

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2024 / № 15

15 Апреля 2024 - 21 Апреля 2024

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2023

«Индилавка» от ВкусВилла представила товары под СТМ

Lamoda запустила собственный бренд женской одежды Nume

Онлайн-продажи Sokolov увеличились на 57% по итогам I кв. 2024 г.

Wildberries запускает продажу автомобилей

Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 81,7% в I кв. 2024 г.

«Магнит» приступает к ребрендингу KazanExpress

Мегамаркет: Покупатели все строже относятся к отзывам на маркетплейсах

#### **Весь мир:**

Розничные онлайн-продажи в Китае увеличились на 12,4% в I кв. 2024 г.

Yandex Go запустил в Ташкенте корпоративное такси

Объем рынка e-commerce в Италии составил 80,6 млрд евро в 2023 г.

Uzum Tezkor доступен уже в семи городах Узбекистана

comScore: Онлайн-продажи в США достигли \$1,3 трлн в 2023 г.

ECDB: Бытовая электроника — крупнейшая подкатегория на рынке e-commerce

На Amazon придется более 40% розничных онлайн-продаж в США в 2024 г.

#### **Подкасты и видео**



## Россия:

# Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2023

Datainsight.ru, 16.04.2024

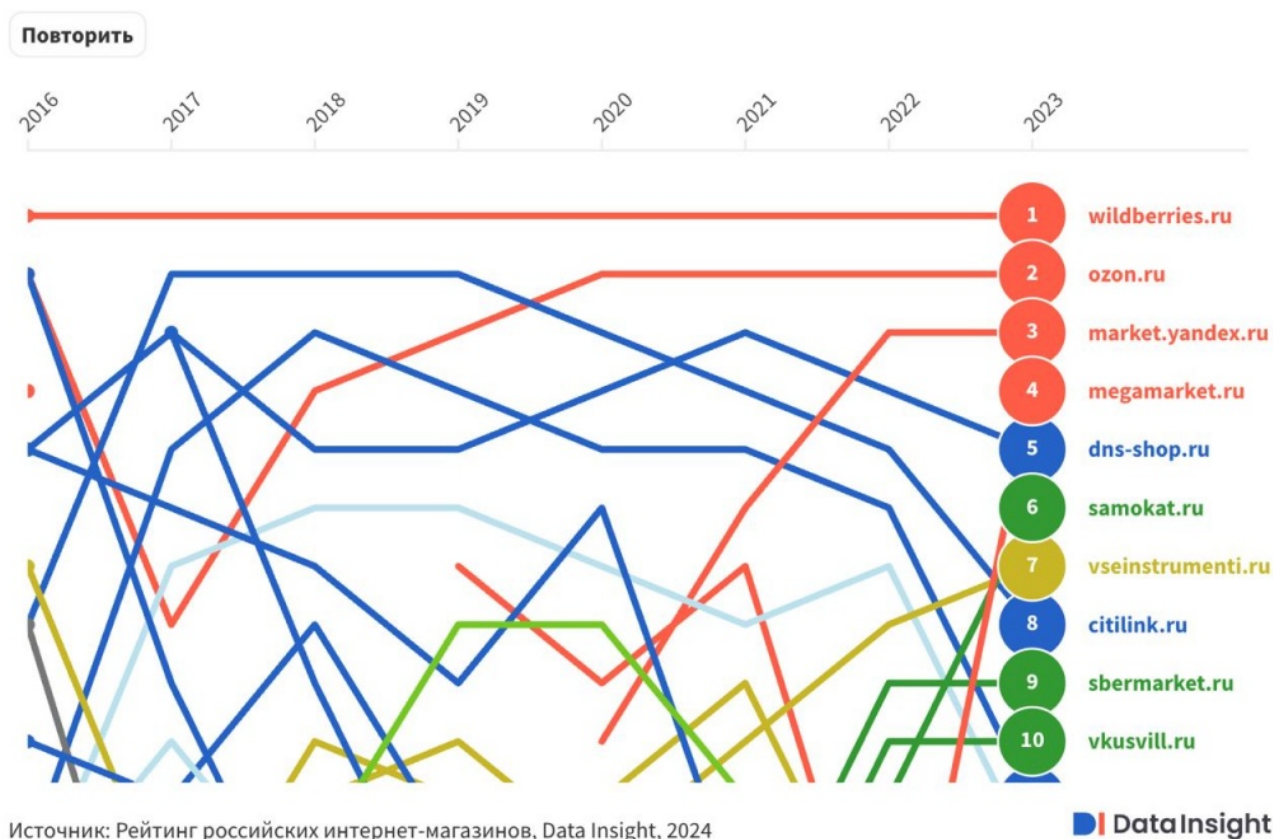
/НОВОСТЬ

**Data Insight** представляет «Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2023».

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight и данные сторонних сервисов. В частности, при составлении рейтинга используются данные регулярного мониторинга посещаемости и количества заказов, который ведет Data Insight, данные онлайн-чеков, данные ФНС и другие источники.

Полный рейтинг за 2023 год доступен [на сайте](#).

## Крупнейшие российские интернет-магазины 2016-2023 год



Источник:

[Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2023](#)

# «Индилавка» от ВкусВилла представила товары под СТМ

Telegra.ph, 19.04.2024

/новость

В «Индилавке» ВкусВилл появились первые экзотические продукты под собственным брендом. Роспатент зарегистрировал товарный знак «Индилавка».

Каталог «Индилавки» доступен в сервисе доставки во всех городах присутствия компании, отдельные товары представлены на специализированных полках в магазинах ВкусВилл в Москве, а также в сервисе «Доставка по всей России и СНГ».

Ежемесячно в проекте больше 40 тыс. заказов, каждая двухсотая онлайн-покупка во ВкусВилле содержит товары «Индилавки».



Источник:

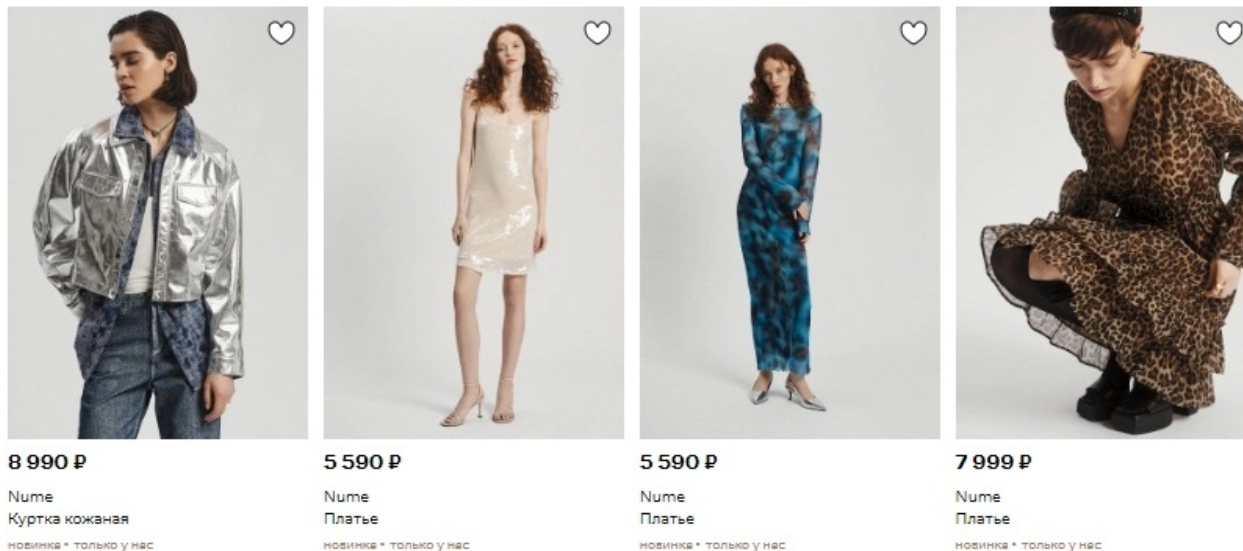
[В Индилавке ВкусВилл появились первые экзотические продукты под СТМ](#)

# Lamoda запустила собственный бренд женской одежды Nume

Adindex.ru, 18.04.2024

/новость

Lamoda представила первую коллекцию собственного бренда женской одежды Nume. Товары марки эксклюзивно доступны на онлайн-платформе маркетплейса.



В продаже появились около 90 предметов, в ближайшее время также будет доступна одежда из денима. Всего в этом сезоне в продажу поступит более 300 различных моделей, в том числе обувь. Дизайн всех моделей был разработан внутри команды ритейлера.

Компания также планирует в ближайший месяц запустить бренд мужской одежды Mademan. Новые марки представлены в среднем ценовом сегменте. Товары выпускают в Китае и Турции.

Это первые собственные бренды одежды Lamoda. Ранее ритейлер начал развивать СТМ Lamoda Home.

Источник:

[Lamoda показала первую коллекцию своего бренда женской одежды](#)

# Онлайн-продажи Sokolov увеличились на 57% по итогам I кв. 2024 г.

Sokolov.ru, 18.04.2024

/НОВОСТЬ

Оборот ювелирного холдинга Sokolov в I кв. 2024 года увеличился на 52% и достиг 15,4 млрд руб. Розничные продажи выросли на 53% до 11,8 млрд руб.

Драйверами развития розницы стали онлайн-продажи (+57% до 5,7 млрд руб.), в том числе продажи через маркетплейсы (+68% до 2,8 млрд руб.).



Источник:

Оборот ювелирного холдинга Sokolov вырос в 1 квартале 2024 года на 52%



# Wildberries запускает продажу автомобилей

Vedomosti.ru, 17.04.2024

/новость

Wildberries с 18 апреля начинает продажи автомобилей, сообщают [«Ведомости»](#). На маркетплейсе появится категория «Транспортные средства», первыми автомобилями станут машины CHERY от компании «Деливери кар».

Приобрести авто смогут жители 17 регионов России. Для покупки нужно внести предоплату с карты, привязанной к профилю. Затем покупателю позвонит менеджер «Деливери кар», чтобы заключить договор купли-продажи. Автомобили будут доставлены в согласованное место в регионе, где доступна доставка.



Источник:

[Wildberries запустит продажу автомобилей](#)

# Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 81,7% в I кв. 2024 г.

X5.ru, 16.04.2024

/НОВОСТЬ

За I кв. 2024 года чистая выручка цифровых бизнесов увеличилась на 81,7% и составила 46,5 млрд руб. (5,3% от общей чистой выручки).

- MAU цифровых сервисов X5 составило 33,6 млн, показав рост на 54,1% год к году.
- Совокупный GMV X5 Digital достиг 50,6 млрд руб., увеличившись на 81,6%, включая НДС, промокоды и бонусы.
- По состоянию на 31 марта 2024 года услуга экспресс-доставки была доступна из 8 394 магазинов, а также 35 дарксторов в 70 регионах.
- Выручка сервиса e-commerce доставки 5Post выросла на 126,5% на фоне увеличения числа новых партнеров. Количество выданных посылок 5Post достигло 11,7 млн. Число пунктов выдачи составило более 20 тыс., включая более 5 тыс. постаматов.
- Чистая выручка от онлайн-продаж сервиса готовой еды «Много лосося» выросла на 45,7% год к году.



## ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

X5 DIGITAL	1 кв. 2024	1 кв. 2023	ИЗМ Г-К-Г, %
GMV, <sup>12</sup> млн руб.	50 615	27 879	81,6
Количество заказов, тыс.	27 164	14 585	86,3
Средний чек, руб. (Vprok.ru)	4 629	5 097	(9,2)
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 699	1 595	6,5
<b>5POST</b>			
Количество заказов, тыс.	11 723	5 973	96,3
<b>МНОГО ЛОСОСЯ</b>			
GMV, <sup>13</sup> млн руб.	2 184	1 517	44,0
Количество заказов, тыс.	539	426	26,8
Средний чек, руб.	2 384	2 109	13,0

Источник:

[X5 Group объявляет о росте чистой выручки на 26,9%](#)



# «Магнит» приступает к ребрендингу KazanExpress

Magnit.com, 15.04.2024

/новость

Сайт, приложение, ПВЗ и другие элементы инфраструктуры маркетплейса будут функционировать в едином стиле под брендом «Магнит Маркет». В основу айдентики заложена идея движения и скорости.



Все представленные на маркетплейсе товары можно заказать с бесплатной доставкой на следующий день и забрать в магазине «Магнита», совместив с походом за продуктами и сэкономив время.

Элементы фирменного стиля «Магнит Маркета» появятся в оформлении сайта и приложения. Затем будет запущен новый сайт «Магнит Маркета», появится возможность сделать заказ на маркетплейсе в приложении «Магнита». ПВЗ будут открываться в соответствии с новым дизайном.

До конца года «Магнит Маркет» запустит масштабную маркетинговую кампанию по продвижению нового бренда среди покупателей и селлеров.

Источник:

[«Магнит» приступает к ребрендингу KazanExpress](#)



# Мегамаркет: Покупатели все строже относятся к отзывам на маркетплейсах

Retail-loyalty.org, 17.04.2024

/исследование

Согласно опросу Мегмаркета, 83% покупателей принимают решение о покупке товара на маркетплейсе с помощью отзывов. 63% пользователей не купят товар, если негативных отзывов будет больше, чем позитивных с фотографиями. 58% покупателей насторожит наличие исключительно положительных оценок. 78% готовы оформить заказ, если среди отзывов присутствуют как положительные, так и отрицательные мнения.

59% покупателей считают важными самые свежие отзывы, а оценок должно быть не менее 10. Почти 70% покупателей сделают выбор в пользу карточки с 4-5 «звёздами». 67% пользователей купят товар, если он будет сопровождаться фотоотзывом.

Половина опрошенных оставляют отзывы, потому что уверены, что они могут быть полезны другим пользователям. Покупатели чаще оставляют позитивные отзывы, чем негативные — 73% против 4%.

Основная мотивация людей, оставляющих негативные отзывы, — предупредить о проблемах с покупкой. Самый популярный формат отзывов — краткие отзывы, их оставляют 56% пользователей.

## Зачем покупатели пишут отзывы?



% — доля пользователей, которые пишут отзывы

мегамаркет

Источник:

Покупатели все строже относятся к отзывам на маркетплейсах



## Весь мир:

# Розничные онлайн-продажи в Китае увеличились на 12,4% в I кв. 2024 г.

Scmp.com, 20.04.2024

/новость

Согласно данным Министерства коммерции Китая, розничные онлайн-продажи в стране в I кв. 2024 года выросли на 12,4% до 3,3 трлн юаней (\$456 млрд), что в значительной степени обусловлено потреблением услуг.

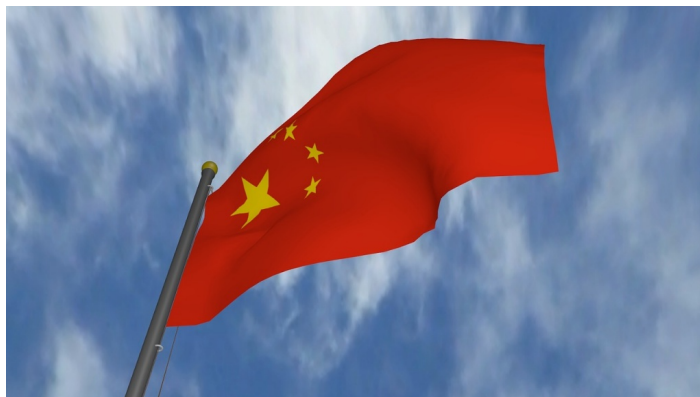
Онлайн-продажи в секторе путешествий стали лидером роста, почти удвоившись за квартал. Онлайн-категория еды, включая доставку и услуги по бронированию ресторанов, выросла на 27,8%.

Продажи умных носимых гаджетов поднялись за квартал на 30,9% в годовом исчислении, а розничные онлайн-продажи сельскохозяйственной продукции выросли на 28,2%.

Трансграничная электронная торговля выросла на 9,6%, достигнув 577,6 млрд юаней, что обусловлено бурным ростом торговли со странами-партнерами китайской инициативы «Цифровой шелковый путь». Пекин все больше обращает внимание на экспорт для стимулирования экономики.

Источник:

[China's first quarter online retail sales expand, with travel sector doubling in post-Covid rebound](#)



# Yandex Go запустил в Ташкенте корпоративное такси

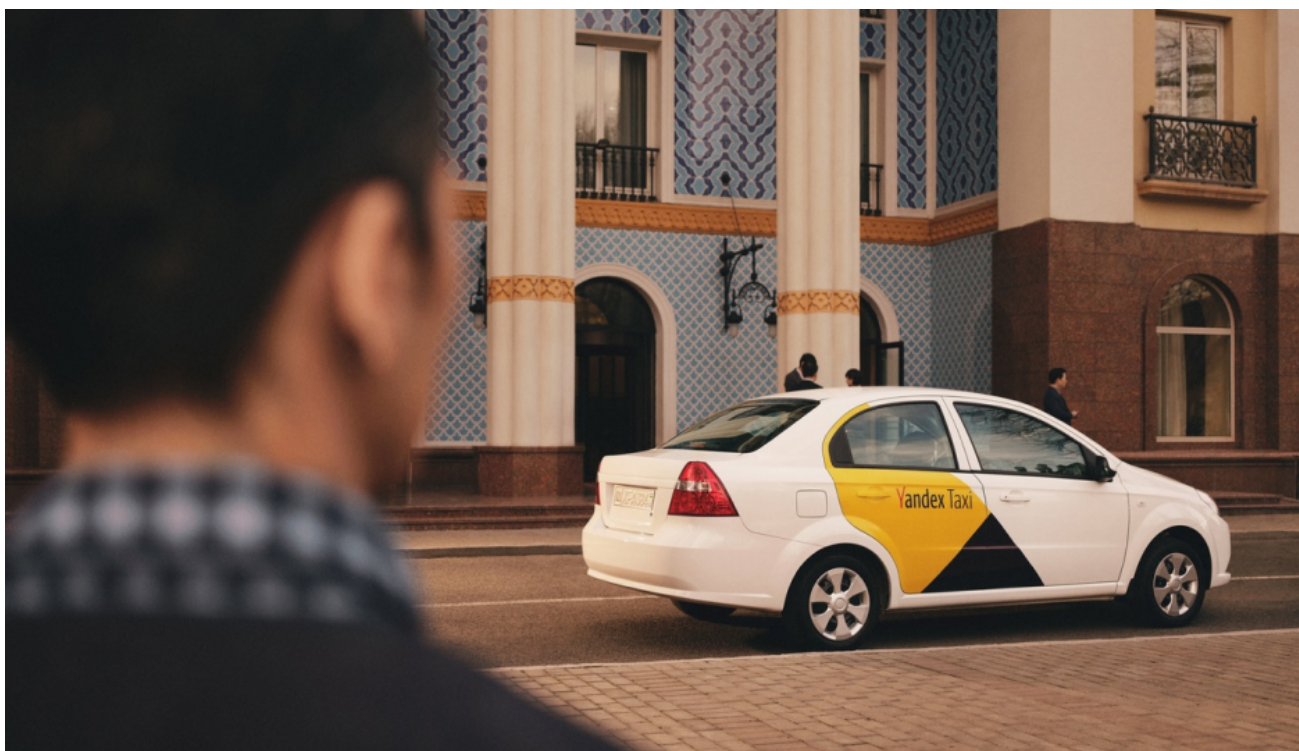
Kapital.uz, 18.04.2024

/новость

Yandex Go представил корпоративное такси в Ташкенте и планирует в будущем расширить его на другие города Узбекистана.

Сотрудники компаний смогут оплачивать поездки с бизнес-аккаунта и сохранять привычную процедуру вызова такси через мобильное приложение, а администраторы — получать отчетность о поездках в личном кабинете компании.

Для решения вопросов и проблем корпоративных клиентов будет доступна круглосуточная служба поддержки, а также персональные менеджеры.



Источник:

[Yandex Go запустил корпоративное такси в Ташкенте](#)

# Объем рынка e-commerce в Италии составил 80,6 млрд евро в 2023 г.

Ecommercenews.eu, 18.04.2024

/новость

Онлайн-продажи в Италии в 2023 году выросли на 27,14% до 80,55 млрд евро. В 2022 году оборот электронной коммерции составил 75,9 млрд евро (+19%).

В среднем оборот интернет-магазинов вырос почти на 29%. Маркетплейсы показали наиболее сильный рост: на 55% до 14,5 млрд евро. Онлайн-продажи в сфере путешествий и туризма достигли 21,8 млрд евро, что на 42% больше, чем в 2022 году.

Некоторые отрасли экономики пострадали от мирового экономического кризиса. Продажи электроники снизились на 3,5%, составив 3,5 млрд. Онлайн-продажи ювелирных изделий и часов сократились на 4%.



Источник:

[Italian ecommerce worth 80.6 billion euros in 2023](#)



# Uzum Tezkor доступен уже в семи городах Узбекистана

Uz.kursiv.media, 16.04.2024

/новость

Сервис доставки Uzum Tezkor начал работу в Бухаре, Навои и Намангане. Партнерами стали более сотни заведений. Заказать еду можно через приложение, маркетплейс Uzum Market и Telegram-бот.

На сегодня Uzum Tezkor действует в семи городах Узбекистана. Компания намерена до конца этого года начать работу в крупных населенных пунктах республики.



Источник:

[Uzum Tezkor запустился в Бухаре, Навои и Намангане](#)



# comScore: Онлайн-продажи в США достигли \$1,3 трлн в 2023 г.

Chainstoreage.com, 19.04.2024

/исследование

По данным исследования comScore State of Digital Commerce, потребители в США потратили \$1,3 трлн в 2023 году. Это примерно на \$1 трлн больше, чем в 2013 году, когда общая сумма расходов составила \$235 млрд.

Онлайн-продажи по кварталам:

- Q1 2023: \$293 млрд (+22%)
- Q2 2023: \$305,5 млрд (+19%)
- Q3 2023: \$306,8 млрд (+18%)
- Q4 2023: \$389,2 млрд (+17%)

Топ-категорий онлайн-расходов:

- Продукты питания/дети/домашние животные — \$266 млрд
- Одежда/аксессуары — \$204 млрд
- Компьютеры и периферия — \$133 млрд
- Бытовая электроника — \$99 млрд
- Мебель и техника — \$93 млрд



Продажи с настольных компьютеров росли быстрее, чем с мобильных устройств. Возможно, это указывает на то, что мобильные покупки достигли своего пика в цифровых продажах, их доля упала до 36,3% в 2023 году с 38,4% в 2022 году.

С IV кв. 2019 года онлайн-расходы на продукты выросли на 287%, что comScore связывает с новыми покупательскими привычками, сформировавшимися во время COVID-19.

Источник:

[comScore: Online retail sales break record with \\$1.3 trillion in 2023](#)

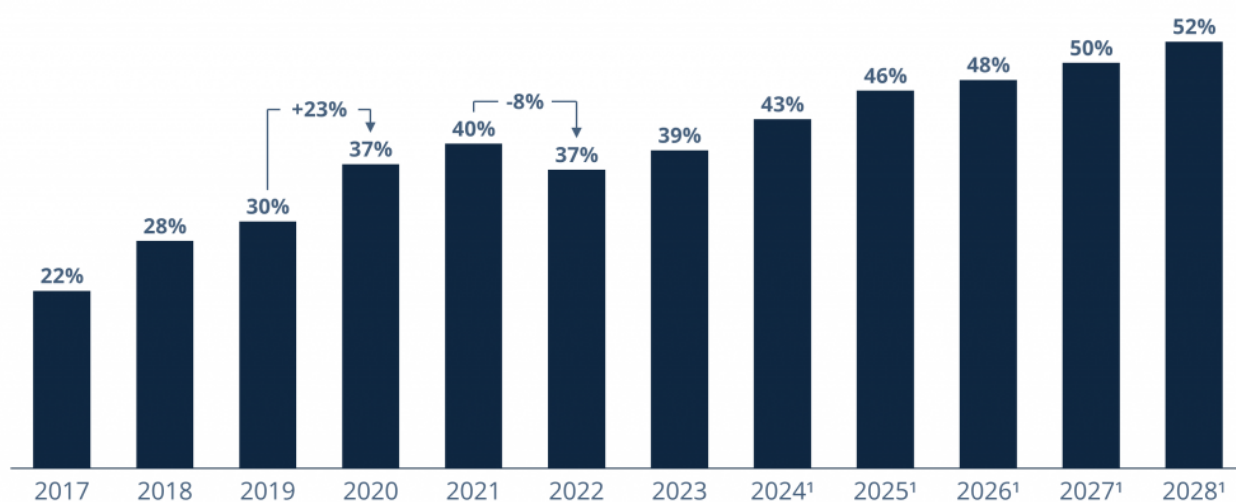
# ECDB: Бытовая электроника — крупнейшая подкатегория на рынке e-commerce

Ecommercedb.com, 19.04.2024

/исследование

Потребительская электроника — самая большая подкатегория общего рынка электронной коммерции, по оценке ECDB. К 2023 году доля онлайн-сегмента розничного рынка бытовой электроники составила около 39%. После большого скачка с 30% в 2019 году до 37% в 2020 году доля онлайн-торговли продолжила расти в 2021 году, достигнув почти 40%, а в следующем году упала до 36%. Однако с прошлого года она набрала обороты и, по прогнозам, будет расти в среднем на 5% в год, достигнув 52% к 2028-му.

## ONLINE SHARE OF THE GLOBAL CONSUMER ELECTRONICS MARKET, 2017-2028



Notes: (1) Forecast.  
Sources: ECDB.

ECDB

На долю электроники приходится почти четверть (23,8%) рынка e-commerce. В 2017 году объем сегмента составил \$273 млрд, а к 2019-му вырос до \$372 млрд. Пандемия стала поворотным годом для онлайн-рынка бытовой электроники: выручка резко выросла на 30% до \$483 млрд в 2020 году. К 2023-му объем рынка достиг \$665 млрд, а в 2024-м прогнозируется \$721 млрд.

На телекоммуникационные продукты приходится 42% онлайн-продаж на мировом рынке бытовой электроники. Вычислительные устройства, включая ноутбуки, настольные компьютеры и планшеты, представляют вторую по величине категорию (22%).

Apple.com лидирует с продажами на уровне \$47 млрд в 2023 году. Далее следуют amazon.com, заработавший \$38 млрд, а JD.com занимает третье место с \$29 млрд.

Источник:

[Online Consumer Electronics Market: Revenues, Top Categories & Top Stores](#)



# На Amazon придется более 40% розничных онлайн-продаж в США в 2024 г.

Emarketer.com, 17.04.2024

/исследование

Согласно прогнозу eMarketer, в 2024 году на Amazon будет приходиться 40,4% розничных онлайн-продаж в США, или в общей сложности \$491,65 млрд. Несмотря на доминирование в электронной коммерции, Amazon обеспечит лишь 6,6% розничных продаж в стране. Доля Amazon в розничной торговле вырастет до 7% в 2025 году.

В течение следующих двух лет доля рынка Amazon увеличится в 8 из 10 товарных категорий. Эти две оставшиеся категории — это товары для дома (благодаря признанным розничным продавцам товаров для дома) и автомобили (благодаря Tesla и Carvana).

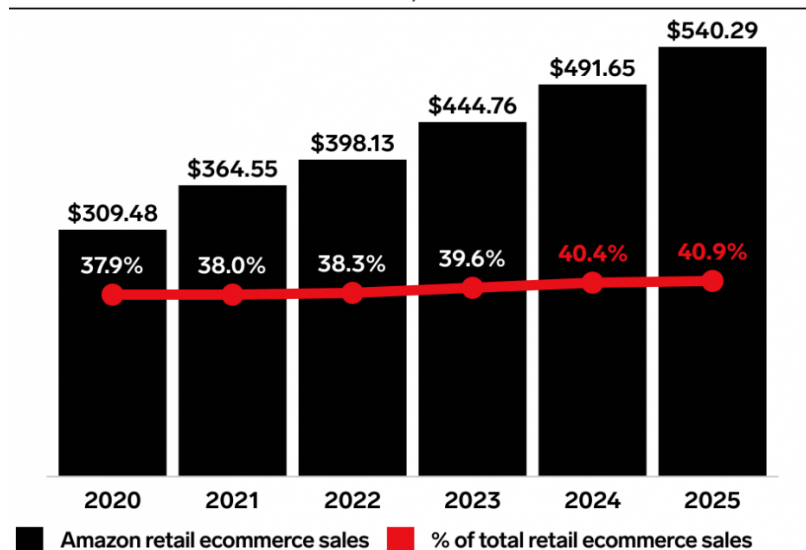
Среди крупных ритейлеров США только Walmart наращивает онлайн-продажи быстрее, чем Amazon: на 13,6% по сравнению с 10,5% у Amazon. Walmart опережает Amazon в сфере продуктов питания.

Источник:

[Amazon will surpass 40% of US ecommerce sales this year, despite competition in grocery, home improvement](#)

## Amazon Will Surpass 40% of US Ecommerce Sales in 2024

billions in US Amazon retail ecommerce sales and % of total retail ecommerce sales, 2020-2025



Note: represents the gross value of products or services sold on amazon.com (browser or app), regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, Amazon Web Services (AWS) sales, advertising services, and credit card agreements; includes direct and marketplace sales; excludes Amazon Business sales  
Source: EMARKETER Forecast, Feb 2024

350937

EM EMARKETER



# Подкасты и видео

## Digital Voice

### Стратегия развития третьего крупнейшего маркетплейса в России — Мегамаркет

В гостях Кирилл Лымарь — директор по интернет-маркетингу и рекламе маркетплейса Мегамаркет.

О положении и стратегии развития компании, о кэшбеке и других методах привлечения и удержания покупателей, о ресурсах и возможностях экосистемы крупнейшего банка, а также о драйверах роста в будущем.

Digital Voice

**Смотреть:** [YouTube](#)

**Слушать:** [Podcast](#)

# 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](mailto: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.