

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 22

24 Июня 2024 - 30 Июня 2024

В выпуске:

Россия:

Яндекс Лавка тестирует доставку широкого ассортимента товаров за час

Wildberries зарегистрировала цветочные товарные знаки

«Лента» откроет 45 мини-дартсторов

Немецкий холдинг HSE продал Shopping Live

«ВсеИнструменты.ру» проведет IPO на Московской бирже

Почта Mail.ru запускает бета-версию сервиса для организации покупок

Lamoda внедрила модель машинного обучения для определения брака

Число платежей за заказы с услугами курьеров выросло на 18% весной 2024 г.

Весь мир:

Более 900 млн жителей Китая делают покупки онлайн

Amazon запустит собственный дисконтный магазин

Розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 12,4% в январе-мае 2024 г.

Интернет-супермаркет Picnic делает бесплатную доставку прибыльной

Онлайн-рынок бытовой электроники в Европе составил 90 млрд евро в 2023 г.

DHL: Более 40% покупателей бросают корзины из-за стоимости доставки

Кейс:

Как приложение ВкусВилл угадывает вкусы пользователей

Подкасты и видео



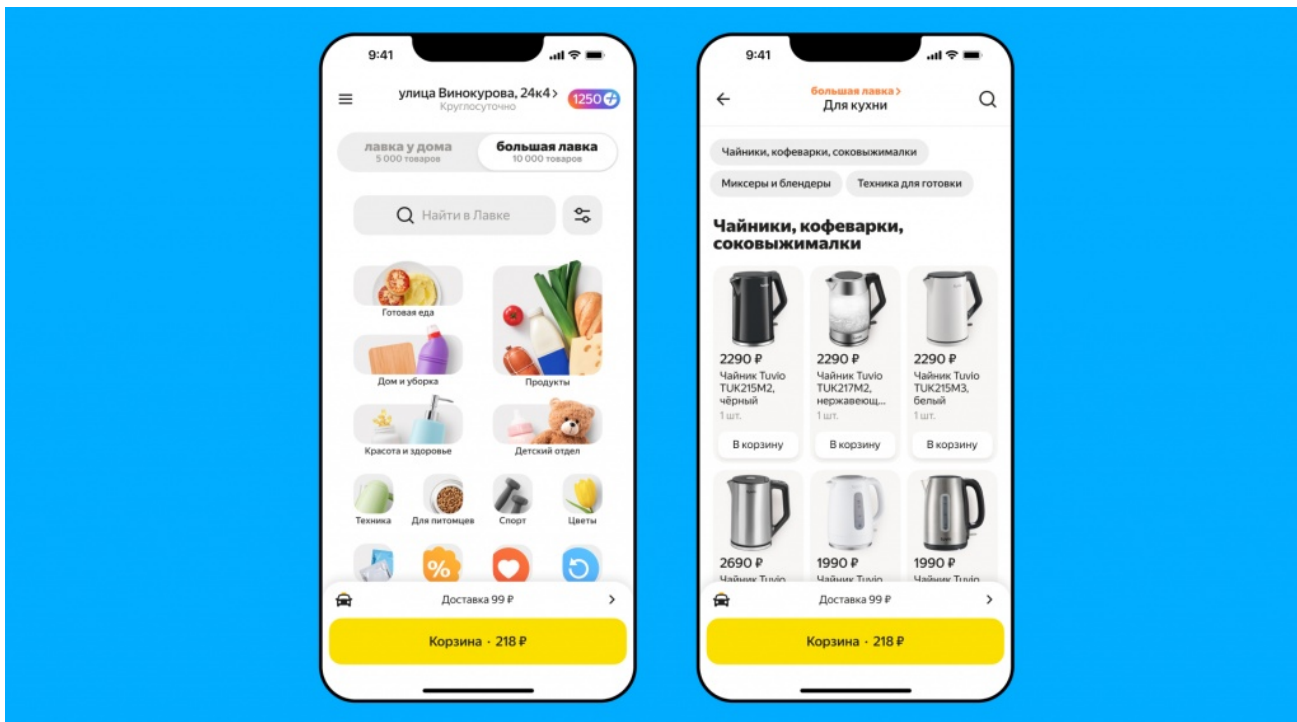
Россия:

Яндекс Лавка тестирует доставку широкого ассортимента товаров за час

Yandex.ru, 28.06.2024

/новость

Яндекс Лавка запускает услугу закупки впрок с доставкой за час. Для этого сервис уже открыл один большой даркстор в Москве. Площадь таких складов составляет до 1 тыс. кв. м, по сравнению со стандартными они вмещают почти вдвое больше товаров. Радиус доставки покрывает в 7 раз больше территории — до 5 км.



Услуга уже работает в Нагорном районе в Москве. Клиентам Лавки доступно около 10 тыс. товаров. Заказы доставляют курьеры на автомобилях — в течение 60 минут после оформления или в удобный для клиента временной интервал. Благодаря услуге возможно делать крупные покупки.

Сейчас клиенты Лавки могут приобрести детские товары, бытовую химию, товары для дома и ремонта. Сервис будет анализировать потребности покупателей и расширять ассортимент категорий, пользующихся спросом. Лавка также планирует летом открыть два новых больших склада.

Источник:

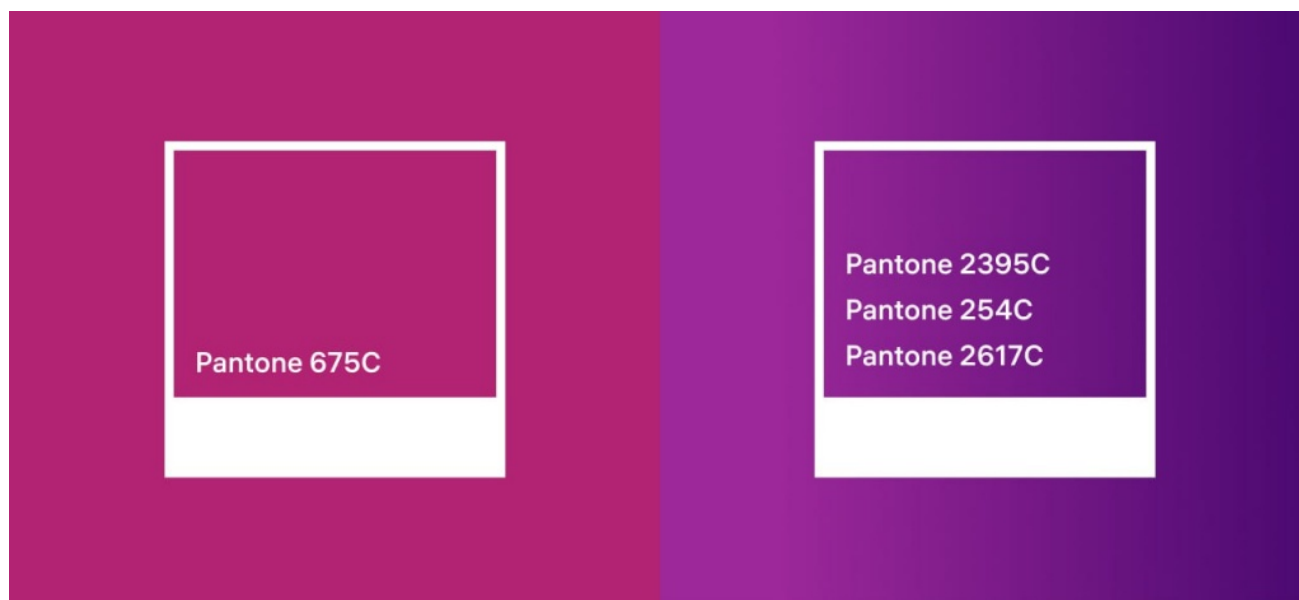
[Яндекс Лавка запускает услугу закупки впрок с доставкой за час](#)

Wildberries зарегистрировала цветовые товарные знаки

Т.ме, 28.06.2024

/новость

Wildberries является первой в России компанией, получившей правовую защиту цветового градиента. Роспатент зарегистрировал цветовые товарные знаки Wildberries: «фиолетовый» моноцвет (Pantone 675C) под товарным знаком №1023996 и градиент цветов: фуксия (Pantone 2395C), фиолетовый (Pantone 254C), темно-фиолетовый (Pantone 2617C) под товарным знаком №1023991.



wildberries

Компания закрепила за собой права на эти цвета в 35 классе Международной классификации товаров и услуг (МКТУ).

«Мы делаем все, чтобы ягодные оттенки нашего бренда стали частью каждого дня наших пользователей. Именно поэтому регистрация цветовых товарных знаков имела для нас большое значение», — прокомментировала Татьяна Бакальчук, основатель и генеральный директор Wildberries.

Источник:

[Wildberries зарегистрировала цветовые товарные знаки](#)

«Лента» откроет 45 мини-дарксторов

Lenta.com, 28.06.2024

/новость

В ближайшее время «Лента» откроет мини-дарксторы площадью 300-400 кв. м в 45 гипермаркетах с высокой долей онлайн-заказов.



Первый мини-даркстор в целевой конфигурации компания открыла в начале июня в гипермаркете города Балашиха Московской области. Выделенная зона сборки онлайн-заказов площадью 380 кв. м находится близко к выходу из гипермаркета. В ней оборудованы специальные зоны сборки и хранения товаров.

В зоне сборки находятся около 1500 самых востребованных позиций, остальные — в торговом зале. Кроме того, было доработано программное обеспечение торговой сети. Скорость сборки заказов в мини-даркstore оказалась в 3 раза выше, чем в торговом зале гипермаркета. Процесс комплектации заказов ускорился на 30%.

«Оmnиканальная трансформация — один из приоритетов стратегии роста "Ленты" до 2025 года. Важный шаг в трансформации — реконструкция магазинов, развитие торговой инфраструктуры», — отметила директор собственных онлайн-сервисов «Ленты» Софья Леина.

Источник:

[«Лента» откроет 45 мини-дарксторов для обслуживания онлайн-заказов](#)

Немецкий холдинг HSE продал Shopping Live

Kommersant.ru, 27.06.2024

/НОВОСТЬ

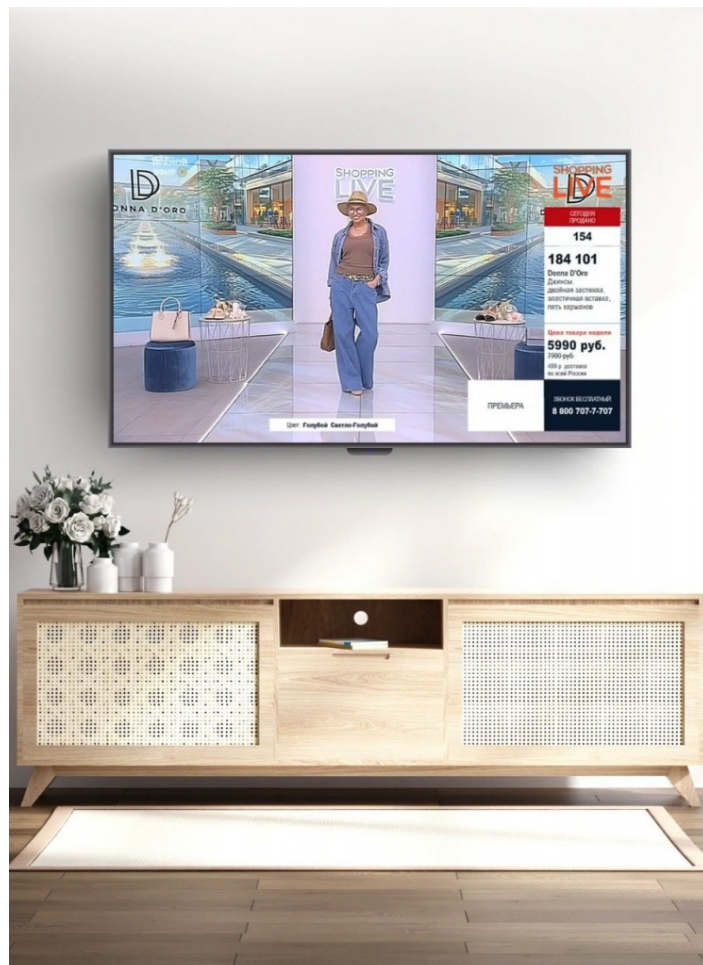
Немецкий холдинг HSE, который владел телемагазином и интернет-магазином Shopping Live в России, продал актив основателю проекта Илье Кирику, [сообщает Ъ](#).

Стоимость компании оценивается минимум в 6 млрд руб. По словам экспертов, рынок телемагазинов продолжает расти, но испытывает давление со стороны маркетплейсов и других электронных площадок.

По мнению HSE, возвращение основателя позволит компании выйти на новый уровень развития, используя возможности телевидения и электронной коммерции.

Источник:

[Немецкий шопинг встал с российского дивана](#)



«ВсеИнструменты.ру» проведет IPO на Московской бирже

Cdn.vseinstrumenti.ru, 27.06.2024

/новость

Публичное акционерное общество «ВИ.ру», крупнейший онлайн-игрок на российском рынке DIY, объявило о намерении провести первичное публичное предложение с листингом на Московской бирже.



Индикативный ценовой диапазон IPO установлен на уровне от 200 руб. до 210 руб. за одну акцию, что соответствует рыночной капитализации компании в диапазоне от 100 млрд руб. до 105 млрд руб. Ожидается, что старт торгов акциями начнется 5 июля 2024 года.

По итогам 2023 года выручка компании увеличилась на 54% год к году, достигнув уровня 132,8 млрд руб. при рентабельности по EBITDA 7,6%. B2B-сегмент обеспечил 63% продаж.

По итогам первых 4-х месяцев 2024 года выручка компании выросла на 42% год к году до 48,6 млрд руб. На долю B2B-клиентов пришлось 69% товарной выручки. EBITDA составила 4,2 млрд руб., увеличившись на 53%, рентабельность по EBITDA выросла до 8,5%.

Источник:

[Крупнейший онлайн-игрок на российском DIY-рынке объявляет о намерении провести IPO на Московской бирже](#)

[Крупнейшая онлайн-платформа на рынке DIY ВсеИнструменты.ру объявляет ценовой диапазон и открывает книгу заявок в рамках IPO на Московской бирже](#)



Почта Mail.ru запускает бета-версию сервиса для организации покупок

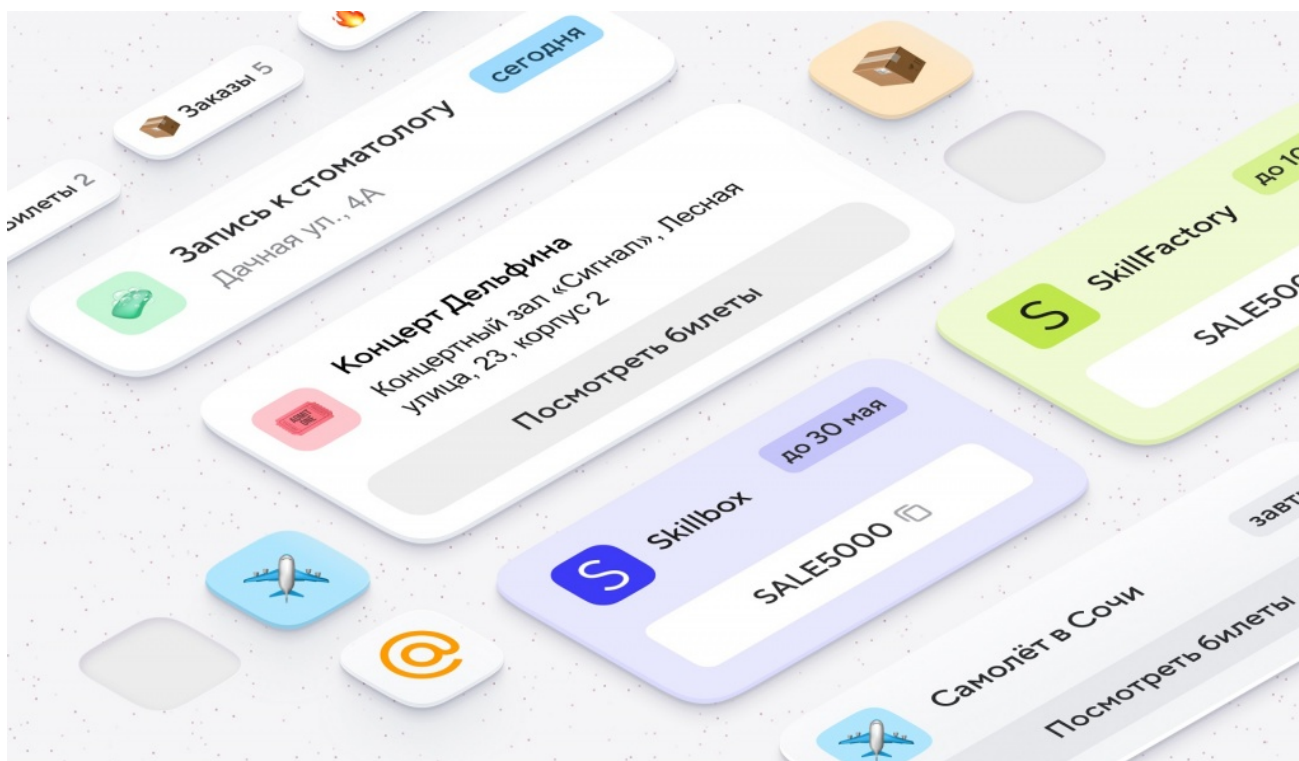
Vk.companу, 27.06.2024

/новость

Сервис позволяет систематизировать и выделять информацию о покупках, запланированных доставках, а также актуальных скидках. Нейросеть анализирует все входящие письма пользователя, выделяя наиболее важную информацию о покупках, заказах, доставках и скидках.

В разделе «Покупки» отобразятся актуальные заказы, чеки о покупках, информация о приобретенных билетах, ближайшие списания средств за подписки, доступные промокоды и другие предложения. В сервисе также доступна функциональность мониторинга заказов, готовых к получению.

ИИ автоматически сортирует и показывает скидки, предлагая дополнительную выгоду. Нейросеть выделяет предложения, основываясь на личных предпочтениях и интересах пользователей.



Источник:

[Почта Mail.ru запускает бета-версию сервиса для организации покупок](#)

Lamoda внедрила модель машинного обучения для определения брака

Retail.ru, 24.06.2024

/новость

Lamoda внедрила собственную модель машинного обучения, которая самостоятельно определяет бракованные товары. Все товары на складе, которые вернули клиенты, сначала проходят проверку через ML-модель. Она присваивает один из трех статусов:

- С вещью все хорошо, она отправляется на хранение, попадает на витрину и продается.
- С вещью возможны проблемы, необходима быстрая проверка специалистом склада.
- С вещью точно есть проблемы, она отправляется в службу качества для тщательной проверки специалистом.

Для создания и интегрирования модели было взято 20 млн строк исторических данных, а также учтено более 60 признаков о товаре и заказе. До внедрения ML-модели дефекты одежды и обуви сотрудники определяли после ручной проверки каждой позиции.



Источник:

[Lamoda внедрила модель машинного обучения, которая самостоятельно определяет бракованные товары](#)

Число платежей за заказы с услугами курьеров выросло на 18% весной 2024 г.

Rsb.ru, 24.06.2024

/исследование

Согласно статистике эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, общее число платежей за заказы с услугами курьеров с марта по май 2024 года выросло на 18% по сравнению с весной прошлого года.

В офлайне число таких платежей выросло на 19%, а в онлайн — на 15% относительно весны 2023 года.

Россияне заметно чаще оплачивают в офлайне заказы с курьерской доставкой (83% от всех таких платежей), чем в онлайн (17%). Годом ранее соотношение составляло 82% против 18% в пользу офлайна. Большинство отдает предпочтение оплате доставки лично, при получении заказа.



Средний чек одного платежа за заказ с услугой курьеров в онлайн заметно выше, чем в офлайне — 3 657 руб. против 2 659 руб., соответственно.

Источник:

Банк Русский Стандарт: на 18% выросло число платежей за заказы с услугами курьеров весной 2024 года

Весь мир:

Более 900 млн жителей Китая делают покупки онлайн

English.news.cn, 29.06.2024

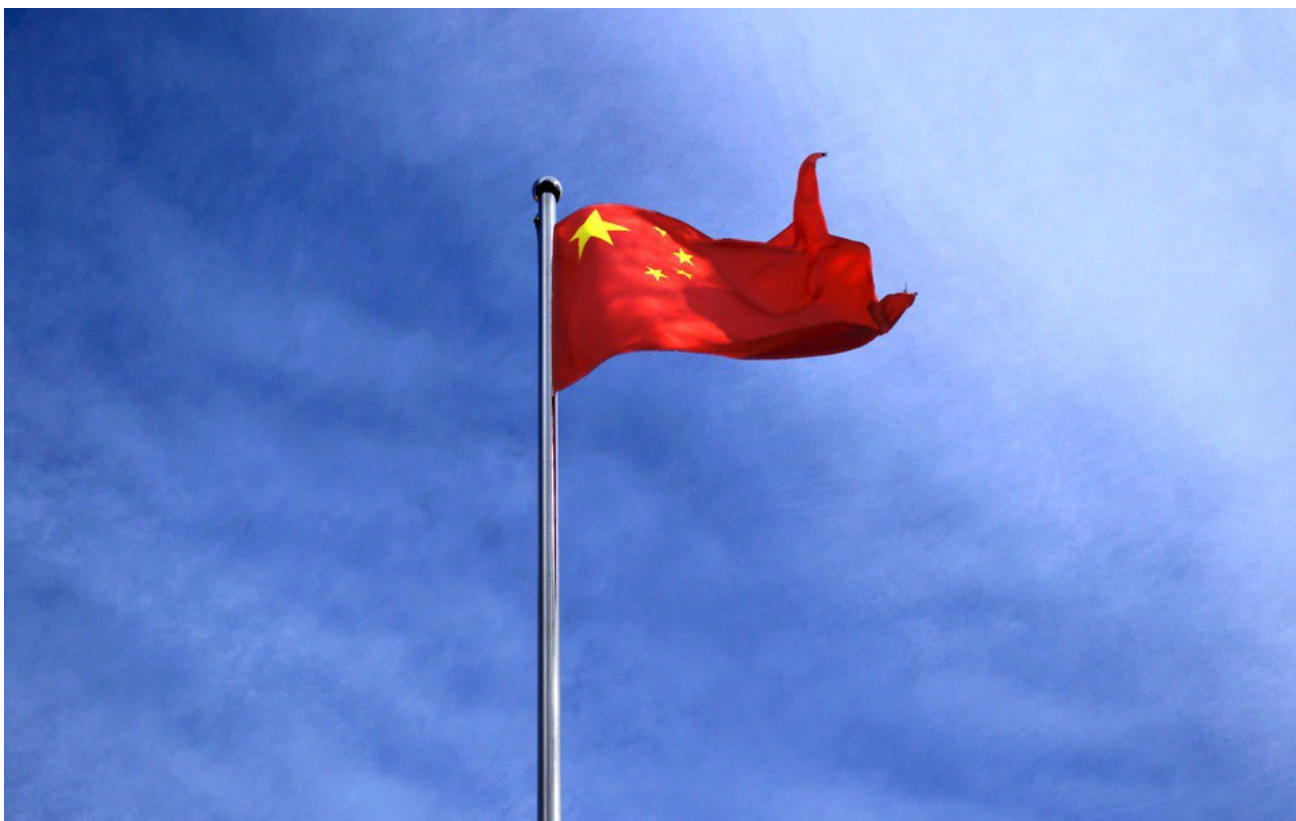
/новость

В Китае более 900 млн человек делают покупки онлайн. 95,1% и 88,5% жителей страны, родившихся в 1990-х и 2000-х годах соответственно, являются онлайн-покупателями. Шопингом в интернете занимаются 85,4% женщин.

Среди населения страны в возрасте 60 лет и старше, численность которого к концу 2023 года достигла почти 300 млн человек, 69,8% используют онлайн-платформы для покупок, особенно в секторах здравоохранения и лекарств, культуры, туризма и других развлечений.

76,7% пользователей Сети в сельской местности делают покупки в интернете.

Пользователи предпочитают делать покупки на платформах с короткими видео: доля пользователей сети, совершающих покупки на таких платформах, на 1,2 п. п. выше в сельской местности по сравнению с городскими районами.



Источник:

[Nearly 77 percent of netizens in rural China shop online: blue book](#)

Amazon запустит собственный дисконтный магазин

Retaildetail.eu, 28.06.2024

/новость

На закрытом мероприятии для продавцов в Китае Amazon представила планы по созданию нового дисконтного интернет-магазина с дешевой одеждой и предметами домашнего обихода. При этом Amazon надеется отобрать некоторую долю рынка у Temu и Shein, которые быстро набирают популярность.

Хотя рыночная стоимость Amazon впервые на этой неделе превысила отметку в \$2 трлн, онлайн-гигант планирует укрепить связи с китайскими производителями и продавцами платформ. Уже этой осенью ритейлер начнет принимать их продукцию. В интернет-магазине будет представлен узнаваемый ассортимент небрендовых товаров стоимостью менее \$20.



Источник:

[Amazon launches discount store to counter Temu](#)

Розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 12,4% в январе-мае 2024 г.

Jingdaily.com, 27.06.2024

/новость

В Китае розничные онлайн-продажи с января по май достигли \$807,8 млрд, увеличившись на 12,4% в годовом исчислении.

Интернет-продажи физических товаров составили 24,7% от общего объема розничных продаж, что на 0,8 п. п. больше, чем с января по апрель.

Потребление услуг выросло на 23,2%, при этом продажи въездного туризма на основных платформах выросли в 1,9 раза. Товары, связанные с искусственным интеллектом, выросли на 20,8%, а доставка товаров по системе Trade-in распространилась более чем на 96% городов.



Источник:

[China's online sales surge in 2024](#)

Интернет-супермаркет Picnic делает бесплатную доставку прибыльной

Retaildetail.eu, 25.06.2024

/новость

Голландский онлайн-супермаркет Picnic доказывает, что на бесплатной доставке можно зарабатывать, если эффективно организовать последнюю милю.



Picnic впервые за время своего существования опубликовала данные о прибыли: по словам основателя компании Мишеля Мюллера, это во многом обусловлено инвестициями компании в роботизацию.

Доставка становится все более эффективной: «Теперь мы можем осуществлять шесть доставок в час, в то время как другие справляются только с двумя или тремя. Мы выбираем городские районы, а не окраины, где сначала нужно проехать двадцать минут, потом остановиться, разгрузиться и еще двадцать минут ехать за следующим клиентом».

Интернет-супермаркет может рассчитывать на лояльных клиентов: из ста человек тридцать спустя год по-прежнему делают заказы почти еженедельно. В результате ритейлеру приходится меньше инвестировать в привлечение клиентов. Однако международная экспансия Picnic оказывается непростой задачей. Северная Франция — «сложная экономическая зона», а покупатели в Париже заказывают гораздо большие корзины. В Германии подбор руководителей — это трудность, которую еще предстоит преодолеть. На данный момент компания занята экспансией в Германии и Франции.

Источник:

[How Picnic made free delivery profitable](#)

Онлайн-рынок бытовой электроники в Европе составил 90 млрд евро в 2023 г.

Cbcommerce.eu, 28.06.2024

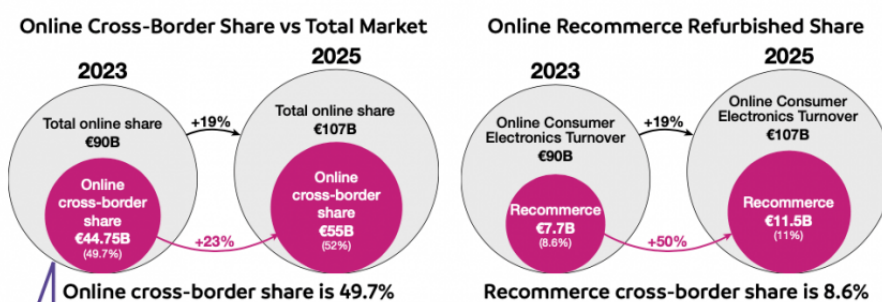
/исследование

В Европе онлайн-рынок бытовой электроники в 2023 году оценивается в 90 млрд евро, следует из данных Cross-Border Commerce Europe. Составляя 11% от общего объема розничных онлайн-продаж во всех категориях, сегмент занимает второе место по доле рынка после моды.

Ожидается, что к 2025 году рынок вырастет на 19% достигнет 107 млрд евро. Росту способствуют ритейлеры и C2C-маркетплейсы, продающие бывшую в употреблении и отремонтированную электронику.

К 2025 году половину выручки на рынке бытовой электроники ЕС будут генерировать онлайн-продажи, причем 52% этой суммы (55,5 млрд евро) придется на трансграничную торговлю. На перепродажи будет приходиться 11% от общего объема онлайн-торговли бытовой электроникой.

TOP 100 Consumer Electronics Cross-Border 2023



TOP 5 Cross-Border Consumer Electronics			TOP 5 Refurbished Consumer Electronics		
Rank	Company	Country	Rank	Company	Country
1	Amazon	United States	1	Ebay	United States
2	Ebay	United States	2	OLX	The Netherlands
3	OLX	The Netherlands	3	Swappie	Finland
4	AliExpress	China	4	Refurbed	Austria
5	Apple	United States	5	Backmarket	France

Powerful Cross-Border Consumer Electronics Holdings



Powered by 

Source: Cross-Border Commerce Europe

Источник:
First edition of the "Top 100 Consumer Electronics Retail Europe"



DHL: Более 40% покупателей бросают корзины ИЗ-за стоимости доставки

Dhl.com, 26.06.2024

/исследование

Компания DHL опросила 12 000 покупателей в 24 странах, чтобы выяснить, что для них важно при заказе товаров онлайн.



- 41% респондентов не завершают покупку из-за слишком дорогой доставки.
- Три наиболее важных преимущества онлайн-шопинга связаны с финансами. Сегодняшние онлайн-покупатели чувствительны к затратам.
- Во всем мире только 17% покупателей никогда не подписывались на рассылку новостей по электронной почте. Скидки и вознаграждения являются основной причиной подписки.
- Смартфоны используют для поиска и покупок чаще всего. На подъеме использование голосовых ассистентов.
- Покупки в соцсетях становятся все более популярными. К 2030 году объем продаж через соцсети во всем мире достигнет \$8,5 трлн.
- Лишь 3% покупателей в мире не используют маркетплейсы.
- Для 65% покупателей по всему миру важно знать, кто осуществляет доставку, прежде чем совершать покупку.

Источник:

[Why do online shoppers really abandon their baskets?](#)

Кейс:

Как приложение ВкусВилл угадывает вкусы пользователей

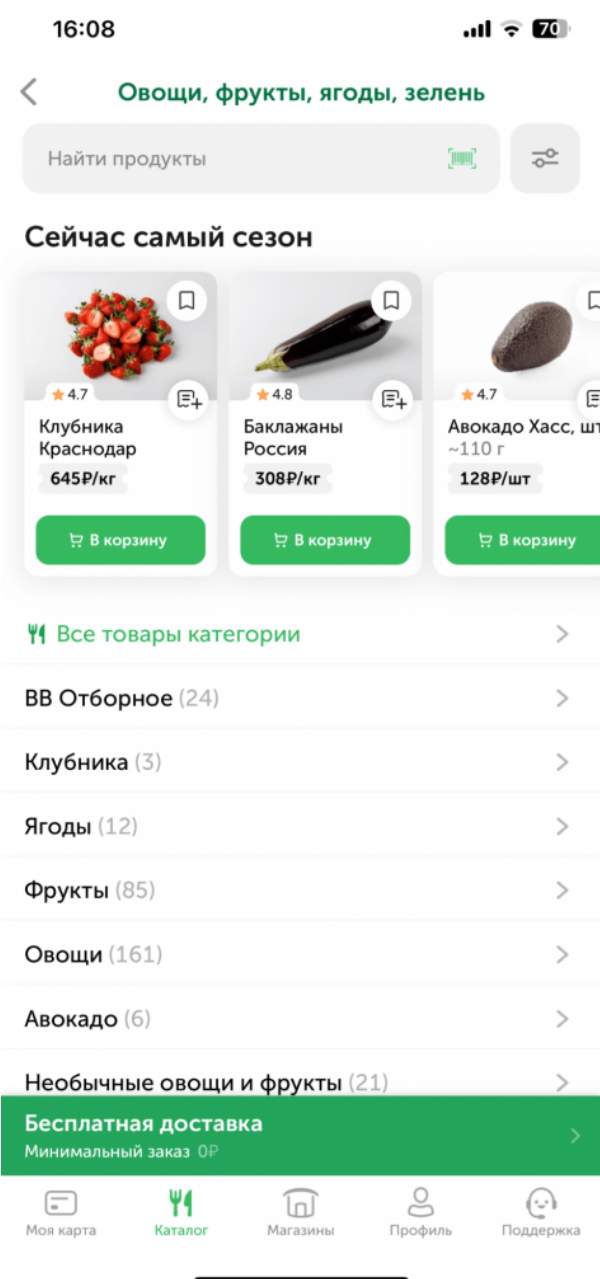
Vc.ru, 27.06.2024

/кейс

ВкусВилл рассказал, как учит мобильное приложение подстраиваться под интересы покупателей и помогает экономить.

В приложении внедрены следующие функции:

- **Рекомендательные ленты в категориях каталога.** Пользователи видят рекомендательные ленты внутри категорий: «Хлеб и выпечка», «Сыры», «Овощи, фрукты, ягоды, зелень» и других. Любой понравившийся товар из подборки можно сразу добавить в корзину, и не тратить время на поиск в каталоге.
- **Ачивки для экономии.** Покупатели выполняют небольшие задания, а взамен получают купоны и бонусы. Ачивки можно получить за покупку товаров по акции или новинок.
- **Подсказки в поиске.** Когда покупатель начинает вводить в поиске любое слово, ему предлагают варианты, как продолжить или уточнить запрос. Это помогает сократить выдачу и быстрее найти нужный товар.
- **Поиск товаров, которых нет в наличии.** Товары, которых прямо сейчас нет в наличии, больше не теряются в поисковой выдаче. Результаты поиска разделены на две зоны: те, что максимально соответствует запросу, и частично релевантные товары.
- **Ситуационный поиск.** ВкусВилл совершенствует поиск, чтобы он соответствовал ожиданиям пользователей.
- **Сканирование штрихкода товара.** Поиск товара по штрихкоду помогает не ошибиться в выборе — например, прочитать отзывы о новинке и посмотреть рейтинг, находясь в офлайн-магазине.



Источник:

[Я знаю, что ты любишь: как приложение ВкусВилл угадывает вкусы пользователей и помогает экономить](#)



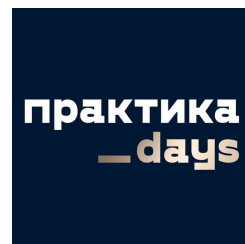
Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как развивается еком METRO

В гостях Павел Домнин, руководитель развития интернет-коммерции METRO.

Разговор о том, как устроен e-commerce METRO, о работе с агрегатором и маркетплейсами, о цифровых проектах, b2c и b2b клиентах, конкуренции и очень многом другом.



Смотреть: [YouTube](#)

Маркетинг «Петрович». О смыслах, маркетинге, цифровой экосистеме, упоре на retention

В гостях Игорь Колынин, директор по маркетингу строительного торгового дома «Петрович».

О «Петровиче», целях бизнеса и ключевых задачах, маркетинге, NPS, рекламных кампаниях, цифровой экосистеме, её возможностях и задачах, об увеличении внимания удержанию, конкуренции с маркетплейсами и многом другом.

Выручка компании за 2023 год составила 129 млрд руб., доля онлайн — 55%.

Смотреть: [YouTube](#)



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.