

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 1

28 Декабря 2020 - 10 Января 2021

В выпуске:

Россия:

Основные данные о eCommerce 2020

«Обувь России» перезапустила сайт Westfalika.ru в формате маркетплейса Яндекс.Маркет снижает комиссию за продажу товаров до 2%

На AliExpress Россия в 2020 году чаще всего искали женские платья

СБЕР ЕАПТЕКА развивает систему хабов для интернет-продаж

Оборот iGoods в 2020 году вырос в 3 раза, до 7,8 млрд руб.

АКИТ: оборот рынка интернет-торговли за 2020 год превысит 3 трлн руб.

«Утконос Онлайн»: уровень комплектации заказов превысил 99,5%

Число онлайн-платежей в 2020 году выросло на 40%

Group-IB: теневой онлайн-рынок алкоголя перестал расти

Исследование "Онлайн-рынок аптек"

Весь мир:

Adobe Analytics: в ноябре-декабре американцы потратили онлайн \$188 млрд

Онлайн-продажи продуктов в Великобритании удвоились в декабре 2020 г.

eMarketer: 5 цифровых трендов 2021 в Китае

Онлайн-продажи Tiffany в праздники выросли на 80%

PostNord: европейцы потратили онлайн 269 млрд евро в 2020 г.

Товарооборот на украинских маркетплейсах вырос на 50,2% в 2020 г.

Розничные онлайн-продажи в мире вырастут на 16,5% в 2020 г.

Россия:

Основные данные о eCommerce 2020

E-reper.ru, 31.12.2020

/новость

Главный редактор E-reper.ru Игорь Бахарев свел воедино eCommerce-аналитику из открытых источников. Приводим некоторые цифры.

Аудитория

Яндекс.Маркет/GfK: Каждый второй россиянин в возрасте 16-55 лет покупает что-нибудь в интернете минимум 2 раза в год. 77% онлайн-покупателей заказывают что-то минимум раз в месяц, 23% — минимум раз в неделю.

Оценка рынка

РАЭК: По итогам 2020 года рост интернет-торговли в России может составить 16-18%, до 4,8 трлн руб.

АКИТ: Доля eCommerce в общем обороте торговли в РФ в 2020 году может достигнуть 11%. Оборот рынка может вырасти в 1,5 раза и составить более 3 трлн руб.

Infoline: В 2020 году рынок онлайн-торговли продуктами питания может вырасти с 43 до 145 млрд руб.

РБК Исследования рынков: К концу 2020 года оборот рынка доставки может вырасти на 47%, до 258 млрд руб. 19,7% приходится на долю доставки продуктов.

Data Insight: Число заказов в интернет-магазинах и на маркетплейсах в 2020 году увеличилось на 78%, до 830 млн. В денежном выражении зафиксирован рост на 47%, до 2,5 трлн руб. В 2020 году доля онлайн-торговли составит 9% от всей российской розницы.



Интернет-магазины

ЮKassa: Российские интернет-магазины в 2020 году вдвое увеличили обороты. Средний чек увеличился в 2,1 раза (до 1833 руб.).

Data Insight/RBK.money: За первое полугодие 2020 года объем онлайн-продаж в России достиг 1165 млрд руб., что на 52% больше аналогичного периода прошлого года.

Трансграничная торговля

АКИТ: Объем рынка трансграна за год составит 607 млрд руб.

НАДТ: К концу года объем рынка трансграничной торговли составит порядка \$3 млрд.

ЦБ: По итогам 2020 года общая сумма кросс-бордерных покупок составит \$6,6 млрд.

Доставка и оплата

Яндекс.Маркет/GfK: Самовывозом из магазина или пункта выдачи были получены последние покупки 57% опрошенных. Частота использования постаматов (6%) медленно, но растёт. Доля покупок, оплаченных по банковской карте на сайте магазина, выросла до 53%.

Мир Plat.form (Национальная система платежных карт): Количество транзакций в российских интернет-магазинах и сервисах увеличилось в среднем на 40%.

Мобайл

Яндекс.Маркет/GfK: Доля покупок с мобильных устройств сравнялась с долей покупок на компьютерах. Покупая на мобильных, люди всё чаще пользуются приложениями магазинов.

Экспорт

eBay/Data Insight: Рынок розничного онлайн-экспорта товаров из России в 2020 году достигнет \$1,16 млрд, его рост составит 42%. По итогам года число посылок, отправленных за рубеж, составит 27,4 млн, увеличившись на 75% по сравнению с прошлым годом.

Прогнозы

Data Insight: Рынок интернет-торговли в России будет расти в 2021 году на 34%, в 2022-м — на 32%, в 2023-м — на 30% и в 2024-м — на 28%.

Data Insight: К 2024 году электронная торговля займет 19% от общего объема розничных продаж.

Infoline: В 2023 году рынок онлайн-торговли продуктами питания может вырасти до 605 млрд руб.

Источник:

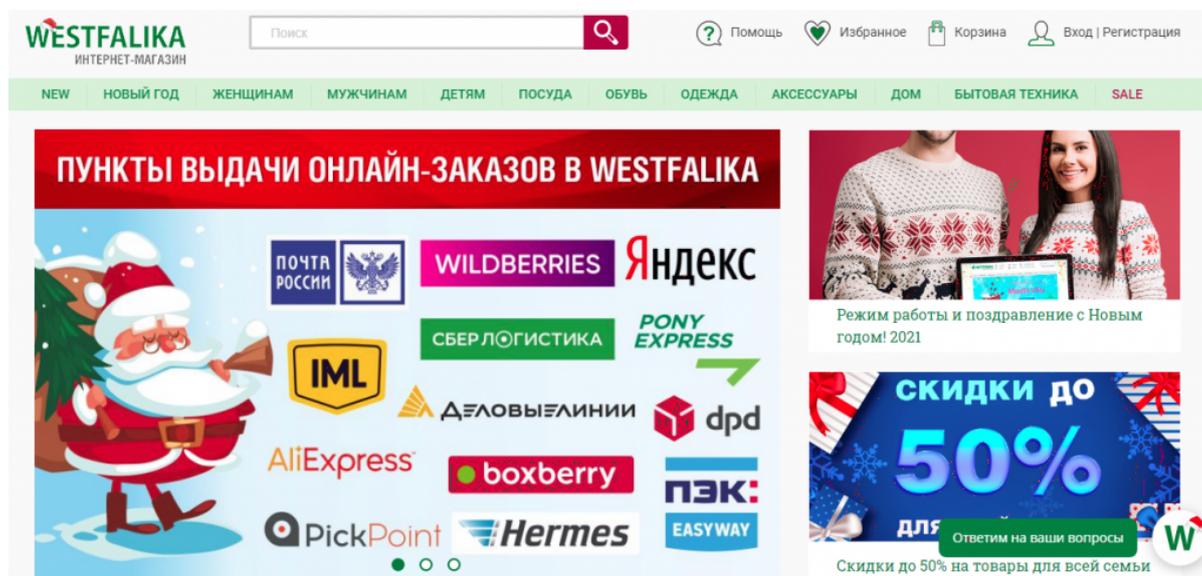
[eCommerce 2020: основные цифры](#)

«Обувь России» перезапустила сайт Westfalika.ru в формате маркетплейса

Obuvrus.ru, 30.12.2020

/НОВОСТЬ

Группа компаний «Обувь России» запустила обновленную версию сайта westfalika.ru: теперь он будет функционировать и в формате онлайн-маркетплейса. Проект реализован в рамках стратегии компании по развитию онлайн-продаж и увеличению их доли в розничной выручке компании.



Сайт создан с учетом последних тенденций пользовательского дизайна и обладает современным функционалом. Работают новые фильтры и сортировки для поиска, есть возможность добавлять товары в избранное и в лист ожидания, переработан каталог, который имеет возможность масштабирования за счет партнерских товаров. Появилась возможность купить товар из поста в Instagram, для этого на сайте добавлен инструмент Instashop.

«Обувь России» последовательно реализует программу по развитию основных площадок для онлайн- и мобильных продаж. В октябре 2020 года запущена новая версия мобильного приложения Westfalika. В ноябре количество скачиваний нового приложения увеличилось в 4,5 раза, а количество заказов, оформленных с его помощью — в более чем 2,5 раза. В целом в ближайшие 5 лет компания планирует увеличить долю онлайн-продаж в розничной выручке до 50%.

Источник:

[OR GROUP](https://or-group.ru) запустила обновленный сайт Westfalika.ru в формате маркетплейса

Яндекс.Маркет снижает комиссию за продажу товаров до 2%

Market.yandex.ru, 30.12.2020

/новость

Яндекс.Маркет с 15 января [снижает](#) комиссию за продажу товаров на маркетплейсе в любой категории до 2% стоимости товара. Сейчас в зависимости от категории комиссия составляет от 3% до 20%.

Чтобы было выгодно размещать на маркетплейсе даже недорогие товары, пересмотрены правила о минимальной комиссии. С 15 января минимальная комиссия полностью отменяется для моделей FBY (бывшая «Витрина + фулфилмент») и FBY+ (бывшая «Витрина + упаковка»). Для модели FBS (бывшая «Витрина + доставка») Маркет отказывается от минимальной комиссии для состоявшихся продаж.



Тарифы на другие услуги не меняются. Стоимость обработки заказ и его доставки до покупателя зависит от модели работы с маркетплейсом.

С 1 января в рамках эксперимента в 20 категориях вводится символическая комиссия за продажу, складскую обработку и доставку товаров до покупателей для партнеров, которые продают товары по рекомендованным ценам или более низким. Стоимость каждой услуги для одного товара составит 10 копеек (с НДС).

Источник:

[Яндекс.Маркет снижает комиссию за продажу товаров до 2%](#)

На AliExpress Россия в 2020 году чаще всего искали женские платья

Retail.ru, 29.12.2020 12:31:00

/новость

Чаще всего в 2020 году россияне искали на AliExpress женские платья: более 150 млн раз. На втором месте по популярности — запросы по слову «серьги» (более 95 млн), на третьем — смартфоны (76 млн раз). Отдельный популярный поисковый запрос из рейтинга — Xiaomi, товары бренда за год искали более 37 млн раз.



В топ-5 популярных запросов попали товары из категории «женские сумки» и «худи» — 66 млн и 52 млн запросов соответственно.

В топ-30 самых частотных запросов вошли слова «Наруто» и «алмазная мозаика» (29 млн и 25 млн запросов соответственно). Слово «секс» на платформе искали более 37 млн раз.

Источник:

[AliExpress рассказал, что искали россияне в 2020 году](#)

СБЕР ЕАПТЕКА развивает систему хабов для интернет-продаж

Retail-loyalty.org, 29.12.2020 11:00:00

/новость

СБЕР ЕАПТЕКА развивает систему хабов — аптек с торговым залом и складом, предназначенных для интернет-продаж. Снижая нагрузку на центральный склад и обслуживая ближайшие районы, они позволяют сократить срок доставки до часа.

Новая бизнес-модель продаж лекарств и товаров для здоровья способна конкурировать с традиционными аптечными сетями. Доставка осуществляется собственной курьерской службой СБЕР ЕАПТЕКИ, большую часть заказов привозят в течение 45 минут.

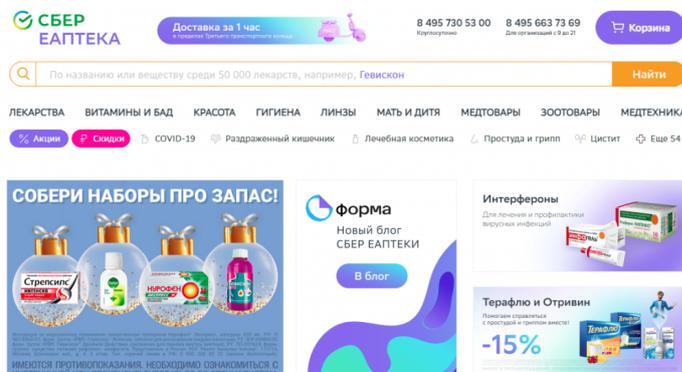
Ассортимент хаба — около 20 тыс. позиций, что покрывает 85% заказов; менее востребованные и редкие товары оперативно доставляют с центрального склада. В хабах действуют те же стандарты и правила хранения и транспортировки, что и на центральном складе.

На сегодняшний день 15 хабов обеспечивают доставку за час внутри Третьего транспортного кольца и некоторых районах за его пределами. В планах на 2021 год — открыть еще 25 хабов, за счет которых услуга станет доступна на всей территории Москвы и Московской области.

В ноябре СБЕР ЕАПТЕКА заработала в Казани и Ярославле, в планах на 2021 год — запуск в 90 городах (93 точки). Планы по региональной экспансии включают открытие 307 точек в 185 городах России в 2021-2022 гг. Цель СБЕР ЕАПТЕКИ — в ближайшие годы покрыть сеть доставки лекарств все российские города с населением более 100 тыс. человек.

Источник:

[СБЕР ЕАПТЕКА развивает систему хабов](#)



Оборот iGooods в 2020 году вырос в 3 раза, до 7,8 млрд руб.

Retail.ru, 29.12.2020 10:57:00

/новость

В 2020 году оборот сервиса доставки продуктов iGooods вырос в 3 раза год к году. Компания совершила более 1,8 млн доставок на общую сумму 7,8 млрд руб. Показатели удалось увеличить за счет укрепления позиций в регионах присутствия, подключения новых сетей и расширения географии франчайзинговой сети.

iGooods

«Ежедневно сервис доставляет более 5600 заказов по всем городам присутствия. — говорит управляющий и сооснователь сервиса iGooods Григорий Кунис. — Сегодня iGooods — последний федеральный сервис доставки, который не вошел в корпорации».

Средний чек в 2020 году вырос на 17%, до 4285 руб. с учетом стоимости доставки. Сервис начал работу в более чем 20 городах России. Новыми партнерами стали торговые сети «Ашан», «О'Кей», «Глобус». Запущена доставка по модели white label с «Лентой» и «Глобусом». На новых партнеров приходится почти 30% от общего числа заказов.

Запущен совместный проект по доставке продуктов с Joom — Joom fresh. Сервис вышел на окупаемость в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Барнауле, Белгороде и еще нескольких регионах. На конец года доставка производится из 209 гипермаркетов во всех городах присутствия.

Компания провела ребрендинг и запустила ряд дополнительных функций — например, возможность продвижения бренда на площадке iGooods. Рекламу на iGooods уже опробовали около 50 производителей. В числе клиентов — Mars, Fazer, Procter&Gamble, PepsiCo, «Балтика» и др. iGooods планирует расширить свой функционал и стать помощником в бытовых делах.

По прогнозам компании, в 2021 году она вырастет в 2 раза. В планах — начать работу в одной из европейских стран. Для этого будет проведен новый раунд инвестиций, который предположительно завершится во втором квартале 2021 года.

Источник:

[Оборот iGooods в 2020 году вырос в 3 раза до 7,8 млрд рублей](#)

АКИТ: оборот рынка интернет-торговли за 2020 год превысит 3 трлн руб.

Tass.ru, 28.12.2020 18:42:00

/НОВОСТЬ

Оборот российского рынка интернет-торговли по итогам 2020 года может вырасти в 1,5 раза и составить более 3 трлн руб., сообщил ТАСС глава Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артем Соколов.

Ранее предполагалось, что цифра будет на уровне 2,933 трлн руб., точные данные можно будет назвать не раньше февраля.

По итогам января — июня 2020 года доля e-commerce в общем обороте розничной торговли достигла 10,9% за счет весеннего локдауна. АКИТ предполагает, что объем электронной коммерции в 2020 году составит 10-11% от общего объема розницы.



В 2019 году оборот дистанционной торговли составил 2 трлн руб.

Источник:

Эксперт: доля e-commerce в общем обороте торговли в РФ в 2020 году может достигнуть 11%

«Утконос Онлайн»: уровень комплектации заказов превысил 99,5%

Retail.ru, 28.12.2020 15:59:00

/новость

«Утконос Онлайн» подвел итоги 2020 года.

- С января по декабрь 185 186 покупателей оформили свой первый заказ в онлайн-магазине.
- Мобильное приложение «Утконос Онлайн» для Android и iOS было установлено более 1 млн раз.
- Штат компании вырос до 5300 человек.
- NPS (индекс потребительской лояльности) во втором полугодии составил 82%.
- Уровень комплектации заказов на конец года в декабре превысил отметку 99,5%: из 10 тыс. заказанных товаров точно доедет по покупателям более 9950 позиций. По оценкам компании, это рекордный показатель для российского рынка e-grocery.
- Лидером роста по продажам стала категория ФРОВ (фрукты и овощи) — выручка выросла на 90% к 2019 году.
- В сентябре компания запустила собственную программу лояльности «Утконос CLUB». Сегодня ею активно пользуются более 95 тыс. покупателей.
- Сайт utkonos.ru был признан Минкомсвязью социально значимым информационным ресурсом и внесен в соответствующий список информационных ресурсов РФ.
- «Утконос» вышел в Санкт-Петербург, запустил три фулфилмент-центра, а новый формат «Утконос Мини» предоставил возможность получать заказы через два часа после оформления.



УТКОНОС:
и.. и.. онлайн

Источник:

[«Утконос Онлайн» подвел итоги 2020 года](#)

Число онлайн-платежей в 2020 году выросло на 40%

Iz.ru, 30.12.2020 00:01:00

/исследование

Россияне в январе 2020 года провели 22,9 млн онлайн-платежей, а в ноябре — 32 млн, на 40% больше, сообщают [«Известия»](#) со ссылкой на исследование «Мир Plat.form» (IT-бренд Национальной системы платежных карт — НСПК). Резкий рост пришелся на период весеннего локдауна: в июле количество транзакций в интернете выросло до 31,4 млн.

По данным Mastercard, весной 45% россиян стали чаще заказывать товары в интернете. 27% респондентов в России увеличили расходы на онлайн-досуг. За период самоизоляции на 28% выросло количество россиян, приобретающих товары в интернете.



По данным крупнейших российских банков, количество и объем онлайн-платежей за 2020 год выросли от 10% до 300% в отдельных финансовых организациях.

ВТБ: в ноябре россияне увеличили объем онлайн-платежей по сравнению с январем в 2,2 раза, количество транзакций в интернете — в 1,8 раза. Тенденция перехода покупок в онлайн наблюдалась все последние годы, но переломный момент пришелся на второй квартал 2020-го.

«Тинькофф»: сумма покупок в онлайн по картам клиентов увеличилась примерно на 80%, а средний рост за месяц составлял 6,5%.

«Открытие»: прирост онлайн-платежей в ноябре по отношению к январю составил 15% по объему и 10% по количеству.

Количество онлайн-платежей с января по ноябрь в Ак Барс Банке выросло на 22%, в Почта Банке — на 30%, в Сбербанке, ПСБ и СКБ-Банке — в 1,5 раза, в ОТП Банке — в 4 раза. Доля интернет-транзакций по картам МКБ увеличилась с 13% в январе 2020-го до 17% в декабре, в банке «Дом.РФ» — с 14% до 25%.

В 2021 году число дистанционных покупок будет расти на уровне 15-20%, ожидает аналитик «Фридом Финанс» Валерий Емельянов. По его мнению, увеличение будет в основном за счет первого квартала, пока продолжат действовать ограничения, а затем часть граждан вернется к наличным.

Источник:

[Расходное место: число онлайн-платежей в 2020 году выросло на 40%](#)

Group-IB: теневой онлайн-рынок алкоголя перестал расти

Vc.ru, 29.12.2020

/исследование

По подсчетам Group-IB, объем теневого рынка онлайн-продаж алкоголя в России составил 2,5 млрд руб. — как и в 2019 году, сообщает vc.ru.

Из-за коронавируса и ограничений алкоголь реже заказывали для застолий и праздников. Рост рынка также остановился из-за блокировки подпольных сайтов-алкомаркетов Роскомнадзором. В 2019 году таких сайтов было около 2500, а в 2020 году — около 2000.

Средняя посещаемость сайта, который доставляет алкоголь, — 120 пользователей в сутки или 3,6 тыс. человек в месяц. При минимальной конверсии в 1% и средней стоимости одной покупки в 1250 руб., 2000 онлайн-магазинов зарабатывают от 90 млн руб. в месяц — более 1,08 млрд руб. за год.



Многие продавцы алкоголя перешли в Instagram и Telegram. По сравнению с 2019 годом число крупных аккаунтов в Instagram, занимающихся доставкой алкогольной продукции и дубликатов известных марок алкоголя, выросло вдвое — до ста. В Telegram таких алкомаркетов 50, а годом ранее было 30.

Теневой рынок алкоголя в 2017 году составлял 1,7 млрд руб., в 2018 году — 2,1 млрд руб., в 2019 году — 2,5 млрд руб.

Источник:

[Из-за пандемии рост нелегальных онлайн-продаж алкоголя в России остановился впервые с 2017 года](#)

Исследование "Онлайн-рынок аптек"

Datainsight.ru, 13.01.2020

/реклама

Данная категория является одной из самых недооцененных, но при это одной из самых востребованных у аудитории. Огромный игрок этого рынка Аптека.ру - 7 890 000 заказов в год.

Интерес к этому рынку других поставщиков фармы (в первую очередь - Протекоп) и производителей фармы (такие как Bayer, GSK) создает на этом рынке потенциальную гонку вооружений, которая уже сейчас очень активна. Но после подписания закона, который разрешает продажи лекарств через инет, можно ожидать взрывообразного роста сегмента. Интерес к сегменту гигантов онлайн-торговли, таких как OZON.ru и Wildberries.ru – наглядная демонстрация.

Ключевые показатели:

- Динамика сектора 1h2020 к 1h2019
- Доля сектора в российском рынке екомерс
- Объем сектора

Состав сектора:

- Структура сектора
- ТОП10 интернет-магазинов сектора по количеству заказов
- ТОП10 интернет-магазинов сектора по объему выручки
- ТОП10 интернет-магазинов сектора по количеству посетителей (с динамикой)
- Конверсия в ТОП10 интернет-магазинах сектора

Каналы продвижения:

- География интернет-магазинов сектора
 - Используемые технологии для ТОП10 (CMS, e-mail-рассылка, маркетинговые сервисы)
 - Доля мобильного трафика в ТОП10 интернет-магазинов сектора
 - Обзор мобильных приложений
 - Доля каналов продвижения в трафике ТОП10
- **Сводная таблица с показателями по посетителям, конверсии, заказам, среднему чеку и выручке для ТОП10**

Формат исследования – файл pdf, 50 слайдов

Стоимость исследования – 50 000 рублей + НДС

Сроки подготовки - 2 дня после оплаты

Контакты для заказа отчета:

coordinator@datainsight.ru

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

Весь мир:

Adobe Analytics: в ноябре-декабре американцы потратили онлайн \$188 млрд

Chainstoreage.com, 08.01.2021

/новость

Согласно данным Adobe Analytics, онлайн-расходы в США в ноябре и декабре достигли рекордных \$188,2 млрд — на 32,2% больше, чем годом ранее. Средняя ежедневная выручка в онлайн-превышала \$3,1 млрд — на 32% больше, чем в предыдущем году.

Число заказов с самовывозом выросло на 36% по сравнению с прошлым годом, но за семь дней до Рождества рост упал до 26%. Смартфоны обеспечили 40% роста электронной торговли в праздничный сезон — на 11% больше, чем в прошлом году. Впервые на Рождество 52% интернет-расходов пришлось на смартфоны.



Небольшие ритейлеры (выручка \$10-50 млн) столкнулись с резким увеличением онлайн-продаж на раннем этапе пандемии, но это преимущество исчезло во время праздничного сезона, поскольку крупные ритейлеры (выручка от \$1 млрд) активизировали свои усилия по привлечению клиентов. Тем не менее, рост продаж в праздничный сезон был примерно одинаковым.

Adobe анализирует триллион посещений розничных сайтов в США, 100 млн SKU, информацию о 80 из 100 крупнейших розничных продавцов в США.

Источник:

[Adobe: Online holiday spending broke several records](#)

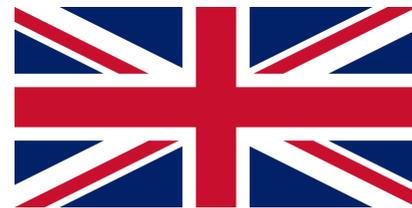
Онлайн-продажи продуктов в Великобритании удвоились в декабре 2020 г.

Drinksretailingnews.co.uk, 07.01.2021

/новость

Доля онлайн-продаж продуктов в британских супермаркетах удвоилась до 12,5% за четыре недели, закончившиеся 26 декабря 2020 года, согласно данным Nielsen.

Рост связан с тем, что чуть более 30% всех домохозяйств (в общей сложности 8,5 млн) покупали в интернете продукты к рождественскому столу. Перед Рождеством в 2019 году это делали 5,7 млн домохозяйств.



Посещения магазинов в целом снизились на 10%, в том числе в интернете, однако покупатели увеличили свои траты за одно посещение в среднем до 20 фунтов стерлингов с 17 фунтов стерлингов год назад.

По данным Nielsen, за четыре недели в супермаркетах Великобритании было потрачено в общей сложности почти 12 млрд фунтов стерлингов, из которых 1,3 млрд пришлось на интернет.

Источник:

[Online grocery sales doubled in December 2020](#)

eMarketer: 5 цифровых трендов 2021 в Китае

Emarketer.com, 06.01.2021

/новость

Эксперты eMarketer описали 5 трендов в Китае, на которые следует обратить внимание в 2021 году.

Правительство введет правила в отношении техгигантов. Регулирующие органы дали антимонопольному закону больше преимуществ. Антиконтурное поведение, такое как блокирование ссылок на сайты конкурентов и принуждение брендов к продаже исключительно на одной платформе, также подвергается новому контролю.

Переход к цифровому потреблению ускорится. Розничные онлайн-продажи в Китае вырастут на 21% в 2021 году по сравнению с ростом общих розничных продаж на 4%. Доля розничной электронной торговли в общей рознице вырастет более чем на 7 п.п. в годовом исчислении, до 52,1%.

5G движется вперед. К середине ноября, примерно через год после запуска, Китай построил более 700 тыс. базовых станций 5G, досрочно достигнув цели на 2020 год, и насчитывал 180 млн подключений 5G. Пекин и Шэньчжэнь заявили о полном покрытии 5G с лета 2020 года. Китай рассчитывает на эту сетевую технологию нового поколения для преобразования отраслей с помощью цифрового видео, виртуальной реальности (VR), автономных транспортных средств, телекоммуникаций и интернета вещей (IoT).

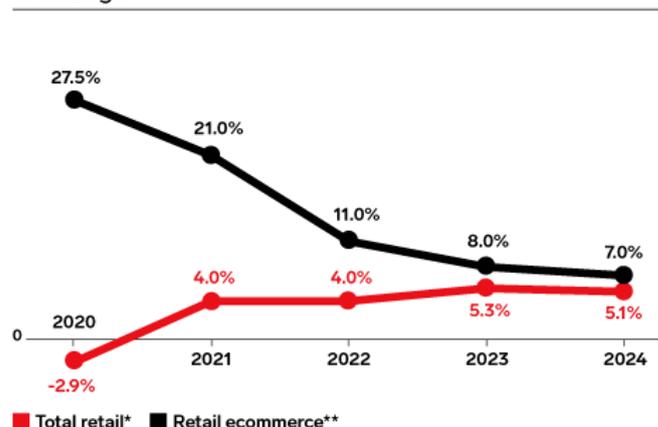
Цифровой юань увеличит проникновение цифровых платежей. Китай уже протестировал цифровой юань в ограниченном масштабе с некоторыми розничными продавцами как в онлайн-, так и в офлайн-среде, а также в P2P. На рынке мобильных платежей доминируют традиционные компании Alipay и WeChat Pay, и правительство считает необходимым ввести публичную альтернативу.

Виртуальные аватары получают более широкое распространение. Маркетологи в Китае ищут новые способы взаимодействия с потребителями в виртуальной среде. Например, компании создают компьютерных персонажей, которые применяются при сотрудничестве с брендами и в прямых трансляциях.

Источник:

[5 digital trends in China to watch in 2021](#)

Total Retail* vs. Retail Ecommerce Sales Growth in China, 2020-2024**
% change



Note: *excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales; excludes Hong Kong; **Includes products or services ordered using the internet via any device, 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 good sales; excludes Hong Kong
Source: eMarketer, Dec 2020

262172

eMarketer | Insiderintelligence.com

Онлайн-продажи Tiffany в праздники выросли на 80%

Reuters.com, 05.01.2021 11:52:00

/новость

Американская ювелирная компания Tiffany & Co. сообщила о рекордных продажах за праздничный период 2020 года, пишет [Reuters](#). Потребители делали больше покупок в интернете, а покупатели в Китае больше тратили на ювелирные изделия.

TIFFANY & Co.

Общий предварительный чистый объем продаж Tiffany вырос год к году примерно на 2% с 1 ноября по 31 декабря. При этом онлайн-продажи за тот же период выросли более чем на 80%.

Одним из драйверов роста стали продажи в Азии. Чистые продажи в Азиатско-Тихоокеанском регионе выросли на 20%, а в материковом Китае — на более чем 50%. Чистые продажи в Северной и Южной Америке и Европе снизились.

Источник:

[Tiffany posts record holiday sales on online, China demand](#)

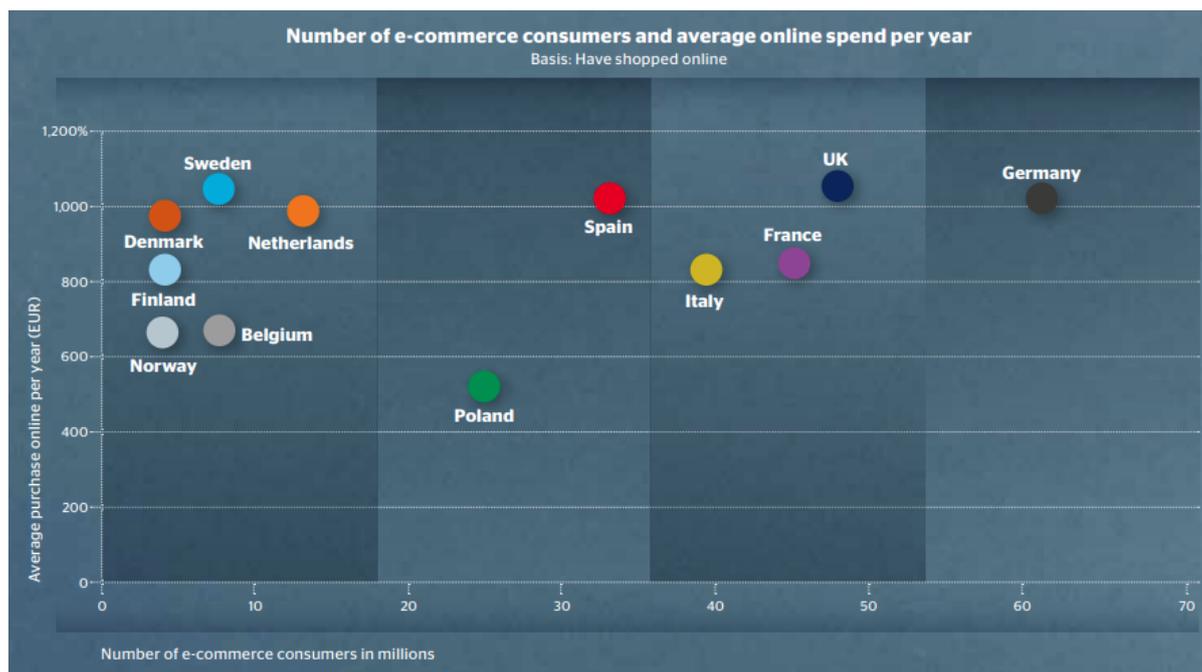
PostNord: европейцы потратили онлайн 269 млрд евро в 2020 г.

Postnord.com, 09.01.2021

/исследование

Согласно исследованию PostNord, в 2020 году онлайн-покупки совершали 293 млн жителей Великобритании, Финляндии, Швеции, Дании, Норвегии, Бельгии, Франции, Германии, Испании, Италии, Нидерландов, Польши. По предварительным оценкам, ими было потрачено 269 млрд евро — на 12% больше, чем в предыдущем году.

Германия и Великобритания — крупнейшие рынки электронной коммерции в Европе. Онлайн-покупки в прошлом году совершали 61,2 млн потребителей в Германии и 48,6 млн в Великобритании.



Больше всего в интернете за год потратил онлайн-покупатель из Великобритании — в среднем 1020 евро. Меньше всего приходится на жителя Польши — в среднем 465 евро.

Кросс-бордерные покупки совершали 220 млн европейцев. Самые популярные направления для трансграничных онлайн-покупок — Китай, Великобритания и США.

Респонденты указали популярные маркетплейсы, что выявило закономерность. Опрошенные страны можно разделить на три группы: покупатели предпочитают Amazon (Великобритания), Zalando (Нидерланды, Нордические страны и Бельгия) или обе площадки (Испания, Германия, Франция и Италия).

Из-за пандемии коронавируса чаще совершать онлайн-покупки стали 44% респондентов в Испании, 41% — в Бельгии, 37% — в Италии и лишь 19% — в Дании. В Испании около 30% респондентов заявили, что покупали продукты в интернете из-за пандемии, далее следуют Франция (22%), Великобритания (20%), Италия (20%).

Источник:

[E-commerce in Europe 2020](#)

Товарооборот на украинских маркетплейсах вырос на 50,2% в 2020 г.

Ain.ua, 29.12.2020 15:17:00

/исследование

Согласно исследованию платформы Hubber, которая объединяет 1200+ e-commerce-бизнесов, товарооборот на украинских маркетплейсах в 2020 году вырос на 50,2%, пишет ain.ua. В доходности украинские маркетплейсы выросли до 150%.



В январе средний чек год к году снизился на 2%, но после начался бурный рост в связи с коронавирусом (февраль +12%, март +25%). Пик по заказам пришелся на начало карантина (март +45%, апрель +113%).

В декабре количество заказов выросло на 69% по сравнению с 2019-м годом, а средний чек — на 23%. В целом количество заказов выросло на 38,9%, средний чек — на 9,3%, в 2020-м он составил 600,64 грн (\$21,5).

В топ в основном вошли товары категории «Средства индивидуальной защиты». Среднестатистический украинский маркетплейс вырос в трафике за год от 30 до 50% (в зависимости от своих процессов маркетинга).

Источник:

[Итоги в украинском e-commerce: анализ рынка и топ-40 самых продаваемых товаров 2020 года](#)

Розничные онлайн-продажи в мире вырастут на 16,5% в 2020 г.

Businessinsider.com, 30.12.2020 06:56:00

/мнение

Согласно прогнозу Insider Intelligence, розничные онлайн-продажи в мире вырастут на 16,5% в 2020 году и составят \$3,914 трлн.

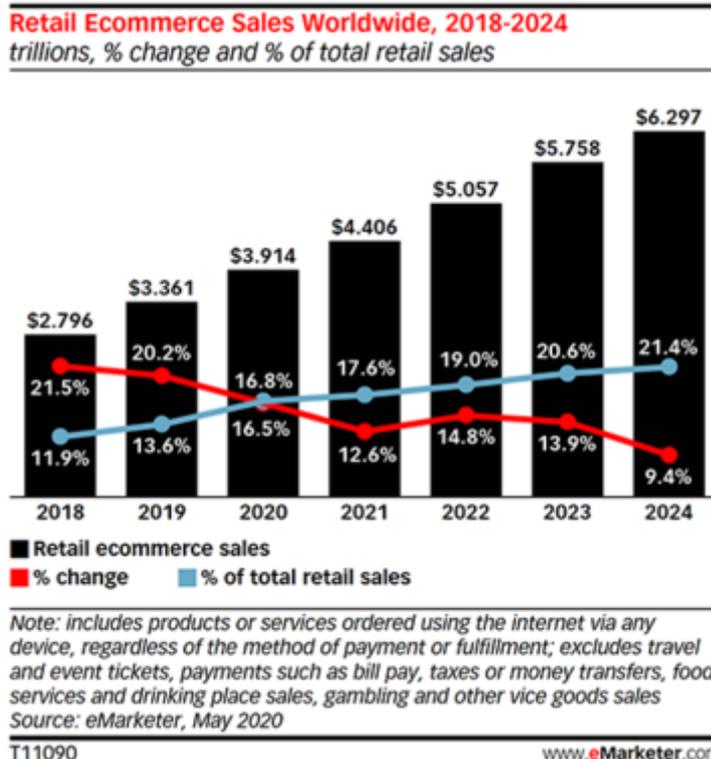
Азиатско-Тихоокеанский регион и Северная Америка лидируют по региональным показателям как по обычным продажам, так и по электронной коммерции, за ними следует Западная Европа. Частично из-за доминирования Китая Азиатско-Тихоокеанский регион стал значительным лидером в электронной торговле с долей 62,6%. Северная Америка и Западная Европа, как ожидается, будут иметь доли 19,1% и 12,7% соответственно.

В 2021 году онлайн-продажи продолжат расти на многих отдельных национальных рынках, но не в целом. Глобальные итоги покажут спад в электронной торговле, главным образом из-за существенного замедления на двух крупных рынках: в Китае и Индии.

В США и Франции масштабы электронной торговли были пересмотрены в сторону повышения из-за ускорения пандемии. Мобильные продажи в Германии растут быстрее, чем когда-либо, а в Великобритании на мобильные устройства, в частности, смартфоны, приходится более половины онлайн-продаж.

Источник:

[Global ecommerce market report: ecommerce sales trends and growth statistics for 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.