

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 27

03 Июля 2023 - 09 Июля 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 24% — вклад доставки в общий объем заказов в ресторанах Wildberries расширяет предложение товаров и услуг для животных

Доля цифровых продаж в обороте «Ашан» достигла 8%

METRO выходит на Ozon с товарами собственных торговых марок

«Самокат» представил веб-приложение

Сервис «Магнит Доставка» будет доступен в основном приложении «Магнит»

Авито подключит к сервису доставки постаматы и пункты выдачи 5Post

В структуре продаж Melon Fashion Group доля онлайн-канала составляет 32%

Покупатели «Детского мира» стали публиковать в 30 раз больше отзывов

INFOLine: Впервые маркетплейсы обогнали по доле рынки и ярмарки

Число продавцов, работающих на двух маркетплейсах, за год выросло на 64%

Data Insight: Как российскому бизнесу выйти на рынок Китая

Весь мир:

Ozon открыл продажи для жителей Армении

Ключевой приоритет СДЭК на 2023 год — развитие широкой сети в СНГ

Маркетплейс Temu выходит на азиатский рынок

ASOS запустил сайт с товарами по £5

Getir покидает Францию и Испанию

Объем глобального рынка e-commerce достигнет \$8,5 трлн к 2026 г.

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 24% — вклад доставки в общий объем заказов в ресторанах

Datainsight.ru, 05.07.2023

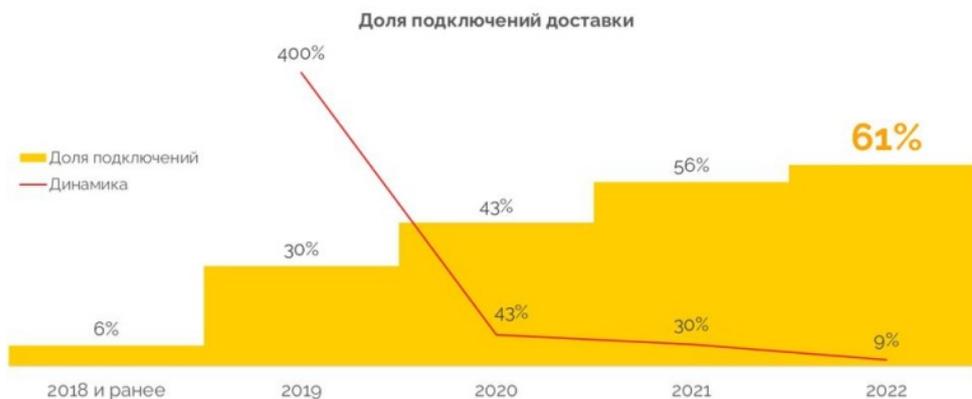
/НОВОСТЬ

Агентство **Data Insight** совместно с **Федерацией Рестораторов и ОТЕЛЬЕРОВ РОССИИ** провели [исследование рынка ресторанной доставки](#) и выяснили, какое значение доставка имеет в бизнесе ресторанов.

Динамика подключения доставки

16

Пик запусков доставки пришелся на 2019 г. (рост в 5 раз за год).



Телефонный опрос, ноябрь 2022, n = 15 000.
Вопрос: Когда появилась своя/внешняя доставка?



Ключевые факты:

- Доля заведений с доставкой за последние два года выросла и составила 61% от общего числа заведений в России. Это в 1,5 раза больше, чем в 2020 году.
- В среднем доставка — это уже 24% всех заказов в ресторанах. Ее вклад с 2020 по 2022 год вырос в 1,6 раза.
- 17% ресторанов от всего числа заведений в России используют только собственную доставку, 29% только внешние сервисы, а 15% сочетают оба варианта.

[Скачать исследование](#) (pdf, 1,8 Мб)

Источник:

[Доставка еды из ресторанов 2023](#)



Wildberries расширяет предложение товаров и услуг для животных

Wildberries.ru, 07.07.2023

/новость

Представители Wildberries заключили трехстороннее соглашение о сотрудничестве с Национальной ассоциацией зооиндустрии и Ассоциацией «Некоммерческое партнерство Объединение предпринимательских организаций «ОПОРА». Рабочая группа займется развитием интернет-продаж товаров и услуг для животных, а также обучением и консультациями по онлайн-торговле для предпринимателей.

В соответствии с планами, до конца 2023 года покупателям онлайн-платформы станут доступны продукты, многие из которых ранее не присутствовали на маркетплейсах: электронные сертификаты на услуги ветеринарных клиник, груминга, дрессировки и передержки домашних питомцев и др.

Соглашение стало следующим шагом в развитии кооперации с различными отраслевыми и профессиональными сообществами, отметили в Wildberries.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Доля цифровых продаж в обороте «Ашан» достигла 8%

Retail.ru, 05.07.2023 11:04:00

/новость

В общем обороте «Ашан» в первом полугодии 2023 года доля цифровых продаж составила 8% (+2% в сравнении с аналогичным периодом 2022 года). Количество онлайн-заказов выросло на 24%.

Лидерами в онлайн-корзине покупателей остаются свежие овощи и фрукты, молочные продукты, товары для животных, бытовая химия. Лидеры продаж по наименованиям — товары СТМ и собственного производства «Ашан».

Продукты СТМ в этом году выбирают в 1,5 раза чаще. Сегодня каждый 6-ой товар в онлайн-корзине покупателя — это товар СТМ.



Источник:

[Доля онлайн-продаж в «Ашан» достигла 8%](#)

МЕТРО выходит на Ozon с товарами собственных торговых марок

Т.ме, 04.07.2023

/НОВОСТЬ

Профессиональный ассортимент МЕТРО включает более 250 товаров СТМ и доступен пользователям онлайн-площадки по всей стране.

МЕТРО представит товары собственных марок, которые созданы прежде всего для кафе, ресторанов и гостиниц. Особый акцент сделан на бренде Rioba, востребованном у кофеев и кофе-пойнтов. Также будут представлены бренды ARO (основной и наиболее популярный ассортимент) и Tarrington House (текстиль, мебель и аксессуары).

Продукция МЕТРО на маркетплейсе представлена в формате shop-in-shop. К концу текущего года ассортимент увеличится в 6 раз — до 1500 товарных наименований. Благодаря выходу на маркетплейс МЕТРО расширит географию поставок.

МЕТРО ТЕПЕРЬ И НА OZON!

БОЛЕЕ 250 ТОВАРОВ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

METRO | **OZON**

- в капсулах Cremoso для кофемашин...**
1 · Новинка
- Чай зелёный листовый с жасмином RIOBA, рассы...**
★ 4.8 🗨 53
- Кофе в зернах RIOBA Platinum Espresso (Зерно...**
★ 4.8 🗨 114
- Мини шоколад порционный, ассорти**
★ 4.3 🗨 6 · Новинка

Источник:

[МЕТРО начинает продажи на Ozon](#)

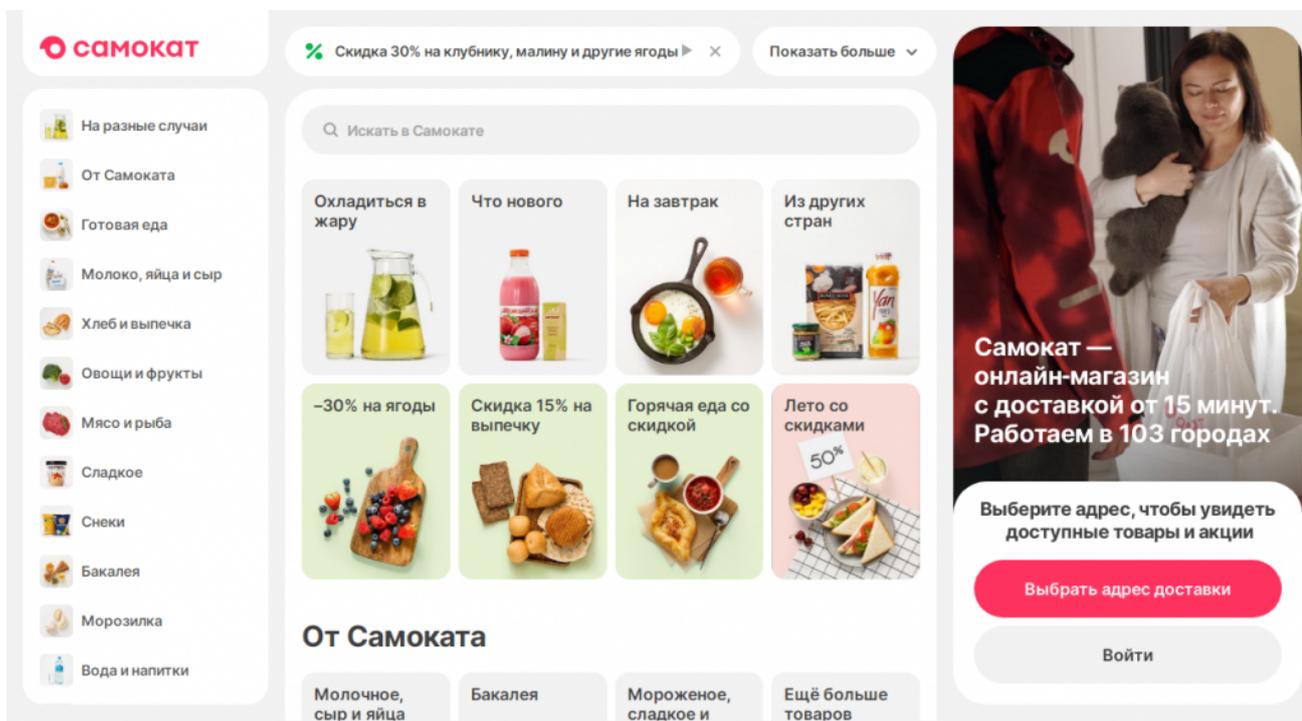


«Самокат» представил веб-приложение

Retail.ru, 04.07.2023

/новость

В веб-версии удобнее покупать впрок и знакомиться с «Самокатом», она также подойдет корпоративным клиентам, и тем, кому нужно освободить память телефона, отмечают в компании.



Кроме того, в браузерной версии удобнее тестировать и внедрять функционал, поэтому сервис сможет чаще экспериментировать с новыми возможностями. Со временем функции сайта будут расширяться — например, покупатели смогут использовать промокоды и баллы СберСпасибо. В веб-версии также появятся сторис, подборки и раздел с акциями.

«Мы запустили веб-приложение, чтобы пользователи могли совершать покупки в комфортном для каждого режиме. Некоторым покупателям удобнее делать заказы в браузере и на большом экране», — рассказал Сергей Землянский, директор по продукту и технологиям онлайн-ритейлера «Самокат».

Источник:

[«Самокат» запустил веб-приложение](#)

Сервис «Магнит Доставка» будет доступен в основном приложении «Магнит»

Magnit.com, 04.07.2023

/новость

Сейчас существуют два мобильных приложения сети: «Магнит» — для управления программой лояльности и просмотра каталога товаров, «Магнит Доставка» — для оформления заказов.

Теперь функция онлайн-заказа появится в основном приложении «Магнит».

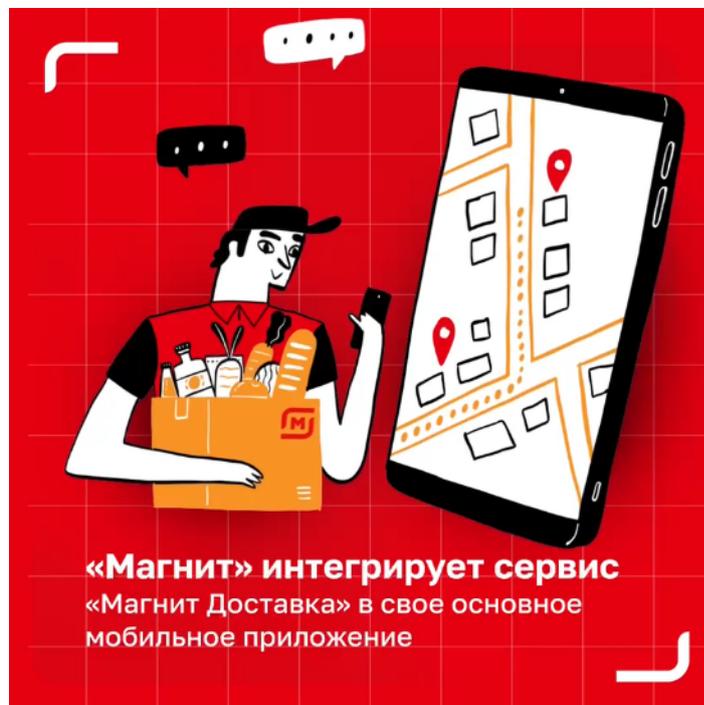
Пользователям будут доступны заказ товаров из магазинов «у дома», дрогери, супермаркетов и аптек, экспресс-доставка и регулярная доставка в определенный временной слот.

Функционал уже активировали для 100 тыс. пользователей, а к концу июля сервис станет доступен для всех. Чтобы сделать переход плавным, компания продолжит поддерживать приложение «Магнит Доставка».

Показатель MAU (monthly active users) основного приложения «Магнит» составляет более 10 млн пользователей, приложения «Магнит Доставка» — около 1 млн. Ритейлер рассчитывает благодаря интеграции существенно нарастить количество пользователей собственного сервиса онлайн-коммерции.

Источник:

[«Магнит» интегрирует сервис «Магнит Доставка» в свое основное мобильное приложение](#)



Авито подключит к сервису доставки постаматы и пункты выдачи 5Post

Vk.com, 03.07.2023 09:57:00

/новость

Пользователи Авито теперь могут сдавать и получать посылки в ограниченном количестве точек во всех регионах России, обслуживаемых компанией 5Post. При принятии положительного решения по результатам пилота, сдавать и получать заказы можно будет еще и в более чем 13 000 точек выдачи и более 5 000 постаматов, расположенных в сетях «Пятёрочка» и «Перекрёсток».



Как отмечает Сергей Пустыльник, директор по логистике в Авито, включение постаматов в партнерскую сеть расширяет возможности как внутригородской, так и межгородской Авито Доставки.

Увидеть все доступные постаматы и пункты выдачи 5Post можно при оформлении заказа. Срок доставки зависит от удаленности региона. По итогам прошлого года средняя скорость доставки через 5Post составила 3 дня. Срок хранения заказа в точке выдачи составит 7 дней с возможностью продления еще на неделю.

Источник:

[Авито Доставка в «Пятёрочку» и «Перекрёсток»: к сети Авито присоединятся сеть пунктов выдачи 5Post](#)

В структуре продаж Melon Fashion Group доля онлайн-канала составляет 32%

Melonfashion.ru, 03.07.2023

/НОВОСТЬ

В 2022 году выручка Melon Fashion Group, которая владеет брендами ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC и sela, увеличилась на 23% — до 46 млрд руб.

Доля онлайн-продаж в общей структуре продаж в 2022 году составила 32%, принесла выручку 14,8 млрд руб. Продажи в интернет-магазинах брендов выросли на 44%, на маркетплейсах — на 20%.

Продажи на маркетплейсе Lamoda позволили доставлять коллекции брендов в Казахстан, а присутствие на Ozon и Wildberries обеспечило доступность на международных рынках. Кроме того, были запущены продажи на СберМегаМаркете.

STRUCTURE OF SALES BY DISTRIBUTION CHANNELS

СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПО КАНАЛАМ ДИСТРИБУЦИИ

2022



2021



offline sales
офлайн-продажи

online sales
онлайн-продажи

Источник:

Melon Fashion Group представляет годовой отчет за 2022 год



Покупатели «Детского мира» стали публиковать в 30 раз больше отзывов

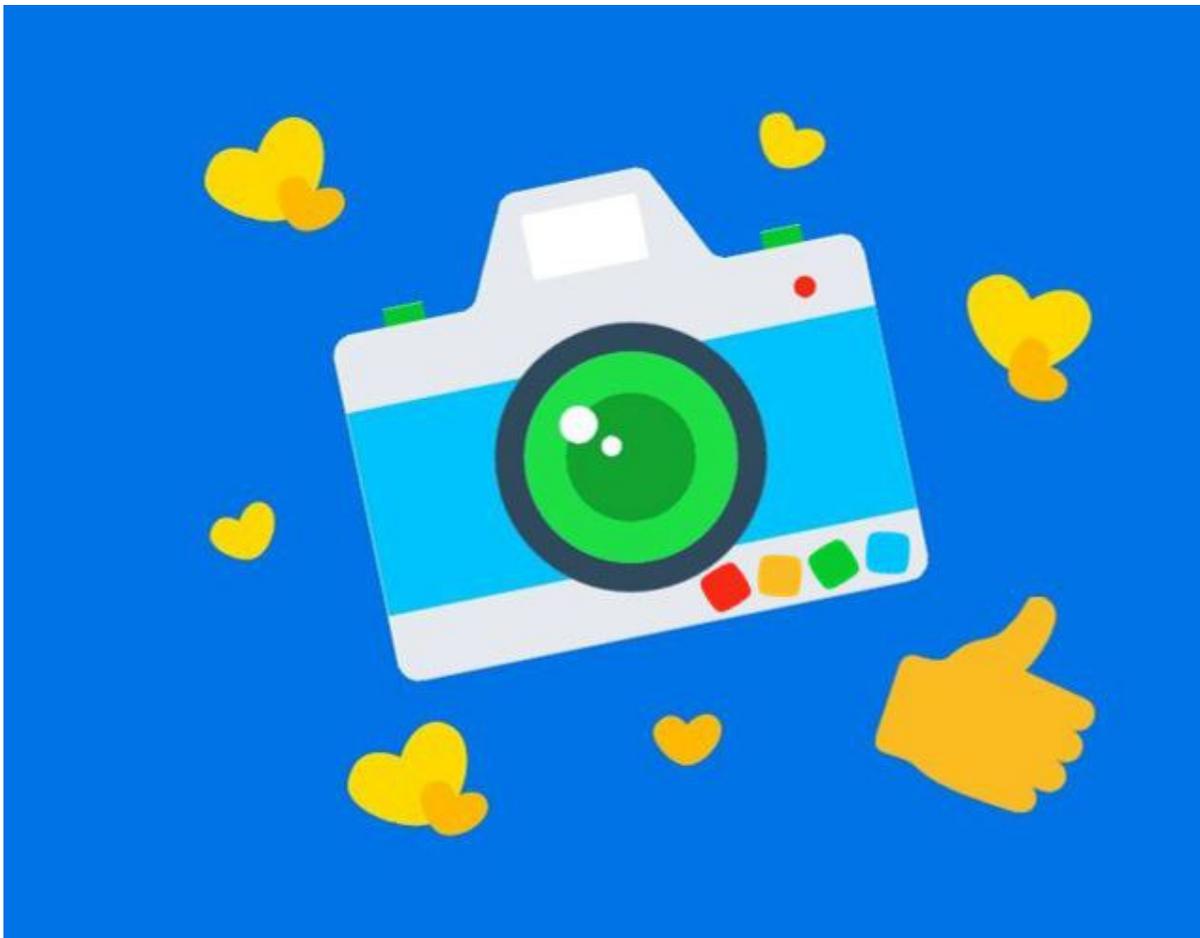
T.me, 03.07.2023 12:00:00

/новость

В конце 2022 года на онлайн-площадках «Детского мира» и «Зоозавра» появилась возможность добавлять фотографии к отзывам на товары. В результате количество публикуемых ежедневно отзывов выросло в 30 раз и составляет более 30 000 за сутки.

Чаще всего покупатели «Детского мира» оставляют фотоотзывы на товары категории «Одежда и обувь» и «Детские коляски», а покупатели «Зоозавра» делятся мнением о кормах для кошек и собак, товарах для перевозки и содержания животных.

«Согласно исследованию Data Insight, 9 из 10 потребителей во всем мире стараются прочитать отзывы перед покупкой товара. А 76% покупателей считают, что отзывы нужнее всего при покупке именно детских товаров», — отмечает Наталья Рычкова, начальник управления по внешним коммуникациям ГК «Детский мир».



Источник:

Покупатели «Детского мира» стали оставлять в 30 раз больше отзывов

INFOLine: Впервые маркетплейсы обогнали по доле рынка и ярмарки

Infoline.spb.ru, 06.07.2023

/исследование

Финансовые успехи ведущих игроков e-commerce позволяют включить их в десятку лидеров розничного рынка. В INFOLine зафиксировали основные показатели TOP-10: за год продажи этих компаний увеличились на 24,1%, а оборот с НДС достиг 12,6 трлн руб. Динамика без учета маркетплейсов — лишь 15,7%.

«Впервые в истории нашей страны канал маркетплейсов, как мы и прогнозировали, обогнал по доле традиционные для России рынки и ярмарки», — отмечает глава INFOLine Иван Федяков.

Традиционные базары, рынки и ярмарки составляют 5,5% от совокупного розничного товарооборота страны, в то время как продажи по технологии маркетплейса — 5,7%. Год назад маркетплейсы занимали 3,4%, а доля рынков и ярмарок в структуре розничных продаж оценивалась в 4,6%.



Источник:

Иван Федяков: «Традиционные форматы торговли уступают продажам на маркетплейсах»

Число продавцов, работающих на двух маркетплейсах, за год выросло на 64%

Tinkoff.ru, 04.07.2023

/исследование

Согласно исследованию Tinkoff eCommerce, за год количество продавцов, работающих на двух маркетплейсах, выросло на 64%. На конец I кв. 2023 года 78% продавцов ведут торговлю на одной площадке, 18% — на двух, 3% — на трех, 1% — на четырех и более площадках.

Количество активных продавцов на маркетплейсах увеличилось за год на 21%. В I кв. 2022 года рост составлял +288%.

В I кв. 2023 года только на трех маркетплейсах выросло количество новых продавцов по сравнению с IV кв. 2022 года: Яндекс Маркет (+39%), Ozon (+25%) и СберМегаМаркет (+17%). У Wildberries темпы прироста снизились на 4%.

В I кв. 2023 года продавцы чаще всего первой площадкой для начала торговли выбирали Ozon. Год назад лидировал Wildberries. Доля продавцов, торгующих на Ozon, за год выросла с 23% до 34%.

Wildberries лидирует по количеству продавцов, но его доля снизилась до 52% (63% в 2022 году).

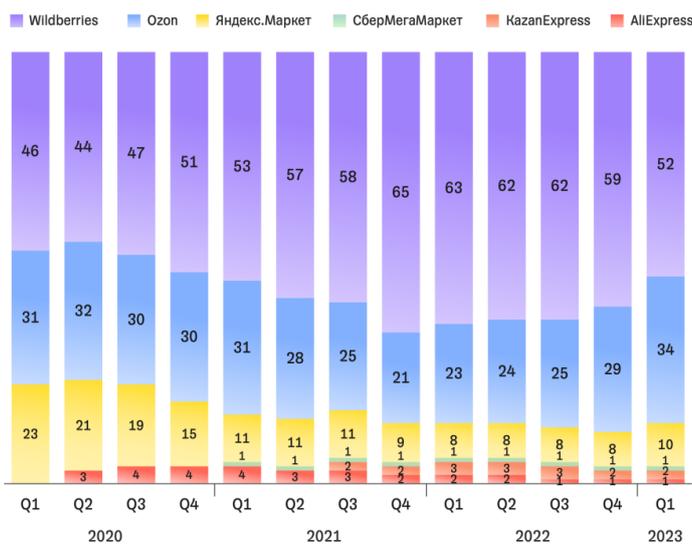
Каждый пятый предприниматель, не торгующий на маркетплейсах, видит возможность расширения бизнеса через такие площадки.

Источник:

Исследование Tinkoff eCommerce: за год число продавцов, работающих на двух маркетплейсах, выросло на 64%

Доля продавцов по площадкам

С 2020 по 2023 год, %



TINKOFF
Data

Исследование
Tinkoff eCommerce

На основе данных клиентов Тинькофф



Data Insight: Как российскому бизнесу выйти на рынок Китая

Datainsight.ru, 07.07.2023

/реклама

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)



Купить отчет

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Весь мир:

Ozon открыл продажи для жителей Армении

Corp.ozon.ru, 05.07.2023

/новость

Пользователям из Армении теперь доступен почти весь ассортимент российского маркетплейса Ozon — 196 млн товарных наименований в более чем 20 категориях.



На первом этапе получить товары можно через доставку Omni Logistics: курьерскую службу и пункты выдачи заказов по всей стране. Средний срок доставки — около 7 дней.

В перспективе Ozon планирует развивать свою логистическую инфраструктуру в Армении, в том числе собственную службу доставки и сеть пунктов приема и выдачи заказов.

Ozon развивает бизнес в СНГ с 2021 года, у компании уже есть своя логистическая инфраструктура в Беларуси, Казахстане и Кыргызстане.

Источник:

[Ozon запустил продажи для жителей Армении](#)

Ключевой приоритет СДЭК на 2023 год — развитие широкой сети в СНГ

Cdek.ru, 06.07.2023

/новость

Компания СДЭК намерена увеличить количество отделений в странах СНГ на 20% до конца 2023 года. В частности, в Казахстане работает 167 отделений, а до конца года появится не менее 70 новых.

За 2022 год жители России отправили в страны ближнего зарубежья свыше 2,6 млн посылок, в числе которых посылки из интернет-магазинов, частные отправки и документы.

СДЭК с начала года открыл 120 отделений за пределами России: 81 — в странах СНГ и 39 — в странах дальнего зарубежья, в том числе в Китае, Таиланде, Бангладеше и Турции. Компания также видит большой потенциал роста в Китае и планирует укрепить свои позиции в странах, где уже есть 1-2 офиса — например, в Индии, Вьетнаме и Таиланде.

СДЭК насчитывает более 4300 пунктов выдачи заказов в 31 стране мира. Из них свыше 3800 находятся в России.



Источник:

[СДЭК открывает новые пункты выдачи заказов в странах Ближнего и Дальнего Зарубежья](#)

Маркетплейс Temu выходит на азиатский рынок

Reuters.com, 06.07.2023

/новость

Платформа электронной коммерции Temu, принадлежащая PDD Holdings, начала продажи в Японии, что означает ее выход на азиатский рынок, сообщает [Reuters](#).

Маркетплейс предлагает широкий ассортимент товаров по низким ценам, от одежды до электроники и товаров для дома — в основном от китайских продавцов. Модель Temu пользуется огромной популярностью на Западе, где многие потребители борются с инфляцией и кризисом стоимости жизни.

С момента запуска в США в сентябре прошлого года платформа расширилась до 22 других стран и заняла первые места в чартах приложений. Однако экспертам пока неясно, удастся ли Temu адаптировать ту же модель к рынку Японии.



Источник:

[Startup e-commerce platform Temu expands to Japan](#)

ASOS запустил сайт с товарами по £5

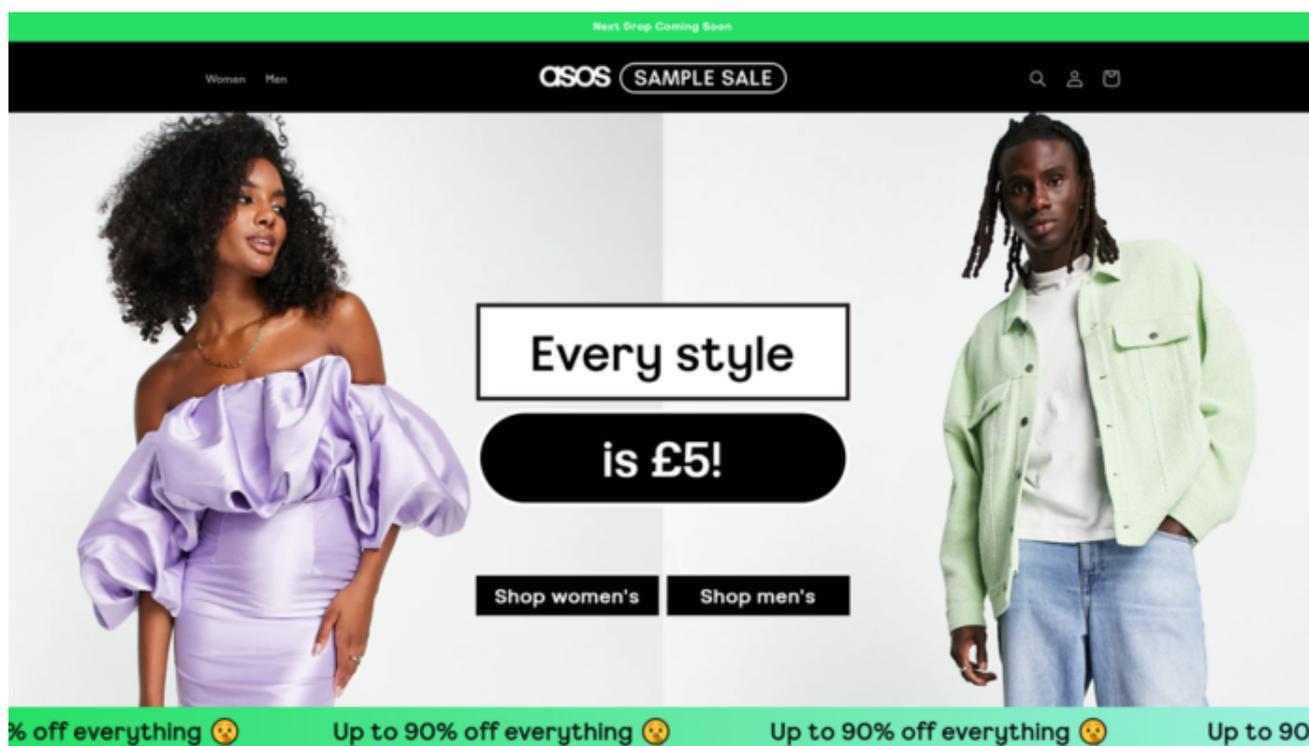
Retailgazette.co.uk, 05.07.2023

/новость

ASOS запустил отдельный сайт ASOS Sample Sale, на котором в течение ограниченного времени можно купить товары из мужских и женских коллекций за £5, то есть со скидкой до 90%.

Платформа доступна только для клиентов из Великобритании. Все заказы будут выполняться и доставляться с использованием существующей инфраструктуры и возможностей компании.

В ASOS объясняют, что это часть плана по оптимизации запасов. В прошлом месяце ритейлер заявил, что к концу текущего финансового года собирается сократить свои запасы на 20%.



Источник:

[Asos launches sample sale website where everything is £5](#)

Getir покидает Францию и Испанию

Marketscreener.com, 03.07.2023

/новость

Турецкий стартап в сфере быстрой доставки Getir прекратит свой бизнес в Испании и уволит всех сотрудников после того, как не смог привлечь достаточно капитала в недавнем раунде финансирования, заявил крупнейший испанский профсоюз ССОО.

На рынке доставки еды в Испании доминируют Glovo, Just Eat Takeaway и Uber Eats. Все три увеличили долю рынка после того, как британская Deliveroo покинула страну в конце 2021 года.

Ранее сообщалось, что Getir уйдет с французского рынка.

Getir ведет переговоры о поглощении немецкого конкурента Flink, сообщает Financial Times. В декабре прошлого года Getir купила немецкую компанию Gorillas за \$1,2 млрд.



Источник:

[Turkish food delivery startup Getir to leave Spain - union](#)

Объем глобального рынка e-commerce достигнет \$8,5 трлн к 2026 г.

Economictimes.indiatimes.com, 05.07.2023

/исследование

Согласно отчету FIS Global Payments Report 2023, взрывной рост мировой электронной коммерции в первые два года пандемии немного замедлился в 2022 году, при этом объем онлайн-транзакций вырос на 10% в годовом исчислении в период с 2021 по 2022 год.

В отчете прогнозируется совокупный среднегодовой темп роста в 9% в период с 2022 по 2026 год.

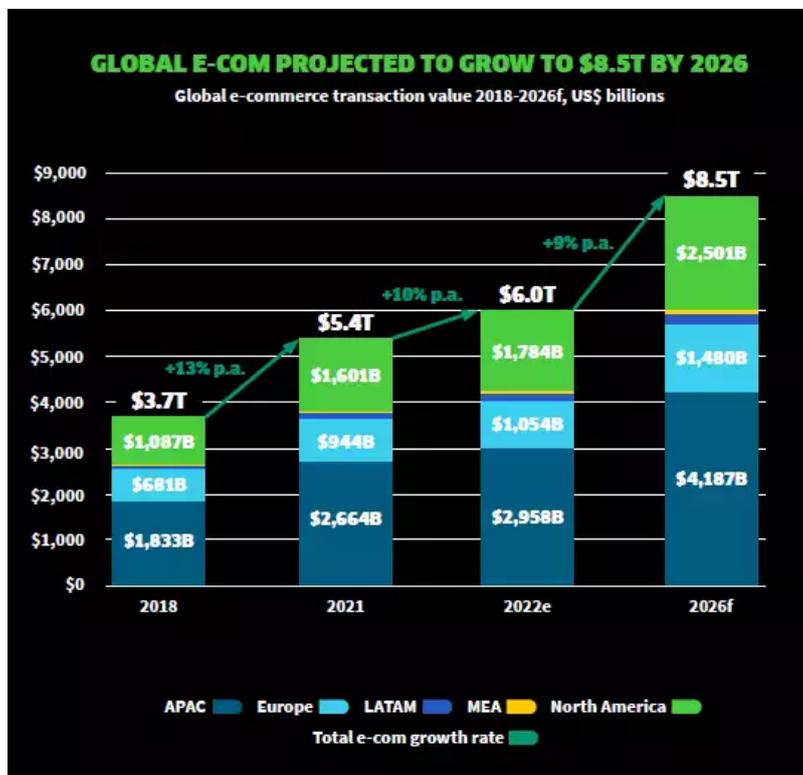
Глобальный объем транзакций в сфере e-commerce вырастет с примерно \$6 трлн в 2022 году до более чем \$8,5 трлн в 2026 году.

Во всех регионах, кроме Европы, с 2021 по 2022 год наблюдались двузначные темпы роста, при этом самый высокий рост составил 21% на Ближнем Востоке и в Африке. Из 40 рынков, охваченных в отчете, на 37 наблюдался двузначный рост в годовом исчислении с 2021 по 2022 год. Рынки в Латинской Америке, на Ближнем Востоке, в Африке и Юго-Восточной Азии (за исключением Таиланда с 9%) продолжают оставаться быстрорастущими.

Электронная коммерция будет расти во всех регионах, а на развивающихся рынках прогнозируется надежный двузначный рост. Эта тенденция открывает привлекательные возможности для трансграничной электронной коммерции.

Источник:

[Global e-com expected to hit \\$8.5 trillion by 2026, with a 56% growth forecast from 2018: Report](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

Как Askona собирается занять нишу товаров для дома — Екатерина Башилова

Askona является одним из лидеров товаров для дома и сна на российском рынке. Как компания собирается занять рынок товаров для дома, освобожденный уходом IKEA и ZARA HOME, какие каналы привлечения и удержания клиентов работают лучше всего, а также какие планы у компании на международную экспансию обсудили с директором по маркетингу Askona — Екатериной Башиловой.

A blue square containing the text "DigitalVoice" in white.

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

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.