

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2021 / № 10

08 Марта 2021 - 14 Марта 2021

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight. География продаж товарной категории: Одежда и обувь  
Почта России разместит почтоматы в Московском Метрополитене  
На AliExpress Россия за три месяца зимы оформили более 90 млн заказов  
Департамент продаж и маркетинга «Авито» возглавит Игорь Макаров  
DHL: количество активных e-commerce экспортеров за год утроилось  
АКИТ: оборот внутренней онлайн-торговли в начале 2021 года вырос на 49%  
AliExpress Россия купил 30% в региональном маркетплейсе KazanExpress  
Зимой iGooods удвоил число заказов  
Яндекс.Еда привезет продукты из супермаркетов «Ашан»  
Запущена единая B2B-платформа для магазинов в VK, ОК, на AliExpress и «Юле»  
55% онлайн-продавцов отмечают рост продаж в гендерные праздники  
СберИндекс: доля онлайн-трат в России по итогам пандемии выросла до 11,8%  
E-Promo: российский рынок e-commerce достигнет 7,5 трлн руб. к 2025 г.  
Исследование "Онлайн-рынок аптек"

#### **Весь мир:**

Walmart инвестирует в экосистему Rakuten \$153 млн  
Южнокорейский онлайн-ритейлер Coupang в ходе IPO привлек \$4,6 млрд  
Чистая выручка JD.com выросла на 29,3% в 2020 г.  
Выручка Wish по итогам 2020 года выросла на 34%  
Рынок e-commerce в Нидерландах составил 26,6 млрд евро в 2020 г.  
В 2020 году онлайн-продажи adidas выросли на 53%  
Inditex увеличил онлайн-продажи на 77% в 2020 г.  
M&S расширил онлайн-охват до 100 рынков  
Deutsche Post DHL нарастила выручку на 5,5% в 2020 году благодаря e-commerce  
На онлайн-канал пришлось 42% оборота Mango в 2020 г.  
Почти 80% интернет-пользователей в Южной Корее делают покупки онлайн

## Россия:

# Data Insight. География продаж товарной категории: Одежда и обувь

Datainsight.ru, 11.03.2021

/НОВОСТЬ

**Data Insight** и **PickPoint**, при поддержке **Pim Solutions** выпускают отчет «География продажи одежды и обуви» об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки одежды и обуви на территории Российской Федерации.

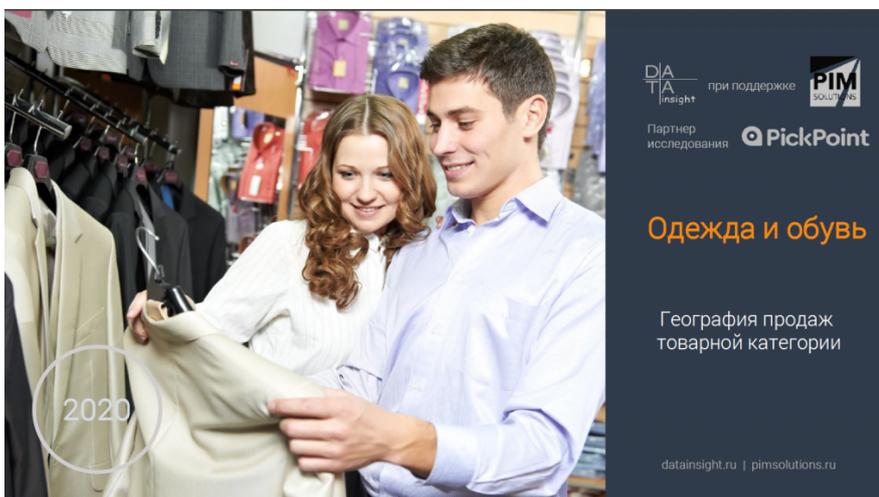
Исследование включает данные по долям продаж и заказов, средним времени и расстоянию доставки, типу оплаты (предоплата или постоплата), виду доставки («до двери» или до пункта выдачи заказов).

Данные охватывают вторую половину 2019 - первую половину 2020 года.

### Краткие результаты исследования:

- Лидерами по числу заказов и по заказам одежды и обуви являются Москва и Санкт-Петербург.
- На Москву и Санкт-Петербург приходится треть заказов одежды и обуви онлайн (29,7%).
- Пиками заказов категории «Одежда и обувь» стали май 2020 (влияние пандемии) и декабрь 2019, а низкие продажи в данной категории наблюдались в январе и сентябре 2019 года. В то же время существуют различия в сезонности заказов в различных городах: например, пик спроса на онлайн-заказы одежды и обуви в Казани пришелся на май 2020, в Нижнем Новгороде — на декабрь 2019.
- Различия в доле предоплаченных заказов между городами меняется незначительно (от 24 до 29%).
- Пандемия продолжила тенденцию на увеличение доли предоплаченных заказов, которая к июню 2020 года стала составлять 40%. Также она повлияла на резкий рост доставок до двери, увеличив ее долю до 83% в апреле 2020.

### Скачать бесплатную версию



Источник:

[География продаж товарной категории: Одежда и обувь](#)

# Почта России разместит почтоматы в Московском Метрополитене

Pochta.ru, 12.03.2021

/новость

Почта России победила в аукционе Московского Метрополитена на размещение почтоматов в метро. В планах — установить в переходах станций 90 почтоматов.



Создание сети почтоматов — один из приоритетных проектов Почты России, которая стремится быть опорным логистическим партнером для российской и международной отрасли интернет-торговли.

В августе 2020 года Совет директоров АО «Почта России» принял решение о расширении сети почтоматов, дополнительно усилив ее 5000 устройств, приобретенных с использованием лизингового финансирования. По расчетам Почты, до 90% получателей почтовых отправлений начнут использовать почтоматы.

Источник:

[Почта России установит почтоматы в Московском Метрополитене](#)

# На AliExpress Россия за три месяца зимы оформили более 90 млн заказов

Т.ме, 12.03.2021 09:58:00

/новость

Покупатели AliExpress Россия с 1 декабря 2020 года по 28 февраля 2021 года оформили более 90 млн заказов — это рекордный для e-commerce рынка показатель.

Наиболее популярные категории среди пользователей: телефоны и аксессуары, потребительская электроника, компьютеры и товары для офиса, автотовары и товары для дома и сада.



Оборот категории женская тёплая одежда за этот период вырос в 8,7 раза год к году. Категория техника для обогрева и вентиляторы выросла в 2,85 раза за зиму, крупная бытовая техника — в 2,7 раза, ювелирные украшения — в 2,15 раза.

Оборот категории товаров для фитнеса вырос в 1,56 раза. В 1,5 раза увеличился объём покупок бьюти-девайсов. В 1,67 раза выросла популярность игрушек-конструкторов, в 2,36 раза — коллекционных игрушек, в 1,4 раза — игровых консолей и аксессуаров.

Среди товаров от российских продавцов популярностью пользовались мобильные телефоны, бытовая техника для дома, аудио- и видеотехника, ноутбуки и техника для кухни. Число локальных продавцов AliExpress Россия в 2020 году достигло 35 тыс., ассортимент товаров вырос до 5,5 млн уникальных наименований — на них приходится 25% оборота платформы. Около 80% локальных продавцов — представители малого и среднего бизнеса.

Источник:

[Число заказов на AliExpress Россия за три месяца зимы превысило 90 млн](#)

# Департамент продаж и маркетинга «Авито» возглавит Игорь Макаров

Adindex.ru, 11.03.2021 16:19:00

/новость

Коммерческим директором продаж и маркетинга «Авито» назначен Игорь Макаров, который будет отвечать за усиление позиций компании на рынке, развитие бренда и создание новых бизнес-возможностей для дальнейшего роста.

Ранее такой позиции в «Авито» не было. Цели компании: выход на новые рынки, создание новых продуктов, улучшение пользовательского опыта, всестороннее развитие платформы и бренда. В 2021 году «Авито» сосредоточится на развитии маркетплейса.

Ранее Игорь Макаров возглавлял направление пользовательского опыта и маркетинга в онлайн-кинотеатре ivi. В течение 13 лет был вице-президентом российского Disney и региональным директором Disney по Центральной Азии.

Источник:

[Департамент продаж и маркетинга «Авито» возглавит бывший вице-президент Disney](#)



# DHL: количество активных e-commerce экспортеров за год утроилось

E-rep.ru, 11.03.2021

/новость

Согласно отчету DHL Express, число онлайн-заказов, доставленных из России зарубежным покупателям, выросло на более чем 300% в 2020 году (по итогам первого квартала рост составил 50%). Количество активных e-commerce экспортеров за год утроилось.

Наиболее популярные направления для экспорта в 2020 году: США, Израиль, Великобритания, Латвия, Германия, Канада, Франция, Австралия.

Наиболее популярные категории товаров: мода и красота, товары для дома и интерьера, товары для домашнего досуга, товары для спорта, в том числе спортивная одежда и обувь.



В декабре был поставлен рекорд по числу отправок из российских интернет-магазинов с доставкой по всему миру.

Источник:

[DHL: российский онлайн-экспорт вырос на 300%](#)

# АКИТ: оборот внутренней онлайн-торговли в начале 2021 года вырос на 49%

Akit.ru, 11.03.2021

/НОВОСТЬ

Согласно данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), по итогам января 2021 года российский рынок e-commerce составил 211 816 млн руб. Общий рост продаж по сравнению с предыдущим годом — 49%.

Самым быстрорастущим сегментом стала категория мебель и товары для дома (+246%). Большой интерес россияне также проявили к товарам для творчества (+158%), товарам для детей (+140%), товарам для красоты и здоровья (+68%). По сравнению с январем 2020 года снизились продажи книг (-21%), одежды и обуви (-12%), садовой техники и инвентаря (-7%).



Отмечена активная торговля через интернет представителей малого и среднего бизнеса. Более 100 тыс. предпринимателей работают через маркетплейсы, остальные — через собственные ресурсы. Согласно аналитике OFD.ru, самостоятельно в e-commerce работает 70 240 юрлиц, из которых 18 690 — индивидуальные предприниматели. На ИП приходится самый высокий темп прироста. По количеству активных юрлиц в лидерах — Москва, Московская область, а также Приволжский и Северо-Западный федеральные округа. Меньше всего таких предпринимателей в Ненецком АО, Ингушетии, Калмыкии и на Чукотке.

- «М.Видео-Эльдорадо» отмечает в январе рост общих онлайн-продаж почти вдвое по сравнению с прошлым годом.
- На Wildberries в январе продажи спортивной одежды выросли на 395%, спорттоваров — на 231%, косметики и парфюмерии — на 142% год к году. Увеличились более чем в 4 раза продажи продуктов питания, в том числе детского питания.
- В «Ситилинке» покупатели в январе совершили на 15% больше заказов онлайн, чем в прошлом году.
- «Холодильник.ру» тоже наблюдал высокий рост продаж в январе. Категория товаров «Умный дом» в первую неделю месяца показала беспрецедентный рост по сравнению с прошлым годом. Также рост на 1008% показали хозяйственные товары.

Источник:

[АКИТ: ОБОРОТ ВНУТРЕННЕЙ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ В НАЧАЛЕ 2021 ГОДА ВЫРОС НА 49%](#)

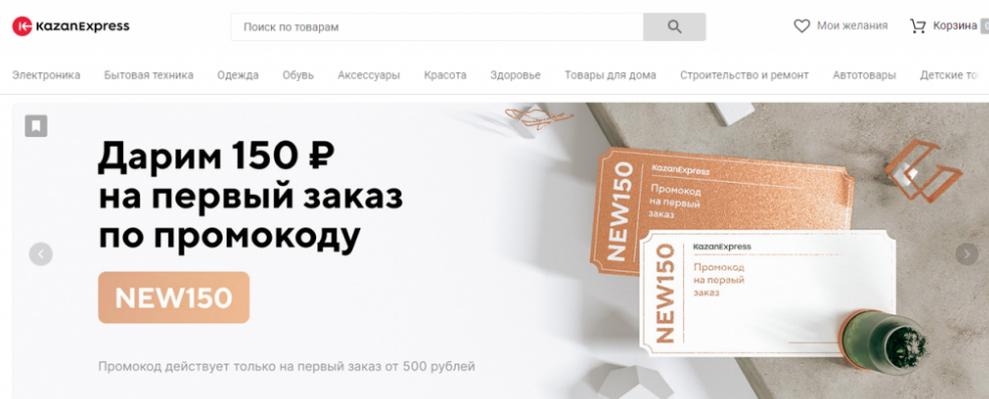
# AliExpress Россия купил 30% в региональном маркетплейсе KazanExpress

Kommersant.ru, 10.03.2021

/новость

Маркетплейс KazanExpress из Татарстана привлек инвестиции от AliExpress Россия, который получит 30% в компании, сообщает «Коммерсантъ». Сумму инвестиций стороны не раскрывают.

«Если формально отталкиваться от тех мультипликаторов, в которые фондовый рынок оценил Ozon, то KazanExpress мог бы быть оценен примерно в 5 млрд рублей. Однако конечно реальная цена сделки может быть и в разы ниже», — заявил партнер Data Insight Борис Овчинников [vc.ru](https://vc.ru). По его мнению, сделку стоит рассматривать как инвестиции AliExpress в тестирование новой для себя, но близкой по духу модели.



KazanExpress основан в 2017 году Линаром Хуснуллиным и Кевином Хандой. Операционное юрлицо маркетплейса ООО «Маркетплейс-Технологии» на 100% принадлежит ООО «Казаньэкспресс фулфилмент», в котором 18% имеет Хуснуллин, 2% — Ханда, еще 80% — у Сергея Еремеева.

Ключевая особенность KazanExpress — бесплатная доставка товаров за сутки. На начало марта в проекте было зарегистрировано около 5000 поставщиков. Ежемесячный объем заказов — около 1 млн посылок. Оборот маркетплейса в 2020 году составил 1,3 млрд руб., по итогам 2021 года ожидают роста в 8 раз. Компания управляет сетью собственных пунктов выдачи заказов (ПВЗ) в 33 городах страны, преимущественно в Приволжском и Уральском федеральных округах, и логистическим центром на 45 тыс. кв. м. В этом году KazanExpress планирует достроить более крупный логистический комплекс и увеличить число городов присутствия до 127.

Борис Овчинников называет KazanExpress одним из самых интересных игроков на рынке, который развивается без поддержки гигантов вроде Сбербанка или Яндекса. Стратегия, при которой региональные площадки e-commerce масштабируются в других городах и так становятся федеральным игроком, по оценке эксперта, оказалась эффективной. В перспективе AliExpress может получить контрольную долю в проекте.

Источник:

[AliExpress доставила деньги в Казань](#)

[«AliExpress Россия» купил 30% в региональном маркетплейсе с доставкой за день KazanExpress](#)

# Зимой igoods удвоил число заказов

Retail.ru, 10.03.2021 14:25:00

/новость

Зимой сезона 2020/21 сервис igoods доставил более 475 тыс. заказов на сумму 2,8 млрд руб. — вдвое больше, чем в сезоне 2019/20. Сопоставимые продажи сервиса в декабре-феврале выросли на 87%.

## *igoods*

Количество заказов в Москве в холодные или снежные дни прибавлялось на 15-40%, в Санкт-Петербурге — на 15-20%. Средний чек рос в среднем на 20-25%.

Предпраздничный период — лидер по объемам покупок. К примеру, 30 декабря сервис доставил почти 10 тыс. заказов на 46 млн руб.

Источник:

[igoods удвоил число заказов зимой 2020 — 2021](#)

# Яндекс.Еда привезет продукты из супермаркетов «Ашан»

Cnews.ru, 10.03.2021 13:42:00

/новость

Сервис Яндекс.Еда стал первым партнером в Москве по доставке из супермаркетов «Ашан» (магазинов с небольшой площадью, расположенных у дома), ассортимент которых насчитывает порядка 10 тыс. позиций.



Сейчас заказы доступны из пяти супермаркетов «Ашан» в столице, а до конца марта 2021 года к Яндекс.Еде будет подключено более 20 супермаркетов в Москве, Московской области, Казани и Нижнем Новгороде, а также гипермаркеты. В течение года количество подключенных к сервису супермаркетов и гипермаркетов сети по всей стране увеличится до 150 торговых точек.

Пользователи смогут заказать из «Ашана» продукты категории фреш, собственную кулинарию ритейлера, выпечку прямо из пекарни, а также непродовольственные товары, в том числе собственных торговых марок. Собирают заказы в торговых залах специально обученные Яндексом мастера покупок.

Заказы в течение часа привезут курьеры, сотрудничающие с Яндекс.Едой, или водители-партнеры Яндекс Go. При заказе от 999 руб. доставка будет бесплатной.

Источник:

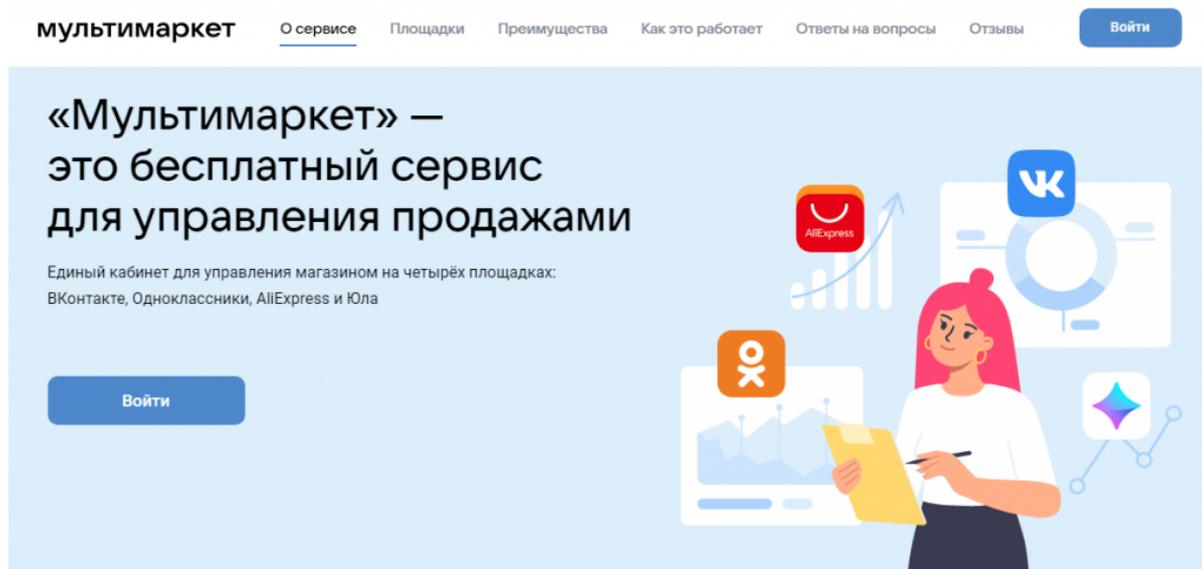
[«Яндекс.еда» запустила доставку продуктов из супермаркетов сети «Ашан»](#)

# Запущена единая B2B-платформа для магазинов в VK, ОК, на AliExpress и «Юле»

Corp.mail.ru, 09.03.2021

/новость

«Бизнес ВКонтакте» и Mail.ru Group представили **«Мультимаркет»** — единую платформу электронной коммерции, с помощью которой владельцы онлайн-магазинов могут в едином окне управлять товарами и заказами из «ВКонтакте», «Одноклассников», AliExpress и «Юлы». «Мультимаркет» станет частью экосистемы VK.



Предприниматели получают доступ к суммарной аудитории площадок — 170 млн пользователей в месяц (без учёта пересечений). При этом клиенты могут покупать товары или задавать вопросы именно там, где нашли магазин, — например, на AliExpress.

Владельцу магазина нужно зарегистрироваться в сервисе [multimarket.pro](https://multimarket.pro) и разместить товары на выбранных площадках. На старте, чтобы продавать на AliExpress и «Юле», нужно будет создать в «Мультимаркете» новый профиль.

Прямо в «Мультимаркете» можно общаться с клиентами — функция уже работает для «ВКонтакте», «Одноклассников» и «Юлы», а вскоре станет доступна для магазинов на AliExpress.

В будущем из единого рекламного кабинета «Мультимаркета» можно будет управлять продвижением на всех четырёх площадках. Сейчас в «Мультимаркете» можно запускать, останавливать и редактировать рекламные кампании «ВКонтакте».

Источник:

[Бизнес ВКонтакте и Mail.ru Group открыли ранний доступ к Мультимаркету — единой B2B-платформе для управления магазинами в VK, ОК, на AliExpress и Юле](#)

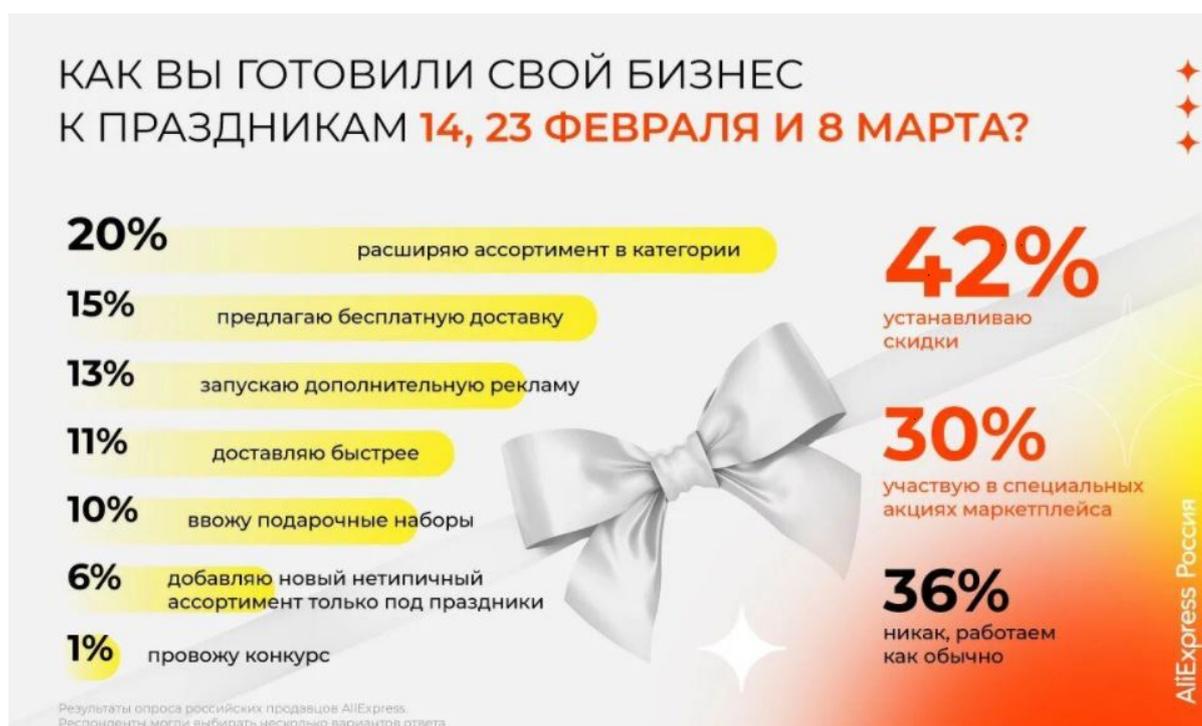
# 55% онлайн-продавцов отмечают рост продаж в гендерные праздники

New-retail.ru, 12.03.2021 14:05:00

/исследование

AliExpress Россия опросил 475 российских продавцов маркетплейса об их отношении к праздникам 14 февраля, 23 февраля и 8 марта. У 55% респондентов в праздничный период обороты и число заказов, как правило, растут; для 43% праздники никак не влияют на продажи.

Бизнес к праздникам готовят 64% предпринимателей. Самая популярная мера — предложить скидку (42% опрошенных бизнесменов). 30% приняли участие в акциях маркетплейса, установив минимальную цену за последнее время.



Признают, что обычно в период праздников оборот вырастает, 55% представителей малого и среднего бизнеса, но 15% считают, что на фоне растущего объема продаж может сократиться маржа. По мнению 49% опрошенных, покупатели в целом стали экономнее, и средний чек во время праздников сократился. Но 14% предпринимателей считают, что люди стали покупать больше, а 31% не видит изменений по сравнению с прошлыми годами.

Источник:

[Почти половина онлайн-продавцов считает, что гендерные праздники не влияют на продажи](#)

# СберИндекс: доля онлайн-трат в России по итогам пандемии выросла до 11,8%

Sberindex.ru, 11.03.2021

/исследование

По итогам пандемии доля онлайн-трат в России выросла до 11,8% от общего объема, что соответствует 19,5% безналичного оборота, подсчитал СберИндекс. В феврале 2021 года доля трат в интернете оказалась на тех же уровнях, что и во время самоизоляции.

Дополнительные расходы, перешедшие в интернет, составили 3% от всего спроса домохозяйств. С апреля по декабрь 2020 года это добавило к онлайн-рынку порядка 1 трлн руб.

Устойчивое перераспределение расходов в пользу онлайн произошло в группе потребителей, которые и до пандемии время от времени пользовались e-com и электронными сервисами. Те, кто до пандемии не прибегал к онлайн-услугам, после вынужденного перерыва быстро вернулись к прежней модели поведения.

Формируется группа потребителей, готовых покупать одежду, бытовую технику и электронику только онлайн, на них пришлось 3,8% всех безналичных трат в этой категории в январе-феврале 2021 года.

Источник:

[Потребление после пандемии: онлайн-пользователи стали больше тратить в интернете, «консерваторы» остаются офлайн](#)



# Е-Promo: российский рынок e-commerce достигнет 7,5 трлн руб. к 2025 г.

Е-promo.ru, 10.03.2021

/исследование

По прогнозу digital-агентства Е-Promo, к 2025 году объем российского рынка e-commerce достигнет 7,5 трлн руб. В среднем прирост год к году (CAGR) в периоде 2021-2025 гг. составит порядка 22,8%. Объем мирового рынка eCommerce к 2025 году составит \$7 трлн, CAGR в периоде 2021-2025 гг. — 10,5%.

Динамика развития рынка e-commerce и его эволюция будут определяться несколькими направлениями развития: персонализация товаров и услуг, дополнительные возможности продвижения, а также существенное снижение транзакционных издержек не только на этапах логистики и производства товаров и услуг, но и на этапах разработки и проектирования.

По мнению экспертов, рост рынка e-commerce в ближайшие годы продолжится относительно высокими темпами, но не такими как в 2020 году, который был аномальным с точки зрения изменения потребительского поведения. Ключевые факторы роста:

- продолжение воздействия пандемии, формирование привычки онлайн-покупок;
- повышение доверия к онлайн-покупкам у потребителей;
- взросление и увеличение уровня платежеспособности поколения, для которого онлайн-покупки являются привычным институтом;
- повышение среднего чека онлайн-покупок;
- выход новых отраслей в e-commerce (фарма, авто, ювелирные изделия и др.), увеличение количества категорий в e-commerce и ассортимента в целом.
- По мнению 30% экспертов, в 2020 году увеличилась доля регионов в онлайн-продажах. Москва и Санкт-Петербург по-прежнему лидируют по объему продаж, но регионы активно развиваются и ожидается рост их доли.

Крупные компании и игроки рынка e-commerce (маркетплейсы, соцсети, рекламные площадки и др.) нацелены на формирование собственных экосистем.

Растет популярность партнерских взаимоотношений между различными продавцами из различных отраслей. Такие активности, как коллаборации, интеграции, выпуск совместных лимитированных коллекций, позволяют повысить узнаваемость сотрудничающих брендов, а также увеличить объем продаж.

Источник:

[E-commerce 2021. Аналитический отчет по результатам исследования](#)

Объем российского рынка e-commerce, трлн. руб.: фактические исторические данные и прогноз



# 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:

# Walmart инвестирует в экосистему Rakuten \$153 млн

Corporate.walmart.com, 12.03.2021

/новость

Американский ритейлер Walmart инвестирует \$153 млн в ускорение роста экосистемы Rakuten в Японии и во всем мире. Инвестиции позволят Walmart приобрести 0,9% акций Rakuten.



Rakuten управляет более чем 70 различными технологическими предприятиями, включая сайт электронной коммерции Rakuten Ichiba, платформу электронных книг Kobo и сервис потокового видео Rakuten TV. Walmart начал сотрудничать с Rakuten в 2018 году. Совместные проекты включали открытие онлайн-магазина Walmart на маркетплейсе Rakuten Ichiba.

Инвестиции Walmart являются частью крупного вливания в размере \$2,2 млрд, которое привлекает Rakuten, чтобы составить конкуренцию «большой четверке» американских техгигантов — Amazon, Apple, Facebook и Google. Среди других известных инвесторов — поставщик услуг доставки и логистики Japan Post и технологическая компания Tencent.

Источник:

[Walmart Investment to Accelerate Growth of Rakuten's Global Ecosystem](#)  
[Walmart invests in Japanese tech giant](#)

# Южнокорейский онлайн-ритейлер Coupang в ходе IPO привлек \$4,6 млрд

Reuters.com, 11.03.2021 02:29:00

/новость

Интернет-ритейлер из Южной Кореи Coupang привлек около \$4,6 млрд в ходе крупнейшего первичного публичного размещения акций (IPO) в США в этом году, сообщает [Reuters](#).

Компания продала 130 млн акций по цене \$35 за бумагу, что выше рыночного диапазона от \$32 до \$34. Рыночная стоимость гиганта электронной коммерции со штаб-квартирой в Сеуле составила \$60 млрд.



Компания Coupang, основанная в 2010 году, приобрела известность после запуска службы гарантированной доставки в тот же или следующий день. SoftBank Group владеет 35,1% компании. Coupang управляет маркетплейсом, а также приложением для доставки еды Coupang Eats. Онлайн-ритейлер сосредоточен на внутреннем рынке.

В 2020 году чистые продажи Coupang подскочили на 91% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, до \$11 млрд. Чистый убыток сократился до \$567,6 млн с \$770,2 млн в предыдущем году.

Источник:

[Online boom: SoftBank-backed Coupang surges to over \\$100 billion valuation in debut](#)

# Чистая выручка JD.com выросла на 29,3% в 2020 г.

Ir.jd.com, 11.03.2021

/новость

JD.com, Inc., китайская технологическая компания в сфере электронной коммерции, объявила неаудированные финансовые результаты за квартал и весь год, закончившиеся 31 декабря 2020 года.

В четвертом квартале 2020 года чистая выручка JD.com выросла на 31,4% год к году, составив \$34,4 млрд. Чистая выручка от услуг выросла на 53,2%, до \$4,9 млрд. Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, составила \$3,7 млрд.



За полный 2020 год чистая выручка выросла на 29,3% и составила \$114,3 млрд. Чистая выручка от услуг выросла на 42%, до \$14,4 млрд. Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, составила \$7,6 млрд.

Количество активных профилей клиентов в 2020 году увеличилось на 30,3%, до 471,9 млн.

Источник:

[JD.com Announces Fourth Quarter and Full Year 2020 Results](#)

# Выручка Wish по итогам 2020 года выросла на 34%

Ir.wish.com, 08.03.2021 04:07:00

/новость

Компания ContextLogic Inc., управляющая маркетплейсом Wish, представила финансовые результаты за четвертый квартал и финансовый год, закончившиеся 31 декабря 2020 года.

В четвертом квартале 2020 года выручка компании выросла на 38%, до \$794 млн. Выручка от услуг в сфере логистики выросла на 193%. Количество продавцов из США на площадке увеличилось на 435% г/г.

По итогам 2020 года выручка компании выросла на 34% и достигла \$2,541 млрд. За полный 2020 год количество активных пользователей в месяц (MAU) увеличилось на 19% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и превысило 107 млн. В ходе первичного публичного размещения акций (IPO) в декабре Wish привлек около \$1,1 млрд.

## 2020 was a milestone year for Wish



**\$2.5B**

Revenue  
34% YoY Growth



**107M**

Monthly Average Users  
19% YoY Growth



**550k+**

Partner Merchants



**100+**

Countries



**50k+**

Wish Local Partners



**\$1.1B**

IPO Proceeds Raised

4  
Note: MAUs refer to Monthly Active Users. LTM revenue as December 31, 2020. Countries, Merchants, and MAU data as of December 31, 2020.  
Source: Sensor Tower, Analysis of store intelligence platform data, November 2019.

В первом квартале 2021 года Wish ожидает получить выручку в диапазоне от \$735 млн до \$750 млн.

Источник:

[Wish Reports Fourth Quarter and Fiscal Year 2020 Financial Results](#)

# Рынок e-commerce в Нидерландах составил 26,6 млрд евро в 2020 г.

Ecommercenews.eu, 10.03.2021

/новость

Объем электронной торговли в Нидерландах в 2020 году вырос на 7% и составил 26,6 млрд евро. Рост онлайн-покупок потребителями напрямую связан со вспышкой коронавируса.

Голландцы совершили 335 млн онлайн-покупок, что на 27% больше, чем годом ранее. В 2019 году один житель Нидерландов в среднем делал 19 онлайн-покупок, а теперь уже 24. Кроме того, количество онлайн-покупателей увеличилось на 2%, до 13,8 млн.

В прошлом году онлайн-расходы на продукты выросли на 43%, а количество онлайн-покупок продуктов — на 41%. В сфере услуг онлайн-продажи снизились на 39%, а число онлайн-заказов — на 37%. Высокий рост онлайн-расходов наблюдался в товарных категориях «Дом и быт» (+83%), «DIY/Сад» (+74%), «Спорт и отдых» (+62%).

Источник:

[Ecommerce in the Netherlands: €26.6 billion in 2020](#)

# В 2020 году онлайн-продажи adidas выросли на 53%

Adidas-group.com, 10.03.2021

/новость

Компания adidas продемонстрировала хорошие результаты в 2020 году и вернулась к росту в четвертом квартале. На всех рынках adidas продолжал демонстрировать исключительный рост своего бизнеса в сфере электронной коммерции — в четвертом квартале он составил 43%.

## adidas

Продажи продукции напрямую потребителям в течение квартала выросли на 14%. В целом в четвертом квартале adidas зафиксировал рост продаж на 1% без учета курсовой разницы. Продажи в евро упали на 5%, до 5,548 млрд евро.

В течение 2020 года Adidas удвоил объем электронной коммерции за счет целевого потребительского маркетинга, запуска эксклюзивных продуктов и приоритетного управления цепочками поставок.

Рост глобальных онлайн-продаж ускорился до трехзначных показателей в течение нескольких месяцев в 2020 году и оставался на высоком уровне даже после открытия магазинов. В 2020 году онлайн-продажи выросли на 53% без учета колебаний валютных курсов, превысив 4 млрд евро и обеспечив более 20% общих продаж. Благодаря электронной коммерции выручка компании от прямых продаж потребителям за год выросла на 7% без учета курсовой разницы. В целом годовая выручка adidas снизилась на 14% без учета курсовой разницы. В евро выручка снизилась на 16%, до 19,844 млрд евро.

Источник:

[ADIDAS DELIVERS STRONG FINISH TO 2020](#)

# Inditex увеличил онлайн-продажи на 77% в 2020 г.

Inditex.com, 10.03.2021

/новость

Чистый объем продаж Группы Inditex в 2020 финансовом году (с 1 февраля 2020 года по 31 января 2021 года) составил 20,4 млрд евро. Онлайн-продажи выросли на 77% в местных валютах, до 6,6 млрд евро, что сделало Inditex мировым лидером онлайн-рынка моды. В определенные периоды года рост превышал 100%.

## INDITEX

В течение года Inditex запустила свою платформу онлайн-продаж на 25 новых рынках и открыла новые магазины на 29. Восемь розничных брендов Группы в настоящее время доступны онлайн на 216 рынках по всему миру, 91 из которых предлагают интегрированный опыт покупок в обычном магазине и онлайн.

Быстрое развертывание интегрированной системы управления запасами (SINT), которая уже доступна в 5777 магазинах на 89 рынках, сыграло решающую роль во время пандемии. В частности, SINT позволила выполнить 46 млн онлайн-заказов на сумму 1,16 млрд евро в магазинах Группы в течение года.

Источник:

[Inditex exceeds €1.1 billion net profit](#)

# M&S расширил онлайн-охват до 100 рынков

Corporate.marksandspencer.com, 08.03.2021

/новость

Британский ритейлер M&S запустил 46 флагманских веб-сайтов на новых рынках, расширяя свой онлайн-охват до более чем 100 стран. M&S стремится стимулировать развитие своего онлайн-бизнеса в рамках программы трансформации Never the Same Again и почти вдвое увеличивает количество международных рынков, на которых присутствует только в цифровом формате.

В своих последних промежуточных результатах M&S сообщил о 75%-ном увеличении международных онлайн-продаж.

Компания нацелена на максимальное использование онлайн-возможностей и улучшение сервиса для клиентов как в Великобритании, так и за рубежом. Международные онлайн-каналы M&S теперь доступны на десяти дополнительных языках и в более широком диапазоне валют.

# M&S

EST. 1884

«С самого начала пандемии наш международный бизнес продемонстрировал значительный рост онлайн-продаж, поскольку все большее число клиентов предпочитают делать покупки на наших флагманских веб-сайтах», — прокомментировал Пол Фристон, международный директор M&S.

Источник:

[M&S EXPANDS INTERNATIONAL ONLINE BUSINESS TO OVER 100 MARKETS](#)

# Deutsche Post DHL нарастила выручку на 5,5% в 2020 году благодаря e-commerce

Dpdhl.com, 09.03.2021 07:00:00

/новость

Группа Deutsche Post DHL в 2020 финансовом году нарастила выручку на 5,5%, до 66,8 млрд евро. Рост был вызван в первую очередь бумом мировой электронной коммерции, который привел к значительному увеличению объемов посылок и экспресс-доставки.

В 2020 году объемы отгрузок росли значительно быстрее, чем ожидалось, во всех регионах, особенно в сфере электронной коммерции B2C. Поскольку воздействие пандемии значительно различается в некоторых регионах, подразделение eCommerce Solutions зафиксировало особенно динамичный рост объемов во многих странах Европы и США.

**Deutsche Post DHL Group**

Показатель EBIT увеличился на 17,4% в 2020 году, превысил 4,8 млрд евро. Компания сосредоточилась на прибыльном основном логистическом бизнесе, последовательно ориентируясь на электронную коммерцию и инвестируя в логистическую сеть и цифровизацию.

В 2021 финансовом году Группа ожидает дальнейшего значительного увеличения EBIT до более чем 5,6 млрд евро. Ожидается, что электронная коммерция продолжит расти в текущем году со структурно более высокой начальной точки, в то время как темпы роста должны нормализоваться в течение года. Мировая торговля также, вероятно, продолжит восстановление в 2021 году, что приведет к увеличению объемов глобальной логистической деятельности. В то же время ожидается, что возможности межконтинентальных перевозок останутся ограниченными.

Источник:

[Deutsche Post DHL Group raises mid-term targets further after record earnings](#)

# На онлайн-канал пришлось 42% оборота Mango в 2020 г.

Press.mango.com, 08.03.2021

/новость

MANGO/MNG Holding завершил 2020 финансовый год с оборотом 1,842 млрд евро. Показатель EBITDA после применения стандарта отчетности IFRS-16 составил 193 млн евро. Оборот онлайн-канала достиг 766 млн евро, что на 36% больше, чем в предыдущем году, и теперь составляет 42% от общего оборота группы (в 2019 году — 24%).

Рост онлайн-канала был значительным в 85 странах, в которых он доступен. На некоторых основных рынках компании, таких как Франция, Италия или Португалия, был зафиксирован рост, близкий или превышающий 100%. На физический канал сильно повлияло постоянное применение ограничительных мер, вводимых органами здравоохранения каждой страны, что привело к падению оборота на 43% в этом канале.

# MANGO

Осенью 2020 года компания отметила 20-летие запуска онлайн-продаж и зафиксировала около 750 млн посещений своих платформ, что на 25% больше, чем в предыдущем году. Mango стремится в 2021 году достичь онлайн-оборота в размере 1 млрд евро. Для этого компания применяет гиперперсонализацию просмотра и покупок на всех устройствах, использование новых технологий на основе искусственного интеллекта, улучшение постпродажного обслуживания и включение франшиз в инициативы омниканальной розничной торговли.

Компания ускоряет цифровую трансформацию, инвестируя 27 млн евро в приоритетные проекты.

Источник:

[MANGO CLOSES 2020 WITH A TURNOVER OF 1.842 BILLION EUROS AND AN EBITDA OF 193 MILLION EUROS](#)

# Почти 80% интернет-пользователей в Южной Корее делают покупки онлайн

Datareportal.com, 08.03.2021

/исследование

Согласно отчету We Are Social и Hootsuite, в январе 2021 года интернет использовали 49,75 млн жителей Южной Кореи. Онлайн-покупки совершают 79,7% пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, с использованием мобильных устройств — 59,9%. Самый большой процент цифровых покупателей (83,6%) — в возрастной группе 23-34 года.

В 2020 году жители Южной Кореи потратили на онлайн-покупки потребительских товаров \$74,22 млрд — рост рынка год к году составил 21,9%. На одного покупателя в среднем пришлось \$2012 в год. В категории мода и красота онлайн-продажи составили \$21,55 млрд (+21,3%), электроника и физические медиа — \$13,33 млрд (+16,7%), еда и личная гигиена — \$16,13 млрд (+32,3%), мебель и товары для дома — \$10,74 млрд (+17,2%), игрушки, DIY и хобби — \$12,47 млрд (+20,8%).

В секторе онлайн-туризма продажи за 2020 год снизились на 44,9%, до \$12,78 млрд. В секторе онлайн-заказа такси продаж упали на 38,9%, до \$1 млрд. Онлайн-рынок доставки еды достиг \$2,57 млрд (рост на 27,9%).



Источник:

DIGITAL 2021: SOUTH KOREA

# 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.