

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 37

20 Сентября 2021 - 26 Сентября 2021

В выпуске:

Россия:

Глава Яндекс.Маркета Максим Гришаков покидает компанию
«Магнит» запустил онлайн-аптеку в регионах
Каждый десятый предприниматель на AliExpress — самозанятый
Масштаб логистической сети Lamoda в России и СНГ вырос на 60% за полгода
Sokolov запустил собственную доставку ювелирных изделий
Коммерческим директором Dalli стала Елена Захарова
СберМегаМаркет начал развивать собственные ПВЗ
Продавцы смогут работать с Ozon Express через аукционы
Через Яндекс.Карты теперь можно заказать еду в машину
«Протек» к сентябрю довел число дарксторов до 57
AliExpress Россия и РАЭК: 75% предпринимателей довольны логистикой
Банк Хоум Кредит: все больше людей предпочитают российские онлайн-магазины
Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020

Весь мир:

Wildberries запустил продажи в Латвии, Литве и Эстонии
Продажи Asos и Boohoo за год выросли на £5 млрд
JD.com открывает торговый центр
Электронная коммерция в Европе выросла на 10% в 2020 г.
McKinsey: в Европе растут C2C онлайн-продажи подержанных товаров
Половина населения США будет покупать продукты онлайн в 2021 г.
На маркетплейсы приходится 58% рынка кросс-бордера в Европе
Рост электронной торговли грозит потерей прибыли food-ритейлу в Европе
Рынок e-commerce Казахстана вырос в 2,2 раза в I полугодии 2021 г.

Подкасты

Россия:

Глава Яндекс.Маркета Максим Гришаков покидает компанию

Vc.ru, 23.09.2021 15:24:00

/новость

Максим Гришаков [написал](#) на своей странице в Facebook, что уходит с должности руководителя Яндекс.Маркета:

«За несколько лет мы построили один из лучших маркетплейсов в стране, и у него фантастическое будущее. Спасибо всем, кто поддерживал, советовал, ругал и помогал создать такой классный продукт. Я верю в пяти-семилетние циклы CEO, после которых глаз начинает "замыливаться", а уровень энергии — снижаться. Поэтому я решил пойти делать несколько новых проектов. Маркет остается в надежных руках, а я продолжу консультировать команду и остаюсь на связи».

Как стало известно [vc.ru](#), руководители основных блоков Яндекс.Маркета перейдут в подчинение главы бизнес-группы Яндекса по электронной торговле и логистическим сервисам Даниила Шулейко. Он будет заниматься стратегическим и операционным управлением Маркета.



Источник:

[Глава «Яндекс.Маркета» Максим Гришаков покинет компанию после шести лет работы](#)

«Магнит» запустил онлайн-аптеку в регионах

Magnit.com, 22.09.2021

/новость

Онлайн-сервис «Магнита» подключил к заказу около 70 аптек в 30 населенных пунктах Северо-Западного федерального округа. Онлайн-аптека работает в формате click&collect: бронирование товаров с оплатой и самовывозом через 30 минут из удобной «Магнит Аптеки».

Покупатели могут забронировать до 5 тыс. наименований. Заказ можно оставить на сайте «Магнит Аптеки» и через контактный центр. Сервис бронирования доступен

круглосуточно, но самовывоз привязан ко времени работы аптеки. Минимальная сумма заказа отсутствует, а заказы собирают сотрудники торговых точек.



Сервис стал доступен покупателям в Санкт-Петербурге, Ленинградской, Мурманской, Новгородской, Псковской, Тверской областях, Республике Карелия. До конца года проект будет масштабирован на все регионы присутствия формата «Магнит Аптека»; таким образом, бронирование будут доступно в почти 900 точках компании по всей стране.

Источник:

[«Магнит» запустил онлайн-аптеку в регионах](#)

Каждый десятый предприниматель на AliExpress — самозанятый

Т.me, 21.09.2021 11:43:00

/новость

Количество самозанятых на AliExpress в 2021 году выросло в 6 раз. Каждый десятый предприниматель является самозанятым. Общий ассортимент товаров в их магазинах превышает 65 тыс. позиций.

Самый большой выбор в категории «Товары для спорта» — более 28 тыс. товаров. В категории «Дом и сад» — 11 тыс. товаров. На AliExpress также представлено около 3500 украшений и аксессуаров от самозанятых продавцов.



Чаще всего самозанятые открывают магазины с товарами для дома и сада (26% продавцов от общего числа зарегистрированных на AliExpress самозанятых), игрушками и товарами для хобби (7%), товарами для автомобилей (7%), украшениями (7%) и товарами для спорта (7%).

Самый большой оборот самозанятые получают от торговли товарами для дома и сада. Быстрее всего сейчас растут продажи у самозанятых продавцов, торгующих товарами для автомобилей, красоты и здоровья, игрушками и товарами для хобби, инструментами или сумками.

Топ-10 регионов по количеству самозанятых на AliExpress:

- Москва и область — 650
- Санкт-Петербург и область — 250
- Краснодарский край — 210
- Республика Татарстан — 170
- Свердловская область — 160
- Республика Башкортостан — 150
- Ростовская область — 130
- Новосибирская область — 130
- Челябинская область — 130
- Нижегородская область — 130

Источник:

Количество самозанятых на AliExpress в 2021 году выросло в 6 раз, — каждый десятый предприниматель является самозанятым

Масштаб логистической сети Lamoda в России и СНГ вырос на 60% за полгода

Retail-loyalty.org, 21.09.2021 11:09:00

/новость

В первом полугодии 2021 года масштаб логистической сети Lamoda в России и СНГ вырос на 60% за счет открытия более 50 новых транзитных складов и расширения сети пунктов выдачи заказов (ПВЗ).

Доступ к доставке с опцией примерки товара перед покупкой имеют 90% клиентов Lamoda благодаря развитию собственной курьерской службы LM Express и расширению сети ПВЗ. С начала года было открыто 100 новых пунктов в 51 городе, и до конца года планируется открыть еще около 140 ПВЗ.



На собственную доставку Lamoda в **России** приходится около 90% всех заказов, сделанных клиентами. За счет сотрудничества с логистическими партнерами компания обеспечивает доставку по всей стране. Точность доставки достигает 96%, включая доставку день в день и в 15-минутный интервал.

В **Беларуси** клиенты Lamoda пользуются пунктами выдачи заказов активнее, чем в других странах присутствия группы. Через ПВЗ доставляется не менее 60% заказов. Также в Беларуси большой потенциал имеет рынок постаматов, однако инфраструктура пока развита недостаточно. Lamoda решила возглавить развитие этого направления в стране и начала строить собственную сеть постаматов вместе с ИТ-компанией VSGate.

Lamoda в **Казахстане** также активно развивает сеть постаматов, сосредоточившись на партнерской модели. Сейчас сеть постаматов, где клиенты Lamoda могут получить заказы, насчитывает 188 терминалов во всех крупнейших городах.

В основе логистической сети Lamoda на территории **Украины** — пункты выдачи заказов, открываемые в партнерстве с компанией Justin. За второй квартал было открыто 9 новых пунктов выдачи, общее количество выросло до 23.

Источник:

[Lamoda увеличила логистические мощности во всех странах присутствия](#)

Sokolov запустил собственную доставку ювелирных изделий

Retail.ru, 21.09.2021 10:27:00

/НОВОСТЬ

Бренд Sokolov запустил собственную доставку ювелирных изделий в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге и Краснодаре. В столичном регионе Sokolov обеспечивает доставку онлайн-заказов в день покупки, в остальных городах — на следующий день после заказа.

Создание своей курьерской службы и приобретение флота бронированных автомобилей позволило компании в разы сократить сроки выполнения онлайн-заказов. Для оптимизации логистических процессов в сентябре Sokolov открыл в Москве специальный сортировочный центр. Для управления логистикой создано собственное программное обеспечение, которое позволяет полностью автоматизировать работу склада, вести конвейерную сортировку изделий, оптимизировать маршруты курьеров.

SOKOLOV
JEWELRY

В ближайшее время компания собирается перейти на собственную логистику на последней миле в Самаре и Нижнем Новгороде, а до конца 2021 года — во всех городах-миллионниках.

Источник:

[Sokolov запустил собственную доставку ювелирных изделий](#)

Коммерческим директором Dalli стала Елена Захарова

Oborot.ru, 21.09.2021

/НОВОСТЬ

Ольга Древаль приняла решение покинуть должность коммерческого директора службы доставки Dalli. Ее сменит Елена Захарова, которая ранее работала в логистических компаниях TopDelivery, IML, PickPoint.

«Елена Захарова продолжит следовать курсу компании на рост и развитие, укрепление существующих позиций на рынке, выводить новые продукты и услуги, разрабатывать и внедрять эффективные решения для наращивания уровня сервиса и качества оказываемых услуг», — сообщил управляющий партнер службы доставки Dalli Александр Бушуев.



Источник:

[Серьезные кадровые изменения в руководстве Dalli](#)

СберМегаМаркет начал развивать собственные ПВЗ

Kommersant.ru, 20.09.2021

/новость

СберМегаМаркет открыл в Москве собственные пункты выдачи заказов (ПВЗ), сообщает [«Коммерсантъ»](#). Партнером выступает Сберлогистика, а управлением сетью займется структура «СберМегаМаркет-Ритейл». До конца 2021 года планируется открыть около 400 точек по стране, в том числе 100 в Москве и Подмосковье.

У Wildberries — 7,8 тыс. точек по стране с учетом франшизы. Сеть Ozon насчитывает более 6 тыс. точек, 90% из них — партнерские. Под брендом Яндекс.Маркет работают 5,4 тыс. точек, включая партнерские пункты.



По оценкам гендиректора «Infoline-Аналитики» Михаила Бурмистрова, к 2025 году совокупное число ПВЗ по стране может достичь 100 тыс.

Хотя крупнейшие маркетплейсы уже существенно обходят СберМегаМаркет по количеству существующих ПВЗ, площадку пока нельзя назвать запоздавшим игроком, полагает Михаил Бурмистров. Партнер Data Insight Борис Овчинников добавляет, что к моменту, когда между лидирующими маркетплейсами развернется реальная конкуренция в офлайне, у СберМегаМаркета уже будут налажены процессы. Но пока существенного влияния на доходы площадки сеть из 400 ПВЗ по стране точно не окажет, согласны эксперты.

В СберМегаМаркете сегодня не рассматривают агентскую модель работы, то есть будут управлять ПВЗ самостоятельно.

Источник:

[«Сбер» приземляет e-commerce](#)

Продавцы смогут работать с Ozon Express через аукционы

Interfax.ru, 20.09.2021 11:13:00

/новость

Ozon с октября позволит продавцам маркетплейса работать через сервис экспресс-доставки Ozon Express, сообщает [«Интерфакс»](#). Отбирать товары будет сама компания по модели аукциона. Речь идет о позициях с высокой оборачиваемостью, которые важно получать сверхбыстро.

Продавцы будут поставлять товары в дарксторы, откуда Ozon будет доставлять их конечным потребителям. С продавцов будет взиматься комиссия, как с продажи товаров на маркетплейсе.



Через Ozon Express можно заказать доставку продуктов, товаров повседневного спроса, электроники, товаров для спорта, детей и животных за 1 час или в удобные пользователю часовые слоты. Ранее Ozon самостоятельно закупал у поставщиков товары, которые распространялись через дарксторы Ozon Express, позволяющие хранить до 30 тыс. наименований.

Источник:

[Ozon позволит продавцам торговать через сервис экспресс-доставки](#)

Через Яндекс.Карты теперь можно заказать еду в машину

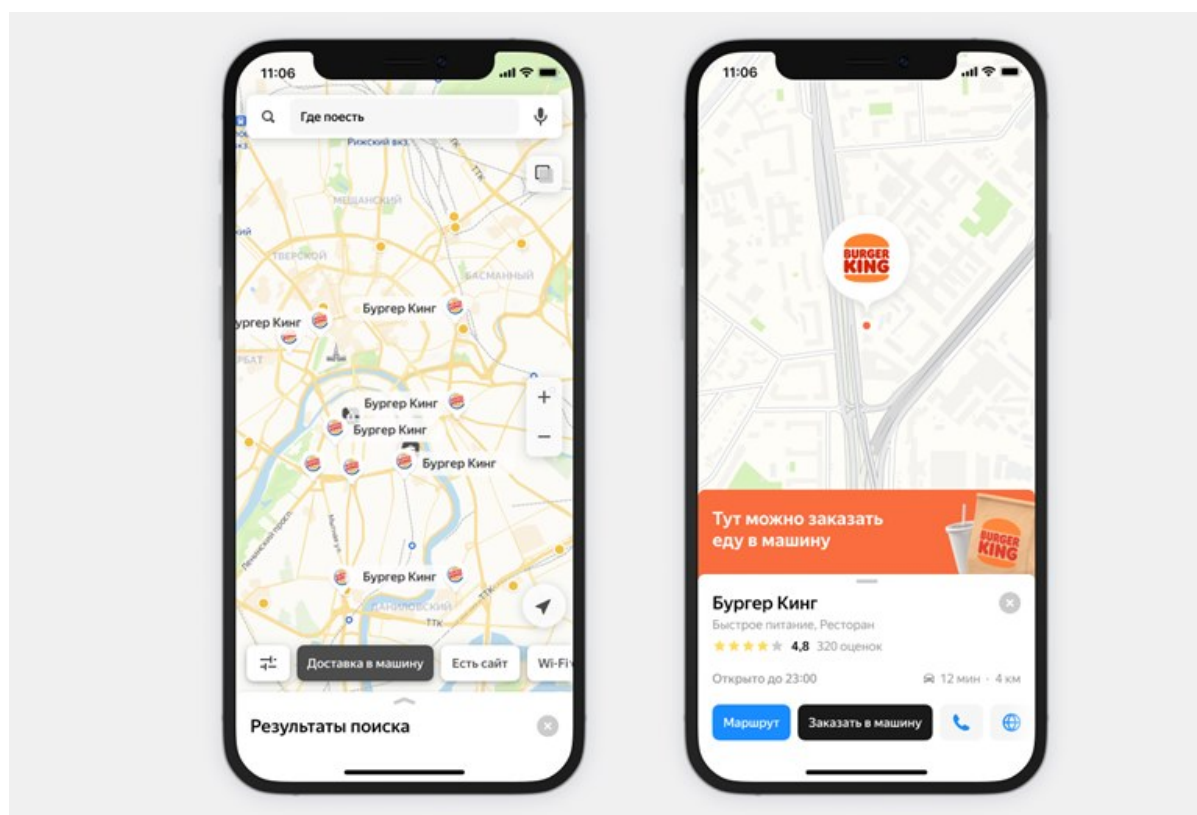
Rb.ru, 20.09.2021 09:00:00

/новость

С помощью приложения Яндекс.Карты теперь можно заказать еду в автомобиль, находясь на парковке возле ресторана быстрого питания. Сервис доступен в сети Burger King в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми, Омске, Новосибирске и других городах России.

На парковке у водителя открывается карточка, в которой можно перейти в меню и выбрать один из комбонаборов. При оплате нужно указать телефон для связи, номер и цвет машины, чтобы сотрудник ресторана смог найти ее на парковке и передать заказ.

Найти ресторан можно также на главной странице: выбрать в меню «Где поесть» и для открывшегося списка ресторанов применить фильтр «Доставка в машину».



Источник:

[Водители смогут заказать еду прямо в машину через «Яндекс.Карты»](#)

«Протек» к сентябрю довел число дарксторов до 57

Pharmvestnik.ru, 20.09.2021 14:01:00

/новость

На начало сентября в рамках экосистемы ГК «Протек» на базе аптечной сети «Ригла» действует 57 дарксторов в 34 регионах РФ. В июне-августе число дарксторов увеличилось на 29 точек, сообщает [«Фармацевтический вестник»](#).

Ассортимент одного даркстора в 2,5-3 раза превышает ассортимент обычной аптеки. Скорость сборки заказа составляет 7-10 минут, в аптеке — 15 минут. В функционал входит комплектация заказа, оформление товаросопроводительных документов и передача заказа в курьерскую службу. В зависимости от региона мощности одного даркстора способны обеспечить поставку редкого ассортимента в 25-30 аптек.



Планируется, что до конца 2021 года новые объекты складской логистики «Протек» откроются в Уфе, Сургуте, Вологде, Феодосии, Петрозаводске, Иркутске, а также в подмосковных Пушкине, Химках, Одинцове и Подольске.

«Маркетплейс здоровья "Здравсити" — основной стратегический проект экосистемы "Протек", основа ее e-commerce-направления, — отметил коммерческий директор ЦВ «Протек» Борис Попов. — Ключевая задача развития сервиса на ближайшую перспективу — курьерская экспресс-доставка с использованием дарксторов».

Источник:

[К началу сентября число дарксторов «Протек» увеличилось до 57](#)

AliExpress Россия и РАЭК: 75%

предпринимателей довольны логистикой

Raес.ru, 24.09.2021

/исследование

AliExpress Россия и РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций) опросили предпринимателей о том, какой должна быть идеальная логистика для электронной торговли.

- 66% считают, что затраты на логистику не должны превышать 5% от прибыли. Вкладывать больше 20% прибыли готовы 1% от всех респондентов.
- Абсолютное большинство компаний сошлось на том, что выгоднее всего доставлять заказы в пункты выдачи или постаматы. 17% предпочли бы работать только с самовывозом, и лишь для 15% доставка курьером выгоднее прочих способов.
- Экономить на доставке удастся только 27% компаний, 59% экономят на упаковке, 80% — на хранении товаров.
- 60% продавцов считают, что оплачивать доставку должен покупатель. При этом сами продавцы готовы платить за доставку заказа покупателю от 50 до 100 руб. — 45% компаний. Платить больше 200 руб. могут себе позволить только 8% компаний.
- Абсолютное большинство предпринимателей считают приемлемым срок доставки от 2 до 7 дней. 48% считают эталоном доставку за 2-3 дня, 50% — в течение недели. И лишь 2% стараются доставлять в течение дня.
- 49% предпринимателей считают, что к скорости или качеству доставки у покупателей не должно быть претензий — услуги должны быть оказаны на высшем уровне.
- 93% продавцов отмечают, что изменения логистических услуг могут положительно сказаться на бизнесе: 68% говорят, что улучшение логистики для покупателей приводит к росту числа заказов; 25% отмечают, что логистикой можно стимулировать повторные заказы.
- 75% предпринимателей довольны тем, как выстроена логистика в их бизнесе. При этом 46% хотели бы сократить затраты, а 18% — расширить географию доставки. Из тех, кому удастся снизить расходы на логистику, 60% снижают цену на товар.
- Самой удобной логистической схемой 60% опрошенных считают дропшиппинг. 20% предпочитают полностью управлять логистикой, еще столько же — пользоваться услугами фулфилмента.



Источник:

«Идеальная логистика для бизнеса»: исследование AliExpress Россия и РАЭК

Банк Хоум Кредит: все больше людей предпочитают российские онлайн-магазины

Homecredit.ru, 22.09.2021

/исследование

Согласно опросу Банка Хоум Кредит, доля россиян, которые совершают онлайн-покупки, составила 61,7% (год назад — 69,1%). Основные причины отказа от интернет-покупок — привычка покупать в обычном магазине и нежелание брать вещи без примерки и осмотра.

Люди, которые покупают онлайн, стали делать это чаще. 40,6% опрошенных сказали, что с начала эпидемии стали чаще покупать онлайн (34% год назад). Больше всего товары и услуги в интернете покупает молодежь. В группе респондентов в возрасте от 18 до 25 лет их доля составила 76,5%. Люди старшего возраста чаще покупают в «обычных» магазинах. Среди респондентов старше 65 лет готовы покупать в интернете только 15,7%.

Онлайн-покупки постепенно становятся повседневными. По сравнению с 2020 годом выросли доли продовольственных товаров и сервисов доставки готовой еды. А доля бытовой электроники и средств связи уменьшилась. Средняя сумма онлайн-покупки год назад составляла 6403 руб., а сейчас — 4795 руб.

Все больше людей предпочитают российские онлайн-магазины и маркетплейсы зарубежным. В структуре cross-border онлайн-торговли доля китайских магазинов снизилась с 72,9% до 63,7%. При этом доля магазинов в США увеличилась до 19,7% против 17,4%, в Великобритании — 8,8% против 5,6%, в Германии — 7,8% против 4,1%.



Источник:

Опрос Банка Хоум Кредит: российские интернет-магазины и маркетплейсы занимают долю китайских конкурентов

Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020

Datainsight.ru, 29.09.2021

/реклама

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:

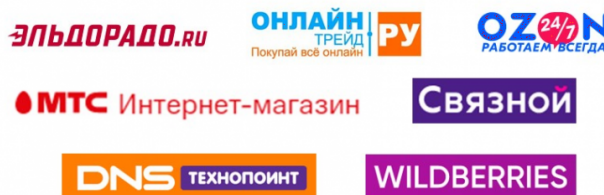
Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2020

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.

Wildberries запустил продажи в Латвии, Литве и Эстонии

Vedomosti.ru, 22.09.2021 13:35:00

/новость

Онлайн-ритейлер Wildberries начал продажи в Латвии, Литве и Эстонии, сообщают [«Ведомости»](#). Оформить заказ покупатели могут на отдельных сайтах lt.wildberries.ru, lv.wildberries.ru и ee.wildberries.ru на английском и русском языках. В ближайшее время будут доступны мобильные приложения на iOS и Android.

Доставку товаров осуществляют международные логистические операторы. Клиенты смогут получить заказы в партнерских точках выдачи, а также с помощью курьерской доставки до дома или офиса. Доставка товаров в точки выдачи заказов осуществляется за 8-10 дней и стоит 7 евро. Стоимость экспресс-доставки курьерской службой зависит от количества товаров в корзине, минимальная цена — 20 евро, срок доставки — 2-4 рабочих дня.



География работы Wildberries сейчас насчитывает 17 стран. По итогам 2020 года экспортные продажи Wildberries выросли на 95% до 23,7 млрд руб.

Источник:

[Wildberries запустил продажи в Прибалтике](#)

Продажи Asos и Boohoo за год выросли на £5 млрд

Chargedretail.co.uk, 21.09.2021

/новость

Продажи британских fashion-ритейлеров Boohoo и Asos за последний год выросли почти на 5 млрд фунтов стерлингов, поскольку розничные онлайн-продавцы по всей Великобритании достигли рекордных продаж.

Согласно новым данным юридической фирмы CRP, у 20 крупнейших онлайн-ритейлеров Великобритании продажи подскочили на 22% за год, завершившийся 28 февраля 2021 года, до рекордных 16,4 млрд фунтов стерлингов. Этот бум в значительной степени был вызван резким ростом продаж в интернет-магазинах модной одежды, в результате которых выручка за последний год подскочила на 14,2% до 6,9 млрд фунтов стерлингов.



Asos лидировал по продажам — они выросли на 19% в годовом исчислении до 3,2 млрд фунтов стерлингов за этот период. За ним следует конкурент Boohoo, выручка которого взлетела на 41% до 1,7 млрд фунтов стерлингов.

Розничный продавец электротехники AO.com также продемонстрировал стремительный рост продаж на 62% в течение года до 1,6 млрд фунтов стерлингов, а e-commerce компания The Hut Group — на 41,5% до 1,6 млрд фунтов стерлингов. По данным RPC, эти бренды извлекли выгоду из масштабных инвестиций в маркетинг во время изоляции, уделяя основное внимание социальным сетям. Ориентация онлайн-ритейлеров на партнерство с инфлюенсерами позволяет им опередить своих офлайн-конкурентов и добиться гораздо более высокого уровня вовлеченности среди целевых демографических групп.

Источник:

[Asos and Boohoo saw £5bn sales growth last year amid record online sales](#)

JD.com открывает торговый центр

Asia.nikkei.com, 20.09.2021

/новость

Китайская e-commerce компания JD.com открывает торговый центр в городе Сиань, стремясь к дальнейшему объединению розничных операций онлайн и офлайн. JD Mall площадью более 40 000 кв. м предложит 200 000 наименований товаров от 150 мировых и местных брендов. В числе арендаторов — производители электроники, такие как Huawei Technologies и Haier, рестораны, магазины товаров для дома.

Клиенты получают доступ к технологическим устройствам и новым сервисам, включая голографические проекции, оборудование виртуальной реальности, интеллектуального робота, виртуальную комнату для прямых трансляций. В торговом центре будет открыто 11 тематических зон впечатлений и 29 зон для тестирования товаров, в том числе салон красоты, запуск дронов, массаж и др.

Alibaba Group открыла большой торговый центр в Ханчжоу в 2018 году, управляет сетью супермаркетов Hema и другими физическими магазинами, а в 2020 году взяла под контроль сеть гипермаркетов Sun Art Retail.



Источник:

[JD.com's first brick-and-mortar mall set to open in Xi'an](#)

[JD.com launches new physical shopping mall](#)

Электронная коммерция в Европе выросла на 10% в 2020 г.

Ecommerce-europe.eu, 23.09.2021

/исследование

В 2020 году электронная коммерция в Европе выросла до 757 млрд евро, что на 10% больше, чем в 2019 году (когда объем рынка составил 690 млрд евро), согласно новому отчету Ecommerce Europe и EuroCommerce. Рост объясняется пандемией COVID-19 и, как следствие, важной ролью электронной торговли для общества и экономики.

Как и в предыдущие годы, в 2020 году на Западную Европу приходится самая высокая доля от общего европейского оборота электронной коммерции — 64%. С большим отрывом идет Южная Европа, на долю которой приходится 16% общего товарооборота. Северная и Восточная Европа (обе по 6%) занимают последнее место.

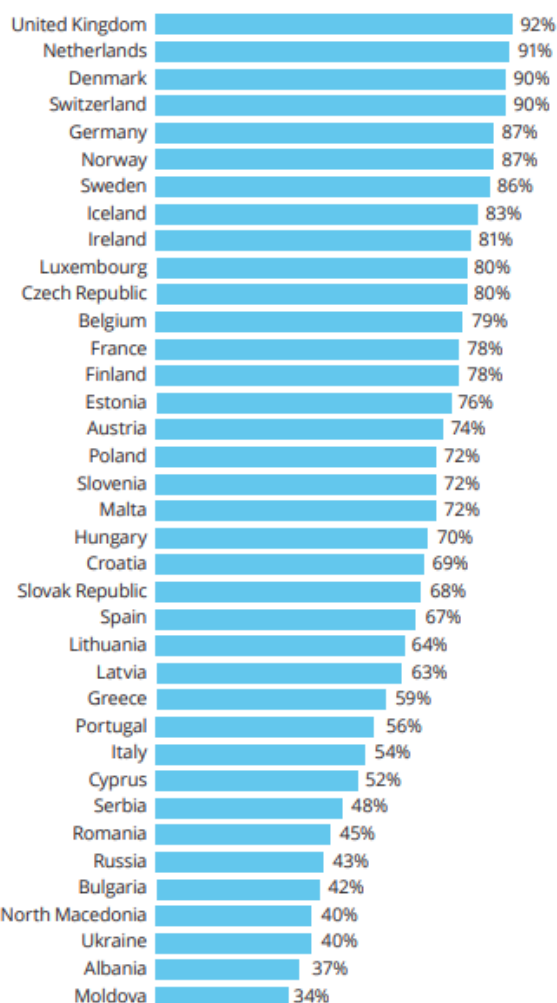
Однако Восточная Европа в 2020 году показала рост на 36%, в то время как темпы роста в Западной Европе оставались умеренными и составили 4%. В Центральной и Южной Европе в 2020 году наблюдались аналогичные темпы роста — 28% и 24% соответственно.

Лидерами оборота электронной коммерции B2C остаются Великобритания (236 млрд евро), Франция (112 млрд евро), Германия (93,6 млрд евро) и Испания (68,4 млрд евро). Однако самые высокие темпы роста оборота электронной торговли были зафиксированы в Греции (77%), Молдове (49%), России (41%), Швейцарии, Северной Македонии (37%) и Швеции (36%).

Число онлайн-покупателей увеличивалось в течение 2020 года быстрее, чем за последние 4 года: 71% населения совершали покупки в интернет-магазинах (по сравнению с 66% в 2019 году и 64% в 2018 году).

Западная Европа может похвастаться самой высокой долей интернет-покупателей (86%), за ней следуют потребители из Северной Европы (82%). Самая высокая доля онлайн-покупателей была в Великобритании (92%), за ней следуют Нидерланды (91%), Дания и Швейцария (90%), Германия и Норвегия (87%) и Швеция (86%). Самая маленькая доля онлайн-покупателей была обнаружена в Молдове (34%), Албании (37%), Украине и Северной Македонии (40%), Болгарии (42%) и России (43%).

E-SHOPPERS PER COUNTRY, 2020



SOURCE: EUROSTAT;
STATISTA; NATIONAL
E-COMMERCE ASSO-
CIATIONS; PARTNERS;
UNITED NATIONS

Источник:

[E-commerce still growing: accelerated digitalisation of businesses and consumers](#)

McKinsey: в Европе растут C2C онлайн-продажи поддержанных товаров

Mckinsey.com, 23.09.2021

/исследование

По оценке McKinsey & Company, внедрение цифровой торговли в Европе подскочило почти на 14% — рост, на который потребовалось бы два-три года в большинстве отраслей при допандемических темпах роста. Электронная коммерция будет расти в период с 2020 по 2024 год как минимум на 8-9% в год во Франции и Германии, на 6-7% в год в Великобритании, на 10-12% в год в Италии и Испании и более чем на 20% в год в Азии.

Маркетплейсы B2C проявили себя особенно хорошо. В 2020 году продажи Amazon выросли в Великобритании на 51% до рекордных \$26,5 млрд, а в Германии на 32% до \$29,5 млрд.

Еще одна история успеха в сфере электронной коммерции — рост торговых площадок C2C. Объемы транзакций в категории поддержанных товаров выросли как на горизонтальных сайтах (таких как eBay Kleinanzeigen в Германии и Facebook Marketplace), так и на вертикальных (таких как литовский Vinted). С начала 2020 года Gumtree в Великобритании и leboncoin во Франции выросли более чем на 50%.

Бывшие в употреблении одежда и товары для семьи (например, игрушки) лидируют по объему онлайн-продаж C2C. По оценкам McKinsey, по всей Европе эта категория уже составляет 6 млрд евро, увеличившись вдвое в 2020 году. Прогнозируется дальнейший ежегодный рост примерно на 35% в следующие четыре года. Потребители всех возрастов будут покупать больше, но самые молодые (представители поколения Z, в основном люди в возрасте от 15 до 24 лет) будут лидировать. Сегодня на них приходится около 43% объема рынка — цифра может вырасти до 47% к 2025 году.

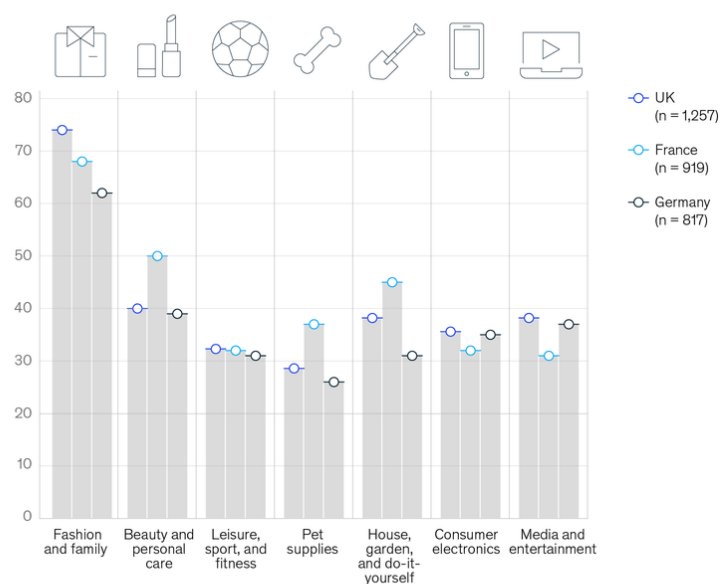
В среднем 30% респондентов покупали больше поддержанных модных вещей в интернете, чем до пандемии. Основная причина — это экономия денег. Однако в среднем 38% стремились производить меньше отходов.

Источник:

[C2C e-commerce: Could a new business model sell more old goods?](#)

Fashion and family items top online C2C transactions for secondhand goods.

Secondhand items purchased via online C2C platforms during COVID-19 pandemic by category,¹ % of respondents



¹Question: In which product categories have you sold/bought a secondhand item through an online platform in the past 6 months?
Source: McKinsey Consumer Surveys, June 2020 and February 2021

McKinsey
& Company

Половина населения США будет покупать продукты онлайн в 2021 г.

Emarketer.com, 22.09.2021

/исследование

По оценкам eMarketer, в 2020 году количество онлайн-покупателей продуктов питания в США увеличилось более чем на 39 млн. Хотя в 2021 году рост не будет столь значительным, он останется высоким: число онлайн-покупателей продуктов питания составит 142,9 млн — это 51,5% населения США.

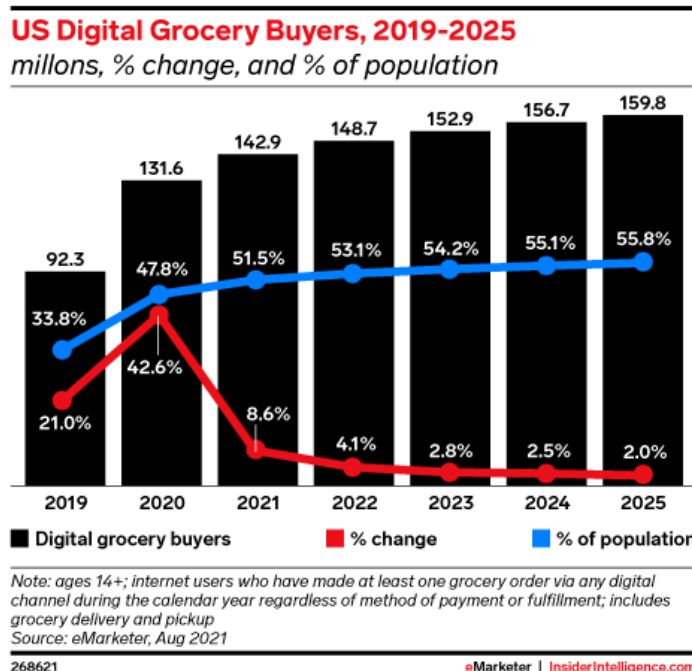
С настоящего момента до 2025 года количество онлайн-покупателей продуктов питания в США увеличится чуть менее чем на 17 млн. В прошлые годы рост продаж онлайн-магазинов продуктов в значительной степени был обусловлен притоком новой аудитории. Но в ближайшие годы количество новых онлайн-покупателей будет снижаться, а продажи продолжат расти. В результате большая часть роста продаж будет обеспечиваться за счет существующих клиентов: среднегодовые онлайн-расходы на одного покупателя продуктов увеличатся с \$856,47 в 2021 году до \$1524,84 в 2025 году.

Согласно опросу Morning Consult, проведенному в июне 2021 года, 43% представителей поколения Y покупают в интернете большую часть продуктов или столько же, сколько и в обычных магазинах. Треть респондентов поколения Z сказали то же самое, за ними следуют поколение X (24%) и бэби-бумеры (18%). 36% респондентов, проживающих в городских сообществах, покупали в интернете большую часть продуктов или то же количество, что и в магазине.

Согласно мартовскому опросу платформы электронной коммерции PowerReviews, более половины интернет-покупателей продуктов заказывали онлайн свежие (56%) и замороженные продукты (54%). Однако 70% респондентов покупали упакованные нескоропортящиеся продукты, такие как хлопья, консервы и закуски.

Источник:

[Digital grocery buyers have reached critical mass](#)



На маркетплейсы приходится 58% рынка кросс-бордера в Европе

Cbcommerce.eu, 22.09.2021

/исследование

Общий объем рынка трансграничной электронной торговли в Европе, включая Великобританию, Швейцарию и Норвегию, в 2020 году составил 198,5 млрд евро (без учета путешествий). Из них 115,4 млрд евро, или 58%, приходится на долю маркетплейсов, следует из данных Cross-Border Commerce Europe.

Львиная доля принадлежит Amazon и eBay с оборотом в 44,3 млрд евро и 22,8 млрд евро. Оборот 100 крупнейших международных торговых площадок по всей Европе составляет 100 млрд евро. Во время пандемии COVID-19 маркетплейсы выросли на 37,5% при поддержке торговых площадок C2C. Ожидается, что рост продолжится в 2021 году, а к 2025 году на долю маркетплейсов будет приходиться 65% трансграничных онлайн-продаж в Европе.

ТОП-10 глобальных трансграничных маркетплейсов, работающих в Европе:

1. eBay (США)
2. AliExpress (Китай)
3. Amazon (США)
4. Etsy (США)
5. Vinted (Литва)
6. OLX (Нидерланды)
7. Wish (США)
8. Discogs (США)
9. Zalando (Германия)
10. Uber Eats (США)

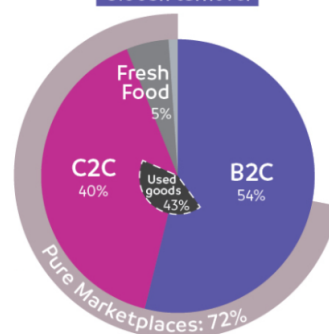
Global Marketplaces Cross-Border EU Turnover: € 115,4bn

Marketplaces market share



TOP 100 marketplaces types

€100bn turnover



By 2025:

- C2C part will grow to 50%
- Used goods share will increase to 50%
- Pure marketplaces will rise to 75%

Рыночные тренды 2020 года:

- C2C и мода на секонд-хенд.
- Маркетплейсы продовольствия.
- Zalando: европейская трансграничная fashion-платформа.
- Из-за пандемии COVID-19 100 крупнейших международных маркетплейсов достигли в 2020 году беспрецедентного товарооборота в 100 млрд евро по всей Европе.
- Новые европейские правила НДС, которые упростят трансграничную торговлю B2C в ЕС и обеспечат честную конкуренцию продавцам из ЕС.

Источник:

SECOND EDITION OF THE "TOP 100 CROSS-BORDER MARKETPLACES EUROPE", AN ANNUAL ANALYSIS OF THE BEST GLOBAL CROSS-BORDER PLATFORMS

Рост электронной торговли грозит потерей прибыли food-ритейлу в Европе

Eulerhermes.com, 20.09.2021

/исследование

По оценке международной страховой компании Euler Hermes, переход дополнительно одного процента продаж из физических продовольственных магазинов в сферу онлайн-торговли грозит потерями объема продаж в Европе на сумму 13,6 млрд евро и потерями прибыли в размере до 1,9 млрд евро (4% от общего объема).

Благодаря росту продаж товаров для дома и личной гигиены продажи продовольственных товаров в 2020 году увеличились на 5,3%. Этот показатель примерно вдвое превышает средние темпы роста, наблюдавшиеся в 2010-х годах. Положительная тенденция сохранилась и в первом полугодии 2021 года, когда продажи продуктов питания увеличились на 2,4%.

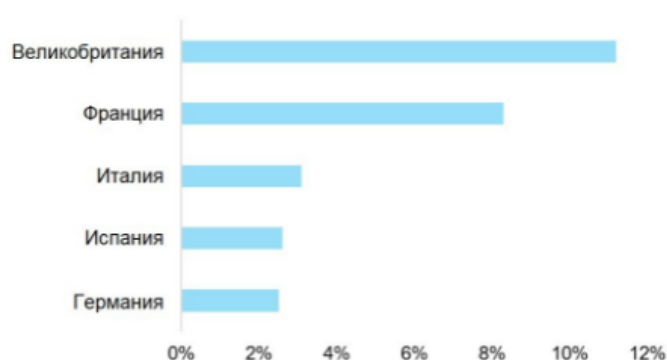


Рис. 3. Доля онлайн-продаж в общем объеме продаж продовольственных товаров (% 2020 год). Источники: Euromonitor, IGD Research

В тот же период времени покупки продовольственных товаров по каналам электронной коммерции резко увеличились и, как ожидается, эта тенденция продолжится. Рост онлайн-продаж продовольственных товаров создает две основные проблемы для существующих компаний розничной торговли: 1) это встряхивает конкурентную игру; 2) это серьезная угроза прибыльности.

С наибольшим риском сталкиваются Великобритания и Франция. В обеих странах наблюдается более высокая рыночная концентрация. На рынке доминирующее положение занимают сильные игроки из сегмента супермаркетов и гипермаркетов.

Угроза доле рынка и прибылям побудит ритейлеров придать более важное значение электронной коммерции в своих стратегических программах, сосредоточив внимание на трех основных направлениях:

- Адаптация ассортимента магазинов и изменение направленности инвестиций, чтобы приспособиться к большему проникновению электронной коммерции.
- Инвестиции в цифровые возможности, позволяющие повысить эффективность для обеспечения прибыльности онлайн-продаж на одном уровне с физическим ритейлом.
- Партнерство с компаниями в быстрорастущей экосистеме продовольственной электронной коммерции.

Источник:

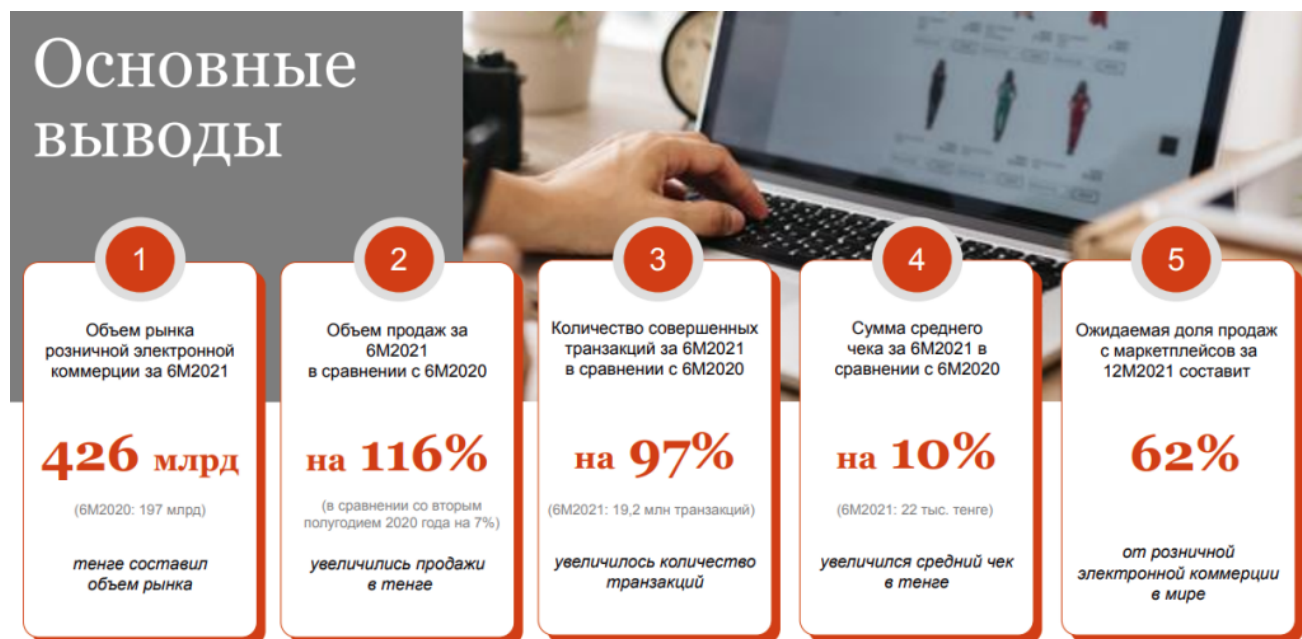
Европейские продовольственные ритейлеры: горькое «цифровое послевкусие» как наследие пандемии Covid-19

Рынок e-commerce Казахстана вырос в 2,2 раза в I полугодии 2021 г.

Pwc.com, 20.09.2021

/исследование

В первом полугодии 2021 года размер рынка розничной электронной коммерции в Казахстане составил 426 млрд тенге (более 72 млрд руб.), что примерно в 2,2 раза больше, чем в аналогичном периоде 2020 года, сообщает [Forbes](#) со ссылкой на [исследование](#), проведенное PwC Kazakhstan совместно с Ассоциацией «Цифровой Казахстан».



Помимо органического развития цифровых отраслей и популяризации онлайн-операций развитие индустрии также определяет ряд факторов: запуск государственных программ по цифровизации торговли; адаптация игроков электронной коммерции к текущим санитарно-эпидемиологическим требованиям; улучшение онлайн-ассортимента товаров, услуг доставки, удобства интернет-площадок в целом.

За 6 месяцев 2021 количество совершенных транзакций увеличилось на 97% по сравнению с аналогичным периодом год назад. При этом в первом полугодии 2021 года не было значительных сдвигов в поведенческих паттернах потребителей, какие наблюдались в 2020 году. Средний чек увеличился на 10%, с 20 тыс. тенге в первом полугодии 2020 года до 22 тыс. тенге в первом полугодии 2021 года.

Доля продаж через маркетплейсы в мире в 2021 году ожидается на уровне 62% от общей розничной электронной коммерции. В Казахстане также идет тренд на платформизацию: торговые площадки представлены локальными финтех-компаниями и e-commerce, банками, а также международными игроками.

Источник:

[Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан](#)
[Как изменился рынок e-commerce в 2021 году](#)

Подкасты

Практика_days

Интервью с основателем ШЕФМАРКЕТ Сергеем Ашиным

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Сергей Ашин, основатель «Шефмаркета»

Как за 10 лет изменилась концепция «Шефмаркета», а также о специфике гибридной модели, организации доставки, отличии от «Партии еды», планах, сложностях и др.

[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.