

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 19

17 Мая 2021 - 23 Мая 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Онлайн-рынок детских товаров 2020

Data Insight. Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы

Оборот Ozon вырос на 135% в I кв. 2021 г.

На AliExpress Россия появились «ВкусВилл» и bonprix

Совет директоров «М.Видео-Эльдорадо» возглавил Александр Тынкован

Директором по финансам Vprok.ru Перекрёсток стал Максим Сырбу

Продавцы AliExpress смогут сдавать заказы в отделениях Почты России

СДЭК создала собственный платежный агрегатор

Агрегатор X5 «Около» вышел за пределы Москвы и области

СберЛогистика и «Самокат» запустили курьерскую доставку по запросу

Экспортные продажи российского бизнеса на Wildberries выросли на 60%

Joom запускает маркетплейс JoomPro для корпоративных заказчиков

Яндекс.Доставка приносит группе Яндекс.Такси 5% выручки

РАЭК: рынок онлайн-ритейла вырос на 52% в 2020 г.

Tinkoff Data: оборот интернет-продаж еды за 2020 год вырос более чем в 4 раза

Ромир запустил E-commerce индекс

Весь мир:

Чистая выручка JD.com выросла на 39% в I кв. 2021 г.

Цифровые продажи Target выросли на 50% в I кв. 2021 г.

Онлайн-продажи Walmart в первом квартале выросли на 37%

Google и Shopify заключили партнерство в сфере e-commerce

Самое популярное приложение для покупок в США — Shein, а не Amazon

Электронная коммерция в США выросла на 39% в I кв. 2021 г.

Wish увеличил выручку на 75% в I кв. 2021 г.

Объем e-commerce продаж Rakuten вырос на 33,9% в I кв. 2021 г.

Индонезийские интернет-компании Gojek and Tokopedia объявили о слиянии

Amazon и Walmart — лидеры рынка e-grocery в США

Бельгийцы любят кросс-бордер, а голландцы часто возвращают онлайн-покупки

Подкасты о e-commerce

Россия:

Data Insight. Онлайн-рынок детских товаров 2020

Datainsight.ru, 20.05.2021

/новость

Data Insight при поддержке Арвато Рус выпускает исследование «Онлайн-рынок детских товаров».

В исследовании рассматривается сегмент интернет-магазинов детских товаров. Статистика сегмента приводится по 32 интернет-магазинам детских товаров, входящим в ТОП1000 российских интернет-магазинов по количеству заказов за 2020 год.

Скачать исследование: «Онлайн-рынок детских товаров» (pdf, 6 МВ)



Ключевые тезисы:

- За 2020 год было оформлено 30 млн заказов на сумму 60 млрд рублей.
- Средний чек составил 2 030 рублей.
- За 2020 год интернет-магазины оформили на 82% больше заказов, чем за 2019.
- Доля интернет-магазинов на рынке eCommerce составила 4% по количеству заказов.
- Конверсия сектора — 7,4%.
- Доля мобильных устройств в трафике составила 61%.

За 2020 год сегмент значительно вырос как в заказах (82%), так и в деньгах (63%). Средний чек снизился на 11%. И по количеству заказов, и по объему продаж лидирует категория магазинов широкого профиля. Лидером сегмента является «Детский мир» — доля по онлайн-продажам среди интернет-магазинов ТОП1000 составляет 64%. Все магазины сегмента используют курьерскую доставку и самовывоз, 72% используют доставку Почтой России, 50% — постаматы. 75% магазинов от вошедших в исследование размещаются на Яндекс.Маркете. Все магазины детских товаров используют социальные сети «ВКонтакте» и Instagram.

Источник:

[Онлайн-рынок детских товаров 2020](#)

Data Insight. Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы

Logistics.datainsight.ru, 18.05.2021

/новость

Data Insight публикует исследование «[Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы](#)» — при поддержке генерального партнёра Voxberry и партнёров исследования 5Post, CDEK и PickPoint. В 2019 году ПВЗ и постаматы стали основным каналом доставки интернет-покупок и по-прежнему сохраняют лидерство. Развитие сетей ПВЗ и постаматов — один из самых интересных сегментов рынка логистики для электронной торговли.

Основные результаты исследования:

- В первой половине 2020 года покупатели получили самостоятельно 265 млн заказов — 68% от всех посылок. У лидера рынка, Wildberries, доля заказов, доставленных через ПВЗ и постаматы, составляет 90%.
- Как и доставка до двери, возможность забрать товары самовывозом — это стандарт. Этот канал используют 94% крупнейших магазинов и 90% остальных.
- По оценке Data Insight, общее количество точек с разными адресами у 25 компаний, вошедших в исследование — более 50 тысяч. 38% приходится на классические ПВЗ, 33% — постаматы, 27% — выдача в магазинах (как в специально организованных ПВЗ, так и на кассах).
- Абсолютное большинство всех точек выдачи магазинов и логистических компаний (92%) расположено в городах. 38% точек приходится на ЦФО, а на Дальний Восток и Северный Кавказ — всего по 2%.
- Сети ПВЗ и постаматов по-прежнему бурно развиваются. Крупные игроки могут подключать несколько десятков новых точек в неделю.



265 МЛН ЗАКАЗОВ В 1-Й ПОЛОВИНЕ 2020 Г. БЫЛО ПОЛУЧЕНО ЧЕРЕЗ ПВЗ И ПОСТАМАТЫ

68%

ОТ ВСЕХ ПОСЫЛОК В 1-Й ПОЛОВИНЕ 2020 Г. ПОКУПАТЕЛИ ПОЛУЧИЛИ В ТОЧКАХ ВЫДАЧИ



БОЛЕЕ 50 ТЫСЯЧ — ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО РАЗНЫХ ТОЧЕК ВЫДАЧИ В РОССИИ

92%

ТОЧЕК ВЫДАЧИ МАГАЗИНОВ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ РАСПОЛОЖЕНО В ГОРОДАХ

Скачать исследование: [«Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы» \(pdf, 6 Мб\)](#)

Источник:

[ДОСТАВКА В ПУНКТЫ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ И ПОСТАМАТЫ](#)

Оборот Ozon вырос на 135% в I кв. 2021 г.

Corp.ozon.ru, 18.05.2021

/новость

Ozon объявил неаудированные финансовые результаты за первый квартал, закончившийся 31 марта 2021 года.

Количество заказов выросло на 161% год к году и составило 34,1 млн. Оборот от продаж (GMV), включая услуги, вырос на 135% в годовом выражении, до 74,2 млрд руб. с НДС. Уже шесть кварталов подряд рост GMV Ozon превышает 100%. Доля маркетплейса достигла 58,4% от GMV вкл. услуги, по сравнению с 32,6% в первом квартале 2020 года.

Скорректированная EBITDA составила минус 4,9 млрд руб. по сравнению с минус 4,5 млрд руб. в первом квартале 2020 года. Отношение скорректированной EBITDA к GMV вкл. услуги улучшилось до минус 6,5% по сравнению с минус 14,2% в первом квартале 2020 года.

(млн руб. если не указано иначе)	За три месяца, закончившихся 31 марта		
	2021	2020	Изменение год-к-году %
GMV с НДС вкл. услуги	74,208	31 643	135%
Количество заказов, млн	34,1	13,1	161%
Количество активных покупателей, млн	16	9	77%
Доля маркетплейса, %	58,4	32,6	25,8 пп
Валовая прибыль	11,587	4,683	147%
Валовая прибыль в % от GMV	15,6	14,8	0,8 пп
Скорректированная EBITDA	(4,855)	(4,486)	н/п
Отношение скорректированной EBITDA к GMV вкл. услуги, %	(6,5)	(14,2)	7,7 пп
Операционный денежный поток	(12,118)	(2,410)	н/п
Свободный денежный поток	(14,753)	(3,991)	н/п

Количество активных покупателей на платформе Ozon в первом квартале выросло на 77% год к году и составило 16 млн. Частота заказов клиентов выросла на 33% до 5,9 в год. Ассортимент увеличился почти в 2,5 раза и достиг 19 млн товарных наименований. Число активных продавцов увеличилось почти в 4 раза год к году.

В первом квартале 2021 года Ozon запустил фулфилмент-центр в Екатеринбурге. Совокупные логистические площади компании по состоянию на март 2021 года достигли 250 000 кв. м. в Москве, Московской области, Твери, Санкт-Петербурге, Казани, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске. По состоянию на 31 марта под управлением Ozon находилось более 12 000 точек выдачи заказов.

Компания повысила прогноз роста GMV вкл. услуги до 100% по итогам 2021 года по сравнению с 2020 годом. Ozon подтверждает прогноз по капитальным затратам компании в размере от 20 до 25 млрд руб. по итогам 2021 года.

Источник:

[Ozon объявляет финансовые результаты за первый квартал 2021 года и повышает прогноз по росту GMV за полный год](#)

На AliExpress Россия появились «ВкусВилл» и bonprix

Т.ме, 21.05.2021

/новость

В разделе «Есть!» приложения AliExpress можно будет заказать продукты из «ВкусВилл». Общий ассортимент магазина — более 3000 товаров. Каждый месяц команда «ВкусВилл» будет расширять выбор товаров на AliExpress.

ВкусВилл

AliExpress™

**bon
prix**
it's me!

Заказы из «ВкусВилл» бесплатно доставят собственные курьеры и партнёры из служб такси. Заказ не имеет минимальной обязательной суммы и будет доставлен в течение 2 часов. На первом этапе покупатели смогут заказывать из почти 700 магазинов сети. Вскоре эта возможность появится у жителей Санкт-Петербурга и других городов.

Немецкий онлайн-магазин одежды, обуви, аксессуаров и товаров для дома **bonprix** (основной проект в сфере ритейла Otto Group Russia) открыл собственный магазин на AliExpress в рамках своей стратегии по диверсификации каналов онлайн-продаж.

В магазине представлено более 26 тыс. товаров во всех категориях, которые есть на сайте bonprix.ru. Получить заказ в пунктах выдачи можно бесплатно при стоимости заказа выше 99 руб. За сборку и упаковку отвечает bonprix, за доставку — логистический партнер AliExpress. Оформить заказ можно в веб-версии и в мобильном приложении AliExpress Россия.

Источник:

[«ВкусВилл» открыл магазин на AliExpress Россия](#)
[Otto теперь на AliExpress](#)

Совет директоров «М.Видео-Эльдорадо» возглавил Александр Тынкован

Mvideoeldorado.ru, 21.05.2021 10:00:00

/новость

Совет директоров Группы «М.Видео-Эльдорадо» избрал Председателем Совета директоров основателя «М.Видео» Александра Тынкована. Совет также избрал состав трех комитетов Совета директоров: комитета по аудиту, комитета по вознаграждениям и назначениям и комитета по стратегии и цифровой трансформации.

М.ВидеоЭльдорадо

В комитет по стратегии и цифровой трансформации вошли:

- Броветт Джон (John Browett)
- Гуцериев Саид Михайлович
- Преображенский Владимир Владимирович (председатель комитета)
- Тынкован Александр Анатольевич
- Фернандес Энрике (Enrique Fernandez)

«Группа "М.Видео-Эльдорадо" проходит значимый этап трансформации из традиционного ритейлера в полностью технологическую компанию с уникальной розничной сетью и фулфилмент-инфраструктурой», — прокомментировал Александр Тынкован.

Источник:

[Александр Тынкован стал председателем Совета директоров М.Видео-Эльдорадо](#)

Директором по финансам Vprok.ru Перекрёсток стал Максим Сырбу

1prime.ru, 21.05.2021 15:41:00

/новость

Новым директором по финансам онлайн-гипермаркета Vprok.ru Перекрёсток стал Максим Сырбу. Он будет напрямую подчиняться управляющему директору Леониду Довладбегану и отвечать за блок финансовых задач, сообщает [ПРАЙМ](#).

Ранее Максим Сырбу занимал аналогичную должность в сервисе экспресс-доставки Яндекс.Лавка, позиции директора по финансовому контроллингу, отчетности и бизнес-анализу в Biglion и старшего менеджера по вопросам аудита и консультирования в KPMG.



Перед Vprok.ru Перекрёсток сейчас стоит масштабная задача трансформации бизнеса, отметил Леонид Довладбеган.

Источник:

[У онлайн-гипермаркета Vprok.ru Перекрёсток новый директор по финансам](#)

Продавцы AliExpress смогут сдавать заказы в отделениях Почты России

Pochta.ru, 20.05.2021

/новость

Локальные продавцы AliExpress Россия смогут сдавать посылки в 5000 почтовых отделений и 165 региональных сортировочных центров Почты России по всей стране, откуда заказы будут доставляться покупателям до ближайших к ним почтовых отделений или курьерами до двери.



Сервис доступен всем российским продавцам AliExpress. Новый договор подписывать не нужно — достаточно имеющегося договора с AliExpress Россия или «Цайняо». Для покупателя доставка заказов на сумму от 99 руб. будет бесплатной.

Из городов-миллионников до ближайших крупных населенных пунктов Почта сможет доставлять посылки уже на следующий день после их сдачи (если передать в пункт приема до 18 часов). Отправить посылку можно курьером на дом в 11 400 населённых пунктах или в одно из 42 тыс. почтовых отделений по всей России.

Источник:

[Продавцы AliExpress смогут сдавать заказы в отделениях Почты России](#)

СДЭК создала собственный платежный агрегатор

Cnews.ru, 19.05.2021 13:06:00

/новость

Международная логистическая компания СДЭК зарегистрировала собственный платежный агрегатор «СДЭК Финанс» для оказания платежных услуг партнерам компании и внешним пользователям. Это первый продукт такого типа на рынке, созданный непосредственно логистической компанией.

Агрегатор сфокусируется на классическом и интернет-эквайринге, QR-платежах, а также на работе с физическими лицами, пользующимися услугами СДЭК. Ставка сделана на инновационные финтех-решения: прием платежей в смартфонах, платежные ссылки, работу с динамическими QR-кодами на демонстраторах, токенизацию платежных карт и предоставление дополнительных финансовых сервисов.



Компания стремится сформировать единообразную практику и добиться унификации платежных технологий, используемых в СДЭК. В мае 2021 года стартует прием платежей С2В в Системе быстрых платежей.

Источник:

[СДЭК создала платежного агрегатора](#)

Агрегатор X5 «Около» вышел за пределы Москвы и области

Vk.com, 19.05.2021 11:34:00

/новость

Агрегатор экспресс-доставки продуктов и готовой еды X5 Group под брендом «Около» вышел за пределы московского региона и начал работу в Санкт-Петербурге, Воронеже, Нижнем Новгороде, Казани, Краснодаре и Ростове-на-Дону.

Концепция «Около» основана на гиперлокальной модели потребления, в которой доставка продуктов или готовой еды осуществляется из близлежащих магазинов, ресторанов и кафе. В приложении «Около» на текущий момент представлен весь разрешённый для онлайн-продажи ассортимент из магазинов сетей X5. Доставка заказов осуществляется день в день с 9.00 до 21.00 или с 7.00 до 23.00 в зависимости от выбранного магазина. Среднее время доставки из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» — порядка 45 минут, стоимость — 99 руб.



Сервис привлекает партнёров, которые берут на себя вопросы, связанные с наймом курьеров и выводом их на смены. «Около» на базе единой цифровой платформы передаёт заказы курьерским службам на исполнение по заданным стандартам обслуживания.

Источник:

[Агрегатор X5 «Около» начал работу в крупных городах России](#)

СберЛогистика и «Самокат» запустили курьерскую доставку по запросу

Press.sber.ru, 18.05.2021 13:57:00

/новость

Федеральный логистический оператор СберЛогистика и онлайн-ритейлер «Самокат», входящие в экосистему Сбера, запустили курьерскую доставку по клику в любое удобное время.

СБЕР ЛОГИСТИКА

 **самокат**

Покупатели 12 ключевых городов смогут самостоятельно управлять временем доставки своих покупок. После совершения заказа товар доставляется в город получателя, а покупателю приходит sms о том, что посылка готова к доставке. Покупатель, проходя по ссылке из уведомления, подтверждает возможность принять посылку, и курьер её приносит в течение 15-30 минут или в любое удобное время.

Доставкой можно воспользоваться для заказов из «Л'Этуаль», iHerb, «Орифлейм», Inventive Group и др. Услуга предоставляется по всей территории обслуживания сервиса «Самокат» в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Кемерове, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Перми, Ростове-на-Дону, Самаре, Уфе.

Источник:

[СберЛогистика и Самокат запустили курьерскую доставку по запросу в любое удобное для клиента время](#)

Экспортные продажи российского бизнеса на Wildberries выросли на 60%

Retail.ru, 18.05.2021 09:39:00

/новость

За первые четыре месяца 2021 года экспортные продажи российских предпринимателей через Wildberries выросли в деньгах на 60%, до 9,1 млрд руб., а в единицах — на 90%. Самую высокую динамику показывают отечественные косметика и парфюмерия.

Экспортный оборот российской косметики, парфюмерии и аксессуаров для ухода за январь — апрель 2021 года вырос на 292%. На косметику и парфюмерию пришлось около 17% экспортных продаж Wildberries, за год показатель вырос в 2 раза. Самые активные покупатели категории — жители Израиля и Германии.



WILDBERRIES

Больше всего в единицах товаров (38% от всех продаж) заграничные покупатели за январь — апрель 2021 года приобрели отечественной одежды, обуви и аксессуаров. Продажи категории выросли на 53% в штуках год к году.

Книг на русском языке в начале года приобрели на 120% больше, чем в прошлом году. Продажи литературы на русском языке за границей составили 13% от общего экспортного оборота Wildberries.

По итогам 2020 года экспортные продажи российских предпринимателей через Wildberries выросли на 95%, до 23,7 млрд руб.

Источник:

[Wildberries: продажи отечественной косметики и парфюмерии за границей выросли в 4 раза в начале 2021 года](#)

Юм запускает маркетплейс JoomPro для корпоративных заказчиков

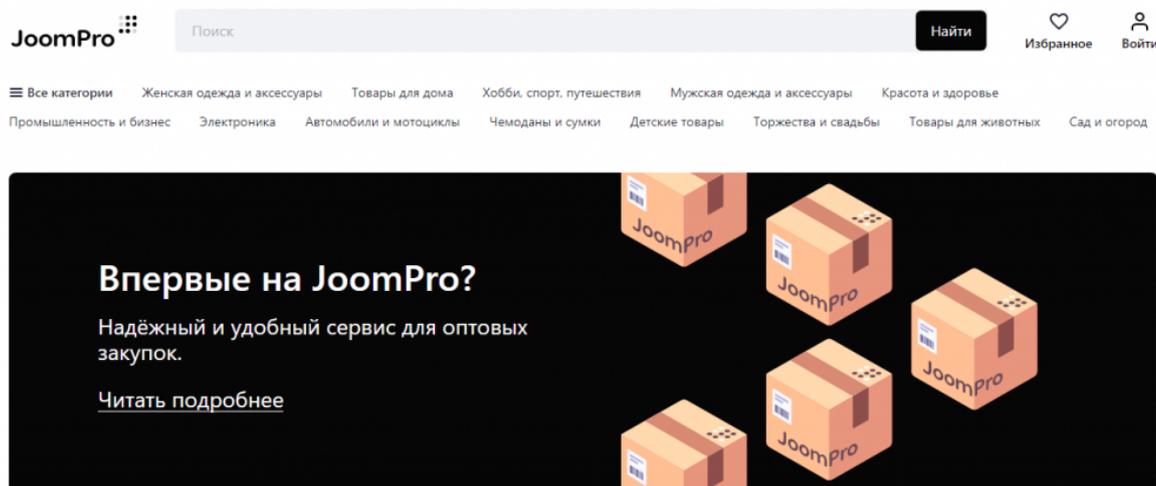
Kommersant.ru, 17.05.2021

/новость

Юм запустил b2b-маркетплейс [JoomPro](#) для российских продавцов китайских товаров, сообщает «Коммерсантъ».

Площадка берет на себя оформление заказа у поставщика, проверку качества и хранение на складе в Китае, логистику до России, таможенное оформление, сертификацию и декларирование при необходимости, подготовку документов для банка и валютного контроля, доставку последней мили до склада продавца. На первом этапе это будет бесплатно, в дальнейшем планируется ввести комиссию.

На маркетплейсе будут представлены более 100 тыс. товаров от десятков продавцов: электроника, одежда, товары для дома и др. Российские заказчики также могут оставлять заявки с индивидуальными запросами. Число товарных позиций планируется довести до нескольких миллионов.



Источник:

[Китай предложат оптом](#)

Яндекс.Доставка приносит группе Яндекс.Такси 5% выручки

Interfax.ru, 17.05.2021 10:10:00

/новость

По итогам первого квартала 2021 года Яндекс.Доставка генерировала 5% от всей выручки группы Яндекс.Такси, то есть около 1,3 млрд руб. Это быстрее, чем Яндекс.Такси в первые годы своего развития внутри Яндекса, сообщил [«Интерфаксу»](#) руководитель направления Антон Уваров.



Бизнес Яндекс.Доставки растет быстрее рынка. На это также может оказать влияние сделка Яндекс.Такси по покупке активов ГК «Везет», в рамках которой был приобретен сервис грузоперевозок группы. «В Краснодаре, где исторически логистика "Везет" была хорошо представлена, наш бизнес после сделки вырос в 2,5 раза. Если говорить про Россию в целом, то их доля в нашем направлении составляет около 10%», — уточняет Уваров.

Весной 2021 года количество корпоративных клиентов достигло 16 тыс. B2B-сектор можно разделить на три категории: крупнейшие игроки на рынке e-commerce и ритейла (включая X5, «Детский мир», Ozon и e-commerce сервисы Яндекса), средний и малый бизнес, social commerce.

Примерно 40% доставок сервиса приходится на Москву и Санкт-Петербург. Еще 40% — на города-миллионники России и столицы других стран присутствия.

Яндекс.Доставка намерена в 2021 году увеличить количество заказов до 100 млн.

Источник:

["Яндекс.Доставка" в 2021 году запланировала увеличить объем заказов до 100 млн](#)

РАЭК: рынок онлайн-ритейла вырос на 52% в 2020 г.

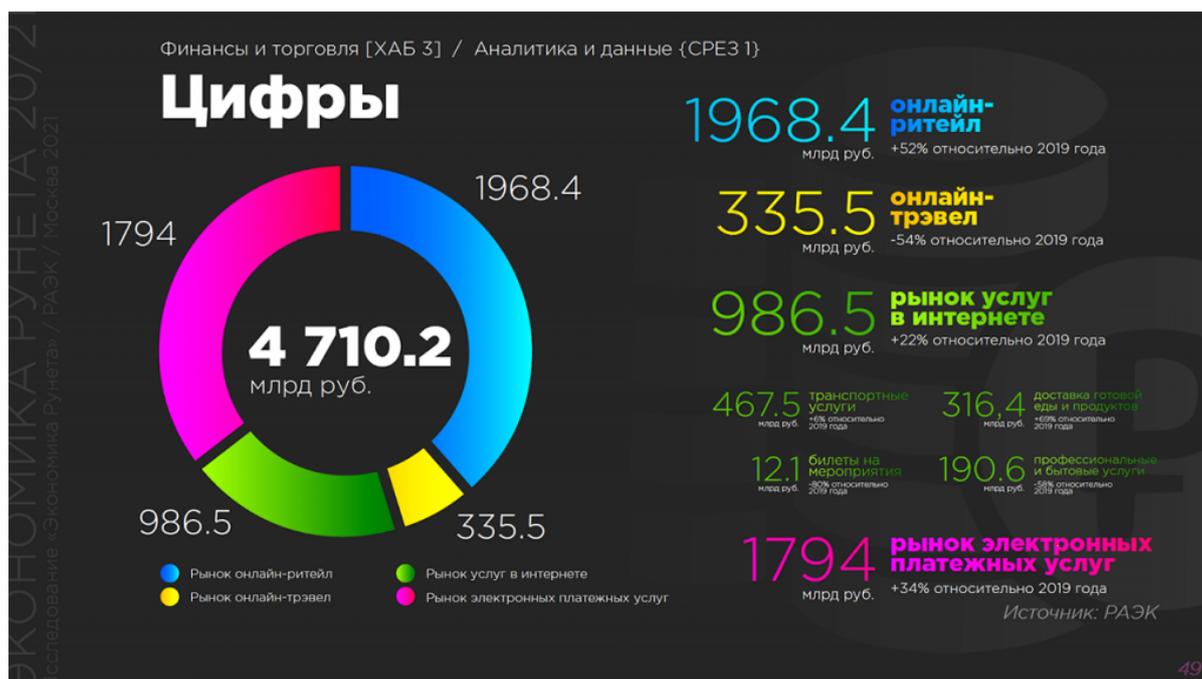
Raес.ru, 20.05.2021

/исследование

Вклад экономики Рунета в экономику России в 2020 году составил 6,7 трлн руб., говорится в [исследовании](#) Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). В целом экономика Рунета выросла на 22%. Объем сегмента электронной коммерции увеличился на 22%, до 6,07 трлн руб. Рынок онлайн-ритейла составил 1968,4 млрд руб. (+52% относительно 2019 года), онлайн-трэвел — 335,5 млрд руб. (-54%), рынок услуг в интернете — 986,5 млрд руб. (+22%), электронных платежных услуг — 1794 млрд руб. (+34%).

Основные тренды сферы e-commerce:

- ускорение роста за счет пандемии;
- еда — самая быстрорастущая категория;
- новые подходы к доставке: скорость, гибкость, бесконтактная доставка;
- развитие региональной логистики;
- сотрудничество между интернет-компаниями и компаниями офлайн-отраслей;
- главные «жертвы» 2020 года — онлайн-трэвел и продажа билетов на мероприятия.



- Объем рынка розничных онлайн-продаж продовольственных товаров в 2020 году вырос на 214%, превысив 135 млрд руб. Прогноз оборота к 2025 году — более 1 трлн руб.
- Объем продаж онлайн-аптек — 131 млрд руб. (+53% относительно 2019 года).
- Внутророссийский рынок розничной B2C-торговли 2020 вырос на 78% по количеству заказов и составил 830 млн заказов. По прогнозам, среднегодовой темп роста рынка до 2024 года приблизится к 34%.
- Рынок онлайн-торговли C2C в 2020 году вырос на 87% за 1,5 года.
- Совокупный объем транзакций на шеринг-платформах в 2020 году составил 1,07 трлн руб. (+39% относительно 2019 года).

Источник:

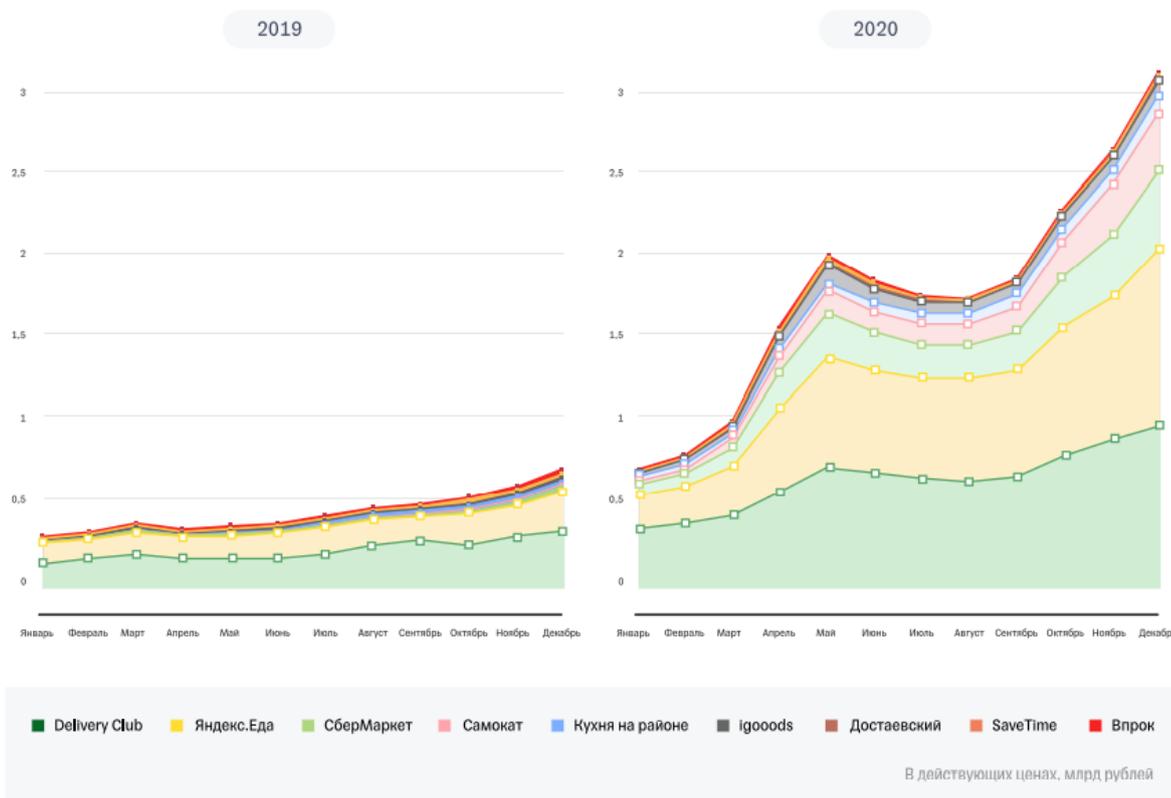
[Вклад экономики Рунета в российскую экономику составил 6,7 трлн рублей](#)

Tinkoff Data: оборот интернет-продаж еды за 2020 год вырос более чем в 4 раза

Tinkoff.ru, 21.05.2021

/исследование

Согласно исследованию аналитического проекта Tinkoff Data, проведенному в Москве, Санкт-Петербурге и регионах, оборот интернет-продаж еды за 2020 год вырос более чем в 4 раза. Максимальный рост был зафиксирован в марте и декабре 2020 года — во время изоляции и в период новогодних праздников.



По данным сервиса платежей для бизнеса «Тинькофф Касса», в январе 2021 года наблюдалось небольшое сезонное снижение трат на доставку еды и продуктов питания, в феврале—марте обороты в этой сфере существенно выросли — к апрелю они увеличились на 20% по сравнению с началом года. За год (с апреля 2020) обороты сервисов доставки еды и продуктов питания выросли на 94%.

Средний чек в сервисах доставки продуктов обычно выше, а в службах доставки еды — ниже. Средний чек к Новому году и сезону распродаж повысился только у служб доставки продуктов SaveTime и Igooods. Средний чек в начале самоизоляции вырос только у Delivery Club, SaveTime и «Самоката».

Среди служб доставки продуктов в большем количестве регионов присутствует СберМаркет, но доля рынка выше у X5 Group («Перекресток», «Пятерочка»).

Главных игроков в доставке готовых рационов пять: Performance Group, Grow Food, «Шефмаркет», Elementaree, Justfood. За пределы Москвы и Санкт-Петербурга еду доставляет только Level Kitchen — дочерняя компания Performance Group.

Источник:

[Исследование Tinkoff Data: рынок доставки еды, продуктов и готовых рационов](#)

Ромир запустил E-commerce индекс

Romir.ru, 20.05.2021

/исследование

Исследовательский холдинг Ромир запускает **E-commerce индекс** — анализ покупательского поведения в онлайн-магазинах FMCG-сектора.

E-commerce индекс — инструмент измерения реального потребительского поведения, разработанный на базе скан-панели домохозяйств Romir Consumer Scan Panel. Индекс отражает динамику трат на товары повседневного спроса, состоящий как из частоты покупки, так и из среднего чека реальных покупателей интернет-магазинов.

Базой для расчета индекса являются ежедневно обновляемые данные по покупкам более 100 категорий продовольственных и непродовольственных товаров в городах России с населением 100 000 жителей и более. Индекс рассчитывается к январю 2019 года.



- В марте 2021 года индекс составил 144%, что на 17,1% больше, чем в феврале и на 20% больше, чем в марте 2020 года.
- Во время ограничительных мер доля интернет-торговли возросла до рекордных значений: 11,3% и 10,4% от общих трат в мае и июне.
- За последние 2,5 года можно сделать вывод, что пандемия в моменте безусловно повлияла на рост E-commerce индекса, но не привела в канал существенно больше людей.
- Лояльность покупателей канала очевидно возросла, потребительская привычка осуществлять покупки онлайн сохранилась и после ограничительных мер.

Источник:

[Ромир запустил E-commerce индекс – регулярный мониторинг покупательской активности в интернет-магазинах](#)

Весь мир:

Чистая выручка JD.com выросла на 39% в I кв. 2021 г.

Ir.jd.com, 19.05.2021

/новость

JD.com, Inc., китайская компания в сфере электронной коммерции, объявила неаудированные финансовые результаты за квартал, закончившийся 31 марта 2021 года.

Чистая выручка JD.com выросла на 39% год к году и достигла \$31 млрд. Чистая выручка от реализации продукции увеличилась на 34,7%, а чистая выручка от услуг — на 73,1%.



Операционная прибыль составила \$0,3 млрд. Чистая прибыль, приходящаяся на долю держателей обыкновенных акций, в первом квартале 2021 года составила \$0,6 млрд, разводненная прибыль на акцию — \$0,34.

Количество активных аккаунтов клиентов по итогам 12 месяцев увеличилось на 29%, до 499,8 млн.

Источник:

[JD.com Announces First Quarter 2021 Results](#)

Цифровые продажи Target выросли на 50% в I кв. 2021 г.

Investors.target.com, 19.05.2021

/НОВОСТЬ

По итогам первого квартала 2021 года американская сеть розничных магазинов Target увеличила сопоставимые продажи на 22,9% против роста на 10,8% в аналогичном квартале 2020 года.

При этом сопоставимые продажи физических магазинов увеличились на 18% по сравнению с ростом на 0,9% год назад. Продажи в цифровом формате увеличились на 50% по сравнению с ростом на 141% год назад. Использование услуг выдачи и доставки заказов в тот же день выросло более чем на 90%.



Источник:

[Target Corporation Reports First Quarter Earnings](#)

Онлайн-продажи Walmart в первом квартале выросли на 37%

Corporate.walmart.com, 18.05.2021

/НОВОСТЬ

В первом квартале финансового года общая выручка американского ритейлера Walmart выросла на 2,7%, составив \$138,3 млрд. Сопоставимые продажи в США увеличились на 6%.

Онлайн-продажи Walmart в США выросли на 37% с хорошими результатами по всем каналам. Продажи более чем удвоились за последние два года.



Чистые продажи Walmart International составили \$27,3 млрд, снизившись на 8,3%, а онлайн-продажи выросли на 49%.

Сопоставимые продажи сети центров оптовой и мелкооптовой торговли клубного типа Sam's Club, принадлежащей Walmart, выросли на 7,2%, а онлайн-продажи — на 47%.

Источник:

[Walmart Releases Q1 FY22 Earnings](#)

Google и Shopify заключили партнерство в сфере e-commerce

Techcrunch.com, 18.05.2021

/НОВОСТЬ

Google заключил с Shopify партнерство, которое позволит более чем 1,7 млн продавцов взаимодействовать с потребителями через сервисы Search, Maps, Images, Lens и YouTube.



Продавцы должны будут подключить свои витрины на Shopify к сервисам Google. Shopify интегрирован и с другими крупными платформами, включая Facebook и TikTok, а также работает с Walmart над расширением маркетплейса ритейлера.

Google [представил](#) онлайн-рекламодателям Shopping Graph — динамическую модель с искусственным интеллектом, которая собирает полный набор данных о товарах, инвентаре и продавцах в режиме реального времени непосредственно у брендов и ритейлеров. Это позволит интернет-пользователям находить и покупать товары, доступные прямо сейчас. Techcrunch предполагает, что партнерство с Shopify поможет Google реализовать новые возможности.

Источник:

[Google partners with Shopify on online shopping expansion](#)
[Working with merchants to give you more ways to shop](#)

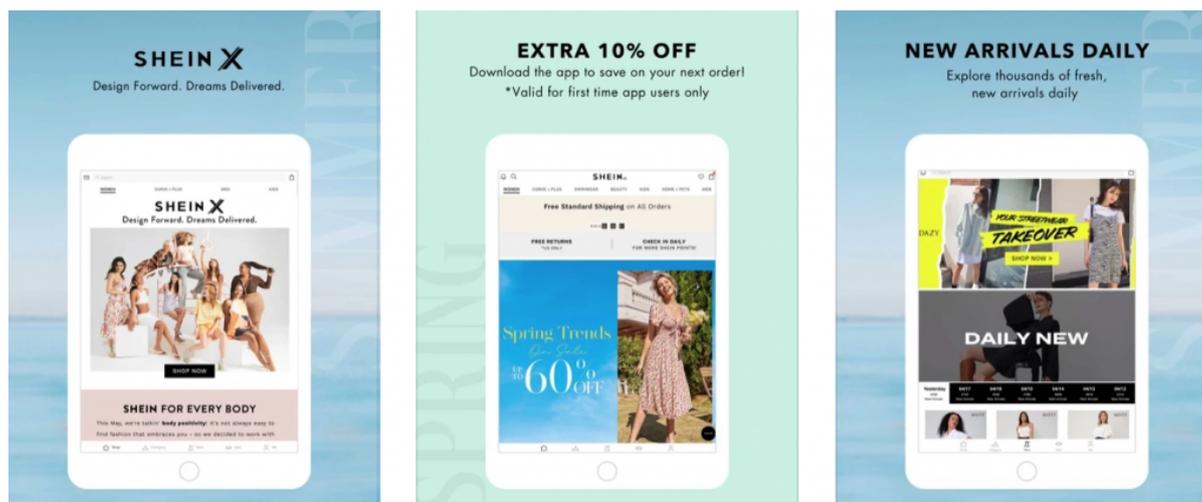
Самое популярное приложение для покупок в США — Shein, а не Amazon

Techcrunch.com, 18.05.2021 11:42:00

/новость

По данным компаний App Annie и SensorTower, самым загружаемым приложением для шопинга на iOS и Android в США стало приложение для покупок одежды Shein, которое сместило с позиции лидера Amazon.

Согласно аналитике App Annie, по состоянию на 17 мая Shein было лучшим приложением для покупок на iOS в 54 странах и занимало первое место в категории на устройствах Android в 13 странах.



Shein описывает себя как «международную платформу электронной коммерции B2C для быстрой моды», основанную в 2008 году. Штаб-квартира компании находится в Нанкине, также открыты офисы в других крупных городах Китая, США, Бельгии и ОАЭ. Компания не раскрывает информацию об инвесторах.

Shein контролирует всю цепочку, от проектирования и прототипа до закупок и производства одежды. Каждый этап оцифрован и интегрирован с другим, что позволяет компании выпускать сотни новых продуктов, адаптированных к различным регионам и вкусам пользователей, с ежедневной скоростью. Оценка стартапа превышает \$15 млрд.

Компания владеет собственным каналом продаж и пользовательскими данными, что отличает ее от ряда обычных потребительских брендов, которые полагаются на Amazon для привлечения клиентов.

Источник:

[Shein overtakes Amazon as the most installed shopping app in US](#)

Электронная коммерция в США выросла на 39% в I кв. 2021 г.

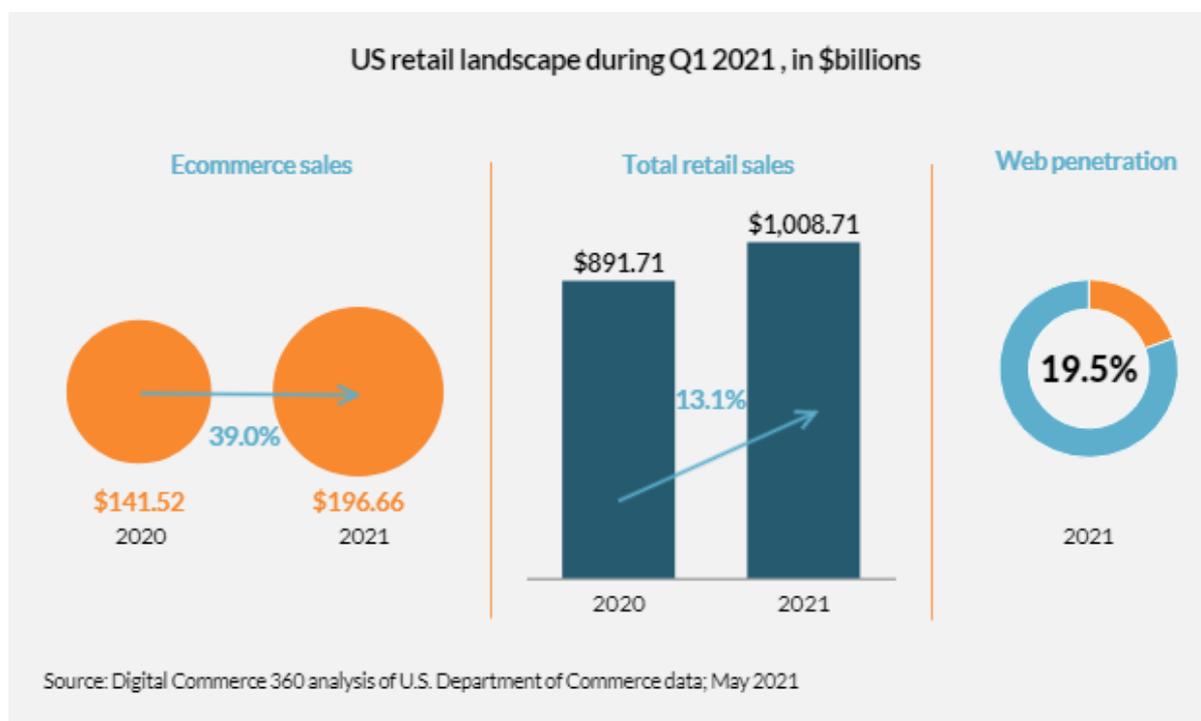
Digitalcommerce360.com, 18.05.2021

/новость

В первом квартале 2021 года объем электронной торговли в США достиг \$196,66 млрд, что на 39% больше, чем в аналогичном периоде 2020 года. Почти 1 доллар из каждых 5-ти, потраченных на розничные покупки, приходился на цифровые заказы.

По оценкам Digital Commerce 360, проникновение онлайн-торговли в первом квартале 2021 года составило 19,5%. Это существенно выше, чем 15,9% в первом квартале 2020 года и 14,8% за тот же период в 2019 году. Однако текущая доля ниже, чем во втором и четвертом кварталах 2020 года, когда показатели превышали 20%.

Продажи по всем каналам в США достигли \$1,01 трлн против \$891,71 млрд в первом квартале 2020 года. На электронную торговлю пришлось 47,1% всего роста розничной торговли за первый квартал 2021 года.



Источник:

[US ecommerce sales climb 39% in Q1 2021](#)

Wish увеличил выручку на 75% в I кв. 2021 г.

Ir.wish.com, 17.05.2021

/НОВОСТЬ

Компания ContextLogic Inc., управляющая маркетплейсом Wish, опубликовала финансовые результаты за первый квартал, закончившийся 31 марта 2021 года.

Выручка компании за квартал выросла на 75% год к году, до \$772 млн. Выручка основной торговой площадки на активного покупателя увеличилась на 76% в годовом исчислении. Скорректированный показатель EBITDA составил \$(79) млн против \$(51) млн год назад.

	Three Months Ended March 31,				
	2021		2020		YoY %
Revenue	\$	772	\$	440	75%
Core Marketplace	\$	477	\$	340	40%
ProductBoost	\$	50	\$	44	14%
Marketplace Revenue	\$	527	\$	384	37%
Logistics Revenue	\$	245	\$	56	338%
Other Financial Data					
<i>(in millions, except percentages, unaudited)</i>					

В компании ожидают, что по итогам второго квартала 2021 года выручка составит \$715-730 млн при росте на 2-4% в годовом сопоставлении. Скорректированный показатель EBITDA составит от \$(60) до \$(55) млн.

Источник:

[Wish Reports Stronger-than-Expected First Quarter 2021 Financial Results](#)

Объем e-commerce продаж Rakuten вырос на 33,9% в I кв. 2021 г.

Global.rakuten.com, 17.05.2021

/новость

В первом квартале 2021 года выручка японской технологической компании Rakuten Group выросла на 18,1% год к году. Валовый объем продаж (GMS) направления электронной коммерции вырос на 33,9% год к году. Этому способствовали рост транзакций маркетплейса Rakuten Ichiba, интернет-магазина Rakuten 24, онлайн-супермаркета Rakuten Seiyu Netsuper и других сервисов.

Более 70% пользователей, которые приобрели продукты на маркетплейсе Rakuten Ichiba в четвертом квартале 2020 финансового года, продолжили приобретать продукты и в первом квартале 2021 года. Количество пользователей, покупающих продукты на Rakuten Ichiba, выросло на 16,4% год к году, в то время как сумма покупки на одного пользователя увеличилась на 15,5% год к году.



На работу туристического сайта Rakuten Travel повлияло снижение количества бронирований из-за временной приостановки программы правительства Японии Go To Travel после повторной вспышки COVID-19, а также введения чрезвычайного положения в префектурах по всей стране. В то же время Rakuten Travel успешно увеличил операционную прибыль в годовом сопоставлении за счет повышения рентабельности и других мер.

Источник:

[Rakuten Group Q1 FY2021 Financial Results Highlights](#)

Индонезийские интернет-компании Gojek and Tokopedia объявили о слиянии

Cnbc.com, 17.05.2021 01:22:00

/новость

Индонезийская мультисервисная платформа Gojek объявила о слиянии с игроком электронной коммерции Tokopedia. В итоге будет сформирована GoTo Group, которая объединит онлайн-тоговлю, услуги в сфере транспорта, доставки, финансовые сервисы и т.д. Сумма не раскрывается, но соглашение стало крупнейшей коммерческой сделкой в истории страны. Конечная цель — IPO GoTo Group.



В 2020 году совокупное количество транзакций обеих компаний составило более 1,8 млрд, а общая валовая стоимость транзакций превысила \$22 млрд. У компаний более 100 млн активных пользователей в месяц.

Суперприложение Gojek позволяет заказывать еду, поездки, доставку, совершать электронные платежи и т.д. Это первый и единственный «декакорн» (стартап, оцениваемый в \$10 млрд и выше) в Индонезии. Это также единственный стартап в Юго-Восточной Азии, вошедший в список Fortune «Компании, которые изменили мир». Среди инвесторов — Google, Facebook, PayPal, Sequoia Capital, Tencent Holdings и т.д.

Tokopedia также стала «единорогом»; ей принадлежит самый посещаемый в Индонезии онлайн-магазин и 25% рынка электронной коммерции в стране.

Источник:

[Indonesia's internet start-ups Gojek and Tokopedia announce merger](#)

Amazon и Walmart — лидеры рынка e-grocery в США

Coresight.com, 21.05.2021

/исследование

Согласно опросу Coresight, значительная часть потребителей в США, которые начали покупать продукты питания в онлайн-магазинах во время пандемии, продолжают это делать после ее окончания. Более 60% покупателей продуктов планируют заказывать их в интернете чаще или с той же частотой, что и во время кризиса.

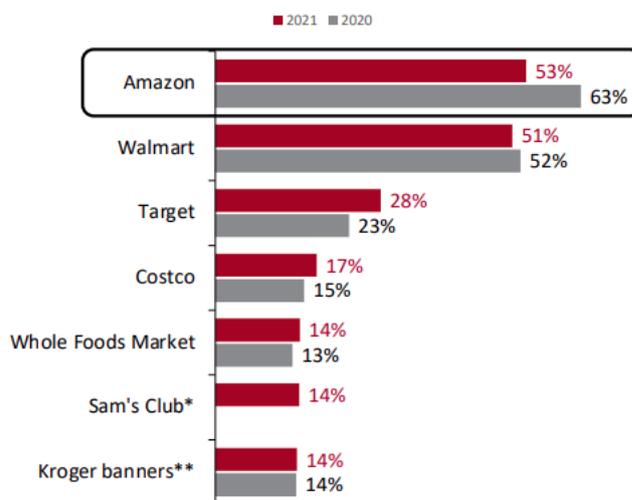
Amazon и Walmart лидируют на онлайн-рынке продуктов питания — за последние месяцы их использовали 53% и 51% опрошенных соответственно. Однако доля онлайн-клиентов, которые покупали у них продукты питания, снизилась — в 2020 году у Amazon она составляла 63%, а у Walmart — 52%. В то же время другие ритейлеры наращивают долю рынка.

Значительно выросли онлайн-продажи свежих фруктов и овощей, молочных продуктов, мяса, рыбы, яиц и выпечки по сравнению с 2020 годом. Это указывает на то, что потребители воспринимают электронную коммерцию так же, как и поход в обычный магазин.

Источник:

[US Online Grocery Survey 2021: Post-Surge Prospects \(Select Findings\)](#)

Figure 2. Online Grocery Shoppers: Retailers from Which They Have Bought Groceries Online in the Past 12 Months (% of Respondents)



Бельгийцы любят кросс-бордер, а голландцы часто возвращают онлайн-покупки

Ecommercenews.eu, 19.05.2021

/исследование

Компания Salesupply [рассказала](#) о состоянии рынка e-commerce фулфилмента в Европе.

Нидерланды: наиболее быстрорастущие категории — продукты питания и личной гигиены, мебель и мода. Средний срок доставки — 2-3 рабочих дня. Более половины потребителей чаще выбирают интернет-магазин, где могут указать желаемое время доставки. Голландцы возвращают больше покупок, чем потребители в других исследованных странах.



Бельгия: доля трансграничных покупок достигает 30,8%. Нидерланды являются популярной страной для шопинга. В Бельгии хорошо представлены голландские площадки Bol.com и Coolblue. Бельгийцы любят получать товары с доставкой на дом в течение дня, click & collect предпочитают только 2% респондентов.

Германия: на рынке более 62,4 млн онлайн-потребителей. В прошлом году объем электронной торговли в Германии увеличился на 18,6%. Более половины опрошенных не возвращают онлайн-покупки. А если возвращают, то в основном одежду, обувь и бытовую электронику.

Франция: 46 млн клиентов e-commerce. Категория продуктов питания и личной гигиены показала самый большой рост. Французы в основном возвращают одежду (18%) и обувь (12%), а более 63% заявляют, что не возвращают ничего. Доля трансграничных покупок — 6,8%. Доставку на дом выбирают 85% потребителей, но растет популярность click & collect.

Великобритания: более 57 млн онлайн-покупателей. 56% потребителей заявляют, что не возвращали онлайн-заказы. Те, кто это делает, в основном возвращают одежду и обувь. Доля трансграничных продаж — всего 4,1%.

Испания: мода — самая крупная категория, но больше всех выросли онлайн-продажи продуктов. 43% онлайн-покупателей возвращают товары — в основном одежду и обувь. Доля трансграничного шопинга — 6,3%. Большинство пользователей ожидают, что онлайн-заказ будет доставлен в течение 2-3 дней.

Италия: более 33 млн онлайн-покупателей. Онлайн-индустрия продуктов питания и личной гигиены растет быстрее всех. 66% опрошенных не возвращают товары, заказанные в интернете. В редких случаях возвращают одежду, обувь и бытовую электронику. Доля кросс-бордера составила 7,7% — выше, чем в среднем по ЕС.

Польша: около 53% жителей хотя бы иногда делают покупки в интернете. Их больше всего интересует заказ обуви, одежды и еды. Индустрия моды — крупнейший онлайн-сегмент. Онлайн-покупатели предпочитают, чтобы доставку в почтовый автомат или на дом; click & collect также популярен. Двое из трех пользователей заявляют, что не возвращают товары, купленные онлайн. Среди наиболее часто возвращаемых товаров — одежда и обувь.

Источник:

[Ecommerce fulfillment per country](#)

Подкасты о e-commerce

В один клик

«Время — наш главный ресурс». CEO «Утконоса» Дэнни Перекальски — о том, как перестроить бизнес в пандемию

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Дэнни Перекальски, CEO «Утконоса»

Как удалось за последний год открыть четыре фулфилмент-центра, какая у сборщиков «Утконоса» этика, и почему клиент готов простить всё, но только один раз.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)



Практика_days

D2C для международных брендов, экспертиза, сервис, маркетплейсы. Евгений Усенко, Inventive eCommerce

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Евгений Усенко, CEO Inventive eCommerce

Об Inventive Retail Group (сети фирменных магазинов re:Store, Samsung, Huawei, Xiaomi, Nike, STREET BEAT, LEGO, UNOde50) и новых проектах компании, D2C, планах по Inventive eCommerce, маркетплейсах, логистике, «хорошем» сервисе в онлайн и многом другом.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)



О мониторинге

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

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

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

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

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

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

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

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

Контакты

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

О компании

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

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

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