

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 35

06 Сентября 2021 - 12 Сентября 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. География продаж спортивных товаров 2h 2020 – 1h 2021

Сбер начал кредитовать продавцов, работающих на маркетплейсах

FCG: на российском fashion-рынке пик роста онлайн пройден

Малый бизнес из регионов устремился на Wildberries

«ВсеИнструменты.ру» открывает новый склад в Екатеринбурге

Wildberries запустил продажи безрецептурных лекарств

Продажи периодики на Wildberries и Ozon стремительно растут

Доля e-com продаж в российском фармритейле достигла 14% в I-II кв. 2021 г.

Выход второго сезона подкаста «В один клик» от Data Insight, СберМаркет и студии Либо/Либо

Рынок онлайн-торговли в РФ может вырасти на 40% в 2021 г.

Весь мир:

Приложение Shein загружают вдвое чаще Amazon

JD.com запустила платформу для перепродажи подержанных вещей

PayPal покупает японский сервис рассрочки Paidy

JD.com сообщила об изменениях в руководстве

Онлайн-шопинг в Южной Корее вырос на 105% с 2017 г.

Онлайн-продажи предметов роскоши выросли на 50% в I полугодии 2021 г.

CM Ventures: дарксторы — мировой тренд

Рынок e-commerce в Индии превысил \$46 млрд в 2020 г.

Китайский онлайн-рынок секонд-хенда превысил \$28 млрд в I полугодии 2021 г.

Подкасты

Data Insight. География продаж спортивных товаров 2h 2020 – 1h 2021

Datainsight.ru, 09.09.2021

/новость

Data Insight и **PickPoint** при поддержке **Pim Solutions** выпускают расширенную версию отчета «География продаж спортивных товаров». Исследование об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки спортивных товаров на территории Российской Федерации.

Скачать бесплатную версию «География продаж спортивных товаров» (pdf, 3,1 Мб)

Исследование включает данные по долям продаж и заказов, среднему времени и расстоянию доставки, типу оплаты (предоплата или постоплата), виду доставки («до двери» или пункта выдачи заказов). Данные охватывают вторую половину 2020 — первую половину 2021 года.

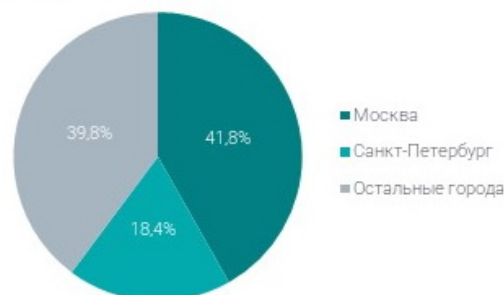
Краткие результаты исследования:

- Москва и Санкт-Петербург являются лидерами абсолютного потребления товаров из категории «Спортивные товары» — на них приходится более 27% заказов по всей России.
- В то же время Краснодар, Санкт-Петербург и Екатеринбург занимают лидирующие позиции в индексе относительного онлайн-потребления спортивных товаров.
- Основной пик онлайн-потребления спортивных товаров приходится на июль. Меньше всего интереса к спортивным товарам проявляют в январе-феврале.
- Среднегодовая доля предоплаченных заказов по категории «Спортивные товары» для исследуемых городов имеет разброс от 24% до 36%.
- Доля предоплаченных заказов, как правило, высока в июле-августе, в осенние месяцы доля снижается. Основные пики приходятся на декабрь-январь.
- Москва — лидер по доле доставки «до двери» (64% заказов). Жители остальных исследуемых городов обращаются к пунктам самовывоза и доставке «до двери» примерно одинаково.
- Есть тенденция на рост доли самовывоза товаров категории «Спортивные товары» с уменьшением численности населения города.

Продажи*

Доля продаж Москвы и Санкт-Петербурга в категории «Спортивные товары» равняется 28,5% от продаж по всей России.

В рамках исследуемых городов доля продаж, приходящихся на Москву и Санкт-Петербург, составляет 60,2%.



* Оценка за 2020H2-2021H1.

DATA
insight

PIM
solutions

PickPoint

Источник:

[География продаж спортивных товаров 2h 2020 – 1h 2021](#)

Сбер начал кредитовать продавцов, работающих на маркетплейсах

Press.sber.ru, 10.09.2021 10:13:00

/новость

Сбер запустил кредитование поставщиков маркетплейсов. Мультикатегорийный маркетплейс СберМегаМаркет стал первой площадкой, где услуга уже доступна.

Воспользоваться кредитом могут действующие продавцы маркетплейса с выручкой до 400 млн в год, работающие как ИП и ООО с расчетным счетом в Сбере, которые открыли бизнес не менее 6 месяцев назад. Если у продавца нет расчетного счета в Сбере, его можно открыть онлайн.



Размер кредитной линии — до 1 млн руб. В течение 30 дней заемщик может использовать денежные средства без процентов, далее кредит предоставляется по ставке 1,5% в месяц.

Источник:

[Сбер начал кредитовать продавцов, работающих на маркетплейсах](#)

FCG: на российском fashion-рынке пик роста онлайн пройден

Retail.ru, 08.09.2021 07:00:00

/новость

В первом полугодии 2021 года на fashion-рынке наблюдался тренд перерасстрат, эффект отложенного спроса, дающий непредсказуемые скачки продаж, [рассказала](#) генеральный директор Fashion Consulting Group (FCG) Анна Лебсак-Клейманс на форуме в рамках СРМ-2021. Только в первом квартале 2021 года россияне увеличили траты на одежду и обувь в 2,5-3 раза: если в 2020 году на fashion-товары выделялось 6-7% бюджета домохозяйства, то в 2021-м траты выросли до 11-16%.

В ритейле наблюдается рост продаж локальных производителей и интереса к локальным брендам. На международных и российских маркетплейсах растет доля продаж российских брендов. По итогам 2020 года рост числа локальных поставщиков на AliExpress составил 350%, на Wildberries — 52%. В январе — апреле 2021 года продажи российских брендов на Wildberries выросли на 73%, а динамика продаж зарубежных составила 17%.



Внутри пандемической ситуации выделяется три типа компаний, почувствовавших себя еще более уверенно: маркетплейсы, крупные дисконты и крупные сети с широким предложением в бюджетном сегменте. По итогам первого полугодия 2021 года Wildberries вырос на 39%, Lamoda — на 24,2%.

Многие ритейлеры открывают свои маркетплейсы, создавая цифровой сервис управления отношениями с поставщиками, обслуживания общения производителей с конечным потребителем. Это позволяет ритейлерам снижать собственные риски и не замораживать деньги в вещах.

Пик роста онлайн пройден. Это не означает, что теперь офлайн и онлайн будут расти одинаково, но скорость стала более сдержанной, чем в 2020 году, когда объем онлайн-рынка одежды, обуви и аксессуаров вырос на 45%, а доля онлайн от суммарных оборотов рынка достигла 22,6%. Самая крупная категория онлайн-покупок внутри fashion — одежда, на которую приходится более 60%. По прогнозам, к концу 2025 года доля онлайн-покупок fashion вырастет вдвое и перешагнет планку в 50%.

Главный тренд розничного бизнеса — формирование мультиканальных продаж. Онлайн-игроки все активнее выходят в офлайн, и этот процесс будет продолжаться, потому что разные каналы дают заметный синергетический эффект. Более 70% российских покупателей говорят, что хотят продолжать ходить в физические магазины, при этом онлайн продолжает расти. При мультиканальном подходе бренды чувствуют себя гораздо более устойчиво.

Источник:

[Тренды fashion-рынка в 2021 году](#)

Малый бизнес из регионов устремился на Wildberries

Oborot.ru, 08.09.2021

/НОВОСТЬ

Количество партнеров маркетплейса Wildberries превысило 300 тыс. За 8 месяцев 2021 года на площадке зарегистрировались свыше 207 тыс. предпринимателей — почти втрое больше, чем за весь 2020 год. Малый бизнес из дальних уголков страны начал активно развивать свои онлайн-каналы продаж.

ТОП-10 регионов-лидеров по переходу предпринимателей в онлайн:

- Забайкальский край (рост числа предпринимателей на Wildberries за 8 месяцев 2021 года — в 19 раз год к году);
- Республика Бурятия (в 18 раз);
- Республика Саха (Якутия) (в 16 раз);
- Ханты-Мансийский Автономный округ (в 14 раз);
- Республика Мордовия (в 13 раз);
- Республика Хакасия (в 12 раз);
- Мурманская область (в 11 раз);
- Ямало-Ненецкий АО (в 10 раз);
- Республика Калмыкия (в 9 раз);
- Вологодская область (в 9 раз).

The Wildberries logo is a rectangular graphic with a vertical color gradient from bright pink on the left to dark purple on the right. The word "WILDBERRIES" is written in white, uppercase, sans-serif font, centered horizontally and vertically within the rectangle.

Продавцы из отдаленных регионов часто реализуют на площадке уникальные товары. Самая востребованная на Wildberries продукция из отдаленных регионов-лидеров в этом году:

- Забайкальский край — натуральная косметика для ухода за кожей;
- Бурятия — яркая женская одежда с уникальными анималистическими и природными принтами;
- Якутия — бижутерия ручной работы.

Источник:

[Wildberries представил ТОП-10 регионов-лидеров по переходу предпринимателей в онлайн. Что же они так успешно продают?](#)

«ВсеИнструменты.ру» открывает новый склад в Екатеринбурге

Retail.ru, 07.09.2021 10:22:00

/новость

Онлайн-гипермаркет товаров для дома, дачи, строительства и ремонта

«ВсеИнструменты.ру» открывает в Екатеринбурге новый склад на 12 тыс. кв м.

Объект позволит сократить сроки доставки в ближайшей перспективе до одного дня для покупателей Уральского федерального округа и до трех дней — для Сибирского федерального округа, а также ускорит выход на маркетплейс местных поставщиков.



Компания планирует до конца года удвоить ассортимент доступных товаров в регионе — до 25 000 единиц. В топ самых популярных категорий по УФО входят электроинструменты, садовая техника, климатическое оборудование и ручной инструмент. В Екатеринбурге также появятся восемь торговых точек.

Источник:

[Онлайн-гипермаркет «ВсеИнструменты.ру» откроет в Екатеринбурге новый склад](#)

Wildberries запустил продажи безрецептурных лекарств

Tass.ru, 06.09.2021 13:13:00

/новость

Wildberries запустил в Москве и Московской области продажи безрецептурных лекарств — антигистаминных, болеутоляющих, дерматологических и др. Первыми партнерами стали сети аптек «Самсон Фарма» и «Монастырев.рф», сообщает [ТАСС](#).

Продажа и доставка фармпрепаратов на Wildberries производится напрямую от крупных российских аптечных сетей. Число продавцов в категории будет расти. В будущем онлайн-ритейлер запустит доставку медпрепаратов и в других городах страны.

Wildberries

Я ищу...

Адреса Войти Корзина

Главная / Фармацевтика

Фармацевтика 2 402 товара

Сортировать по: Популярности Рейтингу Цена Скидке Обновлению

Антисептики и средства защиты
Витамины и БАДы
Гигиена и уход
Диетические продукты
Для малышей
Контрацептивы и лубриканты
Лекарственные препараты
Медицинские изделия
Медицинские приборы

Бренд
Я ищу...
☐ 9 месяцев (1)
☐ 911 (3)

ЭЛЕВИТ / Витаминно-минеральный комплекс для организма мамы в период грудного вскармливания
#монастырёв
1 849 Р 2 176 Р -15%
ЭЛЕВИТ / Витаминный комплекс Витамины для матерей/БАДы для кормящих
★★★★☆ 2

АЛЕРАНА / БАД витаминный для волос/ Таблетки
#монастырёв
770 Р 1 000 Р -23%
АЛЕРАНА / БАД витаминный для волос/ Таблетки
★★★★★ 2

SOLGAR / Витаминный комплекс для детей/таблетки жевательные
#монастырёв
1 343 Р 1 510 Р -11%
SOLGAR / Витаминный комплекс для детей/таблетки жевательные
★★★★☆ 3

Источник:

[Wildberries запустил продажи безрецептурных лекарств в Москве и Подмосковье](#)

Продажи периодики на Wildberries и Ozon стремительно растут

Oborot.ru, 06.09.2021

/НОВОСТЬ

За первые шесть месяцев 2021 года продажи периодических изданий на Wildberries выросли на 1111%, на Ozon — на 5200% год к году. Категория сравнительно новая, рост происходит с низкой базы.

На Wildberries детская периодика продавалась с 2017 года, в период самоизоляции на маркетплейс вышли продавцы глянцевых изданий. На Ozon периодические издания появились в прошлом году, категория показывает стабильный рост: только в августе он составил 41% по сравнению с июнем.



Наиболее продаваемые на Wildberries издания — с выкройками для шитья Burda и Ya Sew. Высоким спросом пользуются детские журналы по мотивам мультфильмов и видеоигр, женские — Elle и Vogue, мужские — Playboy и Esquire. На Ozon также отмечают популярность Ya Sew, востребованы Seasons of Life, Elle Decoration. Основной аудиторией покупок в категории на обеих площадках стали жители Москвы и Подмосковья.

В целом по России на долю маркетплейсов приходится не более 1% от общего объема реализации периодики. Основной оборот приходится на города-миллионники.

Источник:

[Журналы на маркетплейсах: как Wildberries и Ozon осваивают продажи периодических изданий и какие покупатели остались верны киоскам](#)

Доля e-com продаж в российском фармритейле достигла 14% в I-II кв. 2021 г.

Rncph.ru, 10.09.2021

/исследование

По оценке RNC Pharma, общий объем онлайн-продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (ЛП + парафармацевтика) в России по итогам I-II кварталов 2021 года вырос на 28,5% и достиг 94,2 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС). Доля e-com продаж в общем объеме российского фармритейла достигла 14% — на 3,2% больше, чем годом ранее.

ТОП-20 компаний обеспечили выручку в размере 78,8 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС), что соответствует 83,6% от общего объема операций в рамках e-com сегмента в России за I-II кварталы 2021 года. Доля топовых компаний продолжала сокращаться.

Apteka.ru контролировала 4,1% общего объема российской фармрозницы (с учетом парафармацевтического ассортимента). При этом динамика хуже, чем в среднем по сегменту — 11% в рублях. Организация поставила рекорд по расширению количества участников. В структуру влилось почти 4,5 тыс. аптек. Стартовал процесс интеграции бизнеса «Эркафарм», в том числе за счет ребрендинга отдельных аптек в Apteka.ru.

№	Аптечная сеть	Центральный офис	Объем валовых e-com продаж в 1-2 кв 2021, млрд. руб.	Прирост продаж относительно 1-2 кв 2020, %, руб.	Доля ¹ на розничном-коммерческом фармрынке (ЛП + не ЛП) по итогам 1-2 кв 2021, %, руб.
1	Аптека.Ру	Новосибирск	27,6	11	4,1
2	Ригла	Москва	5,7	199	0,9
3	СберЕаптека	Москва	5,6	67	0,8
4	Здравсити	Москва	4,6	109	0,7
5	ИРИС	Москва	4,5	35	0,7
6	Неофарм	Москва	4,1	66	0,6
7	Апрель	Краснодар	3,9	-	0,6
8	Монастырев.рф	Владивосток	3,7	24	0,6
9	ГК Эркафарм	Москва	2,8	-4	0,4
10	АСНА	Москва	2,8	36	0,4
11	Имплозия ²	Самара	2,4	-	0,4
12	Фармленд	Уфа	2,4	132	0,4
13	Аптека-Таймер	Пермь	2,3	-32	0,3
14	Планета Здоровья ²	Пермь	2,0	3	0,3
15	Аптечная сеть 36,6 ²	Москва	1,9	-6	0,3
16	Вита (Самара)	Самара	1,4	-	0,2
17	Ваша №1	Москва	0,5	-	0,1
18	Алоэ (Ранее Эдифарм)	С.-Петербург	0,4	-	0,1
19	ОАС Челябинск	Челябинск	0,1	-	0,01
20	Социальная Аптека	Ростов-на-Дону	0,05	-	0,01
1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ					
2 - экспертная оценка					
Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей					

Онлайн-направление сети «Ригла» показывает максимальные темпы роста за период — организации удалось за год утроить объем операций.

«СберЕаптека» (+67%) за полгода расширила географию почти в три раза. По состоянию на 1 июля 2021 года компания была представлена в 44 субъектах.

Источник:

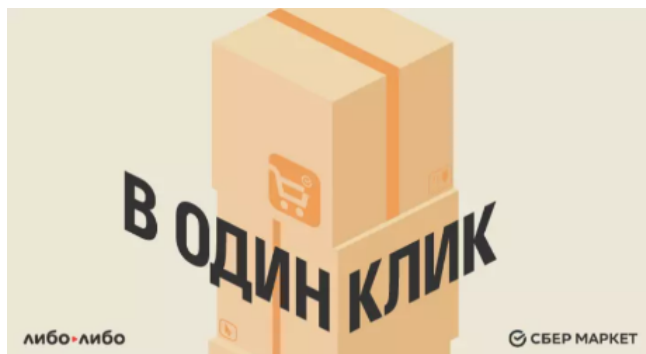
RNC Pharma представляет TOP-20 компаний e-com сегмента российской фармацевтической розницы по итогам 1-2 кв. 2021 г.

Выход второго сезона подкаста «В один клик» от Data Insight, СберМаркет и студии Либо/Либо

Podcast.ru, 14.09.2021

/реклама

Стартовал второй сезон подкаста «В один клик», который **Data Insight** выпускает совместно со **СберМаркет** и студией **Либо/Либо**



В подкасте партнёр Data Insight Федор Вирин и коммерческий директор СберМаркет Аяна Бабасанова узнают всё о том, как устроены интернет-бизнесы, у людей, которые эти бизнесы делают. В первом сезоне гостями были сооснователь «Самоката» Владимир Бочаров, коммерческий директор Lamoda Александра Артюшкина и CEO «Утконоса» Дэнни Перекальски.

Второй сезон — про торговлю не только одеждой, едой, матрасами и мебелью, но и услугами. Сегодня в интернете можно купить урок английского, билет на самолет и курс про маркетплейсы. О продаже услуг в этом сезоне расскажут гости из Skyeng, Ozon.Travel, iWENGO и других компаний, которые упрощают нам жизнь.

Ведущие с гостями обсуждают внутренние процессы компаний, рынок e-commerce, рассказывают о своем бекграунде и о трудностях, с которыми они ежедневно сталкиваются. Наталья Плетнева, директор по продажам DPD вспоминает, как однажды им заказали перевести живого зайца, а Анна Калеева, руководитель маркетплейса Ozon, делится историей, как построила успешный бизнес на Amazon.

Подписывайтесь и слушайте подкаст на всех платформах по [ссылке](#)

Источник:

[Студия Либо/Либо](#)

Рынок онлайн-торговли в РФ может вырасти на 40% в 2021 г.

Ria.ru, 07.09.2021 07:16:00

/мнение

Рост непродовольственного сегмента рынка онлайн-торговли в России по итогам 2021 года может составить 20-30%, а всего рынка с учетом продовольственного сегмента — около 40%, сообщил в интервью [РИА Новости](#) в рамках ВЭФ-2021 заместитель гендиректора Почты России по электронной коммерции Алексей Скатын.

Подтверждается прогноз гендиректора компании Максима Акимова, в прошлом году заявившего о том, что за четыре года рынок вырастет втрое.

Источник:

[В "Почте России" оценили перспективы роста рынка онлайн-торговли в России](#)



Весь мир:

Приложение Shein загружают вдвое чаще Amazon

Chargedretail.co.uk, 09.09.2021

/НОВОСТЬ

Приложение китайского fashion-ритейлера Shein загружают более чем в два раза чаще, чем Amazon. Модный бренд считается самой быстрорастущей компанией в мире электронной коммерции. В июле приложение Shein для было загружено из Google Play Store и Apple App Store в общей сложности 17,52 млн раз, а Amazon — более 7,46 млн раз.



Согласно данным Euromonitor International за октябрь, Shein является крупнейшим в мире приложением для розничной торговли модной одеждой. Его называют TikTok of e-commerce, а компания растет более чем на 100% в год в течение последних восьми лет.

Согласно отчету NotBoring, Shein занимает первое место в категории шопинга в магазине приложений для iOS в 56 странах и входит в топ-5 еще в 124 странах. Такие инновации, как геймификация, вознаграждение пользователей за каждый вход в приложение, обеспечивают лояльную и активную аудиторию.

Источник:

[Shein is now being downloaded twice as much as Amazon](#)

JD.com запустила платформу для перепродажи поддержанных вещей

Chargedretail.co.uk, 07.09.2021

/новость

JD.com запустила платформу для перепродажи поддержанных вещей Jing Zhi. Продавцы должны будут платить площадке комиссию в размере 6% или работать через подразделение AiHuiShou JD.com. Самой популярной категорией является электроника, однако представлена небольшая доля товаров из сферы роскоши, моды и красоты.

В начале этого года китайский инвестиционный банк Shenwan Hongyuan опубликовал отчет, в котором утверждалось, что общий объем вторичного рынка в Китае составляет более 1 трлн юаней (\$154,78 млрд). Рынок онлайн-перепродажи достиг 374,55 млрд юаней (\$57,97 млрд), его основные игроки — Xian Yu (Alibaba) и Zhuan Zhuan (Tencent), на которых приходится 90,9% продаж.



Источник:

[JD.com announces launch of new reselling platform](#)

PayPal покупает японский сервис рассрочки Paidy

Investor.pypl.com, 07.09.2021

/новость

PayPal покупает за \$2,7 млрд японский сервис торговли в рассрочку Paidy. Сделка предположительно будет закрыта в четвертом квартале.



Paidy позволяет японским потребителям покупать товары онлайн и оплачивать их каждый месяц в магазине или банковским переводом. Компания использует запатентованные технологии для оценки кредитоспособности, андеррайтинга транзакций и гарантии оплаты продавцам. Paidy помогает потребителям чувствовать себя комфортно и безопасно при совершении покупок в интернете и способствует увеличению коэффициента конверсии, средней стоимости заказа и повторных покупок для продавцов.

Источник:

[PayPal to Acquire Paidy](#)

JD.com сообщила об изменениях в руководстве

Ir.jd.com, 06.09.2021

/новость

Китайская компания JD.com объявила о назначении на позицию президента Лэй Сюй, ранее возглавлявшего JD Retail. В новой должности Лэй Сюй будет руководить повседневной работой и совместным развитием различных бизнес-единиц JD.com.

Направление JD Retail возглавит Лицзюнь Синь, а Энлин Цзинь будет руководить подразделением JD Health. Ричард Цяндун Лю, председатель и главный исполнительный директор JD.com, посвятит больше времени разработке долгосрочных стратегий компании, наставничеству молодого руководства и возрождению сельских районов Китая.



Источник:

[JD.com Announces New Appointments for JD.com and JD Retail](#)

Онлайн-шопинг в Южной Корее вырос на 105% с 2017 г.

Koreaherald.com, 12.09.2021 16:50:00

/исследование

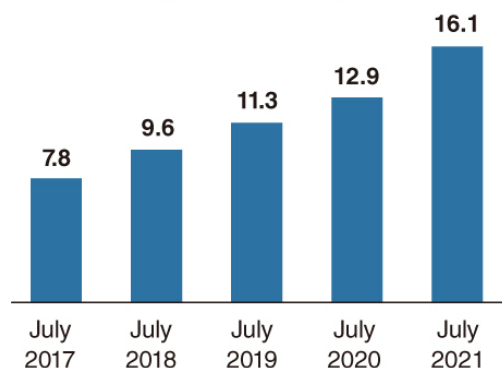
По данным Статистического управления Южной Кореи, в июле объем транзакций при оплате онлайн-покупок достиг рекордного уровня в 16,19 трлн вон (\$13,8 млрд) — на 24,9% больше, чем годом ранее. По сравнению с июлем 2017 года рост составил 105,1%.

Объем онлайн-транзакций в категории сельского хозяйства, животноводства и рыболовства вырос на 242% в период с июля 2017 года по июль 2021 года. Оборот онлайн-продавцов продуктов и напитков увеличился на 223%. В сфере доставки еды и заказа еды навынос продажи выросли на 961% за соответствующие четыре года.

Онлайн-продажи в секторе туристических перевозок после достижения рекордно низкого уровня в 474 млрд вон в декабре 2020 года выросли до 822 млрд вон в июле 2021 года. Оборот этого сектора в июле 2017 года достигал 1,37 трлн вон.

Monthly turnover of online shopping retailers

(Unit: trillion won)



Source: Statistics Korea

Источник:

[Online shopping in Korea expands 105 percent since 2017](#)

Онлайн-продажи предметов роскоши выросли на 50% в I полугодии 2021 г.

Chargedretail.co.uk, 10.09.2021

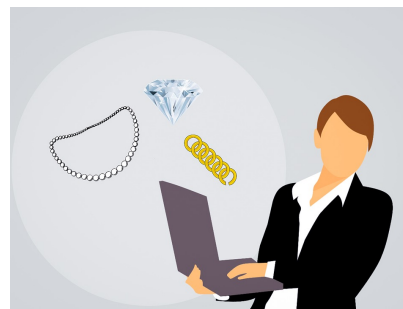
/исследование

Розничные онлайн-продажи предметов роскоши выросли на 50% за первую половину 2021 года, благодаря «растущему цифровому среднему классу». Согласно новым данным eShopWorld (EWS), продажи предметов роскоши на международных рынках способствуют восстановлению экономики после пандемии.

В ходе опроса почти 15 000 потребителей в 14 странах EWS обнаружил, что растущий спрос со стороны покупателей из поколений Y и Z приведет к увеличению онлайн-продаж предметов роскоши на 30% в 2021 году по сравнению с 22% в прошлом году.

В Китае, ОАЭ, Южной Корее и Индии наблюдается наибольший спрос на зарубежные предметы роскоши. Например, 70% миллениалов, представителей поколения Z и бэби-бумеров в Китае и Южной Корее покупают предметы роскоши онлайн.

В то время как 42% покупателей все еще хотят покупать предметы роскоши в магазинах, 43% настроены делать это в интернете.



Источник:

[Online luxury sales driving post-pandemic recovery according to new data](#)

CM Ventures: дарксторы — мировой тренд

Vc.ru, 10.09.2021 16:06:00

/исследование

Фонд CM Ventures исследовал рынок дарксторов — в частности, модели Яндекс.Лавки, «Самоката», Getir, Dmart, сообщает vc.ru. Фонд изучил больше 40 открытых источников и поговорил с более чем 30 начинающими игроками, а также использовал собственную платформу для включения данных об около 100 развивающихся компаниях на этом рынке.

Ключевые выводы:

- Gorillas, JOKR, Flink, Zapp привлекли около \$1 млрд инвестиций, но, по оценкам CM Ventures, у них лишь 250-300 дарксторов. У «большой четверки» — «Самоката», Яндекс.Лавки, Getir и Dmart — больше 2250 точек. Выручка Gorillas, JOKR, Flink, Zapp — около \$500 млн, у «четверки» — около \$3 млрд.
- Дарксторам нужны инвестиции на быстрый рост: Dmart потребовалось \$440 млн, чтобы масштабировать бизнес до \$1,2 млрд выручки. Getir понадобилось меньше денег, но больше времени.
- Дарксторы могут быть прибыльными в будущем.
- На любом рынке есть место минимум для двух крупных игроков или больше.
- Если предположить, что темпы роста всех компаний останутся прежними, к концу года их суммарная выручка составит \$5 млрд. Это 0,05% мирового рынка продуктового ритейла.
- Дарксторы — мировой тренд.

The 'Big Four' – established dark store operators

	Launched darkstores	Main country	# of darkstores June'21	Annualized gross revenue, \$M, most recent
	2015	 Turkey	528	800
	2019	 Turkey	687	1 200
	2018	 Russia	699	432
Яндекс 	2019	 Russia	362	297

CMV

Источник:

Годовая выручка одного даркстора Dmart — \$1,7 млн, средний чек «Самоката» — \$7: исследование рынка экспресс-доставки

Рынок e-commerce в Индии превысил \$46 млрд в 2020 г.

Ibef.org, 09.09.2021

/исследование

По оценкам India Brand Equity Foundation, рынок электронной коммерции Индии вырастет до \$111,4 млрд к 2025 году с \$46,2 млрд в 2020 году, во многом благодаря увеличению проникновения интернета и смартфонов. К апрелю 2021 года количество подключений к интернету в Индии увеличилось до 782,86 млн благодаря программе «Цифровая Индия».

Индийский онлайн-рынок продуктов питания, по оценкам, достигнет \$18,2 млрд к 2024 году по сравнению с \$1,9 млрд в 2019 году (CAGR — 57%). Объем онлайн-заказов в Индии увеличился на 36% в последнем квартале 2020 года, при этом сегмент личной гигиены, красоты и здоровья являлся крупнейшим.



Согласно отчету Bain & Company, оборот социальной торговли Индии составил примерно \$2 млрд в 2020 году и достигнет \$20 млрд к 2025 году с потенциалом вырасти до \$70 млрд к 2030 году.

Источник:

[E-commerce Industry in India](#)

Китайский онлайн-рынок секонд-хенда превысил \$28 млрд в I полугодии 2021 г.

News.cn, 08.09.2021 19:49:00

/исследование

Оборот китайского онлайн-рынка подержанных вещей в первом полугодии 2021 года составил около 186,7 млрд юаней (около \$28,87 млрд). Ожидается, что к концу этого года объем продаж превысит 400 млрд юаней, что почти на 30% больше, чем в прошлом году.

Около 202 млн пользователей были задействованы в этом секторе за первые шесть месяцев года, а к концу 2021 года их число превысит 223 млн. За тот же период было выделено финансирование в размере 5,76 млрд юаней, в основном на развитие платформ, специализирующихся на электронике и предметах роскоши.



Источник:

[China's second-hand e-commerce market H1 turnover crosses 28 bln USD: report](#)

Подкасты

Digital Voice

Уроки цифровой трансформации от основателя Lamoda — Флориан Янсен

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Флориан Янсен, сооснователь Lamoda и бывший исполнительный директор «Магнита»

В «Магните» Флориан Янсен отвечал за цифровую трансформацию бизнеса. В чем была ее цель, состоялась ли трансформация, и какие ключевые инсайты удалось вынести за время, проведенное в управлении такими масштабными процессами.

A blue square with the text "DigitalVoice" in white, where "Digital" is in a sans-serif font and "Voice" is in a script font.

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

Практика_days

Как La Redoute развивает прибыльный e-commerce. Игорь Гусев, CEO La Redoute

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Игорь Гусев, CEO La Redoute

О модели работы La Redoute в Европе и в России, уникальности и конкурентных преимуществах, работе с российскими маркетплейсами, клиентах, заказах и т.д.

An orange square with the text "практика" in white and "_days" in black.

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

О мониторинге

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

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

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

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

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

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- 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.