

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 45

09 Ноября 2020 - 15 Ноября 2020

В выпуске:

Россия:

Danone закрыл свой российский онлайн-магазин

РЭЦ: электронная коммерция изменила экспорт России

11.11 в России: результаты Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркета и др.

Продажи AliExpress Россия в период 11.11 составили 19,3 млрд руб.

Объем онлайн-продаж «Холодильник.ру» с июля по октябрь вырос на 32%

Wildberries и Почта России стали партнерами по доставке

Ozon оценили для IPO в \$4-12 млрд

Ozon получил разрешение на дистанционную торговлю лекарствами

«Утконос Онлайн» открыл первый фулфилмент-центр в Санкт-Петербурге

Чистый оборот Lamoda вырос на 32% в III кв. 2020 г.

Экспортный оборот Wildberries вырос на 89%

В магазинах X5 за 10 месяцев выдано более 15 млн заказов

АКИТ создала стандарты работы e-commerce в пандемию

X5 запустила в агрегатор экспресс-доставки продуктов и готовой еды

Онлайн-продажи в России достигли 10,9% от общего объема розницы

AliExpress Россия поддержит локальных продавцов в ответ на ситуацию на рынке

Чаще всего на Ozon ищут одежду

География продаж товарной категории: Косметика

Весь мир:

Google инвестирует в индонезийскую e-commerce компанию Tokopedia

Выручка Farfetch выросла на 71% в III кв. 2020 г.

Walmart запускает для e-commerce распределительные центры в формате pop-up

Выручка Pinduoduo выросла на 89% в III кв. 2020 г.

Продажи Alibaba в период 11.11 превысили \$74 млрд

Выручка Jumia упала на 18% в III кв. 2020 г.

WhatsApp добавил в чаты кнопку для покупок

Почему Южная Европа отстает в электронной торговле

В пандемию 27% австралийцев делали больше онлайн-покупок
Е-commerce в Юго-Восточной Азии выросла на 63% в 2020 г.
45% жителей стран MENA и Пакистана стали чаще покупать онлайн

Danone закрыл свой российский онлайн-магазин

Rbc.ru, 14.11.2020 11:09:00

/новость

Французский производитель молочных продуктов и детского питания Danone с 1 ноября 2020 года закрыл свой российский онлайн-магазин Danone Direct, сообщает [РБК](#).

Потребители Danone чаще совершают покупки в онлайн-ритейле и крупных торговых сетях — на них и решено было сосредоточить усилия.



Danone Direct перестал работать с 1 ноября 2020.

Спасибо, что были с нами с 2017-го года.

Наша команда решила вложить свою любовь и энергию в те сервисы, которыми наши клиенты пользуются чаще.
Поэтому до встречи в других онлайн-магазинах!

В 2017 году компания запустила собственные интернет-магазины в России, во Франции и США в ответ на стремительное развитие онлайн-шопинга, в том числе в категории свежих продуктов. Судьбу интернет-магазинов в других странах не прояснили.

Сначала в интернет-магазине Danone можно было заказать лишь некоторые бренды, доставка осуществлялась только по Москве, минимальная сумма заказа составляла 500 руб. Компания обещала запустить доставку и в других регионах. Инвестиции в проект не раскрывались.

Хорошо развитая дистрибуция брендов Danone и отсутствие преимуществ перед сервисами доставок стали главными причинами закрытия онлайн-магазина, считает собеседник РБК в отрасли.

По мнению президента Ассоциации компаний интернет-торговли Артема Соколова, монобрендовые площадки востребованы, например, при покупке бытовой техники, но при выборе товаров повседневного спроса потребитель хочет купить на одной площадке не только молочку, но и хлеб, мясо и другие продукты. Кроме того, у фирменных онлайн-магазинов трафик меньше, из-за чего они проигрывают более крупным интернет-площадкам с широким ассортиментом.

Источник:

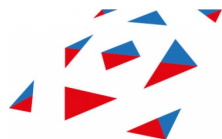
[Французская Danone признала неудачу со своим интернет-магазином в России](#)

РЭЦ: электронная коммерция изменила экспорт России

Exportcenter.ru, 13.11.2020

/новость

По данным Российского экспортного центра (РЭЦ), электронная торговля в России растет на 30% в год, к 2024 году достигнет 7,2 трлн руб.



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

Представители бизнеса в 2 раза чаще стали обращаться в РЭЦ за содействием по вопросам трансформации своего экспортного бизнеса в онлайн или старту экспортных продаж через онлайн-каналы. За 9 месяцев 2020 года Центр вывел более 2400 компаний на международные электронные торговые площадки, тогда как за весь 2019 год — около 1400.

В 2020 году средний чек стал меньше, а количество заказов резко выросло, что привело к росту нагрузки на логистику. Для упрощения B2B коммуникации РЭЦ в партнерстве с Почтой России и РЖД разрабатывает новые логистические продукты с применением льготных тарифов для перевозок. В 2021 году будет реализован бесшовный цифровой механизм, чтобы предоставить экспортерам весь спектр услуг по развитию онлайн-экспорта.

За год продажи Национального магазина российских пищевых товаров на китайском внутреннем маркетплейсе Tmall.com превысили 200 млн руб. РЭЦ планирует открыть аналогичный магазин на немецком рынке, а также запустить аккаунт на китайской платформе WeChat.

Источник:

[Как eCommerce изменил экспорт России](#)

11.11 в России: результаты Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркета и др.

Tass.ru, 13.11.2020

/новость

Российские интернет-магазины раскрыли результаты распродажи «Всемирный день шопинга» (11.11).

Wildberries: в акции с 5 по 13 ноября приняли участие свыше 5,3 млн уникальных пользователей — аудитория выросла в 2,5 раза год к году. 11 ноября число заказов составило 2,3 млн за сутки, тогда как год назад их было чуть более 900 тыс. В главный день распродажи россияне заказали 5,1 млн товаров — в 2,3 раза больше по сравнению с прошлой акцией.

Активнее всего приобретали бьюти-товары, одежду, продукты питания, аксессуары и нижнее белье.



Joorn: во время однодневной акции продажи в России выросли в 9 раз по сравнению с усредненным показателем продаж в обычный день и в 2 раза относительно прошлого года. Средний чек увеличился на 8% год к году. Сильнее всего (в 9 раз) вырос спрос на умные часы, смартфоны, женскую одежду (почти 16% всего оборота распродажи) и обувь. Рекордно выросли продажи в категории сумок — в 12 раз.

Яндекс.Маркет: с 10 по 11 ноября количество заказов выросло вдвое, рост в деньгах — около 200%. Пользователи чаще всего покупали товары для дома, красоты и детские товары.

Ozon: в акции участвовали около 3000 продавцов маркетплейса — в 5 раз больше, чем в распродаже 2019 года. Оборот от продаж категории «Одежда и красота» в день акции вырос на 128% год к году, «Товары повседневного спроса» — на 74%, «Электроника и крупная бытовая техника» — на 121%. Лидерами спроса стали электроника (36,1% от всех продаж) и товары повседневного спроса (22,3%). На «Одежду и красоту» пришлось 21,5% продаж.

Наибольшие доли в обороте пришлось на Санкт-Петербург, Казань и Екатеринбург. Активнее всего заказывали пользователи мобильного приложения на Android (количество заказов выросло на 86% относительно прошлой недели) и пользователи сайта (заказы выросли на 81% к предыдущей неделе).

«Детский мир»: за сутки акции онлайн-площадка компании приняла 170 тыс. заказов — в 3 раза больше, чем год назад.

KupiVip: самым высоким спросом пользовалась домашняя одежда (+183% год к году), пуховики (+290%), теплая обувь (+290%), джемперы, свитеры и пуловеры (+150%), зимние куртки (+96%).

Источник:

Российские маркетплейсы удвоили оборот во "Всемирный день шопинга", несмотря на пандемию

AliExpress, KupiVIP и "Детский мир" огласили итоги распродажи 11 ноября

Продажи AliExpress Россия в период 11.11 составили 19,3 млрд руб.

Notion.so, 13.11.2020 13:06:00

/новость

Продажи товаров на платформе AliExpress Россия в период распродажи 11.11 составили 19,3 млрд руб. Оборот российских продавцов вырос в 1,3 раза год к году и превысил 3,3 млрд руб.

Ассортимент товаров российских производителей и магазинов увеличился в 5 раз, до 4 млн единиц. Более половины оборота пришлось на AliExpress Plus — сервис с ускоренной и бесплатной доставкой до двери.

Большая часть продаж пришлась на малый и средний бизнес, оборот которого вырос в 12 раз по сравнению с прошлым годом. Активнее всего число российских продавцов и товаров росло в категориях еда, нижнее белье, аксессуары, товары для автомобиля, электроника, товары для детей, мужская и женская одежда, свадебные платья.

В приложении VK зарегистрировано более 120 тыс. новых покупателей. Еще одно новшество — live-трансляция, в ходе которой также шли продажи. По данным сотового оператора Yota, трафик в приложении AliExpress Россия 11 ноября вырос на 108% по сравнению с предыдущим днем.



Источник:

AliExpress Россия раскрывает финансовые показатели главной распродажи года 11.11

Объем онлайн-продаж «Холодильник.ру» с июля по октябрь вырос на 32%

Е-репер.ru, 12.11.2020

/НОВОСТЬ

В третьем квартале 2020 года «Холодильник.ру» продал товаров в рознице почти на 3,7 млрд руб., а по итогам 9 месяцев — на более чем 9,6 млрд руб. За три квартала выручка розничного сегмента выросла вдвое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Объем продаж на сайте «Холодильник.ру» с июля по октябрь вырос на 32% год к году и составил 1,4 млрд руб. Количество покупателей увеличилось на 20%, а средний чек вырос с 24 600 до 27 000 руб. За 9 месяцев выручка интернет-магазина выросла на 27% и составила 3,7 млрд руб.

Покупателями онлайн- и офлайн-магазинов «Холодильник.ру» за 9 месяцев стали около 385 тыс. человек со средней стоимостью чека 25 000 рублей (+7%).

Источник:

Выручка "Холодильник.ру" выросла вдвое за 3 квартала

Wildberries и Почта России стали партнерами по доставке

Pochta.ru, 12.11.2020

/новость

Почта России и Wildberries договорились о сотрудничестве в области доставки заказов в России и за рубежом. Ключевым аспектом соглашения станет партнерство по доставке и выдаче заказов в отделениях Почты России.



В странах-участницах ЕАЭС (Армении, Беларуси, Казахстане и Киргизии), где активно работает Wildberries, Почта России будет доставлять заказы компании своим партнерам — местным почтовым администрациям, и их можно будет забрать в отделениях связи. В странах Европы Почта поможет организовать доставку до отделений и до двери клиента, а также будет оказывать услуги хранения и комплектации заказов силами своей дочерней компании в Германии — RusPost GmbH.

Почта России и Wildberries будут вместе работать над смягчением регуляторных требований к экспортерам товаров и упрощением процедур таможенного оформления и декларирования товаров в РФ и ЕАЭС.

Источник:

[Почта России и Wildberries подписали соглашение о сотрудничестве по доставке товаров в России и за рубежом](#)

Ozon оценили для IPO в \$4-12 млрд

Forbes.ru, 12.11.2020 19:12:00

/новость

Ozon подал заявку на IPO в комиссию по ценным бумагам и биржам США.

Андеррайтерами IPO в проспекте указаны Morgan Stanley, Goldman Sachs, Citigroup, UBS, Sberbank CIB, «Ренессанс Капитал» и «ВТБ Капитал». [Forbes](#) стали известны оценки организаторов IPO Ozon:

- Sberbank CIB оценивает компанию для размещения в \$4-8,5 млрд;
- ВТБ Капитал — в \$4,7-7,1 млрд;
- Goldman Sachs — в \$6-12 млрд.



В октябре WSJ [сообщал](#), что оценка компании для IPO — \$3-5 млрд, американская аналитическая компания Renaissance Capital [оценивала](#), что Ozon может привлечь в ходе IPO до \$500 млн. Один из инвестбанков из числа организаторов считает, что компания при успешном размещении может привлечь \$750 млн и выше.

Размещение Ozon вызывает колоссальный интерес, организаторы проводят «десятки звонков» с инвесторами, сообщил источник в одной из инвесткомпаний.

Источник:

[Ozon оценили для IPO в \\$4-12 млрд](#)

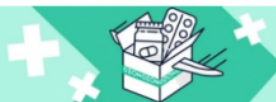
Ozon получил разрешение на дистанционную торговлю лекарствами

Pharmvestnik.ru, 12.11.2020 16:35:00

/новость

Ozon открыл необходимое количество стационарных аптек и 10 ноября получил разрешение на дистанционную торговлю лекарствами, сообщает [«Фармацевтический вестник»](#).

Доставим лекарства
в любую точку страны



Росздравнадзор по Москве и Московской области 19 октября возбудил дело об административном правонарушении в отношении Ozon (ООО «Интернет Решения») по факту продажи лекарственных средств без разрешения. 20 октября маркетплейс зарегистрировал несколько аптек, после чего их количество увеличилось до 11.

В ноябре маркетплейс убрал лекарства со своего сайта, переименовав категорию «Лекарственные средства» на «Парафармацевтика». Сейчас название вернули. Безрецептурные лекарства можно заказать с доставкой на дом или воспользоваться услугой самовывоза.

Источник:

[Ozon получил разрешение на дистанционную торговлю лекарствами](#)

«Утконос Онлайн» открыл первый фулфилмент-центр в Санкт-Петербурге

Retail.ru, 12.11.2020 15:17:00

/новость

«Утконос Онлайн» открыл первый и пока единственный фулфилмент-центр в Санкт-Петербурге — на территории логистического терминала «Кубинская». Это мультитемпературный склад площадью 9,48 тыс. кв. м, состоящий из 5 холодильных камер и зоны погрузки, рассчитанной на одновременную комплектацию 17 автомобилей.

Мощности ФЦ «Кубинка» позволяют обрабатывать до 10 тыс. заказов в сутки и в круглосуточном режиме осуществлять приемку и выборочную проверку товаров. Склад является третьим запущенным хабом компании в этом году в рамках реализации стратегии региональной экспансии.



УТКОНОС:
и.. и.. онлайн

В ассортименте терминала — 15,8 тыс. SKU, заказ доставляют в часовые интервалы в пределах КАД. До конца года «Утконос» планирует расширить ассортимент склада до 30 тыс. SKU. Ожидается, что в следующем году новый ФЦ будет доставлять более 3000 заказов в день во время высокого сезона. Ритейлер планирует расширить зону доставки за пределы КАД, а время сократить до 2 часов.

Для доставки компания использует собственный автопарк из 30 автомобилей с поддержкой температурных режимов. До конца года заказы будут доставлять 80 курьеров-экспедиторов, а всего в терминале будет работать около 400 сотрудников.

Инвестиции в открытие составили 250 млн руб. В планах — экспансия в другие города-миллионники, дальнейшее увеличение скорости доставки, расширение ассортимента до 100 тыс. SKU и развитие эко-инициатив.

Источник:

[«Утконос Онлайн» вышел на рынок Санкт-Петербурга](#)

Чистый оборот Lamoda вырос на 32% в III кв. 2020 г.

1prime.ru, 12.11.2020 12:21:00

/новость

Чистый оборот (Net Merchandise Value) Lamoda в третьем квартале 2020 года увеличился на 32% в годовом выражении — до 14,2 млрд руб., сообщает [ПРАЙМ](#). Валовая прибыль выросла на 29%, до 4,3 млрд руб. Число активных пользователей платформы увеличилось на 21% до 3,5 млн.

Lamoda

Основные драйверы роста в третьем квартале: развитие маркетплейса, увеличение продаж премиальных, спортивных и детских товаров, а также товаров, связанных с образом жизни. Чистый оборот маркетплейса в июле-сентябре вырос более чем вдвое в годовом выражении. Чистый оборот в категории косметики вырос почти на 40%, а в сегменте спорттоваров — почти на 50%.

В третьем квартале было открыто шесть новых транзитных хабов — в Великом Новгороде, Вологде, Крымске, Махачкале, Череповце и Шахтах.

Источник:

[Чистый оборот интернет-магазина Lamoda в третьем квартале вырос на 32%](#)

Экспортный оборот Wildberries вырос на 89%

Retailer.ru, 11.11.2020 16:31:00

/новость

В январе-октябре 2020 года экспортный оборот Wildberries вырос на 89% год к году, до 17,1 млрд руб., а в штуках — на 124%.

Около 40% экспортных продаж по итогам отчетного периода составили товары российского производства. В январе-октябре экспортный оборот товаров российского производства вырос на 99% год к году, до 6,4 млрд руб., а продажи в штуках — на 154%.

The Wildberries logo is a rectangular badge with a vertical gradient from bright pink on the left to dark purple on the right. The word "WILDBERRIES" is written in white, uppercase, sans-serif font in the center.

Сейчас российские товары через Wildberries экспортируют 17 000 предпринимателей, за год их количество почти утроилось.

Динамичнее всего продажи отечественных товаров за границей за 10 месяцев 2020 года росли в категориях товаров для здоровья (+2045% год к году), детского питания (+1808%), продуктов (+1222%), спортивной одежды (+809%), товаров для животных (+548%).

Источник:

[Экспортный оборот Wildberries в 2020 году вырос почти вдвое](#)

В магазинах X5 за 10 месяцев выдано более 15 млн заказов

Vk.com, 12.11.2020 07:44:00

/новость

За 10 месяцев 2020 года в торговых точках «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель» (входят в X5 Retail Group) выдано более 15 млн заказов.

В октябре в магазинах X5 Retail Group было выдано более 2 млн заказов интернет-магазинов — на 80% больше, чем в январе. Объём заказов, доставленных через логистический сервис 5Post, вырос в октябре более чем в 5 раз по сравнению с началом года и составил 860 тыс.

В 2020 году 5Post запустил 7 новых сортировочных центров, их общее число достигло 19. Число точек выдачи увеличилось до 11 тыс. в 65 регионах страны. Значительно выросла доля доставок в регионы. В октябре на Москву приходилось 19% доставок, Московскую область — 12%, Санкт-Петербург — 10%, остальные регионы — 59%.



Источник:

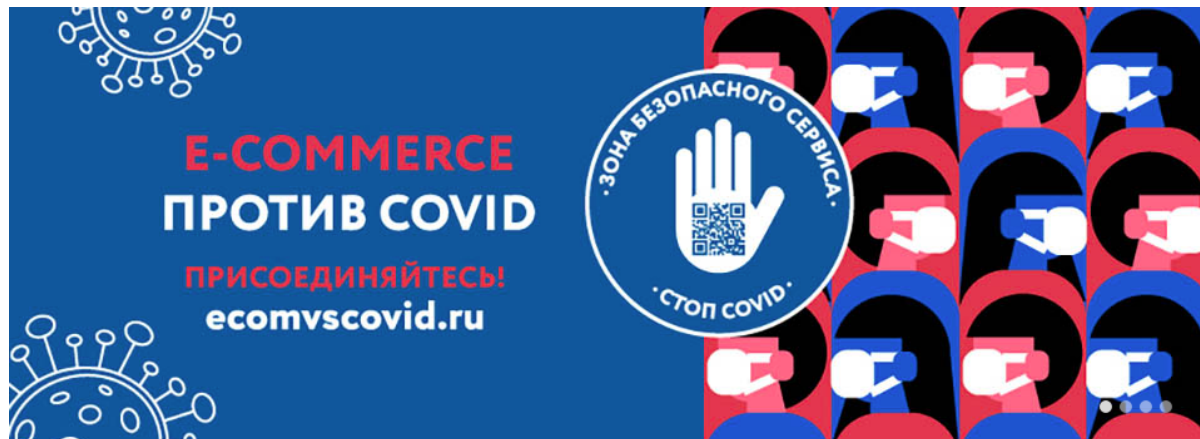
[Два миллиона заказов интернет-магазинов выдано в сетях X5 в октябре](#)

АКИТ создала стандарты работы e-commerce в пандемию

Akit.ru, 10.11.2020

/новость

Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) разработала отраслевые стандарты профилактических мер по снижению рисков распространения коронавирусной инфекции.



В Стандартах предлагается:

- Организовать бесконтактную выдачу заказов.
- Организовать работу сотрудников ПВЗ, магазина (с зоной выдачи интернет-заказов), курьеров исключительно в защитных масках и перчатках.
- Максимально сократить товарный ассортимент в ПВЗ для сокращения времени пребывания там клиентов.
- Сократить прием наличных, стимулируя клиентов переходить на предоплаченные заказы и/или бесконтактные формы оплаты.
- Нанести разметку для соблюдения социальной дистанции в ПВЗ, магазинах.
- Разместить санитайзеры или аналогичные дезинфицирующие средства на входе в ПВЗ, в магазин.

Компания, поддерживавшая Стандарты, получает знак соответствия «Зона безопасного сервиса», который можно размещать на сайте, листовках и буклетах, на листках заказов, упакованном товаре и т.д. Знак содержит QR-код, ведущий на интернет-ресурс ecomvscovid.ru, где можно найти полный список компаний, поддерживающих Стандарты, контакты «Горячей линии» и форму обратной связи, если нужно сообщить о нарушениях.

К Стандартам уже присоединились «М.Видео», «Эльдорадо», «Перекресток», «Связной», «О'Кей», «Ситилинк», «Холодильник.ру», «Утконос Онлайн», Lamoda, Ozon, re:Store, Sokolov, Wildberries, Gett, PickPoint, СберМаркет и др.

Источник:

Е-СОМ ПРОТИВ COVID: АКТИТ РАЗРАБОТАЛА СТАНДАРТЫ ПРОТИВОЭПИДЕМИЧЕСКИХ МЕР ДЛЯ ОТРАСЛИ

X5 запустила в агрегатор экспресс-доставки продуктов и готовой еды

X5.ru, 10.11.2020

/новость

X5 Retail Group запустила агрегатор экспресс-доставки продуктов и готовой еды под брендом «Около». В едином мобильном приложении собран весь разрешенный для онлайн-продажи ассортимент торговых сетей X5.

География доставки полностью охватывает Москву и многие города Московской области. Доставка осуществляется день в день с 9.00 до 21.00 или с 7.00 до 23.00 в зависимости от выбранного магазина. Среднее время доставки из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» — порядка 60 минут, стоимость — 99 руб.; доставка из «Карусели» — 90-120 минут, стоимость — 149 руб. В ближайших планах — подключение доставки из ресторанов, кафе и сторонних продовольственных магазинов.



Запуск собственного агрегатора создает для X5 платформу кросс-форматного взаимодействия с клиентами в рамках единого мобильного приложения. Концепция «Около» основана на гиперлокальной модели потребления, в которой доставка продуктов или готовой еды осуществляется из близлежащих магазинов, ресторанов и кафе.

Операционная модель «Около» построена на партнерстве с малыми локальными компаниями, которые специализируются на экспресс-доставке и привлекаются для исполнения заказов сервисов X5.

В третьем квартале 2020 года доля онлайн-канала в общем объеме продаж X5 в Москве и Московской области составила 1,9%.

Источник:

[Единый агрегатор экспресс-доставки из торговых сетей X5 начал работу в Москве](#)

Онлайн-продажи в России достигли 10,9% от общего объема розницы

Rg.ru, 10.11.2020 19:32:00

/новость

В России сегмент канала онлайн-продаж достиг исторического максимума в 10,9% от общего объема розницы. Об этом заявил президент Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артем Соколов:

«Объем рынка вырос в два раза за это полугодие. И по сути, тот объем, который e-commerce сделал в этом полугодии, это уже 10,9% розничных продаж. Это колоссальный показатель, исторический для нашей страны, и мы видим, насколько он близок к аналогичным показателям в других развитых странах. Например, в США этот показатель равен 13,9%».



Количество новых покупателей в онлайн-магазинах варьируется от 100% до 200%. Это около 10 млн новых пользователей, которые в этом полугодии купили что-то в онлайн.

Для сохранения позитивного тренда, ассоциация предложила онлайн-ритейлерам стандарты обязательных профилактических мер, направленных на борьбу с коронавирусной инфекцией.

Источник:

[Онлайн-продажи в России достигли исторического максимума](#)

AliExpress Россия поддержит локальных продавцов в ответ на ситуацию на рынке

T.me, 09.11.2020 09:04:00

/новость

Любой российский продавец, открывший магазин на AliExpress или уже существующий на платформе, с 1 декабря получит компенсацию 100 руб. на доставку заказов по РФ. Таким образом, AliExpress профинансирует от 25 до 50% затрат локальных продавцов на логистику. Компенсацию сможет получить любой продавец, подключивший стандартную доставку AliExpress.



Малые и средние магазины, присоединившиеся к AliExpress до конца года, смогут доставить первые 100 заказов бесплатно. Кроме того, малый и средний бизнес, открывший с момента этой новости магазин на AliExpress и обратившийся в службу поддержки, сможет получить промо на платформе и скидку 25% во время распродажи «Чёрная пятница» или распродажи на Новый Год за счет AliExpress.

Компания напомнила, что в договорах с продавцами AliExpress нет пункта о том, что платформа имеет право менять цену в одностороннем порядке. Любое действие на маркетплейсе продавец контролирует сам: цены, ассортимент и маркетинг.

Источник:

[AliExpress запускает программу поддержки российских предпринимателей на платформе в ответ на ситуацию на рынке](#)

Чаще всего на Ozon ищут одежду

Retail.ru, 10.11.2020 15:58:00

/исследование

Ozon на портале [Ozon.OpenData](#) раскрыл статистику поисковых запросов пользователей: «Просмотры товаров в категориях» и «Что не нашли на Ozon». Данные в отчете — это не структура продаж Ozon, а именно то, что клиенты ищут на площадке.

Чаще всего на Ozon ищут одежду (19% запросов), товары для дома (12%) и товары для мам и детей (11,6%).



В отчете «Что не нашли на Ozon» содержится информация о поисковых запросах, по которым покупатели не нашли товары, либо нашли, но предложенным не заинтересовались. Россияне хотят видеть на маркетплейсах крупные мировые бренды одежды. Онлайн-покупатели также часто ищут то, что в интернете продавать нельзя.

Источник:

[Ozon опубликовал данные о том, что ищут и хотят купить клиенты](#)

География продаж товарной категории: Косметика

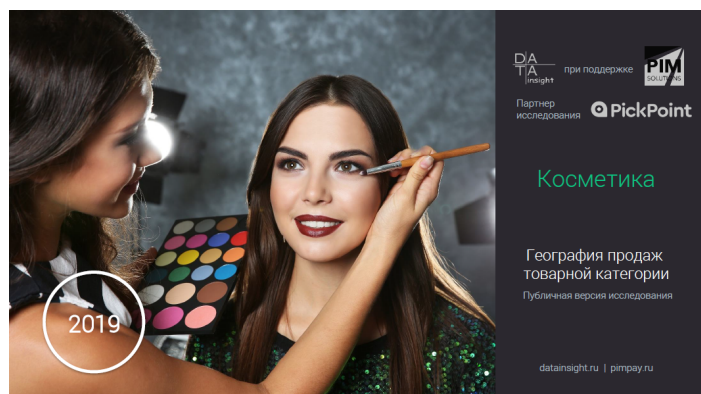
Datainsight.ru, 18.11.2020

/реклама

Data Insight и PickPoint, при поддержке Pim Solutions выпускают отчет "География продажи косметики" об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки косметики на территории Российской Федерации.

Исследование включает данные по долям продаж и заказов, средним времени и расстоянию доставки, типу оплаты (предоплата или постоплата), виду доставки ("до двери" или до пункта выдачи заказов).

Данные охватывают 2019 год. Также в работе отдельно представлены изменения основных показателей электронной коммерции в активный период пандемии в России (март-июль 2020 года).



Состав полной версии исследования:

1. Основные результаты
2. Методика
3. Характеристика покупательской аудитории
4. Заказы и продажи. Общие данные
 - Сезонность продаж по городам
5. Предоплаченные заказы
 - Доля предоплаченных заказов по городам
6. Заказы "до двери" и самовывоз
 - Доля заказов "до двери" по городам
7. Время доставки
 - Среднее время доставки по городам
8. Расстояние, проходимое заказом
9. Интересные сопоставления
10. Пандемия

Стоимость полного отчета: 50 000 рублей + НДС

Объем полной версии: >150 слайдов

Срок предоставления: 1 день с момента оплаты

Заказать отчет: пишите на coordinator@datainsight.ru или звоните +7(495) 540-59-06

Источник:
[Data Insight](https://datainsight.ru)

Весь мир:

Google инвестирует в индонезийскую e-commerce компанию Tokopedia

Asia.nikkei.com, 14.11.2020 00:14:00

/новость

Google и государственная инвестиционная компания Сингапура Temasek вложили средства в индонезийскую компанию электронной коммерции Tokopedia.



Технологические компании из США все чаще ищут инвестиционные возможности в Азии, поскольку рост в США и Европе замедляется. Ранее Microsoft инвестировала в индонезийскую e-commerce компанию Bukalapak, а Facebook и PayPal — в мультисервисную платформу Gojek.

Google сейчас владеет 1,6% Tokopedia, в то время как Anderson Investments, входящая в группу Temasek, — 3,3%. Акции Tokopedia, принадлежащие Google, оцениваются в 16,7 млрд рупий (\$1,1 млн), а акции, принадлежащие Anderson, — в 33,4 млрд рупий. Google и Temasek могут увеличить свои доли в Tokopedia позже. В прошлом месяце Bloomberg сообщил, что Tokopedia собиралась привлечь около \$350 млн с обеих сторон.

Крупнейшим акционером Tokopedia остается SoftBank Group с долей 33,9%, китайская Alibaba Group владеет 28,3%.

Согласно отчету Google, Temasek и Bain & Company, рынок электронной коммерции Индонезии оценивается в \$32 млрд в 2020 году и вырастет до \$83 млрд в 2025 году.

Источник:

[Google invests in Indonesian unicorn Tokopedia, joining Temasek](#)

Выручка Farfetch выросла на 71% в III кв. 2020 Г.

Farfetchinvestors.com, 12.11.2020

/новость

Farfetch Limited, глобальная платформа в сфере роскошной моды, опубликовала финансовые результаты за третий квартал, закончившийся 30 сентября 2020 года.

FARFETCH

Выручка компании выросла на 71,3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, до \$437,7 млн. Показатель GMV компании вырос на 62,2%, до \$797,8 млн, а цифровой платформы — на 60,4%, до \$674,1 млн. Валовая прибыль увеличилась на 81,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, до \$209 млн.

В третьем квартале 2020 года было объявлено о глобальном партнерстве Farfetch с Alibaba и Richemont для ускорения цифровизации индустрии роскоши. Стратегические партнеры инвестируют \$1,15 млрд в Farfetch Limited и новое совместное предприятие Farfetch China.

Источник:

[Farfetch Announces Third Quarter 2020 Results](#)

Walmart запускает для e-commerce распределительные центры в формате pop-up

Corporate.walmart.com, 12.11.2020

/новость

Walmart использует пространство в 42 региональных распределительных центрах для создания «pop-up центров дистрибуции для электронной коммерции», призванных помочь справиться с возросшим объемом онлайн-заказов в праздничный сезон.



«Всплывающая» модель обеспечивает компании гибкие возможности по выполнению заказов и позволяет увеличивать пропускную способность, когда она достигает пикового объема.

Региональные распределительные центры обычно отправляют в магазины паллеты с товарами, а не отдельные артикулы на дом потребителю. Теперь центры будут выполнять обе задачи, и Walmart ожидает, что 30% его праздничного объема заказов будет отправлено из pop-up локаций.

Подобные распределительные центры не станут постоянными для Walmart, но компания получит возможность расширять и уменьшать свою сеть в зависимости от спроса.

Источник:

['Pop-Up' eDCs Help Meet the Demand for Holiday eCommerce Orders](#)

[Walmart adds 'pop-up' e-commerce distribution centers for the holidays](#)

Выручка Pinduoduo выросла на 89% в III кв. 2020 г.

Investor.pinduoduo.com, 12.11.2020

/новость

Pinduoduo Inc., технологическая платформа и один из ведущих китайских игроков электронной коммерции, объявила неаудированные финансовые результаты за третий квартал, завершившийся 30 сентября 2020 года.

Общая стоимость всех заказов на товары и услуги, размещенных на мобильной платформе Pinduoduo, за двенадцать месяцев достигла \$214,7 млрд. Рост год к году составил 73%. Число активных покупателей за двенадцать месяцев выросло на 36% до 731,3 млн.



Общая выручка за квартал выросла на 89%, превысив \$2 млрд. Среднемесячное количество активных пользователей за квартал составило 643,4 млн, что на 50% больше, чем в том же квартале 2019 года.

Источник:

[Pinduoduo Announces Third Quarter 2020 Unaudited Financial Results](#)

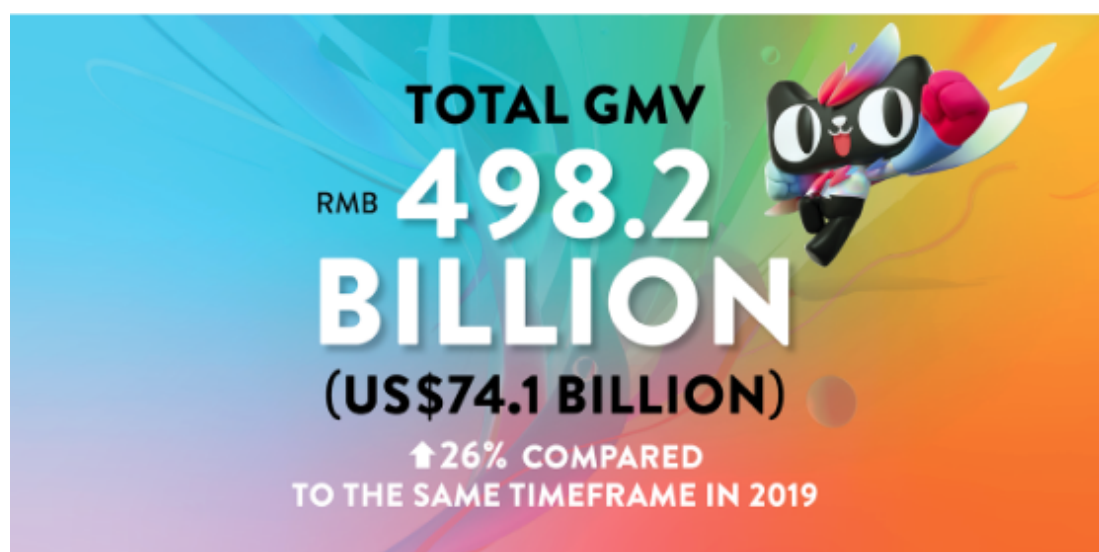
Продажи Alibaba в период 11.11 превысили \$74 млрд

Alizila.com, 12.11.2020

/НОВОСТЬ

Платформы Alibaba Group в период распродажи 11.11, которая походила с 1 по 11 ноября, продали товаров на \$74,1 млрд. Рост продаж год к году составил 26%.

- В мероприятиях приняли участие свыше 800 млн активных пользователей.
- Товары предлагали более 250 тыс. брендов, из которых 31 000 — зарубежные. Впервые приняли участие в мероприятии 2600 зарубежных брендов.
- США были лидером среди стран, продающих в Китай (GMV составил \$5,4 млрд). Другие страны-лидеры продаж в Китае: Австралия, Канада, Франция, Германия, Италия, Япония, Корея, Новая Зеландия и Великобритания.
- Cainiao Network обработала 2,32 млрд заказов на доставку.
- На пике активности совершалось 583 тыс. заказов в секунду.



Источник:

BY THE NUMBERS: 2020 11.11 GLOBAL SHOPPING FESTIVAL

Alibaba Generates RMB498.2 billion (US\$74.1 billion) in GMV during the 2020 11.11 Global Shopping Festival

Выручка Jumia упала на 18% в III кв. 2020 г.

Reuters.com, 10.11.2020 07:40:00

/новость

В третьем квартале 2020 года выручка африканского интернет-ритейлера Jumia снизилась почти на 18%, до 33,7 млн евро, сообщает [Reuters](#).



Общая стоимость проданных товаров также упала на 28%. Однако усилия по экономии позволили Jumia сократить скорректированный убыток до вычета процентов, налогов, износа и амортизации до 32,4 млн евро с 49,9 млн евро в предыдущем периоде. Группу не беспокоит отсутствие всплеска спроса во время пандемии, от которого выиграли Amazon и Alibaba.

Только 24% основных рынков Jumia (четыре страны) ввели общенациональный локдаун, а ее крупнейший рынок, Нигерия, подвергся целевым блокировкам, которые были менее строгими, чем в других странах.

Jumia продает меньше дорогих товаров, таких как электроника, уделяя особое внимание более дешевым, но часто заказываемым товарам, таким как косметика и чистящие средства. За последний год компания покинула три страны и закрыла туристическое подразделение.

Источник:

[African e-commerce firm Jumia's revenue slips as misses out on COVID boost](#)

WhatsApp добавил в чаты кнопку для покупок

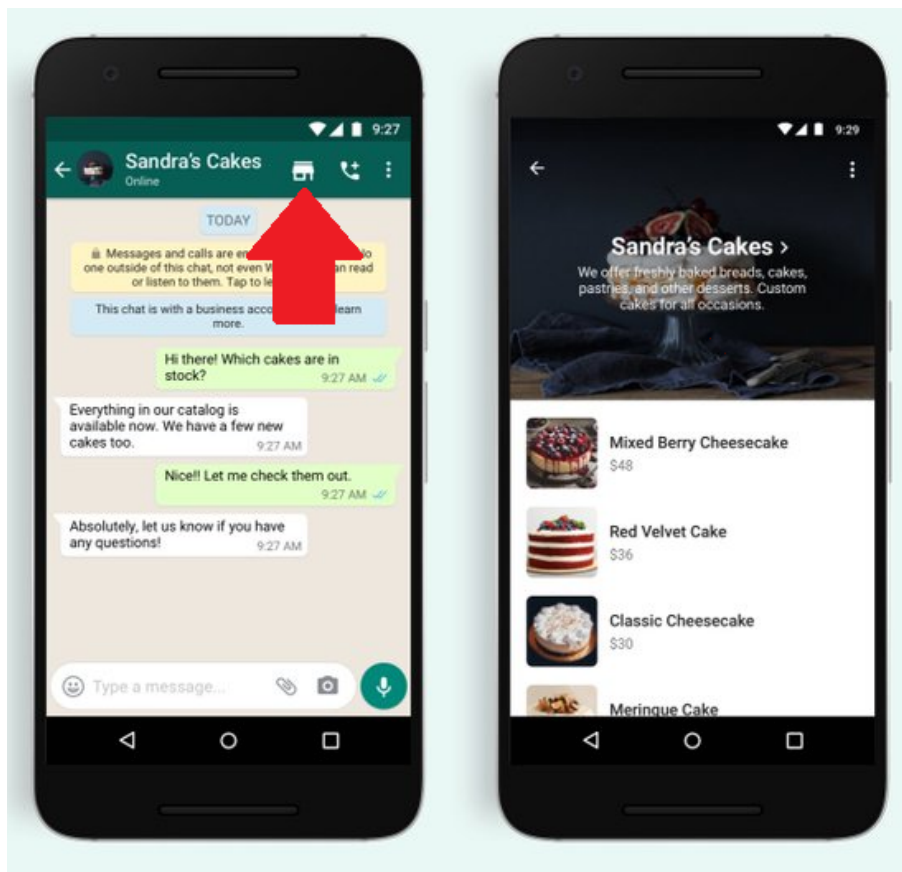
Socialmediatoday.com, 10.11.2020

/новость

WhatsApp добавил в чаты новую кнопку для шопинга, которая доступна по всему миру. По аналогии с функцией в Instagram и Facebook, кнопка позволяет перейти к списку товаров в приложении.

Кроме того, на прошлой неделе Индия одобрила более широкое использование WhatsApp Pay в стране, после чего WhatsApp быстро добавил в приложение денежные переводы.

Это позволит материнской компании Facebook монетизировать приложение и взимать плату с брендов за его использование или брать процент от транзакций.



Источник:

[WhatsApp Adds Shopping Button to Streamline eCommerce Within Chats](#)

Почему Южная Европа отстает в электронной торговле

Ecommercenews.eu, 12.11.2020

/исследование

В Южной Европе, в данном случае в Испании и Италии, доля онлайн-продаж от общего объема розницы намного ниже, чем в более северных странах.

Жители Южной Европы по-прежнему сопротивляются электронной коммерции. Например, в прошлом году почти 80% жителей Германии делали покупки в интернете, тогда как в Италии, восьмой по величине экономике мира, этот показатель составлял всего 38%.



По данным испанского консалтингового агентства Outman, дело не только в деньгах, хотя ВВП на душу населения в Италии и Испании низок по сравнению с рынками в Западной Европе. Различия в проникновении интернета также значительно сократились за последние пять лет. Огромна популярность мобильных устройств.

Одно из возможных объяснений может заключаться в том, что индустриализация на юге Европы шла медленнее, и в этих странах все еще менее развиты железные дороги и сети.

В Южной Европе логистика значительно хуже, что замедляет торговлю и, следовательно, увеличивает ее стоимость. Например, Amazon Spain предлагает услугу доставки Prime на следующий день только в три города Испании: Мадрид, Барселону и Валенсию.

При большем количестве солнечных дней и меньшей концентрации розничной торговли в сетях и огромных мегамагазинах, шопинг становится более локализованным и общинным опытом в Южной Европе.

На крупных сайтах часто отсутствуют страницы на местных языках, а английский менее распространен в Испании и Италии.

В этом году Испании и Италии пришлось испытать два самых строгих режима изоляции в Европе. Это привело к росту числа людей, впервые совершивших покупки онлайн.

Источник:

[Why is Southern Europe lagging behind in ecommerce?](#)

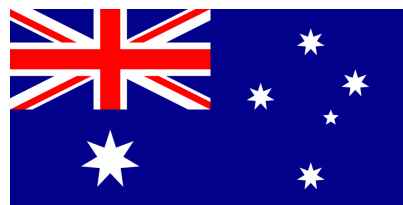
В пандемию 27% австралийцев делали больше онлайн-покупок

Thepaupers.com, 10.11.2020 13:48:00

/исследование

Исследование Opinium Research, проведенное по заказу Adyen, выявило меняющиеся ожидания австралийских потребителей и основные модели покупательского поведения, которые проявились на протяжении пандемии.

Из всех опрошенных потребителей австралийцы испытывают наибольшее желание делать покупки в магазинах (72%) по сравнению с 62% американцев и 50% британцев. С нетерпением ждут возможности снова совершать покупки офлайн для удовольствия 63% австралийцев, что превышает средний мировой показатель (55%).



Пандемия вызвала массовый переход к онлайн-каналам. Во это время 27% австралийцев делали больше покупок в интернете, чем раньше. Но этот показатель меньше, чем в США (36%) и Великобритании (33%).

Теперь будут совершать покупки онлайн чаще 33% австралийцев: 46% людей в возрасте от 18 до 34 лет, 38% — от 35 до 54 лет, 17% людей в возрасте 55+. Из тех, кто предпочитает делать покупки в магазинах, 28% также будут делать больше покупок в интернете.

Источник:

[Australian shopper behaviour has changed forever, Opinium Research and Adyen reveal](#)

Е-commerce в Юго-Восточной Азии выросла на 63% в 2020 г.

Reuters.com, 10.11.2020 05:16:00

/исследование

Интернет-экономика Юго-Восточной Азии в этом году достигнет \$105 млрд. Коронакризис вынудил потребителей выходить в интернет за покупками, заказом еды и развлечениями, пишет [Reuters](#) со ссылкой на отраслевой отчет, охватывающий Индонезию, Малайзию, Вьетнам, Сингапур и Филиппины.

Электронная коммерция в регионе выросла на 63% и достигла \$62 млрд в 2020 году, став крупнейшей вертикалью, в то время как туристический сектор сократился на 58%, до \$14 млрд.

В этом году в регионе появилось 40 млн новых пользователей интернета, а их общее количество достигло 400 млн. Это означает, что 70% населения региона сейчас подключены к интернету. С 2019 года интернет-экономика Юго-Восточной Азии выросла на 5%.



Число онлайн-пользователей увеличилось на 11%, что делает Юго-Восточную Азию одним из самых быстрорастущих интернет-рынков в мире. Для сравнения, по данным WeAreSocial, во всем мире количество интернет-пользователей выросло на 7,4% год к году, до 4,7 млрд.

Источник:

[Southeast Asia's internet economy to cross \\$100 billion this year: industry report](#)

45% жителей стран MENA и Пакистана стали чаще покупать онлайн

Checkout.com, 10.11.2020

/исследование

Отрасли электронной коммерции и цифровых платежей в регионе Ближнего Востока и Северной Африки (страны MENA) и Пакистана будут значительно расти в 2021 году, согласно отчету мирового поставщика платежных решений Checkout.com.

В восьми странах 47% потребителей в следующем году планируют чаще совершать покупки в интернете. Только 15% ожидают, что частота их онлайн-покупок снизится, а 38% — что останется примерно такой же, как сейчас. В 2021 году чаще делать покупки в интернете будут 49% потребителей из стран Персидского залива, 48% в Иордании, 47% в Египте, 39% в Пакистане.



Стимулировать рост онлайн-покупок в большей степени будут состоятельные потребители, те, кто уже делает покупки в интернете хотя бы раз в месяц, мужчины в возрасте от 35 лет и те, кто используют электронные платежи вместо наличных или банковских переводов для оплаты покупок в интернете.

Отчет Checkout.com также показывает, что потребители в регионе почти повсеместно используют электронную торговлю: 90% говорят, что делают покупки в интернете, в том числе 44% делают это, по крайней мере, ежемесячно. 40% онлайн-покупателей покупают и платят онлайн из-за пандемии. Более того, 45% говорят, что теперь покупают товары и услуги в интернете чаще, чем до вспышки COVID-19.

Пандемия ускоряет рост в сфере онлайн-покупок готовой еды, одежды, продуктов и электроники. Онлайн-заказы готовых блюд и продуктов равномерно росли среди мужчин и женщин. Мужчины являются движущей силой роста онлайн-торговли электроникой, а женщины — одеждой.

Большинство (53%) потребителей в регионе чаще всего оплачивают онлайн-покупки цифровыми платежами, а не наложенным платежом (36%) или банковскими переводами (10%). Цифровые платежи являются наиболее предпочтительным способом для онлайн-покупателей в странах Персидского залива, включая Бахрейн (74%), Катар (66%), ОАЭ (64%), Кувейт (59%) и Саудовскую Аравию (54%). Наложный платеж предпочитают в Пакистане (66%), Египте (54%), Иордании (51%).

Для 48% онлайн-покупателей по всему региону безопасный, надежный и удобный процесс оплаты — наиболее важный фактор для онлайн-покупок, помимо цены. Процесс оплаты важнее, чем быстрая доставка/отгрузка (32%) или простой процесс возврата (15%).

Источник:

[Connected Payments: Seizing opportunity in MENA and Pakistan Report launch](#)

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.