

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 5

01 Февраля 2021 - 07 Февраля 2021

В выпуске:

Россия:

Опрос от Data Insight: расскажите, где следить за новостями и трендами электронной торговли

Бесплатный вебинар "Стратегический Customer Development для корпораций"

Data Insight и RBK.money. Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса

Фулфилмент-центр Почты России в Европе комплектует 15 тыс. заказов в месяц

Киберпонедельник-2021: результаты «Детского мира», METRO, Holodilnik.ru

Количество онлайн-покупок на 18% превысило офлайн в 2020 г.

Генеральным директором TopDelivery стал Алексей Прыгин

«Магнит» выполняет около 6000 заказов в день

Активная аудитория социальной коммерции AliExpress Россия — 8 млн человек

DPD нарастила объемы отправок для интернет-магазинов на 89% в 2020 г.

Число ресторанов-партнеров Delivery Club превысило 40 тыс.

PIM Solutions привлекла 100 млн руб. от частного инвестора

Яндекс.Маркет открыл сортировочный центр в Краснодаре

AliExpress Россия и «Связной» запустили кобрендинговые ПВЗ

«Цайняо» доставила в РФ на 17% больше трансграничных заказов в 2020 г.

5Post доставила 7 млн заказов в 2020 г.

Оборот СберМаркета в 2020 году вырос в 11,2 раза

Сбер стал мажоритарным акционером СберМаркета

AliExpress — самый обсуждаемый в соцмедиа интернет-ритейлер в 2020 г.

Сбер: популярность Яндекс.Еды в Москве перестала расти

Assist: онлайн-продажи в сфере мероприятий и поездок упали почти в 2,5 раза

Конференция «E-com в России: New Retail. New opportunities»

Весь мир:

В Китае 388 млн пользователей смотрят e-commerce стримы

CNNIC: онлайн-продажи в Китае достигли \$1,8 трлн в 2020 г.

Онлайн-продажи Unilever выросли на 61% в 2020 г.
Рынок e-commerce во Франции достиг 112 млрд евро в 2020 г.
eBay нарастил выручку на 19% в 2020 г.
Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 37%
Чистые продажи Amazon превысили \$386 млрд в 2020 г.
Джефф Безос покинет пост гендиректора Amazon
Uber покупает сервис по доставке алкоголя Drizly за \$1,1 млрд
ASOS купил бренды Topshop, Topman, Miss Selfridge и HIIT
Число клиентов социальной коммерции в США выросло на 25% в 2020 г.

Россия:

Опрос от Data Insight: расскажите, где следить за новостями и трендами электронной торговли

S.alchemer.com, 04.02.2021

/новость

Аналитическое агентство Data Insight и Яндекс.Маркет проводят совместное исследование источников информации, которыми пользуются интернет-магазины для получения новостей, трендов рынка и прогнозов развития. Пожалуйста, помогите нам и пройдите анонимный опрос - это займёт 10-15 минут.



[Пройти опрос](#)

По результатам исследования мы составим публичный отчёт и пришлём его участникам опроса по электронной почте. Вы получите статистику с популярными новостными ресурсами, которые уже помогают вашим партнёрам и конкурентам оставаться в курсе актуальных событий на электронном рынке.

Источник:
[Data Insight](#)

Бесплатный вебинар "Стратегический Customer Development для корпораций"

Datainsight.ru, 01.02.2021

/НОВОСТЬ

18 февраля в 14:00 исследовательское агентство Data Insight и провайдер Customer Development Holmes & Moriarty проводят бесплатный [вебинар "Стратегический Customer Development для корпораций"](#).

Мы обсудим, когда и зачем действительно эффективно использовать Customer Development, в чем его отличие от других подходов, что ожидать корпорациям от проектов Customer Development и какими бывают реальные результаты.

Ведущие вебинара:

- Управляющий партнёр Data Insight **Фёдор Вирин**
- Управляющий партнёр Holmes & Moriarty **Дмитрий Бергельсон**
- Партнёр практики «Стратегический Customer Development» Holmes & Moriarty **Дмитрий Соколов**



Ведущие вебинара

Фёдор Вирин
Управляющий партнёр Data Insight

Дмитрий Бергельсон
Управляющий партнёр Holmes & Moriarty

Дмитрий Соколов
Партнёр практики «Стратегический Customer Development» Holmes & Moriarty

Бесплатный вебинар:
Стратегический Customer Development для корпораций
18 февраля в 14:00

Кому будет полезен вебинар: собственникам интернет-магазинов, генеральным директорам, директорам по стратегии, директорам и менеджерам по продуктам, руководителям бизнес-направлений, коммерческим директорам, руководителям по развитию бизнеса, маркетинговым директорам, директорам по клиентскому сервису, директорам по инновациям и цифровой трансформации, финансовым директорам, руководителям по закупкам.

В программе:

- Эволюция методов изучения потребностей и вызовы «неизвестного контекста»
- Общие принципы методики Customer Development
- На какие вопросы отвечает Customer Development
- Ситуации, в которых наиболее эффективно применение Customer Development – и в которых лучше сделать выбор в пользу фокус-групп, CJM или иных инструментов
- В чем особенность проектов Customer Development для крупных компаний
- Примеры проектов и лучшие практики при постановке задачи

Продолжительность вебинара – 1 час.

[Записаться на вебинар](#)

Источник:
[Data Insight](#)

Data Insight и RBK.money. Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса

Datainsight.ru, 01.02.2021

/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, а также сформулировали отличительные особенности требований к настройкам платежных решений, критичные для игроков рынка в сегментах: телеком и ЖКХ, финтех-компании, доски объявлений и маркетплейсы, профессиональные услуги, такси.



	ТЕЛЕКОМ И ЖКХ	ФИНТЕХ	ДОСКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ	ПРОФУСЛУГИ	ТАКСИ
НЕОБХОДИМЫЕ ОПЦИИ					
Рекуррентный платеж	ДА		ДА		
Кроссбординговый платеж	ДА (только для телеком-компаний)		ДА	ИНОГДА	

ФАКТОРЫ, ВАЖНЫЕ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОВАЙДЕРА					
Размер комиссии	ДА	ДА	ДА	ДА	ДА
Надежность платежного решения	ДА	ДА	ДА		ДА
Качественная сервисная поддержка	ДА	ДА	ДА		ДА
Разнообразие поддерживаемых методов платежа	ДА	ДА	ДА		
Фрод-мониторинг	ДА				
Простота и скорость подключения		ДА			
Удобство и простота интеграции					ДА
Известность бренда				ДА	
Удобство клиента	ДА	ДА			

Скачать отчет: [«Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса»](#) (pdf, 3 мб)

Источник:

[Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса](#)

Фулфилмент-центр Почты России в Европе комплектует 15 тыс. заказов в месяц

E-reper.ru, 03.02.2021

/новость

Фулфилмент-центр Почты России в Берлине, запущенный в сентябре 2020 года, ежемесячно комплектует 15 тыс. заказов, а также работает как сортировочный узел, через который проходит более 350 тыс. посылок в месяц.



В перспективе мощности склада позволят обрабатывать до 80 тыс. заказов ежемесячно. Центром управляет дочерняя компания Почты в Германии RusPost GmbH.

С помощью фулфилмент-центра удалось сократить срок доставки из европейских интернет-магазинов российским покупателям на 40% — в среднем до 1-3 дней. По Европе Почта сможет доставлять товары в течение 1-3 дней.

Более 80% отправок через фулфилмент-центр идёт в Россию — это товары с крупных маркетплейсов из Великобритании, Европы, Америки, Канады, Израиля. В середине 2021 года планируется расширить географию доставок на страны Европы и ЕАЭС.

Благодаря взаимодействию с ФТС, вся информация о посылке поступает на таможенную службу ещё в момент формирования заказа на складе. Товар проходит границу без задержек, а пошлину клиент может оплатить уже при получении заказа в родном городе.

Источник:

["Почта России" отчиталась о работе европейского фулфилмент-центра](#)

Киберпонедельник-2021: результаты «Детского мира», METRO, Holodilnik.ru

Rsb.ru, 05.02.2021

/НОВОСТЬ

По данным **Банка Русский Стандарт**, в первый день распродажи Киберпонедельник-2021 (25 января), общее количество операций выросло на 62%, а сумма — на 28% относительно первого дня Киберпонедельника-2020 (27 января). Средний чек одной покупки снизился на 21% год к году, до 1 105 руб.

Относительно обычного дня, 18 января 2021, в первый день Киберпонедельника общее количество покупок выросло на 55%, сумма — на 38%, а средний чек снизился на 11%.

Лидирующие категории трат в e-commerce в зависимости от общей суммы операций: одежда и аксессуары (средний чек — 1 039 руб.); интернет-магазины (средний чек — 2 307 руб.); кафе и фаст-фуд (средний чек — 1 218 руб.); магазины электроники (средний чек — 24 405 руб.).



«Детский мир» по итогам акции (25-27 января) нарастил интернет-продажи в 2,3 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В главный день акции, 25 января, количество оформленных заказов превысило 120 тыс., а доля онлайн-канала в общих продажах «Детского мира» в России достигла 40,1%. Доля заказов, оформленных через мобильное приложение за весь период акции, составила 73,5%.

Лидерами интернет-продаж стали категории: «Одежда» (+292%), «Канцелярия, книги и мультимедиа» (+212%), «Питание» (+185%), «Игрушки» (+130%). Наибольшая покупательская активность наблюдалась в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге и Перми.

В сети **METRO** Киберпонедельник длился с 21 до 31 января. За сопоставимый период трафик в интернет-магазин вырос на 15%. Продажи участвующих в акции продовольственных товаров удвоились. Самыми популярными среди них стали оливковое масло, мясные деликатесы и сухие завтраки. В числе наиболее востребованных непродовольственных товаров — кофемашины, офисные кресла, автомобильные масла.

Holodilnik.ru проводил акцию с 21 января по 1 февраля включительно. Продажи аксессуаров выросли на 1580%, малогабаритной техники — на 601%, крупногабаритной бытовой техники — на 123%. Средний чек составил 18 500 руб., увеличившись на 13% в онлайн и на 25% в офлайне по сравнению с аналогичным периодом в 2020 году. Пик заказов пришелся на 25 января.

Компания отмечает рекордное увеличение продаж в интернет-магазине. Большинство покупателей оформляли заказы онлайн, а забирали в фирменных офлайн-гипермаркетах, где могли приобрести дополнительное оборудование или проконсультироваться со специалистом.

Источник:

[Банк Русский Стандарт: количество покупок в первый день Киберпонедельника-2021 выросло на 62% относительно прошлого года](#)

[ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ «ДЕТСКОГО МИРА» УВЕЛИЧИЛИСЬ В 2,3 РАЗА ПО ИТОГАМ АКЦИИ «КИБЕРПОНЕДЕЛЬНИК»](#)

[Онлайн-ритейлеры подвели итоги «Киберпонедельника»](#)

Количество онлайн-покупок на 18% превысило офлайн в 2020 г.

Rsb.ru, 04.02.2021

/новость

По итогам 2020 года в эквайринговой сети Банка Русский Стандарт общее число онлайн-покупок превысило офлайн на 18%. В 2019 году количество покупок в Сети было на 69% ниже, чем в традиционных торговых точках.



Число покупок в магазинах снизилось на 39% относительно 2019 года, а в дистанционном режиме выросло на 127% в 2020 году. Средний чек в офлайне вырос на 19%, до 1 105 руб., а в онлайн снизился на 26% год к году, до 1 379 руб.

Топ-3 категории онлайн-трат в 2020 году в зависимости от суммы покупок:

- Одежда и аксессуары — средний чек 1 179 руб.
- Супермаркеты — средний чек 2 025 руб.
- Финансовые сервисы, в том числе, пополнение брокерских счетов, переводы и др. — средний чек 1 064 руб.

Источник:

[Банк Русский Стандарт: в 2020 году количество онлайн-покупок на 18% превысило офлайн](#)

Генеральным директором TopDelivery стал Алексей Прыгин

Topdelivery.ru, 05.02.2021

/новость

Генеральным директором курьерской службы доставки TopDelivery назначен Алексей Прыгин, с 2019 года занимавший пост исполнительного директора компании.

В планах TopDelivery — увеличить объемы выручки на 40% при сохранении текущей рентабельности, а также «реализация нескольких достаточно крупных операционных проектов, направленных на оптимизацию внутренних процессов, повышение качественных показателей и в итоге формирование более привлекательной и конкурентной услуги на рынке курьерской доставки для e-commerce».

В 2020 году объем перевозок TopDelivery вырос на 35% по сравнению с показателями 2019 года.



Нынешний генеральный директор и основатель TopDelivery Глеб Никулин возглавит новый ИТ бизнес-юнит TopDelivery Soft, куда войдет все ИТ-подразделение компании. Инвестиции в развитие нового направления бизнеса составят \$500 тыс. из собственных средств TopDelivery. Запуск самостоятельного направления TopDelivery Soft позволит сохранить темпы роста курьерского бизнеса на 35% в год. По ожиданиям руководства компании, доля выручки TopDelivery Soft в общей структуре доходов составит 15% к 2022 году.

Источник:

[ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ TOPDELIVERY НАЗНАЧЕН АЛЕКСЕЙ ПРЫГИН](#)
[Алексей Прыгин стал генеральным директором TopDelivery](#)

«Магнит» выполняет около 6000 заказов в день

Magnit.com, 04.02.2021

/новость

Экстраполированная годовая выручка (run rate) онлайн-сегмента «Магнита» составляет 2 млрд руб., исходя из оборота за декабрь. Компания выполняет около 6000 заказов в день.



Сервисы e-commerce «Магнита» охватывают свыше 1000 магазинов сети в 47 регионах и 72 городах. Около 50% онлайн-выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

Средний чек собственной доставки «Магнита» — 1600 руб., что примерно в 4,5 раза больше аналогичного показателя в магазинах у дома. Это связано, в основном, с большим числом товаров в корзине.

«Магнит» начал тестирование сервисов в онлайн-коммерции во второй половине 2020 года, последние пилоты были запущены в начале декабря. У компании 6 проектов доставки — собственных и партнерских. Крупнейший по продажам и наиболее динамично растущий сегмент — экспресс-доставка на базе магазинов у дома.

В 2021 году компания планирует подключить к онлайн-доставке не менее 1500 магазинов у дома, крупного формата и «Магнит Косметик» в более чем 50 регионах РФ.

Источник:

[Магнит объявляет о росте сопоставимых продаж на 7,5% и 7,0% рентабельности по EBITDA в 4 квартале 2020 года](#)

Активная аудитория социальной коммерции AliExpress Россия — 8 млн человек

T.me, 04.02.2021 12:46:00

/новость

Общая активная аудитория AliExpress во «ВКонтакте» и «Одноклассниках» в месяц достигла 8 млн человек. Интеграция с крупнейшими российскими социальными сетями и запуск аффилиатной программы для блогеров увеличили количество новых покупателей в 10 раз год к году: свою первую покупку на AliExpress совершили 1 млн новых пользователей.



Чаще всего пользователи социальных сетей приобретают:

- смартфоны (ОК — 25%, VK — 18,5%);
- бытовую электронику (ОК — 12,5%, VK — 17%);
- компьютеры и офисную технику (ОК — 7%, VK — 15%);
- бьюти-товары (ОК — 8%, VK — 5%);
- автотовары (ОК — 5,6%, VK — 5,3%).

Во «ВКонтакте» мини-приложение AliExpress появилось в ноябре 2019 года, в ноябре 2020 началось тестирование нативной интеграции, которая дала возможность совершать покупки, не переходя в мини-приложение. Маркетплейс в «Одноклассниках» был перезапущен в октябре. С остальными соцсетями площадка работает через аффилиатные программы.

Источник:

[Активная аудитория направления социальной коммерции AliExpress Россия достигла 8 млн человек](#)

DPD нарастила объемы отправок для интернет-магазинов на 89% в 2020 г.

Dpd.ru, 04.02.2021

/новость

Логистический оператор DPD в России за 2020 год перевез более 50 млн посылок и полмиллиарда килограмм. Рост был во многом обусловлен усилением позиций в e-commerce. Объемы отправок для интернет-магазинов в 2020 году по сравнению с 2019 выросли на 89%, а выручка — на 68%.

DPD в России не потеряла объемы в B2B, а в сегменте доставки для e-commerce показала рост значительно выше рынка и основных игроков. Согласно исследованию Data Insight, за 2020 год было доставлено на 35% больше отправок, чем в 2019 году. Исходя из данных того же исследования, DPD оценивает свою долю рынка курьерской доставки примерно в одну четвертую.



Два московских хаба DPD работали на полную мощность, обрабатывая до 100 тыс. посылок в сутки каждый. Максимальное число отправок, доставленных за один день, приблизилось к 200 тыс.

Самым активным стал Московский регион, где объемы отправок для интернет-магазинов выросли вдвое. На Юге рост отправок составил 134%, на Урале — 85%. Объемы отправок трансграничной доставки выросли на 85% по сравнению с 2019 годом.

В 2020 году 80% покупателей выбирали доставку курьером, а не самовывоз, в апреле цифра увеличилась до 87%. Сеть пунктов выдачи DPD Pickup продолжала развитие — это один из стратегических приоритетов компании. Число городов, где расположены точки, приблизилось к 700, количество пунктов превысило 4000. Это позволило компании занять лидирующие позиции по размерам сети, согласно Data Insight.

ТОП-5 индустрий, которые выросли в отправлениях больше остальных:

1. Ювелирные изделия — в 5 раз
2. Спорт, туризм и отдых — в 3 раза
3. Мебель и фурнитура — в 2,8 раза
4. Инструменты — в 2 раза
5. Товары для дома — в 1,4 раза

Также сильно выросли категории: музыкальные инструменты — на 130%, детские товары — на 110%, компьютеры и ноутбуки — на 94%, одежда и обувь — на 78%, косметика и парфюмерия — на 76%.

В планах DPD на 2021 год — открытие нового автоматизированного логистического хаба на юге Москвы с объемом обработки в 350 тыс. посылок в день, дальнейшее развитие и цифровизация каналов взаимодействия и коммуникации с клиентами и партнерами логистической платформы, новые продукты и услуги для клиентов.

Источник:

[DPD в России: взрывной рост – опережая рынки и конкурентов](#)

Число ресторанов-партнеров Delivery Club превысило 40 тыс.

Dc-club.tilda.ws, 04.02.2021

/новость

Количество подключенных к Delivery Club ресторанов превысило 40 тыс. — это в 3 раза больше, чем в начале 2020 года. За прошлый год к сервису подключилось свыше 26,5 тыс. ресторанов — более чем в 5 раз больше количества заведений, начавших сотрудничать с Delivery Club в 2019-м году.



Менее чем за полгода Delivery Club увеличил количество подключенных продовольственных магазинов и dark stores в 2,5 раза по сравнению с сентябрем 2020 года до почти 3000. Партнерами сервиса сегодня являются 18 сетей магазинов и сервисов доставки в более чем 100 городах России: «Магнит», «Дикси», «Азбука Вкуса», «Мираторг» и др. Пользователи Delivery Club также могут заказать косметику, товары для животных, нерецептурные лекарства в специализированных сетях и аптеках.

В 2020 году в Delivery Club появилась возможность заказать еду «навынос» и забронировать столик в ресторане.

Источник:

[Количество подключенных к Delivery Club ресторанов превысило 40 тысяч](#)

PIM Solutions привлекла 100 млн руб. от частного инвестора

Cnews.ru, 03.02.2021 11:46:00

/новость

PIM Solutions, резидент кластера информационных технологий фонда «Сколково», привлекла 100 млн руб. от частного инвестора — предпринимателя Дмитрия Зобнина, который получил в компании миноритарную долю 5,13%. Таким образом общая оценка стоимости PIM Solutions составляет около 2 млрд руб., сообщает [CNews](#).

PIM Solutions (до сентября 2020 года — PimPay) предоставляет ИТ-сервисы по оптимизации логистики и управлению финансами для интернет-магазинов. В 2018 году компания привлекла 200 млн руб. от Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ), который приобрел 5% компании; часть суммы сделки шла в капитал, а часть в форме займа.



В 2019 году через систему PIM Solutions по всем сервисам прошло около 35 млн посылок — 8% от общего числа заказов в e-commerce в России. В 2020 году объем заказов составил почти 60 млн, в том числе 5,6 млн посылок, отправленных через агрегатор служб доставки Metaship. Оборот сервиса онлайн-платежей Pikassa.io превысил 3 млрд руб. Сервис для отслеживания отправок на сайте интернет-магазина PIM.Tracking обрабатывал 5,5 млн заказов в месяц. ФРИИ в 2020 году конвертировал заем в капитал PIM Solutions, увеличив свою долю до 15%.

Дмитрий Зобнин ранее инвестировал личные средства в фулфилмент-оператора «Бета про» и службу доставки TopDelivery.

По оценке агентства Data Insight, под влиянием пандемии рост онлайн-торговли в России до 2024 года составит в среднем не менее 6% в год. Совокупный дополнительный прирост ожидается в размере 4,4 трлн руб. из 23,3 трлн руб. общего объема рынка за эти годы.

Источник:

[PIM Solutions привлекла 100 млн рублей от частного инвестора](#)

Яндекс.Маркет открыл сортировочный центр в Краснодаре

Kommersant.ru, 03.02.2021 15:49:00

/новость

Сервис для покупок Яндекс.Маркет открыл в Краснодаре сортировочный центр, который будет обслуживать 14 населенных пунктов в пригороде, сообщает «Коммерсантъ». Мощность центра и инвестиции в проект не раскрываются.

Яндекс Маркет

Магазины из Краснодара могут подключиться к Маркету по модели FBS — Fulfillment by Seller. Предприниматель размещает товары на сервисе, но хранит на своем складе, а также самостоятельно занимается упаковкой. Чтобы отгружать заказы по этой модели, у продавца должна быть возможность собирать от 50 заказов в день и привозить их в сортировочный центр не реже 5 дней в неделю. Доставкой займется Яндекс.Маркет, который также берет на себя вопросы общения с клиентом и оформление возвратов.

По данным Яндекс.Маркета, в Краснодаре 77% пользователей онлайн-магазинов делают покупки минимум раз в месяц, 28% — минимум раз в неделю.

В июне 2020 года в Краснодаре стартовало строительство логистическо-промышленного комплекса Wildberries. Размер инвестиций в проект оценивается в 6,5 млрд руб.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» открыл сортировочный центр в Краснодаре](#)

AliExpress Россия и «Связной» запустили кобрендинговые ПВЗ

Svyaznoy.ru, 02.02.2021

/новость

AliExpress Россия и компания «Связной» тестируют кобрендинговые пункты выдачи Связной*AliExpress, ориентированные на выдачу посылок из интернет-магазинов svyaznoy.ru и AliExpress Россия. Первые 10 магазинов доступны в Москве и Казани.



Клиенты также смогут приобрести в магазинах нового формата электронику от компании «Связной» и воспользоваться другими услугами: оформить страховой полис или кредит, заплатить за ЖКХ, получить карту рассрочки или приобрести пакет настроек и т.д.

При оформлении покупки на сайте или в приложении AliExpress покупатель может выбрать удобный пункт выдачи, в числе которых будет Связной*AliExpress. Когда посылка будет доставлена в ПВЗ, клиент получит SMS с кодом, который необходимо сообщить сотруднику в момент получения заказа.

Источник:

[«Связной» и AliExpress Россия запустили новый формат магазинов](#)

«Цайняо» доставила в РФ на 17% больше трансграничных заказов в 2020 г.

Retail-loyalty.org, 01.02.2021 15:02:00

/новость

В 2020 году логистический оператор «Цайняо» (Cainiao Network входит в Alibaba Group) доставил в Россию на 17% больше посылок из Китая, Турции и Европы, чем в 2019 году. Наиболее активными покупателями платформ AliExpress остались жители Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Краснодара и Нижнего Новгорода.

Общий вес всех привезенных заказов в 2020 году — более 10 700 000 кг. Одно отправление стало в среднем в полтора раза тяжелее по сравнению в 2019 годом.

В период осенне-зимних распродаж компания приняла от покупателей AliExpress Россия почти на 10% больше заказов. К Новому году покупатели оформили почти на треть больше посылок, чем в декабре 2019 года.



Число посылок из Европы и Турции в Россию выросло более чем в 7 раз. Осенью 2020 года «Цайняо» совместно с Почтой России открыл новый маршрут для товаров от турецких продавцов Alibaba Group.

Покупатели также проявили интерес к российским товарам. Объемы заказов у продавцов, подключенных к сервисам «Цайняо» на AliExpress Россия, выросли на 450% по отношению к прошлому году.

Тенденция 2020 года — повышенный спрос на получение посылок в пунктах выдачи. На конец прошлого года сеть выдачи «Цайняо» насчитывала почти 19 000 пунктов. Свыше 4000 точек в более чем 700 городах РФ открыты одним из основных партнеров, DPD. За год объемы отправок, доставленных DPD для «Цайняо», выросли в 2,5 раза. По сравнению с 2019 годом, когда доля самовывоза была чуть более половины, в 2020 объемы доставок в пункты выдачи и постаматы выросли и составили около трех четвертых.

В постаматной сети 5Post за 2020 год было выдано около 2,6 млн посылок, переданных для доставки «Цайняо» и оформленных клиентами AliExpress. Данные включают в себя заказы от китайских и российских продавцов платформы.

Компания планирует вложить в локализацию на протяжении двух лет более 2 млрд руб. Новые партнерства и вложения помогут «Цайняо» стать лидером по количеству постаматов и точек выдачи интернет-заказов.

Источник:

[Число посылок AliExpress в Россию в 2020 году выросло на 17%](#)

5Post доставила 7 млн заказов в 2020 г.

X5.ru, 01.02.2021 08:00:00

/новость

5Post, дочерняя компания X5 Retail Group, развивающая новые почтовые сервисы, за 2020 год доставила 7 млн заказов, что в 18 раз выше показателя 2019 года.

Максимальное количество заказов, выданных за день, — 55 000 шт. Всего в торговых сетях под управлением X5 по итогам 2020 года 5Post совместно с партнерами выдали 20 млн посылок.

Только в декабре с помощью 5Post было выдано 1,4 млн посылок, а совместно с партнерами — 2,4 млн посылок. В 2020 году средний срок доставки во всех регионах присутствия составил 2,8 дня. Средний процент выкупа заказов — 98,1%.



Собственная постаматная сеть на данный момент составляет 4500 шт. На начало 2020 года насчитывалось 7400 пунктов выдачи и постаматов, а к концу 2020 года общее количество пунктов выдачи 5Post возросло до 11 740 в 2415 населенных пунктах. Количество собственных сортировочных центров 5Post на базе распределительных центров «Пятерочка» достигло 20, из которых 8 были открыты в течение прошлого года.

Около 20% заказов в 2020 году были доставлены в населенные пункты с численностью менее 50 тыс. человек. В лидерах по трафику остаются Москва и Московская область — 38%, Санкт-Петербург и Ленинградская область — 14%.

По итогам 2020 года 5Post разработала и утвердила концепцию нового вида сервиса — пункты выдачи заказов (ПВЗ). В четвертом квартале 2020 в Москве и Московской области реализована программа по созданию сети из 40 ПВЗ, укомплектованных собственным персоналом 5Post, которые по итогам 2020 года обеспечили выдачу более 100 тыс. посылок.

5Post сотрудничает с AliExpress, Wildberries, Яндекс Маркет, iHerb, Joom и др. Партнерская сеть 5Post включает более 90 крупнейших российских и международных компаний.

Источник:

[5Post вместе с партнёрами доставила 20 млн заказов в течение 2020 года](#)

Оборот СберМаркета в 2020 году вырос в 11,2 раза

Press.sber.ru, 01.02.2021 08:00:00

/новость

Оборот сервиса доставки продуктов и товаров СберМаркет в 2020 году вырос в 11,2 раза, составив 20,72 млрд руб. По итогам второго полугодия оборот составил 14 млрд руб. — компания опередила других игроков по темпам развития.

Количество заказов, доставленных в 2020 году, выросло в 14,3 раза — до 5,9 млн. СберМаркет стал первым федеральным сервисом доставки продуктов и товаров первой необходимости — компания присутствует в 83 субъектах РФ и доступна для аудитории более 70 млн человек.



Количество партнёров за год выросло в 13 раз — до 66 федеральных и региональных торговых сетей. В середине 2020 года СберМаркет запустил пилотные проекты доставки из торговых сетей сегмента непродовольственных товаров и быстрой доставки от 20 минут из локальных продуктовых и непродовольственных магазинов. С сервисом начали сотрудничать ритейлеры из сегментов зоотоваров, товаров для детей, парфюмерии и косметики, товаров для дома. Быстрая доставка продуктов была запущена в Москве из магазинов «ВкусВилл», «Азбука Вкуса», «Бетховен».

СберМаркет начал развивать направление прямого сотрудничества с брендами и рекламодателями — рекламную платформу Brand Solutions. К концу 2020 года число клиентов подразделения составило 160, включая Mars, Nestle, Procter & Gamble, Coca-Cola, Unilever. В декабре доля подразделения Brand Solutions достигла 1,3% в обороте всей компании.

В ноябре-декабре клиенты могли оформить и получить заказ из гипермаркета в тот же день в среднем через три часа. В период предновогоднего ажиотажа СберМаркет доставлял более 50 тыс. заказов в день. Число партнёров по сборке и доставке в конце года превысило 15 тыс. человек по всей России. За декабрь 2020 года СберМаркет доставил 1,19 млн заказов и в пиковые дни — более 68 тыс. доставок за день.

По итогам 2020 года в управленческой структуре СберМаркета произошли изменения. Асан Курмангужин, генеральный директор СберМаркета, присоединился к Петру Федченкову, Андрею Жулину и Дмитрию Жулину в статусе одного из сооснователей. Асан продолжает исполнять обязанности генерального директора компании, а в обновлённом статусе вместе с остальными основателями будет отвечать за формулирование видения будущего СберМаркета и координацию со стратегией развития экосистемы Сбера.

Источник:

[СберМаркет вырос в 14 раз за 2020 год](#)

Сбер стал мажоритарным акционером СберМаркета

Sberbusiness.live, 01.02.2021

/новость

Сбер выкупил долю в СберМаркете у совместного предприятия с Mail.ru Group «O2O Холдинг» и стал его мажоритарным акционером. Остальная часть компании останется у основателей, менеджмента и миноритарных акционеров СберМаркета.



Об этих планах в ноябре 2020 года заявил первый зампредела правления Сбера Лев Хасис. По его словам, сумма инвестиций составит около 12 млрд руб. Существенная часть финансирования пойдет на развитие бизнеса.

Источник:

[Сбер стал мажоритарным акционером СберМаркета](#)

AliExpress — самый обсуждаемый в соцмедиа интернет-ритейлер в 2020 г.

Br-analytics.ru, 01.02.2021

/исследование

Компания Brand Analytics представила рейтинг компаний в сегменте электронной коммерции, которых наиболее активно обсуждали пользователи в русскоязычных социальных медиа в 2020 году. Всего насчитывается 26 млн сообщений с упоминанием участников рейтинга за 2020 год.

Самая обсуждаемая компания — AliExpress, которую пользователи упомянули более 12,42 млн раз. Второе место — у интернет-магазина Ozon (2,25 млн упоминаний), третье — Wildberries с 1,96 млн упоминаний. Лабиринт.ру оказался на 5 позиции, обогнав Яндекс.Еду (7 место) и Delivery Club (12 место).

Динамика обсуждений маркетплейсов в 2020 была минимальна. Яркий рост показал продуктовый ритейл. Взрывной интерес пришелся на вторую половину 2020 года, а не на весенний карантин. Интерес к онлайн-покупке продуктов на пике достигал 114 000 упоминаний в октябре.

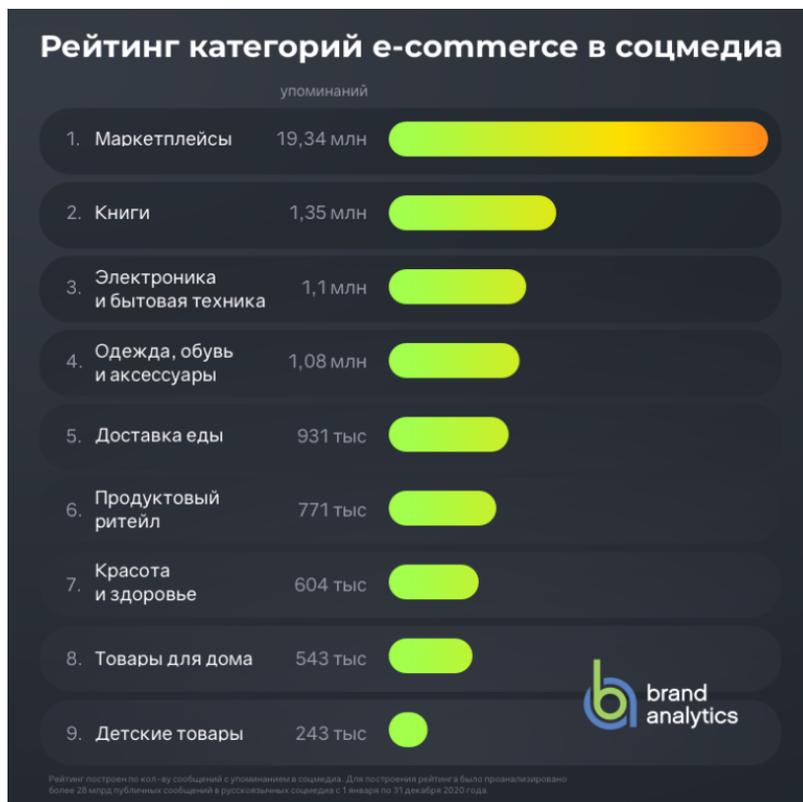
Доставка еды получила в декабре почти 133 000 упоминаний. В течение года интерес к Delivery Club и Яндекс.Еде колебался, начав тенденцию к устойчивому росту лишь с сентября 2020 года. Электроника, упав в начале года, восстановила спрос к концу весны и началу лета. Для детских товаров стабильным оказался весь год. У книг был явный всплеск в первую волну карантинных ограничений.

Самое большое падение у модного шопинга: со 170 000 упоминаний в месяц в начале года до 68 000 сообщений в декабре. Падение отмечено у категорий красота и здоровье и товары для дома.

Для расчета рейтинга были проанализированы более 28 млрд русскоязычных сообщений в социальных медиа за период с 1 января по 31 декабря 2020 года. Данные включают сообщения социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Twitter, а также блогов, форумов, сайтов отзывов, публичных каналов мессенджеров, комментарии к новостным статьям и другие источники.

Источник:

[Топ-30 интернет-ритейлеров в соцмедиа в 2020 году. Онлайн-шопинг в условиях пандемии](#)



Сбер: популярность Яндекс.Еды в Москве перестала расти

Kommersant.ru, 05.02.2021

/исследование

Согласно исследованию Сбербанка «Потребительский индекс Иванова», в целом по России в Яндекс.Еде и Delivery Club заказывают 38% и 57% респондентов, сообщает «Коммерсантъ». В декабре 2020 года были опрошены 2,3 тыс. человек из 164 городов России с населением выше 100 тыс. человек.



В Москве популярность Яндекс.Еды за год не изменилась (45% опрошенных), а у Delivery Club (входит в СП Сбербанка и Mail.ru Group в сфере еды и транспорта) вместе с его сервисом ZakaZaka выросла с 59% в декабре 2019 года до 74% в декабре 2020 года.

По мнению представителя Яндекс.Еды, некорректно говорить об отсутствии роста в Москве, поскольку клиентская база увеличилась, в том числе за счет интеграции в другие сервисы Яндекса. Оценки популярности Яндекс.Еды расходятся с динамикой роста Яндекс.Такси (доставка еды была интегрирована в приложение в августе 2020 года), соглашается гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. По данным департамента транспорта Москвы, доля Яндекс.Такси в столице выросла с апреля по ноябрь с 63,1% до 70,8%. Таким образом популярность Яндекс.Еды должна была вырасти на 6-8%.

В регионах популярность Яндекс.Еды выросла за год с 29% до 36%. У Delivery Club рост составил 9 п.п., до 53%. В 2020 году на фоне пандемии Delivery Club запустился в 115 городах, увеличив их общее число до 265. Яндекс.Еда расширила присутствие с 33 до 166 городов. Delivery Club и Яндекс.Еда также подключили к своей доставке 18 и более 20 сетей продовольственных магазинов соответственно.

Популярность заказа из ресторанов продолжает снижаться: в декабре 2020 года у них напрямую заказывали 43% респондентов против 52% годом ранее. Сейчас рестораны снова стремятся привлечь прямых пользователей, говорит Михаил Бурмистров. По его оценке, заказы стоимостью от 1 тыс. руб. ресторанам выгоднее доставлять самим, чем платить агрегатору.

Источник:

[Пицца меняет маршрут](#)

Assist: онлайн-продажи в сфере мероприятий и поездок упали почти в 2,5 раза

Assist.ru, 01.02.2021

/исследование

Согласно исследованию Assist, в 2020 году число уникальных покупателей (сделавших хотя бы одну онлайн-покупку) среди тех, кто оплачивает что-то в интернете не реже двух раз в неделю, выросло на 457%. Один раз в неделю стали закупаться в интернете на 234% больше людей, оплачивать товары и услуги онлайн один или два раза в месяц — больше на 75% и 9% соответственно. Покупателей, которые один-два раза в год приобретают что-либо в интернете, стало меньше на 16%.

Почти в 2,5 раза упали онлайн-продажи билетов на мероприятия (-58%), авиа- и ж/д перевозки, туристические поездки и бронирование гостиниц (-59%). Средняя величина онлайн-платежа снизилась на 17% (перевозки) и 12% (мероприятия). Спрос на автотовары снизился на 27%, средний чек — на 10%.



Объем онлайн-заказов продуктов питания вырос на 110% в рублях, а средний чек одного такого заказа — на 13%. В категории доставки еды рост составил 46% (объем) и 18% (средний чек), детские товары выросли на 27% и 4%, товары для животных — на 62% и 1% соответственно.

При онлайн-покупках бытовой техники и электроники объемы продаж и средний чек выросли на 158% и 30% соответственно. В категории «Одежда и обувь» продажи увеличились на 65% в рублях, а средний чек — на 1%. Товаров для дома и мебели купили больше на 77%, а потратили на один заказ в среднем на 2% меньше.

В категории товаров для здоровья продажи подскочили на 124% в рублях, средняя сумма одного онлайн-заказа выросла на 39%. Объем продаж спорттоваров увеличился на 3%, а средний — на 60%. DIY-товары выросли за год в объеме на 37% в рублях, но потеряли 8% от среднего чека.

В категории «Программное обеспечение» продажи выросли на 124% в рублях, средняя величина онлайн-платежа увеличилась на 74%; компьютерные игры показали прирост 12% (объем продаж) и 9% (средний чек); оплата услуг связи, интернета и ТВ — 44% и 4%, прочие цифровые товары — 43% и 17% соответственно.

Количество онлайн-платежей с мобильных устройств в 2020 году превысило число транзакций с компьютеров и ноутбуков и составило 52% (против 47% в 2019 году). На 9 п.п. выросла доля онлайн-платежей с помощью рау-сервисов, составив 18% (9% в 2019 году). Банковские карты потеряли за год 9 п.п., их доля составила 80% (против 89% в 2019 году). Объем платежей с помощью электронных кошельков не изменился — 2% от общей совокупности в рублях. На 1 п.п. выросла доля платежей по картам «Мир» (8%), Visa потеряла 1 п.п. (49%), доля Mastercard осталась прежней (43%).

Источник:

«Ковидный» год в e-commerce

Материал размещен на правах рекламы

Конференция «E-com в России: New Retail. New opportunities»

Kommersant.ru, 10.02.2021

/реклама

Уважаемые дамы и господа!

ИД «Коммерсантъ» рад пригласить вас принять участие в **конференции «E-com в России: New Retail. New opportunities»**, которая состоится **17 февраля 2021г, Москва**.

17.02

E-com в России:
New Retail.
New opportunities

16+

Коммерсантъ

Темы дискуссии:

- Международные тренды в E-com после COVID-19.
- Вывод продукта на глобальные рынки.
- Самые крупные сделки. Цели и задачи.
- Как устроены цепочки поставок у лидеров E-com?
- В каком направлении идет развитие этого сегмента?
- Необходимая инфраструктура: региональные распределительные и фулфилмент центры, дарксторы, городские склады.
- Нужно ли вкладываться в технологичные склады?
- Системы оплаты. Автоматизация. ИИ в E-com.
- Тренды, кейсы, международные примеры.

Время проведения мероприятия: 10:00 – 15:30

По вопросам регистрации: Евгения Сауткина sautkina@kommersant.ru +7 (903) 527-63-54

Подробнее: kommersant.ru

Источник:

Kommersant.ru

Весь мир:

В Китае 388 млн пользователей смотрят e-commerce стримы

Cnbc.com, 05.02.2021 01:01:00

/новость

В период с марта по декабрь в Китае количество пользователей электронной коммерции, которые смотрят прямые эфиры, выросло на 123 млн, до 388 млн. Около двух третей этих пользователей совершили покупку во время просмотра стрима.

Приложение для коротких видео и прямых трансляций Kuaishou привлекло более \$5 млрд в ходе IPO в Гонконге. Общий объем оборота товаров (GMV) на платформе за 11 месяцев до ноября вырос почти в 8 раз год к году, до 332,68 млрд юаней (\$51,44 млрд). Компания в первую очередь зарабатывает на продаже виртуальных подарков, которые пользователи могут покупать для своих любимых стримеров.



Douyin, китайская версия TikTok, утроил объем транзакций в электронной торговле до 500 млрд юаней (\$77,71 млрд), согласно информации китайского сайта LatePost. Однако большая часть оборота пришлась на сторонние платформы, такие как JD.com и Taobao, и только около 100 млрд юаней (\$15,54 млрд) сгенерировали собственные платформы электронной коммерции. ByteDance, владелец TikTok, заявил, что продажи в результате перенаправления пользовательского трафика не должны учитываться как часть GMV.

Приложение для обмена сообщениями WeChat от Tencent также стало платформой для онлайн-покупок. Оборот компаний, запускающих собственные мини-программы в приложении, вырос в прошлом году на 255%, в то время как оборот от продажи физических товаров увеличился на 154%.

GMV стриминговой платформы Alibaba Taobao Live превысил 400 млрд юаней (\$62,17 млрд) за 2020 год. Для сравнения: GMV компании только за праздничные дни с 1 по 11 ноября составил 498 млрд юаней (\$77,4 млрд).

По данным Национального бюро статистики, розничные онлайн-продажи физических товаров в Китае выросли на 14,8% в прошлом году, до 9,759 трлн юаней (\$1,52 трлн), что составляет четверть от всех продаж потребительских товаров в стране.

Источник:

[Watch out, Alibaba. Chinese video apps are quickly becoming e-commerce players too](#)

CNNIC: онлайн-продажи в Китае достигли \$1,8 трлн в 2020 г.

Рymnts.com, 04.02.2021

/новость

Согласно данным правительства Китая, количество пользователей интернета в стране выросло до 989 млн на фоне пандемии, при этом 79,1% из них делали онлайн-покупки.

В отчете Китайского сетевого информационного центра (CNNIC) говорится, что Китай является крупнейшим в мире рынком онлайн-торговли в течение восьми лет подряд. Число пользователей интернета моложе 20 и старше 50 лет увеличилось. Онлайн-продажи выросли на 10,9% год к году, достигнув \$1,8 трлн в 2020 году.



С марта по конец декабря количество онлайн-покупателей, в основном с мобильных устройств, увеличилось на 72,15 млн, до 782 млн. Растет популярность лайвстриминга: онлайн-покупки совершали 66,2% зрителей прямых эфиров.

Количество пользователей интернета с ежемесячным доходом не менее \$774 выросло до 29,3% в декабре по сравнению с 27,6% в марте. Число людей, работающих удаленно, увеличилось на 147 млн с июня до 346 млн по состоянию на декабрь, что составляет около трети интернет-пользователей страны.

Источник:

[China's Internet Population Surges To Almost 1 Billion](#)

Онлайн-продажи Unilever выросли на 61% в 2020 г.

Unilever.com, 04.02.2021

/НОВОСТЬ

В 2020 году онлайн-продажи Unilever выросли на 61%, составив 9% всего бизнеса компании.

Финансовый директор Unilever Грэм Питкетли отметил, что электронная торговля «продолжает демонстрировать высокие показатели, значительно опережая рынок». Например, онлайн-продажи премиальных брендов Prestige, таких как Dermalogica, Murad и Kate Somerville, выросли более чем на 50%.

FMCG-гигант рассматривает электронную коммерцию как еще один ключевой фактор роста и собирается развивать прямые продажи потребителям.

Unilever сообщила о росте базовых продаж на 1,9% в течение 2020 года, однако оборот снизился на 2,4%.

Источник:

[Strong full-year results demonstrate Unilever's resilience and agility](#)
[Unilever ups focus on direct to consumer as online sales surge](#)



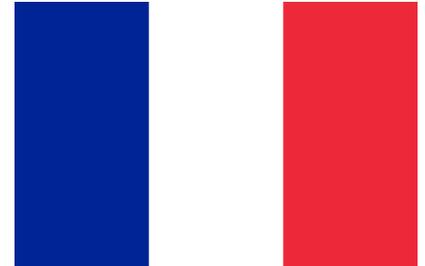
Рынок e-commerce во Франции достиг 112 млрд евро в 2020 г.

Xinhuanet.com, 04.02.2021 21:53:00

/новость

Сектор электронной коммерции во Франции вырос на 8,5% в годовом исчислении и достиг 112 млрд евро в 2020 году, сообщила Федерация электронной коммерции и дистанционных продаж (Fevad).

В 2019 году электронная коммерция составляла 9,8% розничной торговли во Франции, сейчас — 13,4%. Рост обусловлен увеличением продаж товаров в интернете на 32%, в то время как объем услуг снизился на 10% из-за резкого падения количества путешествий и активностей во время кризиса.



За последний год в секторе появилось 17 400 новых сайтов, и на всех сайтах по продаже продуктов и услуг было зарегистрировано более 1,84 млрд транзакций — рост на 5,8%. Средний чек составил в 2020 году 61 евро по сравнению с 59 евро в 2019 году.

Два локдауна привели к беспрецедентному всплеску онлайн-продаж, и между двумя периодами продажи оставались на высоком уровне. По данным Fevad, в рождественский период (ноябрь-декабрь) онлайн-продажи выросли на 23% год к году, до 25 млрд евро.

Источник:

[E-commerce in France grows by 8.5 pct in 2020, says sector federation](#)

еВау нарастил выручку на 19% в 2020 г.

Ebayinc.com, 03.02.2021

/НОВОСТЬ

еВау Inc. опубликовала финансовые результаты за четвертый квартал и год, закончившийся 31 декабря 2020 года.



В четвертом квартале 2020 года выручка компании выросла на 28% и составила \$2,9 млрд. Общий объем оборота товаров (GMV) составил \$26,6 млрд, увеличившись на 21%. Чистая прибыль составила \$845 млн, разводненная прибыль на акцию — \$1,21.

В 2020 году выручка еВау выросла на 19% и достигла \$10,3 млрд. GMV увеличился на 17% и составил \$100 млрд. Чистая прибыль составила \$5,67 млрд, разводненная прибыль на акцию — \$7,89.

Количество активных клиентов еВау за год выросло на 7%, до 185 млн во всем мире.

По итогам первого квартала 2021 года еВау ожидает выручку в диапазоне от \$2,94 млрд до \$2,99 млрд.

Источник:

[eBay Inc. Reports Better Than Expected Fourth Quarter and Full Year 2020 Results](#)

Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 37%

Alizila.com, 02.02.2021

Alibaba Group [объявила](#) финансовые результаты за квартал, закончившийся 31 декабря 2020 года.

Выручка компании составила 221,1 млрд юаней (\$33,9 млрд), увеличившись на 37% в годовом сопоставлении. Чистая прибыль, относящаяся к акционерам, выросла на 52% и составила 79,4 млрд юаней (\$12,2 млрд).

Выручка от бизнеса в сфере коммерции составила 195,5 млрд юаней (\$30 млрд) — на 38% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

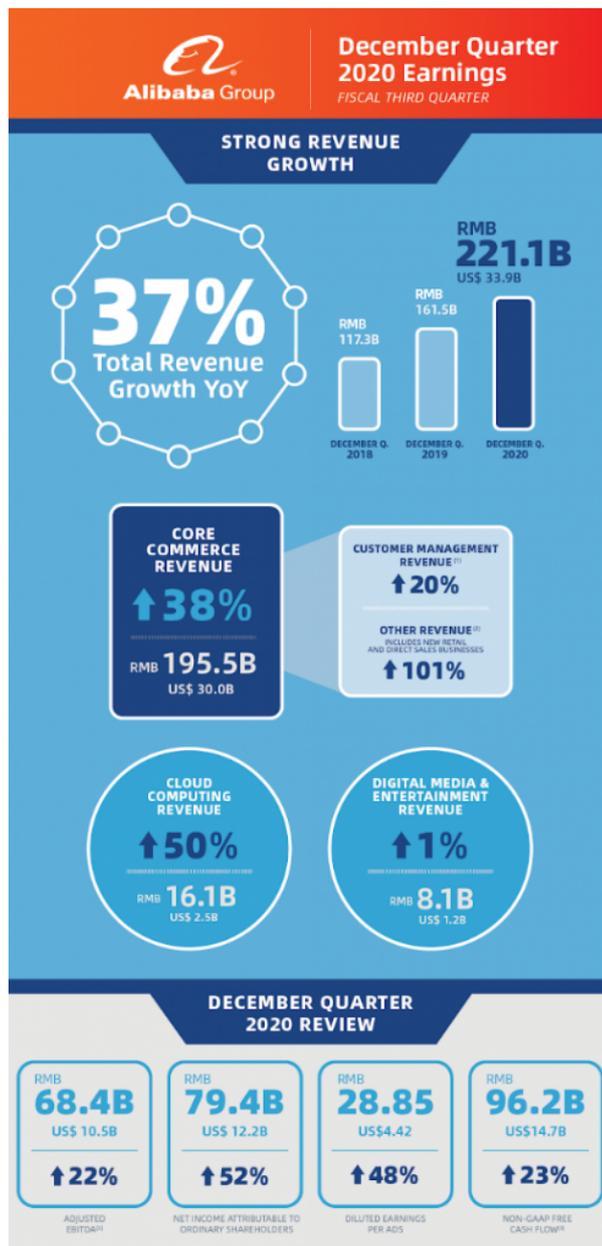
Количество активных потребителей на розничных маркетплейсах достигло 779 млн за 12-месячный период, закончившийся 31 декабря 2020 года. За квартал число потребителей выросло на 22 млн. Количество мобильных пользователей достигло 902 млн в декабре 2020 года — на 21 млн больше, чем в сентябре 2020 года.

В декабрьском квартале выручка логистической сети Cainiao выросла на 51% г/г, до 11,4 млрд юаней (\$1,7 млрд). Во время Всемирного торгового фестиваля 11.11 в Китае компания Cainiao и ее партнеры обработали более 2,3 млрд заказов.

Источник:

[ALIBABA REPORTS DECEMBER 2020 QUARTER EARNINGS](#)

/НОВОСТЬ



Чистые продажи Amazon превысили \$386 млрд в 2020 г.

Press.aboutamazon.com, 02.02.2021 04:03:00

/новость

Amazon.com, Inc. объявила финансовые результаты за четвертый квартал и полный год, закончившиеся 31 декабря 2020 года.



В четвертом квартале 2020 года чистые продажи компании выросли на 44%, до \$125,6 млрд. Операционная прибыль увеличилась до \$6,9 млрд по сравнению с \$3,9 млрд в четвертом квартале 2019 года. Чистая прибыль достигла \$7,2 млрд против \$3,3 млрд в аналогичном периоде 2019 года. Разводненная прибыль на акцию составила \$14,09 против \$6,47 в четвертом квартале 2019 года.

По итогам 2020 года чистые продажи Amazon выросли на 38%, до \$386,1 млрд. Операционная прибыль увеличилась до \$22,9 млрд по сравнению с \$14,5 млрд в 2019 году. Чистая прибыль составила \$21,3 млрд против \$11,6 млрд в 2019 году, разводненная прибыль на акцию — \$41,83 против \$23,01 в 2019 году.

В первом квартале 2021 года Amazon ожидает роста чистых продаж на 30-40% год к году, до \$100-106 млрд. Операционная прибыль составит от \$3 млрд до \$6,5 млрд.

Источник:

[Amazon.com Announces Financial Results and CEO Transition](#)

Джефф Безос покинет пост гендиректора Amazon

Press.aboutamazon.com, 02.02.2021

/новость

Основатель Amazon Джефф Безос покинет пост гендиректора компании и станет исполнительным председателем совета директоров в третьем квартале 2021 года. Новым главой компании станет Энди Ясси, сейчас возглавляющий Amazon Web Services.

Безос основал Amazon в 1994 году и превратил книжный онлайн-магазин в мегаритейлера с глобальным охватом. Под руководством Безоса в январе прошлого года рыночная капитализация Amazon превысила \$1 трлн — сейчас она стоит более \$1,6 трлн.

Ясси присоединился к Amazon в 1997 году и возглавлял Amazon Web Services с момента его основания. AWS продолжает приносить большую часть прибыли Amazon. В четвертом квартале 2020 года выручка от AWS под управлением Ясси выросла на 28%. По состоянию на октябрь 2020 года около 52% операционной прибыли Amazon приходилось на AWS.



Безос продолжит участвовать в важных проектах Amazon, но у него также будет больше времени для Bezos Earth Fund, космической компании Blue Origin, The Washington Post и Amazon Day 1 Fund.

Источник:

[Amazon.com Announces Financial Results and CEO Transition](#)

[Jeff Bezos to step down as Amazon CEO, Andy Jassy to take over in Q3](#)

Uber покупает сервис по доставке алкоголя Drizly за \$1,1 млрд

Cnbc.com, 02.02.2021 10:04:00

/новость

Uber объявил, что приобретает службу доставки алкоголя Drizly за \$1,1 млрд наличными и акциями. После завершения сделки маркетплейс Drizly будет интегрирован с приложением Uber Eats, компания также сохранит отдельное приложение Drizly.

Uber Eats

Компания Drizly, основанная в 2012 году, стала ведущей службой доставки алкоголя по запросу в США и доступна в 1400 городах. Uber Eats стал ключевым сегментом бизнеса Uber в условиях пандемии COVID-19. Ожидается, что сделка будет закрыта в первой половине 2021 года.

Во время пандемии коронавируса Uber сосредоточил новые приобретения на сегменте Eats. После того, как переговоры о покупке службы доставки еды GrubHub не удалось, Uber приобрел сервис по доставке из ресторанов Postmates в июле прошлого года. В то же время Uber избавился от некоторых из наиболее затратных транспортных сегментов.

Источник:

[Uber agrees to buy alcohol delivery service Drizly for \\$1.1 billion](#)

ASOS купил бренды Topshop, Topman, Miss Selfridge и HIIT

Businessinsider.com, 01.02.2021 11:09:00

/НОВОСТЬ

Британский интернет-ритейлер ASOS купил у Arcadia Group бренды Topshop, Topman, Miss Selfridge и HIIT за 265 млн фунтов стерлингов (\$364 млн).



Физические магазины этих брендов будут закрыты, что соответствует переходу розничной торговли модной одеждой в цифровой формат, который ускорила пандемия. В 2020 году примерно 60% выручки Topshop, Topman, Miss Selfridge и HIIT пришлось на интернет.

В письме к инвесторам ASOS сообщил, что бренды дополняют его существующий портфель, причем около половины их продаж в 2020 году пришлось на рынки за пределами Великобритании.

Arcadia Group, которая также владеет брендами Dorothy Perkins, Wallis, Evans, Burton и Outfit, перешла к административному управлению в декабре, поставив под угрозу более 13 000 рабочих мест. На данный момент это одна из крупнейших корпоративных жертв пандемии COVID-19 в Великобритании.

За 12-месячный период, завершившийся в августе, ASOS более чем в 4 раза увеличил прибыль.

Источник:

[Online fashion giant ASOS has bought Topshop as part of a \\$364 million deal, but the retailer's physical stores will still close](#)

Число клиентов социальной коммерции в США выросло на 25% в 2020 г.

Emarketer.com, 05.02.2021

/исследование

По прогнозу eMarketer, в 2021 году объем розничных продаж через социальные сети в США вырастет на 34,8% до \$36,09 млрд, что составляет 4,3% от всех розничных продаж через интернет. Аналитики также пересмотрели прогноз по росту социальной торговли на 2020 год в сторону повышения с 19,8% до 37,9%.

Число покупателей в сфере социальной коммерции в США увеличилось на 25,2%, до 80,1 млн, в 2020 году и вырастет еще на 12,9%, до 90,4 млн, в 2021 году.

Наиболее актуальные возможности социальной коммерции для брендов сегодня обеспечивают Instagram и Pinterest, но Facebook, Snapchat и TikTok расширяют свои предложения.

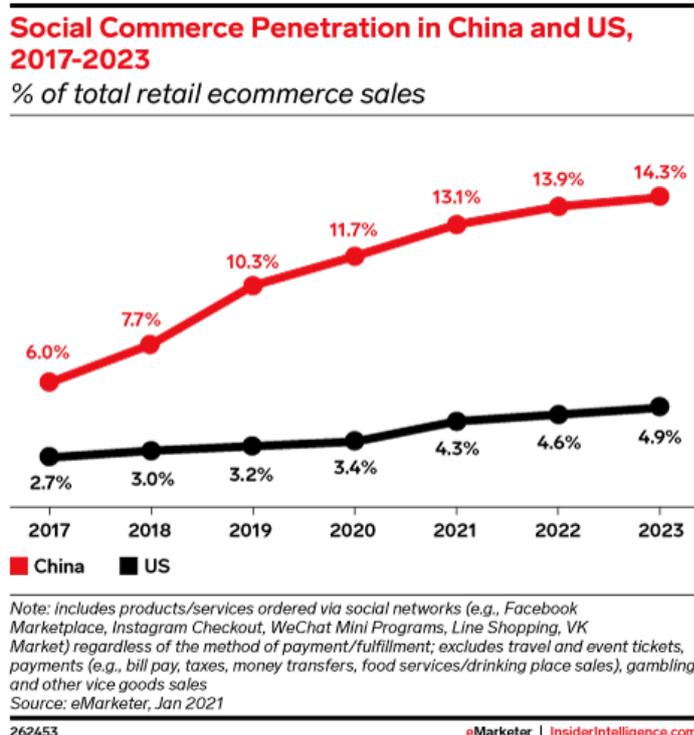
Крупнейшей категорией социальной торговли остается одежда и аксессуары, но ключевыми игроками также являются бытовая электроника, косметика, домашний декор и потребительские товары. Бренды, представляющие новые и уникальные продукты и/или вдохновляющие изображения, лучше всего подходят для среды социальной коммерции.

Китай — самый развитый рынок социальной коммерции в мире. В 2021 году объем продаж социальной коммерции в Китае достигнет \$363,26 млрд, что на 35,5% больше показателя 2020 года и более чем в 3 раза превышает уровень 2018 года. Эти продажи составят 13,1% от общего объема онлайн-продаж в 2021 году.

Источник:

[Social Commerce 2021](#)

[US social commerce is following in China's footsteps](#)



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.