

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 31

09 Августа 2021 - 15 Августа 2021

В выпуске:

Россия:

Mail.ru Group дополнительно инвестирует в СП AliExpress Россия \$60,3 млн

Закрылся сервис экспресс-доставки покупок из магазинов SaveTime

Почта России начала выдавать заказы из интернет-магазинов через почтоматы

Яндекс.Маркет более чем в 4 раза расширил сеть ПВЗ для продавцов

СберМегаМаркет и СберМаркет доставят свежие продукты день в день

В интернет-магазине «ВкусВилл» появилась аптека

Wildberries: Краснодарский край впервые занял второе место по онлайн-продажам

Яндекс.Маркет запустил курьерскую доставку с часовым интервалом

Inventive Retail Group купила крупнейшего в России онлайн-продавца Xiaomi

Infoline: онлайн-продажи продуктов могут превысить 1 трлн руб. к 2024 году

МТС Банк: продажи одежды в онлайн снижаются, туризм — растёт

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Весь мир:

eBay увеличил выручку на 14% во II кв. 2021 г.

Выручка Wish снизилась на 6% во II кв. 2021 г.

Выручка Airbnb выросла почти на 300% во II кв. 2021 г.

Выручка Jumia выросла на 4,6% во II кв. 2021 г.

Турецкая e-commerce платформа Trendyol привлекла \$1,5 млрд

Немецкий сервис доставки Delivery Hero купил 5,09% британского Deliveroo

На Taobao, Tmall и Amazon пришлось 39% мировой e-commerce в 2020 г.

Более 92% покупателей в Европе приобретают товары онлайн

26% британских покупателей подписаны на доставку коробок с едой/напитками

Почти треть продаж товаров для красоты и здоровья уйдет в онлайн к 2026 г.

Подкасты и видео

Россия:

Mail.ru Group дополнительно инвестирует в СП AliExpress Россия \$60,3 млн

Corp.mail.ru, 11.08.2021

/новость

Mail.ru Group дополнительно инвестирует в совместное предприятие AliExpress Россия \$60,3 млн, которые направят на активное развитие логистики, расширение категорий, а также повышение уровня обслуживания и улучшение клиентского опыта.



«После одобрения советом директоров компания предоставила AliExpress Россия \$60,3 млн в обмен на дополнительные акции СП, выпущенные в рамках новой эмиссии. Ожидается, что акции будут зарегистрированы в ближайшие дни», — говорится в сообщении. Компания будет участвовать в раунде совместно с рядом других акционеров.

После завершения раунда, запланированного на четвертый квартал 2021 года, значительных изменений в долях компании не ожидается. На данный момент Mail.ru Group владеет 15% экономической и 17,6% голосующей доли в активе.

Источник:

[Mail.ru Group дополнительно инвестирует в СП AliExpress Россия 60,3 млн долларов](#)

Закрылся сервис экспресс-доставки покупок из магазинов SaveTime

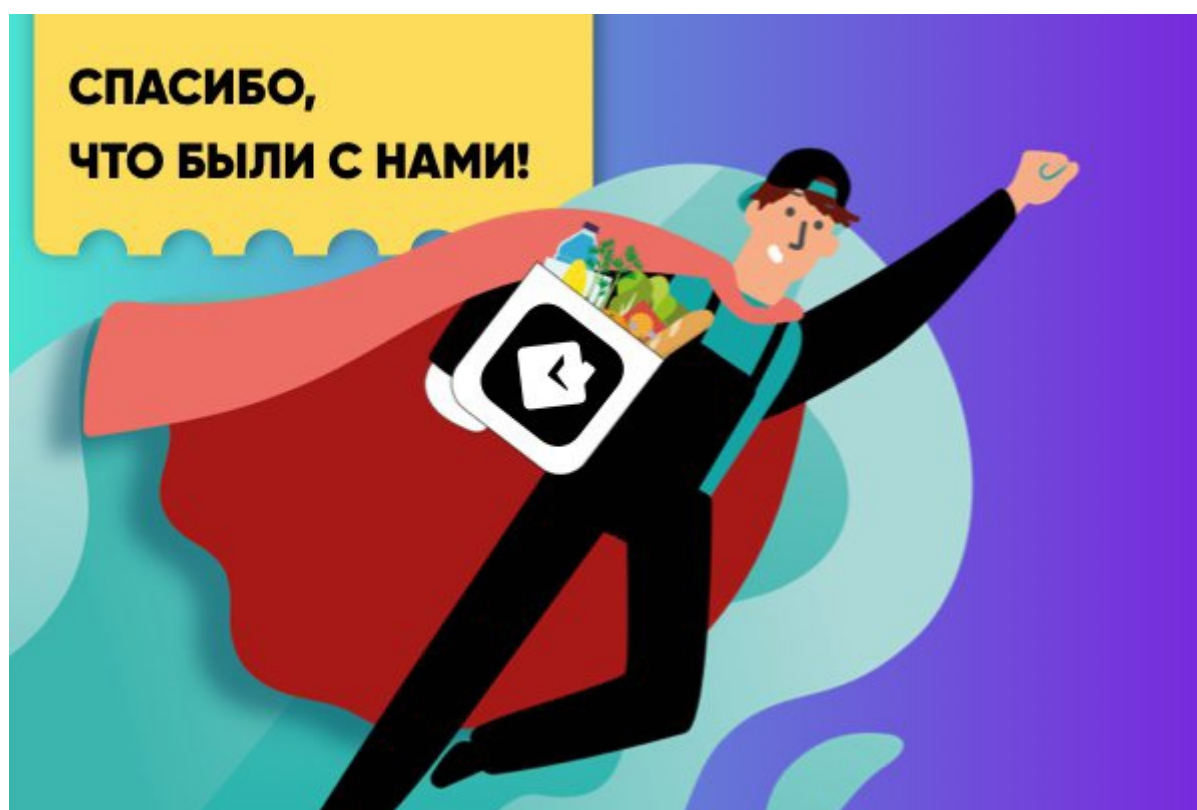
Vc.ru, 13.08.2021 13:33:00

/новость

Сервис экспресс-доставки покупок из магазинов SaveTime, основанный в 2017 году, [объявил](#) о закрытии, сообщил [vc.ru](#).

SaveTime доставлял заказы из магазинов Metro, «Ашан», «ВкусВилл», «Дикси», «Детский мир», «Кораблик», «Бетховен», «Твой дом». Сервис работал в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Казани, Нижнем Новгороде, Челябинске, Екатеринбурге и Перми. В 2018 году строительная группа «Ташир» инвестировала в SaveTime 500 млн руб.

По данным «Контур.Фокуса», выручка юрлица сервиса «СТ Логистик» в 2020 году составила 301,4 млн руб., чистый убыток — 290,1 млн руб.



Источник:

[Сервис экспресс-доставки покупок из магазинов SaveTime объявил о закрытии](#)

Почта России начала выдавать заказы из интернет-магазинов через почтоматы

Pochta.ru, 13.08.2021

/новость

Клиенты могут забирать свои заказы в 500 почтоматах Почты и более 1500 партнерских почтоматах. Создание сети почтоматов — один из приоритетных проектов Почты.

К ноябрю оператор планирует закончить установку и подключение 5000 собственных аппаратов. До конца осени собственные почтоматы Почты России появятся в 37 городах с населением 500 тыс. человек. Пока почтоматы работают только по предварительной оплате. В будущем Почта планирует запустить оплату заказов через POS-терминал почтомата.



Почта также начала подключаться к партнерским сетям «Халва» и Teleport. Сейчас на выдачу заказов Почты работают около 1500 партнерских почтоматов. До конца лета Почта начнет доставлять заказы в более 1000 пунктов выдачи заказов Hermes, а к осени планирует расширить число партнеров, в том числе подключиться к сети PickPoint.

Источник:

[Почта России начала выдавать заказы из интернет-магазинов через почтоматы](#)

Яндекс.Маркет более чем в 4 раза расширил сеть ПВЗ для продавцов

Retail.ru, 13.08.2021 11:06:00

/новость

Яндекс.Маркет более чем в 4 раза расширил сеть пунктов выдачи заказов, в которых принимает от продавцов товары, упакованные для доставки. В общей сложности магазинам сейчас доступно больше 400 ПВЗ по всей стране, и сервис продолжит увеличивать их количество.

Такая возможность ранее была доступна только в 7 городах, к которым добавились еще 26 городов, а также населенные пункты в Подмосковье. Возможность отгрузки заказов через пункты выдачи позволяет магазинам работать с Маркетом по модели FBS (Fulfillment by Seller). Продавец хранит товары на своем складе, сам упаковывает их, передает маркетплейсу, а тот доставляет покупателям.



Яндекс.Маркет с мая по июль 2021 года в 3 раза увеличил логистические мощности — у сервиса уже 7 складов, больше 55 сортировочных центров, свыше 5000 ПВЗ и больше 2000 постаматов по всей стране.

Источник:

[Продавцы смогут сдавать товары в пункты выдачи заказов «Яндекс. Маркета» еще в 26 городах по всей России](#)

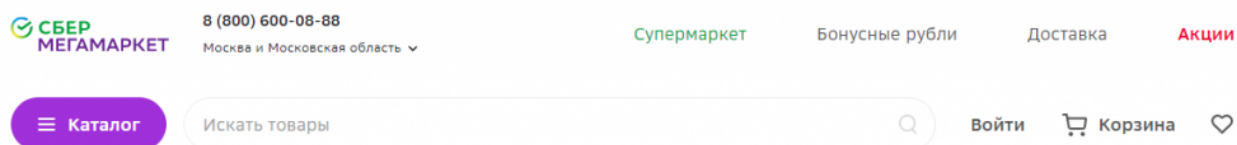
СберМегаМаркет и СберМаркет доставят свежие продукты день в день

Press.sber.ru, 11.08.2021 12:30:00

/новость

В ассортименте СберМегаМаркета появились более 60 тыс. товарных позиций из сетей Metro, «Лента», Villa во всех регионах присутствия партнеров. Услуга «Доставка из магазина» реализована в партнерстве со СберМаркетом в рамках раздела «Супермаркет» на маркетплейсе. В дальнейшем число партнеров планируется увеличивать.

Доставка клиентам СберМегаМаркета будет проходить в часовой интервал. Заказать можно товары повседневного спроса, продукты питания (мясо, рыбу, овощи, фрукты, заморозку и другие категории, требующие специальных условий хранения и транспортировки). Условия доставки зависят от выбранного магазина.



Супермаркет

Здесь можно выбрать магазин и заказать из него свежие продукты, бакалею и всё, что вы обычно покупаете в супермаркете.

Теперь вы можете заказать свежие продукты с доставкой день в день



Укажите адрес для доставки в поисковой строке и выберите магазин



Выбирайте категории и добавляйте товары в корзину. Чтобы сменить категорию кликните на значок магазина



Оформите заказ, выбрав удобное время для доставки

В рамках новой схемы клиент сначала вводит адрес доставки, затем выбирает магазин, товары и удобный временной интервал для получения заказа. На маркетплейсе был реализован ряд технических доработок, чтобы клиент мог покупать товары на развес и менять их на этапе сборки.

В СберМегаМаркете ожидают, что в зависимости от категории доля новой схемы будет занимать от 30% до 70% в обороте FMCG. Наряду с продуктами клиенты активно заказывают средства для ухода за телом, бытовую химию, подгузники и другие товары для детей — в одном заказе сейчас компилируется порядка 20-25 различных позиций.

Источник:

[СберМегаМаркет доставит свежие продукты день в день в партнёрстве со СберМаркетом](#)

В интернет-магазине «ВкусВилл» появилась аптека

Vkusvill.ru, 10.08.2021 11:31:00

/новость

В интернет-магазине «ВкусВилл» появилась новая онлайн-полка «Аптека», организованная совместно с партнерами ритейлера: аптеками «Планета Здоровья» и «Сердце России». Товары будут иметь пометки «От партнера» и специальный красный крест.

Ассортимент включает лекарства (кроме рецептурных), БАДы, медицинские приборы. Для начала «Аптеки» открыты лишь на нескольких дарксторах. Категория отобразится в каталоге пользователей, находящихся в зоне доставки.

The logo for VkusVill, featuring the brand name in a bold, green, sans-serif font.

При одновременном заказе продуктов и лекарств чек из «Аптеки» придет в электронном виде на почту, указанную в приложении. Оплата спишется отдельно за продукты и за товары для здоровья. Доставка занимает 2 часа, она бесплатная, минимальная сумма покупки отсутствует.

Источник:

[Встречайте: аптека в интернет-магазине «ВкусВилл»](#)

Wildberries: Краснодарский край впервые занял второе место по онлайн-продажам

Retail.ru, 10.08.2021 09:24:00

/новость

Впервые второе место по объемам онлайн-продаж на Wildberries занял Краснодарский край, а Санкт-Петербург переместился на третье место. Лидерство сохранилось за Московским регионом.

С апреля по июнь оборот Wildberries в Краснодарском крае составил 6,49 млрд руб., в то время как в Санкт-Петербурге — 6,46 млрд руб. В июле жители и гости Краснодарского края купили на онлайн-площадке товаров на сумму 2,6 млрд руб., а в Северной столице — на 2,1 млрд руб.



WILDBERRIES

Резкий рост покупательской активности в Краснодарском крае связывают с бурным туристическим сезоном 2021 года, а также с миграцией части населения на юг страны из-за увеличения популярности дистанционной работы.

Наиболее популярные категории по объемам продаж во втором квартале в Краснодарском крае: одежда, обувь, косметика, товары для дома и смартфоны. В число самых динамично растущих категорий вошли: автотовары (+373% рост числа заказов год к году), товары для праздника (+306%), крупная бытовая техника (+278%), смартфоны и аксессуары (+218%), ноутбуки и компьютеры (+183%).

Топ-5 регионов России по объемам онлайн-продаж во втором квартале 2021 года: Московский регион, Краснодарский край, Санкт-Петербург, Свердловская область, Нижегородская область.

Источник:

[Wildberries: Краснодарский край впервые обошел Санкт-Петербург по объему онлайн-продаж](#)

Яндекс.Маркет запустил курьерскую доставку с часовым интервалом

Rb.ru, 10.08.2021

Яндекс.Маркет первым из российских маркетплейсов запустил курьерскую доставку с часовым интервалом, пишет rb.ru. Пока она работает в тестовом режиме в Москве в пределах Третьего транспортного кольца. В будущем маркетплейс может расширить географию услуги.

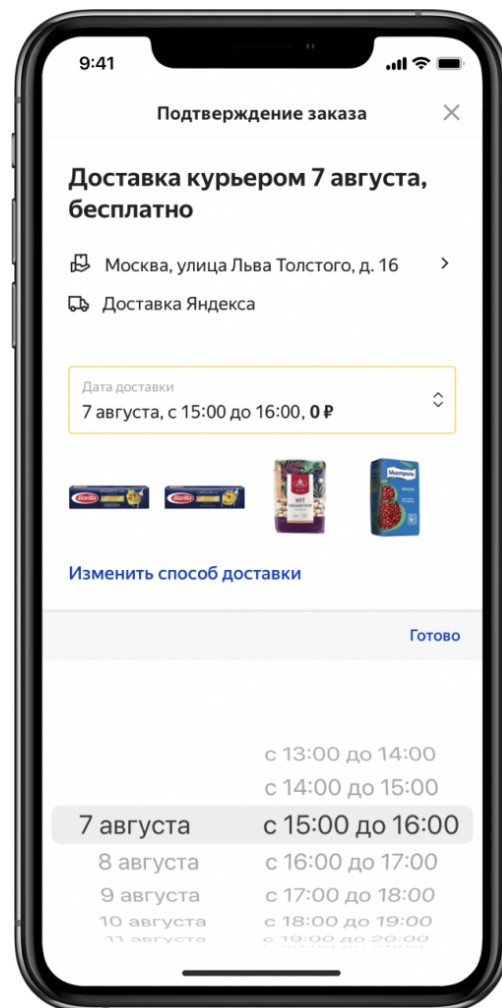
С помощью сервиса можно заранее заказать доставку на удобный интервал в пределах одного часа. Сервис заранее привозит заказ в ближайший мини-склад (например, в Яндекс.Лавку), а оттуда курьер приносит покупку по адресу в выбранное время. Если в конкретный день все часовые интервалы уже заняты, доставка будет доступна с увеличенным интервалом.

Часовые интервалы доступны для товаров с пометкой «Доставка Яндекса» и при оплате покупки сразу на маркетплейсе. Услуга действует для заказов стоимостью до 50 тыс. руб., весом до 10 кг и размерами до 50 см с каждой стороны. Стоимость доставки — от 49 руб.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» запустил доставку с интервалом в пределах одного часа](https://rb.ru)

/НОВОСТЬ

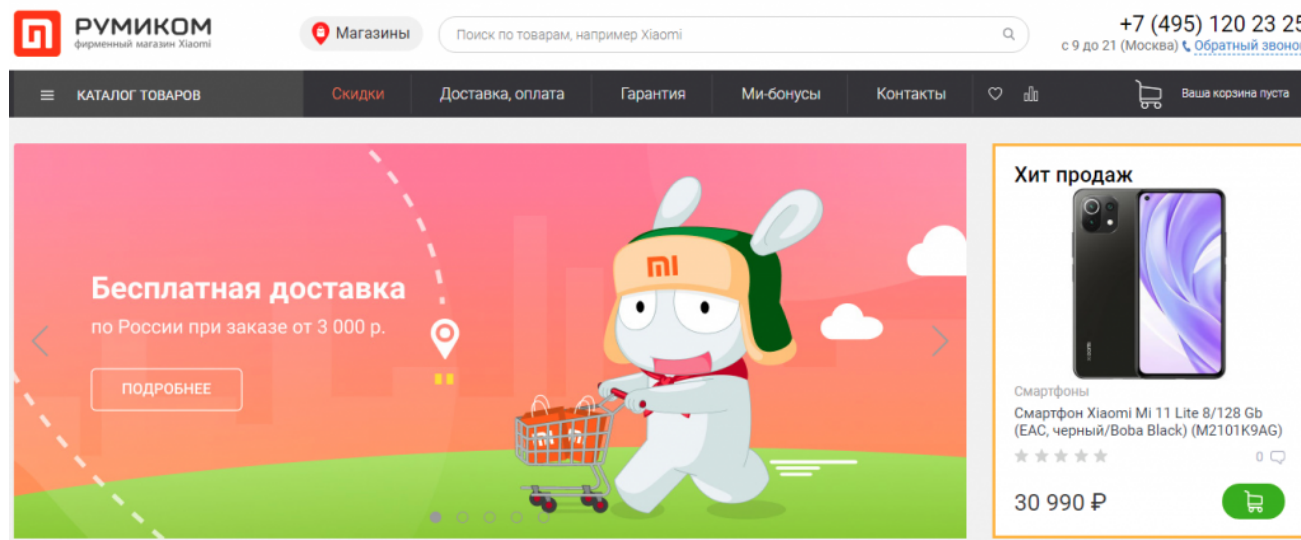


Inventive Retail Group купила крупнейшего в России онлайн-продавца Xiaomi

Inventive.ru, 09.08.2021

/НОВОСТЬ

Inventive Retail Group, управляющая специализированными розничными и онлайн-магазинами, а также корпоративными продажами и дистрибуцией потребительских товаров ведущих мировых брендов, купила специализированный онлайн-магазин «Румиком» у компании Digma Group.



В рамках сделки Inventive Retail Group получает доменное имя, права на интеллектуальную собственность, товарный склад, клиентскую базу и социальные паблики онлайн-магазина, а также четыре офлайн-магазина Xiaomi в Москве и Санкт-Петербурге. Магазины будут включены в сеть Xiaomi, которую уже развивает Inventive Retail Group, благодаря чему сеть Xiaomi группы вырастет до 17 магазинов.

«Румиком» открылся более семи лет назад, стал первым специализированным монобрендовым магазином по продаже Xiaomi на российском рынке, а в дальнейшем — и самым большим монобрендовым продавцом товаров Xiaomi в русскоязычном сегменте интернета. Трафик магазина составляет около 1 млн посетителей в месяц, а клиентская база превышает 400 тыс. человек.

В портфель Inventive Retail Group входят четыре сети ведущих мировых брендов по продаже цифровой техники и электроники: re:Store, Samsung, Xiaomi и Huawei. В структуре продаж компании они занимают более 70%.

Источник:

[Inventive Retail Group купила самого крупного онлайн продавца Xiaomi на российском рынке](#)

Infoline: онлайн-продажи продуктов могут превысить 1 трлн руб. к 2024 году

Kommersant.ru, 12.08.2021

/исследование

По прогнозам Infoline, в 2021 году онлайн-продажи продовольствия достигнут 400 млрд руб., а к 2024 году превысят 1,1 трлн руб. Продукты станут ключевым драйвером роста всего онлайн-рынка, их доля увеличится с 5,3% до 18,8%, пишет «Коммерсантъ».

По итогам января—июня онлайн-продажи продуктов питания в России превысили 150 млрд руб. — это в 2,5 раза выше аналогичного показателя прошлого года. Аудитория активных интернет-покупателей за прошлый год выросла более чем на 40% и превысила 60 млн человек. Десять крупнейших операторов продолжают консолидацию рынка: на них приходится около 87% всех заказов против 80% годом ранее.



Крупнейшие продавцы продуктов питания в России в онлайн-канале по итогам января—июня 2021 года

Место	Компания	Оборот (млрд руб. с НДС)	Динамика год к году (%)
1	X5 Group («Перекресток. Впрок» и экспресс-доставка)	23,6	64,41
2	СберМаркет	21,7	223
3	«ВкусВилл»	21,2	437
4	«Самокат»	15,9	419
5	Яндекс.Лавка	11,7	244
6	Ozon	11,3	98
7	Wildberries	10,9	147
8	«Утконос»	9,5	17
9	«Лента»	3,6	н/д
10	iGoods	3,1	-25

Источник: InfoLine Russia TOP online food retail.

У большинства компаний растет количество заказов при снижении среднего чека. По словам гендиректора Infoline Ивана Федякова, уровень консолидации рынка уже может быть предельным и появления новых крупных игроков ждать не стоит.

Продукты питания и товары повседневного спроса были локомотивами роста электронной коммерции в последний год, подтверждают в Яндексе. В e-commerce-бизнесе компании во втором квартале 2021 года FMCG занял крупнейшую долю в 39%.

Опыт других стран показывает, что онлайн-ритейлерам в России будет очень непросто достичь двузначной доли рынка в ближайшие два года, говорит руководитель направления онлайн-торговли NielsenIQ Россия Александр Шуркаев. В Великобритании доля онлайн-рынка FMCG зафиксировалась на уровне 12%, во Франции — 10%, в Испании — 3%, в Германии — 1%.

Источник:

[E-еда](#)

МТС Банк: продажи одежды в онлайн снижаются, туризм — растёт

Tass.ru, 09.08.2021 10:12:00

/исследование

Согласно исследованию МТС Банка, во втором квартале 2021 года россияне снизили количество онлайн-покупок одежды и отдали предпочтение туризму и сервисам знакомств, сообщает [ТАСС](#).

Топ-5 категорий, в которых покупатели активно расплачиваются в сети: туристические агентства, доставка товаров из супермаркетов, аптеки, сервисы знакомств и заказ мебели. В магазинах одежды рост онлайн-продаж замедлился в 11 раз, а в обувных количество транзакций упало на четверть. Средний чек на одежду снизился на 16% до 1690 руб., а на обувь — на 21% до 5415 руб.



Самый значительный прирост по количеству транзакций в онлайн показали туристические агентства — в 8,5 раза, средний чек при этом снизился на 8% до 20 450 руб. У супермаркетов прирост составил 7,8 раза, средний чек снизился на 4% до 1635 руб. На сервисах знакомств — увеличение в 6,4 раза, средний чек вырос практически вдвое до 900 руб.

Источник:

[Россияне сместили приоритет с онлайн-покупок одежды на знакомства и путешествия](#)

Материал размещен на правах рекламы

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Datainsight.ru, 09.07.2020

/реклама

Отчет Топ-1000 интернет-магазинов Рунета уже в продаже!

ТОП 1000

Полная таблица 1000 крупнейших интернет-магазинов включает в себя:

1. URL магазина
2. Товарная категория
3. Посещаемость
4. Конверсия
5. Количество заказов в месяц в среднем за год

Дополнительные данные:

1. Контакты (только публичные, с сайта интернет-магазина)
2. Динамика посещаемости
3. Динамика заказов

Формат: xlsx таблица

Период: отчет включает данные за 2020 год

Срок подготовки: 2 рабочих дня после оплаты

Контакты для заказа отчета:

coordinator@datainsight.ru

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

Весь мир:

еВау увеличил выручку на 14% во II кв. 2021 г.

Ebayinc.com, 11.08.2021

/НОВОСТЬ

Компания eBay Inc. опубликовала финансовые результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Выручка компании составила \$2,668 млрд, увеличившись на 14%. Общий объем оборота товаров (GMV) снизился на 7% и составил \$22,1 млрд. Количество активных покупателей за год сократилось на 2% до 159 млн по всему миру. Число активных продавцов при этом выросло на 5% до 19 млн по всему миру.



Second Quarter 2021 Financial Highlights (presented in millions, except per share data and percentages)

	Second Quarter		Change	
	2021	2020		
eBay Inc.				
Net revenues	\$2,668	\$2,337	\$331	14%
GAAP - Continuing Operations				
Income (loss) from continuing operations	\$294	\$689	\$(395)	(57)%
Earnings (loss) per diluted share from continuing operations	\$0.43	\$0.97	\$(0.54)	(56)%
Non-GAAP - Continuing Operations				
Net income	\$675	\$702	\$(27)	(4)%
Earnings per diluted share	\$0.99	\$0.99	\$—	—%

еВау завершил передачу своего бизнеса в сфере частных объявлений компании Adevinta в обмен на \$2,5 млрд наличными и 44% акций Adevinta, что эквивалентно примерно 540 млн акций. В июле еВау заключил соглашение с инвестиционной компанией Permira о продаже около 135 млн акций своей доли в Adevinta за более чем \$2,4 млрд. Эта продажа снижает долю владения еВау в Adevinta до 33%. Компания также достигла соглашения с ритейлером Emart о продаже бизнеса еВау в Корее. еВау продаст 80,01% акций своих корейских предприятий за 3,44 трлн вон (или примерно \$3,0 млрд).

Источник:

[eBay Inc. Reports Better Than Expected Second Quarter 2021 Results](#)

Выручка Wish снизилась на 6% во II кв. 2021 г.

Ir.wish.com, 12.08.2021 04:07:00

/новость

Компания ContextLogic Inc., управляющая одной из крупнейших в мире платформ мобильной электронной коммерции Wish, опубликовала финансовые результаты за второй квартал и шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года.

Выручка компании за второй квартал 2021 года снизилась на 6% год к году до \$656 млн, а за полгода — выросла на 25% до \$1,428 млрд. Выручка маркетплейса за три месяца снизилась на 29% до \$428 млн, а за полгода — на 3% до \$955 млн. Выручка от логистики за квартал выросла на 126% до \$228 млн, а за полугодие — на 201% до \$473 млн.



Чистый убыток во втором квартале составил \$111 млн по сравнению с \$11 млн во втором квартале 2020 года, а по результатам шести месяцев достиг \$239 млн против \$77 млн в 2020 году. Скорректированный показатель EBITDA во втором квартале 2021 года составил \$(67) млн по сравнению с \$16 млн в аналогичном периоде 2020 года, а в первом полугодии 2021 года — \$(146) млн против \$(35) млн годом ранее.

Источник:

[Wish Reports Second Quarter 2021 Financial Results](#)

Выручка Airbnb выросла почти на 300% во II кв. 2021 г.

News.airbnb.com, 12.08.2021

/новость

По итогам второго квартала 2021 года выручка онлайн-площадки для краткосрочной аренды частного жилья Airbnb увеличилась почти на 300% год к году и на 10% по сравнению с аналогичным показателем 2019 года, достигнув \$1,3 млрд.

Чистый убыток значительно снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и по сравнению со вторым кварталом 2019 года, составив \$68 млн.

Скорректированный показатель EBITDA во втором квартале 2021 года составил \$217 млн, что существенно больше \$(397) млн во втором квартале 2020 года и \$(43) млн во втором квартале 2019 года.



Источник:

[Airbnb second quarter 2021 financial results](#)

Выручка Jumia выросла на 4,6% во II кв. 2021 г.

S23.q4cdn.com, 10.08.2021

/новость

Африканская e-commerce компания Jumia Technologies AG объявила финансовые результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Выручка Jumia выросла на 4,6% и составила \$40,2 млн, причем выручка маркетплейса для сторонних продавцов выросла лишь на 0,6% до \$26,2 млн. Изменение структуры выручки помогло Jumia нарастить валовую прибыль на 4% до \$26,8 млн. Валовая прибыль после учета расходов по фулфилменту также увеличилась на 16,3% до \$7,7 млн. Скорректированный показатель EBITDA составил \$(41,6) млн против \$(36,2) млн год назад.



Количество активных клиентов Jumia во втором квартале выросло всего на 3,3% до 7 млн, в то время как количество заказов увеличилось на 12,8% до 7,6 млн. Общий объем оборота товаров (GMV) упал на 11% до \$223,5 млн.

Источник:

[Jumia reports Second Quarter 2021 results](#)

[Jumia's Q2 results show moderate growth, rising spend and continued losses](#)

Турецкая e-commerce платформа Trendyol привлекла \$1,5 млрд

Reuters.com, 09.08.2021 05:55:00

/новость

Турецкая компания в сфере электронной коммерции Trendyol, поддерживаемая Alibaba, привлекла \$1,5 млрд в последнем раунде финансирования. Оценка компании составила \$16,5 млрд, сообщает [Reuters](#).

В раунде приняли участие General Atlantic, SoftBank Vision Fund 2, а также Princeville Capital и суверенные фонды благосостояния, ADQ (ОАЭ) и Катарское инвестиционное управление. Компания собирается направить средства на рост в Турции и за рубежом.



Trendyol, основанная в 2010 году, обслуживает более 30 млн покупателей, доставляя более 1 млн посылок в день — от продуктов до одежды. Компания также предоставляет логистические, платежные и другие вспомогательные услуги.

Источник:

[Turkey's Trendyol raises \\$1.5 bln, valuing it at \\$16.5 billion](#)

Немецкий сервис доставки Delivery Hero купил 5,09% британского Deliveroo

Reuters.com, 09.08.2021 02:25:00

/новость

Немецкая служба доставки последней мили Delivery Hero приобрела 5,09% акций своего британского конкурента — сервиса доставки еды Deliveroo. Пакет был оценен примерно в 335 млн евро, сообщает [Reuters](#). Акции Deliveroo после объявления о сделке выросли на 11%.



Delivery Hero работает в 50 странах мира, в основном в Азии, где компании принадлежит бренд foodpanda. В мае компания объявила о возвращении в Германию, где конкурирует с Takeaway.com. В Великобритании (крупнейшем рынке Deliveroo) Delivery Hero не работает после продажи своего бизнеса Hungryhouse компании Just Eat в 2016 году. При этом ей принадлежит 7,4% акций Just Eat Takeaway.com, а также 37% испанской Glovo.

Deliveroo работает на 12 рынках, включая Австралию, Бельгию, Францию, Гонконг и Италию, но на Великобританию и Ирландию приходится более половины его заказов в стоимостном выражении.

Источник:

[Germany's Delivery Hero takes 5.1% stake in rival Deliveroo](#)

На Taobao, Tmall и Amazon пришлось 39% мировой e-commerce в 2020 г.

Digitalcommerce360.com, 12.08.2021

/исследование

Согласно оценкам Digital Commerce 360, потребители во всем мире потратили около \$4,29 трлн в интернете в разгар пандемии 2020 года. Рост мировых онлайн-продаж составил 24,1%. Большая часть этих расходов пришлась на маркетплейсы.

В 2020 году совокупный оборот (GMV) на 100 ведущих мировых онлайн-площадках вырос на 29% до \$2,68 трлн — это 62,7% онлайн-продаж в мире. При этом на Taobao, Tmall и Amazon пришлось 62,6% от общего GMV первой сотни и 39,1% мировой электронной торговли.

Более 40% глобальных расходов на маркетплейсах пришлось на два торговых портала, которыми управляет Alibaba Group. В течение 12-месячного периода, закончившегося 31 марта 2021 года,

китайские потребители приобрели товаров на общую сумму \$1,14 трлн на Taobao (№1) и Tmall (№2). В прошлом году 80,5% онлайн-продаж в Китае прошло через эти два маркетплейса.

На третьем месте — американский Amazon, управляющий гибридным маркетплейсом. Собственная выручка компании в 2020 году превысила \$302,99 млрд — на 41,4% больше, чем годом ранее. Маркетплейс ускорил рост как собственных доходов Amazon, так и общий рост GMV примерно вдвое по сравнению с 2019 годом. В прошлом году Amazon рос намного быстрее, чем мировой рынок, а также увеличил общий GMV примерно вдвое по сравнению с конкурентами от Alibaba («чистыми» маркетплейсами).

Источник:

[The Top 100 marketplaces grew GMV 29.0%](#)



Более 92% покупателей в Европе приобретают товары онлайн

Internetretailing.net, 10.08.2021

/исследование

Более 92% покупателей в 19 европейских странах хотя бы иногда покупают товары в интернете, следует из исследования RetailX. В онлайн-опросе приняли участие 9600 человек.

- В Великобритании 32% участников опроса делают онлайн-покупки чаще, чем раз в неделю, и такая же доля — более одного раза в месяц. Около 10% совершают онлайн-покупки более одного раза в день.
- В Норвегии 37% респондентов совершают покупки в интернете более одного раза в месяц, а 8% — более одного раза в день.
- В Австрии 44% покупателей делают покупки в интернете чаще, чем один раз в месяц.
- В Румынии 41% респондентов делают покупки онлайн чаще раза в месяц, 27% — более одного раза в неделю, 9% — более одного раза в день.
- Во Франции 46% покупают в интернете чаще, чем один раз в месяц, 25% — более одного раза в неделю, около 16% — чаще одного раза в три месяца, а 3% — чаще, чем один раз в день.
- В Германии чаще одного раза в месяц покупают товары онлайн 37% респондентов, более одного раза в неделю — 23%, чаще раза в день — 8%.
- В Португалии 39% опрошенных покупают онлайн чаще, чем раз в месяц, а 22% — чаще раза в неделю, а 3% покупают каждый день.



Удобство — главный фактор электронной коммерции почти на всех рынках. В Испании об этом заявили 79% респондентов. Это также основная причина для покупателей в Швеции (76%), Ирландии (74%), Франции (73%), Италии (69%), Финляндии (66%), Великобритании и Румынии (по 62%). Исключение составляют Норвегия, где покупатели чаще всего указывают цену (67%) и Германия, где на первом месте стоит выбор (55%).

Никогда не делают покупки в интернете 1,4% респондентов в Швеции, 1,5% — в Ирландии, 7% — в Германии, 3% — в Великобритании, 4% — в Норвегии, 6% — в Австрии, 2% — в Румынии, 3% — во Франции, 6% — в Португалии.

На многих европейских рынках покупатели чаще всего заказывают в интернете одежду. Это делают 72% покупателей в Швеции, и это также основная категория электронной коммерции в Польше (70%), Франции (65%), Италии (63%), Великобритании (57%), Румынии (51%), Нидерландах (62%) и Норвегии (43%). Но в Чехии респонденты чаще всего покупают онлайн бытовую электронику (54%), а в Словакии — товары для дома (44%).

Более половины покупателей подписаны на доставку, такую как Amazon Prime или Asos Premier Delivery: в Великобритании — 76%, в Испании — 68%, во Франции — 59%, в Италии — 59%.

Источник:

[RESEARCH How European shoppers want to buy – and why](#)

26% британских покупателей подписаны на доставку коробок с едой/напитками

Ecommercenews.eu, 10.08.2021

/исследование

Согласно отчету Royal Mail, 26% покупателей в Великобритании подписаны на услугу по доставке коробок с едой и напитками. Эти сервисы показали самый высокий рост в 2020 году по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Объем рынка подписки на боксы с продуктами питания и напитками, а также на наборы продуктов с рецептами превышает 1,18 млрд евро (по сравнению с почти 500 млн евро в 2017 году) и может превысить 1,77 млрд евро к 2025 году.

Растет спрос на коробки не только с едой, но и с предметами личной гигиены, средствами для ухода собой, бытовой химией.

Авторы отчета полагают, что тенденция предоставления услуг по подписке, вероятно, сохранится и после пандемии. Ожидается, что к 2025 году рынок подписок на различные наборы в Великобритании составит 2,13 млрд евро.

Однако, согласно данным Emarsys, лишь один из пятидесяти покупателей в Великобритании не отказывается от подписки более года. Среднестатистический потребитель отменяет подписку в течение 5,3 месяцев.

Источник:

[26% of Brits use food/drink subscription box service](#)



Почти треть продаж товаров для красоты и здоровья уйдет в онлайн к 2026 г.

Chainstoreage.com, 13.08.2021

/мнение

В следующие пять лет электронная коммерция в сфере здоровья и красоты будет расти более чем в три раза быстрее, чем продажи в магазинах, следует из отчета Edge Retail Insight.

В 2021 году на электронную торговлю будет приходиться пятая часть глобальных продаж товаров для красоты и здоровья, а к 2026 году — уже треть. В период с 2021 по 2026 год совокупный среднегодовой темп роста продаж (CAGR) категории в интернете будет составлять 12,1%, а в магазинах составит 3,3%.



За пять лет покупатели приобретут онлайн дополнительных товаров для здоровья и красоты на \$156,1 млрд. К 2026 году объем продаж в этой категории через электронную торговлю достигнет \$358,4 млрд, а с учетом продаж в магазинах составит \$1,34 трлн.

Источник:

[Health and beauty sales to surge online](#)

Подкасты и видео

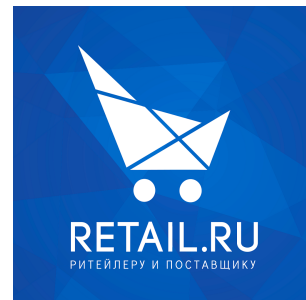
Retail.ru

Гиперскачок онлайн-торговли: новые лидеры и их стратегии

Модераторы: генеральный директор INFOline Иван Федяков и руководитель проекта Retail.ru Наталья Марова

Спикеры:

- Андрей Лукашевич, директор по электронной коммерции, «Магнит»
- Лариса Романовская, управляющая электронной коммерцией, «ВкусВилл»
- Игорь Рожков, директор по маркетингу, «Самокат»
- Вадим Петров, руководитель, Яндекс.Лавка Россия
- Дмитрий Зборовский, Vice President Data&Growth, СберМакет



Эфир информационно-аналитического агентства INFOline и портала Retail.ru. В ходе встречи обсудили, прекратился ли активный рост рынка онлайн-торговли, как не допустить размывания бренда сети, когда используются сторонние сервисы для доставки товаров, какие факторы тормозят развитие бизнеса в каждом из сегментов, за какой бизнес-моделью будущее.

[YouTube](#)

X5 Group

Как развивается «Много лосося»

Рассказывает: Яков Менделеев, сооснователь «Много лосося»

О развитии проекта, особенностях формата dark kitchen, роли технологий для роста бизнеса (и неизбежности отказа от бумажных чеков и гвоздей).



[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.