

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 45

15 Ноября 2021 - 21 Ноября 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Топ-100 омниканальных ритейлеров глазами покупателей

Data Insight. Онлайн-рынок зоотоваров

Data Insight. География продаж товаров для дома и ремонта

Оборот Ozon вырос на 145% в III кв. 2021 г.

Alibaba Group инвестировала 500 млн руб. в новый сортировочный центр в России

Sokolov стал первым российским ювелирным брендом на Zalando

Экспортный оборот российских предпринимателей на Wildberries вырос на 43%

Delivery Club запустил собственную подписку Delivery PRO

Askona запустила сервис подписки на товары для сна

74% россиян предпочли бы заказывать продукты онлайн

СберМаркет: средний чек заказа с экспресс-доставкой — 900 руб.

Ромир: самый популярный онлайн-сервис доставки продуктов — Wildberries

58,2% россиян планируют покупать товары на распродажах только онлайн

ВЦИОМ: россияне часто покупают на зарубежных маркетплейсах одежду и обувь

ЮKassa: обороты интернет-магазинов в День холостяка выросли на 220%

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Октябрь 2021

Data Insight. Онлайн-рынок ювелирных изделий и часов

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 29%

Flipkart покупает фармацевтический маркетплейс

Акции Alibaba в Гонконге упали на 10% после публикации отчетности

Чистая выручка JD.com выросла на 25,5% в III кв. 2021 г.

Fuel for Growth: инвестиции в foodtech достигли \$10,1 млрд в III кв. 2021 г.

Farfetch нарастил выручку на 33% в III кв. 2021 г.

Онлайн-продажи в США выросли на 6,8% в III кв. 2021 г.

Nestlé намеревается удвоить онлайн-продажи к 2025 г.

Walmart нарастил онлайн-продажи в третьем квартале на 8%

Подкасты и видео

Россия:

Data Insight. Топ-100 омниканальных ритейлеров глазами покупателей

Omnirating.ru, 18.11.2021

/НОВОСТЬ

AWG и **Data Insight** провели исследование рынка ритейла. В результате был сформирован рейтинг омниканальности, показывающий крупнейших розничных ритейлеров.

В 2021 году победителем общего рейтинга стала компания «ВкусВилл». Ей также удалось возглавить списки в категориях покупательского опыта и доставки. «Читай-город» занял первое место в рейтинге технологий.

Ознакомьтесь с рейтингом омниканальности: <https://www.omnirating.ru/>



№	Компания	Сайт	Категория	Общий рейтинг 2021	Общий рейтинг 2020
1	 ВкусВилл	vkusvill.ru	продукты питания	1	15
2	 Детский мир	detmir.ru	товары для детей	2	19
3	 SUNLIGHT	sunlight.net	украшения, часы	3	8
4	 Перекресток	vprok.ru	продукты питания	4	10
5	 Все инструменты	vseinstrumenti.ru	товары для дома и ремонта	5	3
6	 Остин	ostin.com	одежда, обувь и аксессуары	6	20
7	 Спортмастер	sportmaster.ru	спортивные товары	7	4
8	 М.Видео	mvideo.ru	электроника и техника	8	1
9	 Икея	ikea.com	товары для дома и ремонта	9	25
10	 Л'Этуаль	letu.ru	косметика, парфюмерия	10	31

Источник:

[Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя 2021](#)

Data Insight. Онлайн-рынок зоотоваров

Datainsight.ru, 16.11.2021

/новость

Data Insight при поддержке **Почты России** выпустили расширенное исследование «Онлайн-рынок зоотоваров» за 2 полугодие 2020 и 1 полугодие 2021 года.

Скачать краткую версию отчета: «Онлайн-рынок зоотоваров» (6,5 Мб)

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

В отчет вошел 41 магазин, специализирующийся на продажах товаров для животных, включая 2 крупнейших универсальных маркетплейса — Wildberries.ru и Ozon.ru.



Объем онлайн-рынка зоотоваров



Ключевые тезисы:

- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) было оформлено 27 млн заказов на сумму 45 млрд рублей.
- Средний чек составил 1 680 рублей.
- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) в интернет-магазинах зоотоваров было оформлено на 105% больше заказов, чем за предшествующий период (07.2019–06.2020).
- Конверсия сектора составила 8,8%.
- 56% трафика сегмента приходится на десктопные устройства.
- Доля органических поисковых переходов сектора составила 48% против 40% в среднем по российскому рынку eCommerce.

[Узнать подробнее о полной версии исследования](#)

Источник:

[Онлайн-рынок зоотоваров](#)

Data Insight. География продаж товаров для дома и ремонта

Datainsight.ru, 15.11.2021

/новость

Data Insight и **Почта России** при поддержке **Pim Solutions** выпускают отчет «География продаж товаров для дома и ремонта» об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки товаров для дома и ремонта на территории Российской Федерации. Данные охватывают 2020 год.

Скачать презентацию исследования:

[«География продаж товаров для дома и ремонта»](#)
(3,5 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).

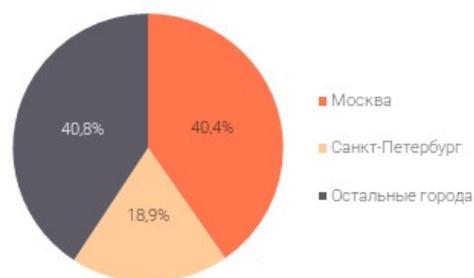
Краткие результаты исследования:

- Москва и Санкт-Петербург — лидеры абсолютного онлайн-потребления товаров для дома и ремонта. На них приходится более 28% продаж по всей России.
- Лидерами относительного онлайн-потребления товаров категории стали Краснодар и Санкт-Петербург.
- В 2020 году товары для дома и ремонта чаще всего заказывали в декабре. Пик онлайн-продаж в большинстве крупнейших городов пришелся на ноябрь, а минимальные значения в основном приходились на январь.
- Доля заказов «до двери» резко увеличивается и достигает своего максимального значения с началом самоизоляции в апреле.
- Москва — лидер по доставке заказов «до двери» (44%).
- С началом пандемии среднее время доставки заказов резко возросло и достигло максимальных значений (6,3 дня) в апреле, но уже летом оно вернулось к своему среднему значению.

Продажи*

Доля продаж Москвы и Санкт-Петербурга в категории «Товары для дома и ремонта» равняется 28,6% от продаж по всей России.

В рамках исследуемых городов доля продаж, приходящихся на Москву и Санкт-Петербург, составляет 59,3%.



* Оценка за 2020.



[Узнать подробнее о полной версии исследования](#)

Источник:

[География продаж товаров для дома и ремонта](#)

Оборот Ozon вырос на 145% в III кв. 2021 г.

Corp.ozon.ru, 16.11.2021

/новость

За третий квартал 2021 года Ozon нарастил оборот от продаж товаров (GMV), включая услуги, на 145% до 108,3 млрд руб. с НДС. Количество заказов увеличилось на рекордные 239% год к году и составило 56,2 млн. Седьмой квартал подряд динамика показателя превышает 100%.

Ozon в 3 квартале 2021

Рекордный рост заказов и клиентской базы

108,3
млрд рублей,
+145%
оборот от продаж товаров
и услуг с НДС

Продавцы Ozon

+217%

рост оборота маркетплейса,
быстрее всего Ozon

2/3

доля продавцов
в общем обороте Ozon

>60 тыс.

активных продавцов,
рост в 3,6 раза

56,2
млн,
+239%
количество заказов —
седьмой квартал подряд
ростёт более чем на 100%

Покупатели Ozon

21,3 млн
покупателей



+87%

7,5

частотность заказов на покупателя



+50%

Динамика показателей в годовом сопоставлении



Клиентская база составила 21,3 млн активных пользователей, увеличившись на 87% год к году — рекордный уровень роста за последние семь кварталов. Частотность заказов клиентов Ozon выросла на 50% до 7,5 в год.

Число активных продавцов за последние 12 месяцев увеличилось почти в 4 раза, превысив 60 000. С начала года к платформе присоединилось около 40 000 продавцов. В третьем квартале 2021 года Ozon предоставил доступ к платформе самозанятым.

Рост базы продавцов способствовал росту доли маркетплейса, которая достигла 66,7% от GMV, включая услуги, по сравнению с 51,4% в третьем квартале 2020 года. GMV маркетплейса Ozon вырос на 217% год к году.

Скорректированная EBITDA в третьем квартале 2021 года составила минус 11,3 млрд руб. по сравнению с минус 1,9 млрд руб. в третьем квартале 2020 года. Отношение скорректированной EBITDA к GMV составило минус 10,4% по сравнению с минус 4,2% в третьем квартале 2020 года.

Ozon повышает прогноз годового роста GMV, включая услуги, до 120% со 110% по итогам 2021 года, а также подтверждает прогноз капитальных затрат в 2021 году в размере от 20 до 25 млрд руб.

Источник:

[Ozon повышает годовой прогноз роста GMV до 120% на фоне рекордного роста заказов в третьем квартале 2021 года](#)

Alibaba Group инвестировала 500 млн руб. в новый сортировочный центр в России

Rb.ru, 18.11.2021 16:22:00

/НОВОСТЬ

Компания Cainiao Network (логистическое подразделение Alibaba Group) открыла вблизи аэропорта Домодедово в Московской области новый сортировочный центр площадью 45 тыс. кв. м, способный обрабатывать до 800 тыс. посылок из Китая ежедневно.

Размер инвестиций в проект — 500 млн руб. Центр построили за 5 месяцев, он уже начал работу. В компании намерены использовать мощности нового сортировочного центра для ускоренной доставки товаров не только в России, но и за рубежом.



Источник:

[Alibaba Group инвестировала 500 млн рублей в новый сортировочный центр в России](#)

Sokolov стал первым российским ювелирным брендом на Zalando

Retail.ru, 18.11.2021 12:16:00

/НОВОСТЬ

Sokolov стал первым российским ювелирным брендом, который вышел на Zalando — крупнейший маркетплейс Евросоюза, работающий в 23 странах. Украшения бренда уже доступны для покупателей в Германии, Франции и Италии. Клиентам предлагается премиальная доставка украшений за 1-2 дня и стандартная за 2-4 дня.

Sokolov представил на Zalando премиальный ассортимент наиболее трендовых украшений из золота и серебра, который уже в ближайшие месяцы будет увеличен до нескольких сотен товарных позиций. Компания планирует запустить на маркетплейсе собственный brand-store.

На примере работы на Amazon компания видит перспективность ювелирного e-com в Европе и активно расширяет свое присутствие в онлайн-канале и не только на маркетплейсах. До конца года в Германии стартуют продажи через мобильное приложение Sokolov и интернет-магазин на сайте.

Women Men Kids

zalando Discover PLUS

EN 0 0 0 0 0

The Holiday Edit Get the Look NEW Clothing Shoes Sports Accessories Beauty Designer Brands Sale % Pre-owned Search

Sokolov Jewelry Products

Women
Men
Kids

Sort by Brand Size Colour Price Jewellery material Occasion

Delivery

34 items

Sokolov Jewelry BASIC - Ring - yellow gold 109,99 € PLUS Premium Delivery

Sokolov Jewelry BASIC - Ring - yellow gold 219,99 € PLUS Premium Delivery

Sokolov Jewelry BASIC - Bracelet - yellow gold 379,99 € PLUS Premium Delivery

Источник:

[Sokolov стал первым российским ювелирным брендом на Zalando](#)

Экспортный оборот российских предпринимателей на Wildberries вырос на 43%

Retail.ru, 18.11.2021 11:37:00

/НОВОСТЬ

Российские предприниматели на Wildberries за 10 месяцев 2021 года увеличили экспортный оборот на 43% до 24,7 млрд руб. Продажи товаров отечественного производства выросли на 88%.

Самые популярные заказы зарубежных покупателей Wildberries — косметика и парфюмерия, одежда, книги, игрушки и нижнее белье. Динамичнее всего спрос рос на спортивные товары (в штуках год к году +900%), товары для праздника (+265%), хозяйственные товары (+206%), автотовары (+164%) и сантехнику (+162%).



ТОП-10 наиболее востребованных товаров российского производства, которые иностранцы покупали на Wildberries: книги, футболки, кремы, платья, шампуни, постельное белье, настольные игры, сумки, косметические скрабы и учебники.

Наиболее востребованная российская продукция в Израиле — пастила, чай и косметические маски для лица, в Германии — книги, платья и кремы, во Франции — российские учебники, настольные игры и различные товары для рукоделия.

География присутствия Wildberries охватывает 17 стран. В 2021 году компания вышла на рынки США, Германии, Франции, Италии, Испании, Молдовы, Литвы, Латвии и Эстонии.

Источник:

Экспортные продажи российских предпринимателей через Wildberries выросли до 24,7 млрд рублей

Delivery Club запустил собственную подписку Delivery PRO

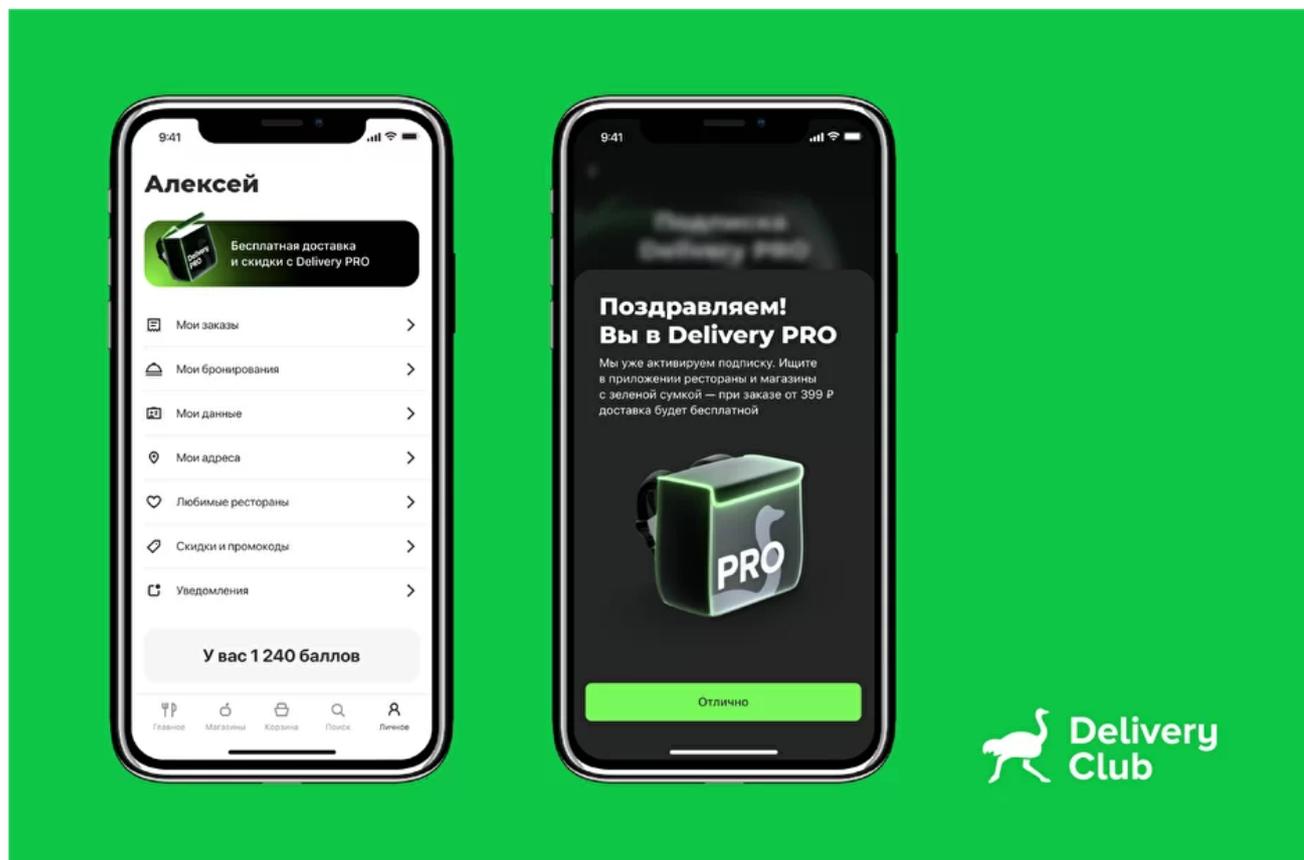
Dc-club.tilda.ws, 16.11.2021

/новость

Delivery Club запустил собственную подписку Delivery Pro, которая дает следующие возможности:

- бесплатную доставку курьерами Delivery Club заказов стоимостью от 399 руб. из ресторанов, магазинов и аптек, доставка для владельцев подписки будет бесплатной в том числе в периоды повышенного спроса;
- скидку 30% для заказов на вынос из любых ресторанов;
- скидку 100 руб. для заказов из продуктовых магазинов и аптек стоимостью от 999 руб.;
- скидку 30% для заказов доставки готовой еды из ресторанов в специальной подборке;
- количество бесплатных доставок и применений скидок не ограничено.

Первый месяц использования Delivery Pro для всех пользователей бесплатный, затем при оформлении до конца текущего года стоимость составит 99 руб. в месяц.



Источник:

[Delivery Club запустил собственную подписку Delivery PRO](#)

Askona запустила сервис подписки на товары для сна

Vc.ru, 17.11.2021 09:37:00

/новость

Askona запустила новый сервис, который позволяет оформить [подписку](#) на комплект для здорового сна, состоящий из матраса, подушек и чехла от 941 руб. в месяц. Это первая подобная программа на мебельном рынке России, которая также не имеет полноценных аналогов в Европе. Сервис доступен жителям Москвы и Московской области.

Сервис подписки на матрас существует чуть больше месяца. За это время пришло несколько десятков клиентов, компания наблюдает ежедневные транзакции и ожидает увеличения потока. Активную поддержку сервиса планируют запустить с начала 2022 года.

askona
ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВОГО СНА

8 800 200 40 90
с 06:00 до 03:00

Перезвоните мне

Пользуйтесь за небольшую плату в месяц

Экономия на остаточной стоимости каждые 4 года

Оплачивайте только 80% стоимости! (48 платежей)

Ежемесячный платеж от 990 Р

Платежи вносятся через мобильное приложение

В стоимость еще входит:

- Чехол на матрас
- Доставка и установка
- Гарантия
- 2 подушки
- Вывоз старого матраса

остаточная стоимость 20%

Не нужно выплачивать при продлении программы Askona Upgrade

Выгода для клиента: после окончания срока подписки клиент может выкупить продукт, заплатив остаточную стоимость, или поменять товар на новый, продлив подписку. Выбирая второй вариант, клиент не платит остаточную стоимость в размере 20% и у него остается товар за 80% от изначальной цены. В отличие от рассрочки покупатель получает возможность постоянно обновлять спальное место на выгодных условиях.

Выгода для компании: рост LTV. Клиент будет обновлять свое спальное место каждые 4 года, а не раз в 12 лет, как раньше.

В компании предполагают, что в обозримом будущем подавляющее большинство покупок будет совершаться через этот сервис.

Источник:

[От идеи до воплощения: как Askona запустила сервис подписки на товары для сна](#)

74% россиян предпочли бы заказывать продукты онлайн

Press.sber.ru, 19.11.2021 12:15:00

/исследование

Отказаться от походов в магазин за продуктами в пользу онлайн-доставок готовы 74% россиян, показал совместный опрос сервиса городской мобильности «Ситимобил», онлайн-ритейлера «Самокат» и исследовательской компании ResearchMe.

С началом первой волны пандемии весной 2020 года спрос на доставку в Москве и Санкт-Петербурге вырос почти в 10 раз, а общее число заказов в «Самокате» — в 17 раз. После отмены ограничительных мер в городах присутствия сервиса спрос от месяца к месяцу растет в среднем на четверть. Увеличился и средний чек заказа: в Москве и Петербурге в октябре этого года он в 1,7 раза выше, чем в начале 2020 года.



Самые лояльные пользователи онлайн-доставок продуктов питания — москвичи. 23% опрошенных жителей регулярно заказывают продукты с момента появления сервисов быстрой доставки в столице.

Главное преимущество заказа товаров на дом для 72% респондентов — экономия времени и собственных сил. 39% совершали бы онлайн-покупки чаще, будь услуга доставки продуктов бесплатной. 37% респондентов подчеркнули, что откажутся от покупки продуктов в обычных магазинах, если продукты в доставках будут дешевле.

Чаще всего (49%) россияне заказывают на дом быструю доставку продуктов и напитков. Реже — бытовые товары (12%), технику (11%), косметику и средства личной гигиены (10%), детские товары (8%), а также товары для животных (8%) и другое.

В опросе приняли участие 1006 респондентов ResearchMe из крупных городов России.

Источник:

[Самокат и Ситимобил: 74% россиян готовы отказаться от походов в магазины продуктов](#)

СберМаркет: средний чек заказа с экспресс-доставкой — 900 руб.

Retail.ru, 17.11.2021 16:21:00

/исследование

СберМаркет сравнил корзины клиентов, которые выбирают экспресс-доставку, и тех, кто предпочитает плановую доставку в определенный слот времени.

Средний заказ в экспресс-доставке состоит из 7 товаров, в плановой — из 15. Средний чек такого заказа — 900 руб. —  в несколько раз ниже, чем в плановой доставке, при этом частота таких заказов в несколько раз выше. Средний вес — около 5 кг.

Поклонники экспресс-формата чаще выбирают продукты категории фреш и ультрафреш — фрукты, овощи, молочную продукцию, готовые блюда. В плановой доставке, кроме этих товаров, также присутствуют продукты долгого хранения, большие упаковки воды, корма для животных, средства для уборки дома.

Активнее всего быструю доставку используют в Москве и Санкт-Петербурге, за ними идут Екатеринбург, Красноярск, Волгоград, Самара, Новосибирск, Челябинск, Пермь. Самые популярные торговые сети — «Магнит», «ВкусВилл» и Fix Price.

Источник:

[«СберМаркет»: что покупают в экспресс-доставке](#)

Ромир: самый популярный онлайн-сервис доставки продуктов — Wildberries

Romir.ru, 17.11.2021

/исследование

Ромир [представил](#) результаты рейтинга деловой репутации (Global Reputation Index) российских брендов в категории онлайн-агрегаторы/сервисы доставки продуктов.

Среди онлайн-сервисов, осуществляющих доставку продуктов, самым популярным в России стал Wildberries — в 2021 году его индекс заметности среди россиян составил 83%. На втором месте по популярности у покупателей онлайн — Ozon Express (75%), на третьем — СберМаркет (72%). Четвертое место занимает Яндекс.Маркет (71%), пятое — Delivery Club (55%).

Самую большую динамику индекса заметности по сравнению с 2020 годом показали СберМаркет (+26 п.п.) и Яндекс.Маркет (+20 п.п.).

По индексу доверия среди онлайн-сервисов/агрегаторов первое и второе место делят Ozon Express и Wildberries, причем Ozon Express показал наибольший рост индекса (+10 п.п.).



Источник:

[Маркетплейсы набирают популярность как сервисы доставки продуктов](#)

58,2% россиян планируют покупать товары на распродажах только онлайн

Pochta.ru, 17.11.2021 10:47:00

/исследование

Согласно опросу Почты России, во время распродаж онлайн-шопинг планируют 58,2% россиян, 37,2% собираются покупать и в онлайн, и в офлайн-формате, и всего 4,6% опрошенных предпочтут распродажи в обычных магазинах.

Покупки в российских интернет-магазинах планируют 76% опрошенных, а 59% хотят заказывать товары за границей. Мужчины больше интересуются покупками в зарубежных интернет-магазинах, чем женщины (59% и 51% соответственно). По мнению опрошенных, за границей товары стоят дешевле (69%), в интернет-магазинах представлен более широкий ассортимент (53%), а нужные товары при этом отсутствуют в России (47%).

Жители городов с населением до 100 000 предпочитают заказывать доставку в почтовые отделения (75%). На распродажах большинство из них готовы потратить не более 5 000 руб. (47%). Жители городов-миллионников предпочитают доставку товаров в пункты выдачи заказов (60%) и готовы потратить на распродажах в 2021 году до 10 000 руб. (34%).

Категории товаров, которые россияне хотели бы приобрести онлайн в 2021 году: одежда (51%), электроника и техника (43%), товары для хобби и отдыха (28%), товары для дома и ремонта (27%), парфюмерия и косметика (23%).

Источник:

Опрос Почты России: почти 60% россиян планируют покупать товары на распродажах только онлайн



ВЦИОМ: россияне часто покупают на зарубежных маркетплейсах одежду и обувь

Wciom.ru, 15.11.2021

/исследование

Согласно опросу ВЦИОМ совместно с WANTA Group, россияне, совершавшие в течение полугода покупки в иностранных интернет-магазинах, чаще всего покупают онлайн одежду, обувь и аксессуары (38%), товары для дома (29%), комплектующие для гаджетов и автомобиля, бытовую технику и электронику (по 24%), детские товары (19%).

Среди тех, кто за последние шесть месяцев совершал покупки на зарубежных маркетплейсах, 41% перестанут заказывать товары онлайн из-за рубежа, если с посылок дороже 1700 руб. необходимо будет самостоятельно заплатить пошлину. 53% готовы и дальше заказывать товары таким образом. Если пошлина в 15% будет взиматься с любой посылки, 53% перестанут заказывать товары из-за рубежа онлайн, а 39% продолжат это делать.

Основные преимущества онлайн-магазинов — более выгодные цены (51%), экономия времени (25%), широкий ассортимент (21%). Кроме того, 14% ценят онлайн-магазины, потому что не могут приобрести нужные товары в физических магазинах своего населенного пункта (это наиболее актуально для жителей малых городов и сел — 24%).

70% россиян среди тех, кто за последние шесть месяцев совершал покупки в крупнейших зарубежных интернет-магазинах, считают, что невозможно найти товары, приобретаемые на площадках с доставкой из-за границы, или их аналоги по приемлемой цене в местных магазинах. 51% убеждены, что аналогичные товары нельзя найти и в российских онлайн-магазинах, а 42% считают это возможным.

Источник:

Маркетплейсы — отечественные и иностранные: выбор покупателей

Какие именно категории непродовольственных товаров вы покупаете онлайн на этих сервисах чаще всего?

(закрытый вопрос, до трех ответов, в % от тех, кто за последние шесть месяцев совершал покупки на крупнейших иностранных маркетплейсах)

	Все опрошенные
Одежду, обувь, аксессуары	38
Товары для дома сада	29
Аксессуары, комплектующие для гаджетов, автомобиля	24
Бытовую технику и электронику	24
Детские товары	19
Товары для досуга и хобби	14
Товары для здоровья и красоты	14
Товары для животных	11
Товары для спорта и активного отдыха	9
Другое (укажите)	8
Затрудняюсь ответить /не помню	2

ЮKassa: обороты интернет-магазинов в День холостяка выросли на 220%

New-retail.ru, 15.11.2021 19:05:00

/исследование

По [данным](#) сервиса ЮKassa (входит в экосистему Сбера), в день распродажи 11.11 обороты различных интернет-магазинов выросли на 41% по сравнению с 11 ноября прошлого года, на 79% относительно 2019-го и на 220% по сравнению с 10 ноября 2021 года.

Самыми популярными стали спортивные и туристические товары. Число продаж и обороты выросли в 2,1 раза, средний чек относительно этого дня в прошлом году практически не изменился и составил 6914 руб. В сравнении с 2019 годом показатели выросли в 20 и 24 раза, средний чек стал больше на 20%.



На втором месте по объему покупок — бытовая техника, электроника и профессиональное оборудование. По сравнению с прошлым годом количество продаж увеличилось на 97%, обороты платежей — на 104%, средний чек вырос на 4% до 5409 руб. В сравнении с 2019-м эти показатели выросли на 270% и 197% соответственно, а средний чек снизился на 20%.

На третьем месте — БАДы и спортивное питание. Число продаж увеличилось на 86%, обороты интернет-магазинов — на 114% относительно прошлого года. В сравнении с 2019 годом рост составил 229% и 298%. Средний чек стал больше на 15% и 21%, достигнув 4394 руб.

Рост продаж более 40% в сравнении с прошлым годом показали интернет-магазины, торгующие зоотоварами, лекарственными средствами, товарами для дома и сада, сувенирами и аксессуарами.

В день распродажи на долю банковских карт пришелся 71% оплаченных покупок — на 15% ниже показателя за 2020 год. Использование Рау-платежей выросло с 7% до 25%. Доля покупок, оплаченных с десктопов, 11 ноября 2021 года составила 91%, что на 42% больше, чем в прошлом году. Покупки со смартфонов снизились с 50% до 8%. Остальная часть пользователей оплачивала покупки с планшетов.

Источник:

[ЮKassa: Обороты интернет-магазинов в День холостяка выросли 220%](#)

Материал размещен на правах рекламы

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Октябрь 2021

Datainsight.ru, 19.11.2021

/реклама

Data Insight анонсирует **октябрьский выпуск** ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за сентябрь, данные по крупнейшим игрокам рынка, прогнозы.

В сентябре 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 21,7 млн заказов. Это на 12% или 2,4 млн заказов больше, чем в августе 2021 года. Количество заказов за год (по сравнению с сентябрем 2020) выросло в 3,6 раза (в денежном выражении рост существенно меньше).



С учетом данных за сентябрь, по итогам года Data Insight ожидает в целом по рынку eGrocery за 2021 год 235 млн заказов. Это соответствует росту относительно 2020 года в 3,4 раза по количеству заказов.

Обновленный прогноз по количеству заказов, среднему чеку и объему продаж за 2021 год включен в новый выпуск бюллетеня.

Бюллетень по eGrocery выходит ежемесячно и распространяется только по подписке.

Выберите период подписки и узнайте ее стоимость **по ссылке** или напишите нам на почту **coordinator@datainsight.ru**

Источник:

[Выпуск eGrocery бюллетеня Октябрь 2021](#)

Data Insight. Онлайн-рынок ювелирных изделий и часов

Datainsight.ru, 18.11.2021

/реклама

Data Insight при поддержке **Leomax** выпустили расширенное исследование «Онлайн-рынок ювелирных изделий и часов» за 2 полугодие 2020 и 1 полугодие 2021 года.



Объем онлайн-рынка ювелирных изделий и часов



Скачать краткую версию отчета: «Онлайн-рынок ювелирных изделий и часов» (pdf, 4,7 Мб)

В отчет вошли 16 магазинов, специализирующихся на продажах ювелирных изделий и часов, включая 2 крупнейших универсальных маркетплейса — Wildberries.ru и Ozon.ru. Исследование не включает магазины, специализирующиеся на продаже бижутерии.

Ключевые тезисы:

- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) было оформлено 9,3 млн заказов на сумму 39,2 млрд рублей.
- Средний чек составил 4 220 рублей.
- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) в интернет-магазинах ювелирных изделий и часов было оформлено на 27% больше заказов, чем за предшествующий период (07.2019–06.2020).
- Конверсия сектора составила 2,2%.
- 63% трафика сегмента приходится на мобильные устройства.

Узнать подробности о расширенной версии исследования

Источник:

Онлайн-рынок ювелирных изделий и часов

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba Group выросла на 29%

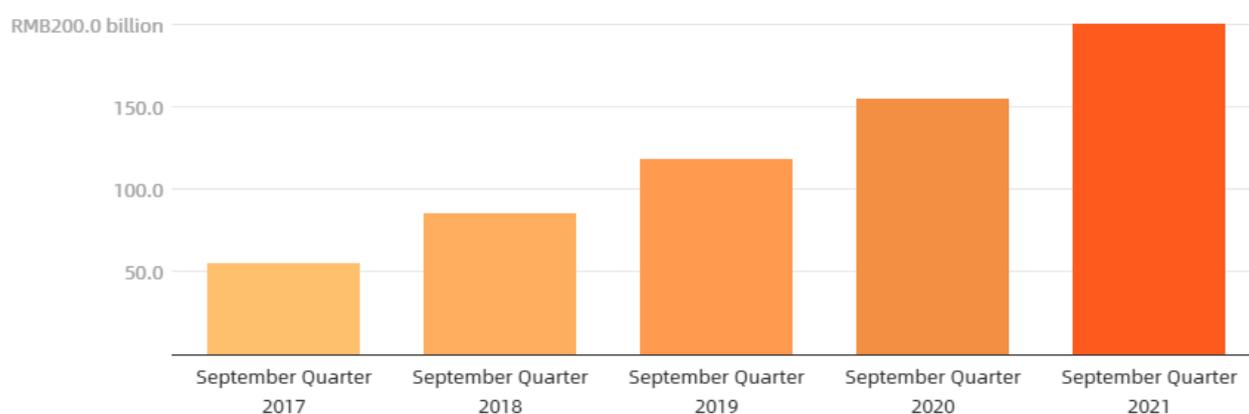
Alizila.com, 18.11.2021

/НОВОСТЬ

Выручка Alibaba Group за финансовый квартал, который закончился 30 сентября 2021 года, выросла на 29% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 200,7 млрд юаней (\$31,1 млрд). Выручка ключевого бизнеса в сфере коммерции выросла на 31%.

Steady Growth

Revenue in consecutive September financial quarters



Source: Alibaba

alizila

За 12 месяцев количество активных потребителей Alibaba увеличилось примерно до 1,24 млрд (953 млн в Китае и 285 млн за рубежом), прибавив примерно 62 млн по сравнению с периодом в 12 месяцев, который закончился 30 июня.

Операционная прибыль выросла на 10% в годовом выражении, до 15,006 млрд юаней (\$2,329 млрд). Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, составила 5,367 млрд юаней (\$833 млн) по сравнению с 28,77 млрд юаней за аналогичный период предыдущего года.

Компания пересмотрела свой прогноз выручки на 2022 финансовый год, ожидая роста на 20-23%.

Источник:

[Alibaba Q2 Revenue Up 29% YoY; Invests in Future Growth](#)

Flipkart покупает фармацевтический маркетплейс

Techcrunch.com, 19.11.2021 08:31:00

/новость

Ведущая платформа e-commerce в Индии Flipkart, принадлежащая Walmart, подписала окончательные соглашения о приобретении контрольного пакета акций фармацевтического маркетплейса SastaSundar. Стоимость сделки не раскрывается.

Оценка SastaSundar в последний раз составила \$125 млн в рамках раунда финансирования в 2019 году. По данным исследовательской компании Tracxn, стартап со штаб-квартирой в Калькутте, который работает с более чем 490 аптеками, привлек \$48,2 млн за несколько финансовых раундов до текущей сделки.



Amazon India, главный конкурент Flipkart в Индии, в прошлом году начала продавать лекарства на своей торговой площадке. Reliance Retail, крупнейшая розничная сеть в Индии, в прошлом году приобрела материнскую компанию интернет-аптеки Netmeds. Его конкурент в конгломерате, Tata Digital, в июне купила в интернет-аптеку 1mg.

Источник:

[Indian e-commerce giant Flipkart to acquire an online pharmacy marketplace to foray into healthcare space](#)

Акции Alibaba в Гонконге упали на 10% после публикации отчетности

Cnbc.com, 18.11.2021 07:05:00

/новость

Стоимость акций Alibaba на Гонконгской фондовой бирже в пятницу упала более чем на 10% после публикации квартального отчета. Акции Alibaba в США упали в четверг на 11,1%.

Компания сообщила о выручке в размере 200,69 млрд юаней (\$31,4 млрд), что меньше предполагаемых 204,93 млрд юаней, но все же на 29% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Прибыль на акцию составила 11,20 юаня вместо ожидаемых 12,36 юаня, снизившись на 38% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Источник:

[ASIA MARKETS Hong Kong's Hang Seng slips as Alibaba shares drop 10% after disappointing earnings](#)

Чистая выручка JD.com выросла на 25,5% в III кв. 2021 г.

Ir.jd.com, 18.11.2021

/новость

Китайская e-commerce компания JD.com объявила неаудированные финансовые результаты за три месяца, закончившихся 30 сентября 2021 года.

Чистая выручка за третий квартал 2021 года составила 218,7 млрд юаней (\$33,9 млрд), что на 25,5% больше, чем в третьем квартале 2020 года. Чистая выручка от продажи продуктов увеличилась на 22,9%, а чистая выручка от услуг — на 43,3%



Операционная прибыль в третьем квартале 2021 года составила 2,6 млрд юаней (\$0,4 млрд) против 4,4 млрд юаней за аналогичный период прошлого года. Чистый убыток, приходящийся на долю держателей обыкновенных акций, в третьем квартале 2021 года составил 2,8 млрд юаней (\$0,4 млрд) по сравнению с чистой прибылью в 7,6 млрд юаней за тот же период прошлого года.

Количество активных клиентов увеличилось на 25% до 552,2 млн за двенадцать месяцев, закончившихся 30 сентября 2021 года.

Источник:

[JD.com Announces Third Quarter 2021 Results](#)

Fuel for Growth: инвестиции в foodtech достигли \$10,1 млрд в III кв. 2021 г.

New-retail.ru, 18.11.2021 17:25:00

/новость

По данным венчурного фонда Fuel for Growth, в третьем квартале 2021 года сумма инвестиций в сфере foodtech увеличилась до \$10,1 млрд с \$3,19 млрд в аналогичном периоде 2020 года. Всего было заключено 306 сделок — количество увеличилось на 112%, пишет [New Retail](#).

За 9 месяцев 2021 года в foodtech-секторе было заключено 956 сделок на общую сумму \$28,8 млрд — почти в 3 раза больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Наиболее популярными у инвесторов за июль, август и сентябрь 2021 года были вложения в поставщиков продуктов питания (48%), биоинженерные продукты (22%), сервисы доставки (16%), а также промышленные и потребительские технологии (7%).



Самыми крупными сделками третьего квартала 2021 года стали вложения в сервис доставки goPuff из США (\$1 млрд), сервис быстрой доставки продуктов Gorillas (\$950 млн) и эстонский сервис Bolt (\$709,6 млн).

Источник:

[Foodtech получил рекордное финансирование в 2021 году](#)

Farfetch нарастил выручку на 33% в III кв. 2021

Г.

Farfetchinvestors.com, 18.11.2021

/новость

Farfetch, ведущая мировая платформа для модной индустрии в сегменте люкс, опубликовала финансовые результаты за третий квартал, завершившийся 30 сентября 2021 года.

FARFETCH

Общий объем оборота товаров (GMV) группы превысил \$1 млрд, что на 28% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и более чем вдвое превышает показатель третьего квартала 2019 года. GMV цифровой платформы вырос на 97% в сравнении с показателем двухлетней давности и на 23% год к году, составив \$828 млн.

Выручка за третий квартал 2021 года увеличилась на 33% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до \$583 млн. Прибыль после уплаты налогов составила \$769 млн. Скорректированный показатель EBITDA за третий квартал 2021 года улучшился до \$5 млн с \$(10) млн в третьем квартале 2020 года.

Источник:

[Farfetch Announces Third Quarter 2021 Results](#)

Онлайн-продажи в США выросли на 6,8% в III кв. 2021 г.

Digitalcommerce360.com, 18.11.2021

/новость

По данным Министерства торговли, в третьем квартале 2021 года онлайн-продажи в США выросли на 6,8% год к году и достигли \$204,62 млрд. Это очередное замедление по сравнению с ростом на 9,2% в годовом исчислении во втором квартале 2021 года. В предыдущие четыре квартала рост составлял 30-40%.

Доля онлайн-продаж в общем объеме розницы упала до 18,1% в третьем квартале 2021 года с 18,8% в то же время в прошлом году, что стало самым низким уровнем проникновения онлайн-торговли с момента распространения COVID-19 в США.

До 2020 года доля цифровых продаж в общих розничных продажах постепенно увеличивалась каждый год. В 2021 году доля онлайн-продаж не превысила 20%, но проникновение не сразу упало до уровня 2019 года, даже с учетом показателей вакцинации и других факторов, способствующих возвращению к покупкам в магазинах.

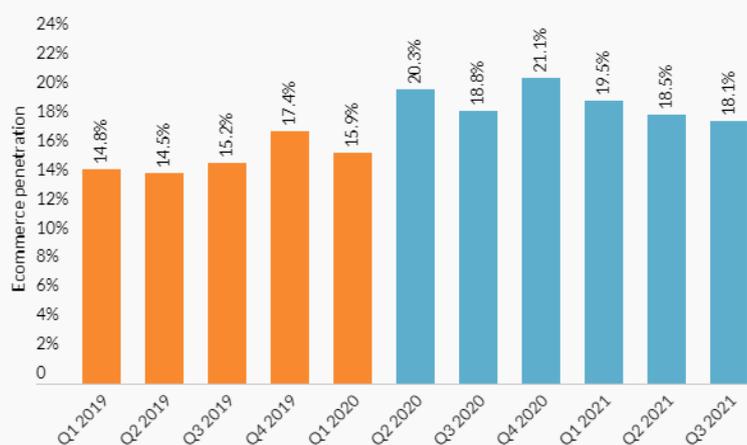
Офлайн-продажи в третьем квартале подскочили на 11,5% — второй по величине рекордный рост для канала после всплеска на 22,3% во втором квартале 2021 года. Продажи по всем каналам в США выросли на 10,6% и достигли \$1,13 трлн. В четвертый раз общий рост розничной торговли в США достиг двузначных цифр, при этом остальные три периода также приходятся на период пандемии.

Источник:

[US ecommerce sales increase 6.8% in Q3 2021](#)

Online penetration of US retail sales dips but remains elevated from pandemic-fueled changes in shopping behavior

Ecommerce's share of total retail sales by quarter, Q1 2019-Q3 2021



Source: Digital Commerce 360 analysis of U.S. Department of Commerce data; November 2021
*Total retail figures exclude sales of items not normally purchased online such as spending at restaurants, bars, automobile dealers, gas stations and fuel dealers

Nestlé намеревается удвоить онлайн-продажи к 2025 г.

Retaildetail.eu, 18.11.2021

/новость

Швейцарский производитель продуктов питания Nestlé рассчитывает почти удвоить свои доходы от электронной торговли с 13% в 2020 году до 25% от общего объема продаж к 2025 году за счет дополнительных инвестиций в маркетинг и технологии.

За первые девять месяцев 2021 года доля электронной коммерции в общих продажах корпорации выросла до 14,1% с 12,8% годом ранее.



Одна из причин, по которой крупные пищевые корпорации пытаются продавать свою продукцию напрямую потребителям, — это сбор данных о привычках покупателей. Apple и Google приняли меры, чтобы рекламодатели не могли отслеживать данные пользователей без их согласия, поэтому компании ищут другие способы получения информации.

Источник:

[Nestlé to nearly double online sales by 2025](#)

Walmart нарастил онлайн-продажи в третьем квартале на 8%

Corporate.walmart.com, 16.11.2021

/новость

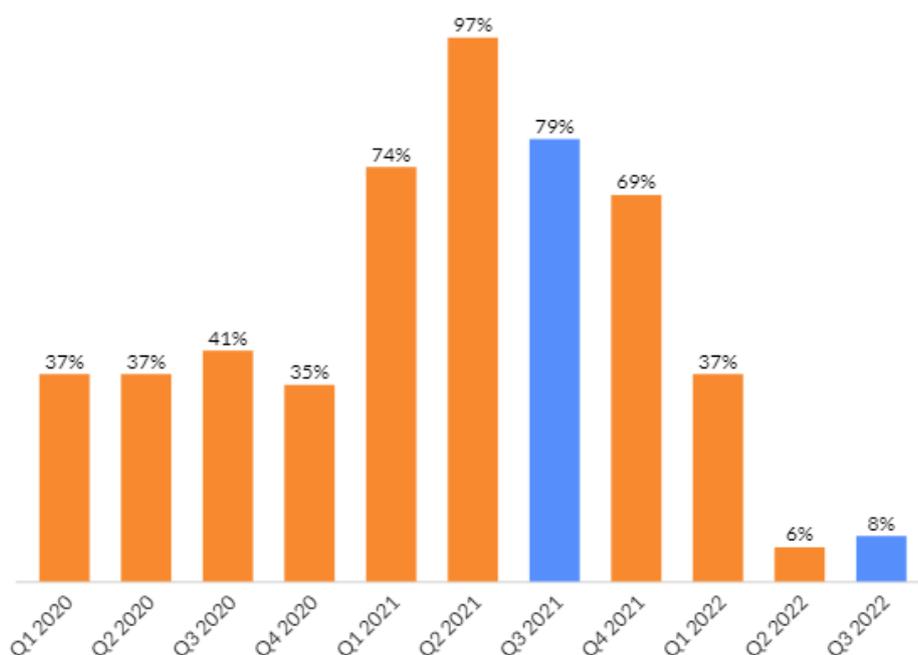
По итогам третьего квартала финансового года (Q3 FY22) американский ритейлер Walmart нарастил сопоставимые продажи в США на 9,2% год к году. Общая выручка увеличилась на 4,3% до \$140,5 млрд.

Онлайн-продажи в США выросли на 8% год к году и на 87% по сравнению с аналогичным периодом два года назад.

Продажи принадлежащей Walmart сети центров оптовой и мелкооптовой торговли клубного типа Sam's Club выросли на 13,9%, а в сегменте e-commerce — на 32% в годовом сопоставлении.

Walmart's ecommerce percentage growth falls off because of comparisons with pandemic highs

Year-over-year growth in Walmart's US ecommerce sales by fiscal year quarter



Source: Walmart Inc.

Источник:

[Walmart Releases Q3 FY22 Earnings](#)

[Walmart's online sales keep topping pandemic peaks](#)

Подкасты и видео

Digital Voice

Авито — уже не доска объявлений, но еще не маркетплейс. И не хочет им быть?
Иван Гуз

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Иван Гуз, заместитель генерального директора Авито и руководитель направления «Авито.Товары»

Почему Авито — это не классический E-commerce, что останавливает превращение Авито в еще один маркетплейс, как тысячи людей зарабатывают на перепродаже товаров, и что делает Авито для борьбы с мошенниками.



DigitalVoice

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

Практика_days

E-commerce Cersanit, крупнейшего европейского производителя керамической плитки и санитарной керамики

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Марат Закеров, руководитель отдела электронной коммерции Cersanit в России

О команде e-commerce, взаимодействии с онлайн-ритейлерами и оценках эффективности, доле продаж в онлайн-ритейле и на маркетплейсах, инструментах продвижения и др.



практика
_days

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

Еcom 2.1 — телешоу СДЭК на канале «Пробизнес»

Как растет и меняется еcom-рынок, какое будущее у маркетплейсов, как использовать стримы и инфлюенсеров, и как использовать аналитику для повышения продаж

Герой программы: Юлия Николаева, E-commerce director UNILEVER

Ведущие: Андрей Мякин, директор по продажам СДЭК, Ирина Иванова, руководитель отдела продаж СДЭК

[Смотреть на сайте](#)



О мониторинге

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

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

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

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

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

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

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

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

Контакты

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

О компании

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

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

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