

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 36

07 Октября 2024 - 13 Октября 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Экосистема электронной торговли — 2024 v2 (осень)

Wildberries начинает продажу строительной и дорожной техники

«Магнит» и Яндекс запускают новую схему доставки Delivery by Seller

Товары с Ozon можно заказать во ВКонтакте

Яндекс Фабрика представила бренд радиоуправляемых игрушек Cubits

Яндекс Маркет внедрил доставку курьером из пунктов выдачи заказов

Альфа-Банк: Оборот e-com в России будет расти в среднем на 25% в год

СДЭК и Ozon: Зумеры чаще выбирают бесконтактные способы доставки

T-Bank eCommerce: Прирост продавцов на маркетплейсах замедляется

Весь мир:

Uzum Tezkor и Korzinka Go запустили совместную доставку продуктов

Kaspi тестирует сервис заказа еды

Рынок электронной коммерции Казахстана вырастет в 4 раза к 2029 г.

Китайский рынок e-commerce все чаще обращается к офлайн-каналам

Richemont продает Yoox Net-A-Porter компании Mytheresa

Рынок интернет-торговли Беларуси увеличился в 1,7 раза с 2018 г.

69% трансграничной e-com в Европе приходится на маркетплейсы



Wildberries начинает продажу строительной и дорожной техники

Т.ме, 09.10.2024

/новость

Покупатели Wildberries смогут приобрести некоторые модели строительной техники. Заказ строительного и дорожного оборудования будет доступен в 39 регионах России.

Условия покупки спецтехники на Wildberries такие же, как и у товаров категории «Транспортные средства»: предоплата с карты, привязанной к профилю пользователя. После представитель дилера свяжется с покупателем, согласует договор купли-продажи, а также место доставки.



Источник:

[Wildberries начала продажу строительной и дорожной техники](#)

«Магнит» и Яндекс запускают новую схему доставки Delivery by Seller

Magnit.com, 08.10.2024

/новость

Новая модель станет функционировать в рамках сервисов Яндекс Еда, Деливери, Яндекс Маркет и Яндекс Go. Схема Delivery by Seller (DBS) уже запущена в 30 новых городах.



В рамках модели DBS «Магнит» самостоятельно организует и управляет процессом доставки товаров с помощью собственной курьерской службы. DBS дополнит уже существующую схему доставки из магазинов ритейлера курьерами Яндекса.

«Модель Delivery by Seller позволяет нам контролировать каждый этап доставки, чтобы гарантировать высокое качество сервиса, а также расширять регионы присутствия», — комментирует Игорь Бугаев, директор департамента по развитию бизнеса e-ком «Магнита».

Источник:

[Ассортимент «Магнита» станет доступен пользователям сервисов «Яндекса» в 30 новых городах](#)

Товары с Ozon можно заказать во ВКонтакте

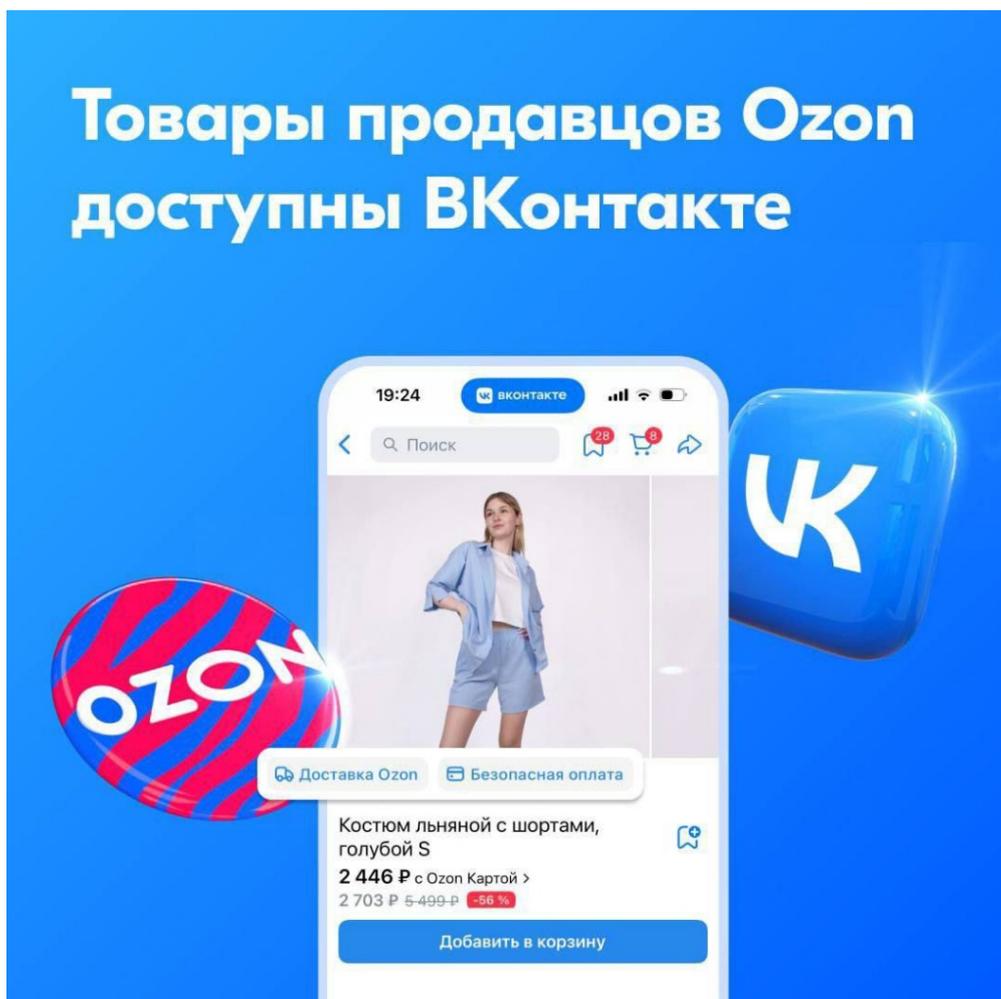
Corp.ozon.ru, 08.10.2024

/новость

Товары продавцов Ozon будут видны в постах в новостной ленте, в сообществах предпринимателей, в поисковой выдаче и в VK Маркете. Ежедневно контент бизнес-сообществ ВКонтакте просматривает более 35 млн уникальных пользователей.

Платформа показывает самые релевантные объявления по интересам пользователей. Покупки в соцсети будут проходить бесшовно — можно оформить и оплатить заказы на Ozon, не выходя из ВКонтакте.

Продавец Ozon может автоматически перенести карточки товаров на площадку ВКонтакте, а также использовать инструменты social commerce. Интеграция работает для товаров, размещенных на складах Ozon.



Источник:

Товары продавцов Ozon будут доступны для заказа во ВКонтакте

Яндекс Фабрика представила бренд радиоуправляемых игрушек Cubits

Yandex.ru, 08.10.2024

/новость

Первыми товарами бренда Cubits стала линейка Urbatax из семи моделей строительной техники. Бренд планирует также создать линейку радиоуправляемых скоростных машин. Команда Фабрики полностью контролирует производство на всех этапах.

В компании отмечают рост интереса к игрушечной радиоуправляемой технике. Оборот продаж в этой категории на Яндекс Маркете с января по сентябрь 2024 увеличился на 30% по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году. Спрос на такие игрушки растет и среди взрослых.



Источник:

[Игрушки для детей и взрослых от Яндекс Фабрики: подразделение Яндекса представило новый бренд Cubits](#)

Яндекс Маркет внедрил доставку курьером из пунктов выдачи заказов

Retailer.ru, 08.10.2024

/новость

В тестовом режиме эта схема уже работала с августа 2024 года. Курьерский тариф составит 112 руб. за один доставленный заказ. Кроме того, можно установить фиксированную выплату в сумме 5 тыс. руб. в день, если заказов менее 46.

Дополнительно ПВЗ будет получать 40 руб. за каждый доставленный заказ. Чтобы подключиться, пункту необходимо самостоятельно нанять курьера и настроить с Яндекс Маркетом соответствующие условия работы. К схеме подключены 18 городов, в будущем их станет больше.



Источник:

[Яндекс Маркет запустил доставку курьером из пунктов выдачи заказов](#)

Альфа-Банк: Оборот e-commerce в России будет расти в среднем на 25% в год

Alfabank.ru, 11.10.2024

/исследование

По оценкам аналитиков Альфа-Банка, оборот e-commerce в России в ближайшие годы будет расти в среднем на 25% в год. К 2028 году каждая третья покупка в стране будет совершаться онлайн. Уже сейчас РФ — в ТОП-5 по проникновению онлайн.

«Важно использовать все возможные каналы продаж. Омниканальный подход помогает глубже понять потребности клиентов и предлагать кастомизированные решения и технологии, учитывающие специфику отраслей. Это не только увеличивает продажи, но и создает дополнительную ценность для бизнеса», — поделился Александр Горин, руководитель департамента разработки и поддержки продаж транзакционных продуктов Альфа-Банка.



Источник:

[Эксперты Альфа-Банка обсудили тренды e-commerce](#)

СДЭК и Ozon: Зумеры чаще выбирают бесконтактные способы доставки

Rbc.ru, 11.10.2024

/исследование

По данным СДЭК и Ozon, молодые люди в возрасте от 18 до 27 лет чаще выбирают бесконтактные способы доставки, сообщает РБК. 51% из них для получения посылки предпочитают постаматы, 38% — бесконтактную доставку до двери, а 36% — самовывоз из магазина.

Миллениалы (от 28 до 43 лет) чаще всего забирают свои заказы из пунктов выдачи. Среди представителей поколения X (рожденные в 1980 году и раньше) 31% выбирают курьерскую доставку лично в руки.

Вне зависимости от возраста клиенты служб доставки ценят скорость работы сервисов: ее считают важной 56% зумеров, 54% миллениалов и 50% представителей поколения X.



Источник:

[Стало известно, кто из россиян больше всего избегает доставок от курьера](#)

T-Bank eCommerce: Прирост продавцов на маркетплейсах замедляется

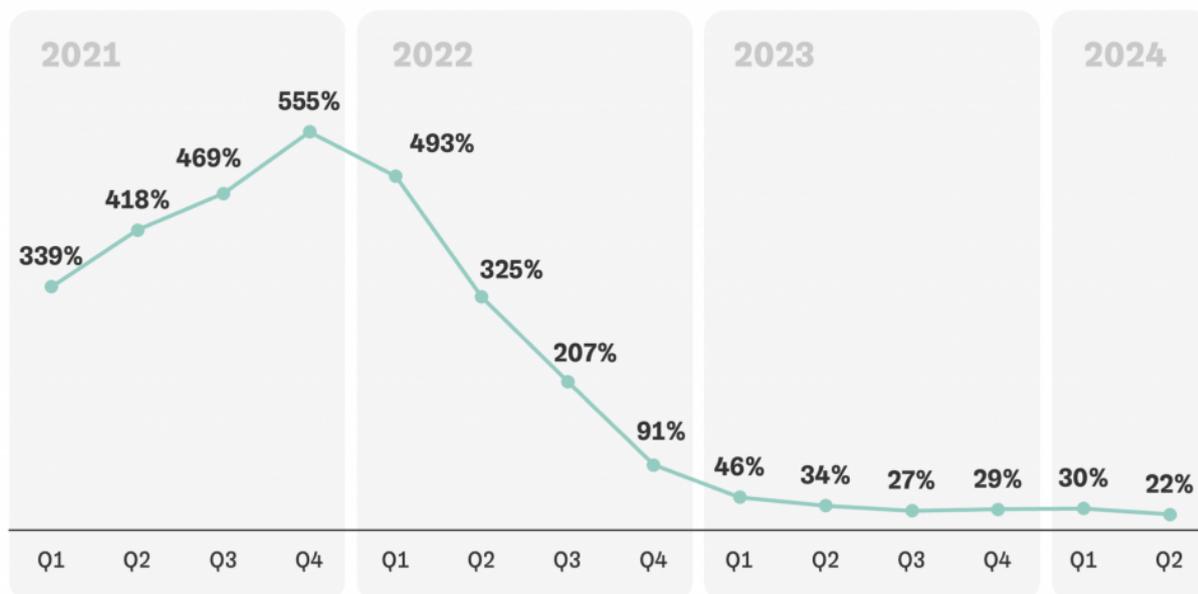
Tbank.ru, 08.10.2024

/исследование

Согласно исследованию T-Bank eCommerce, прирост продавцов на маркетплейсах замедляется из квартала в квартал. Если во II кв. 2023 ежегодный прирост составлял 34%, то по итогам II кв. 2024-го — только 22%.

Число продавцов на маркетплейсах выросло на 22%

Прирост селлеров год к году



T БАНК | БИЗНЕС

Исследование
T-Bank eCommerce

По данным T-Банка, 2021—2024 годы

Самый стремительный рост числа продавцов за год зафиксирован у Мегамаркета — в 2,5 раза. При этом доля Мегамаркета составляет всего 1,5% (+1 п. п. к прошлому году). Самая большая доля по количеству продавцов — у Wildberries: 53%. За год почти на 6 п. п. снизилась доля Ozon — до 30%.

78% продавцов ведут торговлю на одной площадке. Доля торгующих на двух площадках снизилась почти на 2 п. п. Половина продавцов с квартальным оборотом более 2 млн руб. торгуют на двух площадках и более.

В качестве первой площадки селлеры в большинстве случаев в 2024 году выбирали Wildberries (62%) и делали это чаще, чем в прошлом году (47%).

Источник:

Исследование T-Bank eCommerce: средний доход селлера на одном маркетплейсе — 53 тыс. рублей в месяц, а на двух — 137 тыс. рублей



Весь мир:

Uzum Tezkor и Korzinka Go запустили совместную доставку продуктов

Uzum.com, 11.10.2024

/НОВОСТЬ

Жители Ташкента могут заказать продукты и товары повседневного спроса из онлайн-супермаркетов Korzinka Go с доставкой через Uzum Tezkor. Заказы собираются в дарксторах (магазины-склады) Korzinka Go, а привезут их курьеры Uzum Tezkor.

Доставка товаров из дарксторов Korzinka Go через Uzum Tezkor доступна только в Ташкенте, но в перспективе появится и в других крупных городах страны. Цены на товары в приложении Uzum Tezkor полностью соответствуют ценам в магазинах сети Korzinka, включая акции и скидки.



Источник:

[Uzum Tezkor и онлайн-супермаркет Korzinka Go запустили совместную доставку продуктов](#)

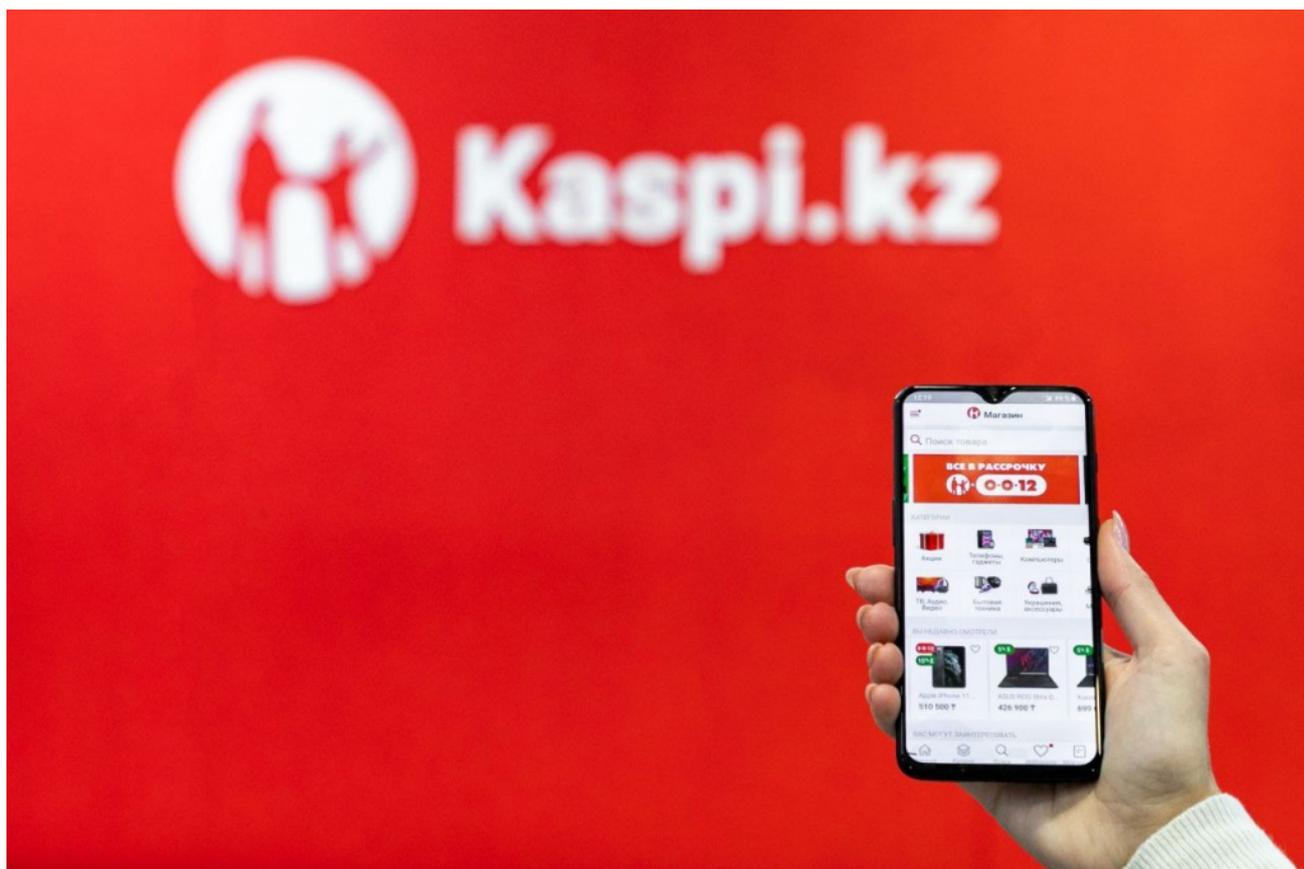
Kaspi тестирует сервис заказа еды

Forbes.kz, 09.10.2024

/НОВОСТЬ

Kaspi.kz запускает сервис заказа еды и напитков в кафе и ресторанах «Kaspi Рестораны», сообщает [Forbes Kazakhstan](#). Услуга уже начала работать в Алматы в тестовом режиме.

Пользователь может самостоятельно ознакомиться с меню кафе и ресторанов быстрого обслуживания в приложении Kaspi, выбрать позиции, оформить и оплатить заказ. Однако это не сервис доставки еды, поэтому пользователь должен будет самостоятельно забрать свой заказ из кафе или ресторана.



Источник:

[Kaspi запускает сервис заказа еды в кафе и ресторанах](#)

Рынок электронной коммерции Казахстана вырастет в 4 раза к 2029 г.

Inbusiness.kz, 08.10.2024

/новость

Ожидается, что к 2029 году рынок e-commerce Казахстана увеличится в 4 раза и достигнет \$19 млрд, что создаст устойчивый спрос на услуги E2E-доставки, охватывающие все регионы страны, включая сельскую местность. Об этом сообщила председатель правления Казпочты Асель Жанасова.

75% рынка e-commerce Казахстана занимают пять основных игроков, включая локальные и иностранные маркетплейсы. Главные категории товаров на этих платформах — одежда, электроника и товары для дома. Появляются новые игроки, среди которых китайские маркетплейсы.

«На одного человека в Казахстане уже приходится пять посылок в год. К 2029 году этот показатель вырастет до 20 посылок на одного человека. Это соответствует уровню стран с развитым e-com, таких как Норвегия, Швеция, Бразилия», — сообщила Асель Жанасова.



Источник:

[В четыре раза вырастет рынок e-Commerce Казахстана к 2029 году](#)

Китайский рынок e-commerce все чаще обращается к офлайн-каналам

Ecommercedb.com, 08.10.2024

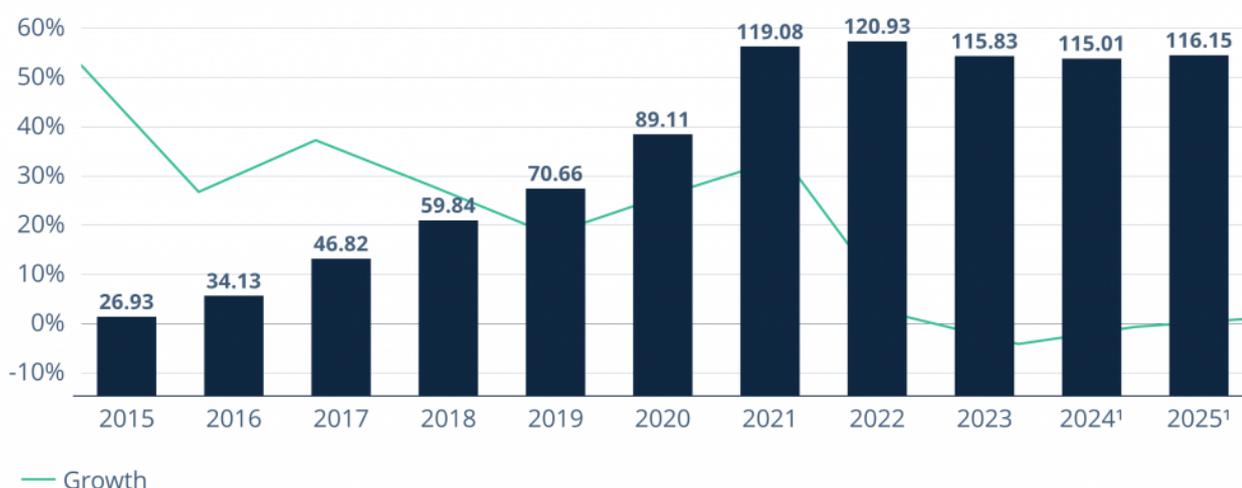
/новость

Китайский рынок электронной коммерции развивается и многие ритейлеры обращаются к офлайн-каналам, чтобы усилить свое омниканальное присутствие.

- Принятие гибридных моделей. По мере развития сектора электронной коммерции в Китае ритейлеры все чаще сочетают онлайн- и физические каналы для поддержания роста и удовлетворения растущих ожиданий потребителей в постпандемическую эпоху.
- Стримеры переходят на физическую розничную торговлю. Столкнувшись со стагнацией в сфере электронной коммерции, стримеры переходят в офлайн, причем многие из них изучают сектор супермаркетов, чтобы диверсифицировать и стимулировать расширение бизнеса.
- Расширение офлайн-присутствия. Так, JD.com открывает новые магазины, такие как 7Fresh и Huaguan Discount Supermarket, уделяя особое внимание интеграции эффективности электронной коммерции с традиционным опытом работы в магазинах и вариантами быстрой доставки.

ECOMMERCE NET SALES DEVELOPMENT OF JD.COM, 2015-2025

in billion US\$



Notes: (1) Forecast. First party net sales generated by jd.com after deduction of returns, allowances for damaged or missing goods and any discounts allowed.
Sources: ECDB.

ECDB

Источник:

[China's eCommerce Market Shifts Focus to Offline Channels](#)



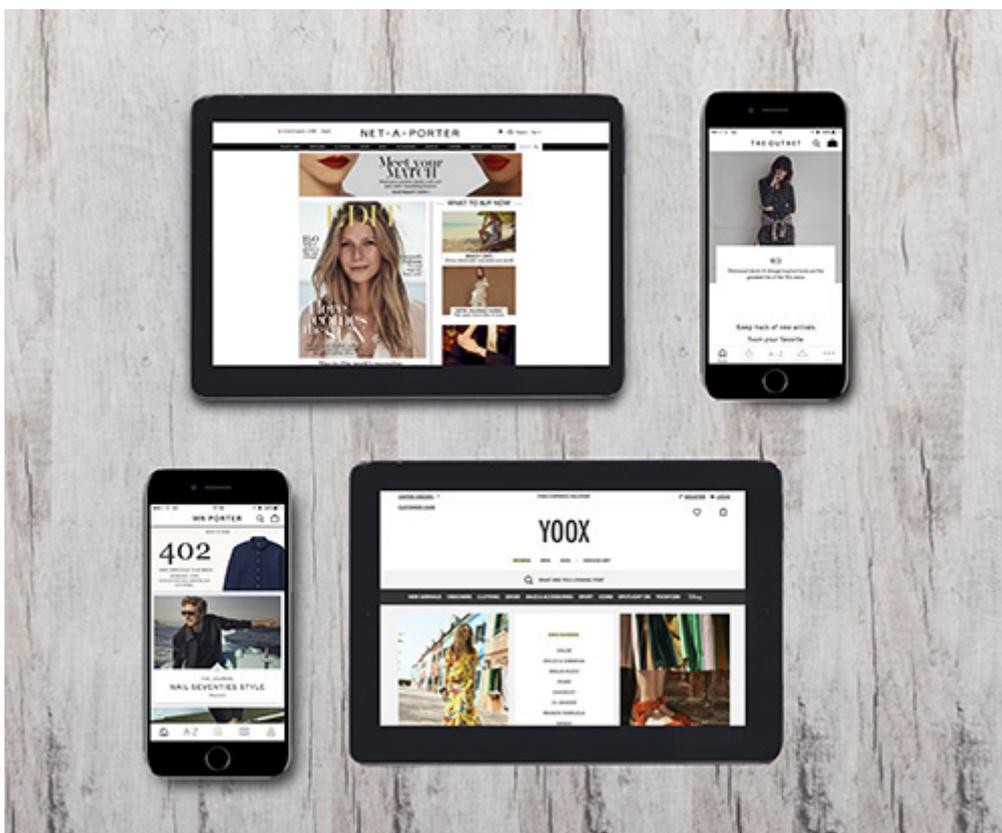
Richemont продает Yoox Net-A-Porter компании Mytheresa

Fashiondive.com, 07.10.2024

/новость

Richemont продаст платформу Yoox Net-A-Porter компании MYT Нидерланды Parent B.V., материнской компании Mytheresa, за 555 млн евро, или около \$610 млн. Сделка направлена на создание ведущей глобальной мультибрендовой цифровой группы в сфере роскоши.

Сделка также предоставит Richemont 33% акций Mytheresa. Richemont предоставит YNAP возобновляемую кредитную линию в размере 100 млн евро сроком на шесть лет. Ожидается, что сделка будет завершена в первой половине 2025 календарного года до достижения «обычных условий, включая получение антимонопольных разрешений».



Источник:

[Richemont sells Yoox Net-A-Porter for \\$610M](#)

Рынок интернет-торговли Беларуси увеличился в 1,7 раза с 2018 г.

Blizko.by, 07.10.2024

/новость

С 2018 года рынок интернет-торговли Беларуси вырос в 1,7 раза. На сегодняшний день практически 8% всего товарооборота страны — это товарооборот маркетплейсов, рассказала заместитель министра антимонопольного регулирования и торговли Наталья Василевская. По данным Белстата, в 2023 году интернет-магазины в Беларуси продали товаров на 5,2 млрд руб.

В Беларуси доминирующее положение занимают Wildberries, Ozon и 21vek.by. При этом российские маркетплейсы стараются ускоренными темпами занимать нишу белорусского e-commerce. Оборот маркетплейса Ozon в Беларуси за 2023 год увеличился в 2,5 раза. Число клиентов-покупателей приросло 74%. Пункты выдачи заказов также увеличились в своем количестве в 8 раз.

В основном интернет-магазины реализуют непродовольственные товары. Их доля составляет около 90%. Наибольший доход приносит одежда. Второе место занимают косметика и парфюмерия, автозапчасти, электробытовые приборы, стройматериалы и бытовая мебель.



Источник:

[В МАРТ рассказали, как изменился рынок e-commerce за последние годы. А что покупают белорусы в интернете?](#)

69% трансграничной e-com в Европе приходится на маркетплейсы

Cbcommerce.eu, 10.10.2024

/исследование

По данным CBCommerce, в 2023/2024 году европейский рынок трансграничной электронной коммерции достиг 326 млрд евро, из которых 225 млрд евро, или 69%, пришлось на маркетплейсы. Выдающиеся игроки, такие как Amazon и eBay, продолжают доминировать, захватывая более половины оборота рынка. Тем не менее, 100 крупнейших трансграничных торговых площадок выделяются впечатляющим оборотом в 197,01 млрд евро, что отражает рост на 39,29%.



TOP 100 Cross-Border Marketplaces Europe 2024

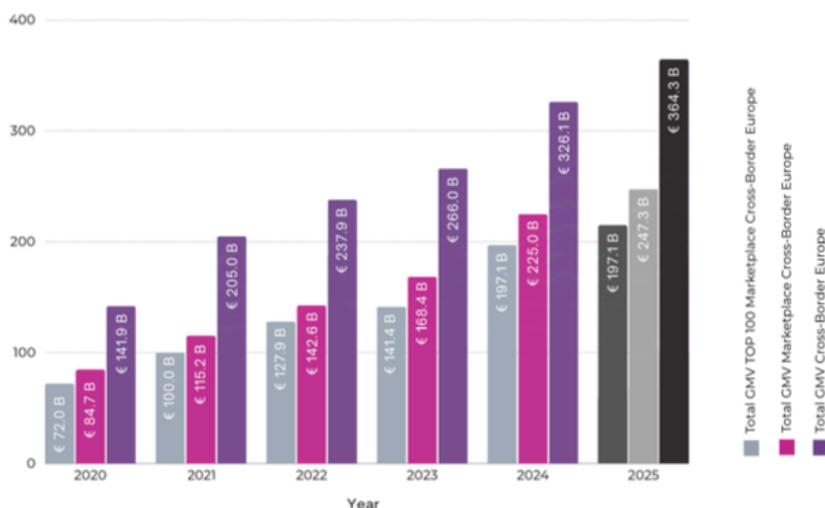
Steady Growth in Cross-Border E-Commerce: Expanding Market Reach from 2022 to 2025

Cross-Border Metrics	2022	2023	2024	2025
Cross-Border Country Score	56.85%	58.3%	60.57%	62.29%
% Cross-Border Visitors	83.45%	90.2%	92.16%	97.30%

TOP 10 Marketplaces

eRank	Company
1	Amazon
2	AliExpress
3	eBay
4	Etsy
5	Temu
6	Vinted
7	OLX
8	Shein
9	Discogs
10	Zalando

Growth of Cross-Border GMV in EU28 & Predictive Analysis 2020-2025



Ландшафт электронной коммерции быстро меняется, чему способствуют многоканальные стратегии и рост китайских торговых площадок, таких как Shein и Temu. Чтобы сохранить доминирование, Amazon расширяет свою сеть продаж в Китае, совершенствует логистику и внедряет инновационные методы доставки.

Будущее глобальной электронной коммерции зависит от того, как западные компании будут внедрять инновации и ориентироваться на все более конкурентном и регулируемом рынке, сформированном ростом китайских гигантов электронной коммерции.

Источник:

"TOP 100 Cross-Border Marketplaces Europe" Report: European Cross-Border E-Commerce Reaches New Heights.



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.

