

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2021 / № 30

02 Августа 2021 - 08 Августа 2021

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

«МегаФон» вышел из капитала AliExpress Russia

Wildberries переименовал банк «Стандарт-кредит» в «Вайлдберриз банк»

«Шоколадница» запустила новый dark kitchen проект

AliExpress Россия запустил в приложении программу лояльности

Lamoda создала медиапроект о моде и стиле

Яндекс.Маркет начал продавать товары в кредит

Продажи товаров из Беларуси на Wildberries выросли в 4,6 раза

Количество экспортных отправок Почтой России выросло на 26%

«М.Видео» запустил в приложении персональные цены на основе ИИ

В СБЕР ЕАПТЕКЕ количество заказов с доставкой выросло на 71%

Исследование "Онлайн-рынок косметики"

Infoline: X5 осталась лидером рынка eGrocery в первом полугодии 2021 г.

ВЦИОМ: только 4% россиян предпочитают заказывать лекарства через интернет

#### **Весь мир:**

Zalando нарастил продажи на 40% во II кв. 2021 г.

Выручка Wayfair снизилась на 10,4% во II кв. 2021 г.

Выручка Etsy выросла на 23,4% во II кв. 2021 г.

Uber увеличил выручку на 105% во II кв. 2021 г.

MercadoLibre удвоил выручку во II кв. 2021 г.

Эстонский сервис такси Bolt привлек \$713 млн на развитие доставки продуктов

Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 34%

Американский сервис доставки FMCG-товаров Goruff привлек \$1 млрд

Миллениалы стимулируют международные онлайн-продажи D2C

#### **Кейс:**

В пандемию экспресс-доставка «Перекрёстка» выполнила более 1 млн заказов

#### **Подкасты**

## Россия:

# «МегаФон» вышел из капитала AliExpress Russia

Rbc.ru, 06.08.2021 21:08:00

/НОВОСТЬ

Компания «МегаФон» вышла из капитала интернет-ритейлера AliExpress Russia — совместного предприятия китайской Alibaba Group, Mail.ru Group, «МегаФона» и Российского фонда прямых инвестиций (РФПИ), сообщает [РБК](#).



Покупателем доли стала USM International — единственный акционер «МегаФона». В пресс-службе «МегаФона» сообщили, что «совместные проекты с площадкой будут развиваться и в будущем», а «новая структура владения более правильная с точки зрения дальнейшего развития этой компании». В AliExpress Russia заявили, что у них и USM «есть множество пересечений».

Согласно апрельскому отчету Mail.ru, оборот онлайн-ритейлера по итогам финансового года (с 1 апреля 2020-го по 31 марта 2021 года) вырос до 229 млрд руб., из них на российский рынок пришлось 55 млрд руб. Однако чистый убыток AliExpress Россия вырос в первом полугодии 2021 года до 967 млн руб. против 533 млн руб. за аналогичный период 2020 года.

Источник:

[«МегаФон» продал свою долю в AliExpress Russia](#)

# Wildberries переименовал банк «Стандарт-кредит» в «Вайлдберриз банк»

Vc.ru, 06.08.2021 18:28:00

/новость

Wildberries в начале августа переименовал купленный банк «Стандарт-кредит» в «Вайлдберриз банк», [следует](#) из данных «Контур.Фокуса». ЦБ утвердил переименование. В Wildberries сообщили [vc.ru](#), что банк поможет площадке в развитии «действующих сервисов для покупателей и предпринимателей и запуске новых».

Банк позволит онлайн-ритейлеру улучшить скорость и удобство взаиморасчётов и решать возникающие вопросы без участия посредников. Например, в июне Wildberries начал продавать товары в кредит и рассрочку.



Глава Wildberries Татьяна Бакальчук стала владельцем банка «Стандарт-кредит» в феврале.

По [данным](#) «Интерфакс», «Стандарт-кредит» входит в четвёртую сотню банков по активам и капиталу. Собственный капитал банка составляет 337,99 млн руб.

Источник:

[Wildberries переименовал банк «Стандарт-кредит» в «Вайлдберриз банк»](#)

# «Шоколадница» запустила новый dark kitchen проект

Rb.ru, 05.08.2021 17:44:00

/новость

Сеть кофеен «Шоколадница» начала развивать новый dark kitchen проект EazzyPizzy, который будет доставлять пиццу, джелато, супы, напитки и другие блюда. Сервис сотрудничает с агрегаторами Яндекс.Еда и Delivery Club.

Доставку можно заказать в несколько районов Москвы. Всю столицу планируется «охватить в короткое время». В перспективе проект будет развиваться по франшизе.

«В целом развитие направления dark kitchen мы видим как портфель брендов, который можно разместить на одной кухне для максимальной эффективности», — объяснил директор по развитию бизнеса ГК «Шоколадница» Евгений Прохоров.



Источник:

[«Шоколадница» запустила новый проект в формате dark kitchen](#)

# AliExpress Россия запустил в приложении программу лояльности

T.me, 05.08.2021 15:54:00

/новость

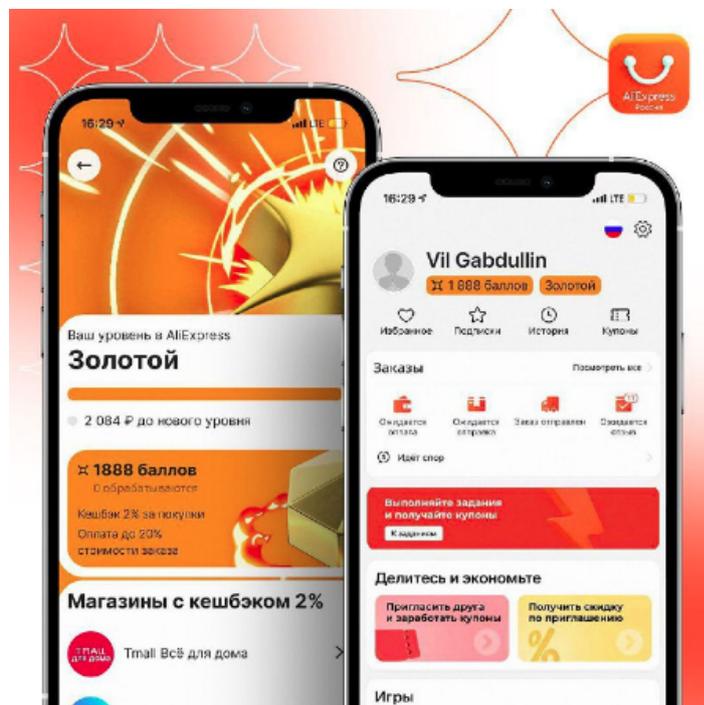
В приложении AliExpress Россия появилась программа лояльности с кешбэком. При покупке товаров, на которые она распространяется, пользователи смогут копить баллы и оплачивать ими до 50% стоимости будущих покупок.

В программе уже участвуют более 130 тыс. товаров от российских продавцов. В будущем их количество будет расти. Баллы за покупку начисляются в момент подтверждения заказа, а списываются по курсу «один балл равен одному рублю».

Программа лояльности предусматривает серебряный, золотой, платиновый и бриллиантовый уровни, которые присваиваются в зависимости от суммы покупок за последние 12 месяцев. Процент кешбэка зависит от уровня пользователя в программе — от 1% до 5% от суммы покупки.

Источник:

В приложении AliExpress Россия появилась программа лояльности с кешбэком



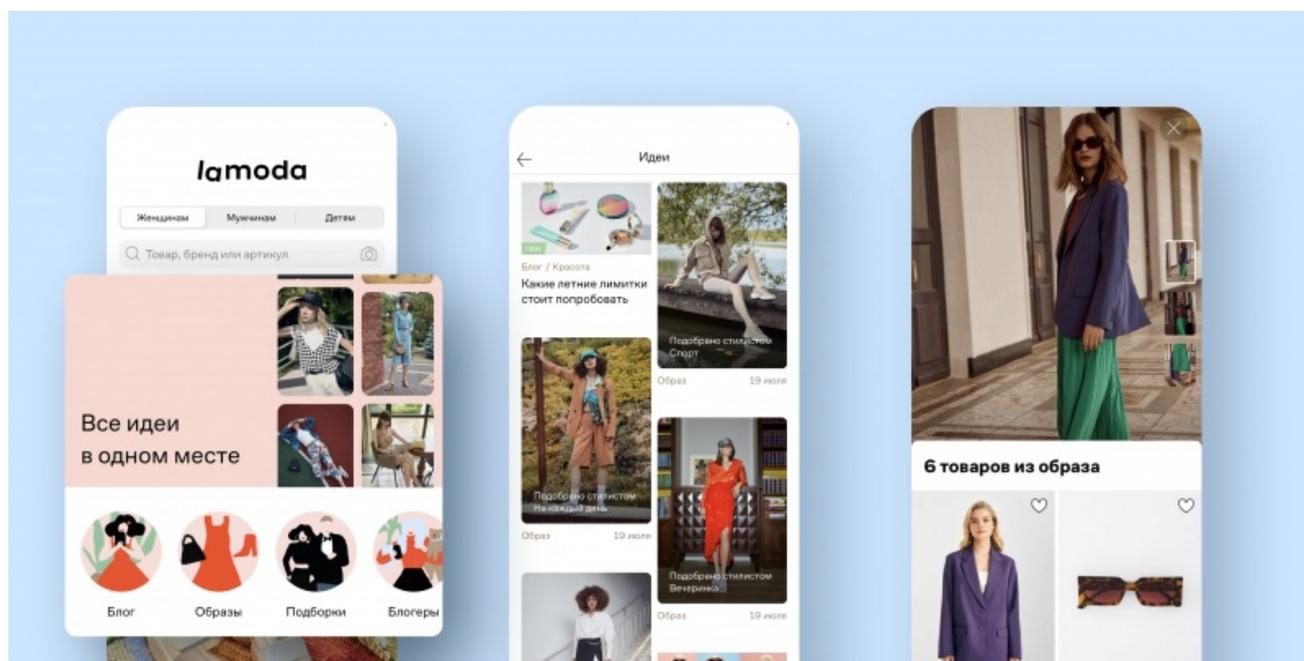
# Lamoda создала медиапроект о моде и стиле

Retail-loyalty.org, 05.08.2021 14:58:00

/новость

Lamoda запустила [медиапроект](#), который объединяет fashion & lifestyle контент разных форматов, создаваемый редакцией Lamoda и внешними экспертами:

- Блог Lamoda, материалы для которого готовит команда профессиональных модных редакторов.
- Образы от стилистов, которые можно купить полностью или выбрать понравившиеся товары.
- Lamoda LIVE — в этом разделе собраны все выпуски модного шоу Lamoda TV с Идой Галич и эфиров со стилистами «Lamoda на диване», а также онлайн-тренировок с профессиональными спортсменами.
- Подборки трендовых новинок каждую неделю.
- Контент от блогеров.
- Истории (исчезающие посты с красивыми картинками и короткими пояснениями), в которых собрано самое главное и интересное из мира моды.



Медиапроект доступен в разделе «Идеи». В планах — запуск персонализированных версий раздела для каждого клиента, развитие live-шопинга во время прямых эфиров, а также интеграция пользовательского контента и многое другое.

Источник:

[Lamoda запустила собственный медиапроект о моде и стиле](#)

# Яндекс.Маркет начал продавать товары в кредит

Vc.ru, 05.08.2021 10:02:00

/новость

На маркетплейсе Яндекс.Маркет появилась возможность во время оформления заказа подать кредитную заявку, сообщает [vc.ru](https://vc.ru). Товар можно купить, получить с доставкой, а за заказ рассчитаться потом. Первый партнёр — «Тинькофф», в будущем сервис может подключить и другие банки.

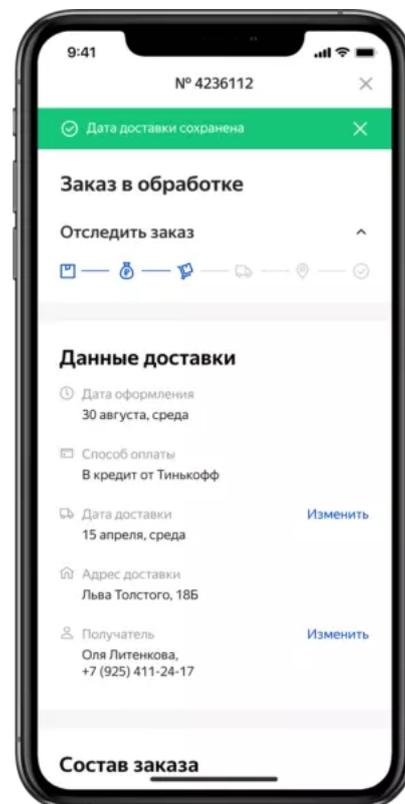
Пользователи могут взять кредит на сумму от 3000 до 200 тыс. руб. и на срок от 3 до 24 месяцев. Ставка — от 18% годовых и зависит от выбранного срока, кредит можно погасить досрочно. Оформить в кредит можно один или несколько товаров из тех, что доставляет сам Маркет. В будущем можно будет купить и товары продавцов маркетплейса.

Если заказ делает клиент «Тинькофф», после одобрения кредита платёж моментально проходит — и маркетплейс сразу передаёт товар на доставку. Ко всем остальным для подписания кредитного договора приедет представитель банка. Погашать кредит можно в приложении «Тинькофф».

На Ozon кредиты работают с 2019 года, на Wildberries — с июня 2021 года.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» начал продавать товары в кредит](#)



# Продажи товаров из Беларуси на Wildberries выросли в 4,6 раза

Retail.ru, 05.08.2021 09:23:00

/НОВОСТЬ

Продажи продукции из Беларуси на Wildberries во втором квартале 2021 года выросли в 4,6 раза в штуках по сравнению с первым кварталом. Наибольшие объемы продаж отмечены в категориях косметики и парфюмерии, нижнего белья, игрушек, товаров для дома и одежды.

Самая высокая динамика продаж наблюдается в следующих категориях: аксессуары (+2070% рост продаж в штуках год к году), белье (+2023%), головные уборы (+2013%), канцелярские товары (+663%), детское питание (+541%).



Во втором квартале около 1000 представителей малого и среднего бизнеса Беларуси вышли в онлайн, начав продавать свои товары через Wildberries. Всего около 3000 предпринимателей из этой страны продают свою продукцию через онлайн-ритейлера.

Источник:

[Wildberries: продажи товаров из Беларуси выросли в 4,6 раза](#)

# Количество экспортных отправок Почтой России выросло на 26%

Pochta.ru, 05.08.2021

/новость

Почта России за первое полугодие 2021 года доставила 2,2 млн экспортных отправок — на 26% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. Выручка от их доставки выросла на 51% и составила 3,5 млрд руб.

Самыми востребованными направлениями экспорта стали США — 32%, Германия — 8%, Великобритания — 6%, Украина — 5%, Канада — 4%. На Почту России приходится свыше 25% всех розничных экспортных отправок и 90% всех доставок экспортеров в дальнее зарубежье. Значительная часть экспортеров — малый и средний бизнес (МСП). По итогам первого полугодия 2021 года объем экспортных отправок от МСП вырос на 23% год к году.



Количество посылок по итогам полугодия возросло на 91%. Всего за полгода Почта доставила 420 000 посылок. Самым популярным направлением стали США — больше 17% доставок от общего количества посылок, на 65% больше, чем за аналогичный период 2020 года.

Активнее всего товары на экспорт отправляют из следующих российских регионов: Москва — 37%, Северо-Запад — 17%, Волга, Южный — 10%, Урал — 8%. Наибольший экспортный рост за год показали регионы: Северный Кавказ — 36%, Центр — 35%, Южный — 34%, Москва — 32%, Дальний Восток — 26%.

Источник:

[Количество экспортных отправок Почтой России выросло на 26%](#)

# «М.Видео» запустил в приложении персональные цены на основе ИИ

Mvideoeldorado.ru, 03.08.2021 17:52:00

/новость

«М.Видео» запустил для пользователей мобильной платформы персонализированные ценовые предложения на основе технологий искусственного интеллекта (ИИ). Сервис предлагает авторизованным клиентам гарантированную скидку с учетом истории прошлых покупок и доступных бонусов.

Персональная цена доступна в мобильном приложении для самостоятельного шопинга и в мобильном приложении консультанта. В результате, конверсия в мобильном приложении клиента выросла в 1,5 раза. В ближайшее время «М.Видео» планирует запустить персональную цену и для покупателей сайта.

**М.Видео**  
Онлайн. Быстро. Рядом.

Продажи компании через мобильную платформу во втором квартале 2021 года выросли в 3,3 раза год к году до 52,1 млрд. Оборот мобильной платформы достиг 64% от общих онлайн-продаж.

Источник:

[М.Видео предлагает каждому покупателю персональную цену на основе искусственного интеллекта](#)

# В СБЕР ЕАПТЕКЕ количество заказов с доставкой выросло на 71%

Retail-loyalty.org, 03.08.2021 14:39:00

/новость

Оборот СБЕР ЕАПТЕКИ по заказам с доставкой за первую половину 2021 года составил 2,2 млрд руб. Общее количество заказов с доставкой выросло на 71% год к году, через приложение — на 158%, через сайт — на 43%.

Чаще всего услугой доставки в СБЕР ЕАПТЕКЕ пользуются люди в возрасте 25-34 лет (около 27%) и 35-44 лет (около 23%), чуть меньше — 55-64 лет (около 17%) и 45-54 лет (около 16%). Женщины оформляют доставку чаще мужчин (около 69% и 31%, соответственно).



СБЕР ЕАПТЕКА доставляет на дом безрецептурные препараты в 49 регионах России. Самым высоким спросом услуга доставки пользуется в Казани (более 63% всех заказов в регионе), Ульяновске (51%) и Уфе (50%).

В 2021 году хабы СБЕР ЕАПТЕКИ открылись более чем в 20 городах. В большинстве из них доставка бесплатна при любой сумме заказа.

Согласно статистике за первые 6 месяцев 2021 года, среди товаров, которые чаще всего заказывают с доставкой, самым высоким спросом пользуется «Аквадетрим» (витамин Д3).

Источник:

[Количество заказов с доставкой в СБЕР ЕАПТЕКЕ выросло на 71%](#)

# Исследование "Онлайн-рынок косметики"

Datainsight.ru, 04.08.2021

/новость

**Data Insight** при поддержке Arvato Rus выпустили расширенное исследование «**Онлайн-рынок косметики**».

В исследовании приведены данные по магазинам косметики, которые входят в ТОП 1000 интернет-ритейлеров по количеству заказов за 2020 г., а также крупнейшие универсальные маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 100 млрд руб. в год) — для последних учитываются только продажи в категории beauty.

Включены **58 магазинов**, специализирующихся на продаже декоративной и уходовой косметики, парфюмерии, продукции для мастеров маникюра, педикюра и визажистов.

## **Ключевые тезисы:**

- За 2020 год было оформлено **83 млн заказов** на сумму **95 млрд рублей**
- Средний чек составил **1 150 рублей**
- За 2020 год в интернет-магазинах косметики было оформлено **на 158% больше заказов**, чем в 2019
- Доля рекламных переходов сектора составила **10% против 3%** в среднем по российскому рынку eCommerce
- Доля интернет-магазинов по количеству заказов на рынке eCommerce — **10%**
- Конверсия сектора — **5,1%**

## **Состав расширенной версии исследования "Онлайн-рынок косметики":**

- ТОП10 по количеству заказов
- ТОП10 по объему выручки
- ТОП10 по количеству посетителей (с динамикой)
- Конверсия в ТОП10
- Используемые технологии для ТОП10 (CMS, e-mail рассылка, маркетинговые сервисы)
- Доля мобильного трафика в ТОП10
- Обзор мобильных приложений
- Доля каналов продвижения в трафике ТОП10
- Сводная таблица с показателями, конверсии, заказам, среднему чеку и выручке для ТОП10

**Формат исследования** – файл pdf, 50 слайдов

**Стоимость исследования** – 50 000 рублей + НДС

**Сроки подготовки** – 2 дня после оплаты

## **Контакты для заказа отчета:**

[coordinator@datainsight.ru](mailto:coordinator@datainsight.ru)

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

# Infoline: X5 осталась лидером рынка eGrocery в первом полугодии 2021 г.

Retailer.ru, 05.08.2021 16:28:00

/исследование

Согласно данным Infoline, в первом полугодии 2021 года лидерами рынка интернет-торговли продуктами остались X5 Group с оборотом 23,6 млрд руб., СберМаркет (21,7 млрд руб.) и «ВкусВилл» (21,2 млрд руб.).

«Самокат» поднялся на четвертое место с оборотом 15,9 млрд руб., а Яндекс.Лавка — на пятое (11,7 млрд руб.). Wildberries упал на седьмое место с оборотом 10,9 млрд руб., «Утконос» — на восьмое (9,5 млрд руб.).

В топ-10 вошел новый игрок — доставка от «Ленты» с оборотом 3,6 млрд руб. Выбыла из топ-10 «Азбука Вкуса».

Аналитики улучшили прогноз по росту рынка интернет-торговли едой до более чем 400 млрд руб. по итогам 2021 года.



Источник:

[Исследование: выручка российских онлайн-продавцов продуктов по итогам года может превысить 400 млрд рублей](#)

# ВЦИОМ: только 4% россиян предпочитают заказывать лекарства через интернет

Wciom.ru, 03.08.2021

/исследование

Согласно опросу ВЦИОМ, чаще ходят за лекарствами в аптеку 80% россиян, и только 4% чаще заказывают их через интернет (11% жителей Дальневосточного федерального округа, 8% жителей городов с населением от 500 до 950 тыс.), а 9% делают и то, и другое в равной мере. Совсем не покупают лекарства 6% опрошенных.

За последние три месяца заказывали лекарства через интернет 15% россиян (24% жителей городов-миллионников, 21% жителей городов с населением от 100 до 500 тыс., по 18% среди женщин, 35-44-летних и 45-59-летних, а также жителей Москвы и Санкт-Петербурга), 85% не пользовались этой услугой.



Выбор в пользу обычных аптек россияне объясняют их близостью (20%), простотой и удобством (19%), тем, что при покупке через интернет нужно ждать доставку (14%), большим доверием к лекарствам из аптек (12%), неумением покупать лекарства через интернет (9%).

Тех, кто чаще заказывает лекарства через интернет, привлекают более низкие цены (73%), большой выбор (28%), удобство (24%), экономия времени (23%), безопасность (11%).

Среди тех, кто в последние три месяца заказывал лекарства через интернет, наиболее известны такие сайты, как «Аптека.ру» (52%), «Планета Здоровья» (7%), «Е-аптека» (6%), «Фармлэнд» (5%), а также «Сбераптека» и «Аптека от склада» (по 4%).

Скорее стали бы пользоваться маркетплейсами для покупки лекарств 25% опрошенных россиян, а не стали бы 69%.

Убеждены, что не следует разрешать неспециализированным интернет-магазинам продажу рецептурных лекарств, 73% россиян, а 17% считают это допустимым.

Источник:

[Лекарства по интернету: за и против](#)

## Весь мир:

# Zalando нарастил продажи на 40% во II кв. 2021

Г.

Corporate.zalando.com, 05.08.2021

/новость

Европейская онлайн-платформа Zalando, посвященная моде и образу жизни, во втором квартале 2021 года нарастила валовый объем продаж (GMV) на 40% до 3,8 млрд евро.

За последние 12 месяцев более 10 млн активных клиентов присоединились к платформе Zalando, в результате чего к концу второго квартала их число составило 44,5 млн.



Среднее количество заказов на одного активного клиента достигло рекордных пяти.

Бренды и ритейлеры продолжали активизировать свою онлайн-деятельность через платформу Zalando. GMV партнерской программы вырос более чем на 100% в первой половине 2021 года. В конце первого полугодия около 4700 обычных магазинов были активны в программе Connected Retail и продавали товары через платформу Zalando. Бренды также более активно использовали сервисы фулфилмента и маркетинга от Zalando.

Компания достигла стабильной прибыльности во втором квартале, скорректированный показатель EBIT составил 184,1 млн евро. Zalando инвестирует значительно больше в привлечение клиентов и маркетинг бренда.

Zalando подтверждает свой прогноз на 2021 финансовый год. Ожидается, что GMV вырастет на 31-36% до 14 млрд евро, выручка — на 26-31% до 10,1-10,5 млрд евро, а скорректированный показатель EBIT будет в верхней половине ориентировочного диапазона в 400-475 млн евро.

Источник:

[Zalando Delivers 40% Growth In Second Quarter 2021](#)

# Выручка Wayfair снизилась на 10,4% во II кв. 2021 г.

Investor.wayfair.com, 05.08.2021

/новость

Wayfair Inc., один из крупнейших в мире интернет-ритейлеров товаров для дома, опубликовал финансовые результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Общая чистая выручка компании снизилась на 10,4% до \$3,9 млрд. Чистая выручка в США снизилась на 15,2% до \$3,1 млрд, а чистая международная выручка выросла на 16,3% до \$0,8 млрд. Валовая прибыль составила \$1,1 млрд или 29,2% от общей чистой выручки. Чистая прибыль составила \$130,4 млн, разводненная прибыль на акцию — \$1,14.



Количество активных клиентов достигло 31,1 млн по состоянию на 30 июня 2021 года, что на 19,6% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Компания доставила 13,9 млн заказов, что на 26,5% меньше, чем годом ранее.

Во втором квартале 2021 года 59,4% от общего числа доставленных заказов были размещены через мобильные устройства по сравнению с 60,6% во втором квартале 2020 года.

Источник:

[Wayfair Announces Second Quarter 2021 Results](#)

# Выручка Etsy выросла на 23,4% во II кв. 2021 г.

Investors.etsy.com, 04.08.2021

/новость

Компания Etsy, Inc., которая управляет маркетплейсами Etsy и Reverb, объявила результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Общий объем продаж (GMS) на площадках компании вырос на 13,1% и составил \$3,0 млрд, при этом продажи маркетплейса товаров ручной работы Etsy выросли на 14,2% год к году до \$2,8 млрд.



Консолидированная выручка выросла на 23,4% до \$528,9 млн.

Чистая прибыль составила \$98,3 млн, увеличившись на 1,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Разводненная прибыль на акцию составила \$0,68.

В июле компания Etsy завершила покупку маркетплейсов Derop и Elo7.

Источник:

[Etsy, Inc. Reports Second Quarter 2021 Results](#)

# Uber увеличил выручку на 105% во II кв. 2021 г.

Investor.uber.com, 04.08.2021

/новость

Компания Uber Technologies, Inc. объявила финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Общая выручка компании выросла на 105% год к году или на 95% без учета изменения курсов валют и составила \$3,9 млрд. Компания также сообщила о чистой прибыли в размере \$1,1 млрд за квартал. Скорректированный показатель EBITDA составил \$(509) млн, что на \$150 млн меньше по сравнению с предыдущим кварталом, но на \$328 млн больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Наибольшая доля выручки приходится на США и Канаду — \$1,98 млрд (+76% год к году). Самый большой рост выручки произошел в Азиатско-Тихоокеанском регионе — на 227% до \$709 млн.

<i>(In millions, except percentages)</i>	<u>Three Months Ended June 30,</u>			% Change	
	2020	2021	% Change	(Constant Currency)	
Revenue:					
Delivery	886	1,963	122%	107%	
Mobility	787	1,618	106%	98%	
Freight	211	348	65%	65%	
All Other	29	—	**	**	
Total	<u>\$ 1,913</u>	<u>\$ 3,929</u>	105%	95%	

Источник:

[Uber Announces Results for Second Quarter 2021](#)

# MercadoLibre удвоил выручку во II кв. 2021 г.

Investor.mercadolibre.com, 04.08.2021

/новость

MercadoLibre, Inc., ведущая компания в области технологий электронной коммерции в Латинской Америке, опубликовала финансовые результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Количество уникальных активных пользователей сервисов компании выросло на 47,4% по сравнению с прошлым годом, достигнув 75,9 млн. Общий объем оборота товаров (GMV) вырос на 46,1% или на 39,2% в долларах США до \$7 млрд.

Чистая выручка за второй квартал составила \$1,7 млрд, увеличившись на 102,6% или на 93,9% в долларовом выражении. Выручка от коммерческой деятельности увеличилась на 96,4% в годовом исчислении в долларах США, достигнув \$1,142 млрд, а выручка от финансовых технологий увеличилась на 88,9% в долларах США, достигнув \$560,4 млн.

Чистая прибыль компании составила \$68,2 млн, чистая прибыль на акцию — \$1,37.

Источник:

[MercadoLibre, Inc. Reports Second Quarter 2021 Financial Results](#)



**mercado  
libre**

# Эстонский сервис такси Bolt привлек \$713 млн на развитие доставки продуктов

Cnbc.com, 04.08.2021 03:19:00

/новость

Эстонский сервис такси Bolt привлек \$713 млн в очередном раунде финансирования и планирует вложить средства в развитие быстрой доставки продуктов. Капитализация компании выросла до \$4,75 млрд, что более чем вдвое выше последней оценки в \$2 млрд.

В раунде поучаствовали венчурная компания Sequoia и управляющие фондами Tekne и Ghisallo, а текущие инвесторы G Squared, D1 Capital и Naya увеличили свои активы в компании.



Bolt, ранее известный как Taxify, начинал в качестве приложения для вызова такси в Эстонии. В дальнейшем были добавлены несколько новых услуг, включая доставку еды, каршеринг и аренду электрических скутеров и велосипедов. Теперь Bolt выходит на рынок доставки продуктов. Компания, которая обещает доставить продукты за 15 минут, планирует в ближайшие несколько месяцев развернуть услугу в 10 европейских странах, в том числе в Швеции, Португалии, Хорватии и Румынии.

Источник:

[Bolt valued at \\$4.75 billion as Uber rival aims to push into on-demand grocery delivery](#)

# Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 34%

Alizila.com, 03.08.2021

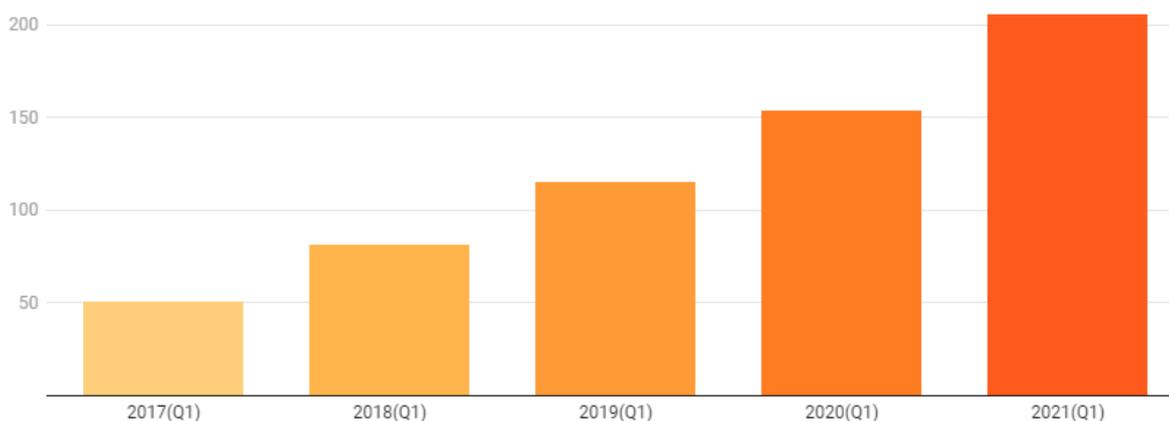
/НОВОСТЬ

Alibaba Group объявила финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Выручка компании составила \$31,9 млрд, увеличившись на 34% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Без учета эффекта консолидации сети гипермаркетов Sun Art, выручка выросла на 22% до \$29 млрд. Выручка от коммерческой деятельности выросла на 35%, а от международной коммерции — на 54%, выручка логистической сети Cainiao — на 20%. Чистая прибыль Alibaba Group за отчетный период составила \$6,991 млрд. Скорректированный показатель EBITDA снизился на 5% и достиг \$7,532 млрд.

## Strong Momentum

Revenue in June quarters by year in billions of yuan



Source: Alibaba Group

Количество активных пользователей экосистемы Alibaba во всем мире достигло примерно 1,18 млрд за двенадцать месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года: 912 млн потребителей в Китае и 265 млн потребителей во всем мире. Месячная аудитория мобильных пользователей (MAU) на китайских розничных маркетплейсах достигла в июне 939 млн.

Источник:

[Alibaba Boosts Share Buyback to US\\$15B; Q1 Revenue Surges 34% YoY Powered by Multiple Growth Engines](#)

# Американский сервис доставки FMCG-товаров Goruff привлек \$1 млрд

Retailtouchpoints.com, 03.08.2021 12:33:00

/новость

Goruff, американский сервис доставки товаров повседневного спроса, привлек \$1 млрд в очередном раунде инвестиций. Капитализация компании составила \$15 млрд. В марте сервис привлек \$1,15 млрд.

Финансирование будет направлено на расширение в Северной Америке, Великобритании и Европе и усиление штата сотрудников. Ранее Goruff приобрел Fancy, английскую платформу доставки последней мили, также ориентированную на продукты и предметы первой необходимости. Это позволило сервису расширить географию в Великобритании и в континентальной Европе.



Goruff ориентирован на удовлетворение «мгновенных потребностей», предлагая быструю доставку за фиксированную плату в размере \$1,95. У компании более 260 микроцентров фулфилмента, сервис обслуживает более 550 городов США, доставляя заказы менее чем за 30 минут. Goruff начинал с кампусов колледжей, но развивался вместе со своей клиентской базой и теперь обслуживает в основном людей старше 30 лет.

Источник:

[Goruff Raises \\$1 Billion as Online C-Store Seeks to Become an Ecommerce Giant](#)

# Миллениалы стимулируют международные онлайн-продажи D2C

Businesswire.com, 03.08.2021 09:32:00

/исследование

За последние шесть месяцев миллениалы стимулировали рост международных онлайн-продаж напрямую потребителю (D2C/DTC), свидетельствуют данные исследования ESW Global Voices: Pre-Peak Pulse 2021, проведенного среди почти 15 000 потребителей в 14 странах.

В целом были заинтересованы совершать онлайн-покупки во время пандемии 52% покупателей. Этот средний показатель вырос до 58% среди людей в возрасте от 25 до 44 лет. Наиболее высокие показатели — в Южной Африке и Индии (по 63%), ОАЭ (56%), Китае (53%) и США (52%).



Почти половина (46%) опрошенных покупателей во всем мире заявили, что ограниченный доступ к магазинам побуждает их покупать в интернете напрямую у международных брендов, а среди лиц в возрасте от 25 до 34 лет этот показатель вырос до 52%. Потребители в Индии и Китае (по 61%), Мексике (59%) и России (50%) с наибольшей вероятностью совершили онлайн-покупки напрямую у международного бренда в первой половине 2021 года.

Товары с традиционно «высоким контактом» (которые потребители ранее примеряли или тестировали в магазине) оказались самым популярным типом международных покупок за последние шесть месяцев. Четверть (25%) глобальных покупателей приобретали одежду в интернете за пределами своего внутреннего рынка в течение этого периода, обувь — 19%, предметы роскоши — 18%, средства по уходу за кожей — 17%, товары для здоровья и красоты — 17%, парфюмерию — 16%, косметику — 16%. Покупатели из поколений миллениалов и Z совершали международные покупки в три раза чаще, чем бэби-бумеры (в возрасте 57-75 лет).

Больше половины (57%) опрошенных покупателей во всем мире заявили, что пандемия открыла им глаза на удобство и возможность выбора в интернете (63% среди миллениалов). 71% сообщили, что после пандемии продолжают покупать с помощью сочетания цифровых технологий и физических каналов.

Источник:

[Millennials drive DTC cross-border e-commerce growth as pandemic prompts 52% to buy online directly from international brands](#)

## Кейс:

# В пандемию экспресс-доставка «Перекрёстка» выполнила более 1 млн заказов

Retail.ru, 02.08.2021 07:00:00

/кейс

Евгений Чечёткин, директор сервиса экспресс-доставки бизнес-единицы «ФудТех» X5 Group, рассказал [Retail.ru](#), как устроена экспресс-доставка «Перекрёстка», и что ждет онлайн-ритейл в ближайшем будущем. Основные тезисы:

- Сервис работает уже в 35 регионах России. Для начала запустили экспресс-доставку в столицах, потом в городах-миллионниках, сейчас подключают новые города и регионы.
- Компания использует 3PL-провайдеров, чаще всего это курьерские службы и службы такси.
- За время пандемии рынок доставки еды, продуктов и экспресс-доставки вырос больше чем в два раза. В пандемию экспресс-доставка «Перекрёстка» выполнила более 1 млн заказов, а за год подключила 26 городов. Динамика показывает, что происходит стабильный прирост каждый квартал в два-три раза.
- Количество заказов в январе по сравнению с июнем увеличилось в 16 раз. Всего за год с момента запуска сервиса (апрель 2020 — апрель 2021) было выполнено 2,2 млн заказов.
- Средний чек в экспресс-доставке — 1700 руб., он достаточно стабилен.
- Среднее время доставки при заявленных 60 минутах — 45 минут.
- Чаще всего покупатели заказывают товары из следующих разделов приложения экспресс-доставки: «Овощи, фрукты, грибы», «Молоко, сыр, яйца», «Хлеб и выпечка», «Сладости и снеки».
- Сервис помогает работе супермаркетов. Онлайн-формат дополняет офлайн.
- В сегменте экспресс-доставки продуктов Россия, как и в других сферах, перескочила несколько ступеней развития.
- Рынок экспресс-доставки стремительно растет, но все цифровые бизнесы должны выйти на положительную EBITDA в течение трех лет.
- Текущие тренды показывают, что покупатель смещается в сегмент более частых покупок и более быстрой доставки.



Источник:

[Евгений Чечёткин, X5 Group: как устроена экспресс-доставка «Перекрёстка», и что ждет онлайн-ритейл в ближайшем будущем](#)

# Подкасты

## Практика\_days

**Digital-продажи Burger King. Как компания развивает цифровые каналы. Сайт, приложение, киоски**

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Артур Рощенко, Burger King, руководитель управления диджитал-продаж

Как Burger King развивает продажи в цифровых каналах, доля заказов через мобильное приложение и количество установок, продажи через агрегаторов и собственные продажи и т.д.

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



**практика  
\_days**

# О мониторинге

---

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

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

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

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

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

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

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

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

# Контакты

---

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

## О компании

---

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

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

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