

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 2

10 Января 2022 - 16 Января 2022

В выпуске:

Россия:

Рынок e-commerce 2021: цифры и факты

Сервис «Около» от X5 Group отключил доставку еды из ресторанов Москвы

«Лента» запустила продажи на платформе Яндекс.Еда

«ВкусВилл» доставил более 39 млн заказов в 2021 г.

«Магнит» выполнил 105 тыс. онлайн-заказов в сутки

Онлайн-продажи OR GROUP выросли на треть в новогодние каникулы

Вице-президентом по ИТ СберМаркета стал Дмитрий Бобылев

Delivery Club впервые выполнил 10 млн транзакций в месяц

AliExpress Россия — самое популярное приложение для шопинга в 2021 г.

Wildberries: растет доля молодых предпринимателей

Весь мир:

Четвертая волна Covid сдерживает рост Asos

Сервис шопинг-стримов Amazon Live не пользуется популярностью

Сервис такси Bolt привлек \$709 млн и повысил оценку до \$8,4 млрд

Европейский B2B маркетплейс Ankorstore достиг оценки в \$2 млрд

90% жителей Дании, Финляндии, Норвегии и Швеции делают онлайн-покупки

Mirakl: покупатели предпочитают маркетплейсы

Salesforce: на праздничные онлайн-покупки в мире потратили более \$1 трлн

App Annie: в приложениях для покупок стали проводить на 18% больше времени

Adobe: американцы потратили онлайн рекордные \$855 млрд в 2021 г.

45% рынка подписок будет приходиться на физические товары в 2022 г.

Подкасты и видео

Россия:

Рынок e-commerce 2021: цифры и факты

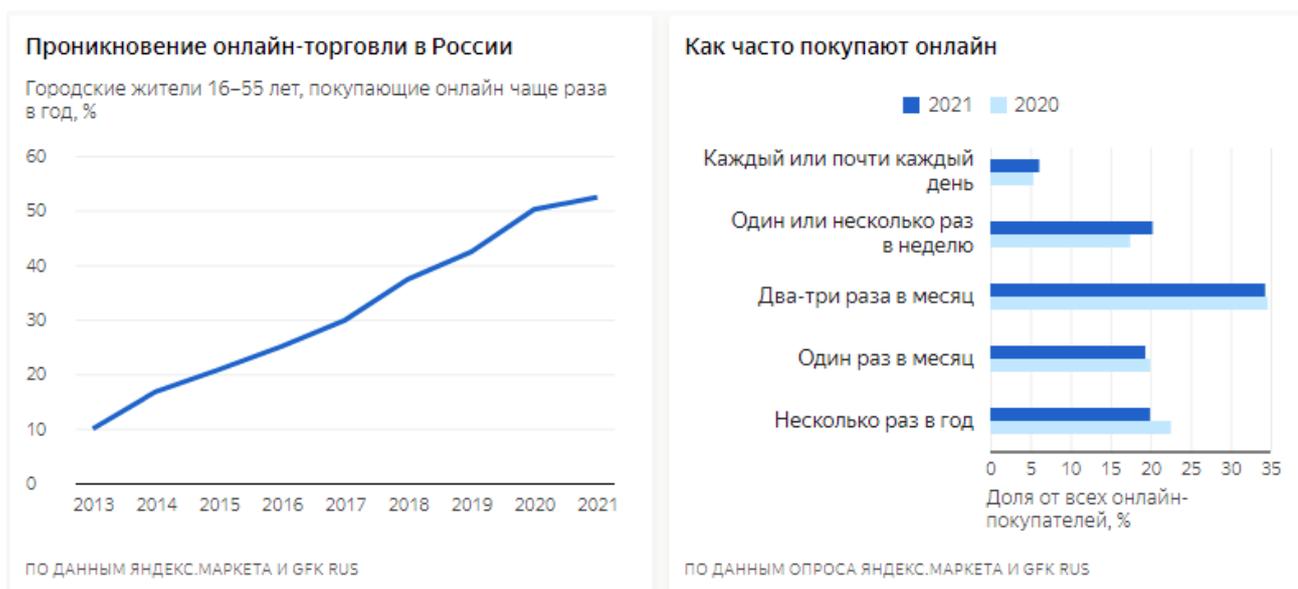
E-reper.ru, 10.01.2022

/новость

Главный редактор E-reper.ru Игорь Бахарев [свёл воедино](#) eCommerce-аналитику, которая появлялась за последние несколько месяцев в открытых источниках. Некоторые цифры:

Аудитория

- [Яндекс.Маркет/GfK](#) (декабрь): Половина городских жителей в возрасте 16–55 лет покупают что-нибудь в интернете минимум два раза в год.



- [РБК Исследования рынков](#) (декабрь): Покупателями интернет-магазинов являются 54,4% трудоспособных россиян, за год их количество выросло на 8,3%. Количество россиян, совершивших хотя бы одну онлайн-покупку в 2021 году, выросло до 64,8 млн человек.

Оценка рынка

- [РАЭК](#) (декабрь): Из 8,6 трлн руб. всей экономики Рунета 7,8 трлн приходится на электронную коммерцию (рост 30% по сравнению с прошлым годом).
- [АКИТ](#) (ноябрь): Объём рынка онлайн-торговли по итогам января-октября 2021 года составил 2,412 трлн руб. Доля рынка онлайн-торговли по итогам января-июня 2021 года составила 8,5%.
- [Infoline](#) (декабрь): Рост рынка электронной коммерции в 2021 году составит от 40 до 43%. Доля онлайн в российской торговле составляет 11% от общей массы товарооборота. Планируется, что уже к 2025 году этот показатель вырастет вдвое. В Москве доля онлайн-торговли составляет 22%.

Отдельные показатели и сегменты

- [Mediascope](#) (декабрь): Маркетплейсы начали опережать поисковики по количеству запросов.

- [Data Insight](#) (ноябрь): 97% российских онлайн-покупателей имеют опыт шопинга на маркетплейсах. Регулярные покупки на маркетплейсах делает более половины интернет-пользователей России.
- [Исследовательский центр «Делойт» в СНГ](#) (ноябрь): 97% россиян приобретали товары в онлайн-магазинах. 64% покупали продукты питания в онлайн-магазинах.
- [Nielsen](#) (август, декабрь): По итогам 2021 года доля онлайн-торговли FMCG может достигнуть 5%. Общий рост онлайн-торговли в России составил 65%.

Кросс-бордер

- [АКИТ](#) (ноябрь): Объем рынка трансгрانا по итогам 9 месяцев 2021 года составил 341 млрд руб. или 166,3 млн посылок. Доля трансграничной торговли сократилась до 14%.
- [Infoline](#) (ноябрь): Объем трансграничной торговли составит 410 млрд руб. к концу 2021 года.

Mobile

- [Яндекс.Маркет/GfK](#) (декабрь): Доля покупок с мобильных устройств превысила 60%. Люди всё чаще пользуются приложениями магазинов, а не их сайтами.
- [AppsFlyer](#) (октябрь): Потребительские расходы в приложениях для шопинга выросли на 227% за год. В 2021 году количество установок приложений для шопинга в России выросло почти на 33%.

Доставка

- [Яндекс.Маркет/GfK](#) (декабрь): 62,5% россиян пользуются самовывозом из магазина или пункта выдачи.

Экспорт

- [eBay/Data Insight](#) (декабрь): Рынок розничного онлайн-экспорта товаров из России в 2021 году достигнет \$1,51 млрд, а его рост составит 31%. По итогам года число посылок, отправленных за рубеж, составит 50,9 млн, увеличившись на 86% по сравнению с прошлым годом. В 2021 году эксперты отмечают снижение общего среднего чека с \$42 до \$32.

Прогнозы

- [AliExpress Россия и ЦЭИМ](#) (декабрь): Суммарный объём рынка онлайн-торговли продуктами питания в России увеличится по итогам 2021 года до 300 млрд руб., к 2023 году достигнет отметки в 500-600 млрд руб., а к 2025 году — 1 трлн руб.
- [МТС](#) (октябрь): доля eCommerce в общем объёме рынка российской розницы составит 14%, а оборот превысит 5,5 трлн руб. к концу 2022 года.

Источник:

[eCommerce 2021: основные цифры](#)

Сервис «Около» от X5 Group отключил доставку еды из ресторанов Москвы

Vc.ru, 14.01.2022 16:27:00

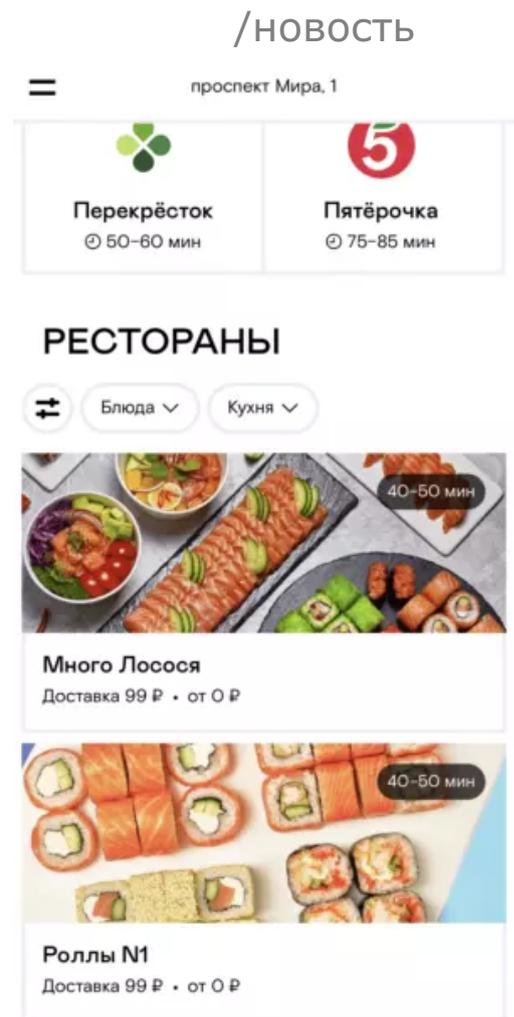
Сервис «Около» от X5 Group расторгает договоры с ресторанами, поскольку группа считает доставку еды через агрегатор «экономически невыгодной», сообщает vc.ru. Сейчас заказать еду можно только из McDonald's и входящего в X5 Group ресторана «Много лосося» (бренды «Десять идеальных пицц», «Роллы №1» и Yaji).

Главной для сервиса останется экспресс-доставка из магазинов торговых сетей X5. «Около» продолжит доставлять продукты из «Пятёрочки» и «Перекрёстка», а также готовую еду собственных бизнесов.

X5 Group запустила агрегатор для сервисов доставки продуктов «Около» в июле 2020 года, в апреле он начал доставлять заказы из ресторанов Москвы. В третьем квартале 2021 года общая выручка от цифровых сервисов X5 Group («Перекрёсток Впрок», экспресс-доставка, 5Post и «Много лосося») выросла до 10,6 млрд руб.

Источник:

[Сервис «Около» от X5 Group отключил доставку еды из ресторанов Москвы](https://vc.ru)



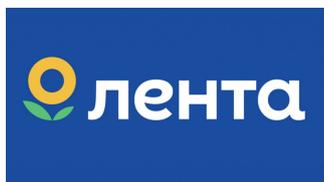
«Лента» запустила продажи на платформе Яндекс.Еда

Retail.ru, 14.01.2022 10:44:00

/новость

Пользователи сервиса Яндекс.Еда в нескольких городах могут заказать около 35 000 позиций из гипермаркетов «Лента», в том числе продукцию собственного производства и торговых марок сети. Сборкой заказов будут заниматься сотрудники сервиса «Лента Онлайн», доставкой — курьеры-партнеры Яндекс.Еды.

Яндекс @ Еда



Минимальная сумма заказа — от 1000 руб., максимальная — 50 000 руб., вес товаров — до 50 кг. Стоимость доставки зависит от количества товаров в корзине, при сумме чека от 3000 она будет бесплатной. Товары привезут из близлежащих магазинов.

Пользователи смогут выбрать быструю доставку в течение 50–60 минут, удобный временной интервал в этот же день или на следующие сутки. Стоимость товаров в приложении идентична сервису «Лента Онлайн».

В течение года возможность заказать товары из «Ленты» в Яндекс.Еде появится у жителей большинства городов присутствия торговой сети.

Источник:

[«Лента» запустила продажи на «Яндекс. Еде»](#)

«ВкусВилл» доставил более 39 млн заказов в 2021 г.

Retail.ru, 13.01.2022 17:57:00

/новость

По данным Infoline, «ВкусВилл» стал одним из лидеров в рейтинге крупнейших продуктовых онлайн-ритейлеров в России. В 2021 году «ВкусВилл» вырос до 29 760 сотрудников, 1 522 поставщиков, 103 дарксторов и 1 337 магазинов в 56 городах.

ВКУСВИЛЛ

Компания доставила покупателям более 39 млн заказов, в декабре среднее время бесплатной доставки составило 56 минут, стала доступна экспресс-доставка за 30 минут. Рекорд составил 210 374 заказов за день — на 175% больше, чем рекорд декабря 2020 года.

За 2021 год открыто более 100 дарксторов «ВкусВилл» в Москве и Подмосковье, Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Волгограде, Туле, Твери, Рязани, Чебоксарах, Казани, Ярославле, Самаре, Ульяновске, Курске, Владимире, Брянске, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Смоленске, Орле, Нижнем Новгороде и Пензе.

В дарксторах сети стали доступны медицинские товары и лекарственные препараты, а также товары от популярных брендов на онлайн-полке «Супермаркет». В интернет-магазине появилась онлайн-полка «Аптека» в партнерстве с аптеками «Планета Здоровья» и «Сердце России».

За год открылось 37 dark kitchen, меню которых включает более 60 блюд. До пандемии доля кулинарии занимала 7% от общего оборота компании, в 2021 году доля готовых продуктов составила уже 16,5%, а в интернет-магазине — более 20%.

Источник:

[«ВкусВилл» подвел итоги 2021](#)

«Магнит» выполнил 105 тыс. онлайн-заказов в сутки

Magnit.com, 12.01.2022

/новость

Накануне Нового года «Магнит» доставил клиентам 105 тыс. онлайн-заказов в сутки. Рекорд по количеству заказов в собственных и партнерских сервисах онлайн-доставки был зафиксирован 30 декабря 2021 года.

Средний чек в период с 17 по 31 декабря 2021 года в собственном онлайн-канале компании составил 1 295 руб. (1 408 руб. за 30 декабря 2021 года). Число заказов за пределами Москвы и Санкт-Петербурга в течение последних двух недель 2021 года составило 79%.



Собственные и партнерские онлайн-сервисы «Магнита» охватывают свыше 4 490 офлайн-магазинов в 65 регионах и 278 населенных пунктах и 20 дарксторов в Москве. Крупнейшим по продажам и наиболее динамично растущим сегментом является экспресс-доставка за 60 минут. «Магнит» тестирует собственный сервис онлайн-коммерции, а также партнерскую доставку с Яндекс.Едой, Delivery Club, СберМаркетом и Wildberries.

Источник:

[«Магнит» выполнил более 100 тысяч онлайн-заказов в сутки](#)

Онлайн-продажи OR GROUP выросли на треть в новогодние каникулы

Orgroup.ru, 12.01.2022

/новость

В период с 1 по 10 января выручка OR GROUP по онлайн-направлению выросла на более чем 30% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Лидером стали товары для дома: доля достигла 32% от общих онлайн-продаж в натуральном выражении.

Средний чек в категории товаров для дома (текстиль, посуда для приготовления, мелкая бытовая техника) за период каникул составил 8 486 руб. Эта категория — одна из самых быстрорастущих на торговой платформе westfalika.ru, доля товаров для дома в онлайн-выручке группы в 2021 году составила 19%.



Источник:

[В новогодние каникулы онлайн-продажи OR GROUP выросли на треть](#)

Вице-президентом по ИТ СберМаркета стал Дмитрий Бобылев

Retail.ru, 12.01.2022 14:27:00

/новость

Должность вице-президента по информационным технологиям СберМаркета занял Дмитрий Бобылев. В 2016 году он пришел в компанию на должность технического директора.

За прошедший год Дмитрию удалось обеспечить рост команды разработки со 150 до 650 человек, запустить новое мобильное приложение СберМаркета за 7 месяцев с нуля, а также повысить работоспособность системы при увеличении среднего количества заказов в 2,5 раза.

До прихода в СберМаркет Дмитрий Бобылев руководил собственной компанией по разработке и консалтингу Do Interactive.



Источник:

[Дмитрий Бобылев стал вице-президентом по информационным технологиям «СберМаркета»](#)

Delivery Club впервые выполнил 10 млн транзакций в месяц

Dc-club.tilda.ws, 11.01.2022

/новость

По итогам декабря 2021 года Delivery Club впервые выполнил свыше 10 млн транзакций (включают в себя заказы на доставку продуктов, заказы навынос и оставленные официантам безналичные чаевые). За месяц пользователи сервиса сделали 9,8 млн заказов из ресторанов и продуктовых магазинов, что на 60% превышает результат декабря 2020 года и является новым рекордом для компании.

Росту способствовали три ключевых фактора:



- повышение скорости и пунктуальности доставки, повлекшее рост активности пользователей и их удовлетворенности. Среднее время доставки в декабре 2021 — от 29 до 35 минут;
- развитие направления доставки продуктов питания;
- запуск подписки Delivery PRO.

Сейчас сервис еженедельно выполняет свыше 2 млн заказов. По внутренним оценкам компании, Delivery Club занимает 70% рынка доставки еды из ресторанов.

Источник:

[Delivery Club впервые выполнил 10 млн транзакций в месяц](#)

AliExpress Россия — самое популярное приложение для шопинга в 2021 г.

Appannie.com, 13.01.2022 15:35:00

/исследование

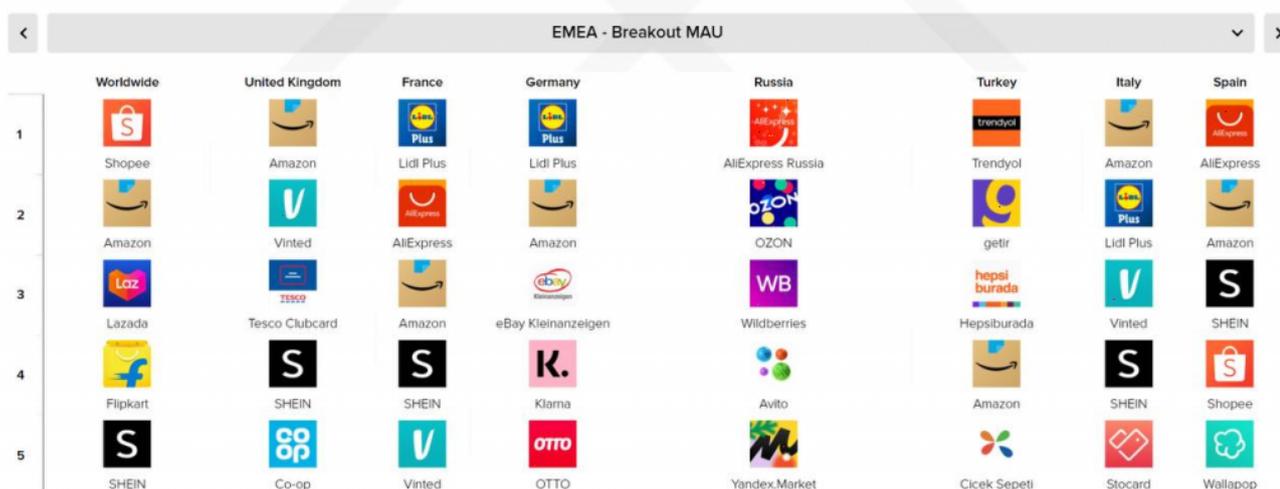
Согласно отчету App Annie [State of Mobile 2022](#), по итогам 2021 года локальное приложение AliExpress оказалось на первом месте в категории Shopping как по росту установок, так и по уникальной активной аудитории в России.

По установкам в топ-5 также вошли: Shein, СберМегаМаркет, KazanExpress, IKEA. Приложение Яндекс.Маркета заняло 10 место по количеству загрузок.

По числу пользователей в топ-5, кроме AliExpress Россия, вошли: Ozon, Wildberries, Avito, Яндекс.Маркет. Международное приложение AliExpress оказалось на 10 месте по этому критерию, а Почта России — на 7 позиции.

RETAIL

2021 Rankings by Market | Shopping



Источник:

[State of Mobile in 2022](#)

Wildberries: растёт доля молодых предпринимателей

Retail.ru, 13.01.2022 10:07:00

/исследование

За 2021 год доля молодых предпринимателей в возрасте до 25 лет выросла с 6 до 16%, выяснили аналитики Wildberries. 50% представителей онлайн-бизнеса находятся в возрасте 26–35 лет, 1% — в возрасте от 55 лет и старше. Одной из основных причин притока молодых людей в сегмент онлайн является активное развитие ИТ и цифровизация сектора.

- В прошлом году доля женщин впервые превысила долю мужчин и составила 53% против 46% в 2020 году.
- Существенных различий в доходе или выборе товаров для продаж через маркетплейсы аналитики Wildberries не зафиксировали: 45% респондентов продают одежду, обувь и аксессуары, 30% — товары для дома и ремонта, 17% — детские товары.
- Около 50% предпринимателей покупают товары у российских производителей или производят их самостоятельно.
- Нарастили продажи от 10 до 100% за 2021 год 47% представителей бизнеса (работающих более 1 года), увеличили свой доход в 2 или более раза — 15%.
- Продажи 41% респондентов (реализующих товары более 1 года на маркетплейсах) составили от 100 тыс. до 1 млн ежемесячно, 27% — от 1 до 5 млн руб., 9% — от 5 до 20 млн руб., 1% — от 100 млн и выше.



Аналитическая служба Wildberries опросила свыше 7700 предпринимателей в 82 регионах страны. 81% респондентов являются индивидуальными предпринимателями, 11% — представителями небольших компаний с численностью сотрудников до 250 чел., 7% — самозанятыми и 1% — представителями крупного бизнеса.

Источник:

[Wildberries: как изменился портрет предпринимателя в 2021 г.](#)

Весь мир:

Четвертая волна Covid сдерживает рост Asos

Retaildetail.eu, 13.01.2022

/новость

За последние четыре месяца 2021 года рост продаж британского ритейлера Asos значительно замедлился из-за продолжающихся логистических ограничений и возросшей неопределенности, вызванной вариантом «Омикрон».

Общая выручка онлайн-группы выросла на 2% (на 5% без учета изменений курсов валют) до 1,39 млрд фунтов стерлингов (1,6 млрд евро), что намного меньше обычных двузначных темпов роста британского интернет-магазина. В то время как ущерб в континентальной Европе был не так уж велик, со снижением на 3%, выручка в остальном мире упала на одну пятую.



Однако продажи в Великобритании выросли на 13% благодаря высокому «спросу на выходную одежду». В США продажи выросли на 7% до 172,6 млн фунтов стерлингов (205 млн евро), несмотря на значительные перегрузки портов и сбои в цепочке поставок, которые не позволили компании полностью удовлетворить спрос.

Asos собирается поднять цены на 1-6%, чтобы компенсировать возросшие расходы, понесенные собственными брендами и партнерами. Несмотря на замедление роста, компания придерживается своего прежнего годового прогноза роста выручки на 10-15% и скорректированной прибыли до налогообложения в размере от 110 до 140 млн фунтов стерлингов (130-155 млн евро).

Источник:

[Fourth Covid wave weighs down Asos' sales growth](#)

Сервис шопинг-стримов Amazon Live не пользуется популярностью

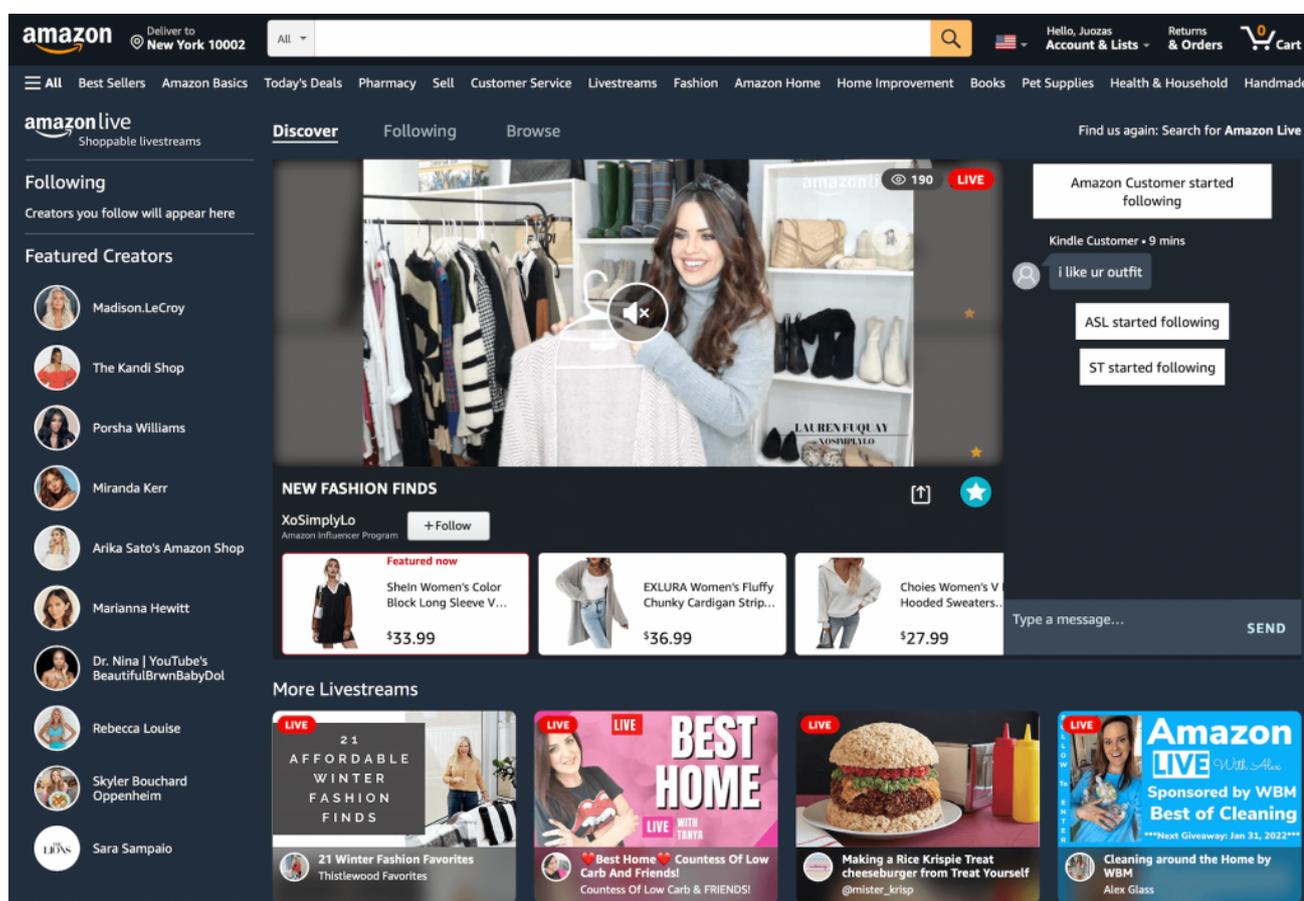
Marketplacepulse.com, 12.01.2022

/новость

Amazon запустил сервис для шопинга в стримах Live в феврале 2019 года, однако любительский контент не привлек зрителей, а без пользователей бренды и инфлюенсеры не желают его создавать.

Amazon Live — это видеоролики с возможностью покупки, которые транслируются инфлюенсерами, продавцами и брендами. В стримах представлены продукты, которые можно легко приобрести. Функция чата позволяет покупателям взаимодействовать с автором. Видео привлекают наибольшую аудиторию во время Prime Day — так, во время распродажи 2021 года насчитывалось 30 000–70 000 активных зрителей.

В ноябре 2021 года Amazon перестроил работу Amazon.com/Live, чтобы имитировать другие потоковые платформы, такие как Twitch (принадлежит Amazon), или видеоплатформы, как YouTube. Тем не менее, в обычный день Amazon Live привлекает менее тысячи активных зрителей.



Источник:

[Amazon Live is Embarrassing](#)

Сервис такси Bolt привлек \$709 млн и повысил оценку до \$8,4 млрд

Techcrunch.com, 11.01.2022 08:00:00

/новость

Эстонский сервис заказа такси Bolt привлек 628 млн евро (\$709 млн), его оценка составила 7,4 млрд евро (\$8,4 млрд). Средства будут направлены на дальнейшее расширение в новых регионах, привлечение потребителей и партнеров к «суперприложению», а также на новые бизнес-направления, такие как 15-минутная доставка продуктов Bolt Market, строительство дарксторов.

Раунд возглавили Sequoia Capital, Fidelity Management, Whale Rock, Owl Rock, D1, G Squared, Tekne, Ghisallo и другие. Четырьмя месяцами ранее компания привлекла 600 млн евро при оценке в более чем 4 млрд евро в раунде серии E, также возглавляемом Sequoia.



Bolt был основан восемь лет назад в Таллинне (первоначально как Taxify). Сейчас услугами компании пользуются более 100 млн клиентов в 45 странах и более чем 400 городах.

Источник:

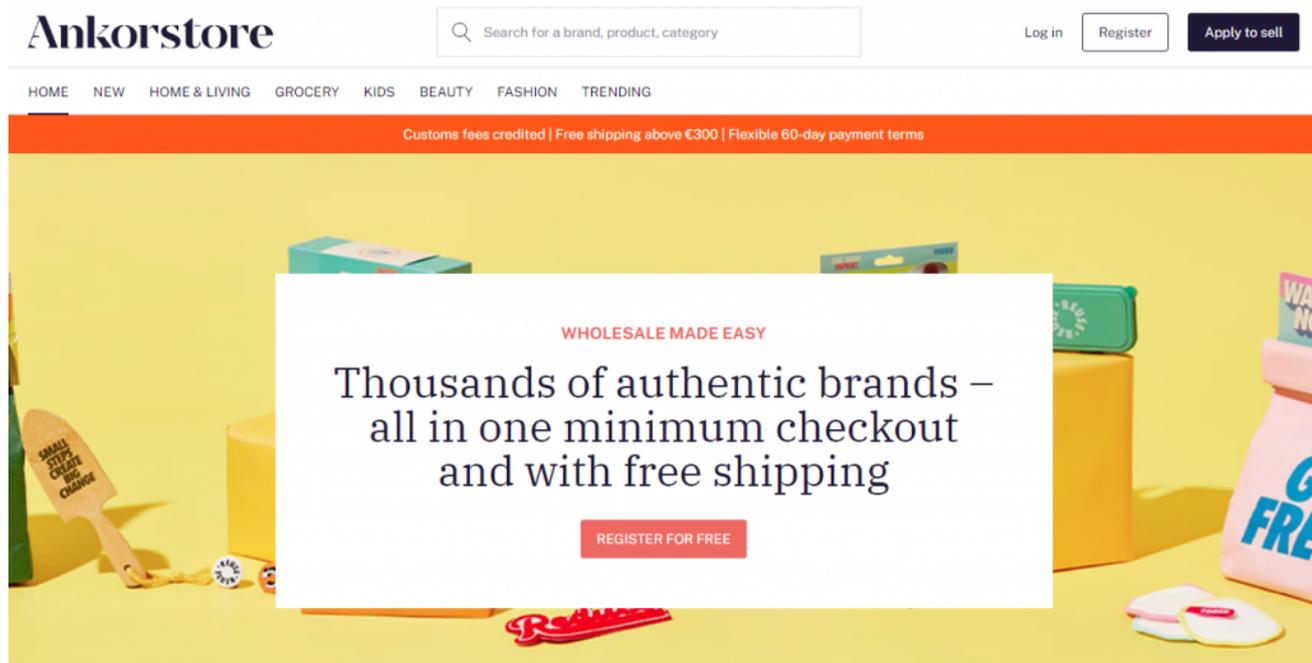
[Bolt raises \\$709M at an \\$8.4B valuation to expand its transportation and food delivery super app](#)

Европейский B2B маркетплейс Ankorstore достиг оценки в \$2 млрд

Techcrunch.com, 10.01.2022 07:30:00

/новость

Французский стартап Ankorstore привлек в раунде серии C \$283 млн (250 млн евро) и достиг оценки в \$2 млрд (1,75 млрд евро). Компания, основанная в ноябре 2019 года, управляет оптовым маркетплейсом, который позволяет независимым брендам продавать продукцию независимым ритейлерам, прежде всего офлайн. Площадку используют 200 000 розничных продавцов и 15 000 брендов.



Команды Ankorstore работают во Франции, Великобритании, Германии, Нидерландах и Швеции. Компания продает товары на 23 европейских рынках. Ритейлеры смогут перечислять оплату в течение 60 дней после заказа без скрытых комиссий. Бренды, размещающие товары на Ankorstore, предоставляют скидку 10% на каждую транзакцию и 20% на первый заказ через площадку. Ankorstore не имеет склада и не владеет товарными запасами, а лишь облегчает сделки между брендами и ритейлерами.

В сфере не слишком много конкурирующих компаний. Наиболее известным оптовым маркетплейсом является американский Faire, который привлек более \$1 млрд и недавно начал европейскую экспансию. В Европе также работают Create и Orderchamp.

Источник:

[Ankorstore reaches \\$2 billion valuation two years after launching its wholesale marketplace](#)

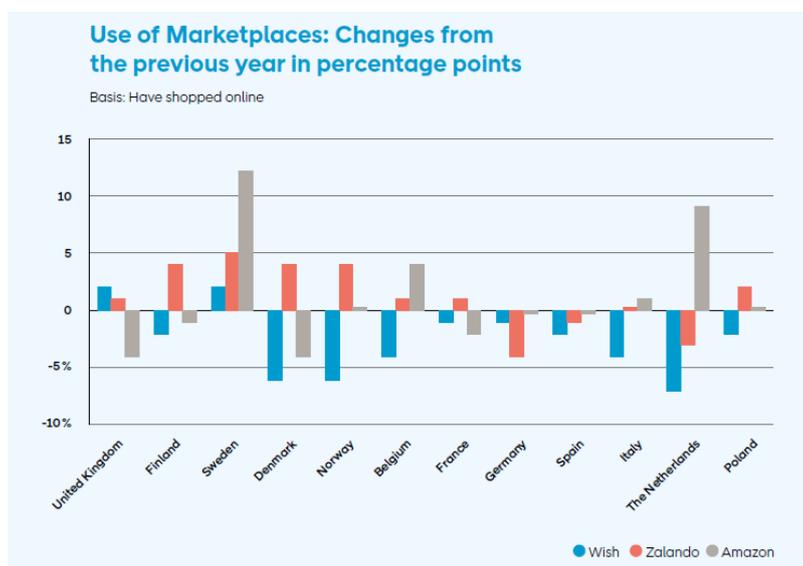
90% жителей Дании, Финляндии, Норвегии и Швеции делают онлайн-покупки

Ecommercenews.eu, 14.01.2022

/исследование

Согласно отчету PostNord и Direct Link, в регионе Nordic онлайн-покупки совершает 90% населения. Дания, Финляндия, Норвегия и Швеция рано внедрили интернет и имеют высокоразвитую цифровую инфраструктуру. Интернет-магазины очень распространены в регионе, однако все еще есть потенциал роста.

В регионе довольно много сильных местных брендов, а крупные маркетплейсы стали популярны позже, чем в других европейских странах. Число потребителей, регулярно совершающих покупки на маркетплейсах, растет, но все еще значительно ниже, чем в Италии, Великобритании, Испании и Германии. Amazon уже много лет является крупным игроком в нескольких европейских странах, однако среди стран северного региона зарекомендовал себя только в Швеции.



В Дании и Финляндии топ-3 категории в онлайн — это одежда и обувь, бытовая электроника, косметика и средства по уходу за кожей. В Норвегии тройку лидеров составляют одежда и обувь, косметика и средства по уходу за кожей, аптечные товары.

Дебетовые или кредитные карты являются наиболее предпочтительным способом оплаты в Дании, Норвегии и Финляндии. В Швеции самым популярным методом по-прежнему остается выставленный счет. Цифровые способы оплаты еще не так популярны в регионе, как в других европейских странах.

В странах Северной Европы растет популярность мобильных приложений. Более 70% респондентов используют свои мобильные телефоны для электронной коммерции. В Швеции доля еще больше — 79%.

Потребители предпочитают, чтобы онлайн-покупки доставляли на дом. В Швеции и Норвегии покупатели в первую очередь выбирают доставку в почтовый ящик, когда это возможно, и самовывоз товара из пункта обслуживания. Потребители из Финляндии единственные в опросе, кто предпочитает доставку в постаматы. Интерес к этому варианту доставки в регионе растет.

Источник:

[Growth potential for ecommerce in Nordics](#)

Mirakl: покупатели предпочитают маркетплейсы

Digitalcommerce360.com, 13.01.2022

/исследование

Согласно опросу, проведенному поставщиком технологий для торговых площадок Mirakl, две трети покупателей в мире предпочитают маркетплейсы с множеством продавцов обычным интернет-магазинам.

Среди основных причин 9000 опрошенных покупателей из 9-ти стран назвали лучшие цены (62%), лучший выбор товаров (53%), лучшие варианты доставки (43%) и обслуживание (43%). Mirakl опросил по 1000 покупателей в Австралии, Бразилии, Франции, Германии, Италии, Сингапуре, Испании, Великобритании и США в октябре 2021 года.

Почти три четверти потребителей, которых Mirakl называет «активными покупателями» — те, кто покупает в интернете хотя бы раз в неделю, — хотели бы, чтобы их любимые розничные продавцы предлагали маркетплейсы.

В США 83% активных покупателей считают маркетплейсы наиболее удобным способом делать покупки. В качестве основных преимуществ называют лучшие варианты доставки (58%), лучший выбор (57%) и лучшие цены (56%). Активные покупатели в США совершают на маркетплейсах 50% своих онлайн-покупок.

Top 10 global marketplaces

Ranked by 2020 total GMV

	Marketplace	YOY GMV Growth	Country	Marketplace Type	Merchandise Category
1	Taobao	17.5%	China	Pure	Mass Merchant
2	Tmall	21.0%	China	Pure	Mass Merchant
3	Amazon.com Inc.	40.1%	United States	Hybrid	Mass Merchant
4	JD.com Inc.	25.3%	China	Hybrid	Mass Merchant
5	eBay Inc.	16.9%	United States	Pure	Mass Merchant
6	Walmart Inc.	88.7%	United States	Hybrid	Mass Merchant
7	Rakuten Ichiba	19.9%	Japan	Pure	Mass Merchant
8	Shopee	95.7%	Indonesia	Pure	Mass Merchant
9	OfferUp	28.2%	United States	Pure	Mass Merchant
10	Flipkart	52.7%	India	Hybrid	Mass Merchant

Source: 2021 Digital Commerce 360 Top 100 Online Marketplaces; April 2021

Источник:

[Frequent online shoppers make half their web purchases on marketplaces](#)

Salesforce: на праздничные онлайн-покупки в мире потратили более \$1 трлн

Salesforce.com, 12.01.2022

/исследование

Согласно отчету Salesforce, праздничные онлайн-продажи в ноябре и декабре 2021 года выросли до \$1,14 трлн (+5% год к году) по всему миру и до \$257 млрд (+9%) в США.

На последние две недели года пришлось 23% праздничных продаж, что на 11% больше, чем в предыдущем году.

Количество покупок во всем мире выросло на 18% за две недели до Рождества и на 16% во время Недели подарков — самый большой рост в онлайн за весь сезон.



Интерес к Кибернеделе утих: онлайн-продажи в мире выросли на 2%. На Кибернеделю пришлось 23% мировых онлайн-продаж в ноябре и декабре, она теряет свою долю в онлайн-расходах второй год подряд.

В последние две недели сезона американские ритейлеры, которые предлагали продажи с самовывозом из магазина, росли почти вдвое быстрее конкурентов, не использующих эту модель. Ожидается, что в 2022 году 60% цифровых заказов будут иметь некоторую привязку к физическим объектам.

Во всей отрасли наблюдались ограниченные запасы и рост цен, что оказало огромное давление на потребителей и розничных продавцов. Среднее количество доступных SKU сократилось на 2% в США и во всем мире по сравнению с ростом на 16% в США и на 30% во всем мире за тот же период в 2020 году. Хотя онлайн-продажи в целом выросли, количество онлайн-заказов снизилось на 4% в мире и не изменилось в США.

Три наиболее эффективными категориями по росту онлайн-продаж в ноябре и декабре были: дорогие сумки (+45%), мебель для дома (+34%), обувь (+32%).

Источник:

[What the 2021 Holiday Shopping Season Tells Us About 2022](#)

App Annie: в приложениях для покупок стали проводить на 18% больше времени

Appannie.com, 12.01.2022

/исследование

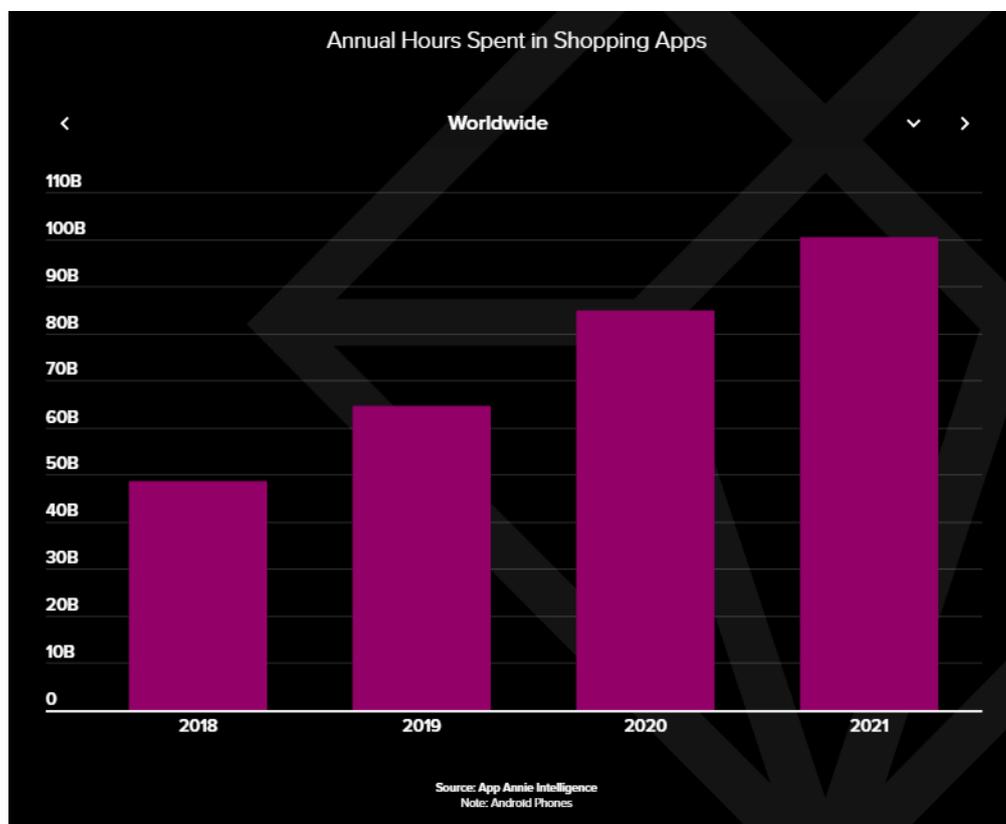
В 2021 году время, проведенное в приложениях для покупок, выросло на 18% по сравнению с предыдущим годом. Среди стран с самым быстрым ростом были Индонезия, Сингапур и Бразилия с ростом 52%, 46% и 45% в годовом исчислении соответственно, следует из [отчета](#) App Annie.

Загрузки приложений для покупок, созданных в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АРАС), выросли во всем мире. В результате во многих регионах доля рынка сместилась в пользу неместных брендов.

В Северной, Центральной и Южной Америке (AMER) доля загрузок зарубежных приложений увеличилась. Однако в США на рынке приложений для шопинга по-прежнему доминировали американские бренды (доля 66%), и только 34% приходилось на зарубежные бренды. Тем не менее, американские приложения потеряли 5% доли загрузок в пользу зарубежных — из Китая, Канады, Австралии и Японии. В Бразилии иностранные приложения доминировали в 52% всех загрузок приложений для покупок в 2021 году, что на 11% больше, чем в предыдущем году.

Топ-5 приложений для шопинга по количеству загрузок в мире: Meesho, Shopee, Shein, Alibaba.com, AJIO Shopping App.

Топ-5 приложений для шопинга по ежемесячной аудитории в мире: Shopee, Amazon, Lazada, Flipkart, Shein.



Источник:

[State of Mobile in 2022](#)

Adobe: американцы потратили онлайн рекордные \$855 млрд в 2021 г.

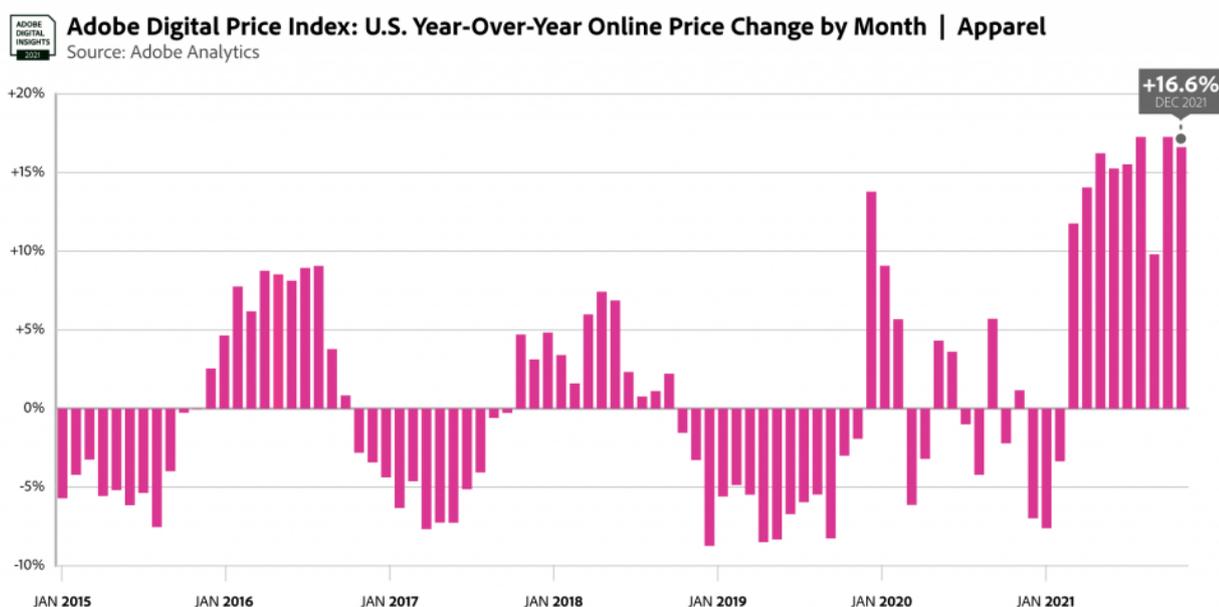
News.adobe.com, 12.01.2022 08:00:00

/исследование

Согласно Adobe Digital Price Index, жители США за 2021 год потратили в интернете рекордные \$855 млрд — на 9% больше, чем годом ранее.

В декабре 2021 года цены в онлайн выросли на 3,1% в годовом исчислении и на 0,8% в месячном. Цены на продукты выросли на 4,9% г/г и на 0,7% м/м, а на одежду — на 16,6% г/г и на 0,6% м/м, на товары для дома — на 4,1% г/г и на 3% м/м.

В декабре 2021 года в 12 из 18 отслеживаемых категорий цены выросли по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Падение цен наблюдалось в шести категориях: электроника, канцтовары, ювелирные изделия, книги, игрушки и компьютеры. В месячном исчислении повышение цен произошло в 13 из 18 категорий. Снижение цен наблюдалось в пяти категориях: игрушки, товары для домашних животных, товары для дома/сада, компьютеры и цветы/сопутствующие подарки.



Источник:

[Media Alert: Adobe Digital Price Index: Online Inflation Hits Another High in December](#)

45% рынка подписок будет приходиться на физические товары в 2022 г.

Juniperresearch.com, 11.01.2022

/мнение

По прогнозу Juniper Research, мировой рынок подписок вырастет до \$275 млрд в 2022 году с \$224 млрд в 2021 году. Оценив 10 ключевых рынков, исследователи определили, что на физические товары будет приходиться 45% выручки от подписной модели в 2022 году. Далее следуют видео и музыка.

Основными факторами являются повышенный спрос пользователей на надежные, регулярные поставки ключевых товаров из-за пандемии COVID-19 и поддержка автоматизации в услугах подписки.

Подписка на цифровые услуги, включая музыку, потоковое видео, аудиокниги и видеоигры, составит 39% от объема глобального рынка подписок в 2022 году. Рост внедрения новых типов устройств, таких как умные колонки, и повышение доступности потокового контента будут способствовать дальнейшему распространению этой модели.



Источник:

[SUBSCRIPTION ECONOMY MARKET VALUE TO REACH \\$275 BILLION GLOBALLY IN 2022, AS TOP 3 SUBSCRIPTION-BASED VERTICALS REVEALED BY JUNIPER RESEARCH](#)

Подкасты и видео

В один клик

Доставка продуктов из магазина: как работает СберМаркет

Беседуют: Федор Вирин и Денис Ардаширов

Гость: Елена Иванова, вице-президент по маркетингу и продажам СберМаркета

Как СберМаркет сотрудничает с сетевым ритейлом и почему «Магнит» — их партнеры, а не конкуренты, почему сборщики — самые внимательные покупатели и как магазинам у дома выжить в условиях роста e-grocery.



[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)

Практика_days

О Lamoda, категории beauty и трендах. Ксения Медведева

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Ксения Медведева, руководитель отдела по управлению категориями парфюмерии и косметики Lamoda

Результаты 2021 года для категории парфюмерии и косметики Lamoda, основные факторы роста beauty-категории, типичные ошибки маркетплейс-брендов, проекты для молодых покупателей, Lamoda TV и Lamoda на диване и т.д.



[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)

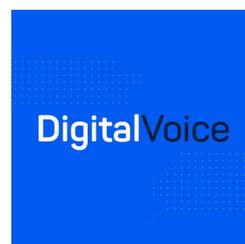
Digital Voice

Зачем русские бизнесмены скупают бренды, торгующие на Amazon — Николай Тузенко — ACCEL CLUB

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Николай Тузенко, сооснователь компании ACCEL CLUB. Компания скупает бренды, торгующие на американском маркетплейсе Amazon, берет их в управление и развивает продажи.

Чем отличается Amazon от российских маркетплейсов, какие тренды скоро появятся у нас, как они выбирают компании и что делают для роста продаж.



[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)
[YouTube](#)

О мониторинге

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.