

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 13

29 Марта 2021 - 04 Апреля 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight и Avito: рынок C2C онлайн-торговли вырос на 87% за 1,5 года

Доходы Почты России от e-commerce достигли 42 млрд руб. в 2020 г.

«Улыбка радуги» нарастила долю онлайн на 430% в 2020 г.

Яндекс.Лавка появилась на Яндекс.Маркете и вышла в Казань

Ozon нарастил общий объем оборота товаров на 144% в 2020 г.

На онлайн пришлось около 57% оборота «Холодильник.ру» в 2020 г.

Число российских продавцов на eBay выросло на 39% за год пандемии

Яндекс.Маркет запустил доставку за 1-2 часа

Зарубежными онлайн-магазинами реже всего пользуются в Москве

CloudPayments: онлайн-продажи продуктов в пандемию выросли на 255%

Исследование "Онлайн-рынок аптек"

Весь мир:

Сервис доставки Glovo привлек 450 млн евро

Онлайн-продажи в регионе DACH превысили 100 млрд евро

Быстрая доставка привлекает внимание венчурных инвесторов

Онлайн-продажи Next за два месяца выросли на 60%

H&M нарастил квартальные онлайн-продажи на 57%, но терпит убытки

Рынок кросс-бордера в Европе вырос на 35% в 2020 г.

68% покупателей заказывали товары за границей в 2020 г.

DHL Express: рынок электронной торговли B2B вырастет на 70% к 2027 г.

Россия:

Data Insight и Avito: рынок C2C онлайн-торговли вырос на 87% за 1,5 года

Datainsight.ru, 29.03.2021

/новость

Data Insight и **Avito** провели исследование «Рынок c2c онлайн-торговли 2020». Отчет представляет данные о динамике рынка торговли между частными лицами в интернете.



Онлайн-опрос. Ноябрь 2020, Россия, 18-64, 1 800 анкет продавцов.
К какой категории относился товар, который вы тогда продали?

DATA insight
совместно с
Avito

Скачать презентацию исследования: «Рынок c2c онлайн-торговли 2020» (pdf, 1 Мб)

Ключевые результаты:

- Рынок торговли между частными лицами в интернете вырос на 87% за 1,5 года и превысил 1 трлн руб. в 2020 г.
- Количество сделок выросло на 70% и превысило 300 млн.
- Доля продавцов, торгующих товарами, которые были куплены специально для перепродажи, увеличилась в 1,5 раза с 8% в 2017 г. до 12% в 2020 г.
- Продолжает расти количество продавцов и покупателей, которые совершают сделки за пределами своего региона и пользуются услугами доставки.
- 94% покупателей, покупавших у частных лиц в 2020 году, намерены делать это и дальше.
- Avito — лидирующая площадка C2C продаж. Ее использует 80% покупателей на C2C рынке, а количество сделок на платформе достигает 182 млн за год.

Источник:

Исследование Авито и Data Insight: рынок интернет-торговли между частными лицами вырос на 87% за полтора года

Доходы Почты России от e-commerce достигли 42 млрд руб. в 2020 г.

Pochta.ru, 01.04.2021

/новость

Почта России закончила 2020 год с чистой прибылью в размере 2,3 млрд руб. и ростом выручки до 211 млрд руб. Показатель EBITDA составил 7 млрд руб.

На фоне очевидного падения международной выручки заметно росли доходы сектора электронной коммерции. Они достигли 42 млрд руб., что на 12% больше итога 2019 года. Сектор рос из-за бума маркетплейсов, фактора самоизоляции, а также смещения фокуса потребителя на покупки в российских маркетплейсах.



Развитие сервиса и расширение географии приема по действующим услугам стимулировало увеличение объемов отправок. Количество отправок в рамках сервиса «Посылка онлайн» выросло на 42% год в году, до 18,5 млн, в рамках сервиса «Курьер онлайн» — на 86%, до 3 млн.

Цифровая выручка Почты России в 2020 году достигла 37,2 млрд руб.

Источник:

[АО «Почта России» увеличило выручку и закончило 2020 год с чистой прибылью](#)

«Улыбка радуги» нарастила долю онлайн на 430% в 2020 г.

Е-реpper.ru, 01.04.2021

/новость

В структуре продаж сети «Улыбка радуги» в 2020 году доля онлайн выросла на 430%. В 2021 году планируется рост интернет-продаж еще на 150%. Основные драйверы — развитие собственного мобильного приложения с технологией подбора заказов в розничных магазинах и сотрудничество с маркетплейсами.

УЛЫБКА РАДУГИ



В мае 2020 года сеть вышла на AliExpress, а в конце августа преодолела отметку в 1000 заказов в день. В отдельные периоды показатели продаж на платформе росли в 7 раз по сравнению с обычными днями.

В 2020 году «Улыбка радуги» запустила доставку через сервисы СберМаркет и Delivery Club по Москве и Санкт-Петербургу.

В начале 2021 года компания обновила логистическую модель последней мили на платформе за счет интеграции с логистическим оператором «Цайняо». Покупателям доступна курьерская доставка и доставка в пункты самовывоза по всей стране.

В 2021 году сеть сосредоточится на росте продаж на AliExpress, улучшении клиентского опыта и расширении уникального доступного по цене ассортимента.

Источник:

["Улыбка радуги" рвется в онлайн](#)

Яндекс.Лавка появилась на Яндекс.Маркете и вышла в Казань

Retail-loyalty.org, 01.04.2021

/новость

Яндекс.Маркет начал продавать свежие продукты из Лавки с доставкой за 15 минут. Кнопка заказа продуктов из Лавки появится в приложении Маркета и будет доступна в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Ленинградской области и Нижнем Новгороде.

Сейчас раздел товаров с продуктами питания на Маркете насчитывает 45 тыс. позиций. Сотрудничество с Лавкой дает возможность добавить 2500 наименований свежих продуктов и товаров под собственным брендом «Из Лавки», а также готовую еду и горячие напитки. По итогам 2020 года оборот grosery-бизнеса Яндекса (Яндекс.Лавка, доставка Яндекс.Еды из ритейла, продукты и товары повседневного спроса на Яндекс.Маркете) достиг 24 млрд руб.



Яндекс.Лавка запустилась в Казани, сообщили [«Ведомости»](#). Татарстан стал шестым регионом, в котором работает сервис. До конца года в развитие сервиса в регионе планируется инвестировать 250 млн руб.

Четверть ассортимента — товары местных производителей. Также в сервисе появится «Экспериментальная полка» — небольшие местные производители смогут продавать свои товары через Лавку.

Казань станет первым городом, где в точках сервиса будут выдавать заказы Яндекс.Маркета.

Источник:

[На Яндекс.Маркете появится Лавка](#)
[«Яндекс.Лавка» открылась в Казани](#)

Ozon нарастил общий объем оборота товаров на 144% в 2020 г.

Corp.ozon.com, 30.03.2021

/новость

Ozon представил финансовые результаты за четвертый квартал и год, закончившиеся 31 декабря 2020 года.

В четвертом квартале 2020 года количество заказов на Ozon увеличилось на 137% год к году — до 29,6 млн. Общий объем оборота товаров (GMV), включая услуги, вырос на 147% в годовом исчислении, до 75,8 млрд руб. Доля маркетплейса достигла 52,3% в процентах от GMV, включая услуги, по сравнению с 25,5% в четвертом квартале 2019 года. Отрицательная скорректированная EBITDA составила 3,6 млрд руб.

По итогам 2020 года Ozon

зафиксировал 73,9 млн заказов — на 132% больше, чем за 2019 год. GMV, включая услуги, вырос на 144%, до 197,4 млрд руб. Доля маркетплейса составила 47,8% в процентах от GMV, включая услуги, по сравнению с 17,4% в 2019 году. Отрицательная скорректированная EBITDA составила 11,7 млрд руб. против отрицательного показателя на уровне 15,8 млрд руб. в 2019 году, что в целом соответствовало ожиданиям руководства компании.

По состоянию на 31 декабря 2020 года количество активных покупателей на платформе Ozon увеличилось на 75% в годовом исчислении, до 13,8 млн.

К концу 2020 года Ozon управлял одной из крупнейших логистических сетей в России, включая более 220 000 кв. м фулфилмент-центров в Москве и Московской области, Твери, Санкт-Петербурге, Казани, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске.

По состоянию на 31 декабря 2020 года компания управляла более 10 000 пунктов выдачи, включая ПВЗ под брендом Ozon и постаматы. Более 80% фирменных пунктов выдачи Ozon являются франчайзинговыми. По оценкам компании, к концу 2020 года более 85 млн человек в России имели доступ к курьерской доставке или пункту выдачи товаров в пешей доступности.

Ozon сообщил о сменах в руководстве. Финансовый директор Даниил Федоров назначен на должность главного операционного директора. Позицию финансового директора занял Игорь Герасимов.

Источник:

[Ozon announces fourth quarter and full year 2020 financial results](#)

(RUB in millions, unless indicated otherwise)	For the three months ended			For the year ended		
	December 31,			December 31,		
	2020	2019	YoY change, %	2020	2019	YoY change, %
GMV incl. services	75,848	30,684	147%	197,414	80,815	144%
Number of orders, million	29.6	12.5	137%	73.9	31.8	132%
Number of active buyers, million	13.8	7.9	75%	13.8	7.9	75%
Share of Marketplace GMV, %	52.3	25.5	26.8pp	47.8	17.4	31.4pp
Gross profit	11,618	3,984	192%	31,491	11,259	180%
Gross profit as % of GMV	15.3	13.0	2.3pp	16.0	13.9	2.1pp
Adjusted EBITDA	(3,576)	(5,262)	32%	(11,716)	(15,832)	26%
Adjusted EBITDA as a percentage of GMV incl. services, %	(4.7)	(17.1)	12.4pp	(5.9)	(19.6)	13.7pp
Cash from Operating Activities	10,644	(2,722)	n/a	6,570	(14,312)	n/a
Free Cash Flow	7,787	(4,740)	n/a	(2,566)	(19,947)	87%

На онлайн пришлось около 57% оборота «Холодильник.ру» в 2020 г.

Retail-loyalty.org, 30.03.2021 15:04:00

/НОВОСТЬ

Розничная выручка «Холодильник.ру» в 2020 году увеличилась более чем на 30% год к году, общий оборот достиг 25 млрд руб. Валовая прибыль ритейлера выросла на 40%, до 3,25 млрд руб. Около 57% оборота пришлось на онлайн-сегмент.

В интернет-магазине было продано товаров на 14,3 млрд руб., что на 45% больше, чем в 2019 году. Количество уникальных посетителей сайта за 12 месяцев 2020 года составило почти 20 млн человек.

HOLODILNIK.RU
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ

В 2020 году компания укрепила одну из лидирующих позиций в российском e-commerce по продаже крупной бытовой техники. Средний чек на конец декабря 2020 года в интернет-канале составлял около 32 000 руб., что делает «Холодильник.ру» лидером российского интернет-рынка по этому показателю.

Источник:

[HOLODILNIK.RU подвел итоги 2020 года](#)

Число российских продавцов на eBay выросло на 39% за год пандемии

Vc.ru, 30.03.2021 15:23:00

/новость

С момента введения мер социального дистанцирования более 11,5 тыс. предпринимателей начали трансграничные продажи на eBay — число российских экспортеров на платформе возросло на 39%, достигнув более 41 тыс. Ключевыми странами в географии продаж российских продавцов стали США, Великобритания, Германия, Канада и Франция.

В топ категорий, показавших наибольший рост по трансграничным продажам, вошли «Товары для рыбалки» (+6302%), «Наушники» (+1797%), «Футбольные коллекционные карточки» (+763%), «Ноутбуки Apple» (+254%), «Товары для охоты» (+165%), «Художественная литература» (+146%).



Лидерами роста среди категорий товаров, популярных у российских покупателей в прошедшем году, стали «Автомобильные запчасти и аксессуары» (+1812%), «Товары с автографами от игроков NBA» (+1014%), «Монеты из разных стран мира» (+762%), «Французские декоративные изделия из стекла и кристаллы» (+141%), «Лампы для аквариумов» (+119%).

Источник:

[Число российских продавцов на eBay увеличилось на 39% за год пандемии коронавируса](#)

Яндекс.Маркет запустил доставку за 1-2 часа

Vc.ru, 29.03.2021 12:53:00

/новость

Яндекс.Маркет и «Доставка Яндекс GO» запустили экспресс-доставку (за 1-2 часа) 20 тыс. наименований товаров из более 30 партнёрских магазинов, сообщает vc.ru. К концу 2021 года ассортимент вырастет до 300 тыс. Условия и тарифы доставки для продавцов не изменятся.

Товары с пометкой «Доставим за 1-2 часа» можно будет найти с помощью фильтра «Доставим сегодня» или в разделе каталога «Экспресс-доставка» на сайте или в приложении Маркета. Экспресс-доставка стоит 199 руб., при заказе на сумму больше 5000 руб. она будет бесплатной.

Яндекс Маркет

Доставку тестируют в Москве, в ближайшую неделю она станет доступна жителям Екатеринбурга и Казани по цене 99 руб. В течение пары недель экспресс-доставка появится в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону, а до конца года — в других городах.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» запустил экспресс-доставку товаров за 1-2 часа в Москве](#)

Зарубежными онлайн-магазинами реже всего пользуются в Москве

1prime.ru, 02.04.2021 06:24:00

/исследование

По данным аналитиков платежной системы «Мир», зарубежными онлайн-магазинами чаще всего пользуются жители Дальневосточного федерального округа, сообщает [ПРАЙМ](#). На Урале и в центральной России зарубежные площадки не популярны совсем, причем меньше всего по стране ими пользуются в Москве (12%).

При этом 49% россиян периодически пользуется сервисами доставки. До пандемии 47% респондентов отмечали, что пользуются доставкой. В Москве число пользователей доставки составляет 71%, в миллионниках — 50%, в небольших городах — 38%. Самые активные пользователи сервисов доставки — люди 25-34 лет. А 52% тех, кто в принципе заказывает доставку, за прошедший год стали пользоваться ею чаще.



Опыт покупок в интернете в целом есть у 66% россиян, в Москве этот показатель доходит до 82%. 74% онлайн-покупателей предпочитают российские онлайн-магазины, 20% чаще делают покупки в зарубежных.

Источник:

[Аналитики выяснили, кто пользуется зарубежными интернет-магазинами](#)

CloudPayments: онлайн-продажи продуктов в пандемию выросли на 255%

Е-реpper.ru, 30.03.2021

/исследование

Согласно отчету платежного сервиса CloudPayments, интернет-продажи продуктов питания с марта 2020 года по февраль 2021 года выросли на 255%, хотя в прошлые годы рост не превышал 53%.

Спрос на спортивные товары в 2020 году увеличился в онлайн-сегменте на 69% против 15%-ного роста до кризиса. Оборот в категории электроники в пандемию стал больше на 83% по сравнению с предыдущим соответствующим периодом. До кризиса оборот рос на 39% год к году.

В категориях онлайн-продаж готовой еды с доставкой и онлайн-образования рост составил 24% и 18% соответственно.



Источник:

[eGrocery вырос в кризис на 255%: аналитика CloudPayments](#)

Исследование "Онлайн-рынок аптек"

Datainsight.ru, 13.01.2020

/реклама

Данная категория является одной из самых недооцененных, но при этом 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 - Протеком) 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 интернет, можно ожидать взрывообразного роста сегмента. Интерес к сегменту гигантов онлайн-торговли, таких как OZON.ru и Wildberries.ru – наглядная демонстрация.

Ключевые показатели:

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

Состав сектора:

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

Каналы продвижения:

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

Формат исследования – файл pdf, 50 слайдов

Стоимость исследования – 50 000 рублей + НДС

Сроки подготовки - 2 дня после оплаты

Контакты для заказа отчета:

coordinator@datainsight.ru

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

Сервис доставки Glovo привлек 450 млн евро

About.glovoapp.com, 04.04.2021

/новость

Сервис доставки Glovo привлек 450 млн евро в рамках раунда финансирования серии F, возглавляемом инвестиционными фондами Lugard Road Capital и Luxor Capital Group из Нью-Йорка. Это крупнейший раунд финансирования в истории испанского стартапа.

Glovo планирует использовать средства, чтобы расширить присутствие на 20 рынках, где работает в настоящее время. Компания сфокусируется на развитии нового подразделения Q-Commerce, которое занимается быстрой доставкой. В своих крупнейших городах сервис уже может обеспечить сверхбыструю доставку в течение 10 минут через свою сеть дарксторов



Компания управляет дарксторами в Барселоне, Мадриде, Лиссабоне и Милане, а также планирует открыть аналогичные магазины в Валенсии, Риме, Порту и Бухаресте. К концу 2021 года компания намерена открыть 200 дарксторов.

Источник:

[Glovo raises €450M in Series F funding round led by Lugard Road Capital and Luxor Capital Group](#)

Онлайн-продажи в регионе DACH превысили 100 млрд евро

Ecommercenews.eu, 02.04.2021

/новость

Впервые консолидированный объем электронной торговли в Германии, Австрии и Швейцарии (регион DACH) превысил 100 млрд евро. Немецкоязычные рынки электронной коммерции в настоящее время генерируют больше продаж, чем любая другая языковая зона в Европе.

В Германии, Австрии и Швейцарии средний заказ на душу населения составлял около 1000 евро в год. Это значительно больше, чем во Франции, но значительно меньше, чем в Великобритании.



В процентном отношении рост рынка электронной коммерции в прошлом году был самым сильным в Швейцарии (27,9% по сравнению с 2019 годом). За этой страной DACH следуют Австрия (17,4%) и Германия (14,6%). Доля электронной коммерции в розничной торговле продолжает неуклонно расти на всех трех рынках.

В прошлом году потребители в Швейцарии купили товаров на общую сумму 11,84 млрд евро. Онлайн-продажи в этой стране увеличились вдвое за шесть лет. В Австрии объем электронной торговли превысил 8,5 млрд евро. При этом онлайн-оборот, генерируемый с помощью мобильных устройств, увеличился более чем на 50%. В Германии продажи через интернет в 2020 году составили 83,3 млрд евро.

Онлайн-продажи продуктов питания в Швейцарии составили 1,5 млрд евро, в Германии — 2,3 млрд евро, а в Австрии — всего 63 млн евро. В Германии на продукты питания в интернете на душу населения было потрачено 33 евро, в Швейцарии — 175 евро, а в Австрии — 78 евро.

Источник:

[Ecommerce in DACH region surpasses 100 billion euros](#)

Быстрая доставка привлекает внимание венчурных инвесторов

Pymnts.com, 02.04.2021

/новость

Q-commerce (q означает quick), коммерция с быстрой доставкой, стала основным направлением венчурных инвестиций. Испанский сервис курьерской доставки Glovo привлек \$530 млн в рамках раунда финансирования серии F. Служба доставки еды Deliveroo привлекла более \$2 млрд перед выходом на Лондонскую фондовую биржу.

Ранее в этом месяце берлинский стартап Gorillas привлек \$288 млн в рамках раунда финансирования серии B. Стоимость службы доставки продуктов составила \$1 млрд всего через девять месяцев после запуска. Сервис обещает доставить продукты за 10 или меньше минут людям в зонах обслуживания, которые в настоящее время охватывают 12 городов по всей Европе, включая Мюнхен, Берлин, Амстердам и Лондон.



В январе этого года в рамках раунда финансирования серии A, проводимого венчурной компанией Left Lane Capital, супермаркет с доставкой Weezy привлек \$20 млн. Используя это вливание, компания планирует расширить свои услуги по всей Великобритании. Компания Zapp, которая также осуществляет доставку из собственных магазинов, получила финансирование в размере \$100 млн.

Итальянская компания Everli, занимающаяся закупкой продуктов из крупных супермаркетов и их доставкой потребителям, на прошлой неделе привлекла \$100 млн в рамках раунда финансирования серии C. Компания Rohlik в Чехии получила \$230 млн, которые планирует использовать для расширения своей службы доставки.

Источник:

[Q-Commerce Startups Soar With Focus On Speedy Delivery](#)

Онлайн-продажи Next за два месяца выросли на 60%

Theguardian.com, 01.04.2021 18:22:00

/новость

Акции британского ритейлера одежды Next достигли рекордного максимума после объявления о том, что его онлайн-продажи за последние два месяца выросли на 60%. Сейчас это крупнейший в Великобритании интернет-магазин одежды, опережающий Asos и Boohoo.

До кризиса в области здравоохранения более половины продаж Next уже приходилось на онлайн. В отличие от конкурентов (таких как Primark, у которой даже нет веб-сайта) компания смогла увеличивать продажи, даже когда ее магазины были закрыты. Next продает на своем сайте продукцию сотни других, часто более популярных брендов, в том числе Adidas, Nike и North Face. На сайте представлено свыше 200 000 товаров.

The logo for the company Next, consisting of the word "next" in a lowercase, sans-serif font.

Устойчивость Next контрастирует с результатами конкурентов. Универмаг John Lewis собирается закрыть больше магазинов после потери 517 млн фунтов стерлингов в 2020 году, а Marks & Spencer понесла первую потерю за 94 года как публичная компания.

Показатели Next также дают представление об образе жизни и тратах в 2020 году. В то время как спрос на праздничную одежду, костюмы, платья для вечеринок и обувь упал на 41%, продажи джоггеров, детской одежды и товаров для дома выросли на 3%. Аналитики отмечают, что Next продает базовую одежду, которую хотели купить люди.

Источник:

[Next shares hit all-time high as Covid crisis fuels online sales surge](#)

Н&М нарастил квартальные онлайн-продажи на 57%, но терпит убытки

Ft.com, 31.03.2021

/новость

Шведский ритейлер модной одежды Hennes & Mauritz потерпел убытки за трехмесячный период, который завершился в конце февраля, поскольку из-за последних ограничений более трети его магазинов по всему миру закрылись. Убыток до налогообложения, составивший \$160 млн, вызван падением продаж на 21% по сравнению с тем же периодом прошлого года, сообщает [FT](#).

Интернет-продажи компании выросли на 57% в годовом исчислении в первом квартале, в то время как продажи с 1 по 28 марта выросли на 55%. Натали Берг, розничный аналитик консалтинговой компании NBK Retail, заявила, что Н&М «все еще расплачивается за то, что отстает в цифровой сфере», и добавила, что компании «нужно двигаться быстрее, чтобы объединить свои физические и цифровые предложения в гораздо более бесшовный путь... поскольку они все еще довольно разрозненные».



Перед пандемией Н&М наращивал свою долю рынка медленнее, чем более крупный конкурент Inditex и онлайн-магазины Zalando и Asos. Китай, в котором Н&М управляет более чем 500 магазинами, единственный из 10 крупнейших рынков, где в первом квартале компания зафиксировала рост продаж.

Однако на прошлой неделе одежда Н&М исчезла из поиска на Tmall и JD.com. Компания подтвердила, что в настоящее время в Китае закрыто около 20 магазинов. Это реакция на заявление Н&М, в котором компания выразила обеспокоенность сообщениями о принудительном труде в регионе Синьцзян.

Источник:

[H&M falls to loss as lockdowns force store closures](#)

Рынок кросс-бордера в Европе вырос на 35% в 2020 г.

Cbcommerce.eu, 31.03.2021

/исследование

Согласно данным Cross-Border Commerce Europe, в 2020 году выручка от трансграничной электронной торговли (без учета путешествий) в Европе достигла 146 млрд с рекордным ростом на 35% по сравнению с 2019 годом. Общий онлайн-оборот в сегменте B2C в Европе вырос на 24%, до 573 млрд евро.

На топ-500 европейских трансграничных ритейлеров приходится 61% от общего объема трансграничного рынка электронной коммерции в Европе (53,25 млрд евро) в странах ЕС-16; их продажи выросли на 34% по сравнению с 2019 годом.

В топ-10, на долю которого приходится 22,2% продаж топ-500, лидирующие позиции сохраняет IKEA с международным товарооборотом в размере 5,1 млрд евро (рост на 11% к 2019 году). В 2020 году трансграничный товарооборот H&M за пределами Швеции достиг почти 4 млрд евро.

5 TOP 500 online cross-border EU retailers 2020

€573 bn of which 25,5% is cross-border
Total CB turnover EU16: **€146 bn** +35%*

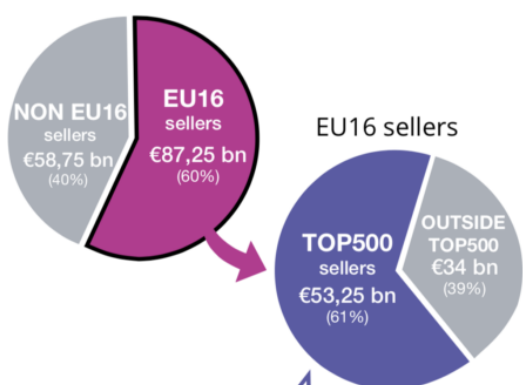
B2C cross-border e-commerce EU 16



CB turnover will grow drastically over the next 2 years

EXCLUDING

TRAVEL



1. United Kingdom €33 bn +38%*
2. Germany €27 bn +43%*
3. France €20 bn +34%*
4. Spain €10 bn +30%*
5. The Netherlands €4,4 bn +26%*

*growth vs 2019

TOP 10 European cross-border retailers

	Parent company	Company	Country	Category	Sector
1	IKEA Group	IKEA	Sweden	Multichannel Retailer	Home - Garden - DIY
2	H&M Group	H&M	Sweden	Multichannel Retailer	Fashion - Jewelry - Baby
3	Pandora A/S	Pandora	Denmark	Multichannel Retailer	Fashion - Jewelry - Baby
4	Smyths Toys HQ UC	Smyths Toys	Ireland	Multichannel Retailer	Toys - Games
5	The Lego Group	Lego	Denmark	Brand Manufacturer	Toys - Games
6	Nestlé Group	Nespresso	Switzerland	Brand Manufacturer	Food - Drinks
7	Expert International	Expert	Switzerland	Multichannel Retailer	Consumer Electronics
8	H&M Group	COS	Sweden	Multichannel Retailer	Fashion - Jewelry - Baby
9	Swarovski AG	Swarovski	Austria	Brand Manufacturer	Fashion - Jewelry - Baby
10	H&M Group	& Other Stories	Sweden	Multichannel Retailer	Fashion - Jewelry - Baby



Powered by



Source: Cross-Border Commerce Europe

Источник:

THIRD EDITION OF THE "TOP 500 CROSS-BORDER RETAIL EUROPE": AN ANNUAL RANKING OF THE TOP 500 EUROPEAN CROSS-BORDER ONLINE SHOPS

68% покупателей заказывали товары за границей в 2020 г.

Eshopworld.com, 31.03.2021

/исследование

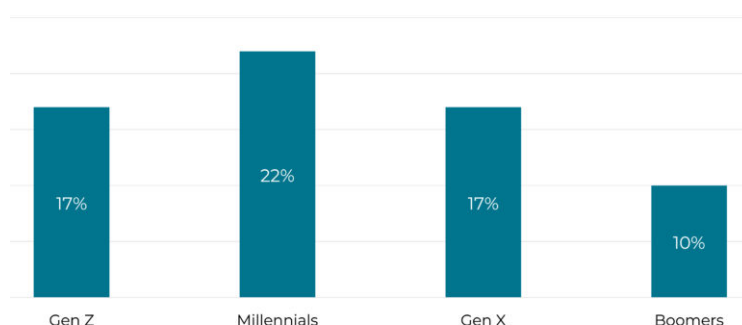
Согласно исследованию Global Voices 2021: Cross-Border Insights, проведенному eShopWorld среди 22 000 респондентов в 11 странах, в 2020 году 68% покупателей заказывали товары за рубежом.

Совершили 11 или более покупок за границей в прошлом году 33% покупателей в возрасте 25-34 лет, 32% — в возрасте 35-44 лет, 29% — в возрасте 18-24 лет. Наиболее популярными были такие категории, как одежда (30%), игрушки (19%), здоровье и красота (19%).

Миллениалы составляют 40% трансграничных покупателей и 47% тех, кто тратит на трансграничные покупки более \$500. Представители этого поколения также преобладают среди активных покупателей.

Почти 30% представителей поколения Z, совершавших покупки за границей, делали их напрямую у брендов (по сравнению с 23% миллениалов и 23% представителей поколения X). Молодые покупатели все больше склоняются к глобальным платежным системам и вариантам «Купить сейчас, заплатить позже».

WHO ARE THE CROSS-BORDER POWER SHOPPERS?



Бэби-бумеры в возрасте от 57 до 75 лет вовлечены в международную электронную торговлю больше, чем когда-либо прежде. При этом 43% предпочитают, чтобы сайты предоставляли информацию на их местном языке, 39% ожидают цен в местной валюте, а 29% предпочитают четко сформулированную политику возмещения при совершении трансграничных покупок. 42% назвали стоимость основным фактором (так же думают 32% более молодых респондентов).

Трансграничные покупатели предпочитают использовать кредитные или дебетовые карты, однако они вдвое чаще используют гибкие или альтернативные способы оплаты. 23% используют глобальные кошельки, такие как PayPal, Apple Pay и т. д.

Согласно опросу, 59% потребителей делали покупки у брендов или на маркетплейсах из Китая. Американские бренды и ритейлеры привлекли 51% покупателей из-за границы, а британские сайты — 20% международных клиентов.

Больше всего кросс-бордерных покупателей — в Турции, Мексике, России, Сингапуре.

Источник:

[Global Voices 2021 Cross-Border Shopper Insights](#)

DHL Express: рынок электронной торговли B2B вырастет на 70% к 2027 г.

Reuters.com, 30.03.2021 11:59:00

/мнение

Компания DHL Express прогнозирует, что к 2027 году мировой рынок электронной торговли B2B вырастет более чем на 70%, до \$20,9 трлн, сообщает [Reuters](#).

Дочерняя компания Deutsche Post в прошлом году нарастила выручку почти на 12%, до \$22,41 млрд, поскольку все больше компаний и потребителей перешли на электронную коммерцию из-за пандемии. Согласно исследованию DHL Express, эта тенденция установилась твердо и переживет пандемию. Одним из факторов, способствующих росту транзакций между бизнесом (B2B), является поколение миллениалов, которое уже привыкло использовать цифровые платформы для транзакций между бизнесом и клиентом (B2C).



На поколение миллениалов приходится 73% всех решений о покупках между предприятиями (B2B). Ожидается, что к 2025 году 80% всех транзакций между поставщиками и бизнес-клиентами будут происходить на платформах закупок и в других цифровых каналах.

Источник:

[Business-to-business e-commerce boom only just beginning: DHL](#)

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
- развитии 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.