

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2020 / № 41

12 Октября 2020 - 18 Октября 2020

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Продажи продуктов питания на Wildberries выросли на 605% в III кв. 2020 г.

«Перекрёсток Впрок» сменил домен и запустил вспомогательные сайты

Ozon открыл свой главный хаб на Юге России — в Ростове-на-Дону

«Все аптеки» запустили категорию зоотоваров

Онлайн-продажи X5 составили 4 млрд руб. в III кв. 2020 г.

Ozon продал свой единственный собственный склад

Выручка онлайн-сегмента «Детского мира» выросла в 2,4 раза в III кв. 2020 г.

Delivery Club: доставка из «Магнита» в регионах, партнерство с «Мираторгом»

Сервис доставки здоровой еды Grow Food уходит из регионов

X5 Retail Group и Совкомбанк прекращают сотрудничество по проекту «Халва»

Доля сервисов объявлений и вторичных продаж на fashion-рынке растет

BCG и Ромир: в e-commerce до 50% роста спроса сохранится и после пандемии

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Маркетплейсы, D2C, оптимизация логистики — тренды российской розницы 2020

АКОРТ: доля онлайн-торговли в РФ составит 9,2% в 2020 г.

#### **Весь мир:**

Zalando покупает технологию сканирования тела

Интернет-компания в сфере моды Shein становится конкурентом Zara и H&M

Продажи в Amazon Prime Day превысили \$10 млрд

Выручка Asos за год выросла на 19%

Платформе для продажи люксовых товаров Tmall Luxury Pavilion — 3 года

L'Oréal переводит люксовый сегмент в онлайн

eMarketer: онлайн-продажи в США вырастут на 32,4% в 2020 г.

Google: как меняется поведение покупателей в праздничный сезон 2020

Британцы стали тратить онлайн на 11% больше

Рынок подписок на физические товары к 2025 году превысит \$263 млрд

Pitney Bowes: в 2019 году было отправлено 103 млрд посылок

## Россия:

# Продажи продуктов питания на Wildberries выросли на 605% в III кв. 2020 г.

New-retail.ru, 15.10.2020 10:48:00

/новость

В третьем квартале 2020 года на Wildberries продажи продуктов питания выросли на 605%, а в штуках — на 725% год к году.

Быстрее всего (+849%) продажи росли в категории «Детское питание». Драйвером роста продаж и самым популярным товаром в категории food стали детские каши — в июле-сентябре их приобрели в 13 раз больше, чем годом ранее. В ТОП-3 самых популярных продуктов питания вошли также заменители грудного молока и детские пюре.



WILDBERRIES

Больше всего детского питания купили в Московском регионе, Краснодарском крае, Санкт-Петербурге, Нижегородской и Свердловской областях.

Россияне активно приобретали гречку (рост продаж в штуках — в 47 раз год к году), рис (в 45 раз), макароны (в 32 раза), паштеты (в 55 раз), консервы (в 14 раз), лапшу (в 17 раз), пюре (в 14 раз), каши (в 10 раз), супы (в 8 раз). Продажи сухариков в штуках выросли в 34 раза год к году, орехов — в 30 раз, хлебцев — в 13 раз, чипсов — в 12 раз, попкорна — в 6 раз, крекеров — в 2 раза. Продажи растительного молока в штуках выросли в 68 раз, цикория — в 9 раз, кэроба — в 8 раз, спирулины — в 7 раз.

В третьем квартале 2020 года ассортимент продуктов питания на Wildberries увеличился в 4,5 раза. В портфеле компании появилось свыше 1,6 тыс. новых брендов.

Регионы-лидеры по приросту оборота продуктов питания: Чукотский автономный округ (рост продаж в 25 раз), Республика Ингушетия (в 14 раз), Калининградская область (в 14 раз).

Источник:

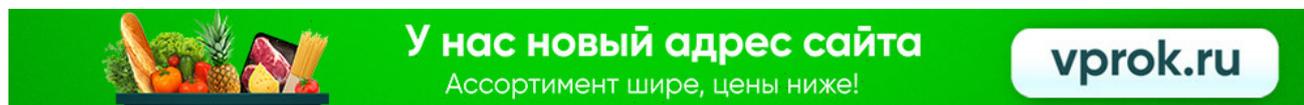
[Wildberries: Детское питание стало самой быстрорастущей FOOD-категорией в 3 квартале](#)

# «Перекрёсток Впрок» сменил домен и запустил вспомогательные сайты

Vk.com, 15.10.2020 11:45:00

/новость

Онлайн-гипермаркет «Перекрёсток Впрок» переехал на новый домен [vprok.ru](http://vprok.ru). Дизайн и навигация сайта не изменились, все пользовательские сессии и история покупок перенесены бесшовно.



В течение нескольких месяцев пользователи будут перенаправляться с сайта [perekrestok.ru](http://perekrestok.ru) на [vprok.ru](http://vprok.ru). После этого [perekrestok.ru](http://perekrestok.ru) станет ресурсом для сервисов торговой сети «Перекрёсток».

У «Перекрёстка Впрок» появились отдельные вспомогательные сайты: [zoo.vprok.ru](http://zoo.vprok.ru) для зоотоваров и [opt.vprok.ru](http://opt.vprok.ru) для оптовых покупок.

«Перекрёсток Впрок» доставляет более 10 тыс. заказов в день по всем регионам присутствия. Ассортимент — более 42 тыс. товарных наименований, средний вес одного заказа — 27-30 кг, в него входит 40-45 позиций.

Источник:

[«Перекрёсток Впрок»](http://perekrestok.ru) переехал на новый домен [vprok.ru](http://vprok.ru)

# Ozon открыл свой главный хаб на Юге России — в Ростове-на-Дону

Т.me, 15.10.2020 11:03:00

/новость

Ozon открыл в Ростове-на-Дону фулфилмент-центр, который станет главным хабом компании на Юге России. Здесь будут собираться большинство заказов Ozon от клиентов со всех регионов ЮФО.

Центр занимает почти 40 тыс. кв. м склада, где могут храниться до 8 млн товаров. Инвестиции в проект составили 2 млрд руб., из которых 800 млн руб. — собственные вложения Ozon. Еще 1,3 млрд руб. в строительство здания вложил девелопер A2Group.

В хабе ежедневно могут обрабатывать до 80 тыс. посылок и доставлять их по всей стране. Доставкой на следующий день уже обеспечено более 2000 городов и сёл области.

Система управления складом (WMS) эффективно распределяет товары по полкам, выстраивает маршрут сборщика и сокращает время сбора заказа. Сортер с программным обеспечением, полностью разработанным в Ozon, в течение пары секунд сканирует товары и определяет, по какому направлению поедет посылка.



Источник:

[В Ростове-на-Дону открылся фулфилмент-центр Ozon](#)

# «Все аптеки» запустили категорию зоотоваров

Corp.mail.ru, 15.10.2020

/новость

Сервис «Все аптеки» представил [категорию](#) товаров для животных. На маркетплейсе можно заказать препараты, корма, средства для ухода и гигиены. Первым партнером сервиса стала сеть зоомагазинов «Бетховен». Забрать товар можно будет в одном из 90 магазинов сети в течение часа.

Пока эта возможность доступна только жителям Москвы и Московской области. Однако в ближайшее время планируется расширить географию за счет присоединения городов присутствия «Бетховена» и новых партнерств с федеральными сетями зоомагазинов.

**ВСЕ + АПТЕКИ** Поиск по лекарствам Войти Ваша корзина

Лекарства и БАД Средства гигиены Косметика Мама и малыш Медицинские приборы и изделия Питание и спорт **Зоотовары**

## Зоотовары

Сортировать по: [по умолчанию](#) [по увеличению цены](#) [по уменьшению цены](#) [по алфавиту](#)

- Ветаптека
- Для собак
- Для кошек
- Для птиц
- Для хорьков и грызунов

Наименование	Объем	Цена
8 IN 1 NATURES MIRACLE Спрей для кошек	Спрей, 237 мл	487 ₽
8 IN 1 NATURES MIRACLE Спрей-антигадин для кошек	710 мл	793 ₽
ALL SYSTEMS Осветляющий шампунь P.F. Lightening	Шампунь, 3780 мл	6250 ₽

Источник:

[«Все аптеки» вышли на рынок лекарств и товаров для животных](#)

# Онлайн-продажи X5 составили 4 млрд руб. в III кв. 2020 г.

X5.ru, 15.10.2020

/новость

В третьем квартале 2020 года темп роста чистой розничной выручки X5 составил 15,4% год к году в рублях. Выручка от продаж онлайн-гипермаркета «Перекресток Впрок» (Perekrestok.ru) и экспресс-доставки из магазинов «Пятерочка» и «Перекресток» составила 4 млрд руб.

Среднее количество заказов в день в сентябре составило 21,5 тыс. в онлайн-гипермаркете «Перекресток Впрок» и экспресс-доставке из «Пятерочки» и «Перекрестка». Общее количество ежедневных (DAU) активных пользователей онлайн и мобильных платформ X5 — 1,6 млн в сентябре, количество ежемесячных (MAU) активных пользователей — на уровне 11,9 млн.

Выручка «Перекресток Впрок» выросла на 207,6% год к году. Количество заказов увеличилось более чем в 2,5 раза год к году и превысило 846 тыс. Среднее количество заказов в день превысило 10 тыс., достигая 11,8 тыс. в пиковые дни. Общее количество ежедневных (DAU) и ежемесячных (MAU) активных пользователей сервиса «Перекресток Впрок» в сентябре составило 175 тыс. и 3,2 млн, соответственно.

## Показатели онлайн-гипермаркета «Перекресток Впрок»

	3 кв. 2020	3 кв. 2019	Изм., %	9 м. 2020	9 м. 2019	Изм., %
Чистая выручка, млн руб.	2 836	922	207,6	8 524	2 680	218,1
Количество заказов	846 161	305 646	176,8	2 322 645	862 049	169,4
Средний чек, руб.	3 791	3 440	10,2	4 154	3 543	17,2

По состоянию на 30 сентября 2020 года услуга экспресс-доставки из магазинов «Пятерочка» и супермаркетов «Перекресток» была доступна из 473 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Казани, Краснодаре, Нижнем Новгороде и Воронеже. В третьем квартале 2020 года количество заказов составило 9,3 тыс. в день со средним чеком 1540 руб. В сентябре количество заказов в день начало ускорение после замедления с середины июня и достигало 14 тыс. Вклад экспресс-доставки в рост продаж «Пятерочки» в третьем квартале составил 0,3 п.п., «Перекрестка» — 0,4 п.п.

Доля онлайн-продаж в Москве и Московской области в третьем квартале 2020 года составила 1,9%, в сентябре — 2,2%.

Общее количество установок мобильных приложений цифровых сервисов X5 за 9 месяцев 2020 года составило 15,6 млн, из которых 6,8 млн приходилось на третий квартал 2020 года.

Количество выданных посылок сервисом 5Post составило 711 тыс. в сентябре, при этом количество пунктов выдачи превышает 14 тыс.

Источник:

[X5 ОБЪЯВЛЯЕТ О РОСТЕ ЧИСТОЙ РОЗНИЧНОЙ ВЫРУЧКИ НА 15,4% В 3 КВ. 2020 Г.](#)

# Оzon продал свой единственный собственный склад

Rbc.ru, 14.10.2020 17:05:00

/новость

Ozon продал свой распределительный центр в Твери, но остался его арендатором до 2030 года, сообщает РБК. Покупателем стала девелоперская компания Central Properties.



Общая площадь центра — 70 тыс. кв. м. Это был единственный логистический комплекс в собственности Ozon. Теперь ритейлер выступает только арендатором складских объектов, что соответствует мировой практике.

Общая площадь складов Ozon по итогам 2019 года составила 200 тыс. кв. м. В 2020 году компания договорилась о строительстве для себя еще 155 тыс. кв. м в подмосковном комплексе «Ориентир Запад», арендовала склад площадью 29 тыс. кв. м у компании «Марвел-логистика» в Санкт-Петербурге и объявила об аренде у PNC Group 67 тыс. кв. м в Новосибирске (17 тыс. кв. м уже готовы, остальное будет построено).

По данным Knight Frank, за первые три квартала 2020 года объем инвестиций в покупку складов в России достиг 26,6 млрд руб., что выше годовых показателей за предыдущие пять лет.

Источник:

[В преддверии IPO ритейлер Ozon продал свой единственный собственный склад](#)

# Выручка онлайн-сегмента «Детского мира» выросла в 2,4 раза в III кв. 2020 г.

Corp.detmir.ru, 14.10.2020

/новость

ГК «Детский мир» объявила операционные результаты за третий квартал, завершившийся 30 сентября 2020 года.



## детский мир

В третьем квартале 2020 года объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 13,5% до 38,5 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 2,4 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 8 млрд руб. Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась в 2,1 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 21,4%. Доля онлайн-заказов, выданных в розничных магазинах сети «Детский мир», составила 83%.

За 9 месяцев 2020 года объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 9,5% до 98,4 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 2,5 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 22,1 млрд руб. Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась в 2,3 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 23,3%. Доля онлайн-заказов, выданных в розничных магазинах сети «Детский мир», составила 81%.

На мобильное приложение, которое было запущено в конце прошлого года, приходится уже более 60% всех онлайн-продаж компании.

Региональный распределительный центр в Ростове-на-Дону, открытый в июле, к концу третьего квартала вышел на дневную производительность в 1000 заказов и достиг плановых показателей рентабельности. Компания запустила суперэкспресс-доставку из магазинов сети «Детский мир»: клиенты в 250 городах России могут получить свой заказ в течение двух часов после оформления его на сайте. Часть заказов суперэкспресс-доставки в Москве выполняется собственной курьерской службой.

Одним из ключевых событий отчетного квартала стало успешное вторичное публичное размещение акций ПАО «Детский мир» (SPO). Теперь «Детский мир» является первой российской компанией со 100% акций в свободном обращении.

Источник:

**ТЕМП РОСТА ВЫРУЧКИ «ДЕТСКОГО МИРА» УСКОРИЛСЯ В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ ДО 13,5%**

# Delivery Club: доставка из «Магнита» в регионах, партнерство с «Мираторгом»

Dc-club.tilda.ws, 13.10.2020

/новость

Delivery Club и «Магнит» запускают сервис экспресс-доставки из торговых точек ритейлера в регионах. На первом этапе доставка из магазинов «Магнит» была доступна пользователям Delivery Club только в Москве, а сейчас — в Самаре, Краснодаре и Новосибирске.

В ближайшее время заказать продукты из розничной сети смогут и жители Санкт-Петербурга. К концу октября 2020 года доставка заработает в 17-ти городах, из 200 магазинов. До конца ноября 2020 года к сервису Delivery Club будут подключены магазины «Магнит» в более чем 60-ти городах России. Пользователям приложения Delivery Club будут доступны около 5000 товарных позиций торговых точек «у дома», включая непродовольственные товары. Время доставки — 30-45 минут.



Состав корзины клиентов Delivery Club практически не отличается от их покупок в офлайн-магазинах «Магнита». Самые популярные товары: категория фреш (фрукты и овощи), кисломолочные продукты, мясо и хлеб. Чаще всего пользователи заказывали бананы, огурцы, картофель, хлебобулочные изделия и репчатый лук.

Пользователи Delivery Club делают в «Магните» большие заказы: в среднем около 10-12 товаров. Уже сформировалась аудитория постоянных пользователей доставки, которые в среднем делают по 7-8 заказов в месяц.

Delivery Club начал доставлять продукты и товары повседневного спроса из фирменных супермаркетов компании «Мираторг». Пользователям доступны для заказа до 10 тыс. наименований продукции.

На первом этапе курьеры Delivery Club будут доставлять заказы в четырех районах Москвы и Санкт-Петербурга. До конца 2020 года к сервису подключатся в общей сложности 60 магазинов «Мираторг» во всех городах присутствия сети. Доставка занимает 30-40 минут, ее стоимость — 149 руб.

Источник:

[«Магнит» и Delivery Club запустили экспресс-доставку из магазинов ритейлера в регионах Delivery Club и «Мираторг» запустили доставку продуктов из фирменных супермаркетов компании](#)

# Сервис доставки здоровой еды Grow Food уходит из регионов

Vedomosti.ru, 12.10.2020 23:31:00

/новость

Сервис по доставке продуктовых наборов Grow Food перестал осуществлять доставку в некоторых регионах, сообщают «Ведомости». Сейчас компания работает лишь в Москве и Санкт-Петербурге, хотя год назад запускала доставку в Мурманске, Краснодаре, Екатеринбурге, Казани и Новосибирске.

Причин отказа от региональной экспансии несколько. Региональные потребители не оценили замороженные рационы. Кроме того, продукт оказался дороговат для регионов — 700-750 руб. Свою роль сыграла и пандемия коронавируса: люди стали больше думать об экономии средств. Однако полностью отказываться от продвижения компании в регионах Grow Food не собирается.

По данным «Infoline-аналитики», Grow Food с 2016 года возглавлял рейтинг крупнейших игроков на российском рынке доставки продуктовых наборов. Но в первом полугодии этого года его обогнал сервис Performance Group с оборотом 1,45 млрд руб. против 1,27 млрд руб. у Grow Food.

Performance Group этим летом объявила о выходе в 50 городов России с населением более 500 000 человек. Компания начала осуществлять доставку в Ростов-на-Дону, Челябинск и Ярославль, а в течение недели будет работать в Самаре и Нижнем Новгороде. У сервиса есть свои фабрики в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Краснодаре, но в новых регионах он сотрудничает с местными партнерами.

На этой неделе стартуют продажи наборов для приготовления еды Elementaree в Нижнем Новгороде. Их будут производить на фабрике компании в Москве, а доставит служба «Самокат». В течение месяца аналогичный проект будет доступен в Казани.

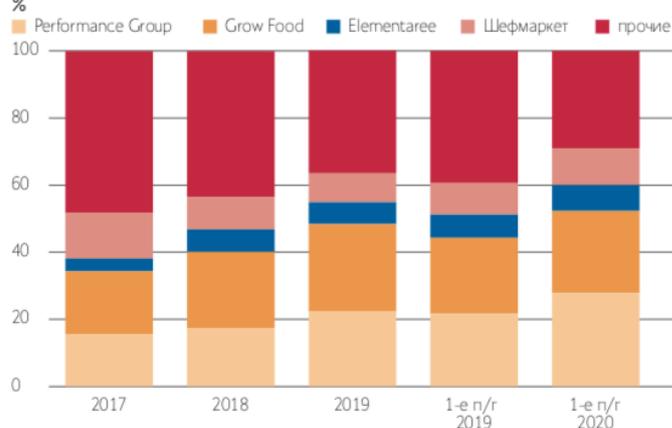
«Шефмаркет» самостоятельно осуществляет доставку наборов продуктов с рецептами в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, контролируя всю цепочку.

По прогнозу «Infoline-аналитики», рынок доставки продуктовых наборов по итогам 2020 года составит 12 млрд руб., из которых 5 млрд пришлось на первую половину года. До этого сегмент вырос с 4,5 млрд в 2018 году до более 7 млрд руб. в 2019 году. В 2021 году оборот рынка превысит 20 млрд руб.

Источник:

[Сервис по доставке здоровой еды Grow Food отказался от экспансии в регионах](#)

Доли рынка крупнейших сервисов доставки продуктовых наборов и готовых рационов %



# X5 Retail Group и Совкомбанк прекращают сотрудничество по проекту «Халва»

Vk.com, 12.10.2020 09:46:00

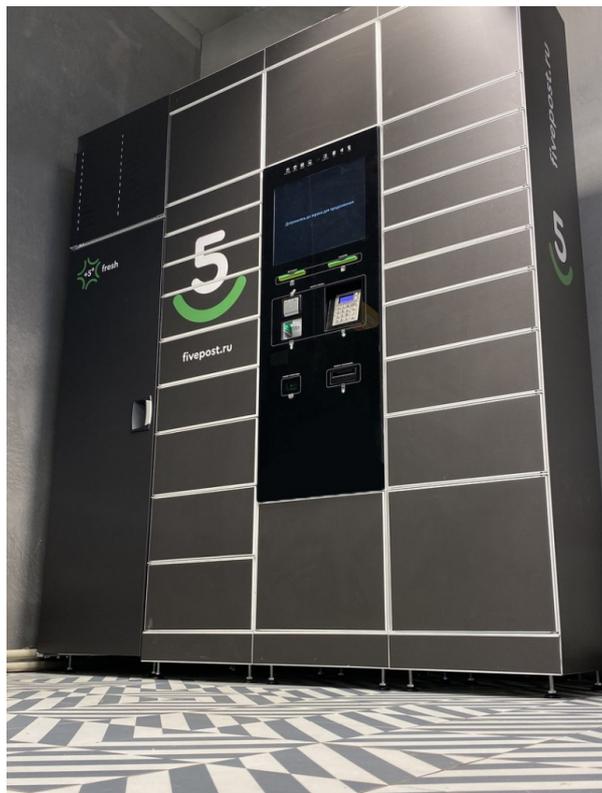
/новость

X5 Retail Group выходит из капитала ООО «ЦТБ», управляющего сетью из 3000 постаматов под брендом «Халва», 1400 из них расположены в магазинах группы X5. Совкомбанк уже подал ходатайство в Федеральную антимонопольную службу (ФАС) о приобретении 50% «ЦТБ», принадлежащих X5.

В результате сделки X5 Retail Group получит в собственность 1112 постаматов «Халва», расположенных в магазинах Группы. Постаматы будут работать под брендом 5Post, которая станет одним из лидеров рынка по количеству собственных постаматов — около 4000 аппаратов. Сеть постаматов и ПВЗ 5post насчитывает более 11 000 объектов и ежедневно обслуживает 2400 направлений.

Источник:

[X5 выходит из капитала «ЦТБ»](#)



# Доля сервисов объявлений и вторичных продаж на fashion-рынке растет

Kommersant.ru, 17.10.2020

/исследование

Согласно исследованию Fashion Consulting Group (FCG) и Яндекса, популярность сервисов объявлений и вторичных продаж на fashion-рынке повысилась, пишет [«Коммерсантъ»](#). На этот канал приходится 6% от всех онлайн-продаж одежды, обуви и аксессуаров. Для сравнения: 9% сегмента занимают социальные сети и мессенджеры, 11% — монобрендовые интернет-магазины, 74% — мультибрендовые площадки и маркетплейсы.

В 2019 году весь объем онлайн fashion-рынка составил 296 млрд руб. По итогам 2020 года показатель может вырасти на 20-25%, до 355,2-370 млрд руб.

К началу пандемии COVID-19 российский fashion-рынок уже находился на фазе стагнации потребительского спроса. С наступлением форс-мажорных обстоятельств, созданных пандемией, одежда и обувь стала первой статьёй экономии: в апреле выручка розничных магазинов в сегменте снизилась на 50-70%.



На Avito количество объявлений о продаже одежды, обуви и аксессуаров за второй и третий кварталы увеличилось на 16% год к году, до 45 млн. Интересоваться приобретением одежды и аксессуаров на Avito во втором-третьем кварталах стали на 18% чаще, чем в прошлом году.

На «Юле» на старте пандемии отмечали краткосрочное снижение активности пользователей, но в июне число новых объявлений начало расти: в категории «Одежда» — на 23%, а в «Обуви» и «Аксессуарах» — на 25% год к году. В третьем квартале число новых объявлений в этих категориях продолжает увеличиваться примерно на 7-8% год к году.

Гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров ожидает, что доля сервисов объявлений и вторичных продаж в продажах одежды и обуви продолжит расти.

Источник:

[Одежда пошла по рукам](#)

# BCG и Ромир: в e-commerce до 50% роста спроса сохранится и после пандемии

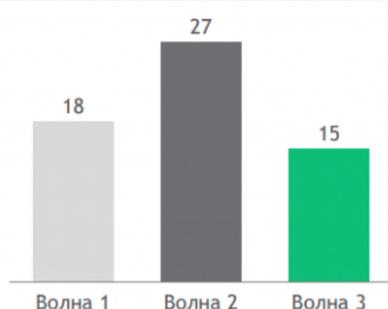
Romir.ru, 13.10.2020

/исследование

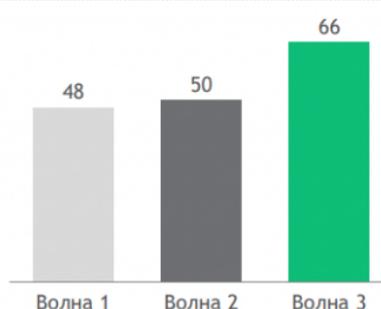
Согласно [исследованию](#) BCG и Ромир, электронная коммерция получила толчок в развитии за время локдауна — вероятно, до 50% роста спроса сохранится и после окончания пандемии. Около 40% опрошенных россиян планируют тратить больше в каналах электронной коммерции.

**Электронная коммерция получила толчок в развитии за время локдауна - вероятно, до 50% роста спроса сохранится и после окончания пандемии**

Планирую больше тратить онлайн, %



Планирую тратить онлайн на том же уровне, %



Источник: исследование потребительских настроений в России (третья волна, BCG в партнерстве с Romir, сентябрь 2020 г.)

14

Copyright © 2020 by BCG. All rights reserved.

Аналитики отмечают рост распространения электронной коммерции:

- Потребность в цифровых элементах по всем клиентским путям во всех категориях.
- Рост спроса на маркетплейсы как площадки для совершения всех покупок сразу.
- Новые, уникальные онлайн-форматы, формирующие эмоциональные связи.

По мере того, как жизнь возвращается в нормальное русло, потребители начинают испытывать чувство облегчения. Однако более половины из них по-прежнему считают, что опасность еще не миновала. По мнению потребителей, такие категории, как «онлайн-шопинг» и «обслуживание на дому» (бытовые услуги, заказ еды из ресторана) сопряжены с низким риском заражения вирусом, а «путешествия» и «развлечения» — с высоким.

Источник:

[COVID-19 – Срез потребительских настроений №3: Новая потребительская реальность?](#)

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](#)

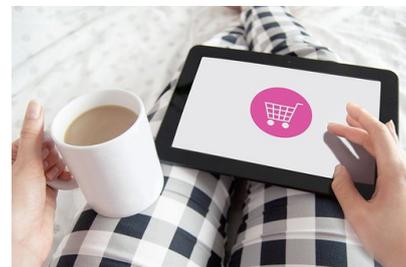
# Маркетплейсы, D2C, оптимизация логистики — тренды российской розницы 2020

E-rep.ru, 13.10.2020

/мнение

Главный редактор E-rep.ru Игорь Бахарев и сооснователь EWDN Владислав Ширококов [рассказали](#) об основных трендах 2020 года, которые и дальше будут влиять на все операционные процессы российской розницы.

**Падение платёжеспособности населения.** Покупательная способность денежных доходов населения, по данным Росстата, во втором квартале упала по половине основных продуктов питания до минимума за последние 10 лет. На этом фоне копится отложенный спрос, средний чек уменьшается, клиенты перебираются в низшую ценовую категорию. Это меняет структуру спроса и продаж.



**Маркетплейсы: новые и старые.** Число новых поставщиков в апреле-июне на Wildberries выросло в 7,5 раз год к году. С начала 2020 года Lamoda увеличила количество партнеров маркетплейса более чем на 30%. Около 50% предлагают российские товары. Традиционные маркетплейсы снижают ставки для партнеров (Wildberries в августе уменьшил комиссию для поставщиков в 2-3 раза в нескольких товарных группах) и расширяют ассортимент (Lamoda добавляет мебель, а Ozon автомобили).

Boardriders запустил маркетплейс товаров для спорта. Готовят собственные площадки «Стокманн», BNS Group. «Обувь России» анонсировала маркетплейс крупногабаритных товаров. IT-аутсорсер ИТКН и торговая компания «Окрестный мир» реализовали онлайн-маркетплейс Suworld. Группа компаний «Дымов» открыла продуктовый маркетплейс.

**Вложения в фулфилмент.** Фокус снова сместился от регионов на запуск новых проектов в Москве. В июле «Всеинструменты.ру» арендовали 94 тыс. кв. м с последующим расширением до 182 тыс. кв. м в «PNK Парк Домодедово». Ozon арендовал 155 тыс. кв. м в логистическом парке «Ориентир Запад».

По данным CBRE, уже за первое полугодие 2020 eCommerce-компании арендовали на 33% больше площадей, чем годом ранее. По итогам года объем спроса на склады со стороны компаний сегмента онлайн-торговли может составить около 400 тыс. кв. м в Москве и МО, а в целом по РФ более 600 тыс. кв. м.

**Расцвет D2C.** Игрокам помогают маркетплейсы (AliExpress Россия открыл сразу ряд новых площадок для производителей), производители открывают собственные сайты, а кто-то — собственные маркетплейсы («Дымов», «Обувь России»). В России тренд начался относительно недавно, но набирает обороты.

**Новый облик российской логистики.** Процессы идут по пути сокращения участия людей в массовых рутинных операциях и информировании. Логисты оптимизируют процессы, чтобы за один маршрут водитель успевал развести заказы максимальному количеству покупателей. Намечилась тенденция к объединению фулфилмент-операторов и курьерок, а также к появлению новых 3PL операторов.

**Логистика в своём коллективе.** Ритейл стремится перевести обработку товаров со сторонних компаний на собственные структуры, надеясь обрабатывать не только свой, но и чужой трафик. Важными игроками рынка становятся 5Post, Ozon, «Обувь России».

**Лекарства пришли в онлайн.** Пока лицензию получили ограниченное число сетей. Ресурсы для разворачивания онлайн-продажи и доставки в основном представлены у крупных игроков. Активно подключают аптеки маркетплейсы (Ozon, Wildberries). Продолжают активно развиваться агрегаторы. Пока структура потребления через классический канал реализации лекарств и прочего аптечного ассортимента почти не изменилась.

OMNI PHARMA: По последним данным, доля электронной коммерции в структуре продаж фармацевтической отрасли занимает порядка 4%.

Источник:

[Тренды 2020: куда ветер дует](#)

# АКОРТ: доля онлайн-торговли в РФ составит 9,2% в 2020 г.

Tass.ru, 12.10.2020 11:54:00

/мнение

Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) прогнозирует, что доля онлайн-торговли от общего товарооборота в РФ может вырасти с 6,1% в 2019 году до 9,2% по итогам 2020 года, в том числе за счет влияния пандемии на каналы продаж, сообщает [ТАСС](#).



Влияние пандемии на рост онлайн-торговли в России составит не менее 6% в среднем в год до 2024 года. Совокупный дополнительный прирост за счет факторов пандемии за эти годы составит 4,4 трлн руб. из 23,5 трлн руб. общего объема рынка.

По данным АКОРТ, в первом полугодии 2020 года доля e-commerce в России выросла до 10,9% от совокупного оборота розничной торговли.

Среди других факторов развития онлайн-продаж: появление новых клиентов в этом сегменте, коллаборация каналов продаж, новые партнерства в сфере e-commerce, перекалфикация розничного торгового персонала под потребности онлайн-канала.

Источник:

[АКОРТ ожидает роста доли онлайн-торговли в России по итогам 2020 года](#)

## Весь мир:

# Zalando покупает технологию сканирования тела

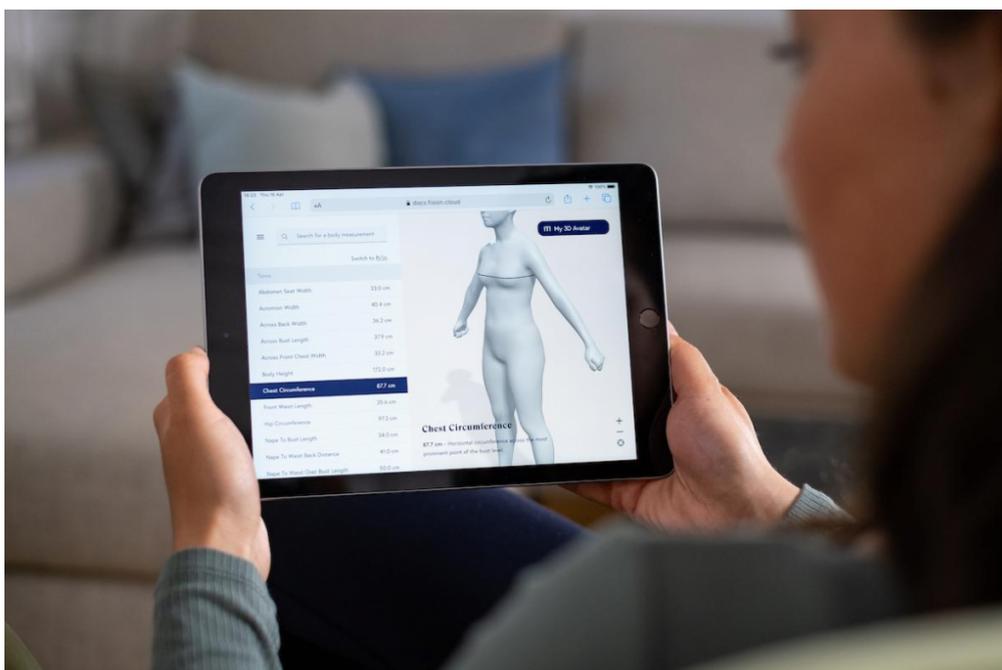
Corporate.zalando.com, 16.10.2020

/новость

Европейская онлайн-платформа Zalando приобретает швейцарского разработчика программного обеспечения Fision, который предлагает мобильное решение для сканирования тела.

Приложение Fision и виртуальная примерочная помогут потребителям произвести точные измерения и увидеть, как одежда будет сидеть на их фигуре. Бренды получат представление о том, насколько хорошо их ассортимент соответствует размерам и потребностям целевой аудитории. Инструмент Fision будет интегрирован в платформу Zalando, чтобы потребители могли получить более точные рекомендации в процессе подбора размера.

Сейчас Zalando дает рекомендации по выбору размеров на основе истории покупок и возвратов покупателей для 50% заказов.



Источник:

[Zalando Invests in Customer Experience With Acquisition of Swiss Mobile Body Scanning Developer Fision](#)

# Интернет-компания в сфере моды Shein становится конкурентом Zara и H&M

Reuters.com, 16.10.2020 04:44:00

/новость

По данным Euromonitor, китайская Shein стала крупнейшей в мире интернет-компанией в сфере моды по показателю продаж товаров под собственным брендом. Компания из Нанкина, основанная в 2008 году, ориентирована на поколение социальных сетей Gen Z.

Shein предлагает недорогие модели и каждую неделю представляет в приложении сотни новых дизайнов. Согласно недавнему исследованию Societe Generale, платье Shein примерно вдвое дешевле Zara.

По данным Sensor Tower, в сентябре приложение Shein скачали 10,3 млн раз по всему миру. Для сравнения, количество установок приложения H&M составило около 2,5 млн, а Zara — 2 млн. На сегодняшний день у Shein 229,4 млн загрузок против 123,5 млн у H&M и 90,6 млн у Zara.

Согласно данным App Annie, с 27 сентября по 3 октября Shein было самым загружаемым iPhone-приложением для покупок в мире. Оно входит в десятку лучших в США, Бразилии, Австралии, Великобритании и Саудовской Аравии.

Частная компания Shein, которая также продает товары на Amazon, не раскрывает публично данные о продажах или другие финансовые показатели, а также не сообщает подробностей о производстве продукции.

И хотя у Shein больше подписчиков, она менее известна, чем такие бренды, как Zara и H&M. У Shein нет внутреннего присутствия в Китае, где за одеждой по выгодным ценам онлайн-покупатели идут на Taobao и Pinduoduo. Между тем, некоторые потребители говорят, что качество товаров может отличаться, а сроки доставки — нестабильны.

Для привлечения аудитории Shein использует инфлюенсеров в Instagram и TikTok, так называемых «амбассадоров бренда», а также раздает коды для получения скидок.

Компании Inditex и H&M сообщили о большом скачке онлайн-продаж, но это меньшая часть их выручки. Акции обеих компаний упали более чем на 20% с начала февраля. Аналитики частично связывают это с наличием у них крупных сетей магазинов.

Источник:

[China's turbo-charged online fashion takes on Zara and H&M](#)



# Продажи в Amazon Prime Day превысили \$10 млрд

Digitalcommerce360.com, 15.10.2020

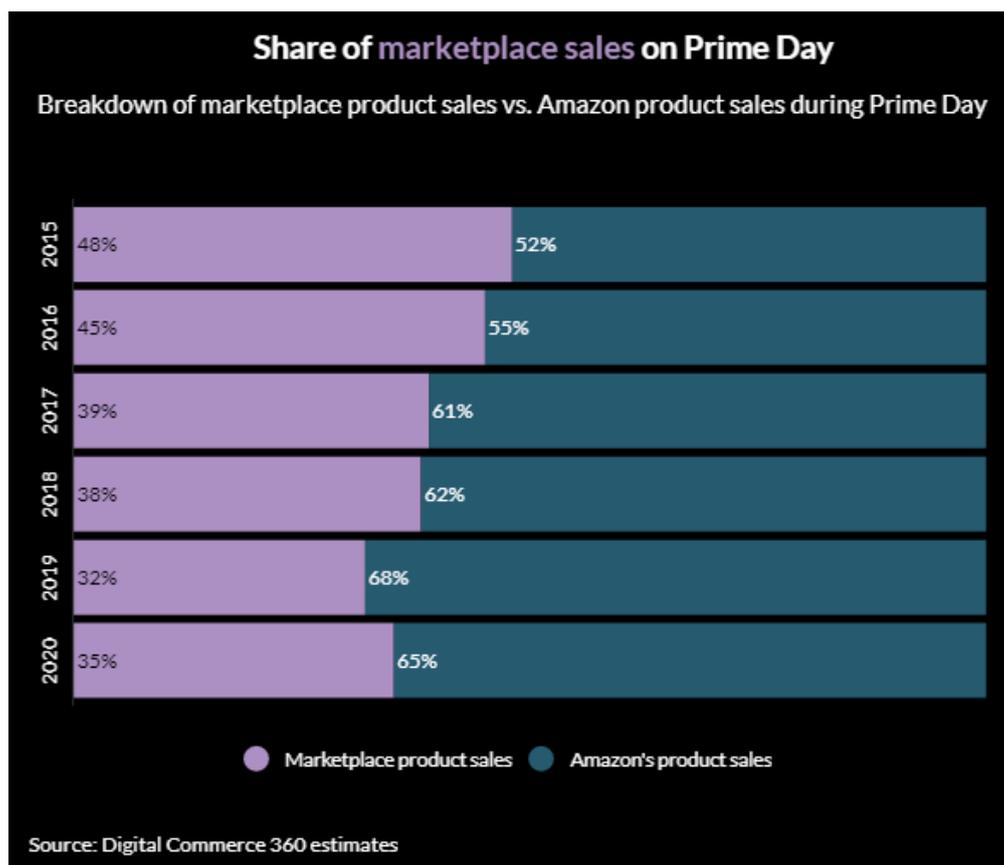
/новость

По оценке Digital Commerce 360, продажи Amazon в период Prime Day (13-14 октября) достигли \$10,4 млрд во всем мире против \$7,16 млрд во время распродажи 2019 года.

Продавцы маркетплейса реализовали товаров на рекордную сумму более \$3,5 млрд. Продажи сторонних продавцов выросли почти на 60% и росли из года в год быстрее, чем продажи собственных продуктов Amazon.

Согласно анализу Digital Commerce 360, на последних нескольких Prime Day доля маркетплейса в общем объеме продаж снизилась, поскольку Amazon активно продвигает собственные продукты. Его устройства возглавляют список бестселлеров каждый год. Продажи партнеров составляют лишь около трети продаж во время Prime Day. При этом по результатам всего 2019 года продавцы маркетплейса обеспечили примерно 60% продаж.

По прогнозу, в этом году доля продаж на маркетплейсе выросла примерно до 35% по сравнению с 32% в 2019 году. В последнее время Amazon привлек больше узнаваемых брендов, что могло положительно сказаться на динамике роста.



Источник:

[Amazon's Prime Day sales cross \\$10 billion](#)

# Выручка Asos за год выросла на 19%

Asosplc.com, 14.10.2020

/НОВОСТЬ

Британский онлайн-ритейлер Asos опубликовал финансовые результаты за год, завершившийся 31 августа 2020 года.

Выручка компании выросла на 19%, до 3,26 млрд фунтов стерлингов. Розничные продажи в Великобритании выросли на 18%, в ЕС — на 22%, в США — на 18%, в остальных странах — на 18%.

Прибыль до налогообложения выросла на 329% год к году, до 142,1 млн фунтов стерлингов, благодаря росту онлайн-покупок одежды и сокращению затрат.

Активная база покупателей выросла на 3,1 млн и составила 23,4 млн.

## Summary financial results

£m <sup>1</sup>	Year to 31 August 2020	Year to 31 August 2019	Change	CCY <sup>2</sup> Change
Group revenues <sup>3</sup>	<b>3,263.5</b>	2,733.5	19%	19%
Retail sales	<b>3,171.0</b>	2,657.7	19%	19%
UK retail sales	<b>1,175.9</b>	993.4	18%	18%
International retail sales	<b>1,995.1</b>	1,664.3	20%	19%
Gross profit	<b>1,547.4</b>	1,334.3	16%	
Retail gross margin	<b>45.9%</b>	47.4%	(150bps)	
Gross margin	<b>47.4%</b>	48.8%	(140bps)	
Profit before tax	<b>142.1</b>	33.1	329%	
Diluted earnings per share	<b>125.6p</b>	29.4p	327%	
Net cash/(debt) <sup>4</sup>	<b>407.5</b>	(90.5)		

<sup>1</sup>All numbers subject to rounding throughout this document, <sup>2</sup>Constant currency is calculated to take account of hedged rate movements on hedged sales and spot rate movements on unhedged sales, <sup>3</sup>Includes retail sales, delivery receipts and third party revenues, <sup>4</sup>Net cash/(debt) is the cash and cash equivalents less borrowings

Источник:

ASOS plc Global Online Fashion Destination Final Results for the year to 31 August 2020

# Платформе для продажи люксовых товаров Tmall Luxury Pavilion — 3 года

Alizila.com, 12.10.2020

/новость

Когда Alibaba запустила платформу для продажи предметов роскоши Tmall Luxury Pavilion, ведущие бренды с осторожностью относились к электронной коммерции. Однако сейчас отрасль ускоряет переход к цифровым технологиям, и за последние три года к платформе присоединились некоторые из крупнейших компаний.

На Tmall Luxury Pavilion представлено 200 ведущих брендов класса люкс. До вспышки COVID-19 их было 150, и ожидается, что к концу года их число превысит 220. Среди тех, кто недавно присоединился к платформе — Balmain, Salvatore Ferragamo, Golden Goose, De Beers, Jaeger-LeCoultre и IWC Schaffhausen.

Pavilion позволяет брендам привносить в онлайн индивидуальные особенности и чувство эксклюзивности из своих обычных магазинов. «Tmall Luxury Pavilion действительно уникален во всем мире, потому что это единственное место и единственная известная мне платформа, где бренды имеют 100% контроль над всем», — отмечает Кристина Фонтана, глава отдела роскоши и моды Tmall в США и Европе.



В честь трехлетия Tmall Luxury Pavilion представил месячную программу мероприятий, в том числе первый торговый фестиваль специально для молодых китайских покупателей предметов роскоши. Кроме того, Pavilion также выпустил цифровой лукбук в партнерстве с журналом Elle.

Согласно июньскому отчету Boston Consulting Group, сектор предметов роскоши в Китае восстановился быстрее, чем на других рынках. При этом ожидается, что продажи предметов роскоши вырастут и к концу года на 10% превысят результаты 2019 года. Китайские потребители, которые обычно покупают предметы роскоши во время поездок за границу, остаются дома и тратят деньги внутри страны из-за продолжающихся глобальных ограничений на поездки.

В апреле был запущен Luxury Soho, дочерний сайт Tmall Luxury Pavilion, нацеленный на молодых и ориентированных на цены покупателей предметов роскоши. В прошлом месяце Tmall Luxury Pavilion выпустил новые инструменты и интерактивные функции, которые помогут брендам привлечь внимание китайского поколения Z. Pavilion также проводит онлайн-мероприятия премиум-класса: например, прямые трансляции показов с Недель моды.

Источник:

[TMALL LUXURY PAVILION MARKS 3 YEARS WITH INNOVATIVE EXPERIENCES](#)

# L'Oréal переводит люксовый сегмент в онлайн

Bizjournals.com, 12.10.2020 09:58:00

/новость

Косметическая компания L'Oréal проводит реорганизацию своих операций в сегменте люкс в США: она закрывает часть магазинов и переключит внимание на электронную торговлю.

## L'ORÉAL

«Поведение потребителей предметов роскоши в США коренным образом изменилось, и L'Oréal USA будет развивать свой бизнес, чтобы соответствовать этим новым ожиданиям и предпочтениям потребителей», — заявила компания агентству Bloomberg.

Онлайн-продажи косметического гиганта выросли на 65% в первой половине года, однако сопоставимые продажи в магазинах в прошлом квартале упали на 19%. Продажи L'Oréal в США в 2019 году снизились на 0,8%, а в первом квартале 2020 финансового года — на 15,2% на фоне пандемии.

В июле CEO L'Oréal Жан-Поль Агон отметил, что подразделения люксовых и профессиональных продуктов сохранили «относительно стабильную» активность благодаря электронной коммерции, несмотря на закрытие почти всех точек продаж, и на протяжении всего периода опережали бьюти-рынок.

В августе конкурент L'Oréal, Estée Lauder, заявила, что закрывает от 10% до 15% своих отдельно стоящих магазинов по всему миру и сократит 3% рабочей силы, или от 1500 до 2000 рабочих мест, в рамках «Программы ускорения бизнеса после COVID».

Источник:

[L'Oréal closing stores, reorganizing U.S. luxury operations](#)

# eMarketer: онлайн-продажи в США вырастут на 32,4% в 2020 г.

Emarketer.com, 12.10.2020

/НОВОСТЬ

По прогнозу eMarketer, объем онлайн-продаж в США в 2020 году достигнет \$794,5 млрд, что на 32,4% больше, чем в прошлом году. Это намного более высокие темпы роста, чем 18%, предсказанные eMarketer ранее.

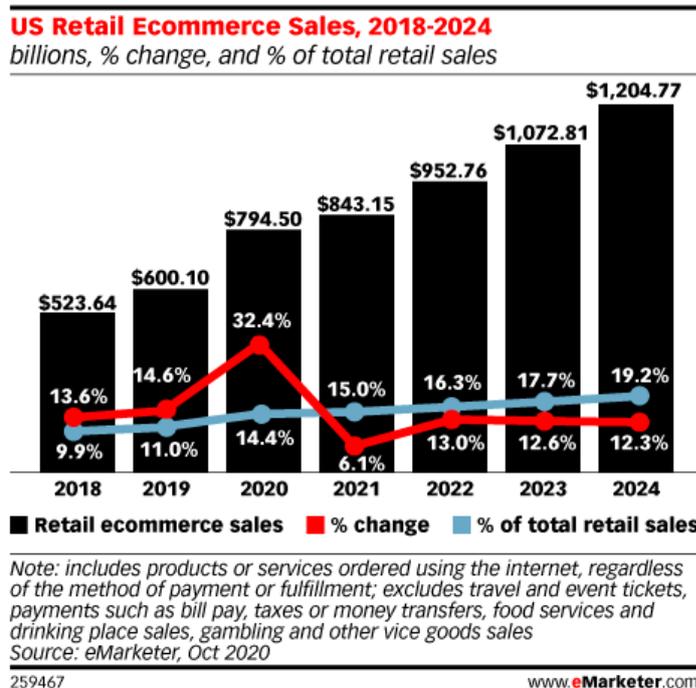
Онлайн-продажи составят 14,4% всех розничных расходов в США в этом году и 19,2% к 2024 году. Без учета продаж топлива и автомобилей (категории, продаваемые почти исключительно офлайн), проникновение электронной торговли подсакивает до 20,6%.

Популярность интернет-магазинов поможет компенсировать снижение офлайн-продаж на 3,2%, до \$4,711 трлн. В результате общие розничные продажи в США останутся практически неизменными.

Доли 10 ведущих игроков электронной коммерции также будут расти. В 2020 году на них будет приходиться 63,2% всех онлайн-продаж против 57,9% в 2019 году. Доля Amazon в 2020 году вырастет до 39%, а Walmart — до 5,8% (вытеснив eBay со второго на третье место в топ-10). Онлайн-продажи Best Buy и Target увеличатся более чем вдвое. Kroger вытеснит Macy's из десятки по объему онлайн-продаж.

Источник:

[US Ecommerce Growth Jumps to More than 30%, Accelerating Online Shopping Shift by Nearly 2 Years](#)



# Google: как меняется поведение покупателей в праздничный сезон 2020

Chainstoreage.com, 15.10.2020

/исследование

Google [проанализировал](#) пять основных изменений в поведении покупателей во время праздничного сезона 2020 года.

В 2020 году покупатели будут искать выгодные предложения и раньше начнут праздничный шопинг. Согласно данным Google, по состоянию на конец августа 27% покупателей в США уже начали свои праздничные покупки; а в июне поисковые запросы «самые доступные по цене» во всем мире выросли более чем на 60% по сравнению с прошлым годом.



Цифровые новички стимулируют рост. Все больше потребителей используют инструменты с цифровой поддержкой, впервые совершают покупки в интернете и будут продолжать это делать. Более 50% опрошенных в марте покупателей впервые попробовали новую услугу покупок; а в мае запросы «лучшая доставка продуктов» во всем мире выросли более чем на 700% по сравнению с прошлым годом.

SKUs сместились в онлайн. Покупатели просматривают и ищут в интернете больше, чем когда-либо, и используют эту информацию для планирования посещений магазинов. С марта по май поисковые запросы «интернет-магазины модной одежды» выросли на 600% в годовом исчислении, к маю количество запросов «доступны рядом со мной» во всем мире выросло более чем на 100% с 2019 года.

Потребители хотят помочь друг другу, поддерживая местный бизнес и делая покупки у продавцов, которые представляют их ценности. 46% покупателей в США, опрошенных Google в июне, согласились с тем, что сознательно стараются делать покупки в компаниях, которые соответствуют их ценностям. Количество запросов «поддержка местного бизнеса» во всем мире выросло более чем в 2000 раз по сравнению с прошлым годом в период с июля по август.

При совершении покупок в интернете потребители готовы покупать товары у новых брендов, но все же ищут безопасности и привычности. Во время пандемии почти треть покупателей в США приобретали товары у нового для них бренда. Но когда доходит до покупок в магазинах, 35% респондентов в США выбирают только знакомые.

Источник:

[Google: The five big shifts in holiday shopping behavior are...](#)

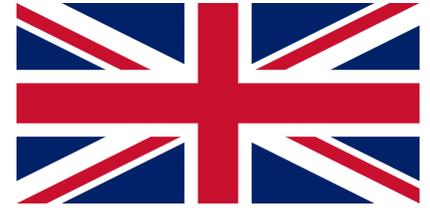
# Британцы стали тратить онлайн на 11% больше

Royalmailgroup.com, 13.10.2020

/исследование

Согласно ежегодному исследованию Royal Mail, покупатель из Великобритании в среднем тратит в интернете 83 фунта стерлингов (около 91,5 евро) в месяц — на 11% больше, чем в прошлом году.

Влияние социальных сетей продолжает расти: 25% людей покупают товары в интернете после просмотра сообщений или комментариев других пользователей. Такое поведение особенно свойственно молодым покупателям (47% в возрасте от 18 до 34 лет) и женщинам (30%).



Две трети покупателей предпочитают доставку на дом. Но если этот способ доставки не предлагается, наиболее надежной альтернативой (73%) является получение заказа в почтовом отделении.

Исследование показывает, что 90% онлайн-покупателей в Великобритании продолжают совершать покупки в обычных магазинах.

Источник:

[Social media and changing purchasing habits drive 11% YOY growth in online shopping spend](#)

# Рынок подписок на физические товары к 2025 году превысит \$263 млрд

Businesswire.com, 12.10.2020 02:00:00

/исследование

Согласно новому отчету Juniper Research, рынок подписок на физические товары в мире вырастет с ожидаемых \$64 млрд в 2020 году до более чем \$263 млрд в 2025 году, а в 2022 году обгонит рынок подписок на цифровые услуги.

Пандемия COVID-19 расширила осведомленность об услугах подписки. Juniper Research ожидает, что к концу 2025 года в среднем в мире на одного подписчика будет приходиться по две подписки на коробки с физическими товарами, а также множественные подписки на цифровое видео. Потребители в Северной Америке и Западной Европе, как правило, будут использовать эти сервисы активнее — логистические сети там более прочны, а модели подписки в целом более устоявшиеся.



Отчет также показывает, что сегмент мультисервисных подписок, которые предоставляют несколько услуг по единой цене, к 2025 году составит \$69 млрд. В отличие от многих секторов, в них будут преобладать предложения от технологических конгломератов, таких как Amazon и Apple.

Источник:

[Juniper Research: Subscriptions for Physical Goods to Overtake Digital Subscriptions by 2025; Growing to Over \\$263bn Globally](#)

# Pitney Bowes: в 2019 году было отправлено 103 млрд посылок

News.pb.com, 12.10.2020

/исследование

Pitney Bowes опубликовал Индекс доставки посылок 2019. Для его составления компания использует данные об отправленных посылках весом до 31,5 кг в сегментах b2b, b2c, c2c в 13 странах: США, Канада, Бразилия, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Норвегия, Швеция, Китай, Япония, Австралия и Индия.

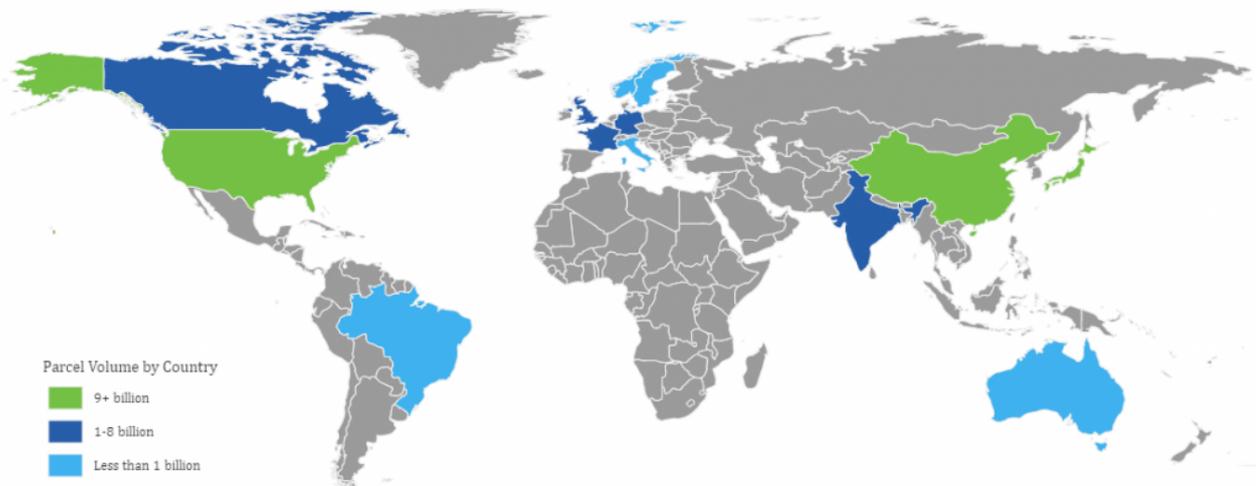
В 2019 году объем отправленных посылок составил 103 млрд — на 17,7% больше, чем в 2018 году. Из них 63,5 млрд (61%) отправлены из Китая — на 26% больше, чем в 2018 году. Без учета Китая объем посылок в 2019 году увеличился на 6,7% до 39 млрд.

В целом мировая выручка от посылок выросла на 9% до \$351 млрд, из которых на США пришлось \$130 млрд за счет роста отправок Amazon. Служба Amazon Logistics доставила 1,9 млрд посылок только в США через свою внутреннюю сеть доставки, при этом объем посылок вырос на 155% год к году.

## Pitney Bowes Parcel Shipping Index

Parcel volume exceeds 100 billion in world's 13 major markets in 2019

(Hover over each country for more details)



Во всех странах, за исключением Японии, наблюдался стабильный рост объема посылок. Результаты отражают влияние развивающихся и зрелых рынков электронной коммерции. По процентному увеличению объема посылок Норвегия уступает только Китаю: европейская страна отправила 80 млн посылок по сравнению с 60 млн в предыдущем году. На третьем месте по процентному росту — Индия: объем посылок вырос на 19%, отгружено 2,8 млрд посылок.

По прогнозу Pitney Bowes, объем посылок увеличится более чем вдвое и достигнет 220-262 млрд к 2026 году при совокупном среднегодовом темпе роста 14,8% в 2020-2024 годах.

Источник:

[Pitney Bowes Parcel Shipping Index Reports Continued Growth as Global Parcel Volume Exceeds 100 billion for First Time Ever](#)

# 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.