

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 24

21 Июня 2021 - 27 Июня 2021

В выпуске:

Россия:

[Data Insight. Бюллетень eGrocery: май 2021](#)

[Data Insight. Онлайн-рынок одежды и обуви](#)

[Сервис доставки от основателей «Самоката» привлек \\$46 млн для запуска в США](#)

[Ozon доставит товары из IKEA в регионы](#)

[X5 выделяет цифровые бизнесы в отдельную структуру](#)

[Wildberries строит в Санкт-Петербурге крупнейший логистический центр](#)

[«Магнит» запустил собственную доставку из супермаркетов в регионах](#)

[Wildberries открыл прямые продажи от зарубежных поставщиков](#)

[X5 тестирует подписку на свои сервисы](#)

[METRO вышел на AliExpress Россия](#)

[Ромир: в мае россияне стали больше покупать в интернет-магазинах](#)

[Женщины стимулируют рост интернет-торговли лекарствами в России](#)

Весь мир:

[eMarketer: рынок e-commerce Аргентины — самый быстрорастущий в 2020 г.](#)

[eBay продает 80% южнокорейского подразделения](#)

[Квартальные онлайн-продажи Nike выросли на 41%](#)

[Adobe Analytics: онлайн-продажи в Amazon Prime Day превысили \\$11 млрд](#)

[Alibaba: в распродаже 6.18 приняли участие 250 тыс. продавцов и брендов](#)

[Zalando начинает продавать бьюти-товары Sephora](#)

[Конструктор сайтов Wix покупает дропшипинг-платформу Modalyst](#)

[Kantar: Amazon остается самым дорогим брендом в мире](#)

[На click & collect приходится 6,4% онлайн-торговли в Германии](#)

Подкасты и видео

Data Insight. Бюллетень eGrocery: май 2021

Datainsight.ru, 25.06.2021

/новость

Data Insight публикует первый выпуск ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В бюллетене раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за прошедший месяц, конкурентные позиции крупнейших игроков рынка, прогнозы.

Скачать: [Бюллетень eGrocery выпуск 1, Май 2021 \(pdf, 1 MB\)](#)

- В мае 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 18,1 млн заказов. Это на 5% или 900 тыс. заказов больше, чем в апреле 2021 года, и в 3,4 раза больше, чем в мае 2020 года. За один май выполнено больше заказов, чем суммарно за 12 месяцев с мая 2019 по апрель 2020 года.
- Объем онлайн-продаж интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания в мае составил 26,1 млрд руб. (+112% к маю 2020 года).
- Средний чек с мая прошлого года сократился на 37% — с 2300 до 1440 руб.
- Всего за 12 последних месяцев было выполнено 132 млн онлайн-заказов на 210 млрд руб.
- Лидеры среди интернет-магазинов по посещаемости сайта — vprok.ru, sbermarket.ru, auchan.ru, vkusvill.ru и utkonos.ru.
- Среди приложений по оценкам пользователей и по количеству новых установок лидирует Самокат, по накопленной популярности — СберМаркет, по среднесуточной аудитории — Перекрёсток и ВкусВилл.
- По количеству онлайн-заказов выделяется тройка лидеров с кратным отрывом от остальных и с суммарной долей в 61% — это Самокат, Яндекс.Лавка и ВкусВилл. ВкусВилл лидирует по объему продаж (в рублях) с долей в 14%.
- Data Insight прогнозирует, что в целом за 2021 год объем рынка eGrocery составит 250 млн заказов и 335 млрд руб. Это соответствует росту за год в 3,6 раза по количеству заказов и в 2,6 раза по объему онлайн-продаж.

5.4. Лидеры по объему онлайн-продаж

май 21



Источник:

[Бюллетень eGrocery](#)

Data Insight. Онлайн-рынок одежды и обуви

Datainsight.ru, 22.06.2021

/новость

Data Insight при поддержке Арвато Рус выпустила расширенное исследование «[Онлайн-рынок одежды и обуви](#)». В исследовании приведены данные по магазинам одежды и обуви, которые входят в ТОП1000 интернет-ритейлеров по количеству заказов за 2020 год, а также крупнейшие универсальные маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 100 млрд руб. в год) — для последних учитываются только продажи в категории fashion.

Скачать исследование «Онлайн-рынок одежды и обуви» (pdf, 6 MB)

Ключевые тезисы:

- За 2020 год было оформлено 215 млн заказов на сумму 382 млрд руб.
- Средний чек составил 1 770 руб.
- За 2020 год интернет-магазины оформили на 40% больше заказов, чем за 2019.
- Доля интернет-магазинов на рынке eCommerce составила 27% по количеству заказов.
- Конверсия сектора — 4,5%.
- Доля мобильных устройств в трафике составила 57%.



Объем онлайн-рынка одежды и обуви



За 2020 год сегмент вырос как в заказах (40%), так и в деньгах (35%). Средний чек снизился на 3%. И по количеству заказов, и по объему продаж лидирует категория магазинов широкого профиля. Лидером сегмента является Wildberries — доля по онлайн-продажам среди интернет-магазинов ТОП1000 составляет 54%. На втором месте по объему продаж в сегменте — Lamoda, третье место занял Ozon. Почти все магазины сегмента используют курьерскую доставку и самовывоз, 75% используют доставку Почтой России, 58% — постаматы. 49% имеют приложения на платформе App Store, 99% магазинов от вошедших в исследование имеют аккаунты в социальной сети «ВКонтакте».

Источник:

[Онлайн-рынок одежды и обуви](#)

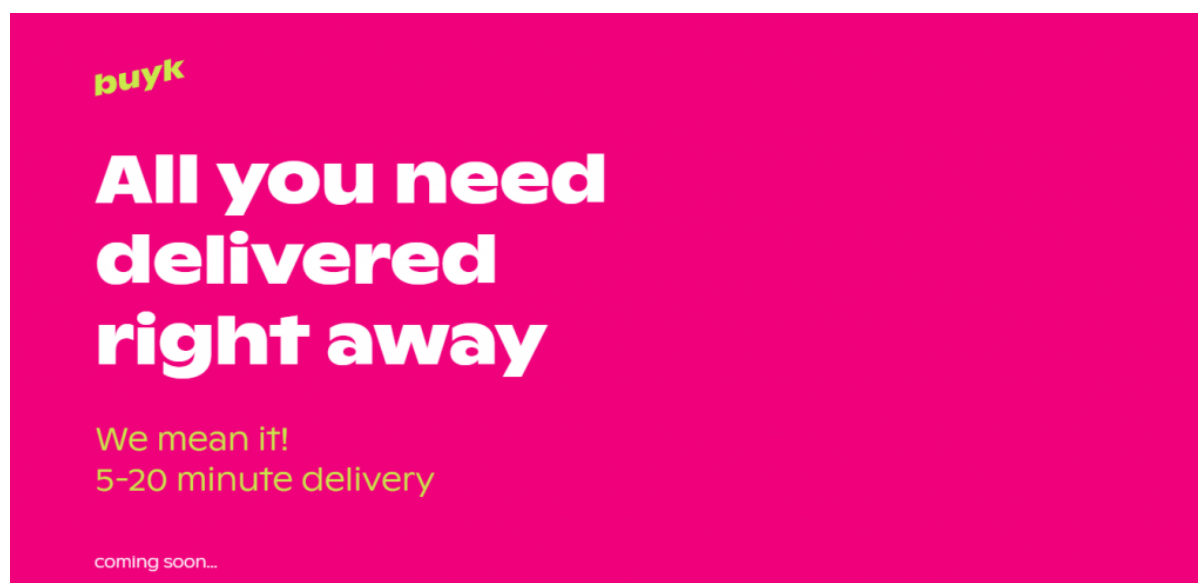
Сервис доставки от основателей «Самоката» привлек \$46 млн для запуска в США

Rb.ru, 26.06.2021

/НОВОСТЬ

Сервис доставки продуктов Buuk от основателей петербургского «Самоката» привлек \$46 млн для выхода на рынок США. Основными участниками раунда инвестиций выступили CM Ventures, Fort Ross Ventures и Citius. Buuk будет использовать ту же технологию, что и «Самокат» в России. Проект поддерживает Сбербанк.

Buuk запустили основатели «Самоката» Вячеслав Бочаров и Родион Шишков вместе с Сергеем Сульгиным. Согласно планам, сервис заработает в августе в Нью-Йорке и предложит клиентам бесплатную доставку. Курьеры будут привозить заказы на велосипедах в радиусе 1,5 км. В конце 2021 года компания намерена выполнять около 10 тыс. заказов в месяц.



За время пандемии, с 2019 года, количество заказов в России с помощью онлайн-доставки увеличилось в 14 раз. По данным Data Insight, «Самокат» входит в тройку лидеров по объему продаж.

По мнению сооснователя Data Insight Бориса Овчинникова, преимущество компании заключается в знании, как быстро масштабировать проект в новых городах. Однако «большой проблемой» он назвал невозможность использовать в Нью-Йорке дешевую рабочую силу, к которой бизнесмены привыкли в России.

Источник:

[Сервис доставки продуктов от основателей «Самоката» привлек \\$46 млн для запуска в США](#)

Оzon доставит товары из IKEA в регионы

Tass.ru, 25.06.2021 11:37:00

/новость

Жители российских регионов смогут получить товары из сети IKEA в пунктах выдачи Ozon, сообщает [ТАСС](#). Ранее сотрудничество компаний по доставке распространялось только на Москву и Московскую область.



Заказать товар на сайте IKEA и забрать из пункта выдачи Ozon смогут жители 12 регионов, где присутствуют магазины шведского бренда. Ozon также будет доставлять товары IKEA в Смоленскую, Тверскую, Тульскую и Калужскую области, в которых еще не представлены торговые центры IKEA.

Источник:

[IKEA запустит доставку в регионах РФ с помощью логистики Ozon](#)

Х5 выделяет цифровые бизнесы в отдельную структуру

Vk.com, 24.06.2021 16:16:00

/новость

Х5 Group выделяет цифровые бизнесы («Vprok.ru Перекресток», сервисы экспресс-доставки и «Около») в отдельную структуру в составе группы. Решение одобрил Наблюдательный совет Х5.

Развитие цифровых бизнесов — одно из ключевых направлений стратегии Х5 в 2021-2023 гг. Компания рассматривает несколько перспективных опций дальнейшего развития, включая как привлечение инвесторов на открытом рынке капитала или инвестиции через стратегическое партнерство, так и самостоятельное развитие в рамках Х5.



Источник:

[Х5 объявляет о выделении цифровых бизнесов в отдельную структуру](#)

Wildberries строит в Санкт-Петербурге крупнейший логистический центр

Retail.ru, 24.06.2021 10:58:00

/НОВОСТЬ

Wildberries начал строительство нового логистического центра площадью 100 тыс. кв. м в Санкт-Петербурге. Складской комплекс станет крупнейшим в Северной столице, построенным для нужд одной компании.

Окончание строительства объекта запланировано на первый квартал 2022 года. Объем инвестиций составит 3 млрд руб. без учета стоимости оборудования.



За 2020 год покупатели из Санкт-Петербурга приобрели товаров на сумму 18,55 млрд руб., что в 2 раза больше по сравнению с 2019 годом. Открытие нового распределительного центра позволит сократить сроки доставки заказов до петербуржцев и нарастить долю заказов с доставкой за день. По итогам 2020 года объемы продаж продавцов и производителей из Санкт-Петербурга на Wildberries выросли на 70%, до 31 млрд руб.

Источник:

[Wildberries строит в Санкт-Петербурге крупнейший логистический центр](#)

«Магнит» запустил собственную доставку из супермаркетов в регионах

Magnit.com, 23.06.2021

/новость

Ритейлер «Магнит» запустил собственный сервис доставки из супермаркетов «Магнит Семейный» и суперсторов «Магнит Экстра» в регионах. Ритейлер развивает проект в партнерстве с Яндекс.Едой.

Ранее доставка тестировалась в Краснодаре, а теперь доступна также в Санкт-Петербурге, Самаре, Тольятти, Ижевске, Омске и Уфе. До конца июля планируется подключить торговые точки в Оренбурге, Тюмени, Ярославле, Ульяновске и Воронеже.



К заказу доступны более 15 тыс. товаров. Цены и скидки аналогичны предложению в физических супермаркетах и суперсторах сети. Выбрать товары, оформить заказ и оплатить его можно в мобильном приложении «Магнит Доставка» для iOS и Android. Товары привезут в течение трех часов. Доставка бесплатная, минимальный заказ — 1000 руб.

На конец первого квартала 2021 года сервисы e-commerce охватывали более 1300 магазинов сети в 58 регионах и 94 городах. Около 60% выручки от онлайн-проектов генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. «Магнит» выполняет около 9500 заказов в день. Средний чек собственной доставки почти в 3,8 раза превышает аналогичный показатель в офлайн-магазинах и составляет около 1400 руб. В 2021 году компания планирует расширить онлайн-доставку.

Источник:

[«Магнит» запустил собственную доставку из супермаркетов в регионах](#)

Wildberries открыл прямые продажи от зарубежных поставщиков

Interfax.ru, 23.06.2021 15:05:00

/новость

Wildberries запустил прямые продажи от зарубежных поставщиков — на первом этапе из Беларуси, Казахстана и Китая, сообщает [«Интерфакс»](#). В дальнейшем ритейлер планирует подключить к проекту производителей из Европейского Союза и других стран своего присутствия.

Доставку товаров от продавцов будет осуществлять собственная логистическая служба Wildberries (например, в Беларуси и Казахстане) и международные логистические партнеры (в Китае и других странах). Российские потребители смогут получать посылки от зарубежных продавцов в пунктах выдачи заказов Wildberries. Доставка до покупателей будет бесплатной и займет от нескольких дней до двух недель.



Источник:

[Wildberries запустил прямые продажи от зарубежных поставщиков](#)

Х5 тестирует подписку на свои сервисы

Vc.ru, 22.06.2021 10:58:00

/новость

Х5 Group тестирует подписку на свои сервисы под рабочим названием «Пакет», подтвердили vc.ru в компании. Проверка продлится с мая по август 2021 года в Москве и Московской области, Петербурге и Ленобласти, Татарстане и Краснодарском крае. В пилоте смогут принять участие около 20 тыс. пользователей.

Подписка включает кэшбек или скидку на товары в магазинах «Пятёрочка» и «Перекрёсток», а также онлайн-сервисе доставки «Впрок». Среди других возможных бонусов — бесплатный кофе, бесплатная доставка, дополнительные баллы лояльности «Пятёрочки» на каждую доставку через 5Post и др.



Ритейлер проверит несколько моделей, которые отличаются по набору и стоимости ежемесячной подписки от 199 до 499 руб.

Источник:

[Х5 Group](#) начала тестировать подписку на свои сервисы под рабочим названием «Пакет»

METRO вышел на AliExpress Россия

Press.aliexpress.ru, 21.06.2021

/новость

AliExpress Россия, METRO и SaveTime запустили официальный магазин торговой сети через сервис «Есть!» — специальный раздел в приложении AliExpress для продажи продуктов питания, товаров первой необходимости, детского питания и товаров для животных с доставкой день в день, а также для бронирования лекарств.



Пользователям будет доступен весь ассортимент METRO, кроме негабаритного товара. Минимальная сумма заказа — от 1000 руб. Платить за доставку не нужно. Заказ привезут в течение 3-4 часов после оформления, также можно выбрать интервал времени для доставки. Доставку осуществляют автокурьеры компании SaveTime. Пользователь сможет выбрать товары из ассортимента ближайшего магазина.

На первом этапе экспресс-доставку из METRO в сервисе «Есть!» могут заказать жители Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга. В ближайшее время возможность появится в Новосибирске, Екатеринбурге, Казани, Нижнем Новгороде, Челябинске, Самаре, Омске, Ростове-на-Дону, Волгограде, Краснодаре, Перми, Уфе и Воронеже. В дальнейшем планируется запуск доставки еще в 31 городе, а в декабре 2021-го года сервисом смогут воспользоваться жители 46 регионов.

Источник:

[METRO появился на AliExpress Россия](#)

Ромир: в мае россияне стали больше покупать в интернет-магазинах

Romir.ru, 23.06.2021

/исследование

E-comm индекс исследовательского холдинга Ромир демонстрирует ежемесячную динамику потребительского поведения в онлайн-ритейле. 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 мае 2021 года индекс составил 129%, что на 7,5% больше, чем в апреле и на 22,7% меньше, чем в мае 2020 года. Снижение против прошлого года связано с тем, что в прошлом году эпидемиологические ограничения вызвали существенный рост оборота интернет-торговли.



Источник:

Россияне в мае стали больше покупать в интернет-магазинах

Женщины стимулируют рост интернет-торговли лекарствами в России

Oborot.ru, 21.06.2021

/исследование

По данным рекламной платформы SlickJump и аптечного маркетплейса «Ютека», чаще лекарства в интернете заказывают женщины (59%). Они же совершают 68% онлайн-визитов.

По возрасту вся аудитория разделилась следующим образом: от 18 до 24 лет — 7,09%, 25-34 года — 29,7%, 35-44 года — 24,7%, 45-54 года — 16%. На клиентов в возрасте младше 18 и старше 54 лет приходится 22,51% покупок лекарств в интернете.

Онлайн в ближайшее время не станет доминирующим, считает директор «Ютеки» Кирилл Якобенко. «Если ориентироваться на текущие темпы роста, онлайн-торговля (лекарствами) сможет дорасти до 20-30% рынка за 5 лет», — сказал он. В целом, за период с 2020 по 2021 годы популярность интернет-аптек выросла на 30%.



Источник:

[Кто покупает лекарства через Интернет в России: портрет потребителя на основе статистики](#)

Весь мир:

eMarketer: рынок e-commerce Аргентины — самый быстрорастущий в 2020 г.

Emarketer.com, 25.06.2021

/НОВОСТЬ

Согласно данным eMarketer, в 2020 году розничные онлайн-продажи в Аргентине выросли более чем вдвое. В Канаде и Сингапуре рост составил более 70%, при среднемировом показателе в 25,7%.

В первую пятерку самых быстрорастущих рынков электронной коммерции в 2020 году вошли также Мексика (+65,2%) и Россия (+54%).

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales Growth, 2020

% change

1. Argentina	100.6%
2. Canada	75.0%
3. Singapore	73.6%
4. Mexico	65.2%
5. Russia	54.0%
6. Australia	53.0%
7. Brazil	50.1%
8. UK	46.5%
9. Thailand	40.0%
10. Spain	39.3%
Worldwide	25.7%

Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales

Source: eMarketer, May 2021

266715

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[Here are the countries with the fastest ecommerce growth in 2020](#)

еВау продает 80% южнокорейского подразделения

Ebayinc.com, 24.06.2021

/НОВОСТЬ

еВау продаст 80,01% своего южнокорейского маркетплейса местному ритейлеру Emart за 3,44 трлн вон (около \$3 млрд). Сделка будет закрыта к концу текущего или в начале следующего года — после одобрения от Банка Кореи.

Совместно eBay Korea и Emart могут построить экосистему, которая обеспечит полное взаимодействие с клиентами в различных категориях. В течение следующих четырех лет Emart планирует инвестировать более 1 трлн вон в центры выполнения заказов. В этом качестве также будут использоваться офлайн-магазины.



Источник:

[Emart to Acquire eBay's Businesses in Korea](#)

Квартальные онлайн-продажи Nike выросли на 41%

Investors.nike.com, 24.06.2021

/НОВОСТЬ

NIKE, Inc. опубликовала финансовые результаты за четвертый квартал финансового года и полный год, закончившиеся 31 мая 2021 года.

Выручка за четвертый квартал составила \$12,3 млрд, что на 96% больше по сравнению с показателем 2020 года и на 21% больше по сравнению с четвертым кварталом 2019 года. Отчетная выручка за год увеличилась на 19%, до \$44,5 млрд. Прямые продажи в четвертом квартале выросли на 73%, до \$4,5 млрд.



После повторного открытия розничной торговли цифровое направление продолжает демонстрировать уверенный рост выручки за квартал — на 41% год к году и на 147% по сравнению с четвертым кварталом 2019 года.

Источник:

[NIKE, INC. REPORTS FISCAL 2021 FOURTH QUARTER AND FULL YEAR RESULTS](#)

Adobe Analytics: онлайн-продажи в Amazon Prime Day превысили \$11 млрд

Cnbc.com, 23.06.2021 09:54:00

/НОВОСТЬ

Согласно данным Adobe Analytics, общий объем розничных онлайн-продаж в США в течение 48 часов акции Amazon Prime Day превысил \$11 млрд — на 6,1% больше, чем во время мероприятия 2020 года.

В первый день розничные продажи через интернет составили \$5,6 млрд, а во второй — \$5,4 млрд. Для сравнения: продажи в Киберпонеделник 2020 года достигли около \$10,9 млрд, что стало крупнейшим днем онлайн-покупок в США за всю историю наблюдений.

Данные об общем объеме продаж в течение Prime Day включают результаты Walmart, Target, Best Buy и Kohl's, которые также предлагали конкурирующие скидки.

По данным Adobe, ритейлеры с годовой выручкой более \$1 млрд сообщили о 29%-ном увеличении онлайн-продаж во время Prime Day по сравнению со средним июньским днем, а более мелкие продавцы с годовой выручкой менее \$10 млн увидели рост на 21%.



Источник:

[Total e-commerce sales during Amazon Prime Day surpass \\$11 billion, Adobe says](#)

Alibaba: в распродаже 6.18 приняли участие 250 тыс. продавцов и брендов

Alizila.com, 23.06.2021

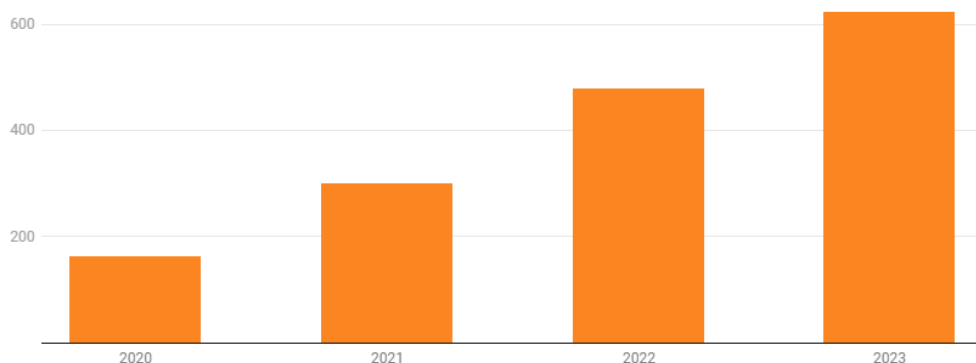
/НОВОСТЬ

Alibaba подвела итоги фестиваля шопинга 6.18, который в этом году проходил с 24 мая по 20 июня.

В распродаже приняли участие около 250 000 продавцов и брендов со всего мира, что более чем вдвое больше, чем в прошлом году. В их число вошли более 200 люксовых брендов, таких как Saint Laurent и Van Cleef & Arpels. В результате китайские потребители получили доступ к 13 млн товаров, включая 1,4 млн новых.

Перед акцией две трети компаний заявили, что маркетплейс Tmall станет их основной платформой, а 40% брендов ожидали, что на него будет приходиться половина их продаж. В течение 6.18 на 100% год к году выросли продажи, полученные благодаря прямым эфирам. Удвоилось количество магазинов, которые заработали с помощью лайвстриминга до 10 млн юаней (\$1,5 млн).

Livestreaming e-commerce sales in China surge (US\$)



Includes products and services ordered online via online video streaming
Source: eMarketer May 2021 • [Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

По данным Tmall Global, китайские потребители приобрели импортных товаров на сумму более 100 млн юаней (\$15,5 млн) всего за три минуты. Tmall Global указал на заметный интерес потребителей к импортным продуктам для волос и здоровым закускам. Продажи косметических товаров для домашних животных выросли на 109%, а нишевых духов — примерно на 200% в годовом исчислении. С 1 по 17 июня на Tmall продажи мужской косметики выросли на 40%.

В небольших городах Китая наблюдается высокий спрос на предметы роскоши. Во время 6.18 потребители из почти 400 городов делали покупки на Tmall Luxury Pavilion — специализированной платформе Alibaba для люксовых брендов. Продажи в городах уровня 3 и 4 увеличились более чем на 80% по сравнению с прошлым годом. В некоторых городах и префектурах более низкого уровня продажи предметов роскоши выросли более чем на 150%.

Источник:

[Alibaba's 6.18 Shopping Festival Ends on High Note with Record Number of Brands and Membership Benefits](#)

Zalando начинает продавать бьюти-товары Sephora

Corporate.zalando.com, 22.06.2021

/новость

Европейский онлайн-ритейлер Zalando и многоканальный продавец косметики Sephora заключили стратегическое партнерство. Тысячи продуктов от более чем 300 эксклюзивных брендов французского производителя станут доступными на немецкой платформе.



Сотрудничество начнется в Германии в четвертом квартале и будет расширено на другие страны со следующего года.

«Бьюти-сфера — это фантастическая возможность роста для нас, так как онлайн-рынок товаров для красоты в Европе все еще практически не изучен», — говорит Дэвид Шнайдер, со-генеральный директор Zalando.

Мартин Брок, генеральный директор Sephora, назвал это сотрудничество важным шагом для компании и отметил, что Zalando — самая успешная онлайн-платформа в Европе.

Источник:

[Zalando and Sephora Join Forces To Create an Unrivalled Online Prestige Beauty Experience for European Customers](#)

Конструктор сайтов Wix покупает дропшипинг-платформу Modalyst

Ecommercenews.eu, 22.06.2021

/НОВОСТЬ

Конструктор сайтов Wix решил купить дропшипинг-платформу Modalyst, чтобы предложить собственную площадку для поиска eCommerce поставщиков и нативную платформу прямой поставки для реализации продуктов по модели white-label.

Владельцы бизнеса смогут подключить свой интернет-магазин к маркетплейсу из тысяч поставщиков, производителей и оптовиков и получить доступ к товарам с возможностью добавлять продукты по модели white-label. Затем продавцы импортируют товары непосредственно в свой интернет-магазин. Заказы упаковываются и выполняются поставщиком и могут быть полностью брендированы.



Modalyst — одно из самых успешных приложений для электронной коммерции в Wix App Market с прошлого года, Modalyst также входит в портфель Wix Capital.

Источник:

[Wix acquires dropshipping platform Modalyst](#)

Kantar: Amazon остается самым дорогим брендом в мире

Kantar.com, 21.06.2021

/НОВОСТЬ

Согласно [рейтингу](#) Kantar BrandZ™ Most Valuable Global Brands 2021, наиболее дорогие мировые бренды продемонстрировали рекордный рост с общей стоимостью \$7,1 трлн, что эквивалентно совокупному ВВП Франции и Германии. Увеличение составило 42%, что более чем в 4 раза превышает среднегодовой рост в процентах по данным исследования за последние 15 лет.

На американские бренды приходится 56 из 100 крупнейших брендов, среди которых лидируют Amazon и Apple, каждый из которых сейчас стоит более половины триллиона долларов США. Amazon сохранил свои позиции самого дорогого бренда в мире, стоимость которого увеличилась на 64%, до \$684 млрд (что эквивалентно ВВП Польши).

Стоимость бренда Alibaba выросла на 29%, составив \$196,9 млрд. Бренд JD.com поднялся на 8 позиций с оценкой \$44,5 млрд (+75%). В пятерку брендов, которые более чем вдвое увеличили стоимость, вошли китайские Pinduoduo (№81, \$22 млрд) и Meituan (№34, \$52 млрд).

Kantar BrandZ Top 10 Most Valuable Global Brands 2021

Rank 2021	Brand	Brand Value 2021 (\$Mil)	% Increase 2021 vs 2020
1	Amazon	683,852	64%
2	Apple	611,997	74%
3	Google	457,998	42%
4	Microsoft	410,271	26%
5	Tencent	240,931	60%
6	Facebook	226,744	54%
7	Alibaba	196,912	29%
8	Visa	191,285	2%
9	McDonald's	154,921	20%
10	MasterCard	112,876	4%

Источник:

[What are the most valuable global brands in 2021?](#)

На click & collect приходится 6,4% онлайн-торговли в Германии

Ecommercenews.eu, 25.06.2021

/исследование

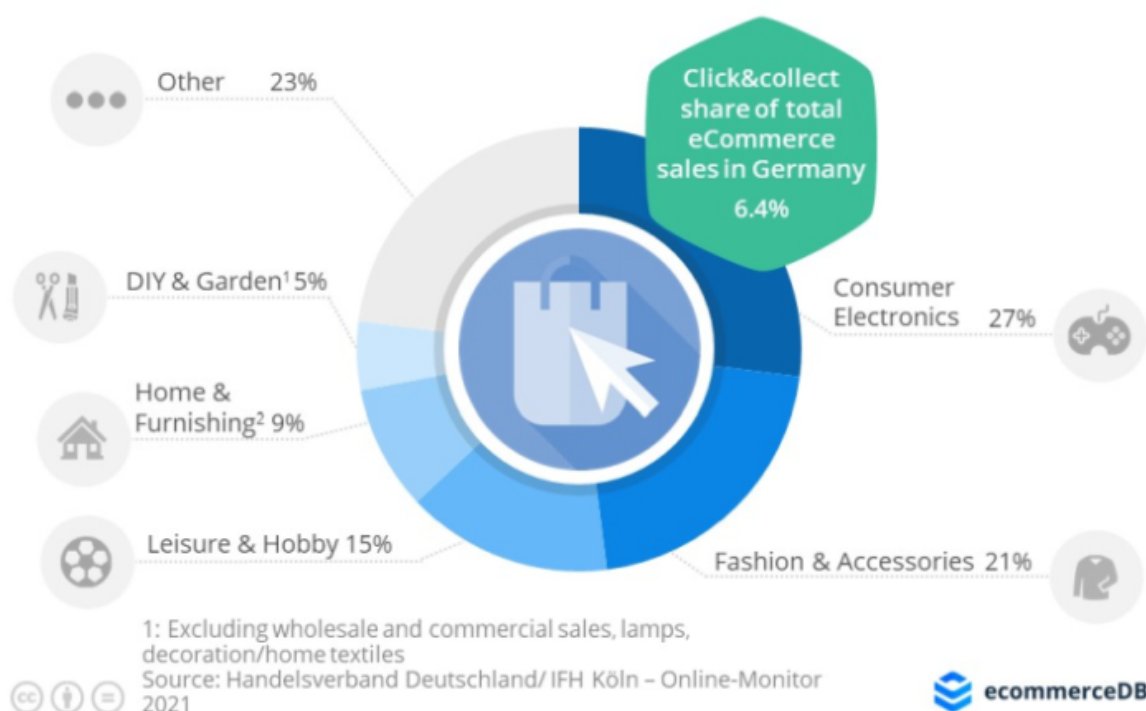
В прошлом году 6,4% всей выручки от электронной торговли в Германии было получено от продаж с применением решений click & collect. Три четверти немецких интернет-пользователей знакомы с этим термином и знают, что он означает.

В целом с декабря 2020 года по март 2021 года к услугам click & collect прибегали более половины немецких интернет-пользователей. 58% говорят, что могут представить себе использование этого метода и после локдауна.

На сегмент потребительской электроники пришлось больше всего продаж с самовывозом — 27%. Наименьшая доля (5%) — у категории DIY.

Consumer electronics biggest click&collect segment in Germany

Distribution of click&collect revenue among product categories in Germany in 2020



Источник:

6.4% of German ecommerce generated via click & collect

Подкасты и видео

Digital Voice

Ритейл vs Маркетплейсы — кто выживет? — Андрей Осокин («Детский Мир»)

Гость: Андрей Осокин, директор по маркетингу «Детского Мира» (ex CMO Goods.ru)

Как нишевым ритейлерам противостоять в битве с маркетплейсами, как самим развивать маркетплейс, почему в России некачественная логистика, какие инструменты маркетинга самые эффективные для продвижения в 2021 году и еще много полезного.

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



Практика_days

Как «ОнлайнТрейд», «Холодильник.ру» и DYSON продают на маркетплейсах. Что готовит Яндекс.Маркет

Беседует: Борис Преображенский

Участники сессии:

Максим Сумин, руководитель группы Электроника и бытовая техника, Яндекс.Маркет

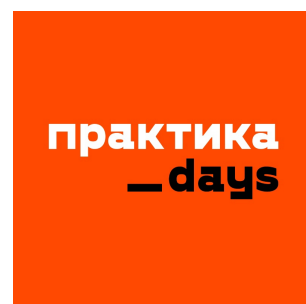
Игорь Боблак, менеджер ключевых клиентов электронной коммерции, DYSON

Денис Егоров, директор по маркетингу, «Холодильник.ру»

Иван Авдеев, директор по маркетингу, «ОНЛАЙН ТРЕЙД.РУ»

Маркетплейсы: секреты больших продаж без потери маржинальности.

[YouTube](#)



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.