

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 42

17 Октября 2022 - 23 Октября 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах
«Разговоры о логистике»: проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации
Фёдор Вирин на Ecom Retail Week: Онлайн-продажи. Осень 2022
Заказ товаров через Яндекс Go теперь доступен по всей стране
Яндекс Еда доставит готовые блюда из даркситчен «Сгоряча» от «ВкусВилла»
Гендиректором AliExpress Россия стал Сергей Гречин
X5 Group нарастила выручку цифровых бизнесов на 38,4% в III кв. 2022 г.
АФК «Система» выкупит 47,7% акций Melon Fashion Group
Wildberries: продажи региональных предпринимателей выросли на 123%
X5 запустила доставку через Яндекс Еду
43% селлеров на маркетплейсах уже запустили СТМ
Обороты интернет-магазинов с мебелью и товарами для дома выросли на 30%
Средний чек на маркетплейсах снизился до 1681 руб. в январе-августе 2022 г.

Весь мир:

ASOS пересмотрит модель работы из-за убытков
Uber Eats осваивает доставку за 20 минут
Just Eat Takeaway.com вновь стала прибыльным
Deliveroo уходит с рынка Нидерландов
Walmart запустил онлайн-платформу для продвижения товаров
SHEIN выходит на рынок ресейла
McKinsey: рынок социальной коммерции в мире превысит \$2 трлн к 2025 г.
Инвестиции в быструю доставку упали на 50% в 2022 г.
Самые популярные шопинг-приложения — Shopee и Amazon Shopping

Подкасты о e-commerce



Россия:

Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Datainsight.ru, 18.10.2022

/новость

Data Insight представляет исследование «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах».

Исследование отвечает на вопросы:

- Что надо сделать, чтобы выйти на рынок Китая?
- Стоит ли выходить?
- Каким компаниям проще это сделать?
- На что обращать особое внимание на китайском рынке?
- Есть ли товары, которые «ждут» в Китае?
- Какой профиль среднестатистического китайца-покупателя и китайца-бизнесмена?

Состав исследования:

- Обзор рынка онлайн-продаж Китая
- Шаги по выходу на рынок Китая
- Поиск и работа с китайскими партнерами
- Особенности ведения бизнеса в Китае
- Опыт российских компаний (Synergetic и SPLAT) «от первого лица»
- Основные выводы
- Справочные материалы (схема действий, список крупнейших выставок, новости)



Скачать: [Краткий обзор «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах»](#) (pdf, 1 Мб)

Источник:

[Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах](#)

«Разговоры о логистике»: проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации

Datainsight.ru, 20.10.2022

/новость

«Разговоры о логистике» — совместный проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации. Это серия интервью с ключевыми экспертами рынка — директорами по логистике и руководителями служб доставки крупных интернет-магазинов. В рамках проекта Data Insight провели [десять интервью](#).

Сегодняшний герой наших бесед — **Сергей Кондратьев, директор департамента транспорта торговой сети «Спортмастер».**

Сергей рассказал, как в большой компании совмещают собственную доставку и работу курьерских служб, поделился мнением о вызовах этого года и о том, как с ними могут помочь уроки пандемии.

[Полное интервью с Сергеем Кондратьевым](#)

Источник:

[«Разговоры о логистике»: Совместный проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации](#)



Фёдор Вирин на Ecom Retail Week: Онлайн-продажи. Осень 2022

Datainsight.ru, 18.10.2022

/новость

11 октября партнёр **Data Insight** Фёдор Вирин выступил с докладом «**Онлайн-продажи. Осень 2022**» на собственной аналитической сессии в рамках конференции Ecom Retail Week.

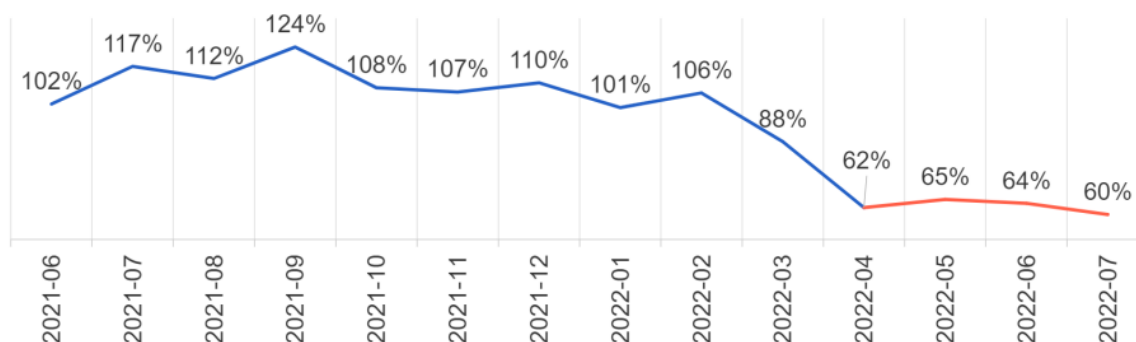
Ключевые тезисы:

- События 2022 года заметно повлияли на покупательское поведение: 38% стали совершать меньше покупок, в том числе онлайн, 25% в феврале 2022 совершали какие-либо покупки впрок.
- В апреле-июле 2022 покупателями было совершено на 60–65% заказов больше, чем в 2021 году. Но до 24.02 скорость роста превышала 100% в год.
- В июне впервые с середины 2019 практически сравнялись темпы роста онлайн-заказов в продовольственном и непродовольственном сегментах — соответственно +65% и +64% год к году.
- Самовывоз — самый востребованный способ доставки. Его выбрали как основной 22% опрошенных. Почту всегда выбирает в 2 раза меньше покупателей, а доставку до двери — в 1,7 раза меньше.

Динамика онлайн-рынка

В апреле-июле 2022 покупателями было совершено на 60-65% (!) заказов больше, чем в 2021 г. Но до 24.02 скорость роста превышала 100% в год.

Рост количества онлайн-заказов в России год к году (без учета кроссбордера)



DataInsight

5

Скачать исследование: [Онлайн-продажи. Осень 2022](#) (pdf 0,7 Мб)

Источник:

Онлайн-продажи. Осень 2022: тренды рынка интернет-торговли; факторы, влияющие на поведение потребителей



Заказ товаров через Яндекс Go теперь доступен по всей стране

Yandex.ru, 20.10.2022

/новость

Яндекс Go позволит заказывать товары из Яндекс Маркета в любой точке страны с доставкой на дом или в ПВЗ. Доступен весь ассортимент маркетплейса — более 40 млн товаров.

Яндекс Go начал тестировать возможность покупки товаров на Маркете с доставкой за 1–2 часа летом 2021 года. Она действовала в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре. Однако покупатели могли заказать только товары, для которых действовала экспресс-доставка за 1–2 часа.

Яндекс продолжает развивать приложение Go. Оно помогает вызвать такси, арендовать машину или самокат, отправить посылку, заказать блюда из ресторана, купить лекарства, продукты и многое другое.

Источник:

[Яндекс Go поможет заказать товары в любой точке страны](#)



Яндекс Еда доставит готовые блюда из дарккитчен «Сгоряча» от «ВкусВилла»

Telegra.ph, 21.10.2022

/новость

В приложении Яндекс Еда теперь можно заказать готовую еду и напитки из проекта «Сгоряча» – «тёмных кухонь» (дарккитчен), располагающихся на дарксторах «ВкусВилла». Меню от «Сгоряча» впервые появилось во внешнем сервисе.

Доставка доступна в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Самаре, Ростове-на-Дону, Воронеже, Нижнем Новгороде, Туле, Чебоксарах, Калуге, Волгограде, Орле, Брянске и Тамбове.

На дарккитчен «Сгоряча» профессиональные повара готовят свежие блюда по заказам покупателей. Сейчас открыто 60 кухонь в городах присутствия бренда.

Отличие от обычного ресторана – в отсутствии зоны посадки и доступа для гостей. В меню более 100 наименований, рецепты разрабатывают профессиональные повара.



Источник:

[Встречайте! Сгоряча от ВкусВилла в Яндекс Еде](#)

Гендиректором AliExpress Россия стал Сергей Гречин

Vedomosti.ru, 20.10.2022 23:26:00

/новость

Гендиректором AliExpress Россия стал коммерческий директор по специальным категориям СП Сергей Гречин, следует из данных «СПАРК-Интерфакса». Представитель компании заявил [«Ведомостям»](#), что решение было принято в рамках «внутренней реорганизации».

Дмитрий Сергеев, который руководил компанией с 2019 года, остается в рамках группы AliExpress.



Источник:

[AliExpress Россия назначила нового гендиректора](#)

Х5 Group нарастила выручку цифровых бизнесов на 38,4% в III кв. 2022 г.

Х5.ru, 17.10.2022

/НОВОСТЬ

Выручка цифровых бизнесов Х5 Group (включая Vprok.ru, экспресс-доставку, 5Post и «Много Лосося») в III квартале 2022 года увеличилась на 38,4% до 14,7 млрд руб. MAU цифровых сервисов составило 18,3 млн, показав рост на 6%.



ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

	ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР			ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР		
VPROK.RU	3 кв. 2022	3 кв. 2021		9м 2022	9м 2021	
GMV ¹² , млн руб.	5 682	4 940	15,0	19 715	15 257	29,2
Количество заказов, тыс.	1 193	1 058	12,7	4 117	3 229	27,5
Средний чек, руб.	4 698	4 513	4,1	4 647	4 569	1,7
ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА						
GMV ¹² , млн руб.	10 179	6 705	51,8	32 793	19 999	64,0
Количество заказов, тыс.	6 047	4 423	36,7	18 658	12 765	46,2
Средний чек, руб.	1 651	1 445	14,2	1 717	1 496	14,8
5POST						
Количество заказов, тыс.	5 861	6 133	(4,4)	19 262	14 791	30,2
МНОГО ЛОСОСЯ						
Чистая выручка, млн руб.	564	301	87,2	1 565	602	160,0
Количество заказов, тыс.	376	251	49,8	1 081	509	112,4
Средний чек, руб.	1 954	1 548	26,2	1 890	1 585	19,2

Совокупный GMV Vprok.ru и сервисов экспресс-доставки вырос на 36,2% до 15,9 млрд руб., при этом GMV сервисов экспресс-доставки вырос на 51,8%. Количество заказов Vprok.ru увеличилось на 12,7% до 1,2 млн.

Выручка сервиса e-commerce доставки 5Post выросла на 3,6% год к году. Выдано 5,9 млн посылок, количество пунктов выдачи превысило 23 тыс., включая 5 тыс. постаматов.

Чистая выручка от онлайн-продаж «Много Лосося» увеличилась на 87,2% год к году.

Источник:

[Х5 Group объявляет о росте чистой выручки на 19,5%](#)



АФК «Система» выкупит 47,7% акций Melon Fashion Group

Sistema.ru, 19.10.2022

/НОВОСТЬ

АФК «Система» договорилась о приобретении 47,7% акций Melon Fashion Group у шведских компаний Eastnine и East Capital Holding AB и группы частных инвесторов за 15,8 млрд руб.

Melon Fashion Group принадлежат бренды Zarina, befree, Love Republic и Sela. Компания работает в 181 городе России и СНГ (Казахстан, Армения и Беларусь). Доля онлайн-продаж составляет 32%.



Заккрытие сделки ожидается до конца 2022 года. АФК «Система» профинансирует ее за счет собственных и заемных средств.

Источник:

[АФК «Система» приобретает долю в компании Melon Fashion Group](#)



Wildberries: продажи региональных предпринимателей выросли на 123%

Wildberries.ru, 19.10.2022

/НОВОСТЬ

С января по сентябрь 2022 года продажи предпринимателей из регионов на Wildberries выросли на 123%.

Наиболее динамично росли продажи представителей следующих регионов:

- Ненецкий а.о.: +516%
- Удмуртия: +480%,
- Тыва: +425%
- Калмыкия: +345%
- Магаданская обл.: +392%



Наибольших объемов продаж достигли предприниматели из следующих регионов:

- Ивановская обл. (27,4 млрд руб., +129%)
- Краснодарский кр. (18,2 млрд руб., +202%); +3 позиции за календарный год
- Свердловская обл. (17 млрд руб., +126%)
- Ростовская обл. (16,4 млрд руб., +107%)
- Новосибирская обл. (15,6 млрд руб., +119%)
- Татарстан (14,9 млрд руб., +199%); +1 позиция
- Чувашия (11,6 млрд руб., +162%); +2 позиции
- Нижегородская обл. (11,6 млрд руб., +125%)
- Смоленская обл. (8,9 млрд руб., +99%)
- Ставропольский кр. (8,4 млрд руб., +135%)

Росту продаж в Краснодарском крае и Чувашии способствовало расширение логистических мощностей компании в этих регионах.

В рейтинге не учтены Москва, Московская область и Санкт-Петербург.

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Х5 запустила доставку через Яндекс Еду

Х5.ru, 17.10.2022

/НОВОСТЬ

Продукты и готовую еду из магазинов Х5 Group «Пятёрочка» и «Перекрёсток» теперь можно заказать с помощью Яндекс Еды. Товары упаковывают сотрудники магазинов Х5, доставляют — курьеры-партнёры Яндекс Еды.

Услуга уже доступна в Москве и Санкт-Петербурге, к концу года охватит 80 городов. Скоро к Яндекс Еде также подключатся 42 даркстора Х5, работающих на экспресс-доставку.

Х5 уже сотрудничает с Delivery Club: доставка заказов действует для 1048 магазинов сетей, в том числе для дарксторов.



Источник:

[Х5 запустила доставку через Яндекс Еду](#)

43% селлеров на маркетплейсах уже запустили СТМ

Moysklad.ru, 21.10.2022

/исследование

Согласно опросу сервиса МойСклад и МРГО — сообщества поставщиков на маркетплейсах, у 43% действующих селлеров на маркетплейсах есть собственная торговая марка (СТМ), еще 19% планируют создать ее в ближайшее время. У 34% ее нет, а 4% понятия не имеют, что это такое. У 35% продавцов на маркетплейсах только одна торговая марка, у 17% — от двух до четырех, а у 5% — больше четырех.

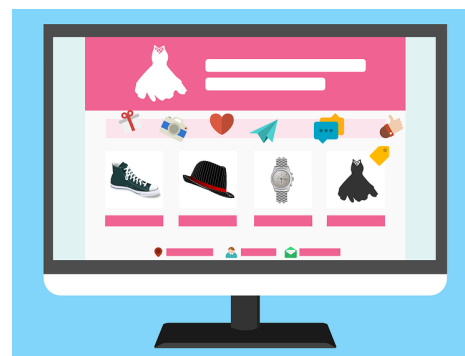
Самые популярные категории товаров на маркетплейсах, где СТМ встречаются чаще: товары для дома и ремонта — 25%, одежда и обувь — 24%, товары для красоты и здоровья — 16%, товары для детей — 12%. Из новых тенденций: для продажи автотоваров чаще начинают использовать собственную марку.

Создание собственного бренда никак не повлияло на обороты 53% опрошенных, 47% отметили рост оборотов. Среди них 18% указали рост до 10%, 15% отметили рост от 10 до 50%, а 14% подтвердили, что СТМ принесла им рост от 50% и выше.

По данным МойСклад, в 2022 году количество собственных торговых марок на маркетплейсах увеличилось сразу на 15–20%.

Источник:

62% селлеров на маркетплейсах создали или планируют создать собственный бренд



Обороты интернет-магазинов с мебелью и товарами для дома выросли на 30%

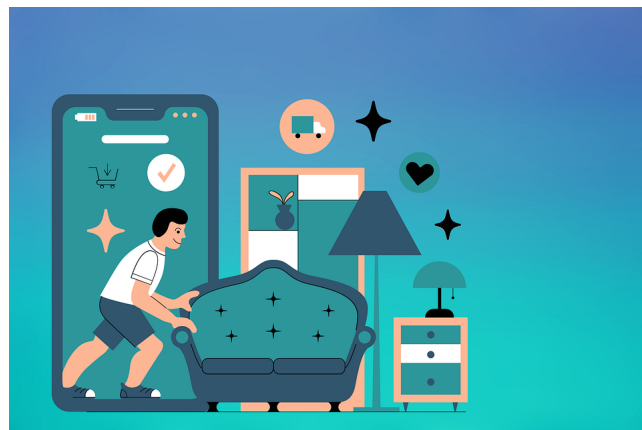
Yoomoney.ru, 18.10.2022

/исследование

По данным ЮKassa, за 9 месяцев 2022 года обороты платежей интернет-магазинов, продающих мебель и товары для дома, выросли на 30% по сравнению с тем же периодом 2021-го. Средний чек увеличился на 45%, до 10 647 руб., подсчитали в ЮKassa (сервис финтех-компании ЮMoney).

В этом году заказы мебели и предметов интерьера стоимостью от 50 до 80 тыс. руб. оплачивали на 65% чаще, чем в прошлом. Покупки на сумму от 80 до 100 тыс. руб. совершали на 79% чаще, от 100 до 500 тыс. — на 83%.

В последние месяцы пользователи стали чаще делать групповые заказы и покупать больше товаров за один раз.



По данным Hoff, в январе-сентябре 2022 года продажи мебели в денежном выражении выросли на 42% по сравнению с тем же периодом 2021-го, в штуках — на 27%. Продажи в онлайн увеличались на 57% в денежном эквиваленте и на 40% в штуках. На сегмент e-commerce пришлось 34% от общей выручки.

Источник:

[ЮKassa и Hoff: с начала года продажи мебели выросли почти в 1,5 раза](#)

Средний чек на маркетплейсах снизился до 1681 руб. в январе-августе 2022 г.

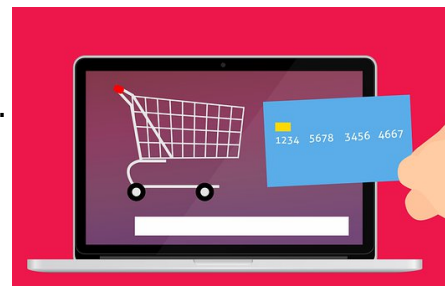
Rsb.ru, 17.10.2022

/исследование

По данным эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, в число самых популярных категорий трат в зависимости от количества операций в январе-августе 2022 года вошли супермаркеты и маркетплейсы, фастфуд, активный отдых и развлечения.

Средний чек в супермаркетах почти не изменился и составил 550 руб. На маркетплейсах показатель снизился с 1974 руб. в январе-августе прошлого года до 1681 руб. в текущем году.

Спрос на покупки на маркетплейсах особенно активно вырос за два года пандемии. Росту популярности помогло и заметное расширение ассортимента благодаря активному подключению самозанятых россиян с продукцией собственного производства.



Источник:

Банк Русский Стандарт: в текущем году вырос средний чек на фастфуд у россиян

ASOS пересмотрит модель работы из-за убытков

Asosplc.com, 20.10.2022

/НОВОСТЬ

Выручка ASOS за год, завершившийся 31 августа 2022 года, выросла на 1% до £3,94 млрд. Убыток до налогообложения составил £31,9 млн против прибыли в размере £177,1 млн годом ранее.

Ритейлер нарастил выручку в Великобритании на 7%, в США — на 10%, в Европе — на 2%. В остальных странах мира зафиксировано снижение на 9%. Число активных клиентов увеличилось лишь на 2% до 25,7 млн.

Unaudited summary financial results

£m ¹	Year to 31 August 2022	Year to 31 August 2021	Change	CCY ² change	CCY change excluding Russia ³
Group revenues ⁴	3,936.5	3,910.5	1%	2%	4%
Gross margin	43.6%	45.4%	(180bps)		
Operating (loss)/profit	(9.8)	190.1	(105%)		
Operating (loss)/profit margin	(0.2%)	4.9%	(510bps)		
Adjusted EBIT ⁵	44.1	206.6	(79%)		
Adjusted EBIT margin ⁵	1.1%	5.3%	(420bps)		
Adjusted profit before tax ⁵	22.0	193.6	(89%)		
Reported (loss)/profit before tax	(31.9)	177.1	(118%)		
Diluted (loss)/earnings per share ⁶	(30.9p)	128.5p	(124%)		
Net (debt)/cash ⁵	(152.9)	199.5			

¹All numbers subject to rounding throughout this document, ²Constant currency is calculated to take account of hedged rate movements on hedged sales and spot rate movements on unhedged sales. Any reference to total or retail sales throughout the document is on a constant currency basis, ³Calculation of metrics, or movements in metrics, on an ex-Russia basis involves the removal of Russia from H2 FY21 performance. This adjustment allows year-on-year comparisons to be made on a like-for-like basis following the decision to suspend trade in Russia on 2 March 2022, ⁴Includes retail sales and income from other services, ⁵Definitions of the adjusted performance measures used above and throughout this

CEO ASOS Хосе Антонио Рамос Каламонте отметил значительную потребность в улучшении методов работы за пределами Великобритании, так как компания «стала чрезмерно капиталоемкой, слишком сложной и перегруженной в глобальном масштабе, что привело к отсутствию значимого роста и масштаба на ключевых международных рынках США, Франции и Германии».

В течение следующих 12 месяцев ASOS пересмотрит свой подход к распределению ресурсов и капитала, в том числе обновив коммерческую модель.

Источник:

[Final results for the year to 31 August 2022](#)

Uber Eats осваивает доставку за 20 минут

Chargedretail.co.uk, 18.10.2022

/новость

Uber Eats в сотрудничестве с сетью супермаркетов Iceland запустил доставку продуктов по всему Лондону в течение 20 минут. Сервис под названием Uber Eats Market будет использовать технологии Uber и инфраструктуру магазинов Iceland.

Для заказа через приложение Uber Eats будут доступны более 1000 товаров из супермаркета. Заказы будут собирать сотрудники Iceland, а доставлять — курьеры Uber.

The Uber Eats logo, with "Uber" in black and "Eats" in green.

Источник:

[Uber Eats launches quick commerce partnership with Iceland](#)



Just Eat Takeaway.com вновь стала прибыльным

Justeattakeaway.com, 19.10.2022

/новость

Just Eat Takeaway.com, один из крупнейших в мире сервисов доставки еды, вернулся к прибыльности раньше, чем предполагалось. Скорректированный показатель EBITDA улучшился во всех сегментах в третьем квартале 2022 года как в годовом исчислении, так и месяц к месяцу.

Общая стоимость заказов выросла на 2% до 6,9 млрд евро, несмотря на падение объема заказов на 11% до 235 млн. В Северной Европе Германия оставалась наиболее важным драйвером роста с положительным ростом числа заказов с начала года. В США партнерство дочерней компании Grubhub с Amazon показало первые обнадеживающие результаты.

(in millions)	Third Quarter				Year-to-date ¹			
	2022	2021	Growth	Constant Currency	2022	2021	Growth	Constant Currency
Orders								
North America	78.7	91.0	-13%		250.1	282.3	-11%	
Northern Europe ²	68.0	70.0	-3%		215.9	218.7	-1%	
UK and Ireland	62.8	73.6	-15%		194.9	215.9	-10%	
Southern Europe and ANZ ³	25.8	31.3	-17%		83.8	95.7	-12%	
Total Orders	235.3	265.8	-11%		744.7	812.6	-8%	
GTV⁴								
North America	2,936	2,762	6%	-8%	8,768	8,573	2%	-8%
Northern Europe ²	1,761	1,660	6%	6%	5,483	5,306	3%	3%
UK and Ireland	1,598	1,676	-5%	-5%	4,858	4,906	-1%	-3%
Southern Europe and ANZ ³	629	698	-10%	-15%	2,002	2,127	-6%	-9%
Total GTV	6,924	6,796	2%	-5%	21,111	20,913	1%	-4%

¹ The Grubhub business was consolidated from 15 June 2021. These figures are presented as if the combination was completed on 1 January 2021 to provide comparable information for the full nine months period.

² The discontinued operations in Norway were excluded from 1 January 2022. On a like-for-like basis, the Northern Europe Order growth was -3% for Q3 2022 and was -1% YTD. On a like-for-like basis, Northern Europe GTV growth was 6% in Q3 2022 and was 4% YTD.

³ The discontinued operations in Portugal and Romania were excluded from 1 January 2022. On a like-for-like basis, the Southern Europe and ANZ Order growth was -16% for Q3 2022 and was -11% YTD. On a like-for-like basis, Southern Europe and ANZ GTV growth was -9% in Q3 2022 and was -5% YTD.

⁴ Gross Transaction Value (GTV) represents the total value of orders placed on our platform, including taxes, tips and any applicable consumer fees.

Источник:

[Just Eat Takeaway.com Q3 2022 Trading Update](#)



Deliveroo уходит с рынка Нидерландов

Deliveroo.co.uk, 19.10.2022

/новость

Сервис доставки еды Deliveroo завершит деятельность в Нидерландах 30 ноября 2022 года. Компания определила, что достижение и сохранение лидирующих позиций на рынке этой страны требует «несоразмерного уровня инвестиций с весьма неопределенной долгосрочной потенциальной прибылью».

На долю Нидерландов пришелся лишь 1% валовой стоимости транзакций Deliveroo (GTV) в первом полугодии 2022 года. Решение о прекращении операций в Нидерландах не влияет на ранее опубликованный годовой прогноз по годовому росту GTV и валовой прибыли группы.



Источник:

[DELIVEROO ANNOUNCES DECISION TO END OPERATIONS IN THE NETHERLANDS](#)

Walmart запустил онлайн-платформу для продвижения товаров

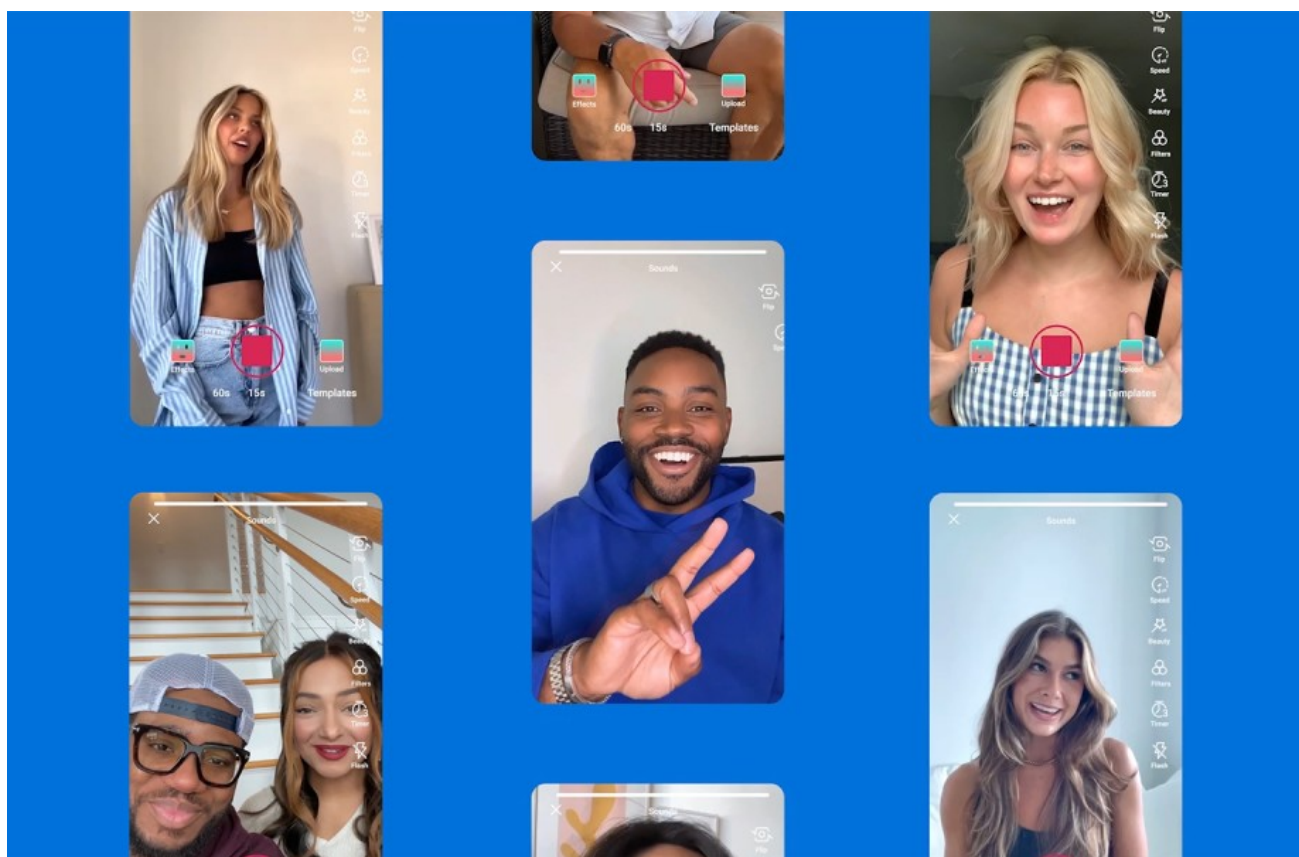
Corporate.walmart.com, 18.10.2022

/новость

Платформа Walmart Creator позволит создателям контента выбирать товары ритейлера Walmart, делиться ссылками на них в соцсетях и получать вознаграждение за продажи.

Зарегистрированные инфлюенсеры смогут не только монетизировать контент, но и собирать аналитику об эффективности рекламы, а также подавать заявки на участие в предстоящих кампаниях брендов.

Walmart запускает бета-версию платформы в преддверии праздничного сезона, планируя полностью развернуть ее в 2023 году.



Источник:

[Walmart Launches New Content Creator Platform](#)

SHEIN выходит на рынок ресейла

Prnewswire.com, 17.10.2022 08:55:00

/новость

Онлайн-ритейлер SHEIN запустил ресейл-платформу SHEIN Exchange, которая позволяет продавать и покупать продукцию бренда, бывшую в употреблении.

В пилотном режиме SHEIN Exchange доступна для клиентов в США. Выход в другие страны запланирован на следующий год.

SHEIN Exchange создана в партнерстве с технологической ресейл-платформой Treet.



Источник:

[SHEIN Builds New Community Destination Through SHEIN Exchange Resale Platform](#)

McKinsey: рынок социальной коммерции в мире превысит \$2 трлн к 2025 г.

Mckinsey.com, 19.10.2022

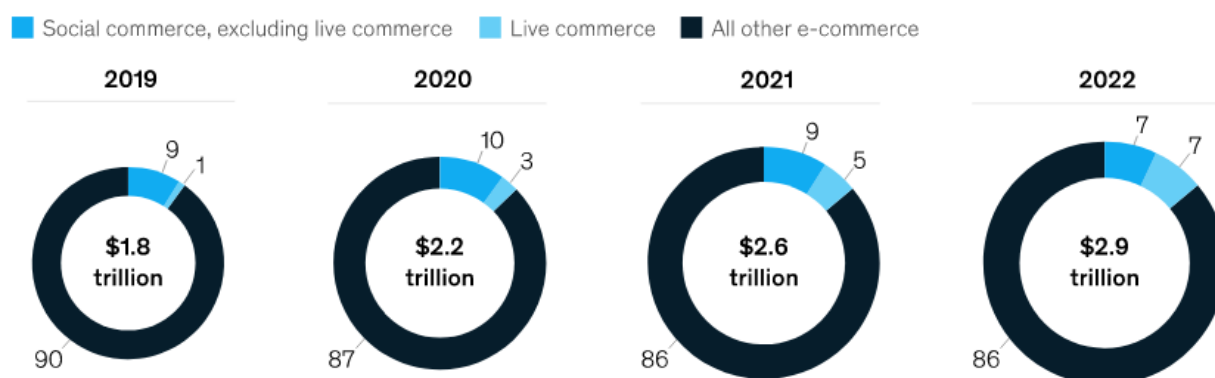
/исследование

Просмотр и покупка товаров на платформах социальных сетей являются основной особенностью электронной коммерции в Китае. Этот динамичный новый способ покупки готов к быстрому росту в США. Рынок социальной коммерции во всем мире к 2025 году превысит \$2 трлн, прогнозирует McKinsey & Company.

Бренды в Китае на социальных платформах достигли коэффициента конверсии почти 30%, что до 10-ти раз выше, чем в обычной электронной коммерции. В прошлом году через прямые эфиры в Китае приобрели товаров и услуг на \$132 млрд — это 5% от всего оборота e-commerce в стране. В целом на социальную коммерцию жители Китая потратили \$352 млрд, что составило 13% онлайн-продаж.

Social commerce is growing in China, driven by the rapid acceleration of live commerce.

Growth of China's retail e-commerce by type,¹ %



¹Data for 2021–22 are projected.
Source: eMarketer, May 2021

Внедрение социальной коммерции в США обусловлено социальными сетями и платформами для создания контента (такими как Pinterest и TikTok), добавляющими новые возможности для покупок. Опрос Forrester показал, что в 2021 году 61% взрослых онлайн-пользователей моложе 25 лет в США совершали покупки в соцсетях или на платформах для авторов.

В 2021 году рынок социальной коммерции в США превысил \$36 млрд, а к 2025 году достигнет почти \$80 млрд или 5% от общего объема e-commerce.

Источник:

[Social commerce: The future of how consumers interact with brands](#)

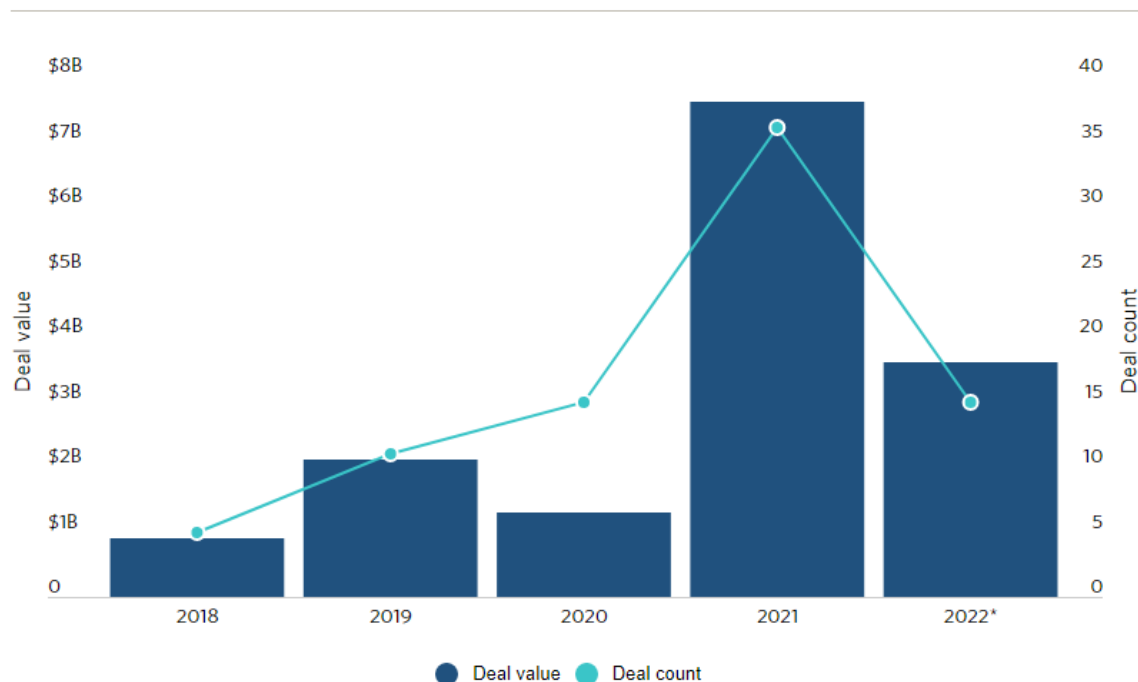
Инвестиции в быструю доставку упали на 50% в 2022 г.

Pitchbook.com, 17.10.2022

/исследование

По данным Pitchbook, в 2022 году инвестиции в быструю доставку продуктов упали более чем на 50%. В 2022 году инвесторы вложили в стартапы быстрой коммерции \$3,6 млрд, количество сделок сократилось с 36 в прошлом году до 15 в текущем.

VC investment in rapid delivery e-grocers slows



Стартапы, которые обещают доставлять товары потребителям всего за 10 минут, вызвали огромный интерес во время пандемии. Такие компании, как Gorillas и Getir, за короткий промежуток времени привлекли несколько мегараундов. Некоторые, например, немецкая Flink, даже достигли статуса единорога всего через несколько месяцев работы.

Сектор быстро переполнился, особенно в крупных городах, что привело к снижению нормы прибыли. Сервисы быстрой доставки также несут высокие затраты на инфраструктуру из-за необходимости наличия центров выполнения в каждой локации. Экономический спад сместил внимание инвесторов в сторону прибыльности. В результате многим стартапам в этом секторе пришлось снизить свои амбиции или даже закрыться.

В марте три американские компании — Buyc, Fridge No More и Zero Grocery — объявили о прекращении своей деятельности. Gorillas сократила 300 сотрудников в мае, а Gorupff — 10% персонала в июле. В секторе ожидается дальнейшая консолидация, поскольку стартапы изо всех сил пытаются получить новое финансирование. Стамбульская компания Getir ведет переговоры о покупке Gorillas, которую в настоящее время поддерживают такие инвесторы, как Coatue, DST Global и G Squared.

Источник:

[Rapid delivery e-grocers see sharp decline in funding after pandemic-fueled highs](#)

Самые популярные шопинг-приложения — Shopee и Amazon Shopping

EcommerceDB.com, 19.10.2022

/исследование

eCommerceDB определил, какие из приложений для шопинга наиболее популярны в мире, основываясь на количестве отзывов пользователей.

Shopee most frequently reviewed Android shopping app

Top 10 Android shopping apps worldwide by reviews in million in 2022¹



¹: as of July 2022
Sources: eCommerceDB, as of September 2022

Amazon Shopping is the most popular shopping app for Apple users

Top 10 iOS shopping apps worldwide by reviews in million in 2022¹



¹: Number of reviews as of July 2022
Sources: eCommerceDB, as of September 2022

Android

- Shopee ID — почти 11 млн отзывов к середине 2022 года
- Amazon India Shop — 8,5 млн отзывов

Наивысший средний рейтинг в топ-10 шопинг-приложений для Android — 4,7. Его получили SHEIN, Joom, Amazon Shopping и Walmart Shopping.

iOS

- Amazon Shopping — 7,6 млн отзывов
- Walmart — 5,9 млн отзывов
- Target — 4,4 млн отзывов

В топ-10 шопинг-приложений для устройств Apple вошли Ozon и Wildberries.

Несколько приложений, в том числе Amazon Shopping, достигли среднего рейтинга 4,9.

Источник:

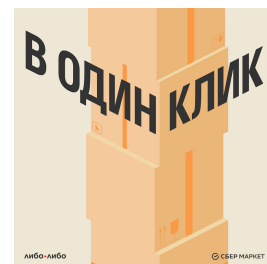
[Amazon and Shopee most popular shopping apps](#)

Подкасты о e-commerce

В один клик

Школа идёт к вам. Как устроено онлайн-обучение в Фоксфорде

Онлайн-обучение детей — особая история: ковид показал, что у онлайн — своя специфика, требующая дополнительных компетенций. Фёдор и Лена поговорили с Андреем Сизовым, генеральным директором онлайн-школы «Фоксфорд», о том, как мотивировать детей учиться дома, что говорить родителям, которые за эту учёбу платят, и зачем нужна альтернатива обычным школам.



В третьем сезоне подкаста «В один клик» говорим о том, как продавать товары и услуги в интернете, а еще о том, как живет и адаптируется к меняющимся условиям электронная коммерция.

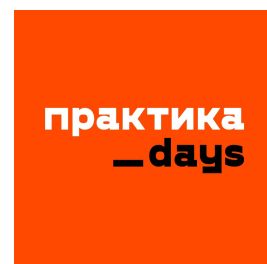
Это подкаст СберМаркета, Data Insight и студии Либо/Либо

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

Практика_days

Маркетинг и IT, что предпринимает еком и ритейл в октябре 2022. Степан Зайцев и Александр Хачиян

Поговорили о маркетинге и IT с основателями топовых в своих сегментах компаний: Степаном Зайцевым (KIT SOLER) и Александром Хачияном (AWG). Как обстоят сейчас дела у их компаний и на их рынках, что предпринимают они и их клиенты, в первую очередь, еком и ритейл-компаниями, что замораживают, во что вкладывают силы и средства, к чему готовятся.



Прослушать: [Яндекс Музыка](#) | [Google Подкасты](#)

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.