

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 44

02 Ноября 2020 - 08 Ноября 2020

В выпуске:

Россия:

Международный бизнес Почты России будет развивать Георгий Аликошвили
Поставщики Wildberries жалуются на условия распродаж
Wildberries запускает доставку свежих продуктов по схеме FBS
Торговые сайты-агрегаторы обязали принимать карты «Мир»
Яндекс.Еда доставит продукты из METRO по оптовым ценам
Wildberries: онлайн-продажи российских товаров выросли на 114% в 2020 г.
Ozon и Wildberries предлагают свои пункты выдачи партнерам
«Магнит» запустил собственный сервис доставки продуктов
Сбер: количество онлайн-покупок выросло в 1,5 раза
РБК: оборот рынка доставки еды в России в 2020 г. может вырасти на 47%
Criteo: 79% российских покупателей будут приобретать подарки онлайн
ТОП1000 российских интернет-магазинов

Весь мир:

Alibaba и Richemont инвестируют в Farfetch больше \$1 млрд
Выручка Alibaba за квартал выросла на 30%
El Corte Inglés превращает 90 универмагов в логистические центры
Выручка MercadoLibre превысила \$1 млрд в III кв. 2020 г.
Выручка Zalando выросла на 21,6% в III кв. 2020 г.
Wayfair нарастил выручку на 66,5% в III кв. 2020 г.
Розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 9,7% за 9 месяцев 2020 г.
Arvato: как платят в интернет-магазинах Европы и США
Criteo: брендам сегмента Luxury Fashion требуется сильное онлайн-присутствие
Приложения для заказа еды загружали реже в III кв. 2020 г.

Кейс:

За полчаса онлайн-акции в Китае продали российских товаров на \$1,8 млн
Приложение «Перекрёсток Впрок» скачали более 1 млн раз

Международный бизнес Почты России будет развивать Георгий Аликошвили

Pochta.ru, 05.11.2020

/новость

Заместителем генерального директора АО «Почта России» по международному бизнесу назначен Георгий Аликошвили. Он будет развивать сотрудничество Почты России с крупнейшими глобальными игроками e-commerce и усиливать присутствие компании на международном рынке логистики.

До прихода в Почту России Аликошвили руководил группой компаний Pony Express в течение семи лет. С 2017 по 2020 год возглавлял агентство «Роспечать», с 2012 по 2013 год был главным исполнительным директором компании «Мостакси».

«Уже сейчас мы понимаем, что Почта будет работать в направлении трансграничной контейнерной перевозки коммерческих грузов, будем выходить на международном рынке в премиальный сегмент доставок, выстраивать интегрированное end-2-end решение от иностранного продавца до российского покупателя с единым центром ответственности», — комментирует Георгий Аликошвили.



По данным ФТС, Почта России занимает 96% трансграничного рынка. По итогам 2019 года выручка Почты России от международного бизнеса выросла на 40%, до 36 млрд руб. Общее количество импортных посылок и EMS в 2019 году выросло на 6%, до 3,6 млн шт.

Источник:

[Международный бизнес Почты России будет развивать Георгий Аликошвили](#)

Поставщики Wildberries жалуются на условия распродаж

Vedomosti.ru, 06.11.2020 17:54:00

/новость

Три топ-менеджера компаний-поставщиков Wildberries рассказали «Ведомостям», что онлайн-ритейлер установил требование по скидке в размере 25% на свои товары для участия в распродаже на маркетплейсе с 4 по 10 ноября.

В случае отказа предоставить скидку маркетплейс снимает товар с продажи до 11 ноября, «чтобы не вводить в заблуждение потребителей, ожидающих скидки в дни крупных распродаж, исключить возможность злоупотребления акцией». Поставщики утверждают, что вынуждены продавать товары по себестоимости или в убыток.

The Wildberries logo is a rectangular button with a pink-to-purple gradient. The word "WILDBERRIES" is written in white, uppercase, sans-serif font in the center.

Некоторые поставщики жалуются на то, что маркетплейс самостоятельно установил скидку в размере 25% на их товары. В пресс-службе Wildberries сообщили, что «участие в любой акции является добровольным — поставщики самостоятельно принимают соответствующие решения».

Wildberries заявляет, что большая часть продавцов «поддерживает участие в акции, так как с каждым годом она демонстрирует все более высокие результаты». В 2019 году во Всемирном дне шопинга на Wildberries приняли участие 2 млн россиян, которые оформили 4 млн заказов. Оборот продавцов вырос в 2 раза, в этом году ожидают еще более успешных результатов.

Источник:

[Поставщики Wildberries пожаловались на условия распродаж на маркетплейсе](#)

Wildberries запускает доставку свежих продуктов по схеме FBS

Vedomosti.ru, 03.11.2020 17:33:00

/новость

Онлайн-ритейлер Wildberries меняет схему доставки продуктов, сообщают [«Ведомости»](#). Маркетплейс предлагает партнерам схему fulfillment by sellers (FBS): продавец хранит товары на собственном складе, а в момент поступления заказа с маркетплейса самостоятельно его собирает и передает курьеру. За это продавцы будут платить комиссию в размере 5%.

Новая схема позволит запустить доставку свежих скоропортящихся продуктов и готовых блюд. Сейчас в продуктовом ассортименте Wildberries есть только нес скоропортящиеся товары.

Продавцами категории свежих продуктов могут стать как крупные розничные игроки, так и представители малого и среднего бизнеса. На первом этапе доставка будет доступна в Москве и Московской области, в дальнейшем будет расширена на другие регионы.

Пока по модели FBS работает один логистический центр Wildberries в Коледино Московской области. В планах — сделать доступными поставки по этой схеме и через другие распределительные центры.



Источник:

[Wildberries меняет схему доставки продуктов](#)

Торговые сайты-агрегаторы обязали принимать карты «Мир»

Е-repper.ru, 03.11.2020

/новость

С 1 ноября торговые сайты-агрегаторы в России с оборотом за прошлый год свыше 40 млн руб. обязаны принимать к оплате карты национальной платежной системы «Мир», в связи с вступлением в силу поправок в закон о защите прав потребителей.

С 1 марта 2021 года карту «Мир» должны будут принимать продавцы и агрегаторы с годовой выручкой от 30 млн руб., с 1 июля — от 20 млн.

Партнёр Data Insight Фёдор Вирин напоминает, что «Мир» — основная карта для огромного количества бюджетников, получающих на нее пособия и зарплату. «Если эта мера позволит вовлечь (или больше вовлечь) их в интернет-торговлю, если это требование увеличит долю предоплаченных заказов (а значит улучшит экономику интернет-торговли), то отлично!».



Источник:

[Интернет-магазины принудили к "Миру"](#)

Яндекс.Еда доставит продукты из METRO по ОПТОВЫМ ценам

Rb.ru, 03.11.2020 11:03:00

/новость

Яндекс.Еда начала сотрудничать с гипермаркетами и вышла на новый сегмент партнеров, запустив доставку из торговых центров METRO. Заказать продукты по оптовым ценам можно в Чертаново, Царицыно, Бирюлево Западное. Ограничений по минимальной сумме заказа нет, стоимость и время доставки зависят от объема покупок. Срок доставки — от одного часа.

Яндекс  Еда



В ассортименте представлены продукты категорий фреш и ультрафреш, а также товары собственных торговых марок сети и продукты, производимые для ресторанов. В планах — добавить уникальный ассортимент только для покупки онлайн.

За сборку в магазинах и доставку будут отвечать специально обученные Яндексом «мастера покупок», доставлять продукты — курьеры, сотрудничающие с Яндекс.Едой, и водители-партнеры Яндекс Go.

После масштабирования доставки в Москве будут подключены торговые центры в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Ростове-на-Дону. До конца 2021 года планируется выйти в основные города присутствия и запустить доставку из около 80 магазинов METRO.

Источник:

[«Яндекс.Еда» начала сотрудничать с гипермаркетами](#)

Wildberries: онлайн-продажи российских товаров выросли на 114% в 2020 г.

Retailer.ru, 02.11.2020 12:08:00

/НОВОСТЬ

За 9 месяцев 2020 года онлайн-продажи товаров российского производства на Wildberries выросли на 114% год к году, до 108,1 млрд руб., в штуках — на 201%. Тренд обусловлен активным переходом российских производителей и предпринимателей в сегмент интернет-торговли.

Самые популярные товары у россиян: одежда, бьюти-товары, продукты питания, книги и товары для дома.

Наиболее динамично с начала года росли продажи предпринимателей и производителей Амурской (+577%), Вологодской (+483%) и Липецкой (+460%) областей, а также Приморского края (+497%) и Республики Башкортостан (+425%).

Активнее всего онлайн-продажи запускали предприниматели из Республик Бурятия (число поставщиков выросло в 8 раз) и Карелия (в 4 раза), из Тюменской (в 5 раз), Калининградской и Астраханской (в 4 раза) областей.

Источник:

[Онлайн-продажи российских товаров на Wildberries увеличились на 114%](#)



Ozon и Wildberries предлагают свои пункты выдачи партнерам

Kommersant.ru, 02.11.2020

/новость

Wildberries и Ozon предлагают передачу своих пунктов выдачи заказов (ПВЗ) под управление предпринимателям на местах, сообщает [«Коммерсантъ»](#). Стоимость выкупа прав аренды — 0,8-1 млн руб. в зависимости от локации и товарооборота.



Сейчас около 80% ПВЗ Ozon управляют партнеры-предприниматели. Совокупное число точек выдачи у Ozon сейчас — более 12 тыс. с учетом постаматов. Для партнеров, которые хотят масштабировать бизнес максимально быстро, в тестовом режиме запущена опция передачи существующих пунктов Ozon под управление с уступкой права аренды. Уже закрыто несколько тестовых сделок.

Wildberries со второго квартала активно развивает логистику вместе с партнерами: сотрудничает с постаматными сетями, малым и средним бизнесом и торговыми сетями. Число точек выдачи выросло в 4 раза, до 26 тыс. В рамках нового проекта партнеры могут открывать новые ПВЗ для Wildberries и брать под управление действующие с переоформлением договора аренды на себя.

По мнению гендиректора «Infoline-Аналитики» Михаила Бурмистрова, решение ритейлеров выглядит оправданным, малый бизнес гораздо эффективнее открывает ПВЗ и оптимизирует операционные расходы, чем крупнейшие маркетплейсы.

Источник:

[Онлайн-ритейлеры освобождают точки](#)

«Магнит» запустил собственный сервис доставки продуктов

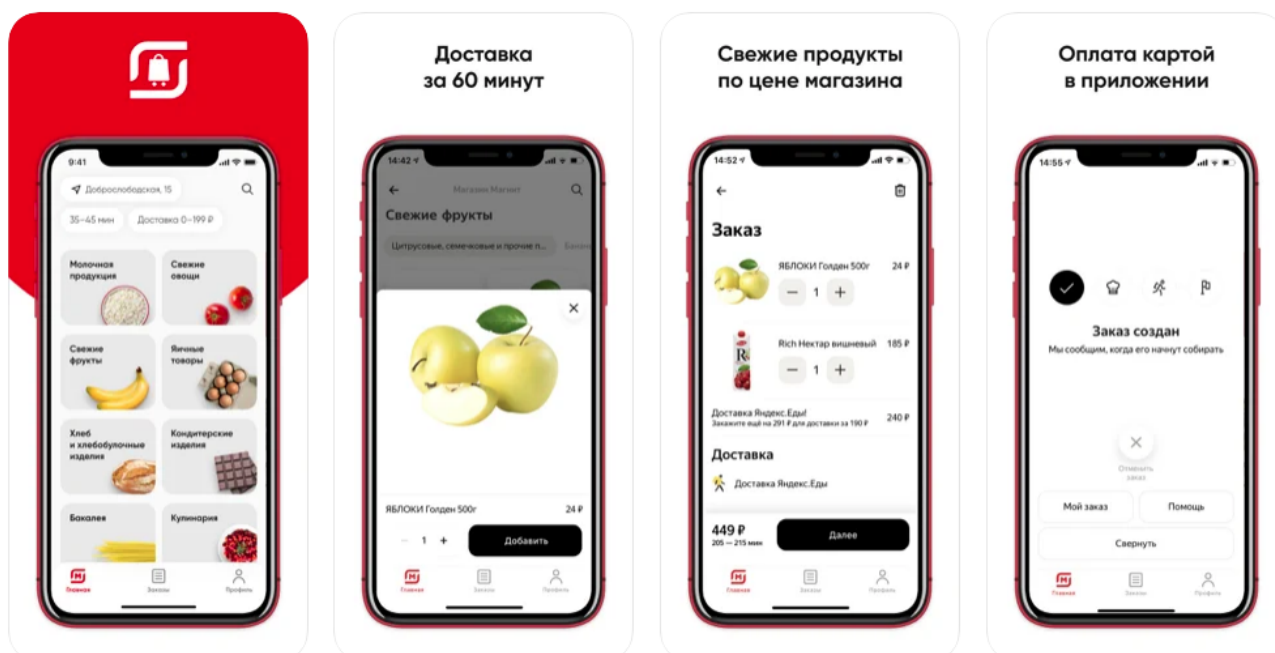
Magnit.com, 02.11.2020

/новость

«Магнит» запустил собственный [сервис](#) онлайн-заказа и доставки продуктов из магазинов. Проект пилотируется в партнерстве с сервисом Яндекс.Еда, эксперты которого стали частью команды разработки приложения.

Выбрать товары, оформить заказ и оплатить его можно в мобильном приложении «Магнит Доставка», которое станет платформой для развития e-commerce проектов компании. В приложении доступно более 5000 товаров, включая бакалею, фрукты и овощи, товары категории fresh, самые востребованные товары для дома, ухода, домашних животных и т.д. Цены и скидки при заказе онлайн аналогичны магазинным.

На старте сервис будет доступен во всех районах Москвы в пределах МКАД. К доставке подключены 12 магазинов сети с оптимальным ассортиментом. Стоимость доставки в зависимости от размера заказа — от 0 до 149 руб., без ограничения по размеру корзины.



Источник:

[«Магнит» запустил собственный сервис доставки продуктов](#)

Сбер: количество онлайн-покупок выросло в 1,5 раза

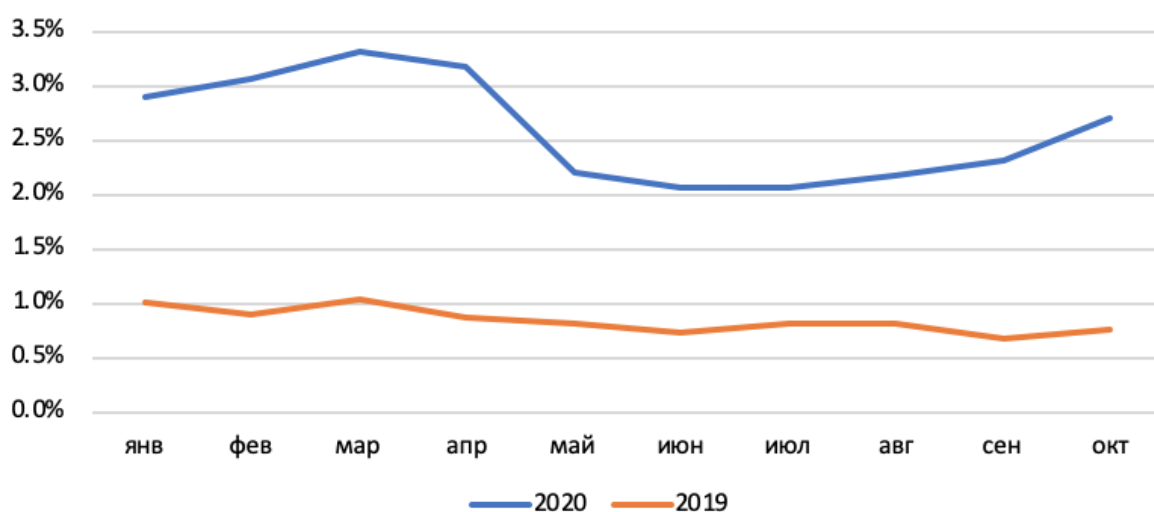
New-retail.ru, 05.11.2020 14:30:00

/исследование

Согласно исследованию Сбера, количество онлайн-заказов с начала года выросло в 1,5 раза, в то время как число покупок в обычных магазинах — только на четверть. В месяц средний клиент Сбера делает 2,5 покупки с оплатой в интернете и больше 17 раз ходит в магазин.

В целом доля клиентов, заказывающих продукты с оплатой через интернет, составляет менее 2,5% по России и менее 7% — в Москве. Доля клиентов по России выросла с 2,9% в январе до 3,3% в марте, в Москве — с 5,8% в январе до 8,7% в апреле. Летом доля снизилась до 2,1% по России и 5,7% — в Москве.

Доля клиентов, покупающих продукты в интернете, Россия



Для интернет-заказов характерны более редкие и крупные покупки. В 2020 году средний чек покупки по банковской карте в обычном магазине составляет 429 руб., в интернет-сервисах — 1916 руб.

Среди VIP-сегмента доля интернет-покупок составляет 5-6%, тогда как среди массового сегмента — 2-3%.

Источник:

[Стало известно, сколько раз в месяц россияне заказывают доставку продуктов](#)

РБК: оборот рынка доставки еды в России в 2020 г. может вырасти на 47%

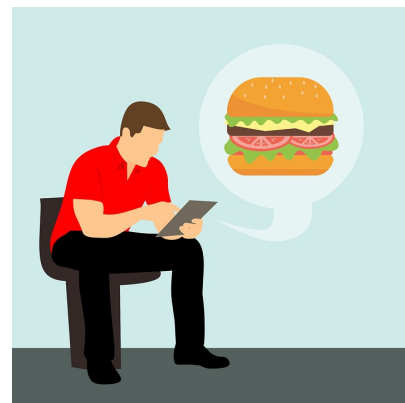
Retailer.ru, 05.11.2020 15:35:00

/исследование

Согласно данным «РБК Исследований рынков», к концу 2020 года оборот рынка доставки еды может вырасти на 47% до 258 млрд руб. Рынок общепита сократится на 21,3% по сравнению с прошлым годом.

В 2020 году на доставку придется 19,7% оборота рынка общепита — почти в 2 раза больше, чем в 2019 году (10,5%). Наибольший вклад в рост рынка доставки внесли агрегаторы. Delivery Club и Яндекс.Еда впервые заняли свыше четверти рынка доставки — 27,7% против 18,6% в 2019 году.

Яндекс.Еда в 2019 году увеличила выручку с 0,9 млрд руб. до 3,1 млрд руб. За время карантина оборот сервиса вырос в 3 раза, а совокупный объем заказов — почти в 2,3 раза. По итогам 2020 года оборот сервиса может увеличиться еще в 2 раза.



Оборот Delivery Club в 2019 году увеличился в 2,3 раза и достиг 4,46 млрд руб. За время локдауна выручка выросла почти втрое, оборот достиг 2,5 млрд руб. В третьем квартале выручка сервиса увеличилась в 2,1 раза и достигла 2,6 млрд руб. В компании рассчитывают как минимум повторить прошлогодние успехи.

Спрос на доставку вырос на 62,6% — агрегаторы и рестораторы по итогам 2020 года обработают 255,8 млн поступающих заказов.

Источник:

[Исследование: рынок доставки в России к концу года может вырасти на рекордные 47%](#)

Criteo: 79% российских покупателей будут приобретать подарки онлайн

Www2.criteo.com, 03.11.2020

/исследование

Согласно исследованию Criteo, e-commerce станет движущей силой продаж в праздники: 73% российских покупателей будут искать и 79% покупать подарки в онлайн-магазинах и приложениях. Покупать подарки в офлайн-магазинах будут 74% опрошенных.

Каждый четвертый российский потребитель планирует покупать больше товаров культурного назначения, игрушек и игр, а также бытовой электроники онлайн. В то же время около трети российских покупателей будут продолжать ходить в офлайн-магазины, чтобы приобрести хозяйственные товары, продукты и/или пиво/вино/крепкие алкогольные напитки.

Россияне в этом году чувствуют себя более комфортно, совершая покупки онлайн, чем в офлайн-магазинах, и это верно для всех поколений. Однако офлайн-шопинг по-прежнему достаточно популярен. Треть россиян сейчас чувствуют себя более комфортно, делая покупки офлайн, чем несколько месяцев назад.

Приобретая товары онлайн, большинство покупателей рассчитывают на низкие цены и бесплатную доставку.



Источник:

Праздничный сезон 2020: потребительские настроения и новые покупательские привычки

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

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

Alibaba и Richemont инвестируют в Farfetch больше \$1 млрд

Farfetchinvestors.com, 06.11.2020

/новость

Farfetch, Alibaba Group и Richemont заключили глобальное стратегическое партнерство, чтобы предоставить люксовым брендам расширенный доступ на рынок Китая, а также ускорить цифровую трансформацию мировой индустрии роскоши.

В рамках партнерства Farfetch запустит каналы продаж на платформах Tmall Luxury Pavilion и Luxury Soho, а также на трансграничной торговой площадке Tmall Global. Alibaba и Richemont инвестируют \$600 млн (по \$300 млн) в частные конвертируемые облигации, выпущенные Farfetch Limited. Alibaba и Richemont также инвестируют \$500 млн (по \$250 млн) в Farfetch China, получив в совокупности 25% акций в новом совместном предприятии, которое будет включать торговые площадки Farfetch в регионе Китая. Alibaba и Richemont обладают опционом на приобретение дополнительных 24% акций Farfetch China по завершении третьего года после создания совместного предприятия.

Кроме того, холдинг Artemis согласился увеличить свои текущие инвестиции, купив обыкновенные акции класса А компании Farfetch за \$50 млн.

Alibaba и Richemont также изучат дополнительные возможности для тесного сотрудничества с Farfetch по предоставлению услуг брендам класса люкс. Ожидается, что инвестиции Alibaba и Richemont в Farfetch China и создание совместного предприятия будут завершены в течение первого полугодия 2021 календарного года.

Luxury New Retail (LNR) — инициатива, которая будет использовать самые современные технологии многоканальной розничной торговли Farfetch и Alibaba для удовлетворения потребностей предприятий класса люкс. Эти решения будут обслуживать как монобрендовые, так и мультибрендовые стратегии дистрибуции для люксовых брендов, включая полностью подключенные веб-сайты и приложения, технологию омниканальной розничной торговли и доступ к торговым площадкам Farfetch и Tmall Luxury Pavilion через единую интеграцию. Farfetch и Alibaba сформировали руководящую группу для дальнейшего развития инициативы LNR.

Источник:

[Farfetch, Alibaba Group and Richemont Form Global Partnership to Accelerate the Digitization of the Luxury Industry](#)

[FARFETCH, ALIBABA & RICHEMONT IN TIE-UP TO DEVELOP 'LUXURY NEW RETAIL'](#)



Выручка Alibaba за квартал выросла на 30%

Alizila.com, 05.11.2020

/НОВОСТЬ

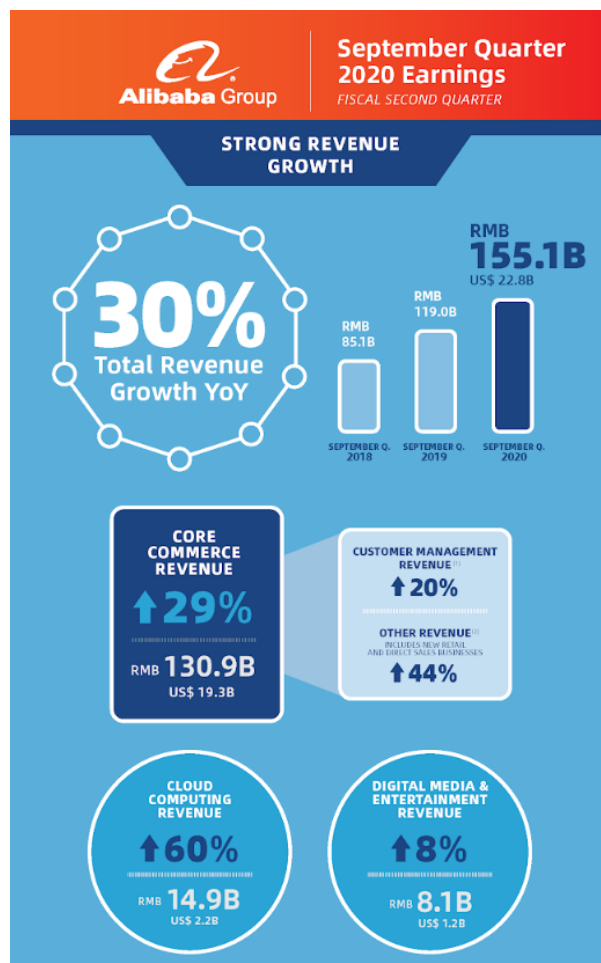
Alibaba Group **объявила** финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 сентября 2020 года.

Выручка компании составила \$22,8 млрд, увеличившись на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Чистая прибыль снизилась на 63%, до \$3,9 млрд. Падение прибыли Alibaba объясняет следующими факторами: в прошлом году компания получила единовременный приток доходов от 33% доли в Ant Group, а в этом квартале значительно повысила расходы на компенсации в виде предоставления акций. Исключая эти факторы, чистая прибыль группы выросла бы на 44% год к году.

Выручка от бизнеса в сфере коммерции выросла на 29%, до \$19,3 млрд. Количество активных потребителей на розничных маркетплейсах выросло на 15 млн и достигло 757 млн.

Источник:

ALIBABA REPORTS SEPTEMBER 2020 QUARTER EARNINGS



El Corte Inglés превращает 90 универмагов в логистические центры

Ecommercenews.eu, 04.11.2020

/новость

Сеть торговых домов El Corte Inglés превращает 90 универмагов в Испании в логистические центры, чтобы нарастить онлайн-продажи и продолжить конкуренцию с Amazon.



Использование универмагов в качестве распределительных центров позволит унифицировать инвентарь и контролировать запасы в режиме реального времени. Таким образом, испанская группа насчитывает 93 логистических центра, три из которых являются специализированными платформами в Мадриде, Барселоне и на Канарских островах, а остальные 90 — модернизированными универмагами.

Эта сеть хабов может охватить 2000 магазинов в Испании. Для 82% жителей страны магазины El Corte Inglés находятся менее чем в 40 минутах езды на машине. Группа заявляет, что также хочет продвигать самовывоз заказов из магазинов с помощью таких сервисов, как Click & Collect и Click & Car.

Источник:

[El Corte Inglés turns department stores into logistics centers](#)

Выручка MercadoLibre превысила \$1 млрд в III кв. 2020 г.

Investor.mercadolibre.com, 04.11.2020

/новость

MercadoLibre, Inc., ведущая компания в области технологий электронной коммерции в Латинской Америке, опубликовала финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 сентября 2020 года.

Чистая выручка за третий квартал выросла на 85% в долларах США и составила \$1,1 млрд — в основном за счет чистой выручки от коммерческой деятельности, которая достигла самых высоких темпов роста за всю историю.



Выручка от коммерческой деятельности увеличились на 109,3% в годовом исчислении в долларах США, достигнув \$724,5 млн, в то время как выручка от финансовых технологий увеличилась на 52,3% в годовом исчислении в долларах США, до \$391,2 млн.

Чистая прибыль компании до налогообложения составила \$52,7 млн против убытка в размере \$66,9 млн в третьем квартале 2019 года. Чистая прибыль составила \$15 млн, а чистая прибыль на акцию — \$0,28.

Количество уникальных активных пользователей сервисов компании выросло на 92,2% до 76,1 млн. Общий объем оборота товаров вырос в долларах на 62,1%, до \$5,9 млрд. Продано 205,7 млн единиц товаров — на 109,9% больше, чем годом ранее.

Источник:

[MercadoLibre, Inc. Reports Third Quarter 2020 Financial Results](#)

Выручка Zalando выросла на 21,6% в III кв. 2020 г.

Corporate.zalando.com, 04.11.2020

/новость

Zalando SE, ведущая европейская онлайн-платформа, посвященная моде и образу жизни, опубликовала результаты за третий квартал 2020 года.



Показатель GMV вырос на 29,9%, до 2,5 млрд евро, а выручка — на 21,6%, до 1,8 млрд евро. Сильный рост, в частности, обусловлен ускоренным сдвигом потребительского спроса в сторону цифровых предложений в ходе пандемии коронавируса, а также высокими показателями партнерской программы Zalando и Zalando Lounge.

Скорректированный показатель EBIT составил 118,2 млн евро. К увеличению прибыльности в третьем квартале привели значительное снижение себестоимости продаж и повышение эффективности выполнения заказов.

Zalando повысила свой прогноз на 2020 финансовый год: компания ожидает, что GMV вырастет на 25-27%, выручка — на 20-22%, а скорректированный показатель EBIT составит 375-425 млн евро.

Источник:

[Zalando Records Exceptionally Strong and Profitable Growth in Third Quarter](#)

Wayfair нарастил выручку на 66,5% в III кв. 2020 г.

Investor.wayfair.com, 03.11.2020

/новость

Wayfair Inc., один из крупнейших в мире интернет-продавцов товаров для дома, опубликовал финансовые результаты за третий квартал, закончившийся 30 сентября 2020 года.



Общая чистая выручка компании увеличилась на 66,5%, до \$3,8 млрд. Чистая прибыль составила \$173,2 млн, разводненная прибыль на акцию — \$1,67.

Количество активных клиентов направления Direct Retail достигло 28,8 млн — на 50,9% больше, чем за год до этого. Один клиент в среднем совершил 1,94 заказа в третьем квартале 2020 года по сравнению с 1,85 в третьем квартале 2019 года. Средняя стоимость заказа в третьем квартале 2020 года — \$243 против \$252 в третьем квартале 2019 года.

В третьем квартале 2020 года 60% от общего числа заказов, доставленных в рамках направления Direct Retail, были размещены через мобильные устройства (против 53,8% в третьем квартале 2019 года).

Источник:

[Wayfair Announces Third Quarter 2020 Results](#)

Розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 9,7% за 9 месяцев 2020 г.

Xinhuanet.com, 02.11.2020

/новость

По данным министерства коммерции Китая, за первые три квартала 2020 года объем розничных онлайн-продаж в стране превысил 8 трлн юаней (около \$1,19 трлн), что на 9,7% больше, чем в предыдущем году.

Онлайн-розница ускорила цифровую трансформацию рыночных субъектов, дала толчок новым формам и моделям бизнеса и придала импульс цифровой экономике, отметили в министерстве. Новые бизнес-модели, такие как прямые эфиры, объединили развлечения с потреблением и стали популярными. Новыми онлайн-тенденциями стали здоровое и экологичное потребление.



В сельских районах Китая также наблюдается устойчивое развитие электронной коммерции: розничные продажи через интернет составили 1,2 трлн юаней за тот же период.

Источник:

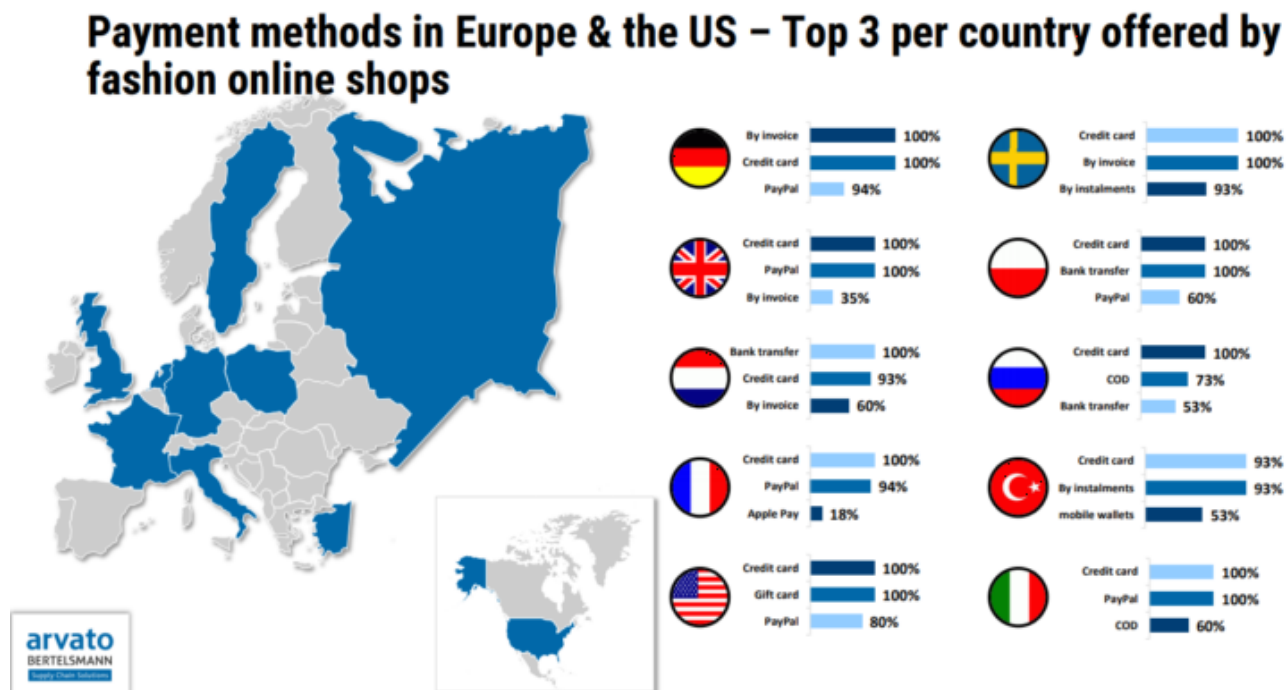
[China's online retail sales up in first three quarters](#)

Arvato: как платят в интернет-магазинах Европы и США

Arvato-supply-chain.com, 05.11.2020

/исследование

Эксперты Arvato Supply Chain Solutions изучили способы оплаты в интернет-магазинах в десяти странах.



Германия: оплата по счету доминирует на рынке электронной коммерции с долей ок. 30%. Ее предоставляют 100% проанализированных магазинов. На PayPal приходится примерно 20%.

Великобритания: на кредитные карт приходится почти половина всех онлайн-транзакций, и ожидается, что доля будет расти. Несмотря на рост числа мобильных платежей, только PayPal занимает значительную долю рынка — ок. 25%. Apple Pay предоставляют 29% интернет-магазинов.

Франция: преобладают кредитные карты. Клиенты отдают предпочтение межбанковской платежной системе Carte Bancaire. Среди цифровых кошельков доминирует PayPal, но местное решение Lydia нацелено на его долю рынка и особенно популярно среди поколения Z.

Нидерланды: примерно 60% объема транзакций электронной коммерции приходится на iDeal, это решение предоставляют все магазины. Цифровые кошельки демонстрируют впечатляющие темпы роста, но PayPal еще не удалось достичь такого же значения, как в других европейских странах.

Италия: доминируют сервисы предоплаченных карт. Самый известный с долей рынка более 50% — PostePay. Эти карты чаще всего выпускаются совместно с VISA или Mastercard. Несмотря на преобладание местных карт, платежный ландшафт фрагментирован. Набирает популярность несколько различных решений для мобильных платежей, в то же время остается популярным наложенный платеж.

Швеция: кредитные и дебетовые карты являются предпочтительным способом онлайн-платежей. Также популярны авансовые платежи и рассрочка. Эти решения часто предоставляются в сотрудничестве с компанией Klarna.

Польша: предпочтительна оплата банковским переводом. На рынке доминирует глобальный PayU, а также местные провайдеры Dotpay и Przelewy24. Оплата наличными при доставке до сих пор популярна. Однако в будущем ее доля снизится в пользу решений для мобильных платежей, прежде всего — отечественного провайдера BLIK.

Россия: преобладает оплата при доставке из-за неудобных процессов возврата. Оплата обычно производится как наличными, так и картой. Популярны отечественная система кредитных/дебетовых карт МИР, а также местные решения для мобильных платежей. По данным Data Insight, наличие удобного способа оплаты и ее безопасность влияют на решение о покупке больше, чем скидки или бесплатная доставка.

Турция: явно преобладают местные кредитные карты, такие как Bonus (DenizBank) и World (YapiKredi), которые предоставляют широкий спектр вариантов рассрочки. На их долю приходится 55% всех карточных транзакций. Действует собственная система кредитных карт Troy. Турецкий рынок мобильных платежей с долей около 30% характеризуется местными решениями, прежде всего BKM Express и Garanti Pay.

США: рынок платежей в электронной коммерции сосредоточен на кредитных картах. Интернет-магазины часто предоставляют собственные кредитные карты совместно с VISA или Mastercard, нередко связанные с их собственными программами лояльности с кэшбэком. Широкое распространение кредитных карт также способствует использованию хорошо известных цифровых кошельков.

Источник:

[E-COMMERCE PAYMENT TRENDS WORLDWIDE](#)

Criteo: брендам сегмента Luxury Fashion требуется сильное онлайн-присутствие

Criteo.com, 03.11.2020

/исследование

Согласно отчету Criteo Global Luxury Fashion Report 2020, во всем мире 24% онлайн-потребителей предметов роскоши планируют покупать меньше, а 34% — больше, чем раньше. Люксовые бренды должны обновить свой технологический инструментарий и максимально использовать решения на основе искусственного интеллекта.



Цифровая трансформация, потребительский спрос и непредсказуемые события, такие как COVID-19, в совокупности усиливают потребность брендов сегмента Luxury Fashion в создании сильного онлайн-присутствия. Люксовые бренды должны изучить новые и инновационные способы продемонстрировать свой бренд в цифровых каналах, особенно во время праздничного квартала.

Представители поколения Z и миллениалы становятся движущей силой потенциала продаж. Чтобы привлечь внимание представителей этих поколений, бренды должны осознавать растущий акцент на социальной ответственности и устойчивости.

Некоторые события, такие как Черная пятница, становятся популярными во всем мире, в то время как другие, такие как День холостяка, только завоевывают внимание в некоторых странах. Во многих странах есть национальные или даже местные праздники, которые бренды обязательно должны добавить в свои календари.

Страны демонстрируют разные уровни восстановления после COVID-19, причем в США он медленнее, чем в странах Европы, Ближнего Востока, Африки и Азии. Стратегии на четвертый квартал в этом году должны быть очень гибкими и адаптивными.

Источник:

[This is How Luxury Fashion Brands Must Prepare for Festive Season Shoppers](#)

Приложения для заказа еды загружали реже в III кв. 2020 г.

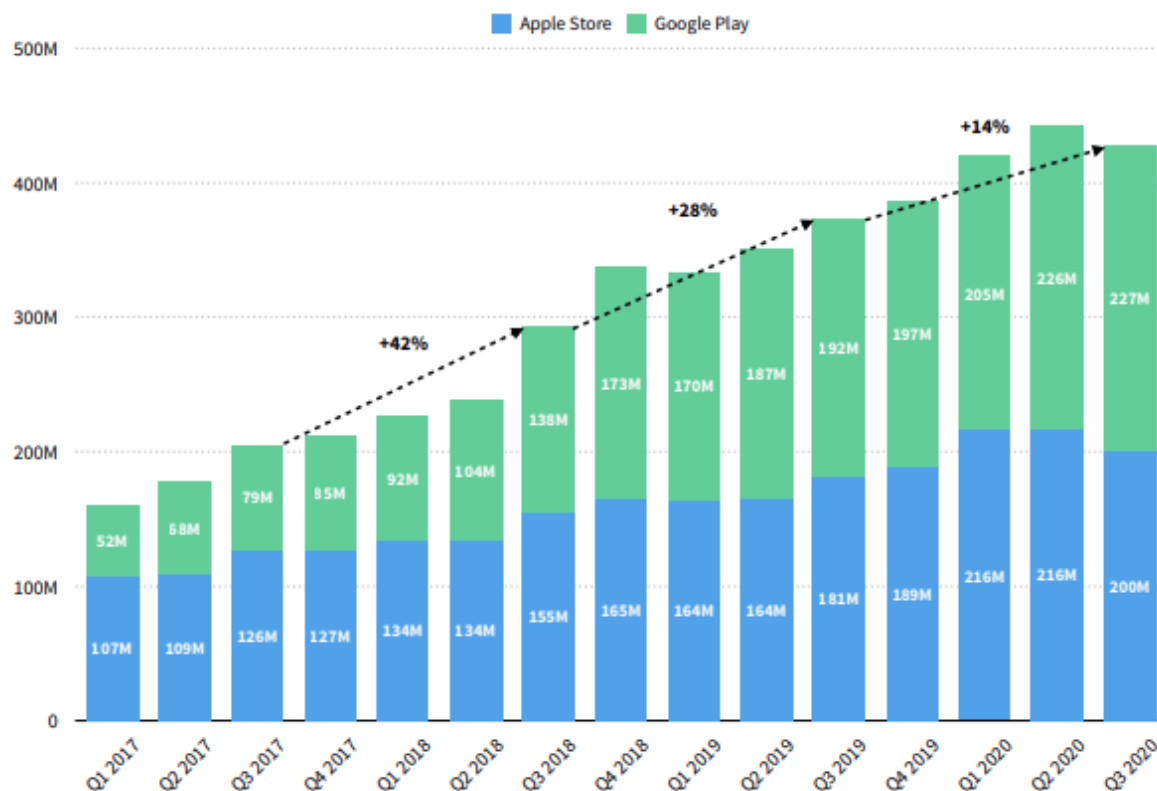
Go.sensortower.com, 02.11.2020

/исследование

Согласно отчету Sensor Tower, в третьем квартале 2020 года рост количества загрузок приложений для заказа еды и напитков в мире замедлился, составив 14% год к году.

Worldwide Food & Drink Download Trends

Quarterly downloads of Food & Drink apps on the App Store and Google Play



США и Россия по-прежнему оставались наиболее быстрорастущими рынками для этого типа приложений, с ростом г/г на 20% и 70% соответственно. До первого квартала 2020 года Индия была вторым по величине мобильным рынком приложений для еды и напитков, но из-за COVID-19 на смену пришла Бразилия. Тем не менее, Индия показала признаки восстановления в третьем квартале 2020 года, вернув себе второе место.

Приложения обычных магазинов продуктов оставались предпочтительными платформами для мобильного шопинга. Исключение — Everli с почти 700 тыс. загрузок в Италии в период с первый по третий квартал 2020 года.

Россия, Нидерланды и Великобритания вошли в тройку лидеров по количеству загрузок приложений продуктовых магазинов с первого по третий квартал 2020 года.

«Пятерочка», Jumbo Extra's и Tesco были наиболее загружаемыми приложениями соответственно.

Источник:

[The State of Food & Drink Apps 2020](#)

Кейс:

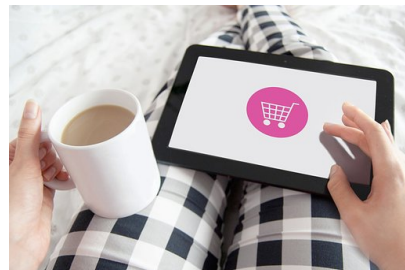
За полчаса онлайн-акции в Китае продали российских товаров на \$1,8 млн

Rg.ru, 08.11.2020 09:19:00

/кейс

Всего за 30 минут онлайн-акции по продвижению российской продукции на рынке Китая производители продали товаров на 12,34 млн юаней (\$1,8 млн). Это первый опыт масштабных продаж российских товаров в Китае через лайф-стриминг.

Эксперты уверены, что именно за таким форматом продаж — будущее развития на рынке КНР. Генеральный директор консалтинговой компании LaowaiMe Артем Жданов наиболее перспективным считает онлайн-продвижение российской экологически чистой пищевой продукции.



Онлайн-акция по продвижению российских товаров состоялась в рамках III Китайской импортной ЭКСПО.

Сегодня онлайн-продажи обеспечивают 24,3% от общего объема розницы в КНР. Если за три квартала 2020 года розничные продажи в КНР просели на 7,2% в годовом исчислении, то сектор онлайн-продаж вырос на 9,7%.

Источник:

[Новый путь в Китай](#)

Приложение «Перекрёсток Впрок» скачали более 1 млн раз

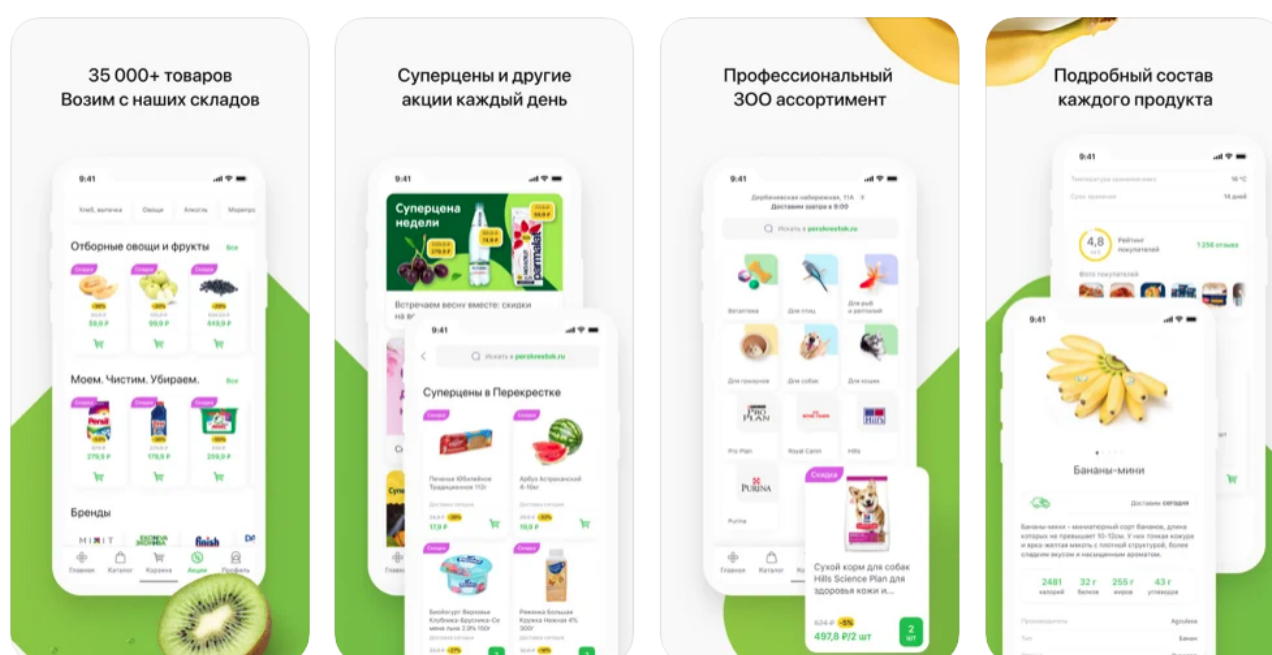
Retail-loyalty.org, 02.11.2020 12:04:00

/кейс

Приложение онлайн-гипермаркета «Перекрёсток Впрок», запущенное в мае этого года, скачали более 1 млн раз. Около 55% скачиваний пришлось на версию для Android. В сентябре приложение заняло первое место в разделе «Еда и напитки» российского AppStore.

Жители Москвы и Московской области совершили 70% скачиваний приложения, петербуржцы и жители Ленинградской области — 23%.

Ежедневно приложением пользуются почти 60 тыс. человек, а ежемесячная активная аудитория — более полумиллиона покупателей. После запуска доля продаж из приложения выросла с 40% до 55-60%.



Источник:

Приложение «Перекрёсток Впрок» скачали более миллиона раз

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
- развитии 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 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.