

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 14

04 Апреля 2022 - 10 Апреля 2022

В выпуске:

Россия:

Оборот Ozon вырос на 127% в 2021 г.

Wildberries открыл два логистических центра в Брянске и Серове

Vprok.ru Перекрёсток начал доставлять за 2-4 часа в Москве и Санкт-Петербурге

«Магнит» стал крупнейшим партнером СберМаркета по числу подключенных точек

Яндекс.Маркет начал продавать подержанные товары

Ozon запустил в тестовом режиме продукт «Деньги до продаж»

Около 85% россиян регулярно прерывают процесс покупки в интернете

OMD OM Group: онлайн впервые сравнялся с офлайном

AVOSHOP: количество селлеров на маркетплейсах выросло на 27%

Конференция ИД «Коммерсантъ» Апрельские тезисы. Коммерческая недвижимость

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Март 2022

ФТС: трансграничная электронная торговля требует особого регулирования

Весь мир:

Рынок e-commerce в Турции приблизился к \$26 млрд в 2021 г.

Farfetch инвестирует \$200 млн в Neiman Marcus Group

Российский сервис доставки Broniboy вышел на рынок Узбекистана

Китайский онлайн-ритейлер Shein был оценен в \$100 млрд

Финтех-компания Klarna купила сервис сравнения цен PriceRunner

США обогнали Китай на рынке трансграничной онлайн-торговли

Онлайн-рынок кросс-бордера превысит \$2 трлн в 2023 г.



Оборот Ozon вырос на 127% в 2021 г.

Corp.ozon.ru, 07.04.2022

/новость

Ozon предоставил обновленную информацию о предварительных неаудированных финансовых результатах за четвертый квартал и полный год, закончившийся 31 декабря 2021 года.

За четвертый квартал 2021 года:

- Оборот от продаж (GMV), включая услуги, вырос на 133% до 176,8 млрд руб.
- Количество заказов выросло на 211% год к году до 92,1 млн. Частотность заказов на одного клиента увеличилась на 61% год к году до 8,7 заказов.
- Количество активных продавцов превысило 90 000 к концу четвертого квартала 2021 года. Ассортимент вырос до примерно 82 млн SKU на 31 декабря 2021 года.
- Доля маркетплейса от общего GMV достигла 67,7% по сравнению с 52,3% в четвертом квартале 2020 года.
- Совокупная выручка увеличилась на 76% в годовом сопоставлении до 66,3 млрд руб. Скорректированный показатель EBITDA составил минус 15,9 млрд руб. Отношение скорректированной EBITDA к GMV, включая услуги, составило минус 9,0% по сравнению с минус 4,7% в четвертом квартале 2020 года.

(млн рублей, если не указано иное)	За три месяца, закончившихся 31 декабря			За год, закончившийся 31 декабря		
	2021	2020	год к году, %	2021	2020	год к году, %
GMV вкл. услуги	176 805	75 848	133%	448 260	197 414	127%
Количество заказов, млн	92,1	29,6	211%	223,3	73,9	202%
Количество активных покупателей (за последние 12 месяцев)	25,6	13,8	86%	25,6	13,8	86%
Доля маркетплейса от GMV, %	67,70%	52,30%	15,4пп	64,80%	47,80%	17,0пп
Общая выручка	66 298	37 751	76%	178 215	104 350	71%
Валовая прибыль	27 003	11 618	132%	65 667	31 491	109%
Валовая прибыль от GMV, %	15,30%	15,30%	0,0пп	14,60%	16,00%	(1,4пп)
Скоррект. EBITDA	-15 886	-3 576	—	-41 156	-11 716	—
Отношение скоррект. EBITDA к GMV включая услуги, %	-9,00%	-4,70%	(4,3пп)	-9,20%	-5,90%	(3,3пп)
Убыток за период	-20 794	-9 407	—	-56 779	-22 264	—
Операционный денежный поток	15 266	10 644	—	-13 626	6 570	—
Свободный денежный поток	4 169	7 787	—	-37 736	-2 566	—

За полный 2021 год:

- Оборот от продаж (GMV), включая услуги, вырос на 127% до 448,3 млрд руб.
- Количество заказов выросло на 202% до 223,3 млн.
- Доля маркетплейса от общего GMV увеличилась до 64,8% за 2021 год, что демонстрирует устойчивый рост с 47,8% за 2020 год и с 17,4% за 2019 год.
- Общая выручка в 2021 году увеличилась на 71% год к году до 178,2 млрд руб.
- Скорректированная EBITDA составила минус 41,2 млрд руб. в 2021 году по сравнению с минус 11,7 млрд руб. годом ранее, в основном из-за увеличения инвестиций в инфраструктуру, а также в привлечение новых сотрудников и клиентов, что привело к временному давлению на операционные расходы.

Источник:

[Ozon предоставляет обновленную информацию по неаудированным финансовым результатам за четвертый квартал и полный 2021 год](#)



Wildberries открыл два логистических центра в Брянске и Серове

Tass.ru, 08.04.2022 12:10:00

/новость

Wildberries открыл два новых сортировочных центра в Брянске и Серове (Свердловская область), что позволит улучшить работу логистической службы в этих регионах и поддержать местный бизнес, сообщает [ТАСС](#). Логистические центры также будут принимать поставки от предпринимателей Брянской и Свердловской областей.

Свои товары через Wildberries реализуют почти 14 тыс. предпринимателей из Свердловской области и 2,5 тыс. — из Брянской. Благодаря новым пунктам приемки поставок они смогут оптимизировать собственные логистические расходы и расширить ассортимент на маркетплейсе.



Источник:

[Wildberries открыл два логистических центра в Брянской и Свердловской областях](#)

Vprok.ru Перекрёсток начал доставлять за 2-4 часа в Москве и Санкт-Петербурге

Vk.com, 07.04.2022 09:47:00

/новость

Онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток пересмотрел процессы «последней мили» и сократил время доставки заказов до 2-4 часов в Москве и Санкт-Петербурге, а также ряде городов Московской и Ленинградской областей. Водители-экспедиторы теперь за один рейс обслуживают меньшее количество заказов, быстрее возвращаются в даркстор за новыми партиями в течение дня, а не выезжают посменно.

Оформить доставку можно на сайте и в мобильном приложении «Перекрёсток Впрок». Клиенту будет предложен полный ассортимент онлайн-гипермаркета, который сегодня превышает 72 тыс. уникальных наименований. Стоимость доставки за 2-4 часа — 99 руб., а при заказе от 3 тыс. рублей ее можно оформить бесплатно. Пользователи, как и раньше, могут оформить заказ весом до 500 кг. Получить заказ через 2-4 часа могут как физические, так и юридические лица, которые являются клиентами сервиса.



Источник:

[Vprok.ru Перекрёсток начал доставлять заказы за 2-4 часа в Москве и Санкт-Петербурге](#)

«Магнит» стал крупнейшим партнером СберМаркета по числу подключенных точек

Retail.ru, 06.04.2022 14:04:00

/новость

Крупнейшим партнером СберМаркета по количеству подключенных точек стал «Магнит» — за год к доставке присоединились 5200 магазинов розничной сети. СберМаркет доставляет более 90% ассортимента сети «Магнит», за исключением сигарет и алкоголя.



Компании начали сотрудничать в апреле 2021 года. «Магнит» стал первым партнером СберМаркета по быстрой доставке за 20 минут. На сегодняшний день заказать продукты из «Магнита» через СберМаркет можно в 95 городах России. Доступна быстрая доставка из магазинов у дома и «Магнит Косметик», а также регулярная доставка из «Магнит Семейный».

«Как и СберМаркет, мы делаем большую ставку на развитие онлайн-канала в регионах, чтобы выйти на лидирующие позиции на ключевых локальных рынках. Мы будем наращивать наши совместные операции, планируем увеличивать число подключенных магазинов и будем смотреть на новые форматы доставки», — отметил директор по цифровому маркетингу и партнерствам электронной коммерции розничной сети «Магнит» Евгений Николаев.

Источник:

[«СберМаркет» подключил к доставке 5200 магазинов розничной сети «Магнит»](#)



Яндекс.Маркет начал продавать подержанные товары

Vc.ru, 05.04.2022 09:21:00

/новость

Яндекс.Маркет [запустил](#) продажу подержанных товаров: для этого компания начала сотрудничать с юрлицами, у которых уже есть подобный опыт работы, сообщает [vc.ru](#). Пока доступны только смартфоны, но позже можно будет купить подержанные детские и спортивные товары, товары для дома и ремонта и др.



Новый сегмент поможет заместить часть товаров, пока формируются новые каналы поставок и восстанавливаются логистические цепочки, а также позволит привлечь новую аудиторию, считают в Маркете.

Компания-продавец обязана проверить устройства, оценить их состояние и определить цену, которая может быть до 60% ниже, чем на новую технику, а также предоставить гарантию на три месяца с бесплатным ремонтом или заменой.

Источник:

[«Яндекс.Маркет» запустил продажу подержанных товаров — пока доступны только смартфоны](#)

Оzon запустил в тестовом режиме продукт «Деньги до продаж»

Retail.ru, 05.04.2022 10:24:00

/новость

Оzon запустил новый инструмент финансирования для предпринимателей — «Деньги до продаж». С его помощью продавец может получить финансирование в размере от 50 тыс. до 5 млн руб. сразу после поставки своих товаров на склад Ozon.

В апреле воспользоваться сервисом смогут продавцы Ozon со «стажем» работы на маркетплейсе от 3-х месяцев, работающие по схеме продаж со склада маркетплейса. Финансирование предлагается через микрокредитную организацию Ozon Credit, которая анализирует тип товаров каждого продавца, частотность его продаж и определяет сумму финансирования, которую может выдать. За возможность пользоваться продуктом «Деньги до продаж» предусмотрена комиссия от суммы выдачи — от 4%.



При помощи алгоритмов машинного обучения Ozon Credit анализирует более 40 различных показателей, связанных с деятельностью продавцов Ozon на площадке. Алгоритм позволяет оценить сумму, которую маркетплейс в лице микрокредитной компании готов выдать продавцу.

На этапе пилота в тестовую группу входит уже более 1000 предпринимателей, дальше их число будет расширено. Заявки на финансирование принимаются через платформу Ozon Invest. Подписание договора происходит онлайн.

Источник:

[Ozon запустил новый инструмент финансирования для предпринимателей](#)



Около 85% россиян регулярно прерывают процесс покупки в интернете

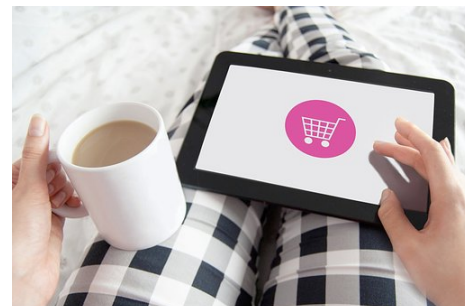
Retail.ru, 10.04.2022 11:15:00

/исследование

По данным компании Calltouch, около 85% россиян регулярно прерывают процесс покупки в интернете. Чаще всего (44% опрошенных) уходят с сайтов из-за сомнений в нужности продукта или услуги.

Более 15% отвлекаются, 11% не завершают покупку из-за недостатка информации, более 6% покидают сайт из-за неудобной формы заказа, около 8% из-за новой информации о цене и неподходящих вариантов оплаты.

При этом более 32% россиян готовы вернуться к покупке после дополнительного напоминания о продукте или увиденной рекламы, почти 22% завершат покупку при условии предоставления дополнительной скидки, около 6% может убедить звонок менеджера, 5% — уведомление о скором повышении цены.



Источник:

Исследование: около 85% россиян регулярно прерывают процесс покупки в интернете

OMD OM Group: онлайн впервые сравнялся с офлайном

Sostav.ru, 08.04.2022 13:16:00

/исследование

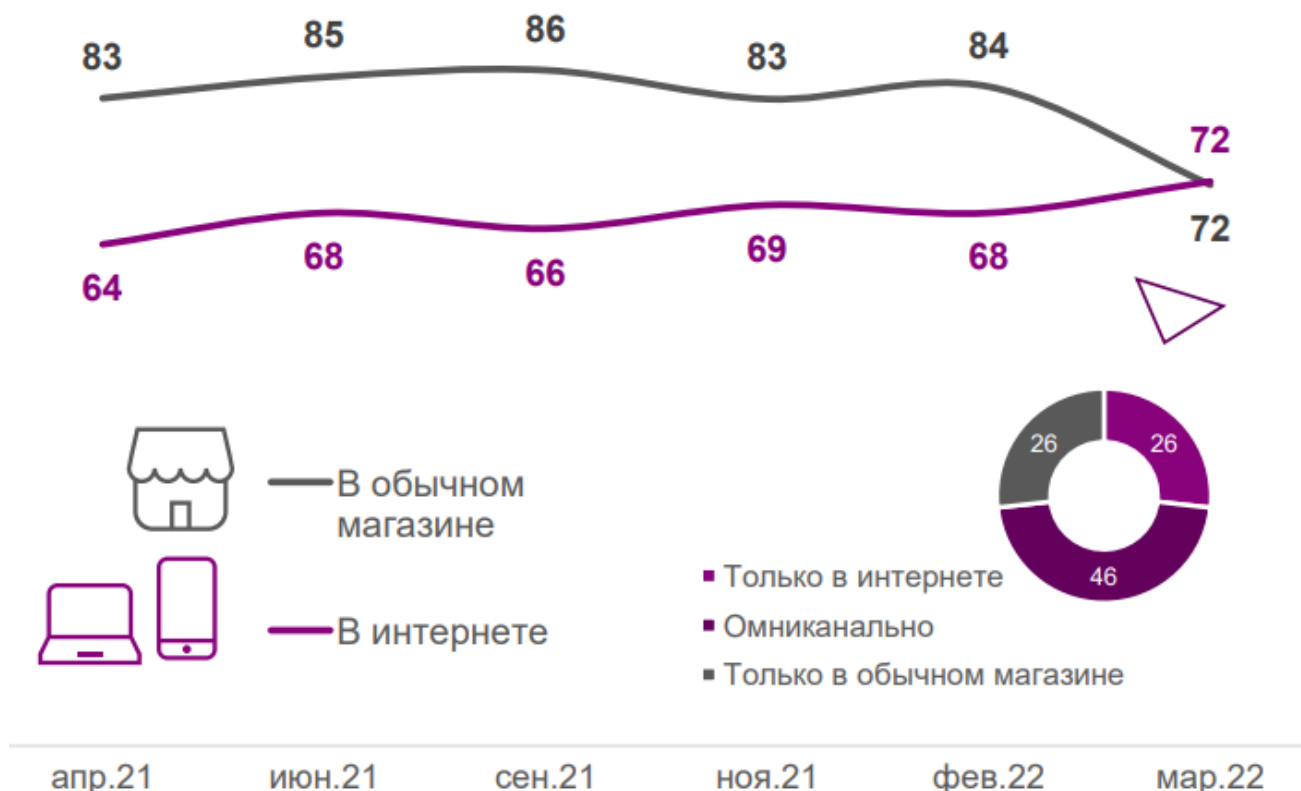
OMD OM Group совместно с Tiburon Research опросили 454 респондента в возрасте от 18 до 55 лет в период 25–31 марта 2022 года. По данным отчета, в России наблюдается снижение офлайн-покупок — потребители перемещаются в онлайн после спада ажиотажного спроса.

Онлайн впервые сравнялся с офлайном. Однако e-commerce продолжит расти естественными темпами. «Ажиотажный спрос и экономическая ситуация не приведут к резкому переходу к онлайн покупкам. Цена остается ключевым драйвером роста e-commerce, однако более значимую роль стал играть широкий ассортимент в интернет-магазинах», — говорится в исследовании.

Более заметно тенденция смещения в онлайн проявляется у респондентов в возрасте 18-35 лет.

Онлайн-покупатели впервые сравнялись с офлайн – при омниканальном большинстве

Где Вы совершали любые покупки за последнюю неделю?



Источник:

Отчёт OMD OM Group: реакция потребителей на новую реальность

AVOSHOP: количество селлеров на маркетплейсах выросло на 27%

New-retail.ru, 04.04.2022 15:02:00

/исследование

Количество селлеров, торгующих на маркетплейсах, за первый квартал 2022 года выросло на 27% к предыдущему кварталу, по данным сервиса по автоматизации торговли на маркетплейсах AVOSHOP.

В топ-5 наиболее популярных товарных категорий среди продавцов по итогам января-марта вошли:

1. Детские товары — 25% рынка маркетплейсов. Средний чек здесь, как правило, колеблется в пределах 500-600 руб.
2. Товары повседневного спроса — 19% рынка маркетплейсов. Категория заметно усилила свои позиции на маркетплейсах в период пандемии и не теряет популярности.
3. Бытовая техника и электроника — 18% рынка маркетплейсов. Чаще всего речь идет о небольших гаджетах: пылесосах, чайниках, блендерах, светильниках, фенах, щипцах для волос, наушниках, картах памяти. Оборот в этой категории за последний месяц вырос на 31%.
4. Fashion-сегмент — 13% рынка маркетплейсов. В марте оборот увеличился на 167%, а средний чек — на 52%, превысив 9 тыс. руб. В первом квартале 2022 года в эту нишу стали активно заходить небольшие компании с собственным производством.
5. Товары для животных — 8% рынка маркетплейсов. Чаще всего селлеры предлагают корма и витамины для животных, однако за последний год на рынке выросла доля одежды, аксессуаров и игрушек для кошек и собак. Желание приобрести товары для питомцев про запас привело к росту среднего чека на 29%, а средняя сумма онлайн-покупки превысила 11 тыс. руб.



Источник:

Количество селлеров на маркетплейсах выросло на 27%

Материал размещен на правах рекламы

Конференция ИД «Коммерсантъ» Апрельские тезисы. Коммерческая недвижимость

Events.kommersant.ru, 07.04.2022

/реклама

ИД «Коммерсантъ» провёл ежегодную конференцию «Апрельские тезисы. Коммерческая недвижимость» 13 апреля в Москве.

В этом году обсуждали:

- Логистические, производственные и агропромышленные комплексы — как центр развития региона
- Возможности и преимущества инвестирования для государства и бизнеса
- Какая ожидается вакансия в офисах к концу года? Какой формат будет актуальным?
- Чем заполнять торговые центры: новые бренды, развлекательные центры, пункты выдачи, городские склады? Что будет с кинотеатрами?
- Складская недвижимость: рост ставок при минимальной вакансии — когда рынок достигнет пика? Повлияет ли приостановка деятельности иностранных компаний на рынок?

Не пропустите **следующую конференцию от ИД «Коммерсантъ» — Летние тренды e-com и ритейла, которая состоится 18 мая в Москве!**

Оставить заявку на участие или узнать детали — [здесь](#) или у Ольги Герасимовой по почте gerasimova@kommersant.ru или по телефону +7 (916) 236-23-14

Источник:

[Конференции ИД «Коммерсантъ»](#)



Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Март 2022

Datainsight.ru, 06.04.2022

/реклама

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за **февраль 2022 года**.

Ключевые тезисы:

- В феврале 2022 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 32,4 млн заказов (без учета маркетплейсов с несрочной доставкой). Это на 3% больше, чем в январе 2022 года, и в 2,5 раза больше, чем в феврале 2021 года.
- Среднесуточное количество заказов в феврале составило 1160 тыс. — на 14% больше, чем в январе 2022 года.
- По итогу мы ожидаем, что с 2022 года средний чек составит 1415 рублей, что на 3% ниже, чем в 2021 году.



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 Март 2022](#)

ФТС: трансграничная электронная торговля требует особого регулирования

Т.me, 07.04.2022 12:44:00

/мнение

Трансграничная электронная торговля — полноценный торговый канал, требующий особого регулирования, сообщил первый замруководителя ФТС России Руслан Давыдов в ходе конференции «Развитие регулирования электронной торговли в Евразийском экономическом союзе».

В 2011 году российские таможенники оформили 11 млн импортных посылок. На пике — в 2018 году — около 350 млн посылок. В 2019 году поток стабилизировался на уровне 340 млн посылок. В 2020-2021 гг. объемы снизились до 230-235 млн посылок. Во многом это обусловлено ограничениями, введенными в связи с пандемией. Сегодня в РФ фиксируется падение объемов ввоза: это связано с особенностями оплаты и логистикой.



Перспективные направления:

- выделение товаров электронной торговли в отдельную категорию. Особое регулирование для таких товаров, отличное от контроля традиционной торговли и товаров для личного пользования;
- утверждение декларации электронной торговли, которая носит упрощенный характер (в отличие от обычной декларации на товары);
- создание института оператора электронной торговли. Такая компания будет выполнять логистическую, платежную и информационную функции. Последняя — прослеживание движения товара от площадки до потребителя — позволит всем игрокам цепочки, включая контролирующие органы, технологично и быстро проверять и оформлять миллионы посылок. Кандидаты — оператор почтовой связи, а также крупные экспресс-перевозчики.
- использование процедур таможенного склада. Это позволит «приблизить товар к потребителю».

Источник:

Трансграничная электронная торговля – полноценный торговый канал, требующий особого регулирования

Рынок e-commerce в Турции приблизился к \$26 млрд в 2021 г.

Dailysabah.com, 10.04.2022 03:45:00

/новость

Объем электронной торговли в Турции достиг 381,5 млрд турецких лир (\$25,87 млрд) в 2021 году, поскольку пандемия коронавируса вызвала бум онлайн-покупок. В 2020 году показатель составил 226,2 млрд турецких лир, увеличившись на 66% по сравнению с 2019 годом.

Доля электронной коммерции в общем объеме торговли в прошлом году составила 17,7%, достигнув самого высокого уровня в ноябре (20,4%). Количество компаний, занимающихся электронной коммерцией, выросло до 484 347 — с 256 861 в 2020 году и 68 000 в 2019 году.



В 2022 году объем электронной коммерции в Турции превысит 560 млрд турецких лир (\$38 млрд), ожидают в Ассоциации операторов электронной коммерции (ETID). Онлайн-экспорт также получит большой импульс благодаря снижению налогов, государственной поддержке и инвестициям со стороны глобальных платформ.

Ожидается, что бум онлайн-шопинга сохранится даже после пандемии. Количество заказов выросло на 46% и достигло почти 3,35 млрд в 2021 году. В 2020 году этот показатель составлял 2,3 млрд, увеличившись на 68% по сравнению с результатом 2019 года.

Источник:

[Pandemic-driven shift lifts Turkish e-commerce volume to \\$25.87B](#)

Farfetch инвестирует \$200 млн в Neiman Marcus Group

Farfetchinvestors.com, 05.04.2022

/НОВОСТЬ

Farfetch в рамках стратегического партнерства инвестирует до \$200 млн в Neiman Marcus Group (NMG), крупнейшего омниканального ритейлера предметов роскоши в США, которому принадлежат бренды Neiman Marcus и Bergdorf Goodman.



Neiman Marcus направит инвестиции на расширение своих инновационных и цифровых возможностей. NMG будет использовать решения Farfetch Platform Solutions для реплатформизации веб-сайта и мобильного приложения Bergdorf Goodman. Кроме того, Neiman Marcus и Bergdorf Goodman присоединятся к маркетплейсу Farfetch.

Источник:

[FARFETCH and Neiman Marcus Group Announce Global Strategic Partnership and Investment, Including Expanding Bergdorf Goodman's E-Commerce Capabilities and Reach](#)

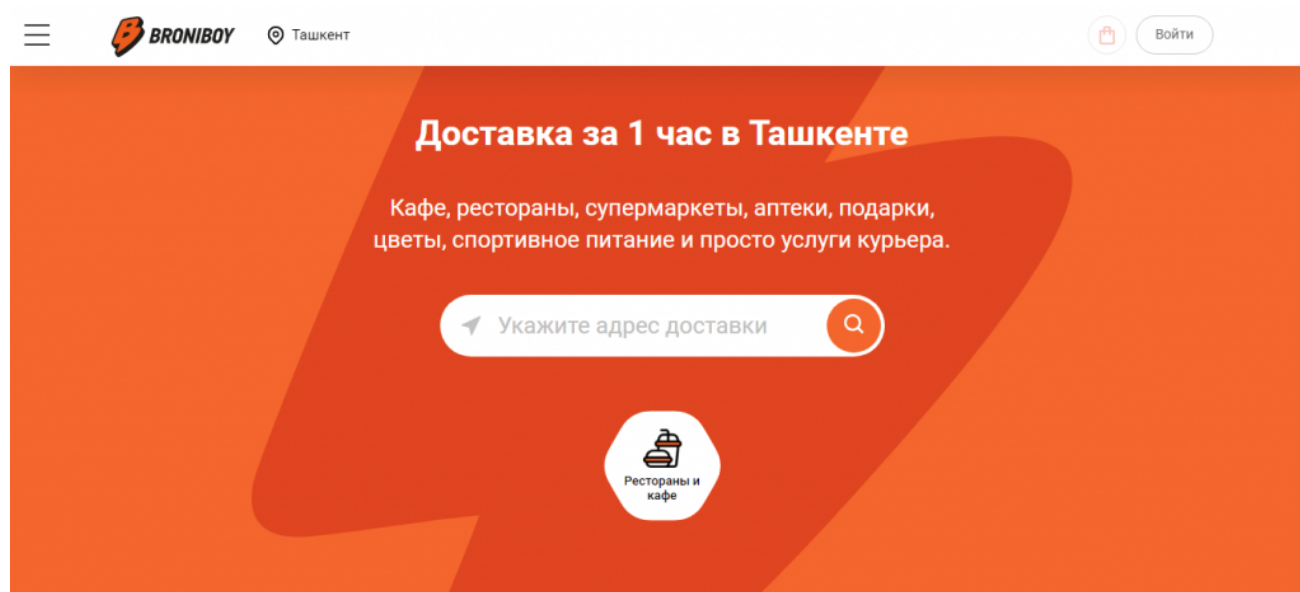
Российский сервис доставки Broniboy вышел на рынок Узбекистана

Vc.ru, 05.04.2022 10:08:00

/новость

Российский сервис курьерской доставки Broniboy впервые вышел на зарубежный рынок и начал работать в Узбекистане. К платформе подключены более 50 партнёров, сообщает vc.ru. До этого российских сервисов в стране не было.

Сервис появился в Ташкенте, до конца года планирует запуск в Самарканде и Бухаре, хочет подключить более 500 партнёров и доставлять до 4000 заказов в день. Broniboy намерен выйти во все города страны с населением больше 50 тыс. человек в течение нескольких лет.



Как и в России, сервис будет доставлять еду из ресторанов, товары из магазинов, аптек и цветочных лавок под собственным брендом, обучать курьеров для агрегаторов доставки еды, ресторанов, ритейлеров, интернет-магазинов и других. Компания инвестировала в запуск около \$50 тыс. Общая сумма инвестиций — около \$300 тыс. По собственной оценке, сервис должен выйти на самоокупаемость к концу 2022 года.

Компания оценивает рынок доставки в Узбекистане в 2021 году в 20-25 млрд руб. Основной конкурент — Express 24, который, по оценке Broniboy, занимает долю в 10-20% в Ташкенте. Многие рестораны доставляют еду сами.

Источник:

[Российский сервис курьерской доставки Broniboy вышел на рынок Узбекистана](https://vc.ru)

Китайский онлайн-ритейлер Shein был оценен в \$100 млрд

Wsj.com, 04.04.2022 10:45:00

/новость

Онлайн-ритейлер быстрой моды Shein был оценен в \$100 млрд в ходе недавнего раунда финансирования и стал одной из самых дорогих частных компаний в мире. Shein привлек от \$1 млрд до \$2 млрд в раунде, в котором участвовала частная инвестиционная компания General Atlantic, а также предыдущие инвесторы Shein — Tiger Global Management и Sequoia Capital China, согласно источникам [WSJ](#).

По данным PitchBook Data Inc., в 2020 году Shein был оценен примерно в \$15 млрд. Нынешняя оценка в \$100 млрд превышает совокупную рыночную капитализацию европейских конкурентов — H&M и Inditex.

SHEIN

Основанная в 2008 году компания, у которой нет физических магазинов, осуществляет доставку в более чем 150 стран. Хотя Shein закупает большую часть своих товаров на китайских фабриках, он не продает его в континентальном Китае. Согласно июньскому отчету Earnest Research, онлайн-ритейлер значительно увеличил свою долю рынка во время пандемии, превзойдя H&M, Zara и Forever 21 и став крупнейшим ритейлером быстрой моды в США по объему продаж.

Источник:

[Shein Valued at \\$100 Billion in Funding Round](#)

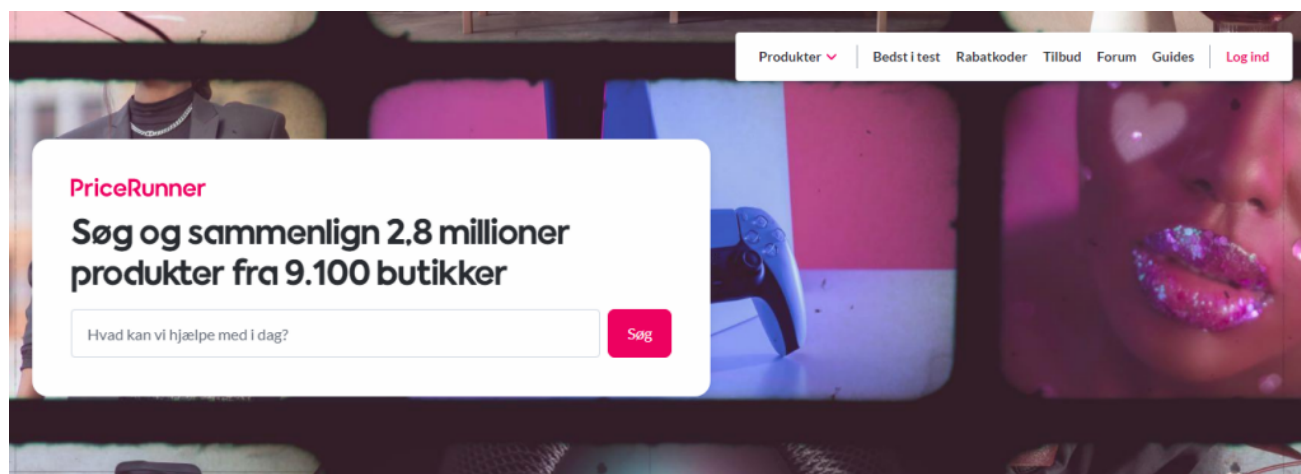
Финтех-компания Klarna купила сервис сравнения цен PriceRunner

Klarna.com, 04.04.2022

/новость

Компания Klarna, которая предоставляет банковские, платежные и торговые сервисы, закрыла сделку по приобретению PriceRunner — ведущего сервиса сравнения цен в скандинавском регионе с операциями в Швеции, Дании, Норвегии и Великобритании.

PriceRunner добавит в приложение Klarna по всему миру новые функции: расширенный поиск товаров, сравнение цен и обзоры. Klarna станет не торговой площадкой, а конкурентоспособной альтернативой для розничных партнеров, отмечают в финтех-компании.



Источник:

[Klarna completes acquisition of PriceRunner](#)

США обогнали Китай на рынке трансграничной онлайн-торговли

Chainstoreage.com, 08.04.2022

/исследование

Согласно исследованию Global Voices: Transborder Shopper Insights от ESW, поколение Z и миллениалы продолжают оставаться самыми активными трансграничными онлайн-покупателями. Так, 49% представителей поколения Z и 47% респондентов из числа миллениалов во всем мире заказывают за границей одежду. Поколение Z и миллениалы втрое чаще бумеров покупают онлайн за границей предметы роскоши и в два раза чаще — бьюти-товары.

США обогнали Китай и заняли первое место в мире по трансграничной электронной коммерции. В 2021 году почти 53% покупателей, опрошенных в 14 странах, покупали товары у розничных продавцов или брендов в США. Китай опустился на второе место: 39% глобальных d2c транзакций по сравнению с 59% в четвертом квартале 2020 года. Великобритания заняла третье место с 21%.



США также заняли первое место по трансграничным онлайн-покупкам предметов роскоши, причем наибольшая доля этих покупок приходится на Южную Африку (70%), Южную Корею (66%) и Китай (60%).

Предметы роскоши и парфюмерия — категории, в которых наблюдался самый быстрый рост трансграничной электронной коммерции за последние 12 месяцев: на 50% по сравнению с концом 2020 года. Глобальные продажи средств по уходу за кожей и косметики выросли на 31% с конца 2020 года.

Опрос был проведен среди 14 697 потребителей в 14 странах (Великобритания, Франция, Германия, США, Канада, Мексика, Южная Африка, ОАЭ, Индия, Россия, Китай, Южная Корея, Япония и Австралия).

Источник:

[The leading social platform for product discovery is...](#)

Онлайн-рынок кросс-бордера превысит \$2 трлн в 2023 г.

Internetretailing.net, 06.04.2022

/исследование

Трансграничная электронная коммерция достигнет \$1,9 трлн в 2022 году и превысит \$2,1 трлн в 2023 году, следует из отчета Juniper Research. В 2023 году на физические товары придется более 97% трансграничных онлайн-расходов, а остальную часть будут составлять цифровые товары.

Модель рынка, при которой крупные продавцы, такие как Amazon или Wish.com, продают пользователям товары от зарубежных поставщиков, будет иметь решающее значение для роста. Эта модель представляет собой простой способ получить доступ к большой аудитории, гарантируя, что прием платежей и логистические вопросы будут решены без проблем.



Источник:

[Cross-border ecommerce to account for 38% of all sales by 2023, driven by marketplaces](#)

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.