

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2019 / №28

15 Июля 2019 - 21 Июля 2019

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Ozon запустил экспериментальную доставку заказов до двери

Яндекс.Еда и Delivery Club тестируют доставку горячего кофе

«Беру» открыл в Москве первый ПВЗ

Выручка интернет-магазина «Детский мир» выросла на 70,8% во II квартале 2019 года

DPD расширила географию доставки крупногабарита

Выручка Perekrestok.ru выросла на 325% во II квартале 2019 года

«М.Видео-Эльдорадо» привлекает через интернет две трети покупателей

Voxberry вдвое нарастила количество отправок с курьерской доставкой

Маркетплейс Goods запускает сервис click&collect

Bringly приостановил продажи продуктов питания из-за рубежа

FM Logistic запустил агрегатор служб доставки

Через маркетплейс «Подмосковный фермер» совершают 217 покупок в неделю

«Связной | Евросеть»: Онлайн-продажи смартфонов выросли на 34% в I половине года

АГРО24: Продукты в онлайн-магазинах стоят от 10 до более 218 000 руб.

Data Insight: Онлайн-продажи продуктов выросли на 40% в 2018 году

Xiaomi — самые покупаемые смартфоны в Рунете в I полугодии 2019 года

#### **Весь мир:**

Michael Kors запустил онлайн-магазин на Tmall Luxury Pavilion

Еврокомиссия начала антимонопольное расследование в отношении Amazon

Uber запустил приложение для онлайн-шопинга во время поездок

Во время Amazon Prime Day продано 175 млн товаров

Выручка eBay составила \$2,7 млрд во II квартале 2019 года

Продажи крупных онлайн-ритейлеров в Amazon Prime Day выросли на 64%

Amazon предложил скидку в \$10 за передачу истории браузера в Prime Day

Германия — второй по величине рынок eCommerce в Западной Европе

Поколение Z предпочитает самовывоз онлайн-заказов

Чехия — самый быстрорастущий рынок eCommerce в Европе

Электронная коммерция Дании составила 17,3 млрд евро в 2018 году

## Россия:

# ТОП1000 российских интернет-магазинов

Datainsight.ru, 15.07.2019

/новость

Отчет Топ-1000 интернет-магазинов Рунета уже в продаже!

# ТОП 1000

**Полная таблица 1000 крупнейших интернет-магазинов включает в себя:**

1. URL магазина
2. Товарная категория
3. Посещаемость
4. Конверсия
5. Количество заказов в месяц в среднем за год

**Дополнительные данные:**

1. Контакты (только публичные, с сайта интернет-магазина)
2. Динамика посещаемости
3. Динамика заказов

**Формат:** xlsx таблица

**Период:** отчет включает данные за январь – декабрь 2018

**Срок подготовки:** 10 рабочих дней после оплаты

**Контакты для заказа отчета:**

Бокша Екатерина, [coordinator@datainsight.ru](mailto:coordinator@datainsight.ru)

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

# Оzon запустил экспериментальную доставку заказов до двери

Ozon.ru, 21.07.2019

/новость

Ozon первым в России запустил экспериментальную доставку заказов до двери. Ее можно оформить на предоплаченные заказы, в которых нет свежих продуктов и товаров для здоровья. Тест проходит в Москве для ограниченной выборки пользователей.



Если покупатель выбрал опцию «оставить заказ у двери», курьер Ozon по телефону уточняет адрес доставки, возможность доступа в подъезд и место, где можно оставить заказ. Курьер оставит заказ рядом с дверью квартиры или у консьержа и сделает фото посылки, чтобы подтвердить факт доставки. Фото будет доступно клиенту в разделе «Мои заказы» личного кабинета в приложении или на сайте.

Треть клиентов Ozon делает более 15 заказов в год, также есть категория, совершающая больше 4 заказов в месяц — они же чаще всего выбирают курьерскую доставку. В компании говорят, что среди клиентов растет количество обращений с пожеланием оставить заказ у двери. Поскольку это эксперимент, в Ozon считают справедливым возместить стоимость заказа, если посылка пропадет.

Ozon не впервые экспериментирует с новыми для российского рынка сервисами. Зимой 2019 года запущена P2B-платформа Ozon.Invest для селлеров, затем подписка Ozon.Premium, которая гарантирует бесплатную доставку и специальные цены на широкий выбор товаров. Клиенты с подпиской делают заказы в 4 раза чаще, а их средний чек более чем вдвое выше, чем у обычных пользователей.

Источник:

[Пресс-служба Ozon.ru](https://pr24.ru/news/2019/07/21/ozon-dostavka-dorogi/)

# Яндекс.Еда и Delivery Club тестируют доставку горячего кофе

Forbes.ru, 19.07.2019 07:02:00

/новость

Сервисы Delivery Club и Яндекс.Еда с начала 2019 года тестируют доставку горячих напитков совместно с сетевыми кофейнями: Яндекс.Еда — с Costa Coffee, Delivery Club — с «Шоколадницей», пишет [Forbes](#).



Яндекс.Еда с февраля доставляет чай и кофе в стаканах (наряду с соками и газировками) из McDonald's в девяти городах страны. Среднее время доставки — 12 мин. Параллельно сервис начал сотрудничать с британской сетью Costa Coffee. В тесте участвуют семь кофейен в центре Москвы в торговых и бизнес-центрах. К заказу доступны более чем 40 разновидностей кофейных напитков.

Доля заказов с кофе пока невелика, признают в Costa Coffee. Чтобы кофе не остыл и не расплескался по пути, радиус доставки не должен превышать 800-1000 метров, или 10-12 минут пешей доступности. Яндекс.Еда планирует запустить раздел «Кофе» в приложении в ближайшее время.

Delivery Club с декабря 2018 года проводит внутреннее тестирование доставки кофе из 20 московских кофейен группы «Шоколадница». Однако каждый четвертый напиток доставляли разлитым. В некоторых заведениях доля кофе на вынос составляет 30%. В сети прогнозируют, что доставка через Delivery Club на пике может составить 10%.

Источник:

[Осторожно, горячо! «Яндекс.Еда» и Delivery Club нашли новый рынок объемом в миллиарды рублей](#)

# «Беру» открыл в Москве первый ПВЗ

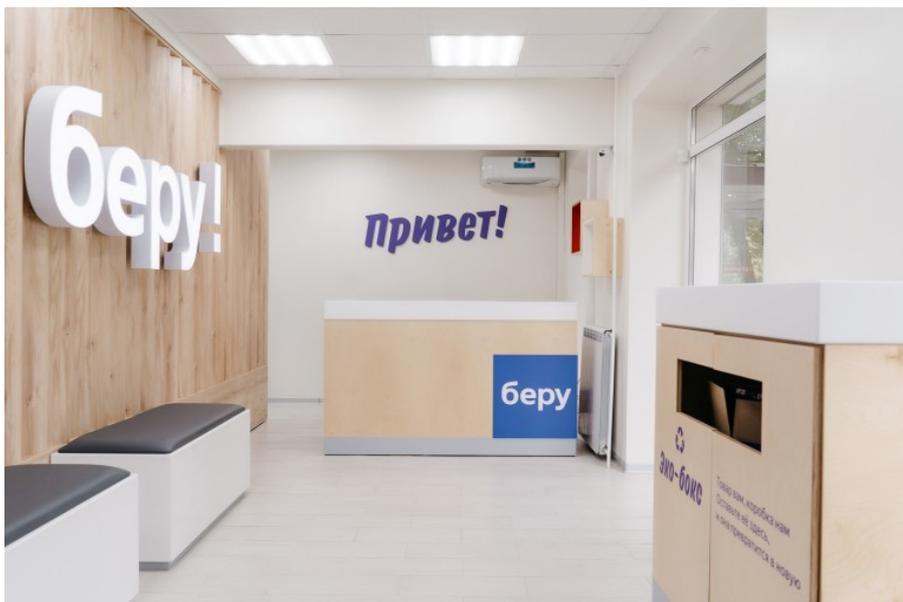
Oborot.ru, 19.07.2019

/новость

Маркетплейс «Беру» запустил первый пункт выдачи заказов (ПВЗ). Он расположен в Москве рядом с метро «Академическая» и работает без выходных с 9:00 до 21:00. При получении товара пользователь может расплатиться на месте наличными или картой.

Помещение оформлено в фирменном стиле «Беру», с мягкими сидениями, легкой музыкой, экобоксом для ненужной упаковки. По итогам тестирования Яндекс и Сбербанк решат, как развивать собственные ПВЗ. Сейчас «Беру» выдает заказы через пункты СДЭК и Vohberry, а также в постаматах Яндекс.Маркета и PickPoint.

По данным Яндекс.Маркета, каждый второй пользователь «Беру» выбирает для доставки пункты самовывоза и постаматы.



Источник:

[«Беру» протестирует собственные ПВЗ](#)

# Выручка интернет-магазина «Детский мир» выросла на 70,8% во II квартале 2019 года

Corp.detmir.ru, 18.07.2019

/новость

Во втором квартале 2019 года объем выручки интернет-магазина «Детский мир» вырос на 70,8% — до 2,7 млрд руб. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доля онлайн в общей выручке увеличилась на 3,1 п.п. год к году — до 9,7%.



Товары для новорожденных и игрушки составляют почти 70% всех онлайн-продаж. Доля самовывоза из магазинов сети по итогам второго квартала — 88%.

В первой половине 2019 года объем выручки интернет-магазина вырос на 72,3% — до 5,3 млрд руб. в годовом исчислении. В планах на второе полугодие: запуск мобильного приложения, развитие прямой доставки из магазинов сети, а также создание фильтров и спецификаций.

Источник:

[ГК «ДЕТСКИЙ МИР» УВЕЛИЧИЛА ВЫРУЧКУ НА 16,3% ДО 28 МЛРД РУБЛЕЙ ПО ИТОГАМ II КВАРТАЛА 2019 ГОДА](#)

# DPD расширила географию доставки крупногабарита

Dpd.ru, 18.07.2019

/новость

DPD в России запустила сервис «Доставка крупногабаритных посылок» с подъемом на этаж для отправлений от 30 до 100 кг во Владивостоке, Ижевске, Пензе, Рязани, Саратове, Томске и Ярославле. С марта 2018 года опция была подключена в 21 городе и в ближайшее время станет доступна еще в 60 с лишним городах РФ.



Стоимость подъема не зависит от наличия лифта и от этажа. Услуга подходит для доставки бытовой техники, мебели, детских и спортивных товаров, товаров DIY из интернет-магазинов. Максимальные габариты отправления — 350 x 160 x 180 см, вес — 1000 кг.

Во втором квартале 2019 года по услуге DPD Online Max число отправок выросло в 10 раз по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. Отправок с опцией «Доставка крупногабаритных посылок» во втором квартале 2019 года было в 1,5 раза больше, чем в первом. Наиболее популярен сервис в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Ульяновске.

Источник:

[DPD в России: доставка крупногабарита до квартиры теперь и в вашем городе](#)

# Выручка Perekrestok.ru выросла на 325% во II квартале 2019 года

E-reppreg.ru, 18.07.2019 13:23:00

/новость

По итогам второго квартала 2019 года выручка онлайн-магазина «Перекресток» выросла на 325% в годовом исчислении, составив 867 млн руб. Количество заказов увеличилось более чем в 4 раза и превысило 265 тыс. Средний чек вырос на 3,4% — до 3 222 руб. Средний вес заказа — 27 кг.

В первой половине 2019 года чистая выручка онлайн-супермаркета составила 1,758 млрд руб. против 378 млн в первом полугодии 2018 года. Perekrestok.ru развивается в соответствии с планами компании, обеспечивая «небольшой, но очень быстро растущий вклад в выручку сегмента супермаркетов», говорят в X5.

В 2018 году онлайн-супермаркет принес «Перекрестку» 0,5% от выручки. По планам, в 2019 году его доля достигнет примерно 1,5%. Сейчас интернет-магазин может осуществлять примерно 3500 заказов в день.

## Показатели онлайн-супермаркета Perekrestok.ru

	2 кв. 2019	2 кв. 2018	Изм., %	6 м. 2019	6 м. 2018	Изм., %
Чистая выручка, млн руб.	867	204	325,0	1 758	378	365,1
Количество заказов	265 880	64 232	313,9	541 009	115 881	366,9
Средний чек, руб.	3 222	3 115	3,4	3 208	3 214	(0,2)

Источник:

[Онлайн-магазин сети «Перекрёсток» отчитался о четырехкратном росте](#)

# «М.Видео-Эльдорадо» привлекает через интернет две трети покупателей

Invest.mvideo.ru, 18.07.2019 12:09:00

/новость

Интернет-продажи объединенной компании «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 17,5%, до 37,9 млрд руб. (с НДС), в первой половине 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. Доля онлайн в общих продажах Группы увеличилась на 1,2 п.п. год-к-году — до 19,6%. Доля самовывоза — 74,9%.



Онлайн-продажи «М.Видео» с доставкой на дом и самовывозом из магазинов в первом полугодии увеличились на 19%, до 26,4 млрд руб. (с НДС), «Эльдорадо» — на 14,1%, до 11,6 млрд рублей (с НДС), за счет роста трафика и среднего чека обоих брендов. Обе сети нарастили долю онлайн в общих продажах: «М.Видео» — до 20,2%, «Эльдорадо» — до 18,3%.

Во втором квартале 2019 года объединенные продажи через интернет увеличились на 12,2% год-к-году — до 17,4 млрд руб. (с НДС). Онлайн-оборот «М.Видео» вырос на 16,2% год-к-году, до 12 млрд руб. (с НДС), интернет-продажи «Эльдорадо» — на 4,3%, до 5,4 млрд руб. (с НДС), благодаря увеличению числа транзакций, частично компенсированному снижением среднего чека.

В целом продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» выросли в первом полугодии 2019 года — на 10,4% год-к-году, до 193,6 млрд руб. (с НДС), во втором квартале — на 9,1%, до 92,2 млрд рублей (с НДС). «Две трети своих покупателей Группа привлекает через интернет и, по сути, является онлайн-бизнесом, а развитая розница обеспечивает эффективный контакт с растущим количеством покупателей», — отмечает президент Группы «М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

Источник:

[Продажи Группы «М.Видео-Эльдорадо» за первые шесть месяцев 2019 года показали двузначные темпы роста, выше рынка](#)

# Boxberry вдвое нарастила количество отправлений с курьерской доставкой

New-retail.ru, 16.07.2019 12:41:00

/новость

Служба доставки Boxberry отмечает, что за два квартала 2019 года количество грузов с курьерской доставкой удвоилось. Драйвер — приток новых клиентов, а не снижение объемов самовывоза.



Высокий спрос на курьерскую доставку отмечается в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Краснодаре и Казани. В небольших и отдаленных населенных пунктах объемы увеличиваются за счет самовывоза.

С 1 июля Boxberry выполняет курьерскую доставку и забор в Москве и Санкт-Петербурге без выходных. В этих городах доставка осуществляется на следующий день после покупки. Покупатель может выбрать трехчасовой интервал. В регионах услуга доступна только в рабочие дни.

Boxberry увеличил географию работы курьеров с 82 городов в 2015 году до 1200 населенных пунктов в 2019 году.

Источник:

[Boxberry наращивает долю курьерской доставки](#)

# Маркетплейс Goods запускает сервис click&collect

Kommersant.ru, 16.07.2019

/новость

Маркетплейс Goods, часть группы «М.Видео-Эльдорадо», запускает сервис click&collect, который позволяет бронировать товары онлайн и забирать их из обычных магазинов. Первые партнеры — магазин игрушек Toy.ru и онлайн-ритейлер «Юлмарт».

**goods.ru**  
место выгодных покупок

Покупатель сможет забрать заказ через час, а также приобрести товар из ассортимента, который не может быть доставлен курьером. Продавец получает поток клиентов в свой офлайн-магазин, увеличивает продажи и экономит на логистике, объясняют в компании.

Goods планирует подключить к сервису лекарства и алкоголь — категории, онлайн-торговля которыми сейчас запрещена. На финальной стадии — интеграция с продавцом алкоголя SimpleWine и крупной аптечной сетью. Goods запускает свой сервис «в четком соответствии» с требованиями Росалкогольрегулирования, заверяет гендиректор компании Соломон Кунин.

Онлайн-витрина для бронирования алкогольной продукции с самовывозом уже работает на Яндекс.Маркете.

Источник:

[«М.Видео» выставит алкоголь на онлайн-витрину](#)

# Bringly приостановил продажи продуктов питания из-за рубежа

Vedomosti.ru, 16.07.2019 19:51:00

/новость

Трансграничный маркетплейс Сбербанка и Яндекса Bringly приостановил продажи продуктов питания из-за рубежа.



Тестирование категории показало хороший результат и сейчас ведется работа над оптимизацией логистического решения для нескоропортящихся товаров, отмечают в компании. Площадка хочет улучшить условия по срокам и стоимости доставки из Турции.

Bringly продает россиянам товары из онлайн-магазинов Китая, Турции, Великобритании и других стран. В первом квартале 2019 года площадка начала тестировать онлайн-продажи продуктов от крупнейшего турецкого маркетплейса Hepsiburada. Для заказа были доступны чай, кофе, бакалея, кондитерские изделия и другие продукты, не требующие специальных условий хранения.

Долгосрочная цель — создать на Bringly полноценный ассортимент нескоропортящихся товаров из онлайн-магазинов Европы, Азии, США.

Источник:

[Маркетплейс «Яндекса» и Сбербанк приостановил продажи продуктов из-за границы](#)

# FM Logistic запустил агрегатор служб доставки

E-pepper.ru, 16.07.2019 08:00:00

/новость

FM Logistic запустил сервис, в котором выступает агрегатором служб доставки и обеспечивает комплекс услуг по сопровождению товара от производителя до конечного потребителя.



Проект тестируется с прошлого июля и сейчас работает по всей России. FM Logistic вместе с партнерами предлагает услуги предпочтительной подготовки, магистральной перевозки, доставки на последней миле, сбора наложенного платежа и обработки возвратов.

Для подключения услуги интернет-магазин должен интегрировать IT-систему только с логистической компанией. Интернет-магазин, зарегистрированный в сервисе FM Logistic, предлагает покупателям несколько способов доставки и оператора, который будет ее выполнять. Доступна доставка курьером, через почтоматы, ПВЗ или отделения Почты России.

Источник:

[FM Logistic предложил новый сервис доставки](#)

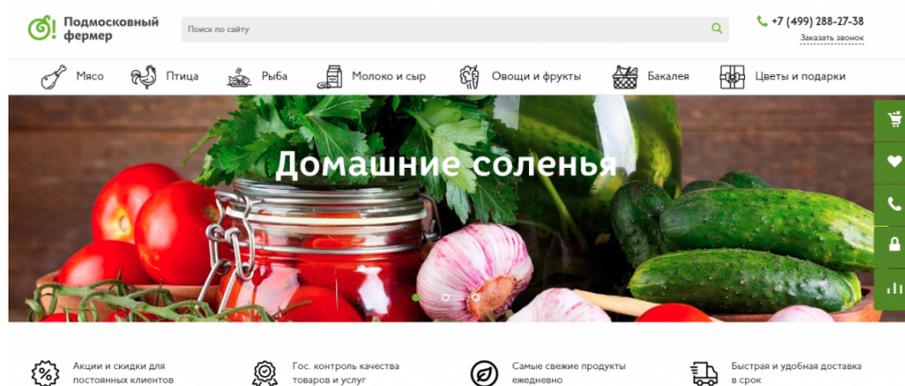
# Через маркетплейс «Подмосковный фермер» совершают 217 покупок в неделю

E-reper.ru, 15.07.2019 10:04:00

/новость

Министерство потребительского рынка и услуг Московской области подвело итоги работы маркетплейса «Подмосковный фермер». Площадка запущена полгода назад, чтобы поддержать реализацию фермерской продукции, производимой в регионе.

На платформе еженедельно делают покупки более 300 постоянных розничных покупателей, причем около 150 — чаще одного раза в неделю. В среднем, за неделю через площадку совершают 217 покупок. На маркетплейсе представлены товары от порядка 35 производителей.



Цена на товары равна розничной. Производители часто предлагают скидки. Все дополнительные затраты несет цифровая площадка, а производитель получает полную прибыль.

Самые популярные товары за последние два месяца: крымская клубника и клубника из совхоза имени Ленина, огурцы (подмосковные тепличные), голубика (Одинцовский городской округ, Владимирская область), черника, ежевика, картофель молодой, черешня, абрикосы.

По социальной карте жителя Московской области можно получить скидку 10% на всю продукцию. Для жителей Одинцово работает бесплатная доставка.

Источник:

[Подмосковное правительство отчиталось о работе областного маркетплейса](#)

# «Связной | Евросеть»: Онлайн-продажи смартфонов выросли на 34% в I половине года

Euroset.ru, 15.07.2019

/новость

По данным объединенной компании «Связной | Евросеть», с января по июнь 2019 года онлайн-продажи смартфонов в России выросли на 33% в штучном выражении и на 34% в денежном по сравнению с прошлогодним показателем. В целом онлайн продано 2,2 млн смартфонов на общую сумму 41,2 млрд руб.



Средняя стоимость смартфона в онлайн выросла менее чем на 1% и составила 19 100 руб. Наиболее популярные бренды в штуках: Xiaomi, Samsung и Honor. В деньгах лидером остался Apple.

Всего в первом полугодии на российском рынке было продано 13,1 млн смартфонов, то есть каждый шестой. На устройства с дисплеем более 5,6 дюймов пришелся 61% продаж в интернете, тогда как в прошлом году — всего 20%, отмечают в компании.

Источник:

[СВЯЗНОЙ: СМАРТФОНЫ ПЕРЕКЕКАЮТ В ОНЛАЙН](#)

# АГРО24: Продукты в онлайн-магазинах стоят от 10 до более 218 000 руб.

Agro24.ru, 19.07.2019

/исследование

Аналитики торговой платформы АГРО24 исследовали цены на продукты в интернет-магазинах «Перекресток», «ВкусВилл», «Утконос», «Глобус Гурмэ», «Азбука Вкуса».

## «Перекресток»

- дешевле 10 руб.: специи и кондитерские добавки, булочки и хлебные изделия, вермишель быстрого приготовления, глазированные сырки, плавленый сыр, овсяная каша, семечки, сухарики, козинаки, маленькая упаковка сливочного масла или соуса;
- от 3000 до 10 000 руб: икра и алкогольные напитки;
- от 10 000 руб.: осетровая икра (10 090 руб. за 125 г).

## «ВкусВилл»

- дешевле 10 руб.: товаров нет;
- самые дорогие товары: консервированные крабы (2 035 и 1 751 руб. за 400 г), швейцарский сыр пармезан (2 486 руб. за 1 кг), сыровяленая колбаса «Казылык» (1 645 руб. за 1 кг), черная осетровая икра (3 001 руб. за 50 г).

## «Утконос»

- дешевле 10 руб.: корица и разрыхлитель;
- самые дорогие товары: осетровая икра (10 640 руб. за 125 г), набор конфет Reber (6 180 руб. за 850 г), оливковое масло из Греции (5 630 руб. за 5 л), магаданские креветки (5 800 руб. за 5 кг), элитный чай в наборе (6 100 руб.). Также среди дорогих товаров: детская смесь на основе козьего молока (2 720 руб. за 800 г).

## «Глобус Гурмэ»

самые дорогие товары: белужья икра (187 580 руб. за 500 г), кофе (20 800 руб. за 200 г), сироп с экстрактом корейского красного женьшеня (32 950 руб), филе коричнево-пятнистого групера (10 388 руб.).

## «Азбука Вкуса»

самые дорогие товары: свиной окорок 5J «Бейотта Иберико» (218 834 руб.), мясные деликатесы, икра и алкогольные напитки (от 20 000 руб.), бальзамический уксус 25-летней выдержки (11 991 руб.), торт в виде денежного мешка (10 047 руб.).

Окорок 5J «Бейотта Иберико» на кости с перцем, Sanchez Romero, Испания



Цена 218 834 руб.

Уксус бальзамический "Casa Rinaldi" Моденский Традиционный, 25 лет выдержки, 100 мл, Италия



Цена 11 991 руб.

Торт Заказной № 7 «К Деньгам» от шеф-кондитера АВ, 3 000 г



Цена 10 047 руб.

Источник:

Продукты на любой кошелек: от 10 рублей до 218 000 рублей за единицу товара. Самые дорогие и самые дешевые товары в интернет-магазинах города Москвы

# Data Insight: Онлайн-продажи продуктов выросли на 40% в 2018 году

Datainsight.ru, 16.07.2019

/исследование

Агентство Data Insight при поддержке Dinamic Yield публикует исследование «[Онлайн-рынок продуктов питания](#)». Статистика приводится по 34 магазинам продуктов питания, входящим в ТОП-1000 российских интернет-магазинов.

За 2018 год в них было оформлено 5,45 млн заказов на сумму 22,9 млрд руб. Количество онлайн-заказов выросло на 49%, а сумма онлайн-продаж — на 40%. Средний чек снизился на 6% и составил 4 200 руб.

Доля интернет-магазинов продуктов питания на рынке eCommerce по количеству заказов — 2%, по объему продаж — также 2%. В секторе магазинов продуктов питания самая высокая конверсия среди основных категорий рынка eCommerce — 19%.

Лидеры категории:

1. Utkonos.ru (доля по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов продуктов питания из ТОП-1000 за 2018 год — 45%)
2. Okeydostavka.ru
3. Av.ru

Для посещения сайтов интернет-магазинов продуктов питания 54% пользователей используют десктоп. Самое популярное приложение — у Perekrestok.ru, более 1 млн установок в Google Play.

Самая популярная социальная сеть в секторе магазинов продуктов питания — «ВКонтакте», где ведут сообщества 91% интернет-магазинов.

Источник:

[Онлайн-рынок продуктов питания](#)



# Хиаоми — самые покупаемые смартфоны в Рунете в I полугодии 2019 года

Kommersant.ru, 15.07.2019

/исследование

Смартфоны Хиаоми — самые продаваемые в интернете в России по итогам первого полугодия 2019 года. Доля бренда в штуках — 22%. С учетом офлайн-продаж, Хиаоми занимает пятое место.

На втором и третьем месте — Honor и Huawei с 19,5% и 8,5% соответственно. В «М.Видео» отмечают, что совокупная доля Хиаоми, Huawei и Honor в натуральном выражении увеличилась до 50% — вдвое больше, чем за аналогичный период 2018 года. В денежном выражении в онлайн продолжает лидировать Apple.



По данным «М.Видео», в первом полугодии россияне приобрели онлайн более 2 млн смартфонов на сумму около 42 млрд руб. Это на треть больше показателя первого полугодия 2018 года в деньгах и количестве. Доля интернет-продаж достигла 20% от оборота и 16% от числа проданных устройств.

Средняя цена смартфона в онлайн на четверть выше среднего чека в рознице — около 19 тыс. руб., по оценкам «М.Видео». Доля наиболее дешевых смартфонов (до 15 тыс. руб.) — 55% продаж в штуках, наиболее высокую динамику продемонстрировали китайские бренды. Увеличилась также доля смартфонов дороже 50 тыс. руб.

Источник:

[Хиаоми освоил онлайн](#)

## Весь мир:

# Michael Kors запустил онлайн-магазин на Tmall Luxury Pavilion

Alizila.com, 18.07.2019

/НОВОСТЬ

Американский модный бренд Michael Kors объявил о запуске флагманского онлайн-магазина на Tmall и Tmall Luxury Pavilion — специализированной платформе Alibaba Group для товаров класса «люкс» и «премиум».

## MICHAEL KORS

Этот магазин — первый канал электронной коммерции для бренда в Китае помимо собственного сайта. Tmall послужит для дебюта продуктов в Китае, в том числе новинок, которые будут эксклюзивно представлены только на платформе и больше нигде в мире.

Tmall Luxury Pavilion запущен в 2017 году. Площадка предлагает товары более 115 брендов, включая Chanel, Bottega Veneta, Valentino, Burberry, Tod's, Versace, Stella McCartney, Moschino, Gentle Monster, Giuseppe Zanotti, MCM, Maserati, Rimowa, Guerlain, Givenchy, Tag Heuer, Zenith. Tmall хочет удвоить число люксовых марок к марту следующего года.

Источник:

[TMALL LUXURY PAVILION WELCOMES MICHAEL KORS](#)

# Еврокомиссия начала антимонопольное расследование в отношении Amazon

Ес.europa.eu, 17.07.2019

/новость

Еврокомиссия начала официальное антимонопольное расследование в отношении Amazon, говорится в [заявлении](#) еврокомиссара по вопросам конкуренции Маргрет Вестагер.



Компания одновременно размещает товары от различных продавцов и реализует собственную продукцию. Регуляторы ЕС считают, что Amazon может использовать в своих целях имеющиеся у нее данные ритейлеров-конкурентов. В ходе расследования Еврокомиссия планирует выяснить, не нарушает ли Amazon европейские правила конкуренции.

«Европейские потребители все чаще совершают покупки в интернете. Электронная коммерция повысила розничную конкуренцию, предоставила больше выбора и лучшие цены. Мы должны гарантировать, что крупные онлайн-платформы не устраняют эти преимущества за счет антиконкурентного поведения», — говорится в заявлении.

Источник:

[Antitrust: Commission opens investigation into possible anti-competitive conduct of Amazon](#)

# Uber запустил приложение для онлайн-шопинга во время поездок

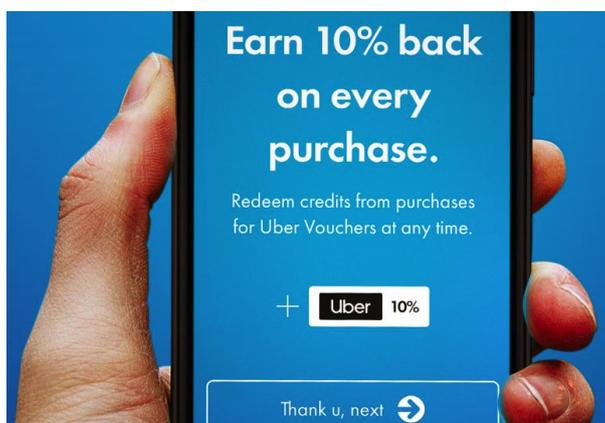
Uber.com, 17.07.2019

/новость

Uber запустил приложение Cargo Store, которое позволяет пассажирам совершать покупки во время поездок и получать кешбэк 10% Uber-кредитами за каждую покупку.

Через приложение можно приобрести популярные товары, включая Apple AirPods, Nintendo Switch, солнцезащитные очки Ray-Ban и многое другое. После покупки Cargo бесплатно доставит товар на дом с ближайшего склада.

Водители Uber получают дополнительный 1 долл. за каждый первый заказ пассажира в Cargo Store и процент от стоимости товара. Пассажиры также могут выигрывать вознаграждение за использование приложения.



Источник:

[Introducing an all-new way to shop](#)

# Во время Amazon Prime Day продано 175 млн товаров

Press.aboutamazon.com, 17.07.2019 09:21:00

/новость

Amazon Prime Day, который проходил 15 и 16 июля, превзошел по результатам Черную пятницу и Киберпонедельник, сообщает компания. Принять участие в распродаже могли только члены программы лояльности Amazon Prime, которая предполагает подписку на ускоренную доставку и другие привилегии.

- Во время распродажи куплено более 175 млн товаров — от электронных устройств до продуктов питания. Amazon не раскрывает статистику продаж, лишь называя результаты «рекордными».
- Участники программы Amazon Prime по всему миру сэкономили более одного миллиарда долларов.
- Миллионы товаров были доставлены в течение одного дня или быстрее по всему миру.
- В распродаже приняли участие жители 18 стран — вдвое больше, чем в первый Amazon Prime Day 5 лет назад.
- Prime Day показал рекордные продажи устройств Amazon: Echo Dot, Fire TV Stick с Alexa Voice Remote и Fire TV Stick 4K с Alexa Voice Remote. Статистику компания не раскрывает.
- Участники Prime приобрели более 100 тыс. ланчбоксов, 100 тыс. ноутбуков, 200 тыс. телевизоров, 1 млн наушников, 350 тыс. люксовых косметических средств, 400 тыс. товаров для домашних животных, 650 тыс. предметов бытовой химии и более 1 млн игрушек.



Источник:

[Alexa, How Was Prime Day? Prime Day 2019 Surpassed Black Friday and Cyber Monday Combined](#)

# Выручка eBay составила \$2,7 млрд во II квартале 2019 года

Ebayinc.com, 17.07.2019

/новость

Во втором квартале 2019 года eBay нарастил выручку на 2% — до 2,7 млрд долл. Чистая прибыль снизилась на 37% и составила 403 млн долл., разводненная прибыль на акцию — 0,46 долл. Количество пользователей платформ eBay выросло на 4%, до 182 млн активных покупателей. На маркетплейс пришлось 2,2 млрд долл. выручки.



eBay ускорил внедрение новой платежной платформы, работает над упрощением процесса покупки и совершенствует площадку для продавцов. Запущены новые страницы, аутлет для брендов, облегчен возврат товаров для большего числа покупателей. Анонсированы новые функции для повышения конверсии: «Купить снова», «Тренды в интересах», расширенные предложения для покупателей.

Чистая прибыль компании за первую половину 2019 года составила 920 млн долл., разводненная прибыль на акцию — 1,04 долл. Выручка за тот же период выросла на 2,1% — до 5,33 млрд долл.

В третьем квартале eBay ожидает выручку на уровне 2,61-2,66 млрд долл., а по итогам года — в диапазоне от 10,75 до 10,83 млрд долл.

Источник:

[eBay Inc. Reports Second Quarter 2019 Results](#)

# Продажи крупных онлайн-ритейлеров в Amazon Prime Day выросли на 64%

Digitalcommerce360.com, 16.07.2019

/новость

Растущая популярность распродажи Amazon Prime Day помогла конкурентам компании запустить свои собственные акции и нарастить продажи.

По данным Adobe Analytics, в понедельник крупные розничные продавцы увеличили онлайн-продажи на 64% по сравнению с обычным понедельником. В прошлом году онлайн-продажи крупных ритейлеров выросли на 52%. Эффект Prime Day также помог в понедельник нарастить интернет-продажи небольших ритейлеров на 30%.



Ритейлеры конкурировали с Amazon с помощью омниканального подхода: например, позволяя покупателям забирать онлайн-заказы в физических магазинах. Средняя стоимость заказа в интернет-магазине выросла на 12% по сравнению с обычным понедельником, подсчитали в Adobe.

По данным Jumpshot, Gap.com and Nike.com в понедельник нарастили продажи на 150% по сравнению с обычным понедельником. Продажи eBay в понедельник выросли всего на 5%.

В среднем на сайтах, не имеющих отношение к Amazon, количество транзакций выросло на 22%. Однако Jet.com, Ikea.com, HomeDepot.com, Etsy.com и Wayfair.com зафиксировали небольшой спад. Сайты универмагов в этом году не достигли хороших результатов, их онлайн-транзакции за двухдневный период сократились по сравнению с прошлогодними показателями (-74% для Nordstrom и -31% для Macy's).

Источник:

[Large retailers' online sales soar 64% on Prime Day](#)

[Other retailers score big on Prime Day, but some department stores left in the cold](#)

[Jumpshot: Amazon, other retailers seeing big sales on Prime Day](#)

# Amazon предложил скидку в \$10 за передачу истории браузера в Prime Day

Reuters.com, 16.07.2019 02:02:00

/НОВОСТЬ

Amazon предложил покупателям из США скидку в размере 10 долл. на покупки во время ежегодной распродажи Prime Day, если те согласятся передать компании данные о просматриваемых сайтах, сообщает [Reuters](#).

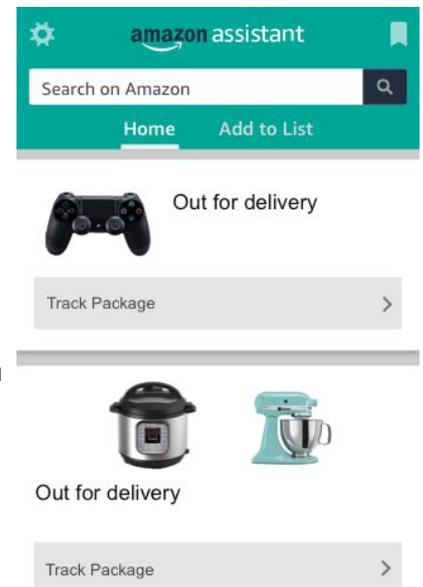
Предложение предназначено для новых пользователей Amazon Assistant — приложения для браузера, позволяющего сравнивать товары на Amazon с товарами в других интернет-магазинах. При установке этот инструмент запрашивает доступ к истории браузера.

Компания может использовать эту информацию и для других продуктов, сервисов, маркетинга, пишет Reuters. В США нет ограничений на то, как можно распоряжаться этими данными, говорит Беннет Сайферс — технолог из некоммерческого фонда Electronic Frontier.

Сейчас Amazon Assistant в Google Chrome и Mozilla Firefox пользуются более 7 млн человек.

Источник:

[Amazon offers \\$10 to Prime Day shoppers who hand over their data](#)



# Германия — второй по величине рынок eCommerce в Западной Европе

Emarketer.com, 21.07.2019

/исследование

Германия превышает средние европейские показатели по количеству онлайн-покупателей и среднегодовых расходов на одного человека, сообщает eMarketer со ссылкой на PostNord. При этом прирост цифровых покупателей с 2014 года составил всего 11% — в половину меньше среднего показателя по Европе. Причины: проблемы онлайн-обмена данными и безопасности цифровых транзакций.

По объему розничных онлайн-продаж (B2C) Германия уступает Великобритании. Исследование Cross-Border Commerce Europe оценило объем продаж электронной коммерции (включая трансграничные) в Великобритании в 2018 году в 165 млрд евро, в Германии — в 98 млрд евро, во Франции — в 84 млрд евро.

Розничные онлайн-продажи внутри страны растут быстрее обычных. Согласно февральскому отчету GfK, общий объем розничных продаж традиционных магазинов в Германии достигнет 423,1 млрд евро в 2019 году, увеличившись на 0,8% за год.

Для сравнения, Германская ассоциация ритейлеров (HDE) оценила рост розничной электронной торговли Германии в 2018 году на уровне 9,1% и прогнозировала онлайн-продажи в 2019 году на уровне 57,8 млрд евро, то есть рост на 8,5%. В 2018 году цифровые покупатели потратили в среднем на 7% больше, чем в предыдущем. HDE также отмечает резкий рост (11%) числа онлайн-покупателей в возрасте от 60 лет.

Согласно исследованию онлайн-платформы Picodi, менее четверти онлайн-покупателей в Германии — в возрасте от 45 лет. 24% приходится на группу от 18 до 24 лет, 36% — от 25 до 34 лет, 22% — от 35 до 44 лет.

Источник:

[Germany Is Western Europe's Second-Largest Ecommerce Market, Behind the UK](#)

## Top 5 Countries in Europe, Ranked by B2C Ecommerce Sales, 2018 billions of €



Note: including cross-border sales; total in EU-16=€518 billion; total in EU-28=€600 billion

Source: Cross-Border Commerce Europe, "Top 500 Cross-Border Retail Europe" as cited in press release, March 14, 2019

246428

www.eMarketer.com

# Поколение Z предпочитает самовывоз онлайн-заказов

Retaildive.com, 19.07.2019

/исследование

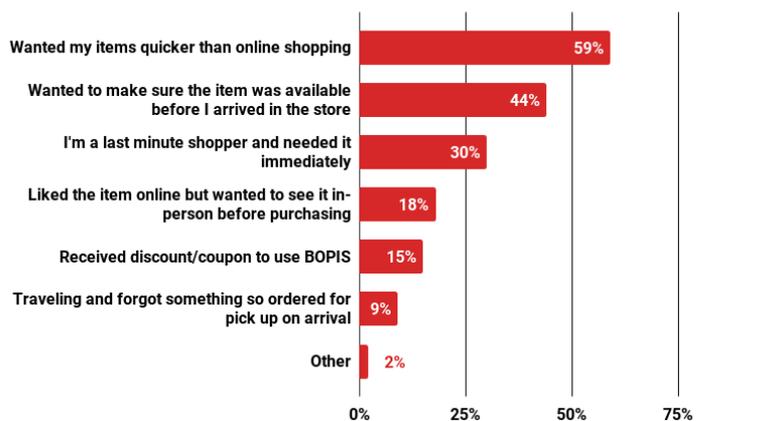
Согласно опросу Package Concierge, 58% покупателей из поколения Z приобретали товары в интернете с последующим самовывозом из офлайн-магазинов. Для 60% заявили наличие этой опции стало определяющим фактором при выборе онлайн-ритейлера.

Традиционные магазины все еще имеют значение для представителей Gen Z. Из опрошенных 60% сообщили, что посетили торговый центр на прошлой неделе, а 90% совершили покупку в обычном магазине.

Хотя интернет-магазины предлагают доставку всего за один день, сервис «покупай онлайн — забирай в магазине» позволяет получить заказ в течение нескольких часов. Четверым из десяти опрошенных нравится, что их покупка готова еще до их прихода в магазин. 30% предпочитают самовывоз, потому что делают покупки в последний момент.

В то время как 32% респондентов готовы ждать доставки от одного до двух дней, 24% хотели бы подождать всего несколько часов, а 8% не желают ждать своих покупок более часа.

Q: What is the most common reason(s) you buy online and pick up in store?



Источник:

[Gen Z has a thing for BOPIS](#)

# Чехия — самый быстрорастущий рынок eCommerce в Европе

Ecommercenews.eu, 18.07.2019

/исследование

Наибольший рост рынка электронной коммерции в Европе эксперты ожидают в Чешской Республике. Согласно прогнозам, индустрия розничной онлайн-торговли в этой стране вырастет на 16% до 2021 года. Это больше, чем на других европейских рынках.

Электронная коммерция в Европе по-прежнему набирает силу, хотя развивается менее интенсивно на зрелых рынках, таких как Великобритания, Франция и Германия. Согласно данным JP Morgan, в 10 странах Европы ожидается двузначный рост eCommerce к 2021 году. Другие быстрорастущие рынки eCommerce — Италия (+14%), Испания (+13,5%).



Драйвер роста европейской электронной торговли — мобильная коммерция. Например, в Великобритании и Чехии через мобильные устройства совершается 51% и 54% онлайн-покупок соответственно.

Банковские карты — по-прежнему наиболее популярный метод оплаты в Европе (в 11 из 18 стран они номер один). Карточные платежи особенно популярны в Дании, Ирландии и Великобритании.

Хотя в Чешской Республике — самый высокий прогнозируемый годовой темп роста, в Восточной Европе могут возникнуть проблемы с модернизацией платежного ландшафта. Использование наличных очень распространено у чешских потребителей. Наличные при доставке — самый популярный способ оплаты в стране, на который приходится 45% случаев.

Источник:

[The Czech Republic is fastest-growing ecommerce market in Europe](#)

# Электронная коммерция Дании составила 17,3 млрд евро в 2018 году

Ecommercenews.eu, 16.07.2019

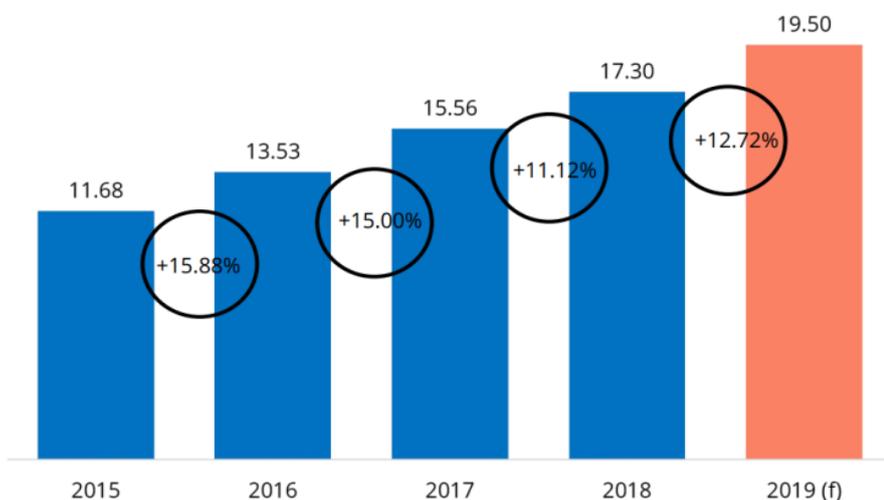
/исследование

Объем электронной торговли в Дании в 2018 году достиг 17,3 млрд. В этом году ожидается рост на 12,72% — до 19,5 млрд евро, сообщает Ecommerce Foundation.

Датская eCommerce растет двузначными показателями последние пару лет. В 2015 и 2016 годах индустрия онлайн-торговли в стране увеличилась более чем на 15%, а в 2017 году — на 11,12%. В прошлом году электронная коммерция составила 5,85% ВВП страны. Ожидается, что эта доля достигнет 6,36% в 2019 году.

## B2C Ecommerce Turnover

B2C ecommerce sales (billions of Euros) & growth rate, 2015-2019 (f)



По прогнозам Ecommerce Foundation, более 86% онлайн-пользователей Дании будут делать покупки онлайн в этом году. Примерно такой же процент был и в 2018 году, при этом средний онлайн-покупатель в Дании потратил 3567 евро. Ожидается, что в 2019 году эта цифра увеличится до 4000 евро.

Наиболее популярный способ оплаты — кредитные или дебетовые карты (78%). 44% датских покупателей предпочитают получать посылки на дом, а 39% — забирать в ближайшем магазине.

Кросс-бордерная коммерция в Дании становится все более популярной. В прошлом году оборот отрасли составил 6,29 млрд евро, но ожидается, что он увеличится до 7,36 млрд евро в конце этого года и до 8,7 млрд евро в 2020 году.

Источник:

[Ecommerce in Denmark to be worth €19.5 billion in 2019](#)

# 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.