

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 23

01 Июля 2024 - 07 Июля 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 64,8 млн заказов доставили на рынке eGrocery в мае 2024 г.

Data Insight: Онлайн-покупка одежды и обуви. Анализ потребительского поведения

Основатель СДЭК продал свою долю бизнеса

Wildberries и Russ учредили совместную компанию

Объем онлайн-продаж Sunlight вырос в 2,1 раза в I кв. 2024 г.

Wildberries запустит подписку WB Клуб

«Азбука вкуса» открыла первый даркстор

Wildberries представила сервис WB Rent для арендодателей

СберМаркет сменил название на Купер

«Лента» представила свежие продукты на Ozon

Весь мир:

About You начнет доставлять товары напрямую с фабрики

В Казахстане создадут крупнейший распределительный центр e-commerce в ЦА

Цифровые продажи Nike в IV кв. фингода упали на 10%

49% покупателей в Узбекистане начинают поиск товаров с маркетплейсов

ECDB: Топ онлайн-магазинов Европы 2023 возглавил Amazon.de

Mercado Libre лидирует на рынке ритейл медиа в Латинской Америке



Россия:

Data Insight: 64,8 млн заказов доставили на рынке eGrocery в мае 2024 г.

Datainsight.ru, 04.07.2024

/НОВОСТЬ

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за май 2024 года.

1.1. Количество заказов в мае

#06_2024 (май)



64,8 млн
в мае



4%
к апрелю



+35%
к маю 2023

В среднем в сутки 2 090 тыс. заказов (+1% к апрелю 2024 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 мае 2024 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 64,8 млн заказов (здесь и далее без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что на 4% больше, чем в апреле 2024 года, и на 35% больше, чем в мае 2023 года.
- В мае 2024 года среднесуточное количество заказов составило 2 090 тыс. Этот показатель сопоставим с февральским и лишь на 2% ниже мартовского максимума.
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2024 года составит 818 млн заказов и 1,3 трлн руб.

Подписаться на Бюллетень eGrocery

Источник:

Выпуск eGrocery бюллетеня июнь 2024



Data Insight: Онлайн-покупка одежды и обуви. Анализ потребительского поведения

Datainsight.ru, 01.07.2024

/НОВОСТЬ

Data Insight представляет исследование «Онлайн-покупка одежды и обуви. Анализ потребительского поведения» при поддержке **Arvato** и **GBS**.

Основные выводы:

- Категория «одежда и обувь» занимает второе место по размеру аудиторной доли онлайн-покупателей: 53% всех опрошенных интернет-пользователей приобретали эти товары онлайн.
- Более половины опрошенных (55%) комбинируют оба способа покупок (офлайн + онлайн) товаров категории одежды и обуви (омни-покупатели).
- Подавляющее большинство опрошенных онлайн-покупателей, которые за последние 12 месяцев приобретали одежду или обувь онлайн, совершали покупки на маркетплейсах: 83% с доставкой по России, 31% – с доставкой из-за рубежа.

Покупки онлайн и офлайн за последние 12 месяцев

Доля от опрошенных интернет-пользователей



Одежда и обувь – на втором месте по размеру аудиторной доли онлайн-покупателей: онлайн эти товары приобретали 53% всех опрошенных интернет-пользователей.

При этом 68% всех опрошенных приобретали одежду или обувь за последние 12 месяцев в обычных магазинах (офлайн).

Чаще приобретали лишь продукты питания (79%) и лекарства и медицинские товары (72%).

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Анализ потребительского поведения в категории товаров одежды и обуви». Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет / не через интернет хотя бы раз за последние 12 месяцев?».

База: РФ, 18-64 года, интернет-пользователи, N=2391.



9

Источник:

Онлайн-покупка одежды и обуви. Анализ потребительского поведения



Основатель СДЭК продал свою долю бизнеса

Interfax.ru, 05.07.2024

/новость

Основатель логистического оператора СДЭК Леонид Гольдорт продал свою долю в компании: с 4 июля 55,44% принадлежит АО «Кластер Капитал» — фонду под управлением ООО «Современные фонды недвижимости», сообщает [INTERFAX.RU](https://interfax.ru).

По результатам сделки в компании не ожидают кардинальных кадровых перестановок за исключением назначения нового генерального директора. Сумма сделки не разглашается. Доли других совладельцев СДЭК не изменились: второй основатель компании Вячеслав Пиксаев владеет 37% компании, Инна Яковлева — 6,5%, Евгений Цацура — 1%.

СДЭК была основана Гольдортом и Пиксаевым в 2000 году. По итогам 2023 года у компании было свыше 5000 пунктов выдачи заказов в 39 странах, включая государства СНГ, Китай и Южную Корею.



Источник:

Основатель СДЭК продал 55% компании фонду под управлением УК «СФН»

Wildberries и Russ учредили совместную КОМПАНИЮ

Rb.ru, 05.07.2024

/НОВОСТЬ

Wildberries и оператор наружной рекламы Russ учредили совместную компанию ООО «РВБ». В новой структуре 65% принадлежит ООО «Вайлдберриз», 35% — ООО «Стинн» (владеет ООО Русс аутдор»).

Генеральным директором в РВБ значится исполнительный директор группы Russ Роберт Мирзоян. Уставный капитал структуры — 20 млн руб.

Ранее Wildberries объявил об объединении с Russ. Сообщалось, что гендиректор и основательница маркетплейса Татьяна Бакальчук возглавит объединенную компанию.



Источник:

[Wildberries и Russ создали совместную компанию](#)

Объем онлайн-продаж Sunlight вырос в 2,1 раза в I кв. 2024 г.

Tass.ru, 05.07.2024

/новость

Сеть ювелирных магазинов Sunlight в I кв. 2024 года нарастила общий объем продаж на 77% год к году — до 30 млрд руб. (с учетом НДС), сообщает [ТАСС](#).

Объем офлайн-продаж вырос на 59% и достиг 18 млрд руб. Онлайн-продажи показали рекордную динамику роста: увеличились в 2,1 раза — до 12 млрд руб.

В компании отметили, что продолжают активно использовать цифровые технологии для повышения эффективности бизнеса.



Источник:

[Sunlight в I квартале увеличила продажи на 77%](#)

Wildberries запустит подписку WB Клуб

Т.me, 04.07.2024

/новость

Запуск подписки WB Клуб — часть стратегии Wildberries по развитию своей цифровой платформы и предоставлению сопутствующих сервисов для шопинга. Подписка откроет покупателям доступ к дополнительным скидкам на товары и полезным сервисам.

Скидки для подписчиков WB Клуба будут суммироваться с другими скидками на Wildberries. Подписка будет постоянно пополняться новыми сервисами для покупателей.

Стоимость подписки составит 199 руб. за 1 месяц, 1069 руб. за 6 месяцев, 1899 руб. за 12 месяцев. Приобрести подписку можно будет в августе. Сначала функционал появится на сайте, а затем и в приложении.

Возможности подписки WB Клуб

- Эксклюзивные скидки на товары до 20%
- Возможность изменить пункт выдачи заказов в течение первых 30 минут
- Приоритетная поддержка
- Значок WB Клуба напротив имени в разделах «Отзывы» и «Вопросы»
- Доступ к предложениям от партнерских сервисов

Источник:

[Wildberries запустит подписку WB Клуб со специальными скидками для покупателей](#)

«Азбука вкуса» открыла первый даркстор

Av.ru, 04.07.2024

/новость

Даркстор «Азбуки вкуса» площадью 400 кв. м открылся в Москве, на ул. Большая Филевская, д. 3. В ассортименте — более 5000 товарных наименований, включая готовую еду собственного производства. Ожидание заказа в районе составит от 15 мин. Компания планирует выполнять более 1000 заказов ежедневно.

На базе даркстора сформирован штат собственных курьеров и сборщиков, на случай повышенного спроса предусмотрена интеграция с сервисами доставки.

Технологическим партнером выступила Яндекс Лавка, которая предоставляет WMS-систему и отвечает за диспетчеризацию и маршрутизацию курьеров.

Зона доставки охватывает существенную часть ЗАО. Сейчас компания ищет второе помещение на севере Москвы. По итогам пилота ритейлер планирует развивать направление и открывать дарксторы.

Доля онлайн-продаж «Азбуки вкуса» по итогам I кв. 2024 года выросла до 13,1%. За 2023 год оборот сервиса доставки вырос на 34,2%.



Источник:

[«Азбука вкуса» открыла первый даркстор](#)

Wildberries представила сервис WB Rent для арендодателей

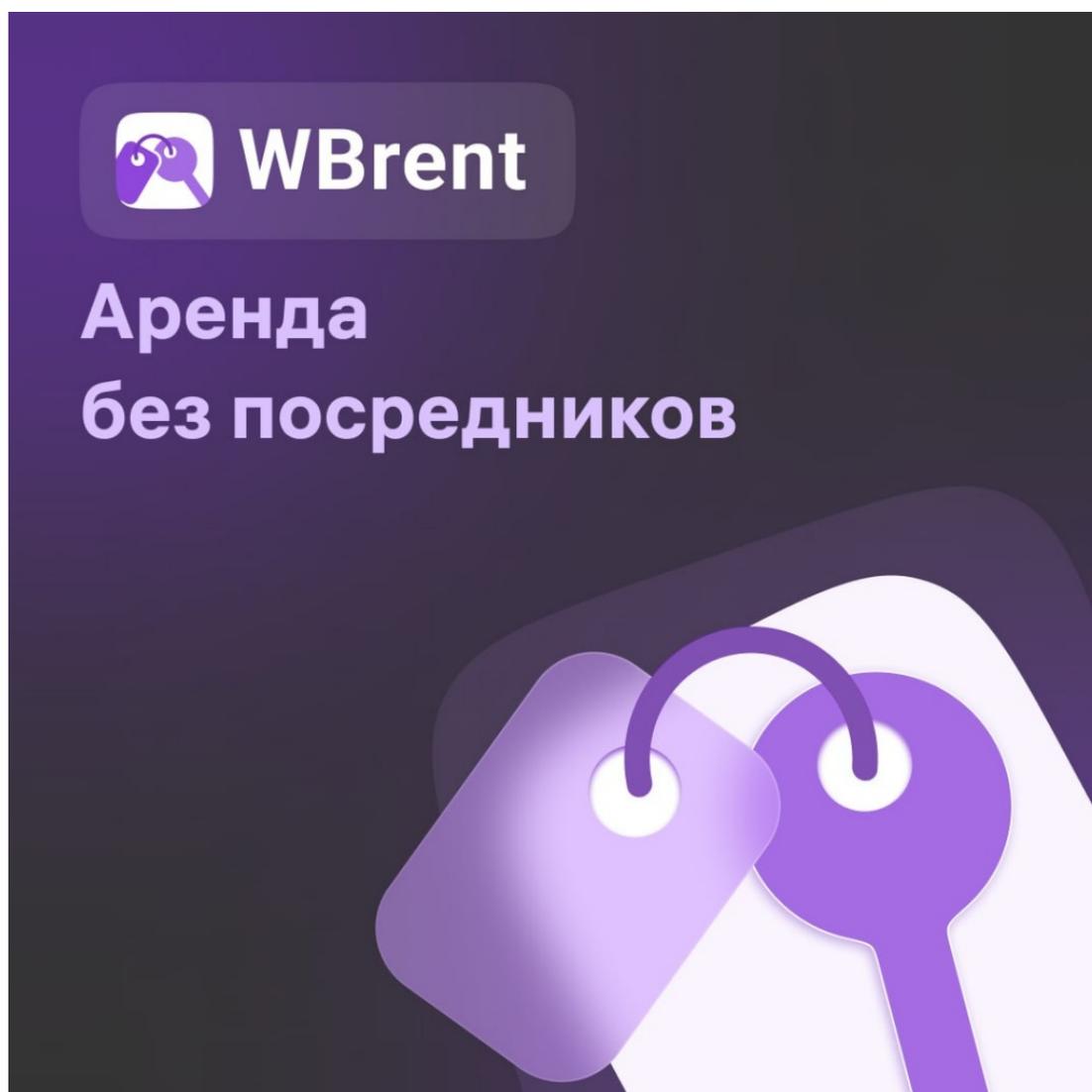
Т.ме, 03.07.2024

/новость

Маркетплейс завершил тестирование сервиса WB Rent, который упрощает процесс сдачи в аренду помещений под открытие фирменных ПВЗ. Основная цель сервиса — сокращение числа посредников и промежуточных звеньев.

С момента запуска сервис уже привлек порядка 17 000 потенциальных арендодателей, которые могут представить свои предложения в формате, необходимом для маркетплейса. Более 10 000 помещений в структуре Wildberries предоставлены благодаря этому сервису.

Арендодатели получают возможность напрямую взаимодействовать с Wildberries. Компания обещает прозрачные условия сотрудничества, улучшение коммуникации и оперативное решение вопросов.



Источник:

[Wildberries представила сервис WB Rent для арендодателей](#)

СберМаркет сменил название на Купер

Т.ме, 01.07.2024

/новость

Купер — это универсальный помощник, говорится в сообщении компании. Новое имя значит «покупать». Сервис доставит от 20 минут продукты из магазинов, готовую еду из ресторанов и кафе, косметику, цветы, товары для дома, корм для питомцев и многое другое.

Купер есть в 360 городах по всей стране и доставляет из 160 продуктовых сетей, 560 магазинов непродовольственных товаров и более чем 35 000 ресторанов.

Команда уже запустила новую рекламу Купера, фирменный стиль и переименовала сайт.



Источник:

[Купер](#)

«Лента» представила свежие продукты на Ozon

Lenta.com, 01.07.2024

/новость

«Лента» стала первой мультiformатной сетью, товары которой представлены на витрине свежих продуктов Ozon. Всего — около тысячи наименований, в том числе охлаждённая птица и мясо, замороженная продукция, фрукты и овощи, напитки, колбасные изделия, сыры и молочная продукция. Вскоре на витрине появятся снеки, шоколад, конфеты и ассортимент бакалеи.

«Эта интеграция — важный шаг в построении Ozon как площадки по выбору свежих продуктов по всей стране от крупных до малых компаний», — комментирует коммерческий директор Ozon fresh и FMCG Арина Князева.

«Лента» начала сотрудничество с Ozon в 2021 году. В мае компания заняла первую позицию среди продавцов маркетплейса по количеству проданных надувных бассейнов, раскладных кресел и садовых тентов.



Источник:

[«Лента» стала продавцом свежих продуктов на Ozon](#)

Весь мир:

About You начнет доставлять товары напрямую с фабрики

Ecommercenews.eu, 04.07.2024

/новость

Немецкая модная платформа About You собирается поставлять продукцию потребителям напрямую с фабрики. Устранив звено в логистике, платформа надеется снизить цены и остановить потерю клиентов.

С помощью искусственного интеллекта компания хочет быстро выявлять новые тенденции и производить соответствующую продукцию в небольших количествах. Затем товары будут доставлять напрямую с фабрик клиентам. Это должно снизить затраты и излишки запасов.

About You — интернет-магазин модной одежды из Германии. В 2023/2024 финансовом году компания впервые после многих лет убытков достигла прибыли в размере 3,2 млн евро. Однако конкуренты из-за пределов ЕС, такие как Shein и Temu, быстро привлекают клиентов в Германии.



Источник:

[About You will ship directly from factory](#)

В Казахстане создадут крупнейший распределительный центр e-commerce в ЦА

Fintech-retail.com, 02.07.2024

/новость

Казахстан планирует создать крупнейший распределительный центр электронной коммерции в Центральной Азии в сотрудничестве с китайской компанией YTO Express Co.

Проект обсудили на встрече Министра торговли и интеграции Армана Шаккалиева с председателем правления и основателем YTO Express Co. Ю Вэйцзя. Сторонами был подписан план совместных действий.

Строительство центра станет основой для оптимизации логистических процессов и ускорит доставку товаров не только в Казахстане, но и в страны Европейского союза, Евразийского экономического союза и другие регионы Центральной Азии. Проект является уникальным для ЦА, планируется создание еще пяти таких центров в других странах.



Источник:

[В Казахстане создадут крупнейший распределительный центр электронной коммерции в ЦА](#)

Цифровые продажи Nike в IV кв. фингода упали на 10%

Digitalcommerce360.com, 01.07.2024

/новость

Объем глобальных продаж бренда Nike через веб-сайт и мобильное приложение снизился на 10% в IV кв. 2024 финансового года.

В Северной Америке продажи Nike Digital снизились на 11%, в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке (EMEA) — упали на 14%, в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Латинской Америке (APLA) — на 12%. Однако продажи Nike Digital в Большом Китае за квартал выросли на 8%.

Хотя совокупный годовой темп роста Nike Digital (CAGR) составил около 26% с 2019 финансового года, компания не достигла своих целей в IV финансовом квартале. Продажи Nike Digital были «отстающими» в апреле и мае, снижение продолжалось до июня. Это происходит потому, что Nike продолжает «стимулировать рост розничных продаж при высокой полной цене».



Источник:

[Nike Digital sales drop in Q4 as retailer reaches highest-yet annual revenue](#)

49% покупателей в Узбекистане начинают поиск товаров с маркетплейсов

Podrobno.uz, 05.07.2024

/исследование

Uzum Market выяснил, что более 60% опрошенных узбекистанцев изучают информацию о товарах перед покупкой. 49% респондентов при этом в первую очередь посещают маркетплейсы. Почти 90% опрошенных узбекистанцев среди тех, кто ищет товары именно на онлайн-платформах, используют Uzum Market.

Около 20% обращаются к поисковым системам (Google или Яндекс Поиск). На социальные сети, классифайды и мессенджеры приходится порядка 7-8% респондентов.

Более половины пользователей считают, что на маркетплейсах удобный поиск. Еще 45% отметили большой выбор товаров. Подробное описание товаров нравится 33% респондентов. Отзывы и рейтинги на маркетплейсах — важный параметр для 29% ответивших.



На Uzum Market продают товары более 10 тыс. предпринимателей и компаний со всей страны. Получить заказы с доставкой в течение суток могут жители 122 населенных пунктов. До конца года маркетплейс планирует увеличить сеть ПВЗ втрое, охватив все города и поселки с населением более 10 тыс. человек, а также расширить ассортимент до более чем 2 млн товарных наименований.

Источник:

[Почти половина покупателей в Узбекистане при поиске товаров в первую очередь посещают маркетплейсы](#)

ECDB: Топ онлайн-магазинов Европы 2023 возглавил Amazon.de

Ecommercedb.com, 03.07.2024

/исследование

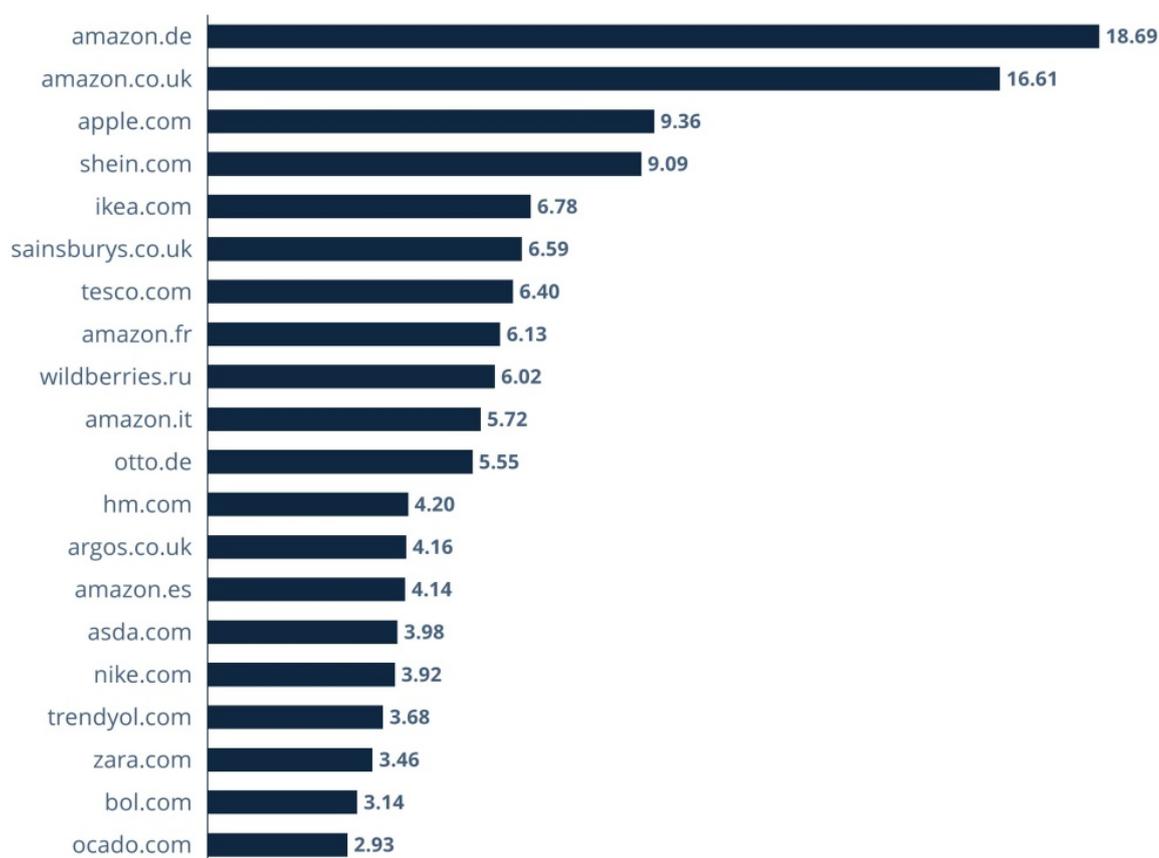
Магазины Amazon в Германии и Великобритании возглавляют двадцатку крупнейших интернет-магазинов Европы, владея значительной долей чистых продаж. В топ-20 входят компании из США, Великобритании, Швеции, Германии, Турции и Китая.

Amazon.de занимает первое место с чистым объемом продаж \$18,69 млрд в 2023 году. Интернет-магазин занимает значительную долю 14,3% в топ-20 интернет-магазинов Европы, а также 10,1% в топ-50.

Далее следует amazon.co.uk с чистым объемом продаж \$16,61 млрд и долей 12,7% в топ-20 и 9% рынка в топ-50 в Европе. Наряду с тремя другими магазинами (.es, .fr, .it) в списке, на магазины Amazon в 20 крупнейших интернет-магазинах Европы приходится почти 40% чистых продаж.

TOP 20 ONLINE STORES IN EUROPE BY ECOMMERCE NET SALES, 2023

in billion US\$



Notes: Excluding Ukraine and Russia.
Sources: ECDB.

ECDB

Источник:

Top Online Stores in Europe 2023: Net Sales, Leading eCommerce Retailers, & Market Share



Mercado Libre лидирует на рынке ритейл медиа в Латинской Америке

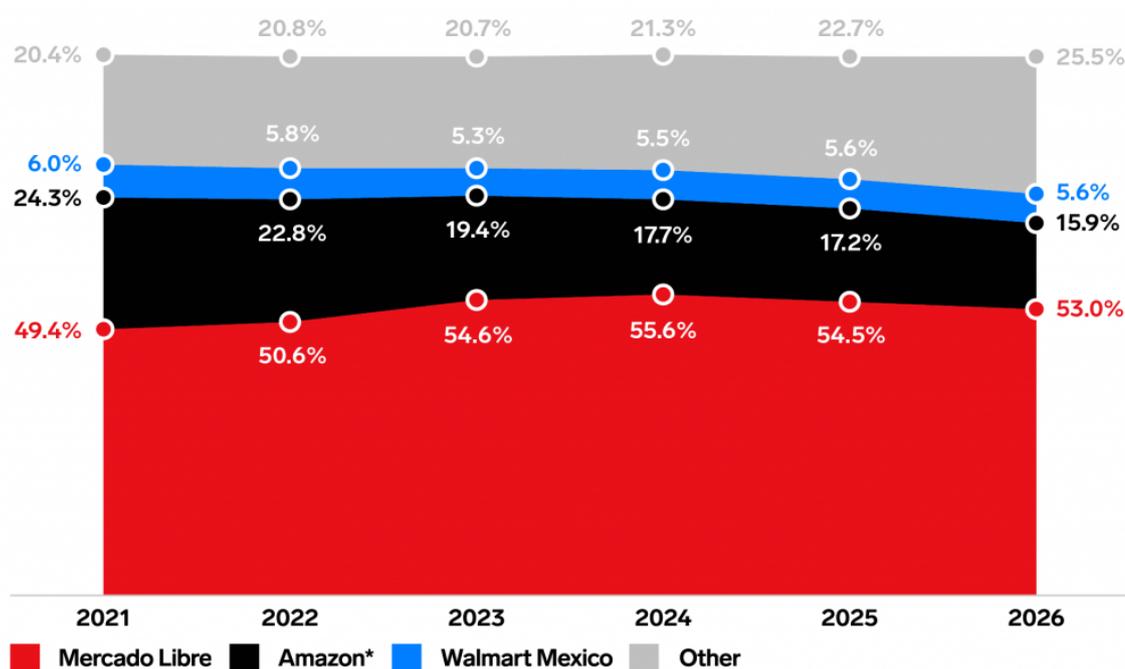
Emarketer.com, 03.07.2024

/исследование

По прогнозам eMarketer, направление цифровой рекламы Mercado Libre в 2024 году вырастет на 44,5%. На компанию будет приходиться более половины рынка ритейл медиа в Латинской Америке. Между тем, выручка Amazon от цифровой рекламы в регионе вырастет на 29,4%.

Retail Media Ad Spending Share in Latin America, by Company, 2021-2026

% of total digital ad spending



Note: includes digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce or is bought through a retailer's media network or demand-side platform (DSP); examples of websites or apps primarily engaged in retail ecommerce include Amazon, Walmart, and eBay; examples of retail media networks include Amazon's DSP and Etsy's Offsite Ads; includes ads purchased through retail media networks that may not appear on ecommerce sites or apps; *includes Brazil and Mexico
Source: EMARKETER Forecast, March 2024

351124

EM | EMARKETER

Бразилия и Мексика являются двумя крупнейшими рынками розничной торговли и рекламы в регионе. В совокупности на них приходится более 8 из 10 долларов, потраченных на ритейл медиа в регионе. Бразилия и Мексика будут стимулировать рост Mercado Libre. По оценкам eMarketer, в совокупности на эти страны будет приходиться 82,1% регионального рекламного бизнеса компании, но 72,6% ее канала электронной коммерции.

Расходы на ритейл медиа в Латинской Америке утратят в период с 2024 по 2028 год, а в этом году Mercado Libre станет игроком на рынке цифровой рекламы с оборотом на уровне \$1 млрд.

Источник:

[Mercado Libre to command half of Latin America's retail media market this year](#)



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.