

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2021 / № 3

18 Января 2021 - 24 Января 2021

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Выручка цифровых бизнесов X5 Retail Group выросла на 362,2% в 2020 г.

«Самокат» запустил доставку расширенного ассортимента «по запросу»

Продажи российских товаров на Wildberries выросли на 111%

Почта России доставила 98 млн заказов из российских онлайн-магазинов в 2020 г.

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

«Цайняо» вдвое расширит сеть ПВЗ за счет сотрудничества со СберЛогистикой

Яндекс.Еда привезет продукты с подмосковных рынков

Почта России снизила до 4% долю неполученных заказов с AliExpress

AliExpress Россия запускает самовывоз заказов

Капитализация Ozon приблизилась к \$11 млрд

Онлайн-продажи на российском fashion-рынке превысили 245 млрд руб. в 2020 г.

Исследование "Онлайн-рынок аптек"

#### **Весь мир:**

Электронная коммерция в Великобритании выросла на 46% в 2020 г.

WeChat удвоил объем продаж через мини-программы в 2020 г.

Турецкий маркетплейс Trendyol привлек 19,3 млн покупателей в 2020 г.

Global Fashion Group нарастила продажи на фоне пандемии

SAP: бэби-бумеры значительно нарастили долю онлайн-покупок

Yottaa: розничные компании увеличат инвестиции в e-commerce на 50% в 2021 г.

eShopWorld: трансграничные онлайн-продажи выросли на 82% в 2020 г.

Объем мирового рынка социальной коммерции составил \$474,8 млрд в 2020 г.

## Россия:

# Выручка цифровых бизнесов X5 Retail Group выросла на 362,2% в 2020 г.

X5.ru, 22.01.2021

/новость

X5 Retail Group объявляет предварительные консолидированные операционные результаты и чистую розничную выручку по итогам IV квартала и всего 2020 года.

В 2020 году выручка цифровых бизнесов («Перекресток Впрок», экспресс-доставка и 5Post) увеличилась на 362,2% г/г, до 20,1 млрд руб., составив 1,0% консолидированной выручки, и добавила 0,9 п.п. к темпу роста годовой консолидированной выручки. Выручка онлайн-гипермаркета «Перекресток Впрок» увеличилась на 207,9%.

## X5 RETAIL GROUP

### Показатели цифровых бизнесов

	4 кв. 2020	4 кв. 2019	Изм., %	12М 2020	12М 2019	Изм., %
<b>«Перекресток Впрок»</b>						
Чистая выручка, млн руб.	4 747	1 630	191,2	13 271	4 310	207,9
Количество заказов, тыс.	1 295	505	156,3	3 618	1 367	164,6
Средний чек, руб.	4 121	3 655	12,8	4 142	3 584	15,6
<b>Экспресс-доставка</b>						
Чистая выручка, млн руб.	3 368	-	-	6 112	-	-
Количество заказов, тыс.	2 452	-	-	4 275	-	-
Средний чек, руб.	1 554	-	-	1 616	-	-
<b>5Post</b>						
Чистая выручка, млн руб.	371	27	1 274,1	683	31	2 103,2
Количество заказов, тыс.	3 722	307	1 114,0	6 829	373	1 732,8
<b>Чистая выручка, млн руб.</b>	<b>8 486</b>	<b>1 657</b>	<b>412,1</b>	<b>20 066</b>	<b>4 341</b>	<b>362,2</b>

В IV квартале выручка цифровых бизнесов составила 8,5 млрд руб. и добавила 1,4 п.п. к темпу роста консолидированной выручки. Выручка «Перекресток Впрок» увеличилась на 191,2%.

Наибольший рост доли цифровых бизнесов в консолидированной выручке X5 наблюдался в Москве и Московской области: в 2020 году доля составила 2,2%, в IV квартале она была на уровне 3,3% и увеличилась до 3,6% в декабре.

Онлайн-гипермаркет «Перекресток Впрок» к концу 2020 года управлял пятью объектами dark store. Число заказов в IV квартале увеличилось более чем в 2,5 раза г/г, превысив 1,2 млн. Средний чек в IV квартале увеличился на 12,8% г/г на фоне расширения ассортимента с 27 тыс. SKU в IV квартале 2019 года до 50 тыс. в декабре 2020 года.

В декабре услуга экспресс-доставки была доступна из 991 магазина (594 «Пятерочки» и 397 «Перекрестков») в 13 регионах. В IV квартале количество заказов составило 26,6 тыс. в день со средним чеком 1554 руб. и временем доставки 50-60 минут. Экспресс-доставка составляла 40% выручки цифровых бизнесов X5 в IV квартале 2020 года.

Общее количество установок мобильных приложений цифровых сервисов X5 за 2020 год составило 23,2 млн, из которых 7,6 млн приходилось на IV квартал.

Количество выданных посылок сервисом 5Post составило 2,5 млн в декабре, при этом количество пунктов выдачи превышает 16 тыс.

Источник:

X5 объявляет о росте чистой выручки на 14,3% в 2020 г. Рост выручки цифрового бизнеса составил 362,2%

# «Самокат» запустил доставку расширенного ассортимента «по запросу»

Retail.ru, 22.01.2021 15:50:00

/новость

Сервис «Самокат» расширил ассортимент товаров до 5000 позиций и запустил новый способ доставки «по запросу» с большого склада, который вмещает вдвое больше товаров, чем обычные дарксторы.

Заказ будет привезен с большого склада в ближайший даркстор за 1-1,5 часа, пользователю придет пуш-уведомление — и он сможет получить доставку в любое удобное время в течение дня (заказ доставят за 15 минут).



Большие склады позволили «Самокату» расширить ассортимент в уже имеющихся категориях (продукты, товары для детей и животных, бытовая химия и др.) и дополнить его новыми категориями — например, техникой для дома. Появился широкий выбор продукции для веганов и вегетарианцев.

Расширенный ассортимент доступен для части пользователей в Москве и Санкт-Петербурге. Доставка из больших складов подключена к трети дарксторов, но в ближайшее время доступ получают все пользователи двух столиц и прилегающих областей.

Источник:

[«Самокат» запустил новый формат доставки «по запросу»](#)

# Продажи российских товаров на Wildberries выросли на 111%

Tass.ru, 20.01.2021 09:35:00

/НОВОСТЬ

На Wildberries продажи российских товаров выросли на 111%, до 169,8 млрд руб., и на 189% в штуках, сообщает ТАСС. Чаще всего покупали одежду и обувь, товары для красоты и здоровья, продукты питания, книги и товары для дома.

Число продавцов на Wildberries за 2020 год выросло в 5 раз, до 91 тыс., 75-80% из которых — малый и средний бизнес, а также самозанятые, число которых на площадке практически достигло 10 тыс. человек.

The logo for Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a purple-to-pink gradient rectangular background.

Активнее всего к Wildberries подключались предприниматели из Республик Бурятия (рост числа предпринимателей год к году в 11 раз), Хакасия (в 10 раз), Якутия (в 8 раз), Калмыкия (в 7 раз), Забайкальского края (в 6 раз).

По объемам продаж в 2020 году лидировала продукция предпринимателей Московского региона (рост на 86% г/г) и Санкт-Петербурга (+70%). В числе лидеров по обороту также товары от предпринимателей Ивановской (+229%), Новосибирской (+34%), Ростовской (+185%), Нижегородской (+97%) и Свердловской (+271%) областей.

Источник:

[Спрос на российские товары на Wildberries вырос почти в три раза в 2020 году](#)

# Почта России доставила 98 млн заказов из российских онлайн-магазинов в 2020 г.

Pochta.ru, 21.01.2021

/новость

Ожидаемая выручка и чистая прибыль Почты России по итогам 2020 года превысят бюджетные показатели, которые составляют 209,2 млрд руб. и 69 млн руб. соответственно. Окончательные финансовые итоги будут подведены в марте 2021 года.



Доходы от посылочного бизнеса выросли на 10%. В 2020 году Почта доставила более 98 млн отправлений с заказами из российских интернет-магазинов. К доставке Почтой подключились большинство крупнейших игроков ecom-отрасли, в том числе Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Goods, AliExpress Россия, iHerb и AVON. Почтовые отделения стали пунктом выдачи заказов для «Л.Этуаль», Wildberries, «Авито» и «М.Видео».

Объем экспортных отправлений вырос на 23%. Почта разработала альтернативные маршруты доставки международной почты: морем, гибридными транзитными маршрутами, собственными самолетами и грузовыми рейсами партнеров-авиаперевозчиков. В общей сложности за 2020 год она обеспечила доставку 211 млн международных почтовых отправлений.

В прошлом году Почта закупила 6156 отечественных транспортных средств (Lada, ГАЗ, УАЗ, FORD и КАМАЗ). Готов к запуску логистический центр в Новосибирске площадью 46 тыс. кв. м рядом с аэропортом Толмачево. Это флагманский объект сети логистических центров, которую Почта России создает в партнерстве с Банком ВТБ. Запуск девяти из них запланирован на 2021 год.

Источник:

[Ожидаемая выручка Почты России за 2020 год превысит 209 млрд рублей](#)

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

Corp.detmir.ru, 20.01.2021

/новость

ГК «Детский мир» объявляет операционные результаты за IV квартал и полный год, завершившиеся 31 декабря 2020 года.

В IV квартале 2020 года объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 14,4%, до 44,5 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 2,2 раза, до 12,7 млрд руб.



Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась в 1,9 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 29,8%. Доля онлайн-заказов, выданных в розничных магазинах сети «Детский мир», составила 83,4%.

В 2020 году объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 11%, до 142,9 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 2,4 раза, до 34,8 млрд руб.

Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась в 2,2 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 25,2%. Доля онлайн-заказов, выданных в розничных магазинах сети «Детский мир», составила 82,2%.

В октябре «Детский мир» объявил о полномасштабном запуске собственного маркетплейса. В результате общий ассортимент интернет-магазина увеличился в 2,5 раза до 250 тыс. товарных позиций.

В октябре компания запустила суперэкспресс-доставку из магазинов сети, гарантируя получение заказа в течение двух часов. Сервис уже доступен в 250 городах России. Часть заказов в Москве выполняет собственная курьерская служба.

В октябре компания продолжила улучшать интернет-магазин: запущен новый личный кабинет, оптимизирована корзина, проведена интеграция Apple Pay и Google Pay в корзину мобильного приложения. По результатам A/B-теста доход с одного пользователя увеличился на 15%.

В ноябре, в пиковый день распродажи «Черной пятницы», доля онлайн-канала в общих продажах сети «Детский мир» достигла 52%, а по итогам последней недели декабря было продано товаров на рекордную сумму более 1,5 млрд руб.

На конец 2020 года количество скачиваний мобильного приложения «Детмир» превысило отметку в 6 100 000, а по итогам первых двух недель января 70% всех онлайн-заказов оформлено через мобильное приложение.

Цель компании — довести долю онлайн-канала в продажах до 45% в среднесрочной перспективе благодаря развитию сервисов прямой доставки и сборки заказов в магазинах сети.

Источник:

**ТЕМП РОСТА ВЫРУЧКИ «ДЕТСКОГО МИРА» УСКОРИЛСЯ В ЧЕТВЕРТОМ КВАРТАЛЕ ДО 14,4%**

# «Цайняо» вдвое расширит сеть ПВЗ за счет сотрудничества со СберЛогистикой

Sberlogistics.ru, 20.01.2021

/новость

Российские покупатели маркетплейсов Alibaba Group смогут получить заказы в 12 500 постаматах и пунктах выдачи СберЛогистики, которая станет одним из крупнейших партнеров китайского логистического оператора «Цайняо» в России по выдаче интернет-заказов.

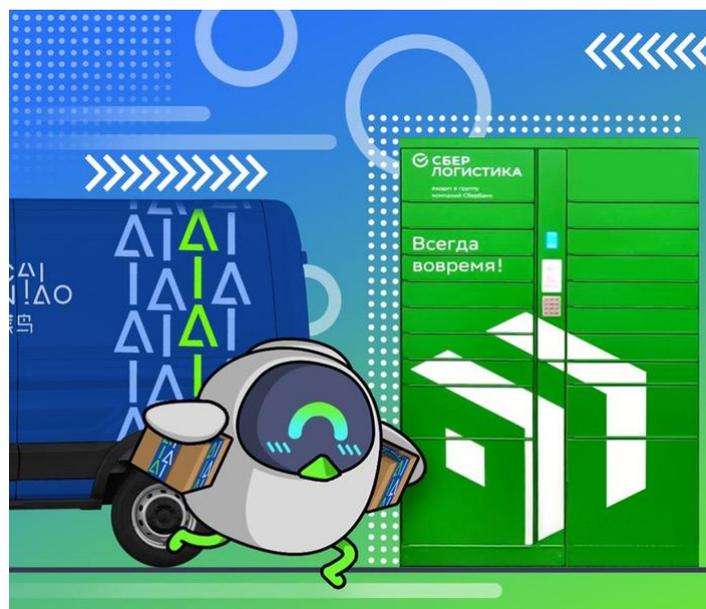
На старте к системе «Цайняо» подключились пункты выдачи СберЛогистики в Москве, компании планируют масштабировать возможности на всю Россию. Региональная сеть СберЛогистики охватывает 82 областных центра. Пункты выдачи посылок расположены в отделениях Сбера, а постаматы находятся в том числе в зонах работы 24/7. СберЛогистика планирует открыть точки выдачи заказов в 2500 отделениях по всей стране и установить более 10 тыс. постамагов

Сеть «Цайняо» насчитывает более 18 000 собственных и партнерских постамагов и пунктов выдачи во всех российских регионах. За счет сотрудничества со СберЛогистикой число точек выдачи «Цайняо» за год вырастет вдвое.

На «Цайняо» приходится более 90% доставок посылок Alibaba Group в мире, а доля заказов из России — одна из самых быстрорастущих. Благодаря новому каналу выдачи снизятся сроки ожидания посылок. Уже сейчас на долю выдачи через постаматы и ПВЗ приходится более 15% всех заказов в России.

Источник:

[«Цайняо» начинает сотрудничество со СберЛогистикой](#)



**«Цайняо» начинает выдавать заказы в 12 500 пунктах выдачи СберЛогистики по всей России**

# Яндекс.Еда привезет продукты с подмосковных рынков

Е-reper.ru, 20.01.2021

/новость

Яндекс.Еда запустила доставку с фермерских рынков Московской области. Проект реализован совместно с Министерством сельского хозяйства и продовольствия Московской области.



В ассортименте — около 1000 товаров, включая свежие овощи и фрукты, ягоды и зелень, фермерскую молочную продукцию, мясо и рыбу. Первыми услугой могут воспользоваться жители Одинцова, заказав продукты с местного рынка «О! Подворье». В будущем планируется подключить к сервису до 25 локальных рынков в Одинцове, Реутове, Подольске, Химках, Домодедове и Раменском.

Доставка осуществляется в радиусе 8 км от рынка в течение полутора часов. Сделать заказ можно с 9:00 до 20:00 в выходные и будние дни. Собирают заказы сотрудники рынка, а доставляют курьеры.

В январе сервис в партнерстве с Департаментом торговли и услуг правительства Москвы начал доставлять на дом продукты с межрегиональных ярмарок.

Источник:

["Яндекс.Еда" заработала с подмосковными рынками](#)

# Почта России снизила до 4% долю неполученных заказов с AliExpress

Tass.ru, 19.01.2021 16:12:00

/НОВОСТЬ

Почта России провела «очень серьезную работу по IT-интеграции» с AliExpress, что позволило ей снизить количество возвратов и неполученных заказов с 10% до 4%, сообщает [ТАСС](#).



«Мы уточнили все данные о клиенте, улучшили информирование, и это же касается снижения количества потерь и задержек», — сообщили в пресс-службе Почты России.

Под неполученными заказами AliExpress Россия подразумевает посылки, которые долго шли, или которые не попали к пользователю по каким-то причинам.

Источник:

[«Почта России» снизила с 10% до 4% долю неполученных заказов с AliExpress](#)

# AliExpress Россия запускает самовывоз заказов

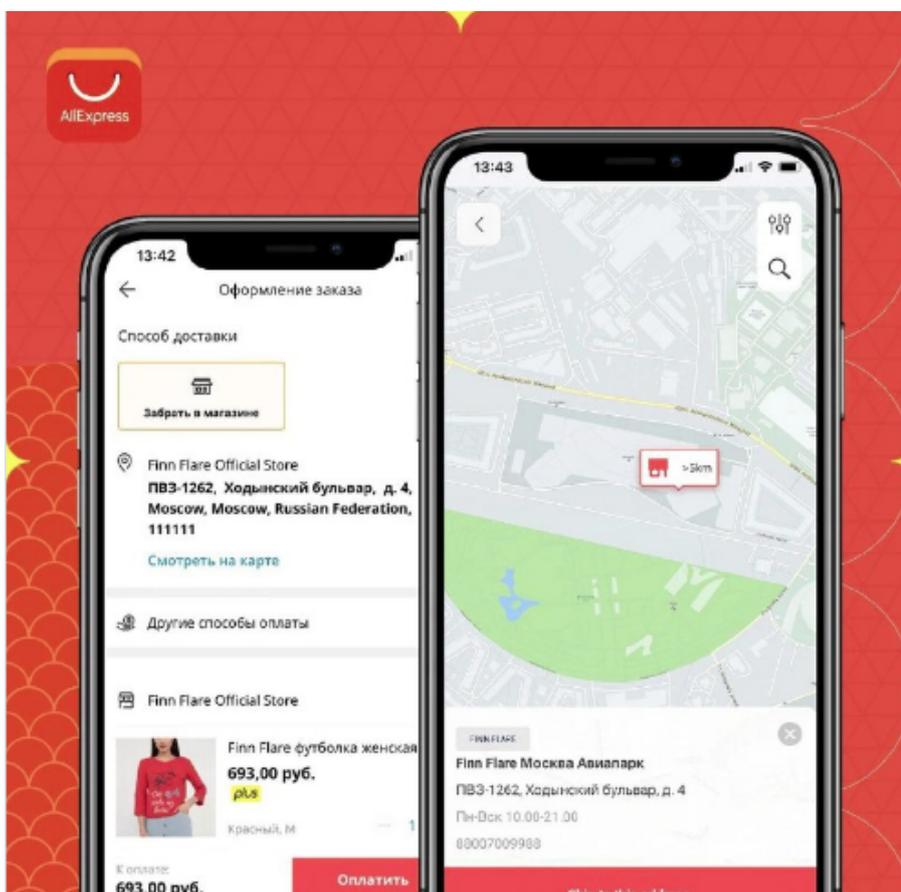
T.me, 18.01.2021 12:02:00

/новость

AliExpress Россия начинает тестировать для российских продавцов функцию «забрать в магазине», реализованную на базе IT-платформы «Цайняо».

Первыми партнерами стали сети товаров для дома и модные ритейлеры, в том числе «220 Вольт» и Finn Flare. Услуга будет доступна для подключения по API всем российским продавцам.

Выдача заказа и доставка в магазин для покупателя бесплатны. Для самовывоза автоматически назначается магазин, ближайший к адресу, указанному покупателем. Продавец указывает период времени, за который предоставит товар. Когда посылка поступит в магазин, покупатель получит уведомление в приложении. Товар можно забрать в течение нескольких часов или выбрать подходящее время.



Источник:

[AliExpress Россия запускает новый способ выдачи заказов — самовывоз \(click & collect\)](#)

# Капитализация Ozon приблизилась к \$11 млрд

Interfax.ru, 18.01.2021 10:53:00

/новость

Капитализация Ozon Holdings, по данным биржи Nasdaq, составила на закрытие торгов 15 января \$10,954 млрд, сообщает [Interfax](#).

## OZON

Ozon Holdings обогнал X5 Retail Group (капитализация — порядка \$10 млрд) и по уровню рыночной капитализации стал крупнейшим российским ритейлером, ценные бумаги которого торгуются на российском фондовом рынке.

По мнению аналитиков, заметный рост стоимости как ценных бумаг и капитализации связан с ожиданиями высоких темпов роста бизнеса компании в IV квартале 2020 года. Эксперты «Ренессанс Капитал» считают, что рост торгового оборота Ozon мог ускориться в IV квартале до 131% против 127% в III квартале на фоне второй волны пандемии и вновь введенных карантинных ограничений в России. По прогнозам, Ozon продолжит опережать своих ключевых конкурентов по темпам роста.

Источник:

[Капитализация Ozon достигла почти \\$11 млрд](#)

# Онлайн-продажи на российском fashion-рынке превысили 245 млрд руб. в 2020 г.

Kommersant.ru, 18.01.2021

/исследование

По данным Fashion Consulting Group (FCG), в 2020 году интернет-торговля в fashion-сегменте выросла на 11%, до 245,2 млрд руб., сообщает «Коммерсантъ». По итогам 2021 года рост прогнозируется на уровне 37%, до 335,3 млрд руб.

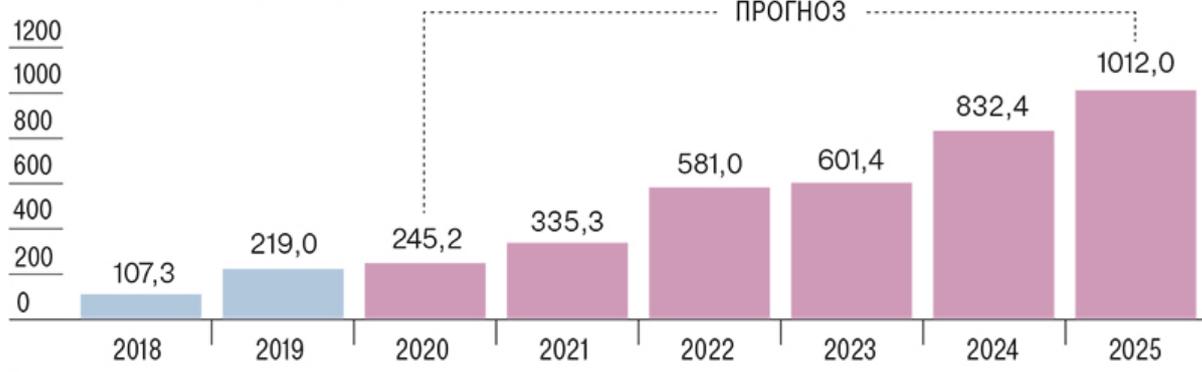
В 2025 году показатель может превысить 1 трлн руб., уверены аналитики. У «Спортмастера» доля интернет-продаж год к году выросла в 10 раз. У «Стокманна» онлайн-продажи в структуре выручки выросли до 15%. По предварительным итогам, доля продаж у Melon Fashion Group через маркетплейсы в 2020 году достигла 33% против 20% в 2019 году.

## ОБОРОТЫ FASHION-РЫНКА В РОССИИ (ТРЛН РУБ.)

ИСТОЧНИК:  
FASHION  
CONSULTING  
GROUP.



## ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА В СЕГМЕНТЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ (МЛРД РУБ.)



По итогам 2020 года объем российского fashion-рынка сократился на четверть, до 1,7 трлн руб. К докризисным показателям рынок вернется не ранее 2025 года, по оптимистическому сценарию — к осени 2023 года.

Источник:

[Кризис встретили по одежке](#)

# 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](mailto:coordinator@datainsight.ru)

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

## Весь мир:

# Электронная коммерция в Великобритании выросла на 46% в 2020 г.

Cross-border-magazine.com, 22.01.2021

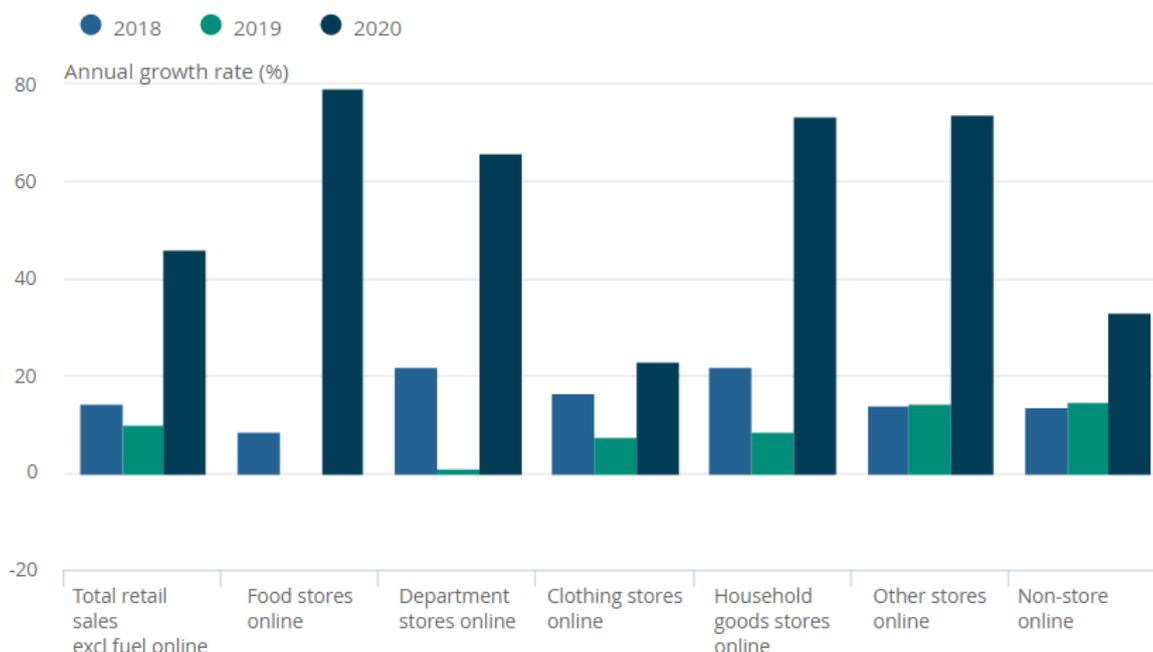
/новость

Согласно [данным](#) Национальной статистической службы Великобритании (ONS), онлайн-продажи в стране выросли на 46% в 2020 году по сравнению с предыдущим годом — это самый значительный рост с 2008 года. Продажи продуктов питания через интернет увеличились на 79,3%.

Общие розничные продажи по всем каналам упали на 1,9% в натуральном выражении. Мультиканальные продавцы стали лидерами роста электронной коммерции.

Продажи товаров для дома в интернете выросли на 73,9%, универмаги нарастили онлайн-продажи на 65,9%. Интернет-продажи остальных магазинов (электроники, ювелирных изделий, книг, игрушек и т.д) выросли на 73,4%. У чистых онлайн-игроков и других внемагазинных продавцов продажи выросли на 32%.

Value sales, seasonally adjusted, Great Britain, 2020 to 2018



Только в декабре онлайн-продажи выросли на 61,4% год к году и заняли 29,6% от всех продаж, но снизились на 6,2% по сравнению с ноябрем. На одежду покупатели потратили на 23,7% больше, чтобы купить на 21,5% больше товаров. Онлайн-продажи продуктов питания выросли на 126,4%, на e-commerce пришлось 11% всех продаж в сегменте. Это также была единственная категория, где в декабре онлайн-продажи выросли по сравнению с предыдущим месяцем (+2,6%).

Источник:

[E-commerce grew by 46% in 2020](#)

[Retail sales, Great Britain: December 2020](#)

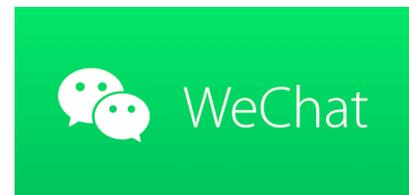
# WeChat удвоил объем продаж через мини-программы в 2020 г.

Techcrunch.com, 21.01.2021

/новость

Китайский мессенджер WeChat от компании Tencent в 2020 году удвоил общий объем продаж в мини-программах — сервисах, которые работают в суперприложении и позволяют пользователям покупать одежду, заказывать еду, вызывать такси и др.

Сумма транзакций через мини-программы достигла почти \$250 млрд, количество мини-программ на пользователя и средняя стоимость сделки увеличились на 25% и 67% соответственно по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



WeChat представил мини-программы в начале 2017 года.

Компания не разглашает количество сторонних приложений, но к 2018 году их число достигло миллиона. С лета прошлого года Tencent тестирует мини-магазин WeChat, который позволяет предпринимателям и компаниям легко создавать интернет-магазины. Продавцы также могут добавлять видеоклипы для демонстрации продуктов и рекламировать товары партнерских площадок.

В электронной коммерции Китая доминирует холдинг Alibaba Group, который занимает примерно 50% рынка в стоимостном выражении. На JD.com (партнера Tencent) приходится чуть более 20% рынка, а на Pinduoduo, поддерживаемую Tencent, чуть более 10%. Tencent надеется использовать ресурсы и ноу-хау JD.com и Pinduoduo, чтобы бросить вызов Alibaba.

Tencent удалось связать WeChat с услугами, предлагаемыми его партнерами и объектами инвестиций. Например, пользователи WeChat могут легко делиться магазинами и продуктами с JD.com, но не с Taobao. Однако китайские власти обратили внимание на техгигантов. Tencent может быть вынужден пересмотреть свою стратегию, если WeChat продолжит злоупотреблять властью на рынке.

Источник:

[WeChat advances e-commerce goals with \\$250B in transactions](#)

[Tencent reboots e-commerce push with new WeChat feature](#)

# Турецкий маркетплейс Trendyol привлек 19,3 млн покупателей в 2020 г.

Ecommercenews.eu, 20.01.2021

/новость

В 2020 году на популярном турецком маркетплейсе Trendyol около 98 000 предприятий и 1,1 млн физических лиц продали 347 млн товаров. Большинство продавцов (97 000) — микро-, малые и средние предприятия, и только 1205 — крупный бизнес.

E-commerce платформа также способствовала созданию и сохранению 1,1 млн рабочих мест в Турции. После присоединения к платформе 90% продавцов увеличили свой оборот и 82% наняли больше сотрудников, утверждают представители площадки.

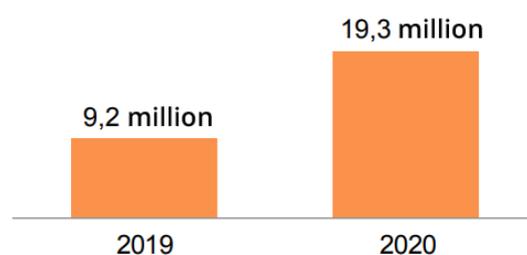
Количество активных клиентов Trendyol увеличилось с 9,2 млн в 2019 году до 19,3 млн в 2020 году.

В октябре турецкая компания объявила о планах расширения в Европе, которое затронет Великобританию, Италию и Испанию.

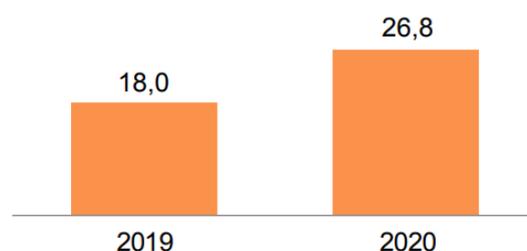
Источник:

[Trendyol: 347 million products in 2020](#)

Number of customers shopping at Trendyol



Average orders per customer per year



# Global Fashion Group нарастила продажи на фоне пандемии

Wwd.com, 19.01.2021

/НОВОСТЬ

Зонтичный бренд Global Fashion Group (GFG) после нескольких лет неудач и слабого IPO в 2019 году начал зарабатывать на фоне пандемии COVID-19. Общая стоимость товаров, проданных через платформы компании, выросла на 25% и достигла 1,9 млрд евро. Число активных клиентов составило более 13 млн, акции группы выросли в три раза.

Сегодня GFG управляет четырьмя платформами на развивающихся рынках: Dafiti (Латинская Америка), Zalora (Юго-Восточная Азия), The Iconic (Австралия) и Lamoda (Россия, Украина, Беларусь и Казахстан). Интерфейсы четырех сайтов похожи, но бизнес-модель — это локализация. Интернет-магазины GFG продают продукцию примерно 10 000 брендов, а также товары местного производства, являясь доминирующими платформами по продаже модной одежды в своих регионах.



На рынках, где работает GFG, на электронную торговлю модными товарами приходится около 6% от общего объема продаж против 15% в Европе и 20% в США.

Источник:

[Global Fashion Group's Bet on E-commerce in Emerging Markets Finally Pays Off](#)

# SAP: бэби-бумеры значительно нарастили долю онлайн-покупок

Sap.com, 22.01.2021

/исследование

Производитель программного обеспечения SAP представил исследование The Economist Intelligence Unit: The Influential Shopper. Опрос более 4000 потребителей отражает уровни расходов и привычки в январе-марте и июне-августе 2020 года в США, Германии, Великобритании, Италии и Испании.

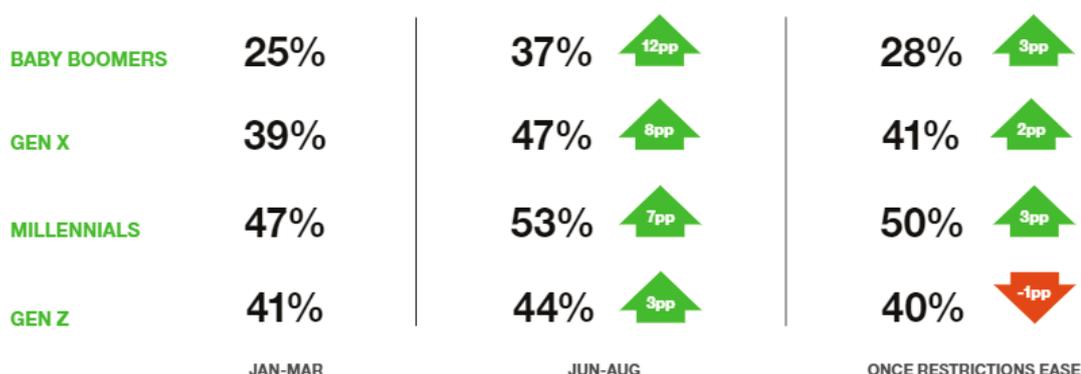
Общие ежемесячные розничные расходы в исследуемых странах снизились на 9% с января-марта по июнь-август, но онлайн-расходы выросли в среднем на 15%.

Миллениалы в период с июня по август тратили в интернете в 2,5, 1,5 и 1,3 раза больше, чем бэби-бумеры, представители поколения X и Z соответственно. Респонденты-миллениалы также сообщили, что 53% их общего числа покупок за тот же период были сделаны в интернете.

Но именно опрошенные бэби-бумеры продемонстрировали самый большой сдвиг в онлайн с начала пандемии, увеличив долю онлайн-расходов в общих расходах с 25% до 37%. Поколение X увеличило долю онлайн-трат с 39% до 47%.

Online spending as a share of total expenditure and shift compared with Jan-Mar levels

▲▼ Percentage-point (pp) difference compared with Jan-Mar



Source: Economist Intelligence Unit survey

Во время пандемии онлайн-покупки продуктов и чистящих средств стали более популярными: среднемесячные расходы увеличились на 78% и 49% соответственно для этих двух категорий. Для второстепенных товаров, обычно покупаемых в магазине, таких как одежда и бытовая электроника, доля онлайн-покупок в общем объеме увеличивается на 11 и 10 п.п. соответственно.

Как только ограничения будут сняты, новые модели поведения при совершении покупок в интернете сохранятся среди миллениалов и поколения Z, но с меньшей вероятностью среди бэби-бумеров и поколения X. Ожидается, что онлайн-расходы как доля общих расходов уменьшатся на 9 и 6 п.п. соответственно для бэби-бумеров и поколения X, но только на 4 п.п. для более молодых поколений.

Источник:

[The Economist Intelligence Unit: The Influential Shopper](#)

# Yottaa: розничные компании увеличат инвестиции в e-commerce на 50% в 2021 г.

Yottaa.com, 20.01.2021

/исследование

Поставщик программного обеспечения для цифровой/мобильной оптимизации Yottaa опросил более 115 руководителей розничного бизнеса с сайтами электронной коммерции. Большинство респондентов в 2021 году увеличат инвестиции в электронную коммерцию более чем на 50%.

Основные области инвестиций: безопасность, мобильная связь, скорость сайта, односторонние приложения/прогрессивные веб-приложения, сторонние технологии и доставка. Главная инициатива — управление и защита сторонних технологий электронной коммерции.

У большинства респондентов годовая выручка от онлайн-продаж увеличилась на 54%, а поскольку во время пандемии интернет-магазины росли более быстрыми темпами, 91% изменили свои цифровые стратегии на следующий год. Amazon также вызывает серьезную озабоченность: 45% респондентов заявили, что глобальная пандемия еще больше увеличила конкурентный разрыв между платформой и другими ритейлерами.

Более половины респондентов назвали односторонние приложения и прогрессивные веб-приложения ключевыми инициативами в области электронной коммерции в 2021 году.

Источник:

[2021 eCommerce Leaders Survey: eCommerce Investment & Innovation Trends New Report Identifies Top 2021 eCommerce Investment and Innovation Trends From 115 Leading Brands](#)

## Top trending investment initiatives

MOBILE



2019

PRIVACY COMPLIANCE



2020

SECURING 3RD PARTIES AND SHOPPER DATA



2021

# eShopWorld: трансграничные онлайн-продажи выросли на 82% в 2020 г.

Chainstoreage.com, 19.01.2021

/исследование

Согласно исследованию поставщика технологий и услуг для электронной коммерции eShopWorld (ESW), международные онлайн-продажи, совершаемые на его платформе, выросли на 82% в 2020 году по сравнению с уровнем 2019 года.

Самым быстрорастущим рынком для брендов и ритейлеров стали Филиппины (+258% в годовом исчислении). В 10-ку рынков трансграничных онлайн-продаж вошли Марокко (+215%), Чили (+211%), Пуэрто-Рико (+203%), Египет (+196%), Люксембург (+184%), Израиль (+150%), Мальта (+144%), Литва (+139%), Ирландия (+137%).



Сильный рост трансграничных онлайн-продаж замедлился в марте 2020 года по мере ускорения пандемии коронавируса, но первоначальный спад был недолгим. Продажи трансграничной электронной коммерции начали быстро расти с апреля, поднявшись до беспрецедентного уровня, поскольку потребительский спрос на онлайн-покупки резко вырос на фоне ввода локдаунов.

Согласно данным ESW, с апреля 2020 года глобальные продажи увеличились более чем на 100%, достигнув пика в 141% в июле.

Согласно опросу более 22 000 потребителей в 11 странах, 52% респондентов за последний год совершили 6 или более международных покупок. Основные причины покупки за границей: более низкая стоимость, включая пошлины, налоги и доставку (36%), а также наличие товаров, которые нельзя найти в регионе покупателя (35%).

Источник:

[Study: The fastest-growing market for cross-border online sales is...](#)

# Объем мирового рынка социальной коммерции составил \$474,8 млрд в 2020 г.

Grandviewresearch.com, 18.01.2021

/исследование

Согласно отчету исследовательской компании Grand View Research, в 2020 году объем рынка социальной коммерции оценивается в \$474,8 млрд. Ожидается, что он будет расти с совокупным среднегодовым темпом роста (CAGR) 28,4% с 2021 по 2028 год.

Социальная коммерция предполагает использование социальных сетей для продажи и продвижения товаров и услуг. Ожидается, что спрос на социальную коммерцию будет набирать обороты из-за удобства совершения покупок, увеличения количества смартфонов и проникновения социальных сетей.

Наибольшую долю рынка в 2020 году занимал сегмент B2C — 53%, а на B2B пришлось 35%.

Самую большую долю общей выручки от социальной торговли (21,69%) принесла одежда. Количество продавцов одежды самое большое на рынке. В сегменте средств личной гигиены и косметики CAGR превысит 34% с 2020 по 2028 год.

Самая большая доля выручки пришлась на Азиатско-Тихоокеанский регион — 68,47%. Факторы, способствующие росту регионального рынка: рост инвестиций в телекоммуникационную инфраструктуру, растущий спрос на смартфоны и широкий охват социальных сетей, таких как Facebook, Twitter и Instagram.

Северная Америка также обеспечила значительную долю спроса на мировом рынке. В регионе один из самых высоких уровней проникновения интернета в мире. В 2020 году из-за пандемии COVID-19 произошло резкое увеличение времени, которое пользователи проводят в соцсетях.

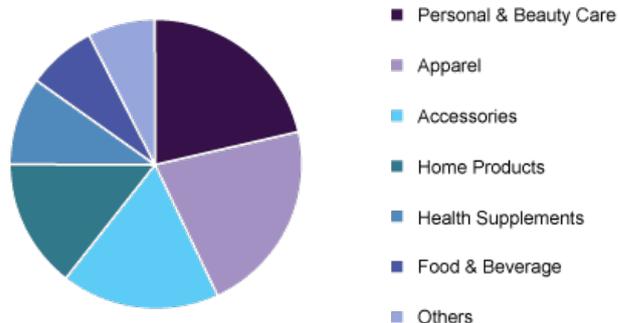
В числе ключевых игроков рынка — Etsy, Facebook, Pinterest, Taobao (Alibaba.com) и Twitter. Рынок характеризуется острой конкуренцией между ключевыми игроками, имеющими глобальное присутствие. Стремясь сохранить прибыльность и победить конкурентов, поставщики выбирают слияния и поглощения, чтобы улучшить свои возможности с точки зрения охвата цепочки поставок, предложения продуктов и платежных решений.

Компании также сосредоточены на запуске новых функций на своих платформах социальной коммерции. Например, в 2018 году Alibaba запустила сервис прямых эфиров Alibaba Live.

Источник:

[Social Commerce Market Size, Share & Trends Analysis Report By Business Model \(B2C, B2B, C2C\), By Product Type \(Apparel, Personal & Beauty Care, Accessories, Home Products\), By Region, And Segment Forecasts, 2021 - 2028](#)

Global social commerce market share, by product type, 2020 (%)



# О мониторинге

---

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

# Контакты

---

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на [editor@datainsight.ru](mailto:editor@datainsight.ru) или звоните +7 (495) 540 59 06.

## О компании

---

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.