

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 4

29 Января 2024 - 04 Февраля 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight на конференции «Селлеры и маркетплейсы»

Data Insight: 63 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в декабре 2023 г.

Оборот сервиса доставки ВкусВилла увеличился на 54% в 2023 г.

«Магнит» открыл в одном из своих магазинов первый ПВЗ «Магнит Маркета»

Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 24% в 2023 г.

Оборот Мегамаркета вырос в 5 раз в 2023 г.

В приложении «Лента Онлайн» можно оформить заказы с услугой самовывоза

Авито: ПВЗ и онлайн-магазины — популярные категории бизнеса для покупки

Tinkoff eCommerce: Число покупок на маркетплейсах выросло на 63% в 2023 г.

ЮKassa: Маркетплейсы удерживают лидерство в онлайн-торговле

Весь мир:

Продажи Amazon выросли на 12% в 2023 г.

Объем онлайн-покупок в Южной Корее достиг рекорда в 2023 г.

Amazon тестирует шопинг-ассистента на базе искусственного интеллекта

Экосистема Uzum запустила медиапроект о финансах и покупках

56,1% пользователей интернета покупали онлайн еженедельно в 2023 г.

Онлайн-продажи товаров в Германии снизились на 11,8% в 2023 г.



Россия:

Data Insight на конференции «Селлеры и маркетплейсы»

Sim.oborot.ru, 02.02.2024

/НОВОСТЬ

Фёдор Вирин, партнер **Data Insight**, выступит на конференции «Селлеры и маркетплейсы» от Оборот.ру, которая пройдет **28-29 февраля** в Центре событий РБК в Москве.



Цель СиМ-2024 — собрать вместе людей, которые торгуют на маркетплейсах от 2-х лет и находятся в поисках новых механик и идей для масштабирования. А также людей, готовых делиться собственным выстраданным опытом построения прибыльного бизнеса на площадках. Сердце конференции это программа, которая в ближайшее время будет пополняться уникальными докладами, освещающими практику решения актуальных вопросов селлеров.

Основные темы программы:

- Маркетинг и продвижение
- Продажи
- Ценообразование и конкуренция
- Масштабирование бизнеса
- Логистика
- Правовые вопросы
- ИИ на практике
- Страна советов
- Еsom с пивком

Регистрация

Источник:

[Селлеры и маркетплейсы](#)

Data Insight: 63 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в декабре 2023 г.

Datainsight.ru, 02.02.2024

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за декабрь 2023 года.

1.1. Количество заказов в декабре

#01_2024 (декабрь)



63 млн

в декабре 2023



7%

к ноябрю 2023



+44%

к декабрю 2022

В среднем в сутки 2 032 тыс. заказов (+4% к ноябрю 2023 г.)

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс.Еда и Маркет Деливери учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов
Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных



2

Основные выводы:

- В декабре 2023 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 63 млн заказов (здесь и далее без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что на 7% больше, чем в ноябре 2023 года, и на 44% больше, чем в декабре 2022 года.
- В декабре 2023 года среднесуточное количество заказов достигло максимума (2032 тыс.), в 1,5 раза превысив показатель января — годовой минимум (1347 тыс.).
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2024 года составит 852 млн заказов и 1 142 млрд рублей.

Подписаться на Бюллетень eGrocery

Источник:

Выпуск eGrocery бюллетеня январь 2024



Оборот сервиса доставки ВкусВилла увеличился на 54% в 2023 г.

Telega.ph, 02.02.2024

/НОВОСТЬ

Оборот ВкусВилла в 2023 году вырос на 27% — до 297,5 млрд руб. с НДС. Более 2,5 млн покупателей предпочитают гибридный формат покупки продуктов.

- К концу 2023-го доля онлайн-продаж во ВкусВилле превысила 50%, при этом онлайн приносит прибыль.
- За прошлый год оборот сервиса доставки вырос на 54% и составил более 139,4 млрд руб. с НДС. Сеть дарксторов расширилась до 147 точек.
- Курьеры ВкусВилла доставили 107,7 млн заказов (+52%).
- Среднее время от момента оформления до выполнения доставки составляет 79 минут при обещании привезти товары за 2 часа.
- За 2023 год более 30% заказов в пределах города доставили в сервисе за 1 час, экспресс за 30 минут стал доступен во всех регионах присутствия компании.



Источник:

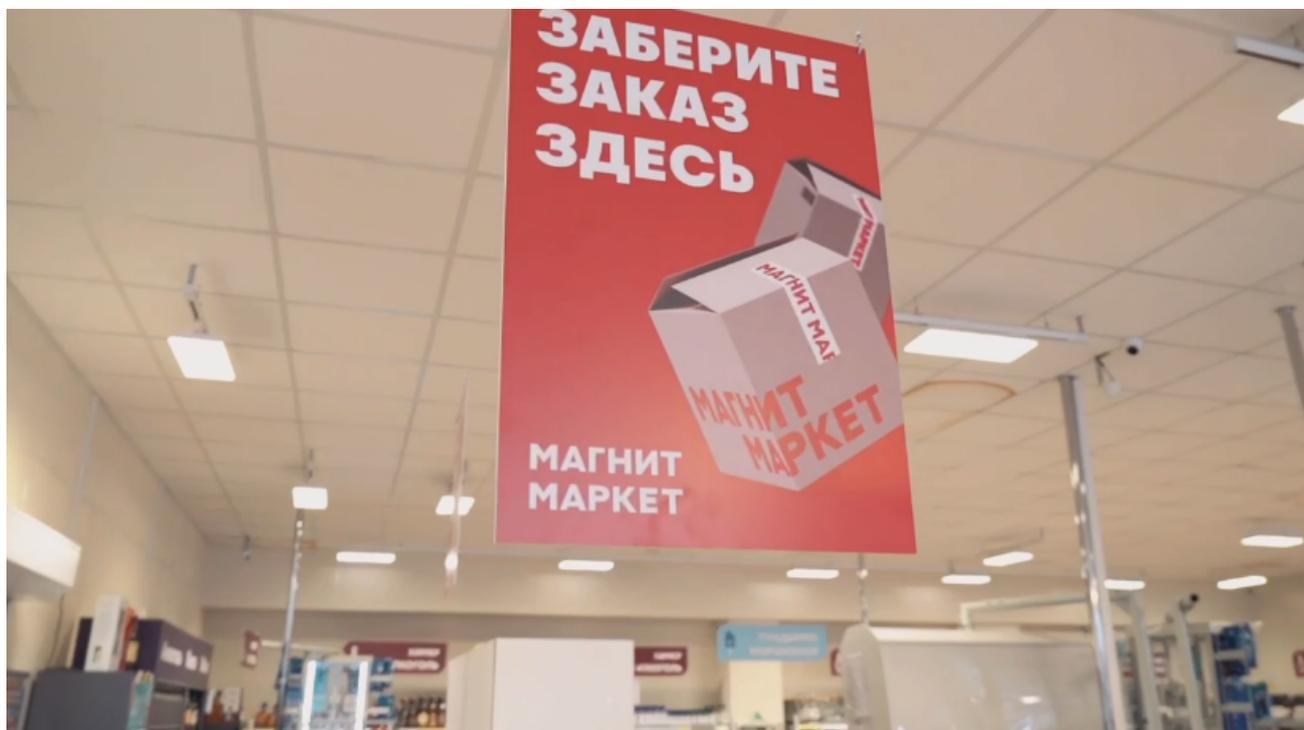
[ВкусВилл итоги 2023: Баланс доставки и офлайн-сервиса](#)

«Магнит» открыл в одном из своих магазинов первый ПВЗ «Магнит Маркета»

Magnit.com, 01.02.2024

/новость

Первый тестовый пункт выдачи заказов маркетплейса «Магнит Маркет» (KazanExpress) открыт в одном из магазинов «Магнит» в Казани. Заказанные товары можно забрать в кассовой зоне.



В феврале «Магнит» планирует запустить в Казани 16 тестовых ПВЗ в различных конфигурациях, чтобы выбрать оптимальные. Заказы покупателей KazanExpress будут за один день доставляться в магазины «Магнит» с пунктами выдачи. Для быстроты обработки заказов в магазинах будут предусмотрены отдельные зоны хранения.

В ноябре 2023 года «Магнит» приобрел KazanExpress и приступил к интеграции площадки для запуска на ее основе маркетплейса «Магнит Маркет». Собственная сеть ПВЗ KazanExpress насчитывает более 500 точек в 122 городах. Планируется, что география и число пунктов выдачи будут кратно увеличены за счет открытия ПВЗ в магазинах «Магнит» всех форматов.

Источник:

[«Магнит» открыл первый ПВЗ «Магнит Маркета» в одном из своих магазинов](#)

Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 24% в 2023 г.

Okmarket.ru, 31.01.2024

/новость

За IV кв. 2023 года чистая розничная выручка Группы «О'КЕЙ» выросла на 5,2% в годовом выражении до 58,5 млрд руб. Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 25,1% в годовом выражении до 2,3 млрд руб., а их доля достигла 5,7% от чистой розничной выручки «О'КЕЙ».

По итогам 12 месяцев 2023 года чистая розничная выручка Группы выросла на 2,8% в годовом выражении до 205,8 млрд руб. Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 24,0% в годовом выражении до 7,7 млрд руб., а их доля составила 5,4% от чистой розничной выручки «О'КЕЙ».



Источник:

ГК «О'КЕЙ» объявляет о росте чистой розничной выручки на 5,2%, выручка сети дискаунтеров «ДА!» выросла на 22,1% в IV квартале 2023 года

Оборот Мегамаркета вырос в 5 раз в 2023 г.

Megamarket.ru, 30.01.2024

/новость

По итогам 2023 года оборот мультикатегорийного маркетплейса Мегамаркет увеличился в 5 раз, достигнув показателя свыше 312 млрд руб.



- Самый большой рост по обороту за год показали категории «Смартфоны и аксессуары» (+750%), «Мебель» (+641%) и «Обувь» (+594%). Количество заказов за 2023 год выросло почти в 3 раза: среди лидеров — высокочастотные товары.
- К площадке присоединилось в 2 раза больше продавцов, чем годом ранее. Ассортимент вырос более чем в 2 раза — до 66,3 млн товаров.
- Количество уникальных посетителей в месяц увеличилось за год в 2,5 раза и достигло 47 млн человек.
- Маркетплейс доставляет товары в более чем 76 тыс. ПВЗ и постаматов по всей стране. Также более 60% заказов всех курьерских отправок доставляется через опцию по клику, реализованную на базе инфраструктуры онлайн-ритейлера Самокат в 116 городах России.

Источник:

[Пресс-служба Мегамаркета](#)

В приложении «Лента Онлайн» можно оформить заказы с услугой самовывоза

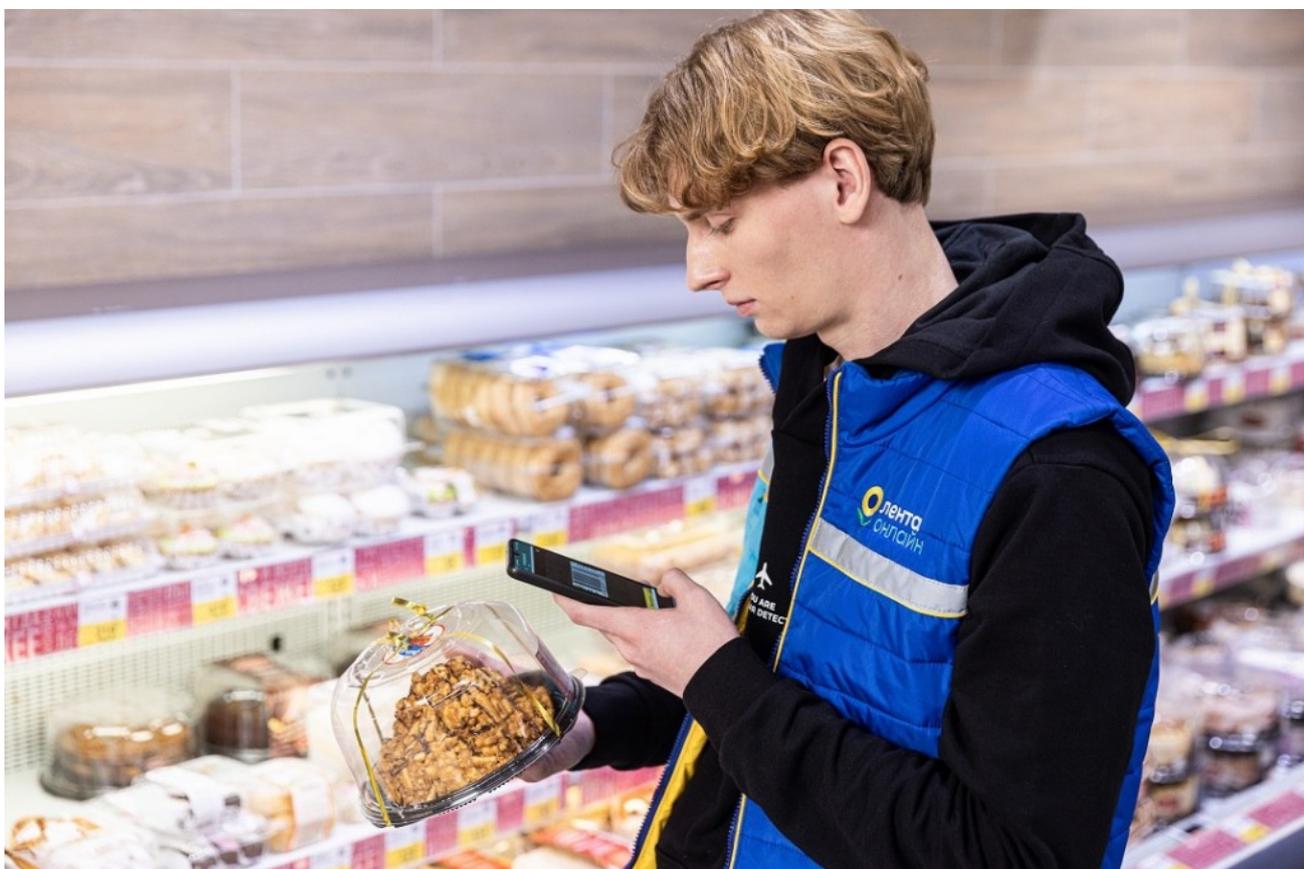
Lenta.com, 29.01.2024

/новость

«Лента» запустила технологию Click & Collect для пользователей приложения «Лента Онлайн». Ранее самовывоз можно было заказать только на сайте компании или в отдельном приложении.

Оплатить заказ можно онлайн или на кассе при получении. Если среди товаров есть алкогольная или табачная продукция, оплата возможна только в магазине после проверки возраста покупателя.

Для получения заказа необходимо за несколько минут до посещения магазина нажать кнопку «Скоро буду» в приложении «Лента Онлайн». Заказ можно забрать в любое время после завершения его сборки и до окончания работы стойки выдачи.



Источник:

[«Лента» объединила функции заказов доставки и самовывоза в одном приложении](#)

Авито: ПВЗ и онлайн-магазины — популярные категории бизнеса для покупки

Vc.ru, 30.01.2024 11:50:00

/исследование

В 2023 году спрос на покупку готовых компаний и франшиз на Авито вырос на 15,6% год к году. Тройку самых востребованных категорий составили ПВЗ — 19,6% спроса, общепит — 18%, онлайн-торговля — 9,3%.

Категория	Доля категории в общей структуре спроса на готовый бизнес, 2022, %	Доля категории в общей структуре спроса на готовый бизнес, 2023, %	Темпы роста спроса, 2023 к 2022, %
Пункты выдачи заказов	20,7	19,6	+9,5
Общественное питание	15,8	18	+31,2
Интернет-магазины	5,1	9,3	+109,7
Красота и уход	7,1	8,5	+37,6
Производство	7,5	6,9	+6,3
Сфера услуг	14,5	7	-43,8

Ключевым изменением стало заметное увеличение спроса на покупку интернет-магазинов: если в 2022 году раздел занимал 7-ю строчку в категории «Готовый бизнес и франчайзинг», то по итогам прошлого года вошел в ТОП-3.

В 2023 году интернет-магазины стали лидером по темпам роста спроса на покупку готовых компаний и франшиз: интерес к ним увеличился на 109,7% год к году.

Готовые решения для запуска продаж на онлайн-платформах и маркетплейсах также стали самой быстрорастущей подкатегорией на Авито в прошлом году.

Источник:

[Пункты выдачи заказов, общественное питание и онлайн-магазины остаются популярными категориями бизнеса для покупки](#)



Tinkoff eCommerce: Число покупок на маркетплейсах выросло на 63% в 2023 г.

Tinkoff.ru, 29.01.2024

/исследование

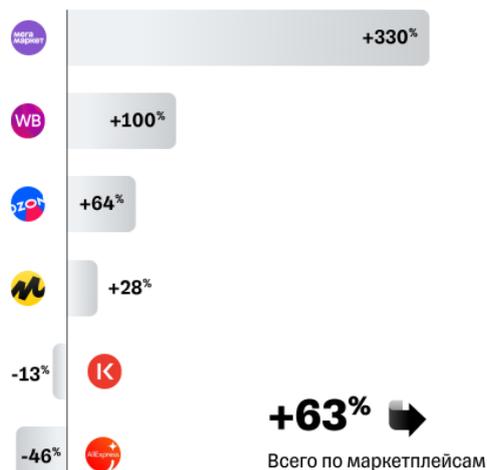
Согласно исследованию Tinkoff eCommerce, совокупный объем трат на маркетплейсах в 2023 году почти в 1,5 раза больше, чем в 2022 году.

- Количество транзакций выросло на 63%. Лидерами по росту количества покупок стали Мегамаркет (число транзакций выросло в 4,3 раза), Wildberries (в 2 раза) и Ozon (в 1,6 раза).
- Средний чек снизился на 10% — до 1789 руб. Самый высокий средний чек (4804 руб.) — у пользователей Мегамаркета. Самый низкий (683 руб.) — на KazanExpress.
- Увеличилось число транзакций на маркетплейсах, которые совершают россияне за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, и общий объем этих транзакций в денежном выражении.
- Самая популярная площадка по оборотам и числу совершенных покупок — Wildberries, на втором месте — Ozon. На них приходится 86% продаж (в рублях).
- Рост числа селлеров за последний год замедлился — продавцов на маркетплейсах стало на 8% больше. Число селлеров выросло только на Яндекс Маркете (+62%), Мегамаркете (+42%) и Ozon (+30%). У Wildberries количество активных продавцов снизились на 5%.
- Количество селлеров, которые торгуют на 2 и более площадках, выросло на 17%. Самой привлекательной платформой для старта бизнеса является Wildberries.

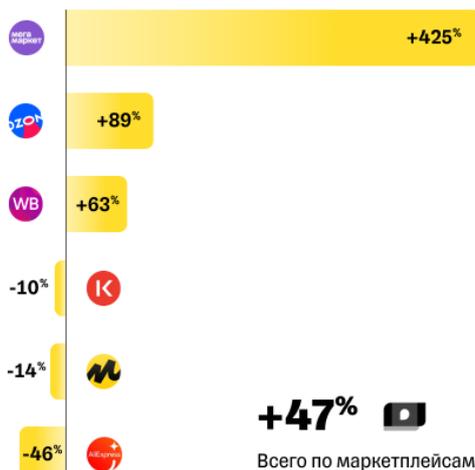
Динамика покупок на маркетплейсах

2023-й год против 2022-го

Количество покупок



Сумма покупок



TINKOFF
Data

Исследование
Tinkoff eCommerce

На основе обезличенных данных клиентов Тинькофф

Источник:

Итоги года на маркетплейсах: в 2023 году количество покупок выросло на 63%



ЮKassa: Маркетплейсы удерживают лидерство в онлайн-торговле

Yoomoney.ru, 29.01.2024

/исследование

Аналитики ЮKassa изучили платежи пользователей в интернет-магазинах разных сегментов за январь-декабрь 2022-2023 годов. Маркетплейсы удерживают лидерство в онлайн-торговле. При этом небольшие и средние магазины показали значительный рост оборота и числа покупок. Также наблюдается рост количества самозанятых и небольших площадок.

Пользователи обращаются к альтернативным платёжным методам. Всё чаще используются биометрия, оплата через боты и другие инновационные технологии, банковские терминалы подключают NFC. Продавцы активно внедряют BNPL-методы, оплату по частям и другие кредитные опции.

Рынок онлайн-торговли в 2023 году



Динамика рынка онлайн-торговли год к году

1

Маркетплейсы

В 2023 году оборот вырос на 39% по сравнению с 2022 годом, платежей стало на 57% больше, число платёжчиков снизилось на 3%. Средний чек уменьшился на 12%, до 1 675 рублей.

+39% ↑
оборот

-12% ↓
средний чек

2

Небольшие магазины с оборотом до 800 тысяч рублей в месяц

Количество увеличилось на 43%. Оборот вырос на 30%, число транзакций — на 38%, число платёжчиков — на 2%. Средний чек снизился на 6% и составил 1 890 рублей.

+30% ↑
оборот

-6% ↓
средний чек

3

Средние магазины с оборотом до 6,4 млн рублей в месяц

Количество выросло на 18%, оборот увеличился на 32%, количество транзакций — на 31%, число платёжчиков не изменилось. Средний чек вырос на 1%, до 1 869 рублей.

+32% ↑
оборот

+1% ↑
средний чек

4

Крупные магазины с оборотом от 6,4 млн рублей в месяц

Количество выросло на 9%, оборот увеличился на 39%, число транзакций — на 61%, число платёжчиков — на 10%. Средний чек снизился на 14% и составил 839 рублей.

+39% ↑
оборот

-14% ↓
средний чек

Источник:

Итоги 2023 года в e-commerce: рост интернет-магазинов и новые платёжные методы



Весь мир:

Продажи Amazon выросли на 12% в 2023 г.

Ir.aboutamazon.com, 01.02.2024

/НОВОСТЬ

В IV кв. 2023 года чистый объем продаж Amazon увеличился на 14% до \$170 млрд. Операционная прибыль выросла до \$13,2 млрд по сравнению с \$2,7 млрд в IV кв. 2022 года. Чистая прибыль увеличилась до \$10,6 млрд, разводненная прибыль на акцию — до \$1 против \$0,3 млрд или \$0,03 на акцию годом ранее.

По итогам 2023 года чистый объем продаж увеличился на 12% до \$574,8 млрд. Операционная прибыль выросла до \$36,9 млрд в 2023 году по сравнению с \$12,2 млрд в 2022 году. Чистая прибыль составила \$30,4 млрд в 2023 году, а разводненная прибыль на акцию — \$2,90 по сравнению с чистым убытком в \$2,7 млрд или \$0,27 на акцию в 2022 году.

AMAZON.COM, INC.
Consolidated Statements of Operations
(in millions, except per share data)
(unaudited)

	Three Months Ended December 31,		Twelve Months Ended December 31,	
	2022	2023	2022	2023
Net product sales	\$ 70,531	\$ 76,703	\$ 242,901	\$ 255,887
Net service sales	78,673	93,258	271,082	318,898
Total net sales	149,204	169,961	513,983	574,785
Operating expenses:				
Cost of sales	85,640	92,553	288,831	304,739
Fulfillment	23,103	26,095	84,299	90,619
Technology and infrastructure	20,814	22,038	73,213	85,622
Sales and marketing	12,818	12,902	42,238	44,370
General and administrative	3,333	3,010	11,891	11,816
Other operating expense (income), net	759	154	1,263	767
Total operating expenses	146,467	156,752	501,735	537,933
Operating income	2,737	13,209	12,248	36,852
Interest income	445	901	989	2,949
Interest expense	(694)	(713)	(2,367)	(3,182)
Other income (expense), net	(3,450)	289	(16,806)	938
Total non-operating income (expense)	(3,699)	477	(18,184)	705
Income (loss) before income taxes	(962)	13,686	(5,936)	37,557
Benefit (provision) for income taxes	1,227	(3,062)	3,217	(7,120)
Equity-method investment activity, net of tax	13	—	(3)	(12)
Net income (loss)	\$ 278	\$ 10,624	\$ (2,722)	\$ 30,425
Basic earnings per share	\$ 0.03	\$ 1.03	\$ (0.27)	\$ 2.95
Diluted earnings per share	\$ 0.03	\$ 1.00	\$ (0.27)	\$ 2.90
Weighted-average shares used in computation of earnings per				
Basic	10,220	10,356	10,189	10,304
Diluted	10,308	10,610	10,189	10,492

Источник:

[Amazon.com Announces Fourth Quarter Results](#)



Объем онлайн-покупок в Южной Корее достиг рекорда в 2023 г.

English.news.cn, 01.02.2024

/новость

Онлайн-шопинг в Южной Корее достиг рекордного уровня в прошлом году из-за устойчивого спроса на путешествия, еду и услуги электронных купонов. По данным Статистического управления Кореи, в 2023 году объем покупок в киберпространстве составил 227,35 трлн вон (\$170,8 млрд), что на 8,3% больше, чем годом ранее. Это самый высокий показатель с момента начала сбора соответствующих данных в 2001 году.

Транзакции с продуктами питания и напитками в киберпространстве выросли на 12,1%, а спрос на сельскохозяйственные товары увеличился на 14,3%. Интернет-покупки косметики, предметов домашнего обихода, автозапчастей, мобильных устройств и мебели выросли, но покупки компьютеров, бытовой техники и спортивных товаров сократились.

Объем покупок через смартфоны вырос на 7% за год до 167,83 трлн вон (\$126 млрд).



Источник:

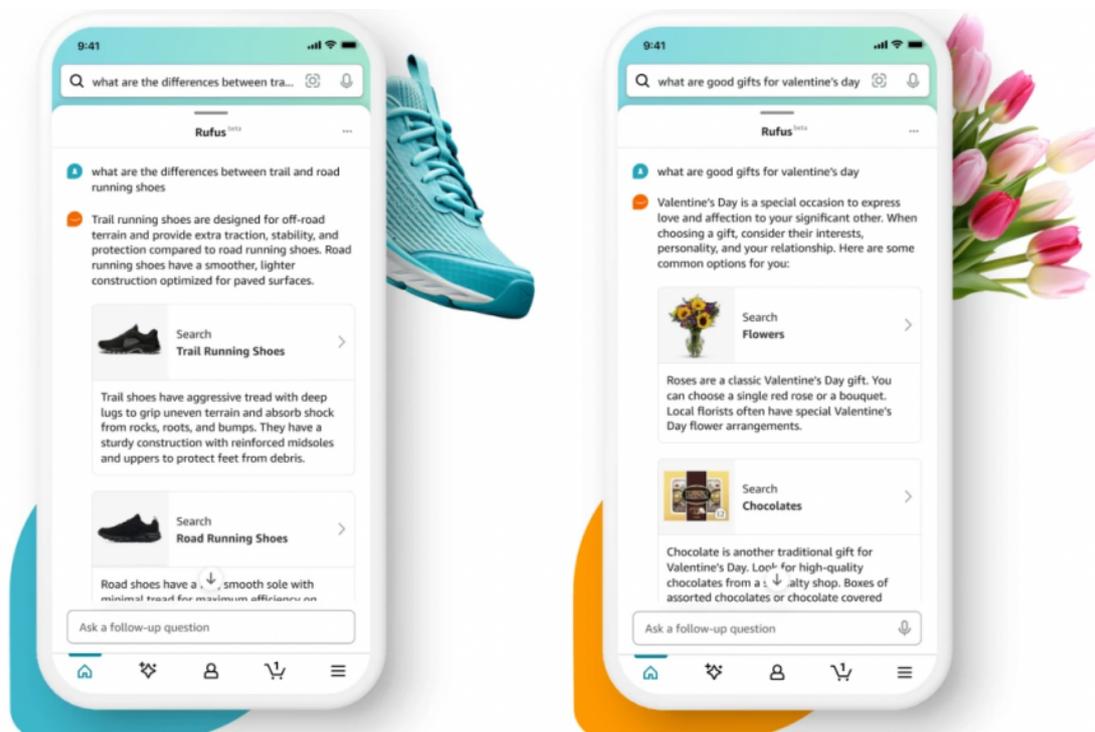
[S. Korea's online shopping hits record high in 2023](#)

Amazon тестирует шопинг-ассистента на базе искусственного интеллекта

Aboutamazon.com, 01.02.2024

/новость

Amazon тестирует в приложении чат-бота Rufus, который поможет пользователю с поиском товара и даст рекомендации.



Rufus — экспертный шопинг-помощник на базе генеративного ИИ, обученный работе с каталогом продуктов Amazon и информацией из интернета, отзывами клиентов. Он способен отвечать на вопросы покупателей, давать рекомендации на основе контекста разговора и облегчить поиск продуктов.

Amazon тестирует функцию с небольшой группой клиентов, но в ближайшее время Rufus станет доступен все большему числу покупателей в США.

Источник:

[Amazon announces Rufus, a new generative AI-powered conversational shopping experience](#)

Экосистема Uzum запустила медиапроект о финансах и покупках

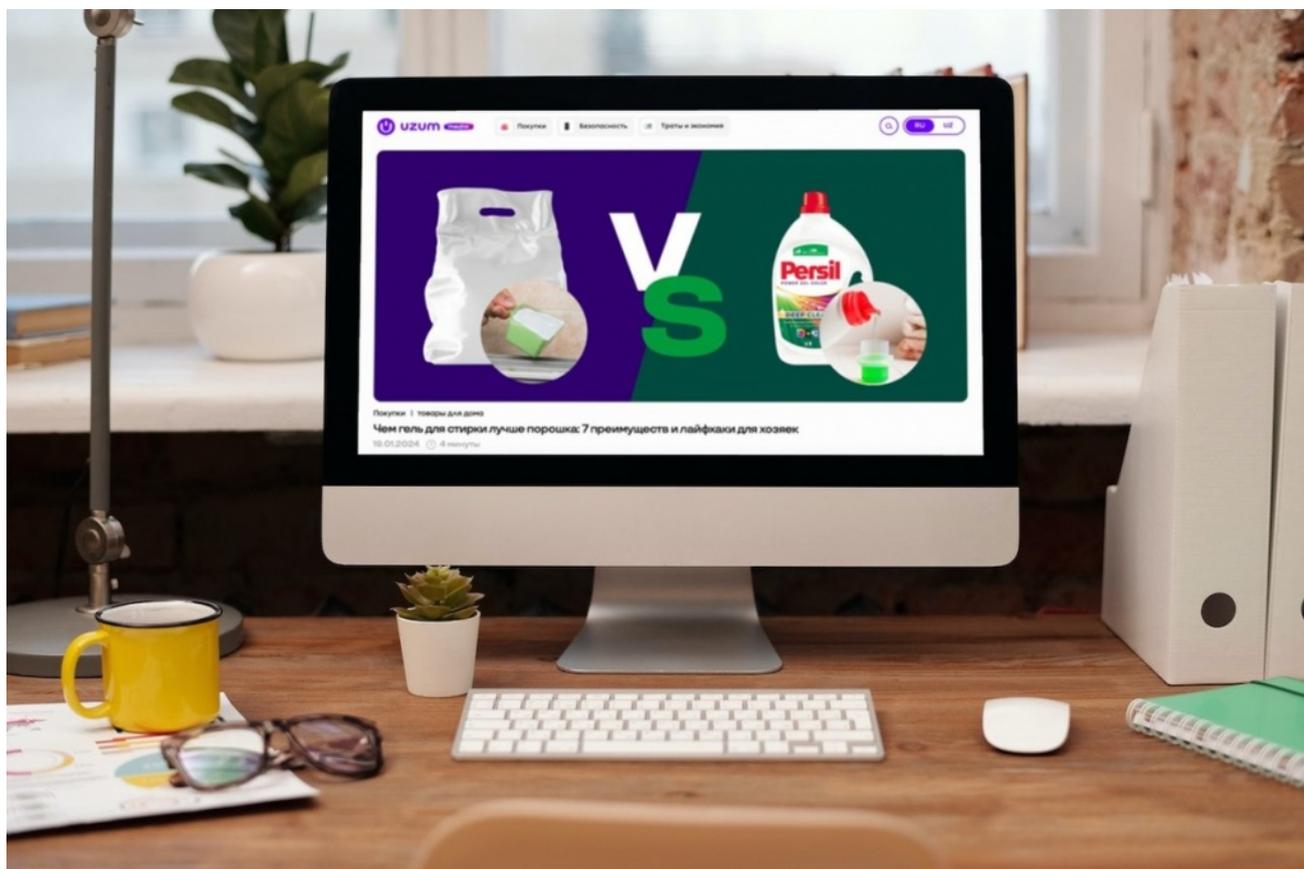
Spot.uz, 29.01.2024 11:56:00

/новость

Группа Uzum представила собственный онлайн-журнал, посвященный темам покупок и финансовой грамотности — Uzum Media.

Авторами материалов выступают эксперты Uzum Market, «Капиталбанка» и других сервисов экосистемы, а также ведущих компаний, госорганов и общественных организаций Узбекистана.

«Нам важно дать пользователям информацию, которая позволит правильно выстроить отношения с цифровым миром», — отмечает руководитель Uzum Media Валерия Булычева.



Источник:

[Uzum открыла специализированный медиапроект о финансах и покупках](#)

56,1% пользователей интернета покупали онлайн еженедельно в 2023 г.

Datareportal.com, 31.01.2024

/исследование

Согласно глобальному отчету Digital 2024 от We Are Social и Meltwater, в 2023 году 56,1% пользователей интернета в возрасте от 16 до 64 лет совершали онлайн-покупки товаров или услуг каждую неделю. Показатель снизился год к году на 2,6%.

Другие результаты исследования:

- 28,2% (-0,4%) интернет-пользователей еженедельно покупали онлайн продукты.
- 39% населения в возрасте 15+ совершали покупки с мобильных устройств.
- Основным драйвером онлайн-покупок является бесплатная доставка (50% интернет-пользователей в возрасте 16-64 лет). Наименее важный фактор — эксклюзивный контент и сервисы (10,5%).
- Категории с наибольшим объемом онлайн-продаж: электроника — \$781,3 млрд (+11,8%), мода — \$673,6 млрд (+8,4%), еда — \$370,7 млрд (+16%).



Источник:

Digital 2024: Global Overview Report



Онлайн-продажи товаров в Германии снизились на 11,8% в 2023 г.

EcommerceNews.eu, 30.01.2024

/исследование

Онлайн-расходы на товары в Германии в 2023 году снизились двузначными темпами — на 11,8%, составив 79,7 млрд евро, сообщает bevh.

В 2022 году онлайн-расходы на товары уже сократились на 8,8%. Федеральная ассоциация электронной коммерции Германии объясняет этот спад «более низкой готовностью потребителей тратить деньги». В прошлом году потребители стали меньше расходовать в интернете, особенно на книги, компьютеры, украшения, обувь и одежду.

Доля онлайн-выручки в продажах товаров в Германии снизилась с 11,8% до 10,2%. Тем не менее, расходы немецких онлайн-потребителей на услуги увеличились в прошлом году на 12,7% до 12,7 млрд евро.

Bevh отмечает, что показатели онлайн-оборота улучшались в течение года. Если в I кв. 2023 года расходы снизились на 15%, то к IV кв. этот процент сократился более чем вдвое. После пяти кварталов двузначного снижения впервые был зафиксирован однозначный процент потерь. Показатели по-прежнему снижаются, но ожидается стабилизации в течение текущего года, после чего возобновится рост онлайн-расходов.

Источник:

['Low point in German ecommerce'](#)



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.

