

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 33

23 Августа 2021 - 29 Августа 2021

В выпуске:

Россия:

[Data Insight. Последняя миля для интернет-торговли](#)

[Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020](#)

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

[Wildberries предложил доставку за 2 часа в Санкт-Петербурге](#)

[«ВкусВилл» запустил проект в формате dark kitchen](#)

[Онлайн-продажи «Детского мира» выросли на 42,4% в I полугодии 2021 г.](#)

[Рост продаж продуктовых наборов и готовых рационов замедлился до 44%](#)

[«Мир» стала самой популярной платежной системой на Wildberries](#)

[«Самокат» опередил конкурентов в Европе и США по числу дарксторов](#)

[Онлайн-продажи материальных товаров выросли на 20% в I полугодии 2021 г.](#)

[Admitad: число онлайн-продаж товаров для красоты и здоровья выросло на 16%](#)

[Доля покупателей лекарств онлайн снизилась до 22% во II кв. 2021 г.](#)

[Конференция ИД «Коммерсантъ» Ре: Локация—офисы, коворкинги, гибкие офисы](#)

Весь мир:

[Сервис доставки Buuk от основателей «Самоката» начал работать в Нью-Йорке](#)

[На онлайн пришлась треть продаж Gap во втором квартале](#)

[Доставка от Master Delivery появилась в Германии](#)

[AliExpress расширяется в Бразилии](#)

[Walmart запускает службу доставки для сторонних продавцов](#)

[Pinduoduo нарастила выручку на 89% во II кв. 2021 г.](#)

[Яндекс запустил в Париже сервис быстрой доставки продуктов](#)

[Продавцы Shopify смогут создавать витрины в TikTok](#)

[Выручка JD.com выросла на 26,2% во II кв. 2021 г.](#)

[Fuel for Growth: инвестиции в фудтех в мире за полгода выросли на 66%](#)

Подкасты

Data Insight. Последняя миля для интернет-торговли

Logistics.datainsight.ru, 26.08.2021

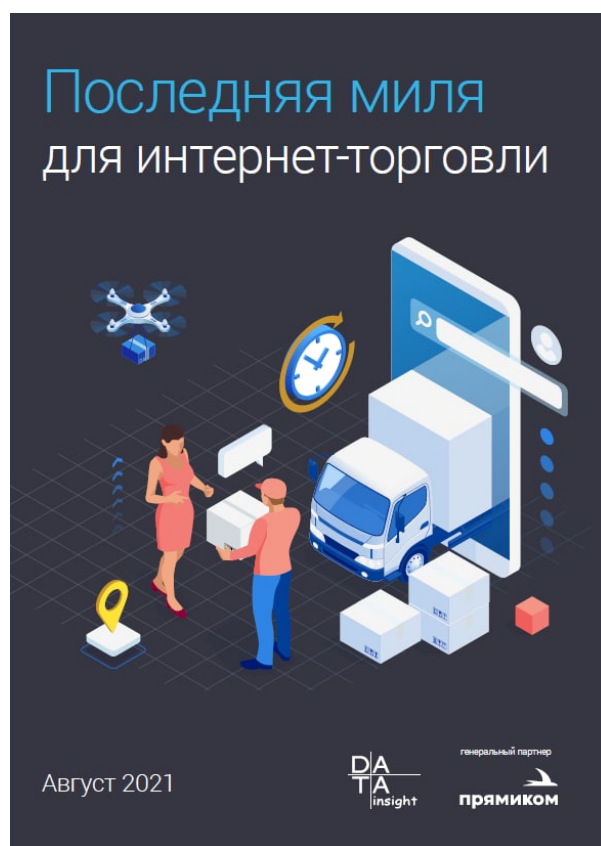
/новость

Data Insight публикует исследование [«Последняя миля для интернет-торговли»](#) при поддержке генерального партнера «Прямоком» и партнеров исследования Boxberry, DHL, PickPoint, Почта России и Сберлогистики.

Последняя миля — заключительный этап логистической цепи: доставка товара непосредственно до конечного покупателя. От качества доставки во многом зависит лояльность покупателя и его возможные повторные покупки, поэтому логисты и интернет-магазины стараются максимально вкладываться в развитие последней мили: развивают новые методы и схемы доставки, идут на коллаборации и развивают IT.

Основные результаты исследования:

- По оценке Data Insight, в первом квартале 2021 на рынке электронной коммерции было доставлено 290 млн посылок.
- В первом квартале 2021 доля собственных служб доставки магазинов выросла на 7 п.п. — 71% по сравнению с 64% в первом квартале 2020 года. В первую очередь этот рост обеспечивается маркетплейсами Ozon и Wilberries.
- По доле заказов и продаж в 2020 году с большим отрывом ожидаемо лидируют Москва и Московская область — суммарно на них приходится 33% всех российских заказов и покупок.
- В 69 регионах из 85 средний чек в 2020 году был ниже показателей 2019 года.
- Процессы, связанные с последней милей, усложняются. Курьерские службы вынуждены брать на себя новые задачи и заниматься дополнительными направлениями деятельности.
- В 2020 году вырос спрос на срочную доставку. Это привело к появлению и быстрому развитию новых моделей доставки — доставка в ограниченном радиусе через сеть дарксторов и доставка по клику.



Скачать исследование: [«Последняя миля для интернет-торговли»](#) (pdf, 32 Мб)

Источник:

[ПОСЛЕДНЯЯ МИЛЯ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ](#)

Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020

Datainsight.ru, 25.08.2021

/новость

Data Insight при поддержке PickPoint выпустили расширенное исследование «Онлайн-рынок бытовой техники и электроники» за 2020 год. В нем приведены данные по магазинам бытовой техники и электроники, которые входят в ТОП-1000 интернет-ритейлеров по количеству заказов за 2020 год, а также крупнейшие маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 100 млрд руб.) — для последних учитываются только продажи в категории Electronics.

В исследование вошло 146 магазинов, специализирующихся на продажах техники для дома, в том числе бытовой, гаджетов, запчастей и аксессуаров к технике, картриджей, компьютерной техники, смартфонов и планшетов, фототоваров и товаров для системы безопасности, и 2 крупнейших универсальных маркетплейса — Wildberries.ru и Ozon.ru.

Скачать презентацию исследования: «Онлайн-рынок бытовой техники и электроники» за 2020 год (pdf, 5,3 Мб)

Ключевые тезисы:

- За 2020 год было оформлено 98 млн заказов на сумму 753 млрд руб.
- Средний чек составил 7 680 руб.
- В 2020 году в интернет-магазинах бытовой техники и электроники было оформлено на 80% больше заказов, чем в 2019.
- Суммарный объем продаж магазинов электроники составляет 29% от всей выручки, сделанной ритейлерами, входящими в ТОП-1000.
- Доля платного поискового трафика сектора составила 9% против 3% в среднем по российскому рынку eCommerce.

За 2020 год сегмент электроники показал положительную динамику как в заказах, так и в продажах — количество онлайн-заказов выросло на 80%, объем онлайн-продаж увеличился на 68% по сравнению с 2019 годом. 51% заказов и 70% выручки сегмента пришлось на магазины широкого профиля.

Первое место в рейтинге (по объему продаж) занял Citilink.ru, второе и третье — Dns-shop.ru и Mvideo.ru.

Источник:

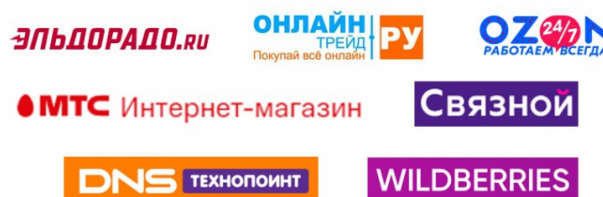
Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020

DATA insight при поддержке PickPoint

ТОП-10 игроков рынка*

1.  СИТИЛИНК
электронный дискаунтер Citilink.ru
2.  DNS Dns-shop.ru
3.  M.video Mvideo.ru

Остальные интернет-магазины в ТОП10 (по алфавиту):



* По онлайн-продажам.

Data Insight. Бюллетень eGrocery: июль 2021

Datainsight.ru, 24.08.2021

/новость

Data Insight [анонсирует](#) третий выпуск ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за июль, включая подробные данные по количеству заказов, объему продаж и среднему чеку, в том числе в разбивке по игрокам.

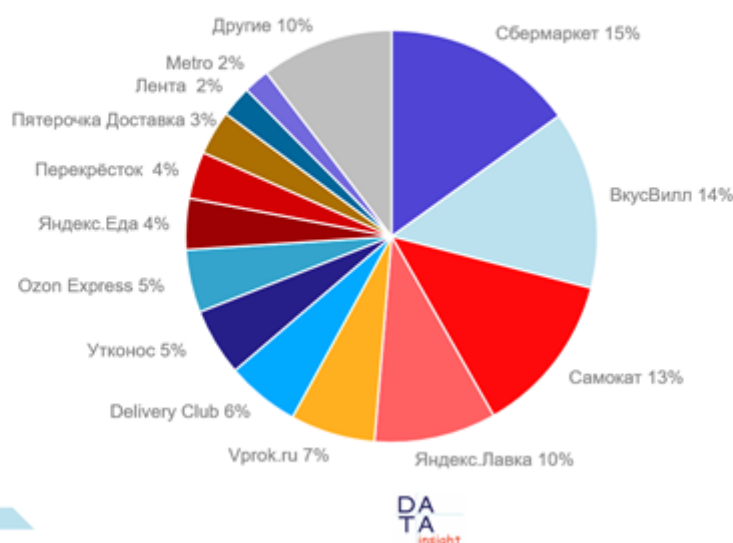
Ключевые тезисы:

- В июле 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 18 млн заказов, что на 1,5% больше, чем в июне текущего года (это самый маленький прирост месяц к месяцу за период начиная с февраля 2021 года).
- Суммарно на топ-10 игроков приходится 91% всех онлайн-заказов, в т. ч. на первую тройку — 62%. Лидером по объему онлайн-продаж в рублях стал СберМаркет с долей 15% от всего рынка eGrocery.
- С учетом опубликованных участниками рынка квартальных результатов DI скорректировала прогноз роста рынка — по обновленному прогнозу мы ожидаем в целом по рынку eGrocery за 2021 год 222 млн заказов и 327 млрд руб.

Скачать [Бюллетень eGrocery](#) (pdf, 2 мб)

5.5. Лидеры по объему онлайн-продаж

июль 21



DATA
insight

36

Бюллетень «eGrocery в России» выходит ежемесячно и распространяется по подписке. Начиная с выпуска #4 (статистика за август), подписка на бюллетень станет платной.

Тем, кто подпишется на бюллетень до 3 сентября, мы предоставим скидку 5% на выбранный пакет подписки. Чтобы оформить подписку и получить скидку, напишите на адрес coordinator@datainsight.ru или заполните форму [на сайте](#).

Источник:

[Бюллетень eGrocery](#)

Wildberries предложил доставку за 2 часа в Санкт-Петербурге

Vc.ru, 27.08.2021 16:16:00

/НОВОСТЬ

Wildberries запустил в Санкт-Петербурге доставку букетов, подарочных наборов, тортов и шаров за 2 часа, сообщает vc.ru. В ближайшее время для экспресс-доставки станут доступны продукты питания и готовые блюда из ресторанов.

Продавцы будут получать заказы в режиме реального времени и сами доставлять клиентам. При заказе от 2000 руб. доставка бесплатна, в остальных случаях — 199 руб. Независимо от масштабов бизнеса для продавцов данной категории комиссия составит 5%.

В мае Wildberries запустил доставку продуктов «за два часа» в Москве в пределах МКАД.

Источник:

[Wildberries запустил доставку товаров за 2 часа в Петербурге](#)



«ВкусВилл» запустил проект в формате dark kitchen

Kommersant.ru, 26.08.2021

/новость

«ВкусВилл» запустил собственное производство и доставку горячих блюд, сообщает [«Коммерсантъ»](#). Проект в формате dark kitchen пока включает 11 кухонь средней площадью 25 кв. м в Москве, Санкт-Петербурге, Волгограде и Чебоксарах.

Ассортимент состоит из более чем 60 позиций в ценовом диапазоне от 140 до 600 руб. Почти все используемые продукты входят в ассортимент сети. Время доставки — до двух часов. Для «ВкусВилла» это первое собственное производство кулинарии.



По подсчетам главы «Infoline-аналитики» Михаила Бурмистрова, организация одной dark kitchen потребует не более 1,5-2 млн руб., а оборот нового направления может достичь нескольких миллиардов рублей уже в 2022 году, что позволит обойти по продажам «Кухню на районе».

Из основных конкурентов «ВкусВилла» dark kitchen развивает только X5 Group, купившая для этого сервис «Много лосося». Dsight оценивает долю сегмента dark kitchen в 13,5% от всего рынка доставки готовой еды в России, который на конец 2020 года был на уровне 258 млрд руб.

Как минимум в Москве сегмент dark kitchen очень востребован, и есть место еще для трех-четырех аналогов «Кухни на районе», считает партнер Data Insight Федор Вирин. Он предупреждает, что в этом бизнесе крайне важна высокая скорость доставки, чего можно добиться только открытием множества мелких, дешевых и эффективных точек.

Источник:

[«Вкусвилл» зашел на кухню](#)

Онлайн-продажи «Детского мира» выросли на 42,4% в I полугодии 2021 г.

Corp.detmir.ru, 25.08.2021

/новость

ГК «Детский мир» объявила неаудированные финансовые результаты по МСФО (IFRS) за второй квартал и полугодие, завершившиеся 30 июня 2021 года.

Во втором квартале 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 32,2% до 41,9 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 20,1% до 11,7 млрд руб. (с НДС), доля онлайн-продаж составила 29,3%.



В первом полугодии 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 23,6% до 81,5 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 42,4% до 22,5 млрд руб. (с НДС), доля онлайн-продаж составила 28,9%.

Генеральный директор ПАО «Детский мир» Мария Давыдова назвала ключевым стратегическим приоритетом компании дальнейшую консолидацию рынка детских товаров за счет цифровизации продаж, расширения ассортимента собственных брендов и маркетплейса, улучшения клиентского опыта, запуска новых сервисов, а также усиления логистической и розничной инфраструктуры. «Детский мир» продолжит трансформацию в ведущего мультивертикального цифрового ритейлера, увеличивая присутствие в общих расходах россиян.

Источник:

[«Детский мир» увеличил скорректированную EBITDA на 29,3% по результатам первого полугодия 2021 года](#)

Рост продаж продуктовых наборов и готовых рационов замедлился до 44%

Vedomosti.ru, 24.08.2021 00:31:00

/новость

По данным Infoline, продажи готовых рационов и продуктовых наборов для приготовления блюд в первом полугодии 2021 года увеличились на 44% до 7,5 млрд руб., сообщают «Ведомости». Рынок замедлил рост: за шесть месяцев 2020 года увеличение составило 79,3%. По словам гендиректора «Infoline-аналитики» Михаила Бурмистрова, темпы развития этого рынка по-прежнему можно назвать высокими.

- Лидер рейтинга — Performance Group, продажи которой в первом полугодии 2021 года увеличились на 75% до 2,5 млрд руб., тогда как в прошлом году выросли на 130% (1,45 млрд руб.).
- У Elementaree бизнес в 2020 году вырос на 100% до 400 млн руб., тогда как в этом — лишь на 25% до 500 млн руб. Основательница сервиса Ольга Зиновьева отмечает растущую конкуренцию за аудиторию со службами экспресс-доставки продуктов, а также собственные онлайн-продажи некоторых производителей повседневных товаров.
- У «Шеф-маркета» бизнес в первом полугодии 2021 года вырос на 6%, тогда как в прошлом — на 110%.



Источник:

[Рост продаж продуктовых наборов и готовых рационов замедлился](#)

«Мир» стала самой популярной платежной системой на Wildberries

Interfax.ru, 23.08.2021 20:37:00

/новость

Wildberries отметил рост популярности российских платежных систем после введения скидок при оплате через «Мир», SberPay и Систему быстрых платежей (СБП). По данным на 20 августа, «Мир» стал занимать первое место по объему транзакций на платформе, сообщает [«Интерфакс»](#).



С 16 августа онлайн-ритейлер снизил цены с учетом размера платежных комиссий, которые ранее учитывались в стоимости товаров. При этом при оплате через Visa и Mastercard комиссия осталась на ранее установленном уровне и теперь показывается покупателям. Количество заказов на Wildberries с 16 по 22 августа выросло на 171% год к году.

По прогнозам Wildberries, второе место после системы «Мир» в ближайшее время может занять SberPay, третье — СБП, востребованность которой также активно растет.

Источник:

[Wildberries отметил рост популярности российских платежных систем после введения «скидок»](#)

«Самокат» опередил конкурентов в Европе и США по числу дарксторов

Forbes.ru, 23.08.2021

/НОВОСТЬ

Сеть дарксторов сервиса доставки продуктов «Самокат» достигла 722 точек — это больше, чем у его конкурентов в Европе и США, сообщает [Forbes](#) со ссылкой на пресс-релиз компании. Только с апреля «Самокат» открыл 323 новых даркстора в 18 городах России.

Ближайшие иностранные конкуренты «Самоката» — немецкий сервис Delivery Hero (600 дарксторов в 35 странах) и турецкий Getir (около 500 складов в Турции и 28 дарксторов в Лондоне; стартап планирует запуск в США, Амстердаме, Берлине и Париже). У американского сервиса Goruff — 450 объектов в Северной Америке, Великобритании и Европе, в том числе 285 дарксторов. В мае Goruff объявил о покупке британского сервиса доставки Fancy с сетью дарксторов (76 точек в Великобритании), в августе — о покупке стартапа DiJa (около 40 дарксторов).



По числу локальных складов в мире «Самокат» опережает только китайский сервис Miss Fresh, у которого больше 1500 точек в 20 городах Китая. Один из главных конкурентов «Самоката» в России — Яндекс.Лавка, у которой более 360 дарксторов.

«Самокат» вышел практически во все города-миллионники, лидируя и по размерам покрытия тоже, заявил гендиректор агентства «Infoline-Аналитика» Михаил Бурмистров. Однако сервис пока отстает от зарубежных компаний по количеству заказов: если Getir обслуживает более 9 млн заказов в месяц, то «Самокат» — около 7 млн заказов. По оценке Михаила Бурмистрова, в России на рынке онлайн-продаж продуктов доля экспресс-доставки превысила 52%.

Источник:

[«Самокат» опередил западных конкурентов по числу дарксторов](#)

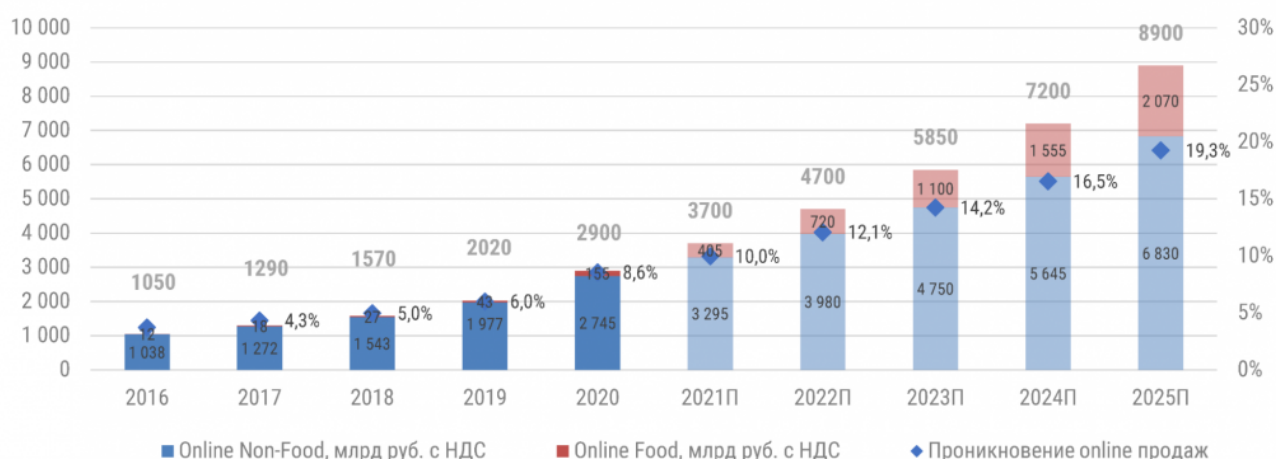
Онлайн-продажи материальных товаров выросли на 20% в I полугодии 2021 г.

Infoline.spb.ru, 28.08.2021

/исследование

Согласно данным INFOLine, по итогам первой половины 2021 года онлайн-продажи материальных товаров с учетом трансграничной торговли в России выросли на 20% и превысили 1,63 трлн руб. Уровень проникновения онлайн в оборот розничной торговли в первом полугодии 2021 года даже в условиях резкого роста офлайн-продаж по сравнению с периодом локдауна вырос до 9%.

Online-продажи материальных товаров (Food и Non-Food) в России и прогноз до 2025 г.



Драйверами роста остались мультикатегорийные маркетплейсы: Wildberries (рост продаж в РФ на 68%), Ozon (в 2,11 раза), Яндекс.Маркет (в 2,36 раза). INFOLine прогнозирует ускорение роста онлайн-продаж материальных товаров до 34% во второй половине 2021 года, а по итогам всего 2021 года динамика составит не менее 27%.

Доля ТОП-3 крупнейших мультикатегорийных игроков (Wildberries, AliExpress, Ozon) на рынке онлайн-продаж по итогам первого полугодия 2021 года увеличилась до 35,3% (24,7% в первом полугодии 2020 и 28,3% в 2020 году) и в среднесрочной перспективе продолжит динамично расти.

По прогнозу INFOLine, к 2025 году рынок электронной коммерции превысит 8,9 трлн руб. (CAGR в 2020-2025 гг. — 25%), причем продажи продовольственных товаров вырастут более чем в 13 раз и превысят 2,1 трлн руб. (CAGR — 68%), а доля Food на рынке E-commerce — на 18 п.п. до 23,3%. Проникновение онлайн в оборот розничной торговли к 2025 году превысит 19,3%, в том числе в продажах непродовольственных товаров — 27,3%, а продовольственных — 9,8%.

Ключевые драйверы развития онлайн-продаж в России: экспресс-доставка и увеличение проникновения в регионах. Если в 2020 году на долю регионов России за пределами Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области приходилось 57% онлайн-продаж, то к 2025 году их доля вырастет до 68%.

Источник:

INFOLine: Online-продажи материальных товаров в России в I полугодии 2021 г. выросли на 20% и превысили 1,6 трлн руб.

Admitad: число онлайн-продаж товаров для красоты и здоровья выросло на 16%

Е-реппер.ru, 27.08.2021

/исследование

По данным партнерской сети Admitad, в первом полугодии 2021 года число онлайн-продаж в сегменте красоты и здоровья выросло на 16%. Средний чек российских покупателей в сфере ухода за собой сократился на 8% и составляет около \$40.

Число мировых продаж товаров для красоты и здоровья выросло на 27%, а сумма продаж — на 47%. Онлайн-покупатели из Франции тратят на товары из этого сегмента \$73 за один заказ. Лидерами являются заказчики из Саудовской Аравии, которые в среднем тратят в магазинах косметики \$93.



Источник:

Рынок товаров красоты и здоровья: аналитика Admitad

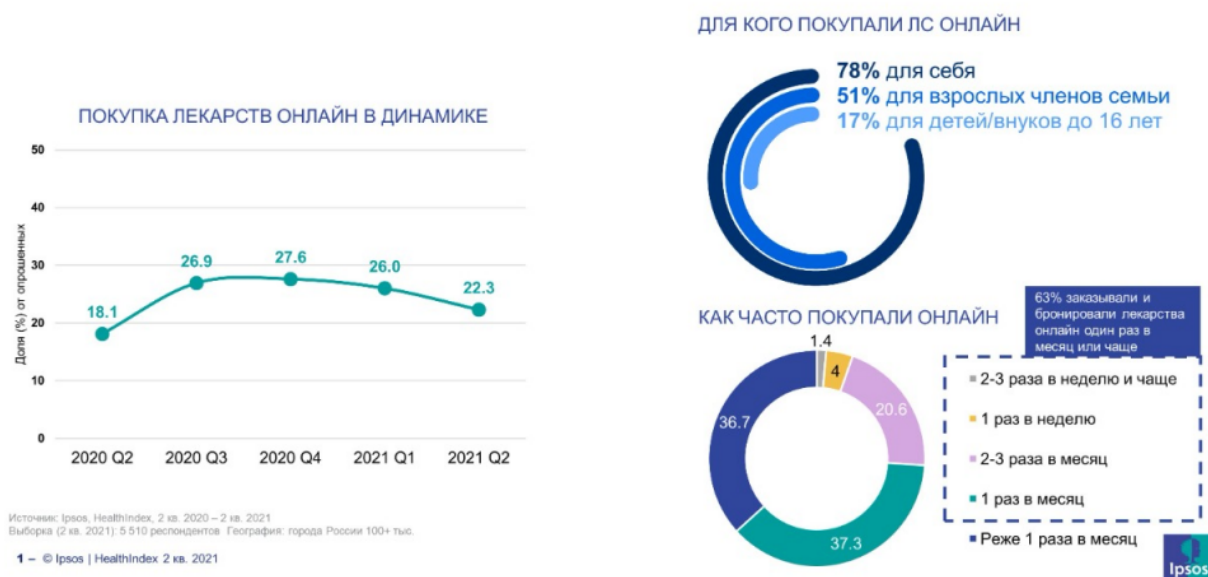
Доля покупателей лекарств онлайн снизилась до 22% во II кв. 2021 г.

Pharmvestnik.ru, 23.08.2021 16:02:00

/исследование

Во втором квартале 2021 года доля россиян, покупавших лекарства онлайн, снизилась относительно уровня первого квартала с 26% до 22%. Среди них 63% заказывали и бронировали лекарства онлайн один раз в месяц или чаще, пишет [«Фармацевтический вестник»](#) со ссылкой на «Исследование поведения конечных потребителей» HealthIndex.

ПОКУПКА ЛЕКАРСТВ ОНЛАЙН – КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ



- Наиболее распространенная цель покупок онлайн — лечение хронических заболеваний (40%). Годом ранее ее преследовали 44% онлайн-потребителей, а в первом квартале 2021 года — 36%.
- Для профилактики препараты приобретали 33%.
- Если в начале пандемии покупали лекарства онлайн для лечения конкретного текущего заболевания 26% потребителей, то уже в третьем квартале прошлого года показатель вырос до 34%, последовательно увеличивался до 38% в первом квартале 2021 года, однако во втором квартале снизился до 33%.
- Доля покупок для планового пополнения аптечки снизилась с 36% в начале пандемии до 28%.
- Доля тех, кто покупал «впрок», годом ранее на стадии начала пандемии составляла 18%, а во втором квартале 2021 года — 10%.
- Наиболее заметное снижение доли потребителей пришлось на категории средств для лечения гриппа, простуды. Отмечено сокращение покупателей категории назальных капель и спреев, противовирусных средств, препаратов для профилактики гриппа и простуды.
- В большей степени в сети лекарства приобретали для собственных нужд (78%), для взрослых членов семьи (51%), для детей и внуков моложе 16 лет (17%).

Источник:

[Доля покупателей лекарств онлайн сократилась во II квартале](#)

Материал размещен на правах рекламы

Конференция ИД «Коммерсантъ» Ре: Локация—офисы, коворкинги, гибкие офисы

Kommersant.ru, 31.08.2021 /реклама

Уважаемые дамы и господа!

ИД «Коммерсантъ» рад пригласить вас принять участие в конференции «Ре: Локация—офисы, коворкинги, гибкие офисы», которая состоится 15 сентября 2021г, Москва.



За последний год понятие «офис» претерпело для многих кардинальные изменения. Кто-то перешел работать в коворкинги, кто-то оборудовал рабочее пространство дома, для некоторых излюбленным местом работы стали кафе. Часть компаний поменяли офисные локации за этот год, и причин для этого было множество: меньшая площадь, гибкость использования пространства, комфортная среда для сотрудников, автономность и минимальное пересечение потоков и другие факторы.

Обсудим все вопросы, связанные с рабочими пространствами, на конференции 15 сентября.

Спикеры:

- **Наталья Никитина**, Cushman & Wakefield
- **Мария Николаева**, MAD Architects
- **Диана Нилиповская**, ГК «Пионер»
- **Евгений Овчинников**, #BusinessClub от Capital Group
- **Наталья Боннели**, Colliers
- **Елена Малиновская**, Millhouse

Время проведения мероприятия: 10:00 – 12:00

По вопросам регистрации: Евгения Сауткина sautkina@kommersant.ru +7 (903) 527-63-54

Подробнее [на сайте](#)

Источник:

[ИД «Коммерсантъ»](#)

Весь мир:

Сервис доставки Вуук от основателей «Самоката» начал работать в Нью-Йорке

Rb.ru, 27.08.2021

/новость

В Нью-Йорке начал работу сервис доставки продуктов Вуук, который запустили основатели «Самоката» Вячеслав Бочаров и Родион Шишков. Ранее компания привлекла \$46 млн от фондов CM Ventures, Fort Ross Ventures и Citius для выхода на рынок США.

Доставка продуктов ведется только на Манхэттене. Курьеры привозят заказы на велосипедах в радиусе 1,5 км. Клиенты не платят за доставку, минимальной суммы заказа нет.

Компания планирует выполнять 10 тыс. заказов в месяц в 2021 году, а также нанять на работу около 100 человек и 500 курьеров.

Источник:

[Сервис доставки Вуук от основателей «Самоката» начал работать в Нью-Йорке](#)



На онлайн пришлась треть продаж Gap во втором квартале

Businesswire.com, 26.08.2021

/НОВОСТЬ

Американский ритейлер Gap, владеющий брендами одежды Old Navy, Gap, Banana Republic и Athleta, отчитался за второй квартал 2021 финансового года. Из-за последствий закрытия магазинов, связанных с COVID-19 в прошлом году, финансовые показатели за квартал в основном сравниваются с результатами 2019 года.

Чистые продажи компании во втором квартале 2021 финансового года выросли на 29% год к году и на 5% по сравнению с доковидным 2019-м годом, до \$4,2 млрд. Онлайн-продажи выросли на 65% по сравнению с аналогичным показателем в 2019 году и составили 33% всего бизнеса Gap. Продажи в обычных магазинах снизились на 11% по сравнению с показателем 2019 года.

Gap Inc.

Gap также сообщила о приобретении Drapr — e-commerce стартапа и онлайн-приложения, основанного на технологии, которая позволяет клиентам создавать 3D-аватары и виртуально примерять одежду. Drapr помогает покупателям найти размер одежды, соответствующий их личному стилю и телосложению, а продавцам — сократить ненужные возвраты.

Источник:

[Gap Inc. Reports Second Quarter Results](#)

[Gap Inc. Acquires Ecommerce Startup Drapr](#)

Доставка от Master Delivery появилась в Германии

Retail.ru, 26.08.2021 14:06:00

/новость

Компания Master Delivery, развивающая бренд ультрабыстрой доставки «Прямиком», вышла на рынок Германии, где будет работать по модели delivery-as-a-service. Это вторая страна присутствия сервиса (после Италии) в рамках глобальной экспансии.

Сервис планирует подключение новых клиентов, в том числе и сетевых, а также экспансию в смежные сегменты доставки. В планах — начать с доставки готовой еды из ресторанов, развиваться в сторону доставки продуктов из магазинов и далее — в другие категории товаров.



По оценкам компании, Германия — один из крупнейших и самых перспективных европейских рынков, растущий более чем на 10% ежегодно. Доставкой продуктов на дом пользуются всего 3% клиентов, тогда как в странах-лидерах — 15-20%.

В июне 2021 года Master Delivery запустила сервис доставки в Риме и за два месяца полностью локализовала свои услуги. Удалось достигнуть максимальных показателей европейского качества, а доля доставленных вовремя заказов составила 100%. До конца года Master Delivery планирует запуститься еще в трех европейских странах.

Источник:

[Сервис доставки от Master Delivery запустился в Германии](#)

AliExpress расширяется в Бразилии

Alizila.com, 25.08.2021

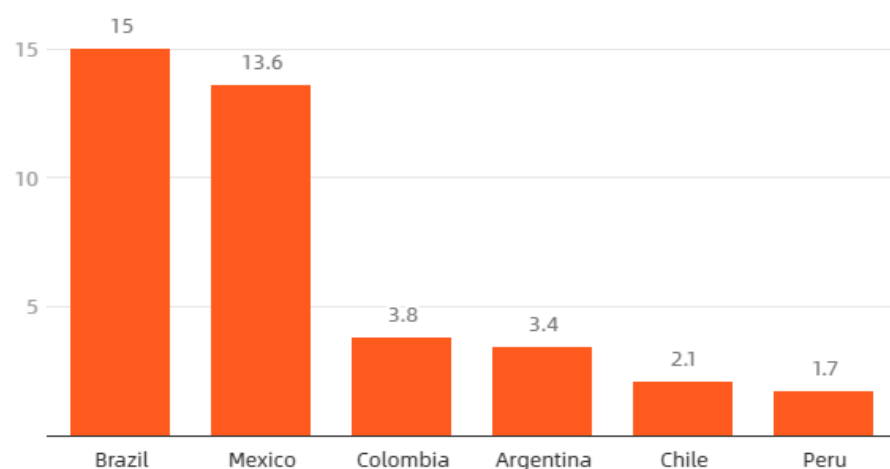
/новость

На фоне бурного развития e-commerce в Латинской Америке онлайн-площадка AliExpress расширяет свои услуги в Бразилии, в том числе варианты оплаты и сеть доставки. На прошлой неделе AliExpress запустил онлайн-портал для бразильских продавцов.

До пандемии, в период с 2017 по 2019 год, рынок электронной коммерции в Бразилии рос двузначными темпами ежегодно. В первой половине 2019 года бразильские потребители сделали более 65 млн онлайн-заказов, что на 20% больше, чем в 2018 году, следует из отчета компаний Ebit и Nielsen. Пандемия ускорила распространение онлайн-шопинга, побуждая все больше женщин и старшее поколение выходить в интернет.

Brazilian Shoppers Top Charts in LatAm

E-commerce market size by country (US\$ billions)



Source: Americas Market Intelligence

alizila

AliExpress начал работу в Латинской Америке почти десять лет назад. Инициатива платформы local-to-local была запущена во всем мире в начале 2019 года и позволила некоторым из крупнейших рынков сбыта AliExpress работать с местными продавцами. В текущем месяце были зарегистрированы тысячи новых продавцов, что делает Бразилию одним из самых быстрорастущих рынков за пределами Китая, присоединившимся к инициативе, после России, Испании и Франции.

Когда десять лет назад компания AliExpress вошла в Бразилию, первыми ее покупателями были в основном хорошо образованные городские потребители с высоким доходом, живущие в таких мегаполисах, как Сан-Паулу и Рио-де-Жанейро. За последний год общий профиль новых пользователей изменился, а это означает, что массовый рынок начинает осваивать онлайн- и трансграничные покупки.

Источник:

[Alibaba's Marketplace AliExpress Ramps Up in Brazil as E-Commerce Booms During the Coronavirus Pandemic](#)

Walmart запускает службу доставки для сторонних продавцов

Corporate.walmart.com, 24.08.2021

/новость

Walmart запускает сервис [GoLocal](#), который будет доставлять потребителям товары от местных розничных продавцов, работая по модели white label.

Компания предложит варианты доставки в течение двух часов и двух дней по конкурентоспособной цене. Сервис обеспечит доставку широкого ассортимента, в том числе товаров крупного размера или требующих особых условий. Бизнес также будет быстро расширяться, предлагая дополнительные инновационные решения.

Walmart наработал значительный опыт в сфере доставки. Всего за три года ритейлер запустил и увеличил масштабы доставки и экспресс-доставки более 160 000 товаров из более чем 3000 магазинов, охватив почти 70% населения США.



Источник:

[Walmart Launches Walmart GoLocal, a New Delivery as a Service Business](#)

[Walmart launches delivery business to connect other local retailers with consumers](#)

Пinduoduo нарастила выручку на 89% во II кв. 2021 г.

Investor.pinduoduo.com, 24.08.2021

/новость

Китайская технологическая платформа Pinduoduo, ориентированная на сельское хозяйство, во втором квартале 2021 года нарастила выручку на 89% до 23 млрд юаней (\$3,6 млрд). Количество пользователей, разместивших заказы через Pinduoduo за 12-месячный период, выросло на 24% до 849,9 млн.

Чистая прибыль составила 2,4 млрд юаней (\$374 млн) по сравнению с чистым убытком в 899 млн юаней годом ранее. Компания пообещала направить прибыль за второй квартал 2021 года, а также будущие доходы на развитие сельского хозяйства Китая. В общей сложности на инициативу будет направлено \$1,5 млрд.



Источник:

[Pinduoduo posts 2Q results, unveils «10 Billion Agriculture Initiative»](#)

Яндекс запустил в Париже сервис быстрой доставки продуктов

Tass.ru, 24.08.2021 14:11:00

/НОВОСТЬ

Яндекс запустил в Париже сервис быстрой доставки продуктов с локальных мини-складов под международным брендом Yango Deli, работающий по модели Яндекс.Лавки, сообщает [ТАСС](#).

Заказать продукты можно в 10 городских округах, а также в коммунах Булонь-Бийанкур, Исси-ле-Мулино и Монруж. Yango Deli доставляет заказы в течение 15 минут — их развозят курьеры на электровелосипедах и электросамокатах.

Ассортимент включает около 3000 повседневных товаров как от мировых, так и от местных производителей. Сделать заказ можно в отдельном приложении Yango Deli для iOS или Android. Минимальная сумма заказа отсутствует.



Яндекс работает во Франции под зарегистрированным в стране юридическим лицом Deli International.

Источник:

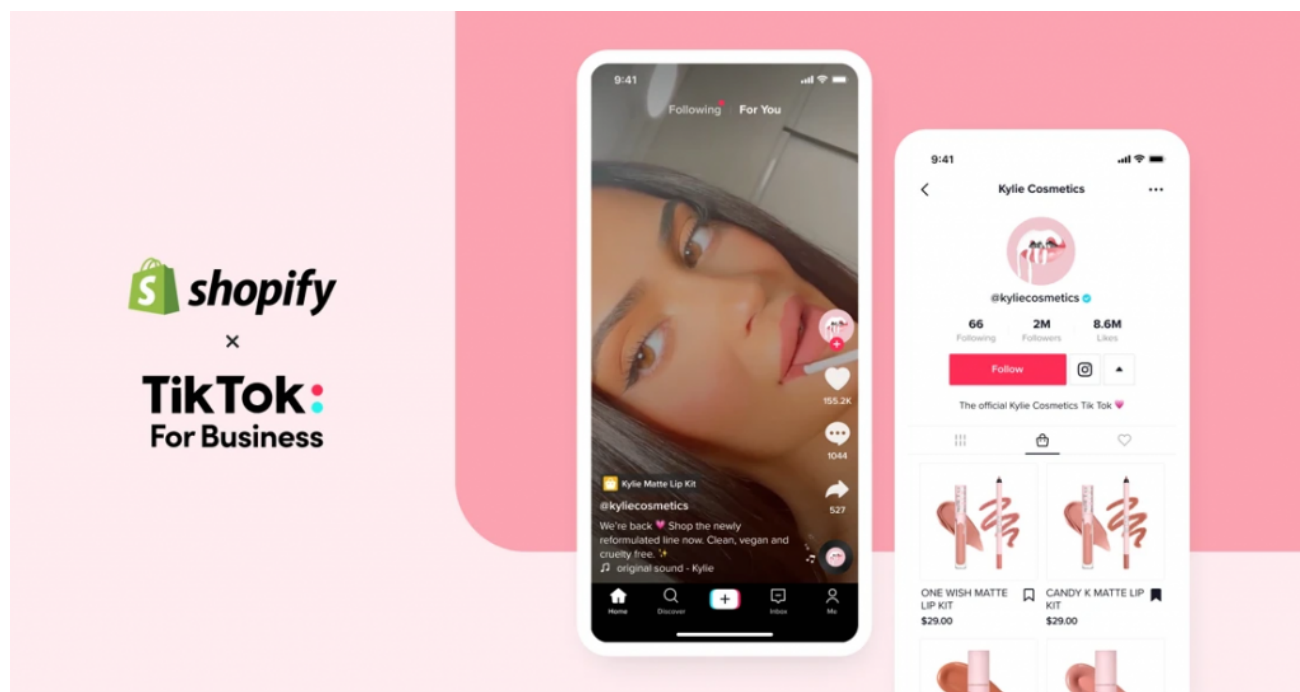
["Яндекс.Лавка"](#) запустила в Париже сервис быстрой доставки продуктов

Продавцы Shopify смогут создавать витрины в TikTok

News.shopify.com, 24.08.2021

/НОВОСТЬ

Продавцы e-commerce платформы Shopify, имеющие аккаунт в TikTok For Business, вскоре смогут добавлять вкладки покупок в свои профили TikTok и синхронизировать каталоги, чтобы создать мини-витрины, напрямую связанные с их интернет-магазинами.



Продавцы Shopify также имеют возможность добавлять ссылки на товары в TikTok-публикации. Пользователи TikTok могут посетить витрину продавца или нажать на отмеченный продукт в видео для перехода в интернет-магазин и оформления заказа.

TikTok — одна из самых быстрорастущих развлекательных платформ в мире с сотнями миллионов активных пользователей. Shopify с февраля 2020 года по февраль 2021 года увеличил количество установок по каналам социальной коммерции на 76%.

Пилотный проект TikTok Shopping в настоящее время доступен продавцам Shopify в США и Великобритании. В ближайшие недели в пилотном проекте примет участие избранная группа продавцов из Канады, а в дальнейшие месяцы функция будет развернута в других регионах.

Источник:

[Scaling social commerce: Shopify introduces new in-app shopping experiences on TikTok](#)

Выручка JD.com выросла на 26,2% во II кв. 2021 г.

Ir.jd.com, 23.08.2021

/новость

Китайская компания JD.com, Inc. объявила неаудированные финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 июня 2021 года.

Во втором квартале 2021 года чистая выручка JD.com выросла на 26,2% по сравнению с аналогичным периодом 2020 года и составила 253,8 млрд юаней (\$39,3 млрд). Чистая выручка от продажи продуктов увеличилась на 23,3%, а чистая выручка от услуг — на 49,2% год к году.



Операционная прибыль за второй квартал 2021 года составила 300,8 млн юаней (\$46,6 млн). Чистая прибыль, приходящаяся на долю держателей обыкновенных акций, составила 794,3 млн юаней (\$123 млн) против 16,4 млрд юаней за аналогичный период 2020 года.

Количество активных аккаунтов клиентов увеличилось на 27,4% до 531,9 млн за двенадцать месяцев, закончившихся 30 июня 2021 года.

Источник:

[JD.com Announces 2021 Second Quarter and Interim Results](#)

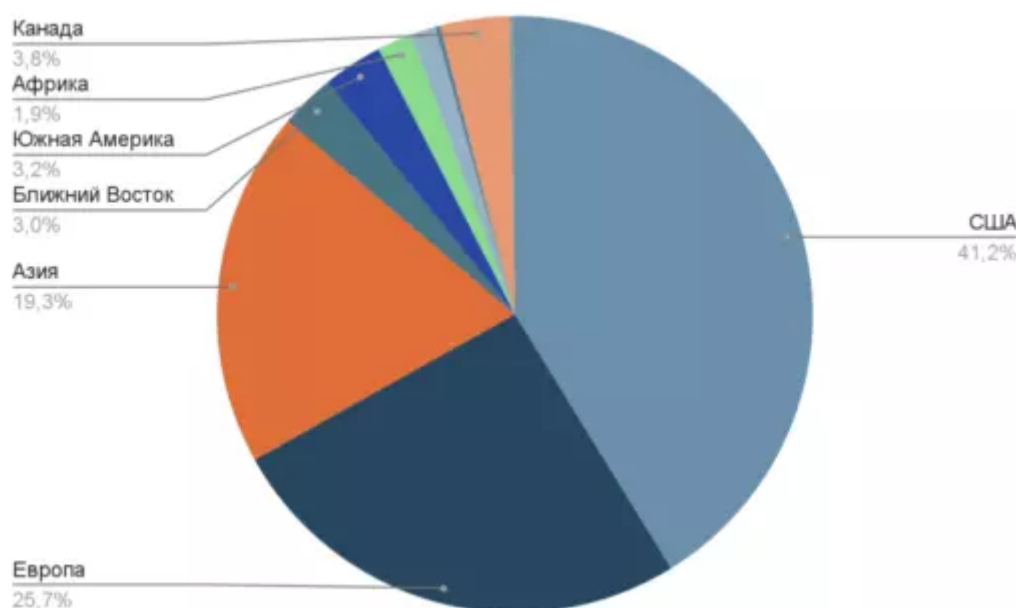
Fuel for Growth: инвестиции в фудтех в мире за полгода выросли на 66%

Vc.ru, 26.08.2021 10:24:00

/исследование

Инвестиции в фудтех в мире за первую половину 2021 года выросли на 66% до \$16,3 млрд. Количество сделок увеличилось на 13% до 521, сообщает vc.ru со ссылкой на исследование фонда Fuel for Growth.

За полугодие на США приходится 41% сделок, в Европе — 26%, в Азии — 19%. В Канаде заключили 4% сделок, на Ближнем Востоке и в Южной Америке — по 3%. Среди популярных у инвесторов проектов — доставка продуктов и еды (54%), разработка новых продуктов и напитков (18%), проекты в сфере гостинично-ресторанного бизнеса (12%).



Индийская платформа для заказа еды из ресторанов Swiggi в июле 2021 года получила \$1,3 млрд от фондов SoftBank, Prosus Ventures и других. В мае шведская компания SavorEat привлекла \$1,43 млрд в ходе IPO. В конце июля индийская Zomato провела IPO с оценкой в \$12,2 млрд.

Источник:

Инвестиции в фудтех в мире за полгода 2021 года выросли на 66%, до \$16,3 млрд — исследование

Подкасты

Практика_days

**Как стартап «Чекбокс» покоряет рынок гиперлокальной и экспресс-доставки.
Кирилл Евдаков**

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Кирилл Евдаков, со-основатель и CEO платформы доставки «Чекбокс»

О гиперлокальной и экспресс-доставке, трендах и будущем.

[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
- 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.