

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 51

21 Декабря 2020 - 27 Декабря 2020

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса

Data Insight: количество онлайн-заказов выросло на 78% в 2020 г.

«Самокат»: количество заказов год к году выросло в 18 раз

Pandao прекратил принимать заказы

Сбер и Merlion заключили партнерство в сфере e-commerce

SUNLIGHT: количество онлайн-покупок ювелирных изделий удвоилось в декабре

Товары с AliExpress теперь можно купить в рассрочку

«Пятёрочка Доставка» с начала года выполнила 3 млн заказов

Lamoda: спрос на премиум-товары вырос на 14% в 2020 г.

Delivery Club начал работать с операторами кейтеринга

Интернет-магазины и сервисы цифрового контента удвоили продажи

ВТБ: объем онлайн-покупок в «подарочных» категориях вырос в 7,5 раза

Аудитория Wildberries выросла в 2,5 раза в 2020 г.

Delivery Club доставляет продукты в более чем 100 городах РФ

СберМаркет составил карту доставки продуктов в Москве

География продаж товарной категории: Косметика

В первом полугодии 2020 оборот кросс-бордера составил \$3,3 млрд

Весь мир:

Власти Китая начали антимонопольное расследование в отношении Alibaba

Онлайн-продажи в США выросли на 36% в декабре

В ноябре онлайн-продажи в Великобритании выросли на 74,7%

Квартальные онлайн-продажи бренда Nike выросли на 84%

Онлайн-покупки из Walmart можно вернуть, не выходя из дома

Украинский рынок e-commerce вырос на 41% в 2020 г.

После Brexit меньше британцев будут совершать кросс-граничные покупки

eMarketer: в 2023 году розничные онлайн-продажи в США превысят \$1 трлн

Criteo: всплеск онлайн-продаж превратил Кибернеделю в Киберсезон

Е-commerce 2021 по версии Core dna: маркетплейсы, омниканальность, видеошопинг

Россия:

Data Insight. Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса

Datainsight.ru, 21.12.2020

/новость

Компания **RBK.money** и исследовательское агентство **Data Insight** провели совместное **исследование** онлайн-платежей в интернет-торговле, в рамках которого изучили российские компании, получающие от физических лиц оплату за товары или предоставляемые услуги.

В рамках исследования удалось сформулировать отличительные особенности требований к настройкам платежных решений, критичные для игроков рынка в описываемых сегментах.

	ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ	ДОСТАВКА ГОТОВОЙ ЕДЫ	БИЛЕТЫ НА ТРАНСПОРТ	ТУРИЗМ
НЕОБХОДИМЫЕ ОПЦИИ				
Кредитование	востребовано при среднем чеке, превышающем 10-12 тыс. рублей	НЕТ	ДА, но не для всех компаний	ДА, но не для всех компаний
Рассрочка		НЕТ		
Холдирование	НЕТ	НЕТ	НЕТ	да
Кроссбординговый платеж	НЕТ	НЕТ	ДА	да
Простой возврат средств покупателю	ДА	НЕТ	ДА	да
Автоматическое формирование чека	ДА	ДА	ДА	да

ФАКТОРЫ, ВАЖНЫЕ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОВАЙДЕРА				
размер комиссии	ДА	ДА, но не на первом месте	ДА	ДА, но не на первом месте
надежность платежного решения	ДА	ДА	ДА	ДА
качественная сервисная поддержка	ДА	ДА	ДА	ДА
Наполненность корзины услуг	ДА	НЕТ	НЕТ	ДА
Оперативный вывод средств на счет компании	ДА	НЕТ	ДА	ДА
Известность бренда	ДА	ДА	НЕТ	НЕТ
Удобство покупателя	ДА	ДА	ДА	ДА
Другое	Возможность приема оплаты социальными картами	НЕТ	НЕТ	Отраслевые решения, работа на территории Крыма

В сегменте интернет-магазинов решающими аргументами в пользу выбора платежного оператора становятся **надежность работы решения, размер комиссии, качество сервисной поддержки и наполненность корзины услуг.**

В сегменте доставки еды основными факторами, которые значимы при выборе провайдера, становятся **надежность платежного решения и качественная сервисная поддержка.**

Часть игроков ориентируется при выборе на **известность бренда** оператора.

Для сервисов, продающих билеты на транспорт, основными ориентирами являются **надежность работы** выбранного платежного решения и качественная и оперативная **сервисная поддержка. Стоимость эквайринга** важна, но не является определяющим фактором при выборе оператора.

Компании, работающие в сфере туризма, опираются на такие показатели, как **надежность работы платежного решения и качественный сервис.** Для повышения устойчивости компании прибегают к **дублированию систем,** чтобы гарантированно избежать сбоев. **Размер комиссии** тоже влияет на выбор, но не определяет его.

Онлайн-платежи для гостиничного бизнеса — это удобный инструмент для управления спросом.

Скачать отчет: [Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса](#) (pdf, 3 Мб)

Источник:

[Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами бизнеса](#) (сегменты: интернет-магазины, доставка готовой еды, туризм, сервисы продажи билетов на транспорт)

Data Insight: количество онлайн-заказов выросло на 78% в 2020 г.

Iz.ru, 21.12.2020 13:39:00

/НОВОСТЬ

По предварительным оценкам Data Insight, количество заказов на российском рынке онлайн-ритейла выросло на 78%, до 830 млн. Объем продаж в интернете увеличился на 47%, до 2,5 трлн руб. Об этом сообщил партнер Data Insight Борис Овчинников на онлайн-конференции РАЭК «Рунет 2020: итоги года».

За первое полугодие 2020 рост рынка eCommerce происходил за счет крупнейших универсальных маркетплейсов. Также повышенный спрос приходился на сервисы доставки продуктов питания и заказы лекарств через интернет.

По прогнозам Data Insight, в 2021 году рынок онлайн-торговли увеличится на 34%, в 2022 — на 32%, в 2023 — на 30%, в 2024 — на 28%. Рост будет происходить в первую очередь за счет онлайн-продаж продуктов питания и частоты покупок других товарных категорий.

В последующие годы скорость роста рынка eCommerce будет на 5-6% выше, чем ожидалось. Он будет получен за счет того «пинка», который получил рынок электронной торговли весной 2020 года, спрогнозировал Борис Овчинников.

Источник:

[Число онлайн-заказов в 2020 году выросло почти на 80%](#)



«Самокат»: количество заказов год к году выросло в 18 раз

Retail.ru, 28.12.2020 13:57:00

/новость

Количество заказов в сервисе экспресс-доставки «Самокат» год к году выросло в 18 раз. В декабре 2019 года «Самокат» доставил первый миллионный заказ за всю историю сервиса, прогноз к концу 2020 — свыше 18 млн. Уже в ноябре курьеры «Самоката» доставляли свыше 100 000 заказов каждый день.

До начала распространения коронавируса в России «Самокат» рос по количеству заказов в среднем на 30% и открывал по 20-30 новых дарксторов в месяц. Во время режима самоизоляции «Самокат» вырос в 3,5 раза. Чтобы сохранить стандарт по скорости доставки за 15 минут, «Самокат», в том числе, расширил штат курьеров. Количество сотрудников доставки в сервисе за год увеличилось в 8 раз. Доставку товаров осуществляют около 8000 человек.



В апреле в партнерстве с сервисами каршеринга «Делимобиль» и YouDrive «Самокат» за одну неделю расширил зону покрытия на 28 новых районов и покрыл всю Москву. Заказы доставляли курьеры с водительскими правами и медкнижками. В конце мая сервис запустил доставку курьерами на автомобилях в Московской и Ленинградской областях.

После снятия жестких ограничений «Самокат» продолжил расти. Клиенты, которые в первый раз сделали заказ в период самоизоляции, продолжают пользоваться сервисом.

В начале осени «Самокат» открыл дарксторы в Нижнем Новгороде и Казани. Количество заказов от месяца к месяцу в этих городах увеличивается в среднем втрое. Нижний Новгород — первый региональный центр после двух столиц, где стала доступна экспресс-доставка от «Самоката». Сегодня сервис доступен во всех районах города.

По данным компании, в России работают 400 дарксторов: 231 в Москве и области, 108 в Санкт-Петербурге, 33 в Нижнем Новгороде и 27 — в Казани.

В 2020 году на витрине «Самоката» представлено около 6500 товаров. С 2019 года сервис развивает линейку продуктов под собственной торговой маркой: молочная, мясная продукция, выпечка, бакалея, мороженое и экологичные средства для стирки и уборки и др.

Источник:

[«Самокат» подвел итоги 2020 года](#)

[«Самокат» отчитался о 18 млн заказов в сервисе по итогам года](#)

Pandao прекратил принимать заказы

E-repper.ru, 25.12.2020

/новость

С 15 декабря маркетплейс китайских товаров Pandao (проект Mail.ru Group) **прекратил** принимать заказы, но продолжит поддерживать клиентов и «дождется», пока дойдут все товары.



Pandao ✓
7 дек 2020 в 14:18

+ Подписаться

Все хорошее когда-нибудь заканчивается. К сожалению, наша история тоже закончилась.

С 15.12 наш сайт прекращает принимать заказы. Нам очень жаль с вами расставаться, поэтому мы подготовили вам сюрприз: самые активные наши пользователи получают подарок. С 15.12 ищи на своей электронной почте письмо с промокодом для покупок у наших друзей - AliExpress.

Мы НЕ прекращаем поддержку пользователей. Мы вместе с вами дождемся ваших заказов и примем все ваши претензии.



Согласно отчету Mail.Ru Group за 2017 год, в четвертом квартале на Pandao было сделано более 500 000 заказов.

В октябре 2018 года месячная аудитория сайта составляла 4 707 000 посетителей.

В марте 2019 года их число сократилось до 3 650 000.

Осенью прошлого года на площадку заходили 2 млн человек в месяц.

В ноябре 2020 года число месячных визитов маркетплейса составляло около 500 000 человек.

В AliExpress заявляют, что Pandao уже год функционирует как экспериментальная площадка в СП AliExpress Россия. В дальнейшем планируется использовать ее для различных экспериментов.

Источник:

[Mail.ru Group закрывает Pandao](#)

Сбер и Merlion заключили партнерство в сфере e-commerce

Sberbank.ru, 24.12.2020

/новость

Сбер и широкопрофильный дистрибьютор Merlion, которому принадлежат розничные сети «Позитроника» и «Ситилинк», сеть сервисных центров «Сеть компьютерных клиник», производитель компьютеров iRU и ряд других активов, объявили о стратегическом партнерстве.



Возможности Merlion будут интегрированы в создающуюся индустрию электронной коммерции Сбера. Партнерство позволит усилить позиции Сбера в индустрии электронной коммерции, реализовать целый ряд новых возможностей для B2B- и B2C-клиентов, предложить интегрированный бесшовный клиентский опыт. Merlion также будет активно дистрибутировать продукты экосистемы Сбера через собственные каналы.

«Электронная коммерция становится одним из ключевых драйверов развития экосистемы Сбера, поэтому развитие этого направления имеет для нас первостепенное значение», — отметил Лев Хасис, первый заместитель председателя Правления Сбербанка.

Источник:

[Сбер и компания Merlion объявили о стратегическом партнёрстве](#)

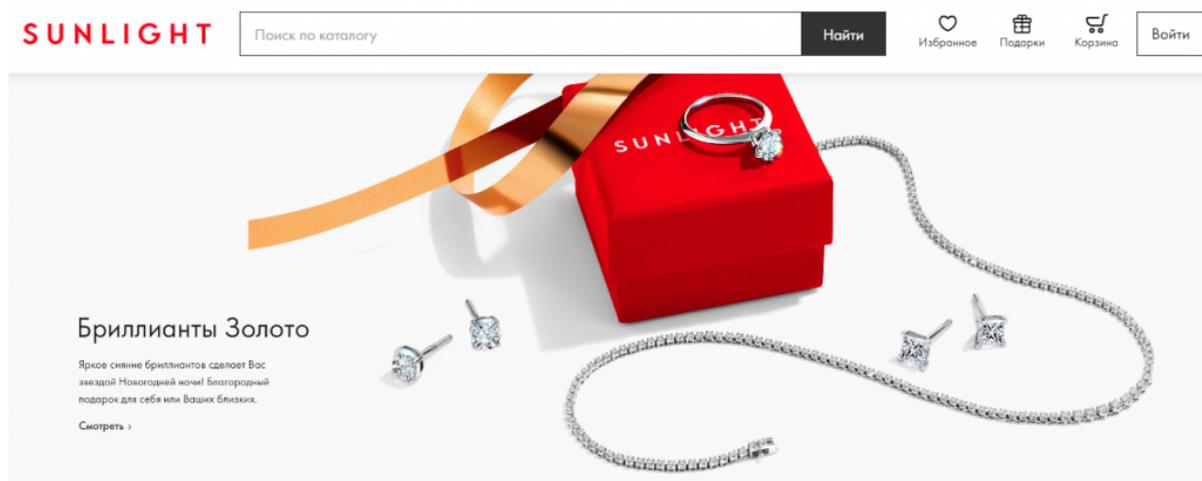
SUNLIGHT: количество онлайн-покупок ювелирных изделий удвоилось в декабре

New-retail.ru, 24.12.2020 13:25:00

/новость

Количество онлайн-покупок, совершенных в ювелирном гипермаркете SUNLIGHT, в декабре 2020 года увеличилось вдвое год к году. Курьерская доставка ювелирных украшений показала рост в 5 раз.

Рост спроса на ювелирные изделия в онлайн вызван легализацией онлайн-продажи ювелирных изделий, пандемией и продолжающимся трендом в сторону омниканальности в 2020 году.



Аналитики SUNLIGHT ожидают в 2021 году увеличение доли онлайн-продаж — она может превысить 50% от всего оборота ювелирного гипермаркета. В компании также отмечают, что на рынке ювелирных украшений и предметов роскоши грядет развитие быстрой доставки заказов на дом, расширение ассортимента, изменение потребительских привычек и активное развитие интернет-маркетинга.

Источник:

[Россияне стали чаще покупать ювелирные изделия онлайн](#)

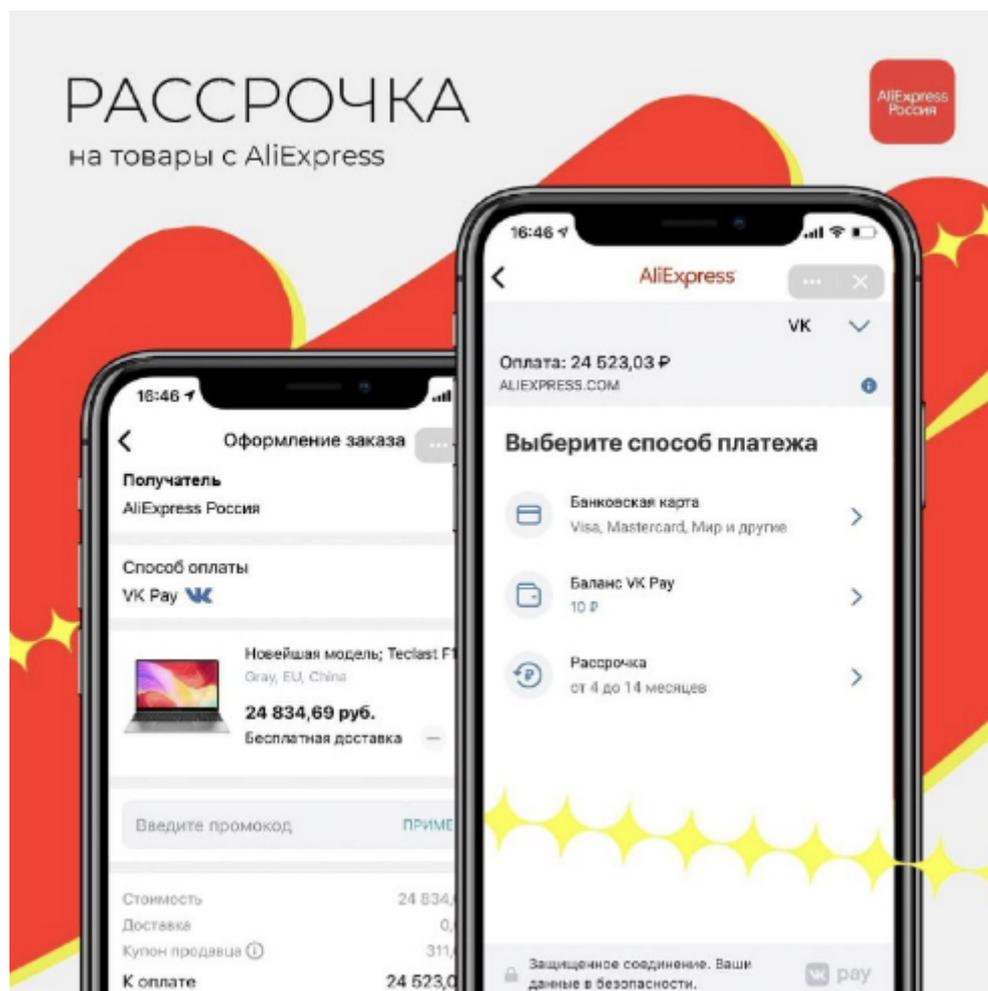
Товары с AliExpress теперь можно купить в рассрочку

Т.ме, 24.12.2020 11:52:00

/новость

Пользователи AliExpress Россия теперь могут приобрести зарубежные товары в [рассрочку](#) в мини-приложении AliExpress ВКонтакте через VK Pay.

Можно получить рассрочку до 300 тыс. руб. (финальная сумма зависит от расчетов банка). Рассрочка доступна сроком на 4 месяца с нулевой переплатой и без дополнительных начислений. Возможно продление периода рассрочки до 14 месяцев за дополнительную плату. Оформление полностью происходит онлайн.



Источник:

[Товары с Aliexpress теперь можно купить в рассрочку](#)

«Пятёрочка Доставка» с начала года выполнила 3 млн заказов

Vk.com, 24.12.2020 09:39:00

/новость

Сервис экспресс-доставки «Пятёрочка Доставка» 19 декабря выполнил рекордное количество заказов за одни сутки: более 31 тыс. покупок. Общее количество исполненных сервисом заказов с начала года превысило 3 млн.

В среднем заказ состоит из 14 позиций, среди которых фрукты, овощи, молочная продукция и fresh-категории, а также тяжёлые и объёмные товары. Вес среднего заказа — около 10,3 кг.

Сейчас мощности позволяют сервису выполнять более 30 тыс. заказов ежедневно.



Сервис работает в Москве, Московской области, Казани, Санкт-Петербурге, Ленинградской области, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Воронеже, Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге, Челябинске, Уфе и Новосибирске на базе 460 магазинов и 7 дарксторов.

Источник:

[«Пятёрочка Доставка» выполнила 3 миллиона заказов](#)

Lamoda: спрос на премиум-товары вырос на 14% в 2020 г.

New-retail.ru, 23.12.2020 14:55:00

/новость

По данным Lamoda, в этом году спрос на премиум-товары вырос на 14%, а траты на них увеличились на 15% год к году. Больше всего брендовые товары интересуют жителей Москвы. В столице доля продаж достигает 27%, на втором месте — Санкт-Петербург (9%), затем Екатеринбург, Ростов-на-Дону и Новосибирск.

Lamoda

Большая часть покупок в премиум-сегменте (59%) пришлась на одежду, 29% всех продаж в категории составили аксессуары, 27% — обувь. Лидером продаж среди премиум-брендов в 2020 году оказался бренд Karl Lagerfeld.

За год ассортимент премиальных товаров на Lamoda увеличился на 23%. Сейчас на онлайн-площадке представлено почти 400 премиум-брендов. Среди них есть и новые марки — Rado, Sandro, Maje, Giuseppe Zanotti Design, Neil Barrett, Alberta Ferretti и многие другие.

Источник:

[Lamoda назвала самые дорогие покупки россиян в 2020 году](#)

Delivery Club начал работать с операторами кейтеринга

Tass.ru, 23.12.2020 12:17:00

/новость

Delivery Club начал сотрудничать с операторами кейтеринга, сообщает [ТАСС](#). На сайте и в приложении сервиса появился раздел под названием «Кейтеринг».



Первыми партнерами нового направления стали «Home Food кейтеринг» и «ВкусВилл праздник». Время и цена доставки, а также минимальная стоимость заказа варьируются в зависимости от условий каждого конкретного партнера. Доставка блюд осуществляется логистическими службами операторов кейтеринга.

Работа в направлении кейтеринга может стать для некоторых ресторанов еще одним способом поддержать свой бизнес на фоне снижения посещаемости, пояснили в пресс-службе Delivery Club.

Источник:

[Delivery Club начал работать с операторами кейтеринга для организации праздников](#)

Интернет-магазины и сервисы цифрового контента удвоили продажи

Kommersant.ru, 22.12.2020

/новость

По данным оператора онлайн-платежей ЮMoney (бывшие Яндекс.Деньги), обороты компаний, торгующих через интернет физическим товаром, и сервисов с цифровым контентом удвоились, сообщает [«Коммерсантъ»](#).

Почти на треть повысилась выручка образовательных курсов, тренингов и мастер-классов, а доходы сервисов продажи готовой еды и доставки продуктов увеличились на 22%. Но в этом сегменте средний чек вырос с 500 до 1700 руб.

«Ъ FM» спросил представителей онлайн-бизнеса, каким они видят будущий год в своих экономических расчетах.



В Wildberries отмечают существенный прирост аудитории возрастной группы 55+. В интернет-магазинах россияне приобретают не только одежду, обувь, электронику и бытовую технику, но и повседневные товары первой необходимости. В 2021 году компания ожидает дальнейший рост аудитории Wildberries — как покупателей, так и российских предпринимателей.

Книжный сервис по подписке MyBook в апреле читали практически на 314% больше, чем в апреле 2019 года. Средний чек в этом году вырос на 12%. По предварительной оценке 2020 года, MyBook вырастет на 74% по отношению к 2019 году. А по прогнозам следующего года, темпы роста сохранятся.

Рост выручки по группе компаний «ЛитРес» в первом полугодии 2020 года превысил 35%. В компании предполагают, что в целом по 2020 году цифры примерно такие же. Средний чек не упал и даже вырос. В 2021 году ожидаются цифры роста, сравнимые с этим годом, выраженные двузначными цифрами процентов.

У ресторана «темной кухни» «Много лосося» в начале пандемии был небольшой спад, а потом начался очень активный рост, который продолжается до сих пор. Средний чек — на уровне 1500 руб., как и в прошлом году. Компания будет работать над его ростом.

Выручка площадок по продаже билетов на поезда и самолеты сократилась почти на 60%. На 40% снизились финансовые показатели у сервисов с билетами на концерты, в кино, театры и музеи.

Источник:

[Онлайн-услуги вошли в привычку](#)

ВТБ: объем онлайн-покупок в «подарочных» категориях вырос в 7,5 раза

Vtb.ru, 22.12.2020

/новость

Согласно статистике эквайрингового бизнеса ВТБ, в первой половине декабря объем онлайн-покупок россиян в традиционно «подарочных» категориях составил более 2,5 млрд руб. — в 7,5 раза больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Чаще всего россияне выбирают подарки в магазинах электроники и косметики, реже — кожаные изделия.

В категории электроники и гаджетов доля онлайн-заказов достигает 14%.

В категории косметики и парфюмерии онлайн приобретается уже каждый десятый товар.

В сегменте ювелирных изделий через интернет приобретается не более 1% товаров.

Непосредственно в магазины подарков за новогодними сувенирами россияне пока обращаются на 14% чаще, чем годом ранее, и тратят в них на 18% больше. Данная категория — самая популярная с точки зрения дистанционных заказов: свыше 40% покупок совершаются через интернет.

В сегменте ювелирных украшений, чемоданы и сумочки россияне предпочитают в абсолютном большинстве случаев выбирать лично в точках продаж.

Перед праздниками общий оборот электронной коммерции вырос за год в 7,5 раза, а доля интернет-покупок достигает 15% от общего объема трат, в отдельных категориях — до 40%. В третьей декаде декабря спрос на интернет-покупки только увеличивается.

Источник:

[ВТБ: россияне в 7 раз увеличили объем предновогодних интернет-заказов](#)



Аудитория Wildberries выросла в 2,5 раза в 2020 г.

Tass.ru, 21.12.2020 13:10:00

/НОВОСТЬ

На фоне пандемии в 2020 году аудитория Wildberries во всех странах присутствия выросла в 2,5 раза, до 38,5 млн человек, сообщил ТАСС директор по развитию Wildberries Вячеслав Иващенко.

В марте доля курьерской доставки всего за несколько дней выросла сразу в 3 раза. За 2020 год через онлайн-платформу Wildberries стали продавать 80 тыс. поставщиков, их число с начала года выросло более чем в 4 раза, из них 80% — это МСП.



По итогам 9 месяцев 2020 года на Wildberries продажи отечественных товаров выросли на 114%, до 108,1 млрд руб., а в штуках — на 201% год к году.

Оборот Wildberries за 9 месяцев 2020 года вырос на 104%, до 285,6 млрд руб. По данным аналитического агентства InfoLine, Wildberries по итогам первого полугодия 2020 года занял седьмое место среди всех торговых сетей России по объему выручки. Wildberries присутствует в девяти странах: Польше, Словакии, России, Израиле, Украине, Беларуси, Казахстане, Киргизии, Армении.

Источник:

[Аудитория Wildberries в 2020 году выросла в 2,5 раза](#)

Delivery Club доставляет продукты в более чем 100 городах РФ

Rb.ru, 21.12.2020 12:53:00

/новость

Delivery Club запустил доставку из продовольственных сетей магазинов более чем в 100 городах России, среди которых Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Самара, Воронеж и др.

Сервис предоставляет:



- услуги экспресс-доставки из дарксторов за 15 минут (около 1,5 тыс. товаров);
- быструю доставку за 30-40 минут из продуктовых сетей и сервисов (более 5 тыс. товаров);
- доставку от двух часов в течение дня при заказе утром или на следующий день (15-40 тыс. товаров).

К Delivery Club подключено около 2500 магазинов разных сетей, в том числе «Магнит», «Дикси», «Азбука Вкуса», «Верный», «ВкусВилл», «Радеж» и др.

В регионах, где заказы доставляют курьеры Delivery Club, пользователи получили доступ к принципиально новому сервису — доставке продуктов за 30-40 минут.

Delivery Club присутствует в 265 городах страны.

Источник:

[Delivery Club запустил доставку продуктов в более чем 100 городах России](#)

СберМаркет составил карту доставки продуктов в Москве

Shopolog.ru, 24.12.2020

/исследование

СберМаркет проанализировал все заказы, которые были сделаны в 2020 году в Москве, и выяснил, в каких районах жители чаще всего пользовались доставкой продуктов.

Продукты чаще всего заказывают в районах Раменки, Марьино и Пресненский. Реже всего — жители Зеленограда, Внуково и районов Восточный и Косино-Ухтомское.

Быстрой доставкой товаров первой необходимости пользуются чаще всего жители Раменок, Таганского и Пресненского районов. Реже всего — жители районов Капотня, Алтуфьевский и Метрогородок.

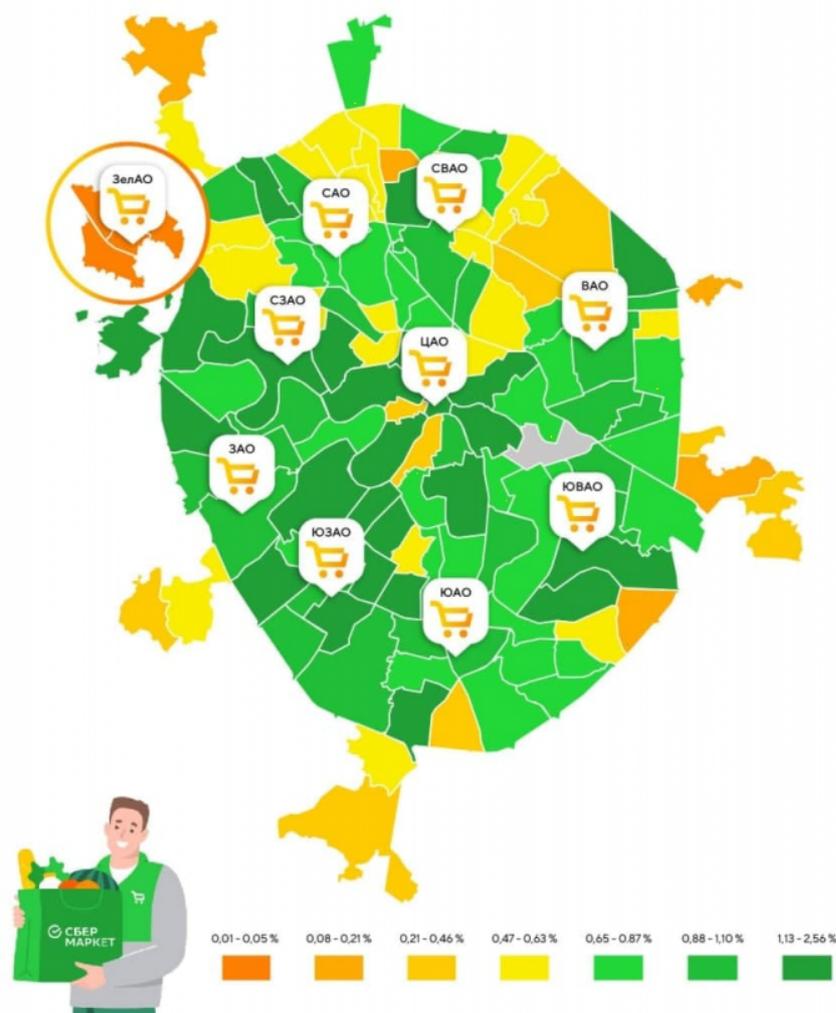
Доставкой non-food товаров чаще всего пользовались жители Пресненского района. Реже всего доставку товаров первой необходимости заказывают жители Митино, Куркино и Северное Бутово.

Источник:

[СберМаркет составил продуктовую карту Москвы](#)



Объем доставки продуктов в Москве



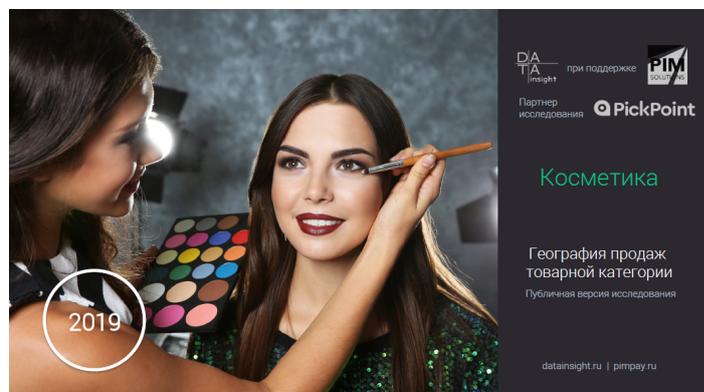
География продаж товарной категории: Косметика

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)

В первом полугодии 2020 оборот кросс-бордера составил \$3,3 млрд

E-rep.ru, 22.12.2020

/мнение

Аналитик Алексей Петровский свел данные по закупкам россиян в иностранных интернет-магазинах. Согласно официальным данным ЦБ, в первом полугодии 2020 года оборот кросс-бордера составил \$3,337 млрд. Годом ранее этот показатель превышал \$4 млрд.

Во втором квартале активность россиян при кросс-бордерных закупках резко снизилась. По итогам 2020 года общая сумма покупок составит \$6,6 млрд. В прошлом году она была около \$8,6 млрд.



Данные ЦБ не обязательно релевантны, считает Глава НАДТ Александр Иванов. По его оценке, «в прошлом году было максимально \$2,8 млрд, причем по самым оптимистическим подсчетам. И это с учетом просадки рынка. Кросс-бордер показал минимум за последние 6 лет. А в позапрошлом году закупки составили порядка \$3,3 млрд». Александр Иванов полагает, что объемы рынка вернуться к \$3 млрд.

Источник:

[Рынок кроссбордера в 2020 году: прогнозы](#)

Весь мир:

Власти Китая начали антимонопольное расследование в отношении Alibaba

Scmp.com, 24.12.2020 09:41:00

/новость

Государственное управление рыночного регулирования Китая начало расследование в отношении Alibaba Group Holding, сообщает [South China Morning Post](#). Регуляторы изучают политику «принудительной эксклюзивности» — требование Alibaba к продавцам не работать с ее конкурентами.

Народный банк Китая объявил, что представители финансовых регуляторов встретятся с представителями Ant Group — финтехподразделения Alibaba. В начале ноября компания планировала провести IPO, однако за два дня до начала торгов оно было отложено.



Как сообщает [AP](#), представители регулирующих органов встретились с руководителями Alibaba, JD.com, Pinduoduo, Tencent, Meituan, Didi Chuxing и предостерегли их от злоупотреблений с целью вытеснения конкурентов.

Источник:

[China kicks off antitrust probes into Alibaba over alleged monopolistic practices, as regulators summon Ant to meet](#)

[China steps up pressure on Alibaba with anti-monopoly probe](#)

Онлайн-продажи в США выросли на 36% в декабре

Digitalcommerce360.com, 22.12.2020

/новость

Цифровые продажи в США в течение первых двух недель декабря выросли на 36%, до \$39 млрд. По данным Salesforce, глобальные цифровые продажи выросли на 45% в годовом исчислении в период с 1 по 14 декабря.

В США особенно выиграли ритейлеры, которые предоставляют услугу самовывоза с парковки. У них цифровые продажи в первые две недели декабря выросли на 52%. Продавцы наблюдают значительный всплеск продаж в выходные, поскольку американцы забирают свои заказы, когда у них больше свободного времени.



Самыми быстрорастущими вариантами оплаты с начала Кибернедели по 14 декабря были «покупай сейчас, плати позже» (рост на 90% в годовом исчислении) и Apple Pay (рост на 85% в годовом исчислении).

Источник:

[Holidays and health concerns continue to drive online sales in December](#)

В ноябре онлайн-продажи в Великобритании выросли на 74,7%

Internetretailing.net, 21.12.2020

/новость

Согласно данным Национальной статистической службы Великобритании, в ноябре онлайн-продажи в стране выросли на 74,7% год к году и на 6,3% по отношению к октябрю.

Магазины, которые не продают товары первой необходимости, были закрыты на большей части территории Великобритании в разные моменты в течение месяца. В результате доля онлайн-продаж составила 31,4% всех розничных продаж. Это больше, чем в октябре (28,6%), но меньше, чем в разгар первого локдауна в мае, когда 33,9% продаж приходилось на онлайн.

Онлайн-продажи еды выросли год к году на 107,8%. В целом 10,3% продаж в этой категории пришлось на онлайн. В непродовольственных категориях онлайн-продажи выросли на 105,9% по сравнению с ноябрем прошлого года и на 19,3% к октябрю. На онлайн пришлось 32,2% продаж в этой категории.

Универмаги нарастили онлайн-продажи на 157,2% год к году и на 24,7% по сравнению с октябрём. Около 38,1% продаж в этой категории в течение месяца пришлось на онлайн.

В магазинах бытовых товаров онлайн-продажи выросли на 24,2% к октябрю и на 124,7% год к году. Около 28,7% продаж в этой категории пришлось на онлайн.

Онлайн-продажи одежды, обуви и текстиля выросли на 7,9% с октября по ноябрь на 52% год к году; 39,3% продаж были осуществлены через интернет.

Другие непродовольственные магазины, в том числе оптики, аптеки и магазины, торгующие книгами, играми и ювелирными украшениями, нарастили онлайн-продажи на 124,7% год к году и на 24,2% к октябрю.

Источник:

[PEAK 2020 Online sales grew by 74.7% in November compared to last year: ONS; plus latest IMRG Black Friday insights](#)

Table 3: Summary of internet statistics for November 2020
Value seasonally adjusted, percentage rates

Category	Index categories and their percentage weights	Year-on-year growth	Month-on-month growth	Online sales as a proportion of retailing
All retailing*	100.0	74.7	6.3	31.4
All food	12.0	107.8	1.5	10.3
All non-food	35.2	105.9	19.3	32.2
Department stores	7.9	157.2	24.7	38.1
Textile, clothing and footwear stores	12.2	52.0	7.9	39.3
Household goods stores	6.6	124.7	24.2	28.7
Other stores	8.5	124.7	22.7	26.4
Non-store retailing	52.8	47.6	-1.7	83.4

Source: Office for National Statistics - Monthly Business Survey - Retail Sales Inquiry

Квартальные онлайн-продажи бренда Nike выросли на 84%

Retaildive.com, 21.12.2020

/НОВОСТЬ

Выручка Nike за квартал, который завершился 30 ноября 2020 года, выросла на 9%, до \$11,2 млрд. Чистая прибыль выросла на 12%, до \$1,3 млрд.

В цифровом сегменте выручка компании выросла на 84% или на 80% без учета колебаний курсов валют, с трехзначным ростом в Северной Америке и сильным двузначным ростом в странах Европы, Ближнего Востока и Африки, Большого Китая, Азиатско-Тихоокеанского региона.



Однако компания не отказывается от физического роста. Nike открыл два магазина Nike Live и шесть магазинов Nike Unite во втором квартале и планирует открыть 30 магазинов во втором полугодии.

Прямые продажи Nike выросли на 32%, до \$4,3 млрд, в основном за счет онлайн.

Направление Nike Digital составляет 25% бизнеса компании в Северной Америке.

Источник:

[Nike posts \\$11B quarter and plans for 30 new stores](#)

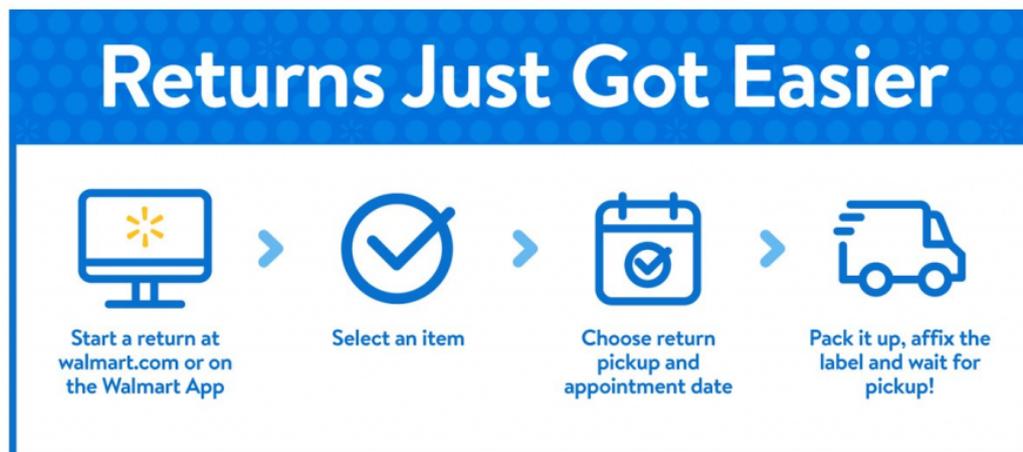
Онлайн-покупки из Walmart можно вернуть, не выходя из дома

Corporate.walmart.com, 21.12.2020

/новость

Американский ритейлер Walmart упростил процесс возврата онлайн-покупок: клиенты смогут передать неподошедший товар курьерам службы FedEx, не покидая дома.

Сервис под названием Carrier Pickup by FedEx бесплатен для покупателей. Чтобы им воспользоваться, нужно начать процесс возврата на сайте Walmart.com или в приложении и назначить время визита курьера.



Источник:

'Tis the Season for Hassle-Free Returns

Украинский рынок e-commerce вырос на 41% в 2020 г.

Evo.business, 24.12.2020 11:00:00

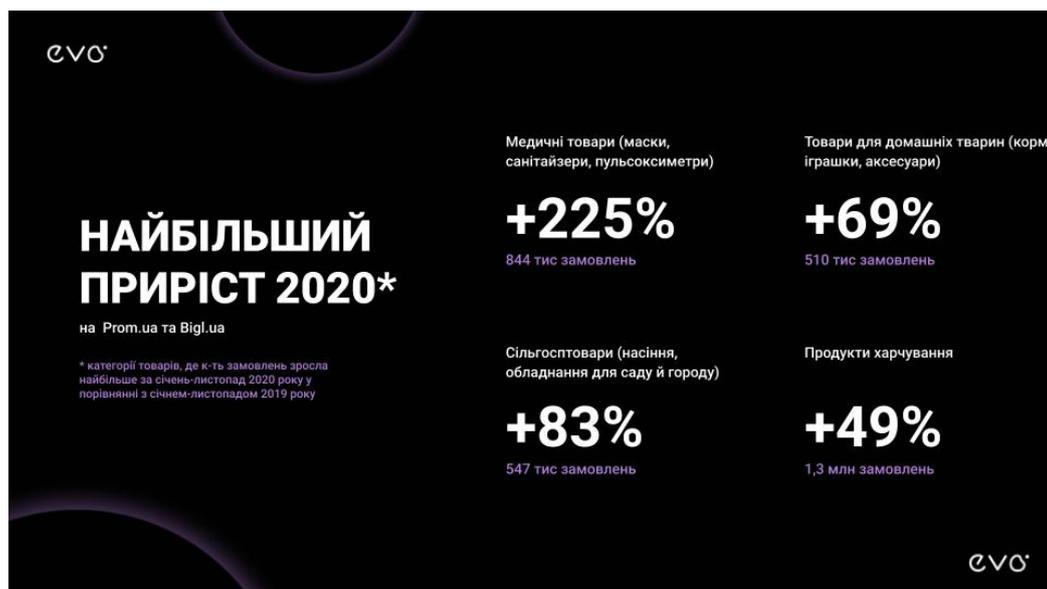
/исследование

По оценкам группы компаний EVO, в 2020 году украинцы приобрели в интернете физических товаров и услуг на 107 млрд грн (\$3,8 млрд). Это на 41% больше, чем в прошлом году. Год назад EVO прогнозировала прирост на уровне 15%.

Почти 9% всех покупок в Украине происходит онлайн — на маркетплейсах, в онлайн-магазинах и соцсетях. В 2019-м доля e-commerce в ритейле Украины оценивалась в 7%, а рынок тогда вырос на 17% в год.

За год количество заказов на маркетплейсах EVO (Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua, IZI.ua) и сайтах компаний Prom.ua выросло на 42%. Средний чек упал на 10%. Люди стали покупать онлайн значительно чаще и более дешевые товары — одежду, товары ежедневного потребления, еду, маски.

Наибольший прирост за 2020 год — в категории «Медицинские товары». Значительно большим спросом, чем в прошлом году, пользовались также товары для садоводства и огородничества.



Количество онлайн-оплат выросло минимум на 50%. На маркетплейсах уже примерно 15% расчетов — картой в момент покупки. Важный фактор, который сдерживает рост оплат — цена транзакций для продавца, которая в Украине в среднем превышает 2% от цены товара. Это в 4 раза больше, чем в Европе.

Ожидается, что в 2021 году темпы роста частично сохранятся и e-commerce вырастет еще на 28%, до 137 млрд грн (\$4,88 млрд). Этому будут способствовать: появление безопасных способов онлайн-оплаты на маркетплейсах, удешевление доставки, скорость и рост качества обслуживания продавцами, а также тот фактор, что пандемия вытолкнула в онлайн традиционно офлайн-ниши (в частности, лекарства и продукты).

Источник:

[107 млрд грн витратили українці на покупки в інтернеті. Яким був e-commerce у 2020 році](#)

После Brexit меньше британцев будут совершать кросс-бордерные покупки

Emarketer.com, 21.12.2020

/исследование

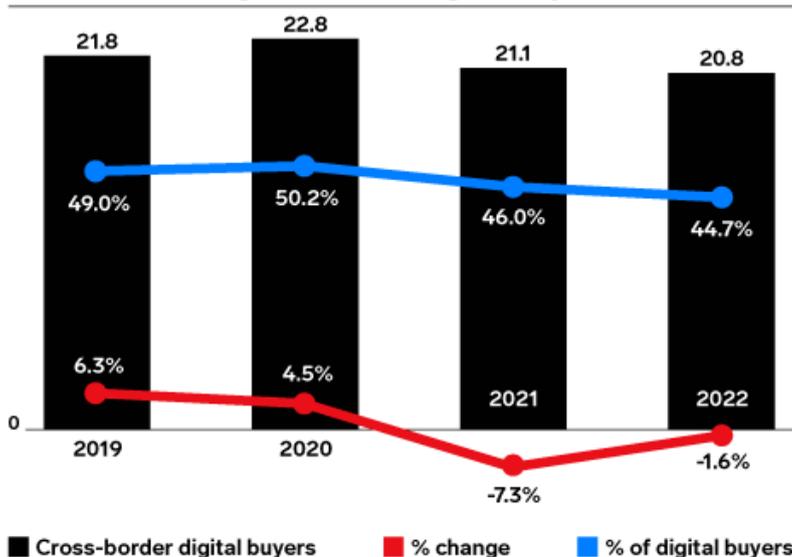
Согласно последним оценкам eMarketer, в 2020 году 22,8 млн жителей Великобритании совершили онлайн-покупки за границей. Это 46% пользователей интернета и 50,2% онлайн-покупателей в стране.

В следующем году эта цифра снизится на 7,3%, до 21,1 млн человек. Аналитики ожидают сокращения числа британских потребителей, совершающих международные розничные покупки через интернет, до конца прогнозного периода в 2022 году.

В eMarketer предполагают, что первоначально Великобритания может быть вынуждена пойти на жесткий Brexit, но в первом полугодии 2021 года заключит соглашение о свободной торговле с ЕС. Этот барьер задержит время доставки и возврата, из-за чего некоторые британские онлайн-покупатели могут отказаться от совершения международных покупок.

UK Cross-Border Digital Buyers, 2019-2022

millions, % change, and % of digital buyers



Note: internet users 14+ who have digitally purchased goods from a seller in a foreign country either directly or through an intermediary (i.e., marketplaces) at least once during the calendar year via any digital channel; excludes travel and event ticket sales, digital downloads, subscriptions, and other services
Source: eMarketer, Dec 2020

261876

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[Fewer UK buyers will engage in cross-border retail ecommerce amid Brexit](#)

eMarketer: в 2023 году розничные онлайн-продажи в США превысят \$1 трлн

Emarketer.com, 27.12.2020

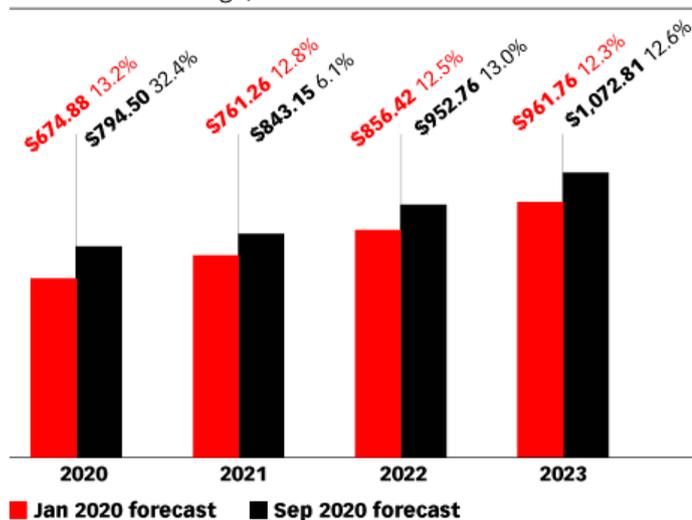
/мнение

Широкое распространение электронной коммерции во время пандемии неожиданно ускорило развитие этого канала. В январе eMarketer прогнозировал, что общий объем онлайн-продаж в США в 2020 году составит \$674,88 млрд. Новый прогноз — \$794,5 млрд. А в 2023 году розничные онлайн-продажи в США составят \$1,072 трлн.

- Онлайн-продажи бытовой электроники в 2020 году должны были составить \$150,1 млрд, но достигнут \$179,35 млрд.
- В январе предполагали, что онлайн-продажи мебели и товаров для дома достигнут \$76,8 млрд, новый прогноз — \$92,32 млрд.
- В категории товаров для здоровья, личной гигиены и красоты прогнозировали объем электронной коммерции в размере \$58,7 млрд, но теперь ожидают \$73,52 млрд.
- Онлайн-продажи продуктов питания и напитков оценивали в \$32,2 млрд, но прогноз был скорректирован в сторону увеличения до \$45,47 млрд.
- По ранним оценкам, продажи через формат click & collect должны были составить \$50,66 млрд. Теперь eMarketer прогнозирует, что эта цифра достигнет \$58,52 млрд.
- В туристическом секторе прогнозировали онлайн-расходы в размере \$215,74 млрд, но оценка снижена до \$115,27 млрд.
- Продажи одежды в 2020 году до начала пандемии оценивали в \$483,4 млрд, но окончательная цифра составит \$394,89 млрд.

How Has Our Forecast for US Retail Ecommerce Sales Changed?

billions and % change, 2020-2023



Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments (such as bill pay, taxes, or money transfers), food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales
Source: eMarketer, Sep 2020

260638

www.eMarketer.com

Источник:

[US forecasting shocks 2020: Ecommerce and overall commerce](#)

Criteo: всплеск онлайн-продаж превратил Кибернеделю в Киберсезон

Criteo.com, 21.12.2020

/мнение

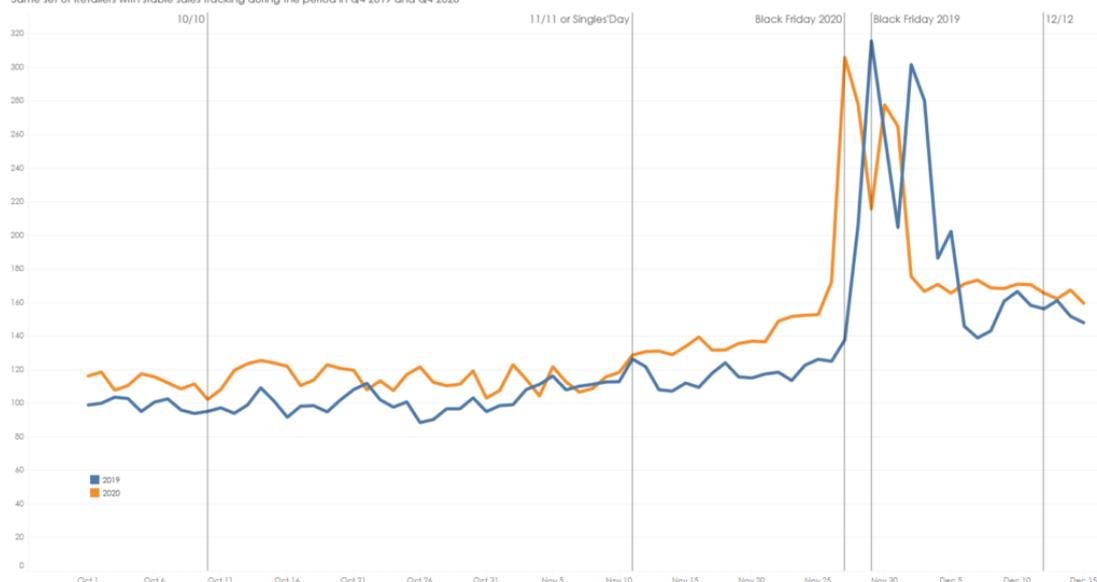
Согласно опросу Criteo, 39% респондентов впервые покупали в интернет-магазинах во время пика COVID-19, а 85%, вероятно, продолжат покупать в новых магазинах, которые они обнаружили.

Трое из десяти покупателей планируют приобретать больше товаров онлайн в этот праздничный сезон, включая игрушки и игры, товары культурного назначения, бытовую электронику, одежду и аксессуары, люксовые и косметические товары, товары для дома. Эксперты Criteo говорят, что Кибернеделя превратилась в Киберсезон.

В этом году в Черную пятницу не было значительного увеличения продаж по сравнению с прошлым годом. Однако в течение первых трех недель ноября глобальные продажи выросли на 17% год к году. Потребители решили не откладывать покупки до Черной пятницы и Кибернедели.

Q4 Retail Sales, YoY, NORTH AMERICA

Indexed Daily Sales and Traffic, compared to average in October 1-28 2019
Same set of Retailers with stable sales tracking during the period in Q4 2019 and Q4 2020



Онлайн-продажи в декабре по-прежнему высоки. В розничной онлайн-торговле наблюдается ускорение тенденций в годовом сопоставлении, при этом в начале декабря объем продаж увеличился на 22% (10 дней с 4 по 13 декабря 2020 года по сравнению с 6-15 декабря 2020 года).

Региональные распродажи выходят на мировой уровень. Черная пятница только начинает набирать популярность в Азиатско-Тихоокеанском регионе, но ее затмил фестиваль шопинга 11.11 (День холостяка). В 2020 году мировые продажи в этот день составили \$75 млрд. В День холостяка зафиксировано почти на миллиард больше посещений сайтов или мероприятий рекламодателей, чем в Черную пятницу.

Источник:

[How the Online Shopping Surge Transformed Cyber Week into Cyber Season](#)

Е-commerce 2021 по версии Core dna: маркетплейсы, омниканальность, видеошопинг

Coredna.com, 21.12.2020

/мнение

Компания Core dna составила список из 10 трендов e-commerce, которые будут актуальны в 2021 году.

1. Клиенты будут делать покупки скорее на маркетплейсах, чем в онлайн-магазинах. Удовлетворенные доставкой за 2-3 дня и бесплатным возвратом большинства товаров на большинстве маркетплейсов потребители будут ожидать того же от всех других сайтов электронной коммерции.
2. Покупки в интернете не будут ограничены продуктами B2C. Еда, одежда и гаджеты уже не единственные вещи, которые люди заказывают в интернете с доставкой домой. К списку добавились продукты, мебель и даже запчасти для автомобилей.
3. Популярность платформ самообслуживания будет расти. Тенденция на 2021 год — отдавать предпочтение платформам, которые быстро разворачиваются и продают онлайн, не требуя армии разработчиков и консультантов.
4. Видео с возможностью покупки в социальных сетях. Представители поколения Z могут принимать решения о покупке при просмотре ленты в социальных сетях, а видео позволяет им делать заказ сразу.
5. Омниканальные продажи станут новой нормой. Планшеты, мобильные телефоны и настольные компьютеры — только начало. Бренды открывают новые способы продажи своей продукции через соцсети.
6. Аналитика будет процветать. Сегментация выходит за рамки разовых продаж и лояльных клиентов. Появится много информации о том, как они взаимодействуют с e-commerce бизнесом.
7. Инфлюенсеры станут партнерами бренда. В 2021 году бренды будут обращаться к лидерам мнений для создания контента вместо контент-агентств.
8. Искусственный интеллект станет менее искусственным и более полезным. Ритейлеры обращаются к ИИ, чтобы улучшить все: от операций и управления запасами до создания хорошего сервиса и лояльности.
9. Персонализация выйдет за рамки совершения покупки и будет создавать связь. 72% клиентов используют только персонализированные сообщения.
10. Популярность «зеленого» потребления будет расти.



Источник:

[The Future of eCommerce: eCommerce Trends To Watch For In 2021](#)

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 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.