы, а «220 Вольт» получит доступ к клиентской аудитории приложения (1,8 млн человек ежемесячно). Потребители топлива и клиенты ритейлера представляют собой одну целевую аудиторию, отметил управляющий партнер «220 Вольт» Алексей Федоров.

В России форматы, ориентированные на автомобилистов, долгое время не получали развития, но в последнее время ситуация начинает меняться, указывает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. К примеру, в этом году «Утконос» начал доставлять заказы на станции Shell.

По словам гендиректора PickPoint Надежды Романовой, потребителям сложно синхронизировать даты заправки автомобиля и получения заказа. Тестирование работы постаматов на заправках показало, что их загрузка на 25-30% ниже, чем у аналогичных точек в сетевом ритейле.

Источник:

[К заправкам подключат «220 Вольт»](#)



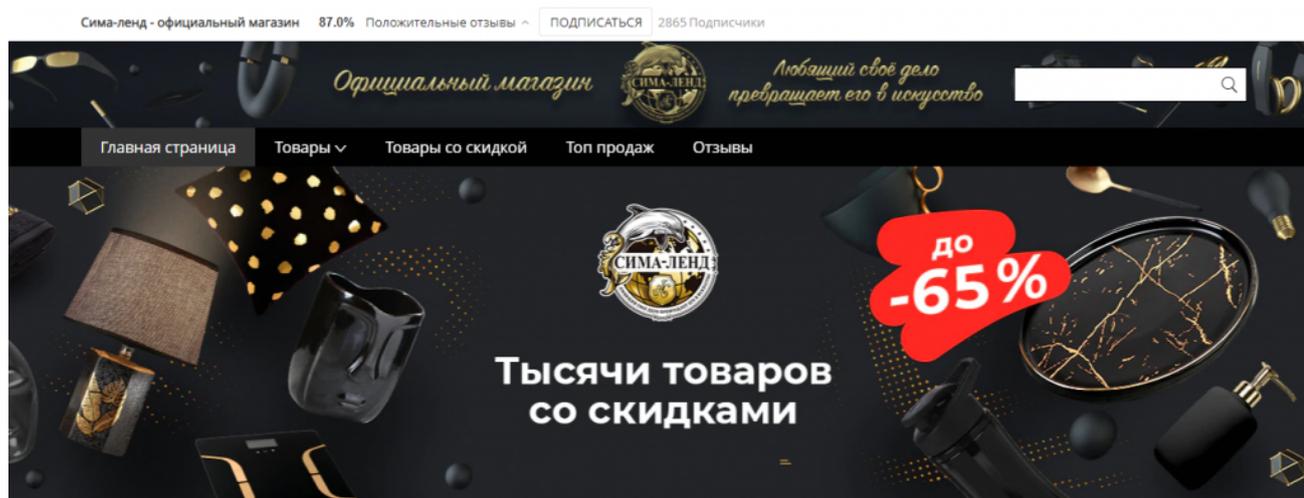
# Магазин «Сима-ленд» появился на AliExpress

New-retail.ru, 02.10.2020 12:30:00

/новость

На AliExpress запущен официальный магазин торговой компании из Екатеринбурга «Сима-ленд», которая по итогам 2019 года занимала 15-е место среди ТОП-100 крупнейших интернет-магазинов России по версии агентства Data Insight.

В ассортименте «Сима-ленд» — более 1 млн товаров из России, Китая и стран Европы. Первое время в магазине на AliExpress будет представлено около 60 тыс. товаров для дома, спортивных товаров, а также игрушек и товаров для мам и малышей.



Доставка займет от 1 до 14 дней, ее стоимость — от 0 до 199 руб. в пункты выдачи заказов и от 0 до 399 руб. — курьером до двери, в зависимости от суммы заказа и региона. Интернет-магазин будет пользоваться услугой дропшипинга, которая позволяет продавцам из регионов сокращать затраты на последнюю милю до 50%.

Ассортимент товаров для дома в магазинах российских продавцов AliExpress превышает 500 тыс. товаров.

Источник:

[«Сима-ленд» вышел на AliExpress](#)

# Lamoda запустила услугу онлайн-подбора гардероба со стилистом

Retail-loyalty.org, 01.10.2020 12:25:00

/новость

Lamoda начала тестирование нового [сервиса](#) «Стилист», который поможет пользователям подобрать индивидуальный гардероб онлайн вместе с профессиональным стилистом.

Клиенту нужно заполнить анкету с подробной информацией о себе, своих предпочтениях и ожиданиях от нового гардероба. Стоимость услуги — 1490 руб. Услуга доступна для всех посетителей сайта в десктопной и мобильной версиях в России.

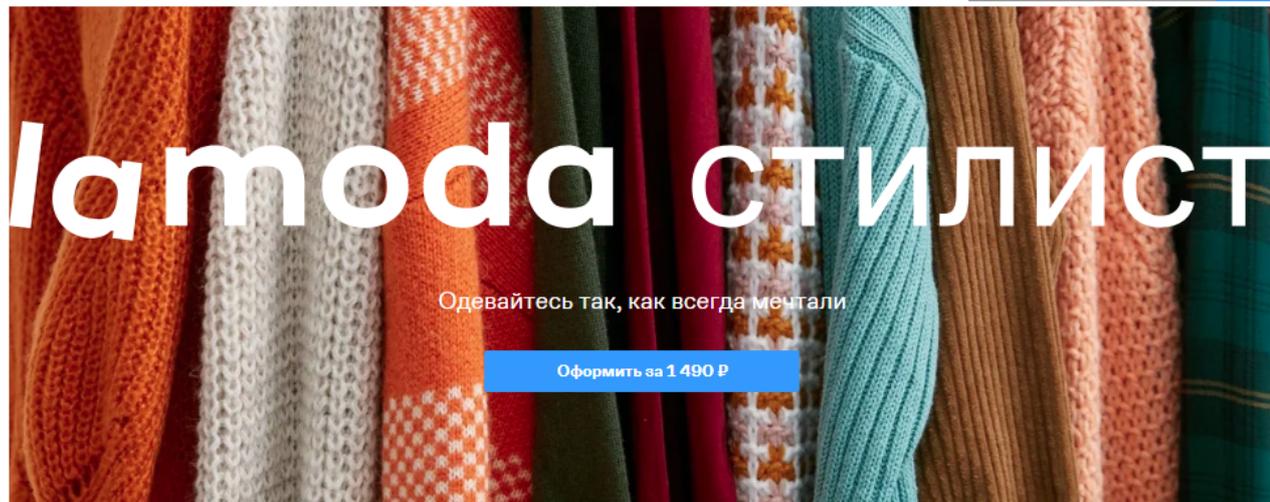
[Женщинам](#) [Мужчинам](#) [Детям](#)

**lamoda**

[Войти](#) [Корзина](#)

[Образы](#) [Новинки](#) [Одежда](#) [Обувь](#) [Аксессуары](#) [Бренды](#) [Premium](#) [Спорт](#) [Красота](#) [Дом](#) [Тренды](#) [Sale%](#)

Поиск



Один из стилистов команды Lamoda связывается с клиентом в выбранном мессенджере или по электронной почте и в течение двух дней присылает подборку из десяти вещей из каталога Lamoda и презентацию с образами, которые можно из них составить. Если подборка не соответствует ожиданиям пользователя, стилист ее отредактирует.

Если подборка понравилась, можно оформить заказ и получить онлайн-консультацию стилиста во время примерки. Клиент может выкупить любое количество вещей из предложенной подборки.

Источник:

[Lamoda запустила услугу онлайн-подбора гардероба](#)

# Ozon запускает ежедневные видеостримы о брендах и товарах

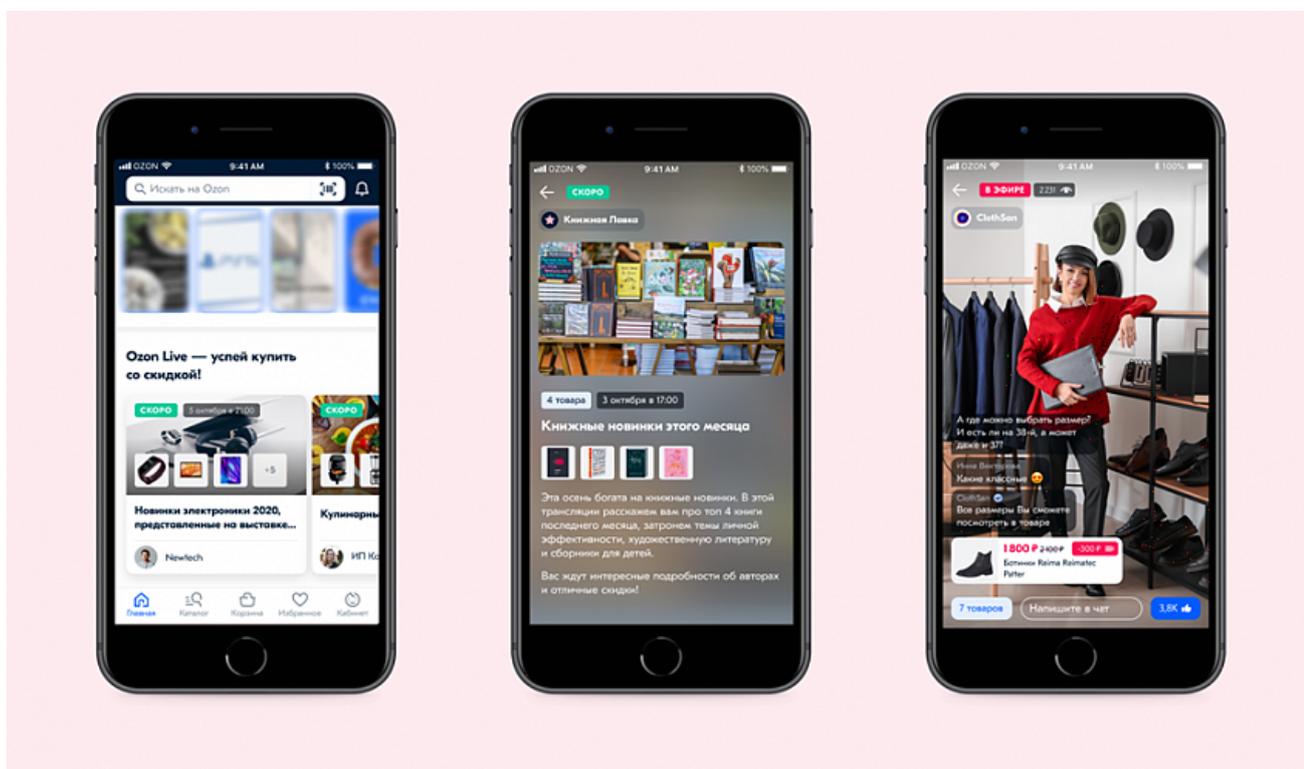
E-reppor.ru, 01.10.2020

/новость

Ozon запускает в режиме «магазина на диване» ежедневные видеостримы о брендах и товарах. До конца года стриминг станет доступен более чем 13 тыс. продавцам Ozon.

Передачи можно смотреть в мобильном приложении Ozon с 30 сентября каждый будний день. Они будут длиться 2 часа. Эфиры посвящены как отдельным товарам, так и целым товарным категориям. В стримах принимают участие ведущие и эксперты, представители брендов, продавцы маркетплейса. Пользователи Ozon смогут задать вопрос стримеру и сразу получить ответ, а также приобрести товар из прямого эфира со скидкой.

Первые стримы посвящены товарам для фитнеса, кухонным гаджетам и категории «Красота и здоровье». Позже записи станут частью карточек товаров. В компании говорят, что наличие видеоконтента в карточке позволяет повысить конверсию в продажи более чем на 20%.



Источник:

[Ozon запускает "магазин на диване"](#)

# Delivery Club и «Все аптеки» запустили доставку лекарств

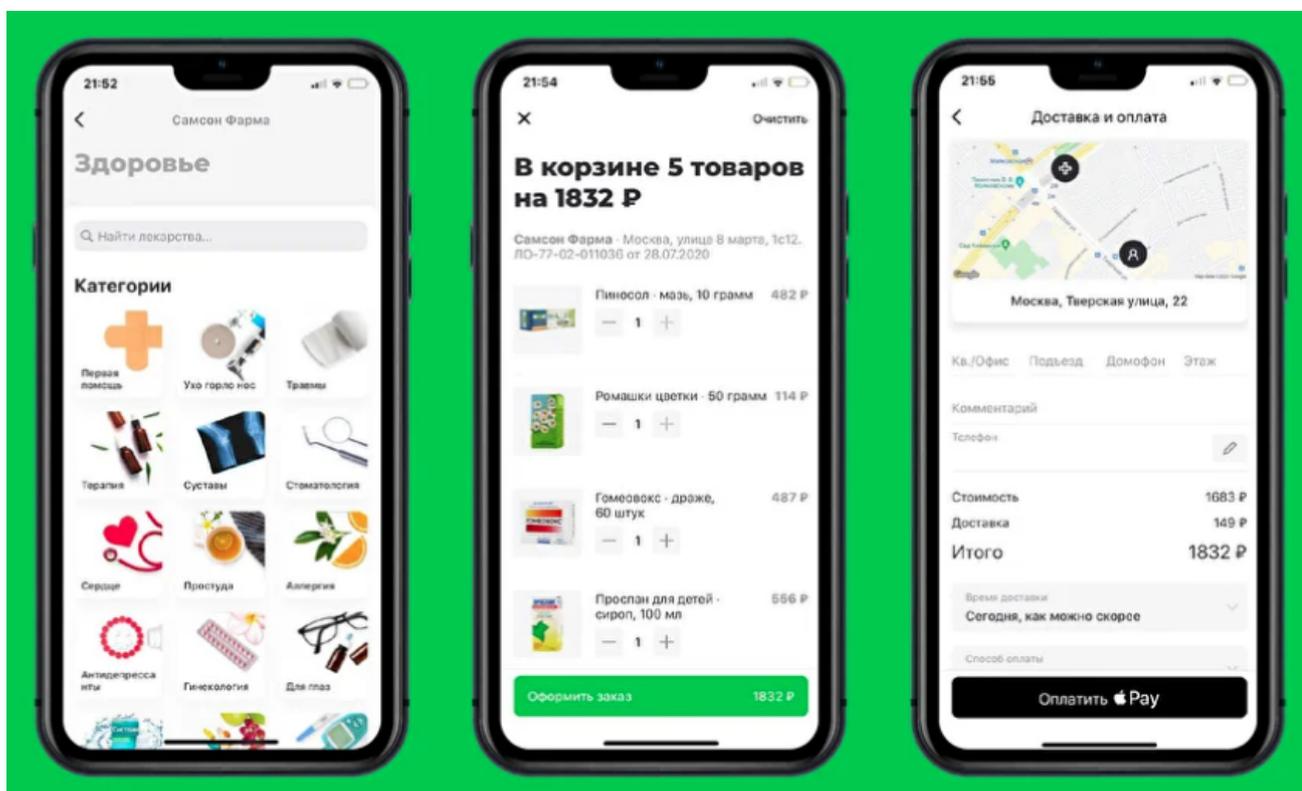
Dc-club.tilda.ws, 01.10.2020

/новость

Сервис доставки готовой еды в России Delivery Club совместно с сервисом «Все аптеки» начали тестировать доставку лекарств из аптек. «Все аптеки» агрегирует более 30 тыс. аптек по всей России и выступает техническим партнером проекта.

На тестовом этапе доставка будет доступна в Москве и Санкт-Петербурге из аптечных сетей «Доктор Столетов», «Озерки», «Самсон Фарма» и Superapteka. В дальнейшем география проекта и количество аптечных сетей могут быть расширены.

Доставку заказов из аптек будут осуществлять курьеры Delivery Club. Среднее время — от 30 минут, стоимость — 149 руб. Delivery Club доставляет только нерецептурные препараты, не требующие особых условий хранения, и сопутствующие товары — всего около 2500 товарных наименований в зависимости от каждой конкретной аптеки. Все заказы доставляются в отдельных запечатанных пакетах.



Источник:

[Delivery Club и «Все аптеки» запустили доставку лекарств из аптек](#)

# Яндекс.Еда начала сотрудничать с «Магнитом» и «Магнолией»

Retail.ru, 30.09.2020

/новость

«Магнит» и Яндекс.Еда тестируют совместный проект по доставке продуктов питания из 10 магазинов «у дома» в Ростове-на-Дону. Клиентам доступны почти 5000 наименований товаров, среднее время доставки — 35 минут. Заказы доставляют бесконтактным способом в радиусе 3 км от магазина.

По итогам пилотирования планируется поэтапно подключать торговые точки по всей географии сервиса и розничной сети. Ограничений по сумме заказа и количеству позиций нет, цены аналогичны магазинным. Собирают заказы специалисты, обученные Яндекс.Едой, в дальнейшем это будут делать также работники «Магнита».

Яндекс  Еда

Проект с Яндекс.Едой — один из ключевых в направлении развития омниканальности для «Магнита».

Сеть «Магнолия» стала шестым федеральным партнером Яндекс.Еды по доставке продуктов. Это повысит доступность сервиса для жителей центральных районов Москвы, заказать продукты также могут жители Юго-Запада.

До конца этого года к Яндекс.Еде подключатся остальные магазины сети, в том числе в Московской области. За сборку товаров в магазинах и их доставку отвечают специально обученные Яндекс.Едой «мастера покупок». Покупки доставят в течение часа.

Источник:

[«Магнит» и «Яндекс. Еда» стали партнерами](#)  
[«Яндекс. Еда» начала сотрудничать с «Магнолией»](#)

# Среднесуточный оборот онлайн-торговли в Москве на начало сентября вырос на 21,5%

Tass.ru, 30.09.2020 14:22:00

/НОВОСТЬ

В Москве на конец августа — начало сентября общий рост среднесуточного оборота розничной онлайн-торговли превысил показатель 2019 года на 21,5%, сообщает ТАСС со ссылкой на пресс-службу столичного комплекса экономической политики и имущественно-земельных отношений.

За неделю среднесуточный оборот непродовольственной онлайн-торговли составлял 30,5 млрд руб., что превышает показатель среднего значения за 2019 год на 49,6%.

По данным АКИТ, за первые полгода 2020 года оборот российской онлайн-торговли составил 1,65 трлн руб. — на 400 млрд руб. меньше, чем за весь 2019 год. Москва занимает 29,2% от российского объема. В 2019 году доля онлайн-торговли в столице составила 4,3% против 3,2% годом ранее. С начала 2020 года объем электронной торговли в Москве вырос в 3,5 раза.



По данным НАФИ, в период самоизоляции 67% покупателей заказывали продукты и непродовольственные товары онлайн. При этом сегмент онлайн-покупателей на 50% состоит из тех, кто и до карантина заказывал товары через интернет, а на 50% — из перешедших на онлайн-покупки по причине самоизоляции. Готовы продолжать заказывать товары на дом и после отмены карантина 71% онлайн-покупателей.

Источник:

Среднесуточный оборот онлайн-торговли на начало сентября в Москве вырос на 21,5%

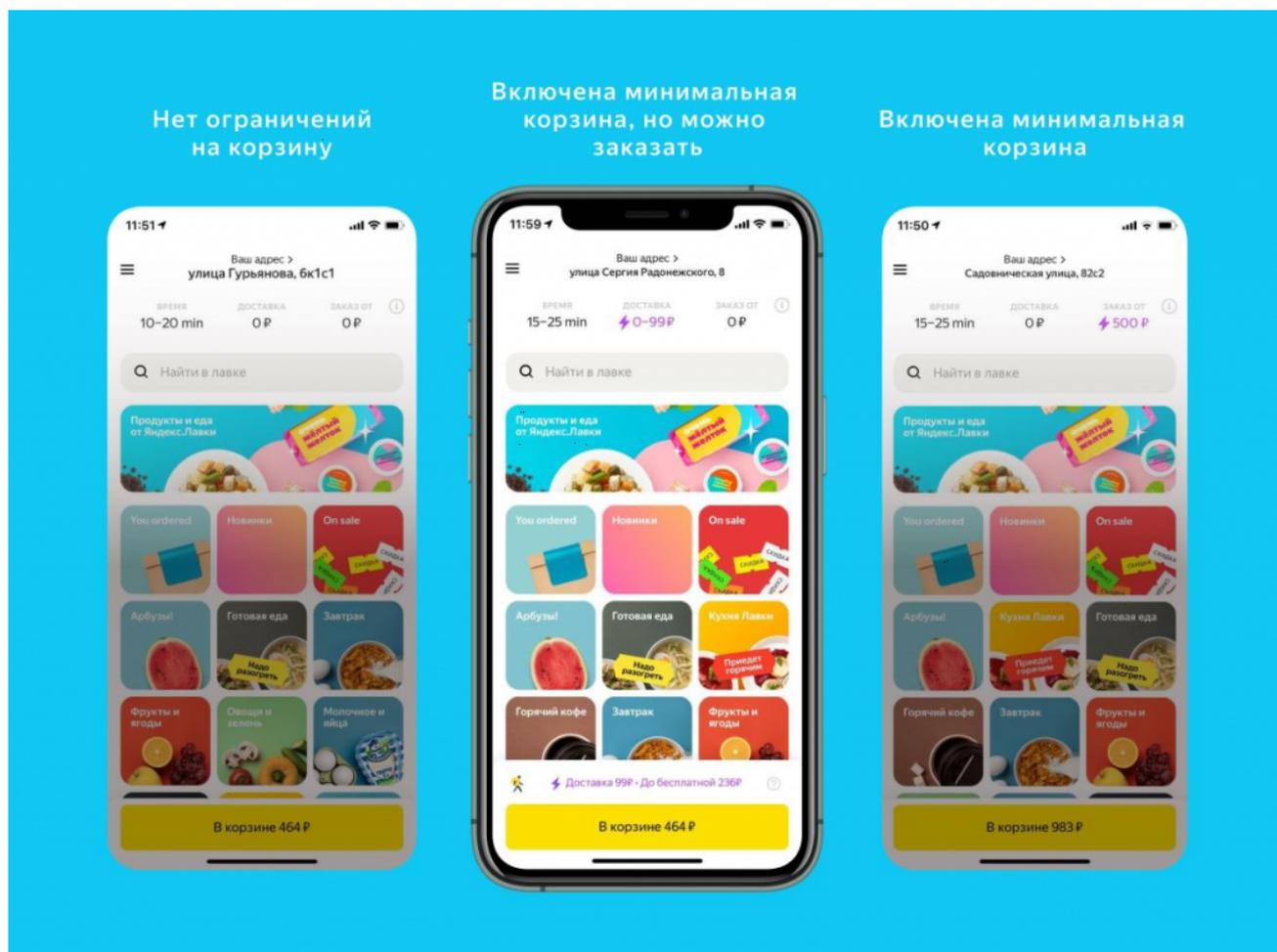
# Яндекс.Лавка тестирует платную доставку небольших заказов при повышенном спросе

Vc.ru, 29.09.2020 15:31:00

/НОВОСТЬ

Яндекс.Лавка тестирует в нескольких районах Москвы платную доставку для заказов меньше минимальной суммы во время повышенного спроса. Если клиент доберет до минимальной корзины, доставка остается бесплатной, [пишет](#) в Facebook руководитель сервиса Илья Красильщик.

Ранее доставку из Лавки во время повышенного спроса можно было оформить с минимальной корзиной. В марте Яндекс.Лавка временно отменяла платную доставку на время «карантина».



Источник:

«Яндекс.Лавка» начала тестировать в Москве платную доставку для заказов меньше минимальной суммы при повышенном спросе

# Выручка «Холодильник.ру» выросла на 42% в первом полугодии 2020 г.

E-reppor.ru, 29.09.2020

/новость

Общая выручка интернет-магазина «Холодильник.ру» в первом полугодии 2020 года выросла на 42% год к году, превысив 9 млрд руб. По данным РСБУ, прибыль от продаж составила 134 млн руб. — на 34% выше, чем годом ранее.

**HOLODILNIK.RU**  
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

В марте количество транзакций на сайте «Холодильник.ру» выросло на 93% по сравнению с мартом 2019 года, в апреле — на 74%. За январь-июнь число посетителей превысило рекордные 9 млн человек, а количество транзакций составило более 145 000.

Средний чек достиг 26 400 руб. против 25 900 руб. в первом полугодии 2019 года.

Источник:

["Холодильник.ру"](#) поставил рекорд роста

# AliExpress Россия разместит виртуальные киоски на сайтах Mail.ru Group

Corp.mail.ru, 29.09.2020

/новость

AliExpress Россия и Mail.ru Group запустили виртуальные киоски товаров — виджет-витрины, которые позволяют прямо на сайтах медиапроектов Mail.ru Group выбирать товары AliExpress из 500 категорий. В специальной карусели будут отображаться популярные, новые или релевантные для статьи товары.



Киоски ранжируют более 77 млн товаров из аффилиатной программы AliExpress по гибким настройкам и предлагают покупателю оптимальный список в контексте запроса страницы. Аффилиатная программа построена по модели оплаты продавцом комиссии за продажи. API выдает товары по ключевым словам и другим параметрам: цена, рейтинг, популярность.

Виртуальные киоски уже представлены на сайте проекта Hi-Tech Mail.ru, а в ближайшее время будут реализованы во всех медиапроектах Mail.ru Group (Авто, Леди, Дети и т.д.).

Источник:

[AliExpress Россия и Mail.ru Group запустили виртуальные киоски товаров](#)

# Буркхард Биндер будет развивать fashion-направление AliExpress Россия

Т.ме, 28.09.2020 13:46:00

/новость

Сооснователь и бывший гендиректор Lamoda Буркхард Биндер назначен вице-президентом по развитию fashion-направления AliExpress Россия. Его основной задачей станет развитие локального fashion-бизнеса компании.

На AliExpress сильно изменился ассортимент модных товаров: на площадке можно найти предложения от молодых российских дизайнеров и одежду для повседневной жизни. «Однако в ближайшее время мы намерены совершить качественный скачок, закрепив в сознании покупателей представление, что AliExpress — лучшее место для покупки качественной и модной одежды», — прокомментировал Буркхард Биндер.

Аналитики платформы **выяснили**, что интерес пользователей к товарам российских брендов из fashion-категории в третьем квартале 2020 года вырос на 35% по сравнению со вторым кварталом. Спрос на товары из категории fashion, включая товары из Китая, вырос на 10%.

В связи с высоким спросом на модные товары из России AliExpress объявил о сотрудничестве с семью российскими дизайнерами. Вместе с ними созданы лимитированные коллекции одежды и обуви, которые будут продаваться эксклюзивно на AliExpress с 3 октября.

Источник:

[Буркхард Биндер стал вице-президентом AliExpress Россия с фокусом на развитие fashion AliExpress: спрос на российские fashion-товары вырос на 35%](#)



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:

# Е-commerce Германии: 5 крупнейших компаний приносят 47% выручки топ-100

Ecommercenews.eu, 02.10.2020

/НОВОСТЬ

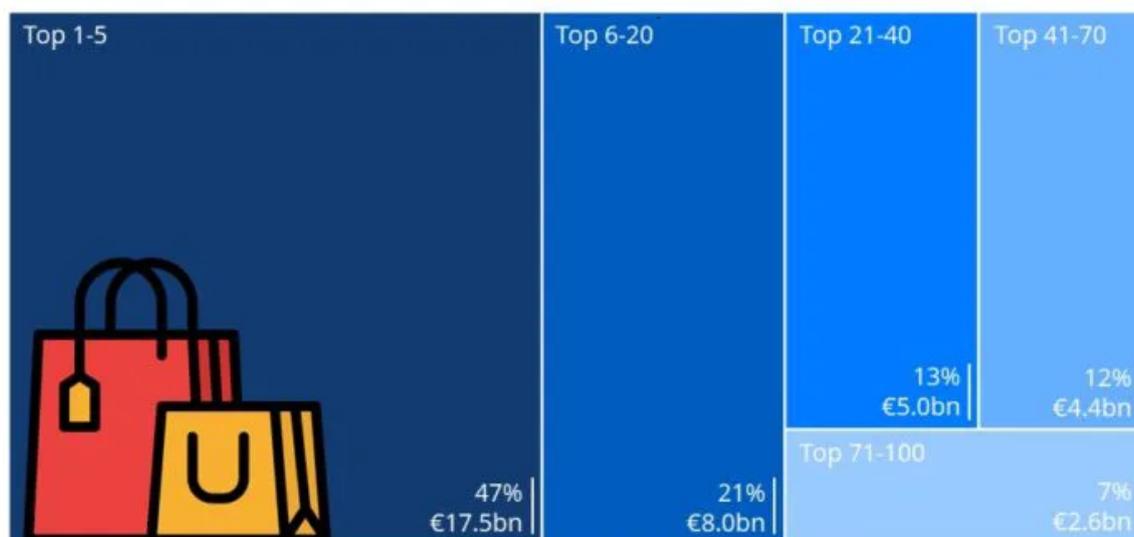
Почти половина (47%) всей выручки 100 ведущих интернет-магазинов Германии приходится на пять крупнейших игроков электронной коммерции: Amazon, Otto, Zalando, Media Markt и Notebooksbilliger.

Общая выручка «большой пятерки» составляет 17,5 млрд евро, из которых 10,5 млрд евро приносит Amazon.de, 3,4 млрд евро — Otto, 1,6 млрд евро — Zalando.

На ритейлеров с 6 по 20 место приходится 21% продаж — 8 млрд евро.

## The top 5 account for 47% of all revenue generated by the top 100

Distribution of net revenue of the top 100 online stores in Germany in 2019<sup>1</sup>



1: Revenue information based on company survey and Statista estimates, Source: Statista/EHI – E-Commerce Markt Deutschland 2020



Источник:

German ecommerce: top 5 accounts for 47% of top 100's revenue

# Доля онлайн-торговли в товарообороте Беларуси составит 6,5-7% в 2020 г.

Аpot.by, 01.10.2020

/НОВОСТЬ

Ассоциация предприятий онлайн-торговли Беларуси (АПОТ) отмечает, что количество заказов в интернет-магазинах резко увеличивается именно после существенного роста выявленных случаев заражения COVID-19. Доля безналичных денег в оплате за товар, приобретенный в интернет-магазине, превалирует.

По данным Белстата, в Республике Беларусь доля онлайн-торговли за 2018 год составила 3,7%, за 2019 год — 4,1%. АПОТ прогнозирует, что по итогам 2020 года доля товаров, реализуемых через интернет-магазины, может составить 6,5-7%.

По состоянию на конец сентября в Торговом реестре Беларуси зарегистрировано 24 765 интернет-магазинов — рост г/г составил 12,5%. Из них 92,6% торгуют непродовольственными товарами и лишь 3,3% — продовольственными.



Источник:

**АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПО РАЗВИТИЮ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ  
АПОТ: ПОТРЕБИТЕЛИ ЧЕТКО РЕАГИРУЮТ НА АКТИВНОСТЬ РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
КОРОНАВИРУСА**

# Н&М закрывает 250 магазинов и сфокусируется на онлайн

Businessinsider.com, 01.10.2020 04:32:00

/новость

К 2021 году второй в мире fashion-ритейлер Н&М сократит свою сеть на 250 магазинов и больше сосредоточится на онлайн-продажах.

В период с июня по август прибыль компании до вычета налогов сократилась более чем вдвое год к году, хотя и превысила ожидания аналитиков в 10 раз. В марте-мае продажи сократились вдвое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, но начали стабилизироваться в течение следующих трех месяцев. Чистый объем продаж в третьем квартале снизился всего на 16% по сравнению с 2019 годом и составил \$5,7 млрд.



Но продажи восстанавливаются, поскольку магазины возвращаются к работе. По данным компании, общий объем продаж в сентябре снизился всего на 5% по сравнению с тем же месяцем прошлого года.

Н&М продолжает выходить на новые онлайн-рынки и планирует запустить онлайн-продажи в Австралии к концу этого года. Онлайн-продажи компании выросли примерно на треть во втором квартале, и теперь составляют около четверти всех продаж.

Группа Н&М наращивает темпы своей трансформации, инвестируя в цифровые технологии, оптимизируя портфель магазинов, интегрируя каналы.

Источник:

[H&M will close 250 stores next year to focus on online sales as profits fall](#)

# Google Shopping не привлекает продавцов, несмотря на нулевую комиссию

Marketplacepulse.com, 30.09.2020

/новость

В июле Google снизил комиссионные до нуля, чтобы привлечь продавцов и расширить ассортимент своего маркетплейса. Спустя два месяца заметного увеличения количества продавцов не наблюдается.

В сентябре, рекордном месяце, к маркетплейсу Buy on Google присоединились почти 800 новых продавцов. Однако в августе притока селлеров почти не было.



Google также объявил, что начнет поддерживать товарные фиды, которые продавцы используют для загрузки каталога на Amazon, чтобы облегчить им выход на Buy on Google. Но количество продавцов Amazon на Google не выросло.

Buy on Google — это маркетплейс внутри Google Shopping, который позволяет покупателям оформлять заказ, не покидая Google. Покупатели находят товары, переходя непосредственно на вкладку «Покупки», используя приложение Google Shopping или просматривая объявления в Поиске.

Это единственная торговая площадка в США с нулевой комиссией — на других она составляет от 5% до 15%. Однако немногие клиенты знают о Google Shopping, не говоря уже о Buy on Google. Среди продавцов также немногие использовали его для совершения покупок.

Источник:

[Google Shopping Is Not Attracting Sellers Despite 0% Fees](#)

# Costco за год нарастил онлайн-продажи почти на 50%

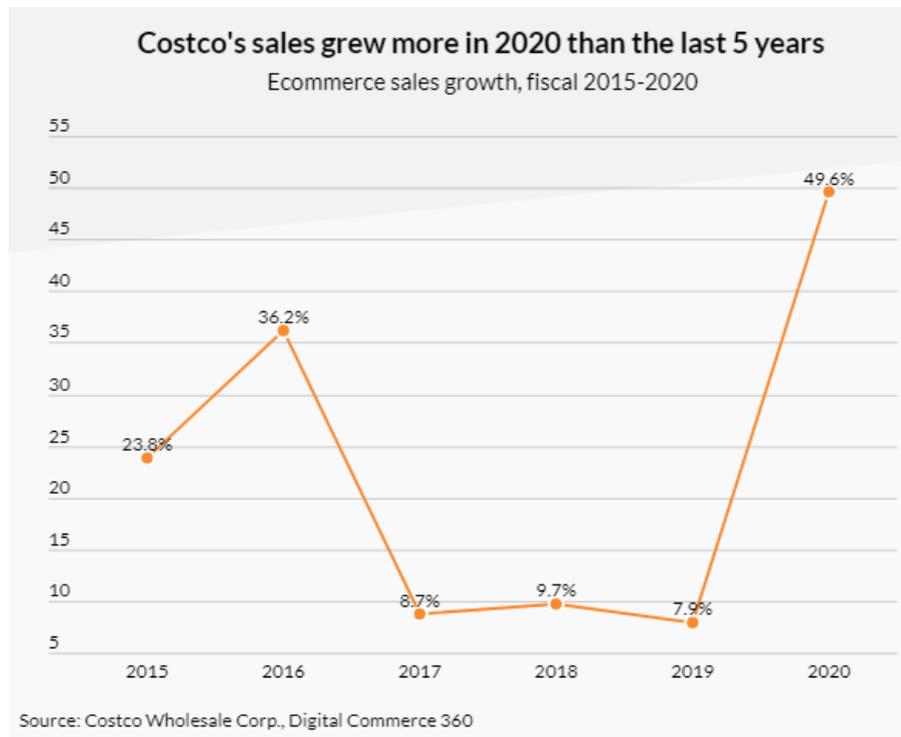
Digitalcommerce360.com, 28.09.2020

/новость

Онлайн-продажи американской сети складов самообслуживания клубного типа Costco выросли на 49,5% за последние 12 месяцев, закончившихся 30 августа (финансовый год).

В течение четвертого квартала электронная торговля ускорилась на 90,6% — быстрее, чем рост на 64,5% в годовом исчислении в третьем финансовом квартале, завершившемся 10 мая.

Для сравнения, продажи компании через интернет выросли на 7,9% в 2019 финансовом году и на 9,7% в 2018 финансовом году.



Источник:

[Costco's online sales jump 50% in fiscal year 2020](#)

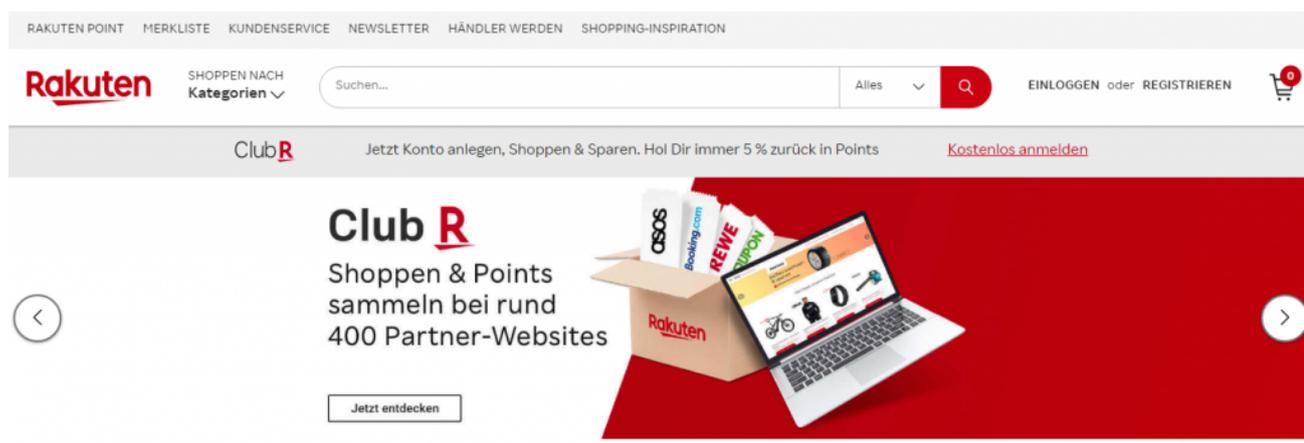
# Rakuten закрывает маркетплейс в Германии

Ecommercenews.eu, 28.09.2020

/новость

Онлайн-площадка Rakuten.de больше не принимает новые заказы и закроется 15 октября из-за проблем с достижением «соответствующего присутствия на рынке».

Японская компания работает в Германии более десяти лет и сумела войти в пятерку крупнейших маркетплейсов страны. Rakuten переключит свою бизнес-модель на открытую платформу электронной коммерции Club R. Эта концепция похожа на клуб онлайн-покупок, где встречаются дилеры и покупатели. Компания делает то же самое в Великобритании и Испании.



В Club R клиенты могут искать продукты от сотен розничных продавцов и брендов и собирать баллы Rakuten, которые можно обменять на фильмы (на Rakuten TV), кредиты на покупки у крупных брендов и многое другое.

В Германии на Rakuten.de зарегистрировано около 5500 розничных продавцов. Две недели назад у площадки насчитывалось 4,5 млн активных пользователей.

Источник:

[Rakuten Germany closes its doors](#)

# Правительство Китая помогает развивать e-commerce

Bangkokpost.com, 28.09.2020 12:30:00

/новость

Правительство Китая готовится ускорить рост сектора электронной торговли, создав 15 новых национальных демонстрационных баз. Это отраслевые кластеры для eCommerce-компаний и инкубационные платформы, необходимые для ускорения развития сектора.

В прошлом году в Китае насчитывалось 112 национальных демонстрационных баз электронной торговли, объем транзакций достиг 5,37 трлн юаней (\$790 млрд), что на 21,6% больше, чем за год до этого. Базы помогли облегчить создание или расширение 58 000 eCommerce-компаний и связанных с ними компаний, в которых работает около 1,2 млн человек. Теперь общее количество увеличится до 127 по всей стране, в основном в восточном и юго-восточном Китае, где лучше развита электронная коммерция.



Китай с 854 млн интернет-пользователей уже является самым быстрорастущим и самым крупным рынком электронной коммерции в мире, его объем в прошлом году составил \$1,94 трлн, что на 27% больше, чем в 2018 году. Ключевой фактор бума электронной коммерции в Китае — обширная инфраструктура цифровых платежей во главе с Ant от Alibaba и WeChat от Tencent. Народный банк Китая также пилотирует свою собственную платформу мобильных платежей, используя новую цифровую валюту DCEP, цифровую версию юаня.

За первые семь месяцев этого года розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 6,08 трлн юаней, что составляет 25% от общего объема розничных продаж. Для сравнения: розничные онлайн-продажи в Таиланде составили всего 3% от общего объема розничных продаж. Согласно прогнозам, даже с учетом влияния пандемии, в этом году они вырастут только до 4-5%.

Источник:

[China's e-commerce evolution](#)

# Salesforce: почти треть праздничных продаж в США произойдет онлайн

Digitalcommerce360.com, 02.10.2020

/исследование

По прогнозам Salesforce, в праздничный сезон 2020 интернет-продажи в США вырастут на 34% в годовом исчислении против роста на 12% в предыдущем году. Общий объем продаж по всем каналам останется на прежнем уровне, а цифровые технологии обеспечат 30% сезонных продаж.

Ожидается, что в период с ноября по декабрь цифровая выручка достигнет рекордных \$221 млрд, а общий объем продаж в праздничные дни — \$730 млрд. В Salesforce отмечают, что потребовалось 20 лет, чтобы проникновение интернета в продажи достигло примерно 15%, а в течение этого года к праздникам оно «взлетит» до 30%.

Прогноз Salesforce соответствует данным, опубликованным в прошлом месяце Deloitte. Исследовательская компания ожидает, что продажи подскочат на 25-35% в период с ноября по январь.



Ритейлеры, ориентированные на омниканальность, в этом сезоне выигрывают. По прогнозам, сайты, предлагающие варианты онлайн-покупки с доставкой на парковку или в багажник, нарастят праздничные онлайн-продажи в среднем на 90% г/г.

Общее количество праздничных посылок, которые будут отправлены по всему миру, превысит возможности доставки для традиционных перевозчиков на 5%, что поставит под угрозу обещанные сроки доставки и потенциально приведет к задержке до 700 млн заказов по всему миру, прогнозирует Salesforce. При этом потребители во всем мире отправят обратно 30% всех праздничных онлайн-заказов на сумму \$280 млрд.

Источник:

[Nearly a third of 2020 US holiday sales will occur online, Salesforce forecasts](#)

# 43% потребителей в США будут делать праздничные покупки только онлайн

Chainstoreage.com, 30.09.2020

/исследование

Согласно 14-му ежегодному опросу Accenture, в этот праздничный сезон 75% респондентов в США будут делать по крайней мере часть своих покупок в интернете, а 43% планируют делать покупки исключительно онлайн.

Несмотря на то, что из-за пандемии многие ритейлеры предлагают самовывоз с парковки и другие бесконтактные опции, 77% покупателей по-прежнему хотят, чтобы их покупки доставлялись прямо на дом, и только 11% готовы забирать их в магазине. Такой же процент желает использовать бесконтактные варианты, такие как постаматы или доставка на парковку.



Более половины (56%) респондентов заявили, что больше не будут совершать покупки у ритейлера, если доставка окажется неудовлетворительной. Один из способов вернуть потребителей в магазины на праздники, — это шопинг по предварительной записи. Почти две трети (62%) потребителей заявили, что бронирование времени для совершения покупок вдохновит их физически вернуться в универмаг, магазин бытовой электроники или товаров для дома.

Почти треть (30%) потребителей заявили, что планируют начать свои праздничные покупки раньше, опасаясь не получить желаемое вовремя. Кроме того, большинство респондентов заявили, что менее склонны делать покупки в Черную пятницу (64%) и Киберпонедельник (59%), чем несколько лет назад — против 55% и 47% соответственно в 2019 году.

Источник:

[Accenture: Holiday shoppers shift online, want Thanksgiving store closures](#)

# 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.