

# 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

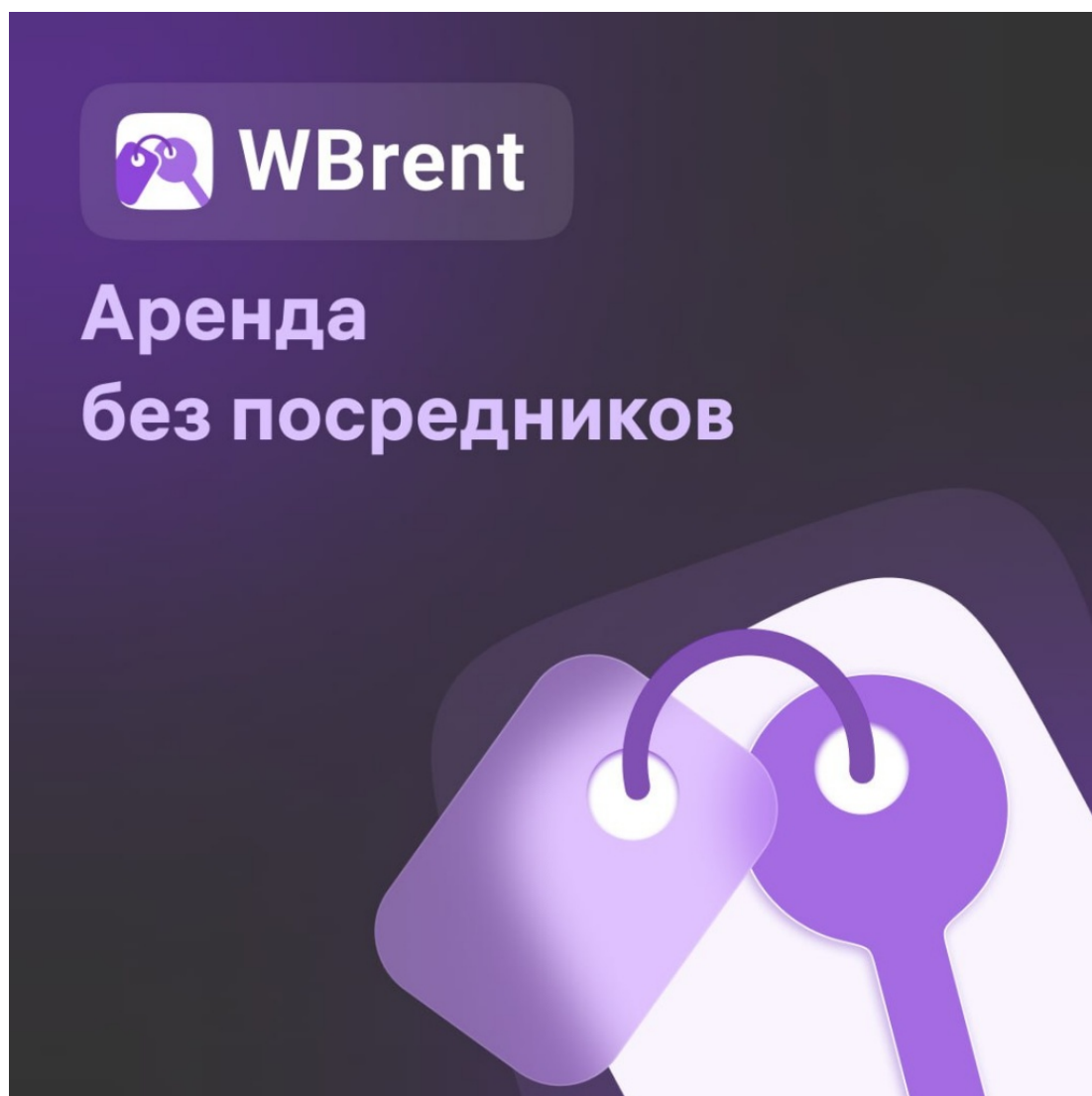
Т.ме, 03.07.2024

/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

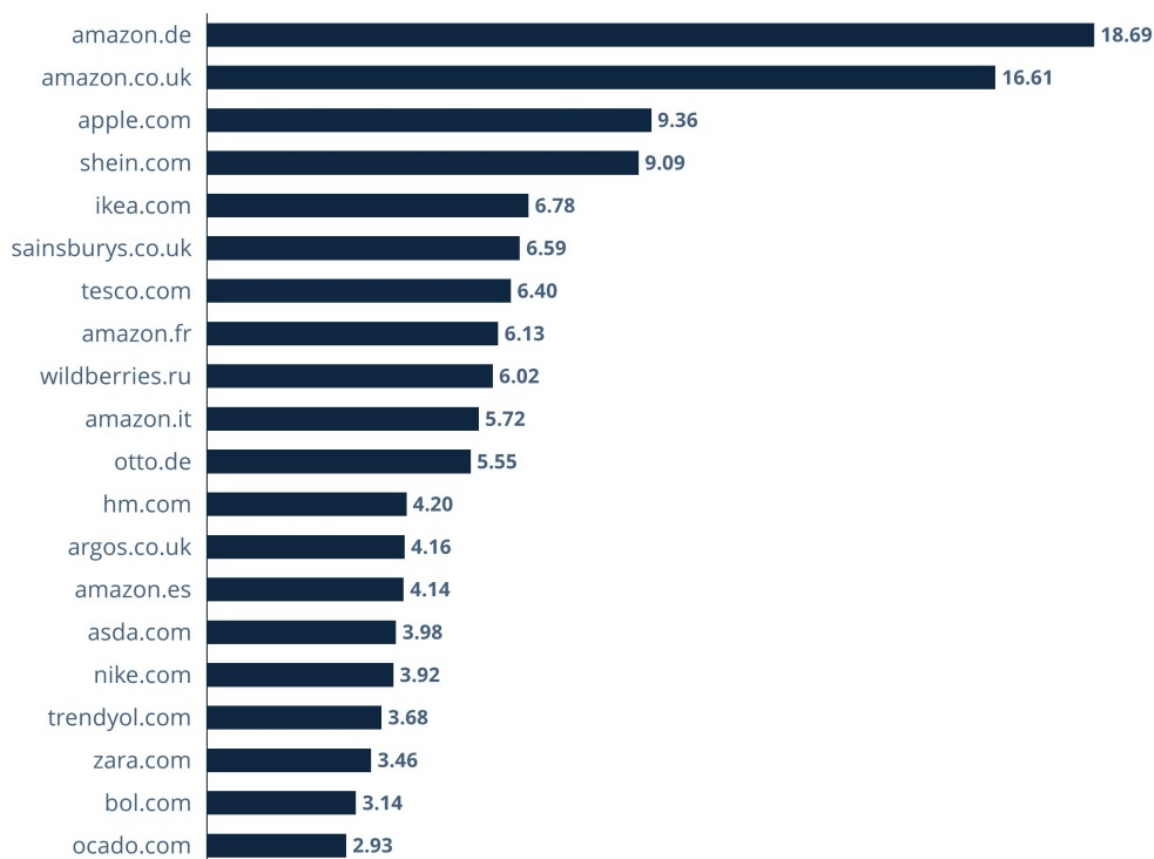
Магазины Amazon в Германии и Великобритании возглавляют двадцатку крупнейших интернет-магазинов Европы, владея значительной долей чистых продаж. В топ-20 входят компании из США, Великобритании, Швеции, Германии, Турции и Китая.

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

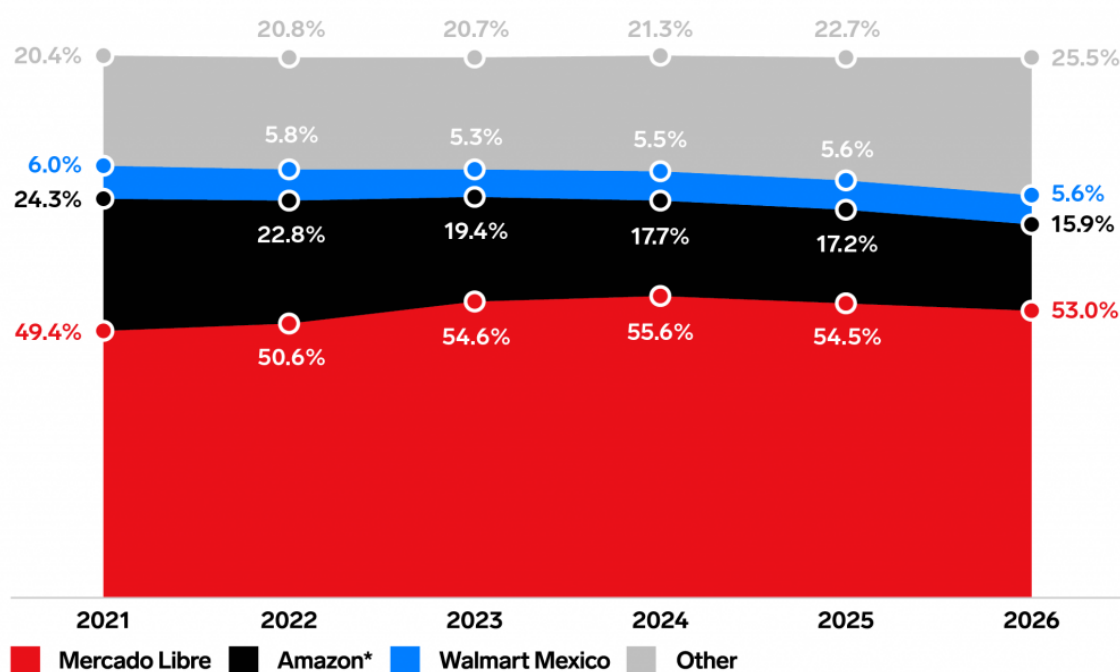
Emarketer.com, 03.07.2024

/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 утроятся 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](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.