

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 14

05 Апреля 2021 - 11 Апреля 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. ТОП-100 крупнейших интернет-магазинов России 2020

Data Insight. Победители номинаций Top 100 Party 2021

Data Insight. Интернет-торговля в России 2020

Оборот Wildberries вырос на 79% в I кв. 2021 г.

AliExpress Россия впервые раскрыл оборот за финансовый год: 229,3 млрд руб.

Онлайн-продажи сети «Дочки-Сыночки» выросли более чем вдвое в 2020 г.

12 storeez первым из российских брендов запустил прямые продажи на Farfetch

Точки СБЕР ЕАПТЕКИ появятся в медицинских офисах «Инвитро»

igooods нарастил оборот в 1,5 раза в I кв. 2021 г.

Почта России запустила сеть drop-off пунктов для продавцов маркетплейсов

«Авито» меняет структуру компании

АКИТ: внутренний рынок e-commerce в январе-феврале 2021 вырос на 44,2%

Авито: интерес к покупке интернет-магазинов вырос на 31% в I кв. 2021 г.

Delivery Club: регионы лидируют по динамике заказов в I кв. 2021 г.

Международная еcom-конференция для брендов, селлеров и торговых площадок IDRF'21

Весь мир:

Антимонопольный регулятор Китая оштрафовал Alibaba на \$2,75 млрд

Выручка Asos за 6 месяцев выросла на четверть

Электронная коммерция Турции выросла на 66% в 2020 г.

9% онлайн-продаж в США происходят с использованием click-and-collect

Snapchat купил приложение для рекомендаций одежды

Mastercard: траты на онлайн-покупки в мире выросли на \$900 млрд в 2020 г.

Объем e-commerce доставок из ЕС в Великобританию сократился на 50%

54% британских интернет-покупателей приобретали онлайн больше в 2020 г.

В праздничный сезон 2020 в Европе и США росли мультиканальные продажи

Россия:

Data Insight. ТОП-100 крупнейших интернет-магазинов России 2020

Top100.datainsight.ru, 13.04.2021

/новость

Data Insight представляет рейтинг **100 крупнейших интернет-магазинов и маркетплейсов** за 2020 год.

По сравнению с рейтингом за 2019 год, в списке появилось 19 новых проектов, не входивших в аналогичный топ за прошлый год. Суммарно 100 крупнейших онлайн-ритейлеров России доставили за 2020 год 719 млн заказов, что почти в 2 раза превышает показатели 2019 года. Объем продаж в рублях в сумме по топ-100 вырос на 78% до 2 094 млрд рублей.

Крупнейшие интернет-магазины:

1 место — wildberries.ru, оборот 413 200 млн рублей, рост 96%

2 место — ozon.ru, оборот 197 000 млн рублей, рост 144%

3 место — citilink.ru, оборот 132 730 млн рублей, рост 47%

[Полный рейтинг крупнейших интернет-магазинов за 2020 год](#)



Рейтинг ТОП-100

Методика расчета

Принять участие в рейтинге

Мониторинг новостей

РЕЙТИНГ ТОП-100 КРУПНЕЙШИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ РОССИИ

Data Insight публикует рейтинг Top-100 2020. В рейтинг включены сто крупнейших российских магазинов по объему онлайн-продаж за 2020 год.

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные, предоставленные интернет-магазинами, так и собственные данные DI, в том числе, поэтапное уточнение данных рейтинга у представителей самих магазинов.

Рейтинг интернет-магазинов включает данные по объему онлайн-продаж, количеству заказов и среднему чеку.

По умолчанию рейтинг отсортирован по объему онлайн-продаж.

Сортировка:

☒ Онлайн-продажи

☐ Заказы

☐ Средний чек

Фильтр по категории

Выберите категорию

Сброс

ТОП-100 2020

#	Магазины	Категория	Онлайн-продажи, млн руб.		Заказы, тыс.		Средний чек	
			2020	Рост	2020	Рост	2020	Рост
1	wildberries.ru [1]	универсальные магазины	413 200	96%	305 000	100%	1 350	-2%
2	ozon.ru [1]	универсальные магазины	197 000	144%	73 800	133%	2 670	5%
3	citilink.ru	электроника и техника	132 730	47%	12 390	23%	10 710	19%
4	dns-shop.ru	электроника и техника	116 760	117%	12 370	82%	9 440	20%
5	mvideo.ru	электроника и техника	113 200	100%	8 900	71%	12 720	17%
6	eldorado.ru	электроника и техника	53 760	95%	6 400	80%	8 400	8%
7	lamoda.ru [1]	одежда, обувь и аксессуары	52 970	32%	14 550	28%	3 640	4%
8	apteka.ru	здоровье	50 070	46%	32 240	48%	1 550	-2%
9	aliexpress.ru [2]	универсальные магазины	49 000	171%	19 060	218%	2 570	-15%
10	pokupki.market.yandex.ru	универсальные магазины	44 090	136%	15 490	159%	2 850	-9%

Источник:

[РЕЙТИНГ ТОП-100 КРУПНЕЙШИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ РОССИИ](#)

Data Insight. Победители номинаций Top 100 Party 2021

Datainsight.ru, 08.04.2021

/новость



Data Insight провела 8 апреля награждение лучших интернет-магазинов России Top-100 Party 2021 при поддержке генерального партнера — IML, партнеров мероприятия — PimSolutions, 5post, DPD и MGCom, а также специального партнёра People&Screens.

НОМИНАЦИИ

ЛИДЕР РЫНКА

- I МЕСТО: [Wildberries.ru](https://www.wildberries.ru)
- II МЕСТО: [Ozon.ru](https://www.ozon.ru)
- III МЕСТО: [Citilink.ru](https://www.citilink.ru)

ЛИДЕР РОСТА

- СТАЙЕР: [Leroymerlin.ru](https://www.leroymerlin.ru)
Самые высокие минимальные за 3 года темпы роста
- ПРОРЫВ ГОДА: [Sbermarket.ru](https://www.sbermarket.ru)
Наибольший объем онлайн-продаж среди интернет-магазинов, впервые вошедших в топ-100
- ЧИСТЫЙ ОНЛАЙН: [iGoods.ru](https://www.igoods.ru)
Наибольшие темпы роста среди не имеющих собственных полноценных оффлайн-магазинов
- УСКОРЕНИЕ: [Mvideo.ru](https://www.mvideo.ru)
Максимальное улучшение динамики в 2020 году относительно динамики 2019 года
- ПОТЕНЦИАЛ: [Ormatek.com](https://www.ormatek.com)
Интернет-магазин из числа не входящих в топ100, который при линейном продолжении роста прошедшего года будет выше всего по объему онлайн-продаж в текущем году
- РАЗВИТИЕ: [Leroymerlin.ru](https://www.leroymerlin.ru)
Наибольшие темпы роста
- РОСТ ДОЛИ РЫНКА: [Wildberries.ru](https://www.wildberries.ru)
Наибольший прирост доли онлайн-рынка

БРЕНД В ОНЛАЙНЕ

- РАЗВИТИЕ РИТЕЙЛ-БРЕНДА: [iGoods.ru](https://igoods.ru)
Наибольшие темпы роста объемов прямого трафика среди магазинов, входивших в топ-100 предыдущего года.
- ПРОДАЖИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ: [Tvoe.ru](https://tvoe.ru)
Бренд с наибольшим объемом прямых продаж через маркетплейсы.
- ОБЪЕМ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ: [Ikea.com](https://ikea.com)
Наибольший объем онлайн-продаж среди производителей.
- РОСТ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ: [Ikea.com](https://ikea.com)
Наибольшие темпы роста объема онлайн-продаж среди производителей

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ

- ПРОДВИЖЕНИЕ ECOMMERCE: [Wildberries.ru](https://wildberries.ru)
Лидер по условным баллам продвижения eCommerce — считается как произведение оффлайн-рекламного бюджета на отношения объема онлайн-продаж в 2020 и 2019. Включаются только онлайн-онли игроки.
- ЛИДЕР OMNI: [Mvideo.ru](https://mvideo.ru)
Лидер [рейтинга](#) омниканальных ритейлеров.

Источник:

[Data Insight. Победители номинаций Top 100 Party 2021](#)

Data Insight. Интернет-торговля в России 2020

Datainsight.ru, 06.04.2021

/новость

Data Insight опубликовал ежегодный отчет «Интернет-торговля в России 2020», который содержит ключевые цифры за 2020 год и данные об интернете, онлайн-покупках, доставке из онлайн-магазинов, покупателях и по потребительскому поведению.

0 / Онлайн B2C в России, 2020

8

Интернет-торговля (B2C-торговля) – покупка у юридического лица материальных товаров через интернет. Под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение независимо от способа оплаты и доставки/получения заказа.


830 млн
заказов


3 260 руб.
средний чек

2,7
трлн руб.
объем рынка

Оценка включает покупки материальных товаров в российских розничных интернет-магазинах, работающих с частными покупателями, и не включают туристические и иные услуги, заказ готовой еды, покупку билетов на мероприятия и транспорт, покупку цифровых/виртуальных товаров, трансграничные покупки. Учитывается конечная стоимость для покупателя, включая НДС и стоимость доставки.

Источник: данные Data Insight, март 2021

DATA
insight

Скачать презентацию **Интернет-торговля в России 2020** (pdf, 17 MB)

Основные выводы:

- Объем рынка интернет-торговли в России составил 2,7 трлн рублей, 830 млн заказов.
- Прогноз Data Insight: Российский рынок e-commerce вырастет на 34% к 2024 году.
- Все больший процент населения России выбирают смартфоны для выхода в интернет. За год -25% аудитории интернета в России пришлось на DESKTOP EXCLUSIVE.
- За 2020 год количество заказов онлайн B2C выросло на 78%. Почти 50% заказов онлайн составили заказы на крупных универсальных маркетплейсах.
- Онлайн C2C рынок в денежном эквиваленте вырос на 87% за 1,5 года, его годовой объем составил в 2020 году 1,06 трлн рублей при 568 млрд в H2 2018- H1 2019.
- Объем рынка розничного онлайн-экспорта в России составил 1,16 млрд долларов. По сравнению с прошлым годом количество отправок выросло на 11,7 млн, а средний чек снизился на 19%.
- По оценке Data Insight, только за три квартала 2020 был доставлен 601 млн отправок. Это на 27% больше, чем в 2019 году целиком. Разница с первыми тремя кварталами 2019 года составляет 82%.
- Топ-3 категории крупнейших российских интернет-магазинов: электроника и техника, товары для дома и ремонта, одежда и обувь.
- При выборе способа оплаты почти 80% покупателей смотрят на размер комиссии, для 25% из них комиссия — первое, на что они обратят внимание при покупке. При принятии решения о покупке большинство покупателей смотрят на удобство оплаты — 75%.

Источник:

[Интернет-торговля в России 2020](#)

Оборот Wildberries вырос на 79% в I кв. 2021 г.

Tass.ru, 09.04.2021

/НОВОСТЬ

С января по март 2021 года Wildberries нарастил оборот на 79% относительно аналогичного периода 2020 года, до 134,7 млрд руб., сообщает [ТАСС](#). Количество заказов в первом квартале выросло на 108%, до 126,5 млн.

Число продавцов онлайн-платформы увеличилось на 70 тыс. и составило 162 тыс. Свыше 80% продавцов площадки — представители малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели и самозанятые.



Категории с самыми высокими темпами роста оборота в годовом исчислении: товары для здоровья (+258%), продукты питания (+228%), спорттовары (+191%), товары для дома и дачи (+172%), косметика (+126%).

Ассортимент Wildberries возрос с 3,7 млн до 10 млн SKU год к году. Число точек выдачи за год выросло в 16 раз, с 7 тыс. до 115 тыс. в 13 странах присутствия компании. В конце февраля Wildberries запустил продажи во Франции, Италии и Испании.

По итогам первого квартала 2021 года продажи товаров отечественного производства на Wildberries выросли на 107% год к году, до 57,5 млрд руб., а в штучном выражении — на 146%.

В отдельных категориях отмечается значительное преобладание продукции российских производителей: доля отечественных товаров в ассортименте ювелирных украшений достигла 92%, одежды для новорожденных — 85%, продуктов питания — 74%.

Лидером по объемам продаж среди всех российских товаров стала одежда (рост на 67% в штуках). Продажи одежды отечественного производства в штуках составили 55% от общих продаж категории, что на 6% опережает показатели первого квартала 2020 года.

В ТОПе популярной продукции от российских производителей: товары для дома и дачи (рост продаж +217% в штуках год к году), детские товары (+98%), продукты питания (+213%).

Источник:

[Оборот Wildberries в первом квартале вырос на 79%](#)

[Wildberries: онлайн-продажи российских товаров выросли в 2,5 раза в 1 кв. 2021 года](#)

AliExpress Россия впервые раскрыл оборот за финансовый год: 229,3 млрд руб.

T.me, 07.04.2021 10:00:00

/новость

AliExpress Россия впервые раскрыл показатели своего финансового года. За период с 1 апреля 2020 по 31 марта 2021 оборот (GMV) AliExpress Россия составил 229,3 млрд руб. не включая услуги. Оборот локального бизнеса (не включая услуги) вырос на 151% и составил 54,9 млрд руб. В марте 2021 года среднее ежедневное количество локальных заказов достигало 64 тыс. в день.

Общее количество уникальных покупателей за финансовый год превысило 26,2 млн человек. Ежемесячная аудитория (MAU) AliExpress — 29,1 млн человек, ежедневная (DAU) — 8,8 млн.



Количество уникальных посещений за финансовый год увеличилось на 30%, превысив 72,5 млн. По этой метрике, согласно собственным данным и статистике Mediascope, AliExpress остаётся самым посещаемым маркетплейсом в России.

Количество SPU (уникальных товарных единиц без учёта цветов и размеров) с доставкой из Китая и других стран составило более 139,2 млн. Количество SPU российских продавцов увеличилось на 368% за год, до 7 млн.

Количество продавцов из Китая и других стран увеличилось на 50%, превысив 225 тыс. Количество локальных российских продавцов выросло на 350% и составило 45 тыс.

AliExpress имеет 20 тыс. партнёрских пунктов выдачи заказов (отделения и постаматы). В отчётном финансовом году заказы AliExpress начали выдаваться в отделениях «Связного» (включая брендированные AliExpress), появились брендированные постаматы, управляемые логистическим оператором «Цайняо» (более 1000 точек), и отделения с Почтой России. В рамках развития фулфилмента к 20 тыс. кв. м склада в Домодедово добавился партнёрский склад на 10 тыс. кв. м в Подольске. В текущем финансовом году компания планирует увеличить площади фулфилмента в Москве и других городах России до 100 тыс. кв. м благодаря партнерствам с Почтой России и с «Цайняо».

Запуск нативных мобильных приложений и интеграции в социальные механики в рамках партнерства с «ВКонтакте» и «Одноклассниками» принесли 1,2 млн новых покупателей и аудиторию в более 8 млн пользователей AliExpress.

За календарный 2020 год общий оборот (GMV) не включая услуги составил 209,6 млрд руб., оборот локального маркетплейса не включая услуги — 49 млрд руб. Продавцы: 35 тыс. локальных продавцов, 200 тыс. зарубежных. Количество покупателей: 26,4 млн человек.

Источник:

[Сегодня AliExpress Россия впервые раскрывает показатели своего финансового года](#)
[Продолжение](#)

Онлайн-продажи сети «Дочки-Сыночки» выросли более чем вдвое в 2020 г.

Retail.ru, 08.04.2021 12:43:00

/новость

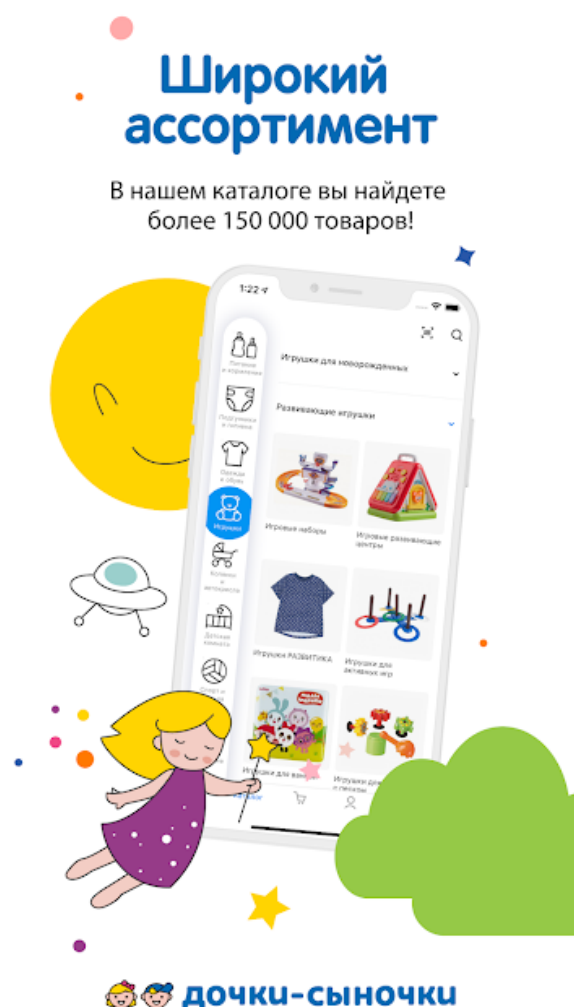
За 2020 год онлайн-продажи сети «Дочки-Сыночки» выросли более чем вдвое. На старте пандемии основной витриной для заказов был сайт, сегодня на пике популярности — мобильное приложение.

В полную силу приложение заработало в феврале 2020 года. Планировалось, что первые полгода его доля в общем объеме онлайн-продаж достигнет 15%, однако после запуска показатель начал расти на 5-7% в месяц и к середине лета превысил 25%, а к концу года достиг 40%. Доля продаж через приложение от всех витрин — 16%.

За год после запуска продажи в приложении выросли в 2,5 раза в марте 2021 года к аналогичному периоду 2020-го. Общее количество скачиваний превысило 1,2 млн, а еженедельный прирост составляет около 15 тыс.

Источник:

Онлайн-продажи в сети «Дочки-Сыночки» выросли более чем в 2 раза



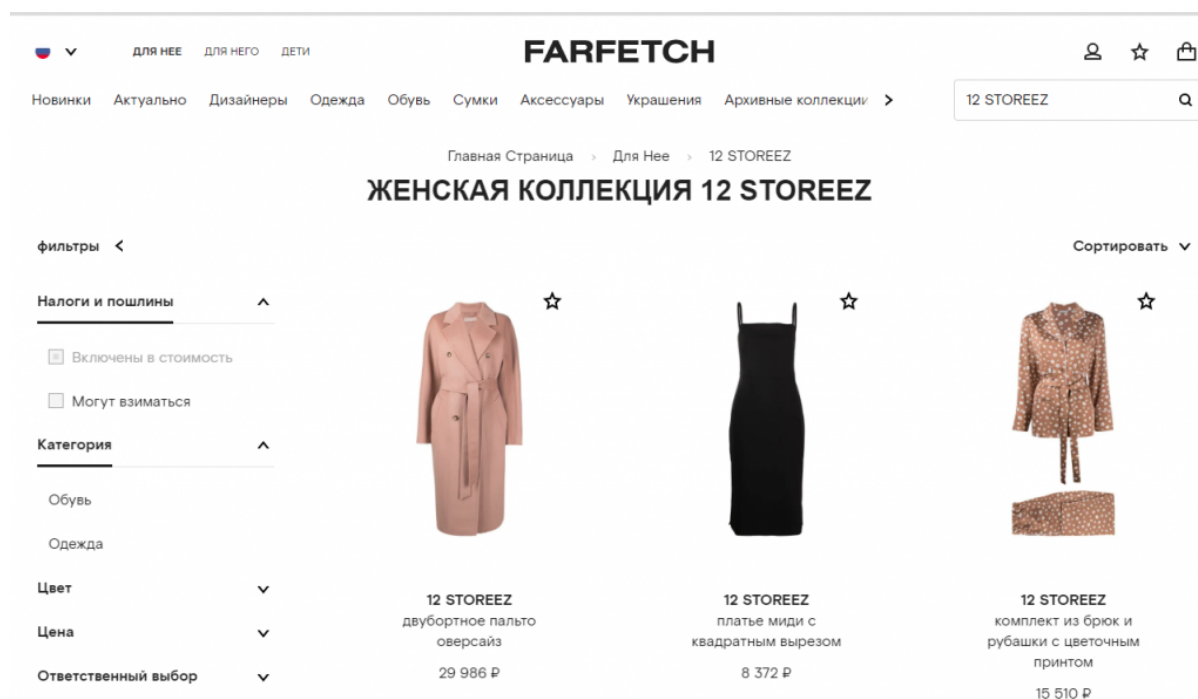
12 storeez первым из российских брендов запустил прямые продажи на Farfetch

Style.rbc.ru, 07.04.2021

/новость

12 storeez стала первой российской дизайнерской маркой, чья продукция напрямую представлена на платформе Farfetch, сообщает РБК. Товары смогут заказать пользователи маркетплейса в любой из более 190 стран.

С февраля продукция 12 storeez, которая выпускает одежду, обувь и аксессуары в среднем и верхнем ценовом сегменте, начала в тестовом режиме продаваться на Farfetch. В первый же месяц компания перевыполнила план продаж в четыре раза. С момента подключения высокие продажи показывает Китай и другие страны, где товары раньше практически не продавались. Порядка 30-40% продаж приходится на Россию.



Проект 12 storeez появился в Екатеринбурге в 2014 году, первые продажи шли через Instagram. Ранее марка была представлена только в собственной рознице и на сайте. Гендиректор компании Иван Хохлов был противником маркетплейсов, так как опасался потери контакта с потребителем, но изменил свою точку зрения.

Пока 12 storeez — единственный российский бренд, чьи международные продажи на платформе идут напрямую. Все другие отечественные дизайнерские марки представлены только через мультибрендовых партнеров маркетплейса. 12 storeez смог заключить контракт с Farfetch во многом благодаря запуску международного направления. Заказы зарубежным клиентам отправляются со склада в Италии. Ранее такие заказы небольшими объемами отправлялись из России.

Партнерство Farfetch с группой Bosco di Ciliegi, которое было заключено в феврале 2021 года, пока будет распространяться только на Россию и страны Таможенного союза ЕАЭС.

Источник:

[Farfetch объявил о первом партнерстве с российскими дизайнерами](#)

Точки СБЕР ЕАПТЕКИ появятся в медицинских офисах «Инвитро»

Vedomosti.ru, 06.04.2021 23:50:00

/новость

В медицинских офисах сети лабораторий «Инвитро» открываются точки онлайн-сервиса доставки лекарств СБЕР ЕАПТЕКА, сообщают [«Ведомости»](#). Это первое в истории рынка партнерство между аптечной компанией и сетью медицинских лабораторий.



Сотрудничество позволит СБЕР ЕАПТЕКЕ торговать рецептурными препаратами. Первая точка уже открылась на ул. Конюшковской в Пресненском районе Москвы. В ближайшие несколько месяцев стороны планируют запустить в столице еще пять точек, а в дальнейшем могут расширить проект и на другие регионы присутствия «Инвитро».

Источник:

[В «Инвитро» появятся точки «Сбер еаптеки»](#)

igooods нарастил оборот в 1,5 раза в I кв. 2021 г.

New-retail.ru, 06.04.2021 15:10:00

/новость

В первом квартале 2021 года оборот сервиса igooods вырос в 1,5 раза год к году и составил 1,6 млрд руб. Компания доставила 436 тыс. заказов во всех городах присутствия, что на 44% больше, чем за аналогичный период в 2020 году.



Средний чек вырос на 7% и составил 3618 руб. Самым активным по обороту месяцем стал февраль. Количество заказов в холодные и снежные дни вырастает на 15-30%. Самыми популярными товарами зимой стали лопаты для снега, антифризы, плоды, щетки и скребки для машин и размораживатели. В феврале повышенным спросом пользовались сезонные товары для рассады.

К доставке подключены более чем 200 магазинов в 30 городах присутствия.

Источник:

[Оборот igooods вырос в 1,5 раза в первом квартале 2021 года](#)

Почта России запустила сеть drop-off пунктов для продавцов маркетплейсов

Pochta.ru, 05.04.2021

/новость

Почта России начала напрямую принимать отправления от российских продавцов маркетплейсов. В 50-ти крупнейших российских городах запущены drop-off пункты, где продавцы и интернет-магазины смогут централизованно отправлять партии посылок до 1000 штук и даже больше.

Из городов-миллионников до ближайших крупных населенных пунктов Почта сможет доставлять отправления уже на следующий день после сдачи посылок. Почта сможет доставить посылки курьерами на дом в 11 400 населенных пунктов и до 42 000 почтовых отделений по всей России. В ближайшее время Почта планирует существенно увеличить количество drop-off пунктов.



В 2020 году Почта России доставила из российских интернет-магазинов 108 млн посылок — на 12% больше, чем в 2019 году. Количество доставок курьером на дом выросло на 86% и составило 3 млн посылок. В почтовые отделения Почта доставила 18,5 млн посылок — на 42% больше, чем в 2019 году.

Источник:

[Почта России открывает крупнейшую в стране сеть сдачи отправлений для продавцов на маркетплейсах](#)

«Авито» меняет структуру компании

New-retail.ru, 05.04.2021 10:20:00

/новость

«Авито» проводит реорганизацию структуры компании в рамках стратегии развития.

Вновь созданную позицию заместителя генерального директора займет Иван Гуз, на протяжении трех лет возглавлявший направление «Авито Авто». С апреля 2021 года Иван Гуз будет курировать развитие стратегических инициатив, а также двух основных вертикалей — «Авито Авто» и «Авито Товары».



«Авито Товары» — одно из ключевых направлений бизнеса «Авито». В 2020 году пользователи совершили 182 млн сделок по продаже товаров между собой. Основным фокусом «Товаров» в 2021 году станет развитие опыта безопасных покупок на «Авито», как на маркетплейсах.

Управляющим директором «Авито Авто» станет Кирилл Вотяков, с декабря 2018 года руководивший направлением «Легковые автомобили» в «Авито Авто». До прихода в «Авито» отвечал за развитие одного из стартапов в экосистеме Яндекса.

Алексей Куракин, ранее занимавший должность управляющего директора «Авито Товары», продолжит работать в роли советника по стратегии.

Источник:

[Авито сообщает о больших перестановках в топ-менеджменте](#)

АКИТ: внутренний рынок e-commerce в январе-феврале 2021 вырос на 44,2%

Tass.ru, 05.04.2021 08:24:00

/НОВОСТЬ

В январе-феврале 2021 года объем внутреннего рынка e-commerce в России увеличился на 44,2% год к году и достиг 431,3 млрд руб., сообщает [ТАСС](#) со ссылкой на данные Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ).

Объем трансграничной торговли в январе 2021 года снизился на 39% в сравнении с январем 2020, в феврале — на 30% в сравнении с февралем 2020. Падение в отдельных категориях составило от 30% до 80% (одежда и обувь, электроника и бытовая техника, товары для детей).



Вклад локализованного трансграничного бизнеса за первые два месяца 2021 года в объем внутреннего рынка России составил более 30 млрд руб. (имеется в виду покупка россиянами товаров на соответствующую сумму).

Российский рынок интернет-торговли в 2020 году сформировал 80 млрд руб. дополнительных поступлений в российский бюджет в виде налоговых отчислений (без учета НДС) и около 2 млрд руб. в виде таможенных платежей. Благодаря развитию внутренней электронной торговли за последний год было создано более 100 тыс. новых рабочих мест.

Источник:

[Эксперты сообщили о росте рынка интернет-торговли в России на 44%](#)

Авито: интерес к покупке интернет-магазинов вырос на 31% в I кв. 2021 г.

1prime.ru, 06.04.2021 06:05:00

/исследование

По данным «Авито», в первом квартале 2021 года россияне интересовались покупкой готового бизнеса на 10% чаще, чем в четвертом квартале 2020 года, сообщает ПРАЙМ. Наибольший интерес в первом квартале россияне проявляли к интернет-магазинам — на 31% чаще.

Средняя стоимость готового бизнеса в России составила 500 тыс. руб. Интернет-магазины стали самой бюджетной покупкой в разделе «Готовый бизнес» на «Авито» — их средняя стоимость выросла на 23% по сравнению с четвертым кварталом прошлого года и составила в среднем 98 тыс. руб. Количество объявлений о продаже бизнеса в сегменте интернет-магазинов выросло на 16%.



Источник:

[Россияне увеличили интерес к готовому бизнесу](#)

Delivery Club: регионы лидируют по динамике заказов в I кв. 2021 г.

Dc-club.tilda.ws, 05.04.2021

/исследование

Согласно статистике Delivery Club, в городах с населением до миллиона человек по итогам первого квартала 2021 года количество заказов выросло вдвое по сравнению с первым кварталом 2020 года. В Москве прирост количества заказов составил 50%, в городах-миллионниках — 44%.

Впервые регионы обошли Москву и миллионники по динамике роста во втором квартале 2020 года (при сравнении со вторым кварталом 2019), с того момента эта группа остается лидером ежеквартально.



В топ-10 городов, показавших наиболее существенную динамику прироста количества заказов, по итогам первого квартала 2021 впервые вошли только города с населением до миллиона человек.

Рост количества заказов (первый квартал 2021 к первому кварталу 2020), %

- Новокузнецк — 350%
- Хабаровск — 317%
- Владивосток — 300%
- Пенза — 294%
- Астрахань — 250%
- Томск — 218%
- Иркутск — 215%
- Набережные Челны — 213%
- Барнаул — 200%
- Кемерово — 187%

Источник:

[Исследование Delivery Club: доставка еды в регионах обогнала Москву и миллионники по динамике заказов](#)

Международная еcom-конференция для брендов, селлеров и торговых площадок IDRF'21

Idrf.online, 14.04.2021

/реклама



Международная [ecom-конференция](#) для брендов, селлеров и торговых площадок IDRF'21: как расти после пика, с участием Wildberries, Ozon, AliExpress, Яндекс.Маркет и других.

29 апреля на главной еcom-конференции эксперты обсудят:

- Как поднять и сохранить темп продаж после роста;
- Как использовать новые инструменты продвижения на площадках;
- Как онлайн-ритейлеры удерживают и вовлекают покупателя;
- Как выработать единый подход для взаимодействия всех каналов продаж.

[Регистрация на конференцию](#)

Источник:

[International Digital Retail Forum'21](#)

Антимонопольный регулятор Китая оштрафовал Alibaba на \$2,75 млрд

Reuters.com, 10.04.2021 04:25:00

/НОВОСТЬ

Государственное управление по контролю за рынком Китая оштрафовало Alibaba Group Holding Ltd на рекордные 18 млрд юаней (\$2,75 млрд) за злоупотребление доминирующим положением на рынке в течение нескольких лет, сообщает [Reuters](#).

По мнению регулятора, Alibaba с 2015 года «злоупотребляла доминирующим положением на рынке», не позволяя своим продавцам использовать другие онлайн-платформы электронной коммерции. Эта практика нарушает антимонопольное законодательство Китая, препятствуя свободному обращению товаров и ущемляя деловые интересы продавцов.



Помимо штрафа, который входит в число самых высоких антимонопольных санкций в мире, регулирующий орган приказал Alibaba исправить нарушения. В заявлении Alibaba говорится, что она принимает наказание и «обеспечит его соответствие определенным требованиям».

Alibaba стала объектом пристального внимания в Китае после того, как в октябре основатель компании Джек Ма подверг публичной критике систему регулирования страны. На фоне конфликта в ноябре 2020 года власти Китая отменили IPO принадлежащей Ма компании Ant Group.

Источник:

[China fines Alibaba record \\$2.75 billion for anti-monopoly violations](#)

Выручка Asos за 6 месяцев выросла на четверть

Otp.tools.investis.com, 08.04.2021 07:00:00

/новость

За шесть месяцев, которые завершились 28 февраля 2021 года, выручка Asos составила почти 1,98 млрд фунтов стерлингов, что почти на четверть больше, чем в аналогичном периоде прошлого года.

Рост был особенно заметным в Великобритании (+39%), но Asos также добился высоких показателей роста в остальной части Европы (+18%) и США (+16%). Количество активных клиентов увеличилось на 1,5 млн до 24,9 млн.

Скорректированная EBITDA выросла на 90%, до 180,8 млн фунтов стерлингов. Прибыль до налогообложения выросла на 253%, до 106,4 млн фунтов стерлингов, скорректированная прибыль до налогообложения — на 275%, до 112,9 млн фунтов стерлингов.

Summary financial results

£m ¹	Six months to 28 February 2021	Six months to 29 February 2020	Change	CCY ² Change
Group revenues ³	1,975.9	1,596.8	24%	25%
Retail sales ⁴	1,919.9	1,551.4	24%	25%
Gross profit	890.0	750.0	19%	
Gross margin	45.0%	47.0%	(200bps)	
Adjusted EBITDA ⁵	180.8	95.3	90%	
Adjusted EBITDA Margin	9.2%	6.0%	320bps	
Adjusted EBIT ⁶	116.2	34.6	236%	
Adjusted EBIT Margin	5.9%	2.2%	370bps	
Reported profit before tax	106.4	30.1	253%	
Adjusted profit before tax ⁷	112.9	30.1	275%	
Diluted earnings per share	81.9p	27.5p	198%	
Net cash/(debt) ⁸	92.0	(163.6)		

Источник:

[ASOS PLC INTERIM RESULTS](#)

[Asos sets record-breaking result](#)

Электронная коммерция Турции выросла на 66% в 2020 г.

Seenews.com, 08.04.2021 17:57:00

/новость

Объем электронной коммерции в Турции вырос на 66%, до \$27,7 млрд в 2020 году. Доля e-commerce в общем объеме торговли выросла до 15,7% с 9,8% в 2019 году.

Количество компаний, работающих в сфере электронной коммерции, выросло на 275% в годовом исчислении, до 256 861, а количество заказов — на 68%. Наибольший рост онлайн-продаж показал сектор продуктов питания и супермаркетов (более чем на 200%).



В то же время секторы путешествий/транспорта, развлечений и искусства продемонстрировали наибольший годовой спад, по 46% каждый, за ними следуют авиалинии и услуги по размещению с падением на 40% и 37% в годовом исчислении соответственно.

Источник:

[Turkey's e-commerce volume grows 66% in 2020 - report](#)

9% онлайн-продаж в США происходят с использованием click-and-collect

Emarketer.com, 07.04.2021

/новость

По оценкам eMarketer, в США продажи с самовывозом (click-and-collect) выросли более чем вдвое в 2020 году и сохраняют двузначные темпы роста в следующие четыре года. В прошлом году американцы потратили на покупки с услугой click-and-collect \$72,46 млрд, что составляет 9,1% от всех онлайн-продаж. В 2021 году показатель увеличится до \$83,47 млрд и 9,9% соответственно.

На семь крупных многоканальных ритейлеров, работающих по принципу click-and-collect, пришлось 64% продаж с самовывозом в 2020 году: Walmart, The Home Depot, Best Buy, Target, Lowe's, Macy's и Nordstrom. Вместе эти компании выручили более \$46 млрд от продаж с самовывозом. В совокупности продажи этих ритейлеров с услугой click-and-collect выросли на 128,4% в годовом исчислении в 2020 году.

US Click-and-Collect Sales, 2019-2020

billions, % change, and % of total

	2019	% change	% of total	2020	% change	% of total
Walmart	\$7.21	149.3%	20.6%	\$15.10	109.3%	20.8%
The Home Depot	\$5.00	30.4%	14.3%	\$10.82	116.5%	14.9%
Best Buy	\$3.14	18.1%	9.0%	\$7.79	147.9%	10.7%
Target	\$2.08	130.7%	6.0%	\$6.08	192.0%	8.4%
Lowe's	\$1.71	15.4%	4.9%	\$4.44	157.0%	6.1%
Macy's	\$0.65	91.3%	1.9%	\$1.31	101.0%	1.8%
Nordstrom	\$0.50	78.4%	1.4%	\$0.88	74.7%	1.2%
Total top multichannel retailers	\$20.29	63.8%	58.0%	\$46.42	128.4%	64.0%

Note: includes products or services ordered on company website (regardless of payment method) for pickup in-store or other collection points such as lockers and curbside pickup; excludes orders picked up at a post office

Source: eMarketer, Jan 2021

264039

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[7 companies driving the US click-and-collect boom](#)

Snapchat купил приложение для рекомендаций одежды

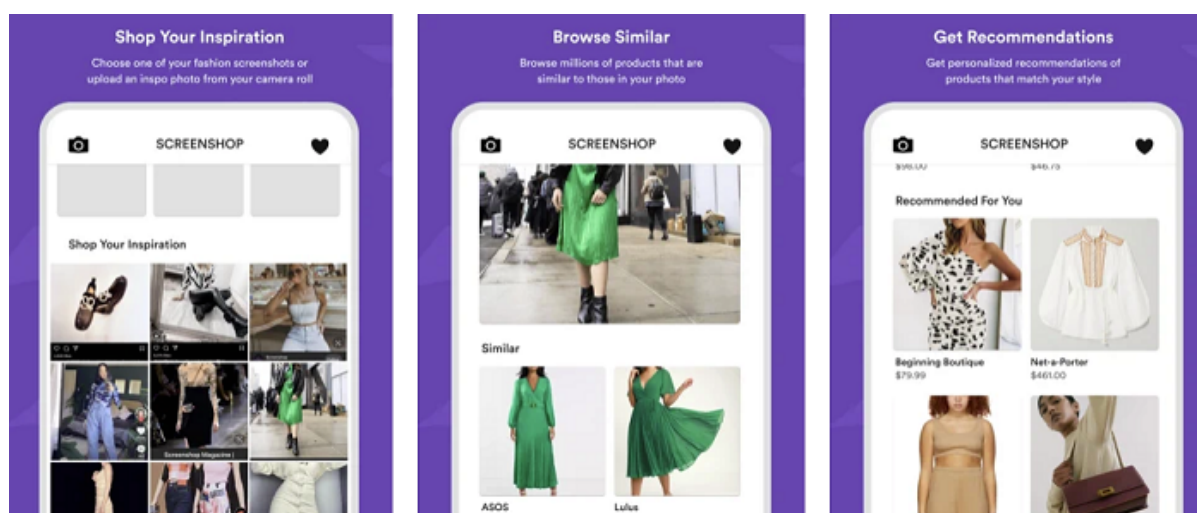
Socialmediatoday.com, 07.04.2021

/новость

Snapchat приобрел Screenshop — приложение, которое сканирует фотографии пользователя, чтобы определить желаемый стиль, а затем предоставляет рекомендации по одежде на основе этих результатов.

Snapchat собирается использовать Screenshop для расширения сервисов в области электронной коммерции, интегрированных с технологией дополненной реальности. Предполагается, что новая функция будет доступна в разделе Memories, куда пользователи сохраняют фото и видео для просмотра в будущем.

По данным [The Information](#), Screenshop будет сканировать изображения, сохраненные в Memories, чтобы затем выделить соответствующие продукты, которые могут быть интересны пользователям.



Источник:

[Snapchat Acquires Fashion Recommendation App Screenshop to Advance its eCommerce Efforts](#)

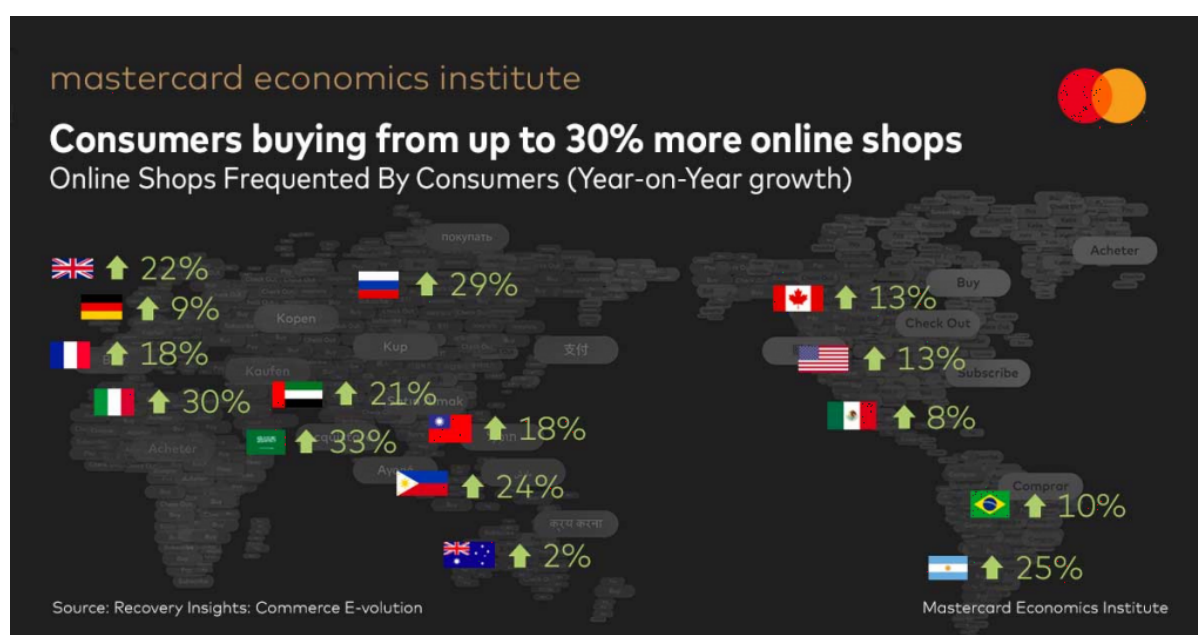
Mastercard: траты на онлайн-покупки в мире выросли на \$900 млрд в 2020 г.

Mastercard.com, 06.04.2021

/исследование

Согласно отчету Mastercard Recovery Insights, в 2020 году на розничную онлайн-торговлю по всему миру было дополнительно потрачено \$900 млрд. В 2020 году на электронную коммерцию пришлось примерно \$1 из каждых \$5, потраченных на рознице (в 2019 году — \$1 из каждых \$7). Примерно 20-30% глобального цифрового сдвига сохраняются.

В 2020 году покупатели по всему миру стали посещать на 30% больше онлайн-магазинов. Международная электронная коммерция выросла на 25-30% во время пандемии. Рост произошел как в объеме продаж, так и в количестве разных стран, откуда покупатели заказывали товары.



Экономики, которые были более цифровыми до кризиса, такие как Великобритания и США, добились более значительных успехов во внутреннем переходе к цифровым технологиям. Азиатско-Тихоокеанский регион, Северная Америка и Европа были наиболее активными регионами, способствовавшими внедрению электронной коммерции.

У магазинов продуктов питания и дискаунтеров произойдет самый резкий и продолжительный переход к электронной коммерции. Продуктовые ритейлеры сохраняют от 70% до 80% прироста цифровых продаж, который они наблюдали во время пика пандемии, а дискаунтеры — от 40% до 50%.

Источник:

[Mastercard Recovery Insights: E-commerce a Covid Lifeline for Retailers with Additional \\$900 Billion Spent Online Globally](#)

Объем e-commerce доставок из ЕС в Великобританию сократился на 50%

Chargedretail.co.uk, 08.04.2021

/исследование

С января доставки в рамках онлайн-торговли из ЕС в Великобританию резко упали более чем на 50%. Согласно новому исследованию платформы доставки Sendcloud, в первом квартале 2021 года e-commerce поставки по всему каналу снизились более чем наполовину по сравнению с последним кварталом 2020 года.

Исследование Национальной статистической службы Великобритании подтвердило данные Sendcloud: в январе импорт из ЕС сократился на 6,6 млрд фунтов стерлингов, что является самым большим падением за всю историю наблюдений.



После Brexit продавцы из ЕС обязаны регистрироваться в качестве плательщиков НДС в Великобритании, в то время как покупатели часто несут более высокие затраты на пошлины. По данным Sendcloud, 51% клиентов были разочарованы более высокими расходами на доставку, 32% — увеличением сроков доставки, а 38% обеспокоены увеличением таможенных сборов.

Источник:

[Online deliveries from EU divebomb 50% as Brexit stops shoppers buying abroad](#)

54% британских интернет-покупателей приобретали онлайн больше в 2020 г.

Info.pattern.com, 05.04.2021

/исследование

Согласно опросу Pattern, 54% британских онлайн-покупателей в 2020 году приобрели в интернете больше, чем раньше, а 40% заказывали онлайн товары, которые раньше покупали бы в магазинах.

Покупать больше на Amazon стали 39% респондентов, а 22% приобретали товары, которые не заказывали там раньше. Только 7% опрошенных онлайн-покупателей не совершили ни одной покупки на каком-либо сайте Amazon в 2020 году, а 86% делали покупку на Amazon.co.uk.

В 2021 году 37% британцев намерены реже посещать физические магазины. А 39% респондентов ожидают потратить в интернете больше, чем в предыдущем году. Только 21% респондентов не планируют в 2021 году покупать онлайн одежду, обувь и аксессуары и лишь 34% не собираются заказывать в интернете продукты питания.

How did your shopping behaviour (not including groceries) change in 2020 compared to previous years?



По оценкам Национальной статистической службы Великобритании, в январе 2021 года 35,2% всех розничных расходов приходились на онлайн-покупки. В январе 2020 года этот показатель составлял 19,5%. Онлайн-продажи продуктов питания достигли рекордного уровня — 12,2% от всех расходов на продукты питания в январе 2021 года.

Источник:

[UK Shopper Report 2021](#)

В праздничный сезон 2020 в Европе и США росли мультиканальные продажи

Globaldata.com, 07.04.2021

/исследование

Исследование покупательских привычек Global Data показало, что воздействие COVID-19 стимулировало более широкое внедрение и рост мультиканальной розничной торговли. Доля онлайн-продаж, поддерживаемых физическим магазином, увеличилась во время праздников.

США: в праздничные дни онлайн-продажи выросли на 35% г/г, продажи в магазинах — на 2%. Розничная экономика США не была заблокирована во время праздников. Доля онлайн-продаж, поддерживаемых физическими магазинами, составила почти 37% против 32% в 2019 году. Самовывоз онлайн-заказов из магазинов и отгрузки ритейлерами выросли на 103% и 80% соответственно.



Великобритания: самый быстрый рост онлайн-продаж в праздники — почти на 78%. Онлайн-канал обеспечил 31% всех розничных продаж в это время. Без воздействия пандемии проникновение онлайн составило бы 20%. Доля мультиканальных онлайн-продаж составила почти 32% — немного ниже, чем в 2019 году.

Франция: онлайн-продажи в праздники выросли на 36% г/г, но составляли лишь 17% всех розничных продаж. Без ограничений в связи с пандемией около 13% розничных продаж было бы осуществлено через интернет. 21% онлайн-продаж были мультиканальными (в 2019 году — 20%).

Германия: интернет-продажи выросли на 43%, что увеличило их проникновение до 18%. Без пандемии онлайн-продажи составили бы чуть более 14% от общего объема продаж. Чуть более 31% всех онлайн-продаж были так или иначе связаны с физическими магазинами в период праздников.

Испания: онлайн-продажи выросли на 36%. Онлайн резко вырос, особенно в ноябре, однако в декабре рост онлайн-продаж несколько замедлился. Доля онлайн-заказов, связанных с магазинами, за период праздников увеличилась. В ноябре и декабре чуть более 28% онлайн-заказов обслуживались магазинами.

Италия: интернет-продажи за праздничный период выросли почти на 42%. Доля онлайн-продаж, поддерживаемых физическими магазинами, увеличилась с 24% в праздничные дни 2019 года до 27% в 2020 году. Особенно резко выросло количество клиентов, получающих онлайн-заказы в магазинах.

Источник:

[Despite lockdowns and disruptions, new report by GlobalData finds multichannel retail adoption accelerated during 2020 holidays](#)

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.