

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 3

17 Января 2022 - 23 Января 2022

В выпуске:

Россия:

Выручка цифрового бизнеса X5 выросла на 140% в 2021 г.

Metro в 2020/2021 финансовом году удвоила оборот в онлайн

Wildberries выпустил свой первый банковский продукт

B2B-клиенты Vprok.ru Перекрёсток сделали более 11,3 тыс. заказов в 2021 г.

Wildberries запустил приложение для коммерческих грузоперевозок WB Drive

Продажи BELUGA GROUP по модели click & collect выросли в 2,3 раза в 2021 г.

Энрике Фернандес назначен CEO Группы «М.Видео-Эльдорадо»

Управляющим директором по маркетингу в Lamoda стал Алексей Кулаков

780 участников фармрынка подали заявки на дистанционную торговлю

«Самокат» начал доставлять готовую еду из ресторанов и магазинов

СберМаркет: 70% покупателей безрецептурных лекарств делали заказ для себя

35% россиян не готовы покупать лекарства через онлайн-сервисы

Опрос ВЦИОМ: самый большой и выгодный маркетплейс — AliExpress

Ipsos: интернет-шопингом занимаются до 65% потребителей

Весь мир:

YOOX запустил в Европе маркетплейс

Генеральным директором сервиса доставки Vorzo стал Идрисс Аль Рифаи

Amazon представил магазин одежды с «умной» примерочной

Количество магазинов на платформе Shopify выросло на 200%

Яндекс и KT Corporation договорились запустить доставку роботами в Сеуле

Shopify и JD.com помогут американским продавцам выйти на рынок Китая

Маркетплейсы — самый быстрорастущий онлайн-канал для B2B в США

OC&C Strategy Consultants: западные маркетплейсы будут расти на 15% в год

eMarketer: 19% продаж продуктов в Китае пришлось на онлайн в 2021 г.

50% онлайн-потребителей в Европе регулярно покупают на маркетплейсах

Juniper Research: омниканальный шопинг становится нормой

Тренды e-commerce по версии Shopify

Подкасты и видео

Россия:

Выручка цифрового бизнеса X5 выросла на 140% в 2021 г.

X5.ru, 21.01.2022

/НОВОСТЬ

По итогам 2021 года выручка цифрового бизнеса X5 выросла на 140% до 47,9 млрд руб. В четвертом квартале 2021 года выручка цифровых бизнесов выросла на 92,9% год к году, до 16,2 млрд руб., и внесла вклад в размере 1,5 п.п. в рост квартальной консолидированной выручки на уровне 14,9%. MAU цифровых сервисов X5 составила 26,8 млн, показав рост на 78% год к году.

Совокупный GMV Vprok.ru Перекресток и сервисов экспресс-доставки в четвертом квартале 2021 года достиг 17,6 млрд руб., что на 85% больше год к году, включая НДС, промокоды и бонусы. Вклад расширения сервисов экспресс-доставки в совокупный рост составил 84%, онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекресток обеспечил 16% роста.

В четвертом квартале 2021 года общая выручка сервисов экспресс-доставки выросла в 3 раза год к году. Среднее количество заказов для экспресс-доставки составило 69,8 тыс. в день (включая «Около») со временем доставки ок. 60 минут и средним чеком 1527 руб. в «Пятерочке» и 1775 руб. в «Перекрестке».

Выручка Vprok.ru Перекресток в четвертом квартале 2021 года выросла на 23,1% год к году. Количество заказов увеличилось на 14% и достигло 1,5 млн за квартал, среднее число заказов в день — 16,1 тыс. Средний чек увеличился на 8,1%.

Выручка сервиса e-commerce доставки 5Post в четвертом квартале 2021 года увеличилась втрое. Количество выданных посылок составило 12,2 млн, число пунктов выдачи превысило 22 тыс., включая 5 тыс. постаматов.

Чистая выручка цифрового сервиса готовой еды «Много лосося» в четвертом квартале 2021 года достигла 397 млн руб. — на 31,9% выше показателя за предыдущий квартал.

Источник:

X5 объявляет о росте чистой выручки на 11,4% в 2021 году. Рост выручки цифрового бизнеса — 140,0%

VPROK.RU ПЕРЕКРЕСТОК	4 кв. 2021	4 кв. 2020	ИЗМ Г-К-Г	12 м. 2021	12 м. 2020	ИЗМ Г-К-Г
GMV ³ , млн руб.	6 824	5 525	23,5%	22 074	15 471	42,7%
Количество заказов, тыс.	1 477	1 295	14,1%	4 706	3 618	30,1%
Средний чек, руб.	4 454	4 121	8,1%	4 533	4 142	9,4%
ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА						
GMV, млн руб.	10 799	4 013	3*	30 790	7 152	4*
Количество заказов, тыс.	6 418	2 500	3*	19 183	4 324	4*
Средний чек, руб.	1 607	1 552	3,6%	1 533	1 614	(5,0%)
5POST						
Чистая выручка, млн руб.	1 111	371	3*	2 615	683	4*
Количество заказов, тыс.	12 203	3 722	3*	26 994	6 829	4*
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV, млн руб.	491	-	н/д	1 220	-	н/д
Количество заказов, тыс.	284	-	н/д	744	-	н/д
Средний чек, руб.	1 728	-	н/д	1 640	-	н/д

Метро в 2020/2021 финансовом году удвоила оборот в онлайн

Retail.ru, 21.01.2022 16:26:00

/новость

Онлайн-продажи Метро для разных типов клиентов превысили 25%. В 2020/2021 финансовом году компания удвоила оборот в онлайн по сравнению с прошлым финансовым годом. Метро развивает направление онлайн в B2B и в B2C сегментах.

По результатам 2021 года направление B2B показывает стремительный рост. Компания осуществила около 1 900 000 заказов, то есть приблизительно 5000 в сутки.



Метро развивает модель работы с партнерами по доставке для закрытия спроса от конечных пользователей. Стратегическим партнером компании является СберМаркет. В рамках сотрудничества в декабре 2021 года компании достигли 10 млн совместных заказов. Метро также продолжает работу с рядом крупных федеральных и локальных игроков, предоставляя географически развернутую сеть магазинов-складов с возможностями открытия дарксторов и настройки бэкофис функций доставки.

Собственное мобильное приложение компании было запущено в 2020 году. Ежедневно им пользуются около 650 000 клиентов. Количество установок превысило несколько млн.

Среднее время доставки снизилось за последний год в 2 раза, теперь в городах-миллионниках ассортимент Метро доступен к заказу от 90 минут.

Источник:

[Онлайн-продажи Метро для разных типов клиентов превысили 25%](#)

Wildberries выпустил свой первый банковский продукт

Rb.ru, 20.01.2022 13:30:00

/новость

Wildberries выпустил дебетовую карту WB Card от «Вайлдберриз Банка», которая позволяет оплачивать покупки на маркетплейсе со скидкой 2%. В ближайшее время онлайн-ритейлер также обещает подключить функцию моментального зачисления средств при возврате покупок, сообщает rb.ru.

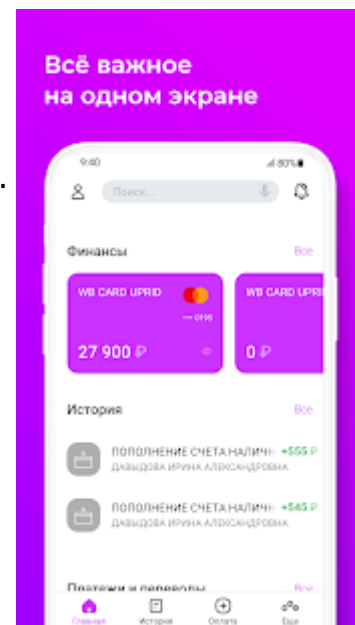
Оформить карту можно онлайн в личном кабинете покупателя Wildberries. Выпуск, обслуживание и все уведомления об операциях бесплатны для пользователя. Проверка данных происходит автоматически за счет интеграции с порталом Госуслуг.

Пополнить виртуальную карту можно через Систему быстрых платежей (СБП), мобильных приложений «Альфа-Банк», «Тинькофф» и «Райффайзен-Онлайн». Максимальная сумма пополнения — 100 тыс. руб. ежемесячно.

Для пользователей WB Card разработано одноименное мобильное приложение, где можно пополнять счет карты, переводить деньги через СБП, оплачивать сотовую связь и другие услуги.

Источник:

[Wildberries представил свой первый банковский продукт](https://rb.ru)



В2В-клиенты Vprok.ru Перекрёсток сделали более 11,3 тыс. заказов в 2021 г.

Vk.com, 20.01.2022 10:42:00

/новость

За год В2В-клиенты Vprok.ru Перекрёсток совершили более 11,3 тыс. заказов. Средний чек корзины вырос в 1,2 раза и составил 256,9 тыс. руб. Чаще стали заказывать продукты для здорового питания, продукцию для животных, товары для детей и для активного отдыха. Самыми популярными товарами были пшеничная мука и лапша быстрого приготовления со вкусом курицы.

- Самое большое количество заказов в 2021 году сделали офисы — более 4,7 тыс., что в 2,5 раза больше показателя прошлого года.
- Кейтеринговые и клининговые компании заказали доставку товаров более 2,5 тыс. раз (рост в 12 раз год к году).
- Представители индустрии HoReCa в 2021 году совершили более 1,9 тыс. заказов (рост в 2,9 раза).
- Крупный бизнес сделал более 1,8 тыс. заказов (рост в 9,4 раза).
- Благотворительные организации совершили около 90 заказов в 2021 году (рост в 3,5 раза).



Онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток впервые запустил доставку товаров для юридических лиц в конце 2019 года. Сегодня к корпоративной программе подключены Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Нижний Новгород и Нижегородская область.

Источник:

[800 тонн лапши и 54 тыс. упаковок кофе: что заказывали b2b-клиенты Vprok.ru Перекрёсток в 2021 году](#)

Wildberries запустил приложение для коммерческих грузоперевозок WB Drive

Retail.ru, 18.01.2022 12:11:00

/новость

Wildberries открыл через приложение WB Drive доступ к перевозкам товаров между распределительными центрами и пунктами выдачи для неограниченного числа партнеров, в том числе и самозанятых.

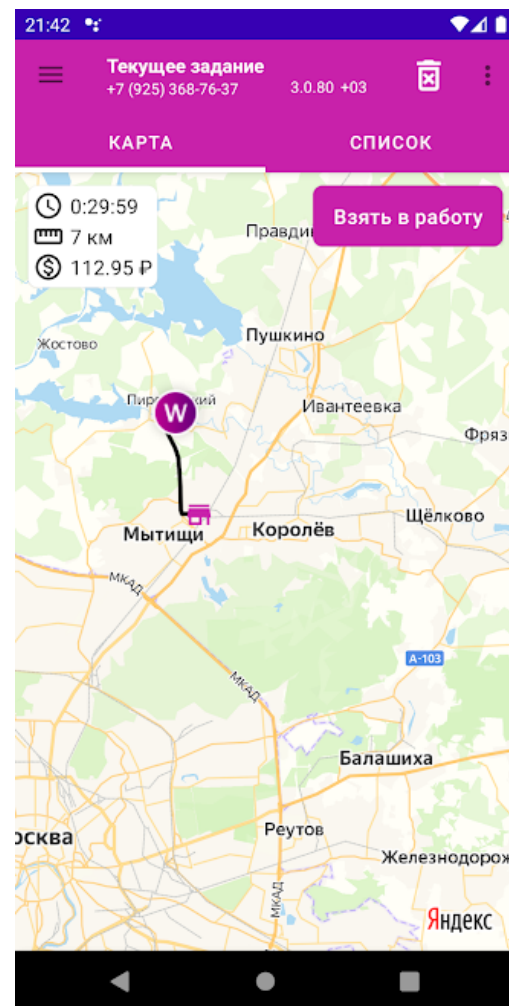
Пользователи смогут через приложение получать задания и оказывать услуги грузоперевозок. Доставка заказов будет открыта в большинстве регионов страны, исполнители смогут осуществлять ее как в городах, так и в областях. Следить за выполнением будет автоматизированная система в режиме реального времени.

Чтобы получить задание, необходимо установить WB Drive и зарегистрироваться в нем. Пользователи самостоятельно выбирают задачу и забирают заказы из логистических центров, чтобы отвезти их в указанные ПВЗ. Интервал доставки — с 8:00 до 20:00 текущего дня. Сотрудничество осуществляется на основе договора-оферты, выплаты будут приходить еженедельно, на стоимость заданий непосредственно влияет объем груза и протяженность маршрута.

Wildberries планирует активно развивать сервис в 2022 году и запускать новые направления и маршруты.

Источник:

[Wildberries запустил приложение для коммерческих грузоперевозок](#)



Продажи BELUGA GROUP по модели click & collect выросли в 2,3 раза в 2021 г.

New-retail.ru, 17.01.2022 12:25:00

/НОВОСТЬ

По итогам прошлого года алкогольная компания BELUGA GROUP **увеличила** объем продаж на 31,9%, like-for-like-продажи на 14,8%, трафик на 21,9%, а средний чек на 8,3%.

Объем продаж в формате click & collect вырос в 2,3 раза по сравнению с 2020 годом. За этот период покупателям было выдано более 440 тыс. заказов.

Недавно сеть супермаркетов напитков «ВинЛаб», принадлежащая BELUGA GROUP, совместно с Wildberries **запустили** проект по продаже алкогольных напитков по системе click & collect в Москве. Ассортимент «ВинЛаб» уже представлен на витрине СберМегаМаркета, планируется расширение представленности сети на других крупнейших маркетплейсах страны.



Источник:

Объем онлайн-продаж BELUGA GROUP по итогам 2021 года вырос в 2,3 раза

«ВинЛаб» запустил продажу алкогольных напитков на Wildberries

Энрике Фернандес назначен CEO Группы «М.Видео-Эльдорадо»

Mvideoeldorado.ru, 17.01.2022 14:41:00

/новость

Совет директоров «М.Видео-Эльдорадо» принял решение о назначении CEO (генеральным директором) Группы Энрике Фернандеса (Enrique Fernandez). Он продолжит реализацию стратегии OneRetail и сфокусируется на совершенствовании операционных процессов и качестве сервисов.

Энрике Фернандес обладает почти 20-летним опытом работы на рынке потребительской электроники в компаниях-производителях и в ритейле. С 2016 по 2020 гг. возглавлял сначала «М.Видео», затем — Группу «М.Видео-Эльдорадо». Энрике Фернандес вступает в должность с 18 января, он также останется членом Совета директоров ПАО «М.Видео».

Александр Изосимов остаётся миноритарным акционером компании и будет содействовать эффективной передаче полномочий в течение необходимого времени.



Источник:

[Совет директоров М.Видео-Эльдорадо утвердил Энрике Фернандеса на позицию CEO Группы](#)

Управляющим директором по маркетингу в Lamoda стал Алексей Кулаков

Sostav.ru, 17.01.2022 14:38:00

/новость

Должность управляющего директора по маркетингу в онлайн-ритейлере Lamoda занял Алексей Кулаков. Он будет отвечать за весь спектр маркетинговых инициатив компании, сообщает [Sostav](#).

Ранее в течение восьми лет Алексей Кулаков занимал пост генерального директора агентства Mindshare Russia (бренды Mindshare, Maximize, Content+, входит в состав GroupM, медиаинвестиционной группы холдинга WPP). В агентском бизнесе проработал более 20 лет.



Источник:

[Алексей Кулаков занял должность управляющего директора по маркетингу в Lamoda](#)

780 участников фармрынка подали заявки на дистанционную торговлю

E-rep.ru, 17.01.2022

/новость

Заявки на участие в дистанционной торговле подали уже 780 участников фармрынка, сообщили в Росздравнадзоре. Сейчас разрешения на такую торговлю выданы в 57 субъектах.

По данным Минздрава, средний чек онлайн-рынка лекарств составляет 1400 руб. Как правило, в заказе находятся от трех до пяти упаковок препаратов. В 27 регионах доставка осуществляется только курьерскими службами аптек, а в 38 регионах — с привлечением сторонних служб. В 15 регионах практикуют оба способа доставки.



Росздравнадзор проверил более 30 тыс. сайтов, осуществляющих торговлю лекарствами, 10,6 тыс. сайтов были закрыты.

Data Insight при поддержке Dostavista [подсчитали](#), что в первом полугодии 2021 года средний чек интернет-заказа лекарств составлял 1680 руб.

Источник:

[Фарма массово уходит в онлайн](#)

«Самокат» начал доставлять готовую еду из ресторанов и магазинов

Shoppers.media, 17.01.2022 15:53:00

/новость

Ассортимент «Самоката» пополнился готовыми блюдами из общепита, розничных магазинов и сервисов доставки еды, [пишет Shoppers's](#). В экспресс-доставке и в доставке за 1,5 часа можно найти готовые блюда от ресторанов «Шоколадница» и «Грабли», сети магазинов «Азбука Вкуса», фабрики бортового питания «Домодедово», сервисов доставки готовой еды Justfood, Creative Kitchen и др.

«Самокат» первоначально специализировался на быстрой доставке продуктов. Позже в его ассортименте появилась готовая еда, но с популярными брендами общепита или сетей магазинов сервис не сотрудничал.



Источник:

[«Самокат» начал доставлять готовую еду от ресторанов и магазинов](#)

СберМаркет: 70% покупателей безрецептурных лекарств делали заказ для себя

Retail.ru, 21.01.2022 12:07:00

/исследование

По данным сервиса СберМаркет, 70% покупателей безрецептурных лекарств делали заказ для себя, 24% — для других членов семьи, 12% из них заказывают лекарства на дом для детей. 40% клиентов заказывают безрецептурные лекарства онлайн для лечения хронических заболеваний, 33% — для лечения острого дискомфорта. Третье и четвертое места занимают профилактика заболеваний и пополнение домашней аптечки.



В декабре спрос на лекарства в СберМаркете в Москве увеличился на 27% по сравнению с ноябрем. Наибольшей популярностью пользуются антибактериальные, обезболивающие, противовирусные препараты, витамины, перевязочные материалы и препараты для ЖКТ.

СберМаркет запустил экспресс-доставку безрецептурных лекарств в октябре 2021 года. Технический партнер проекта — сервис «Все аптеки». Доставка работает в Москве и Санкт-Петербурге.

Источник:

«СберМаркет»: 40% клиентов заказывают безрецептурные лекарства онлайн для лечения хронических заболеваний

35% россиян не готовы покупать лекарства через онлайн-сервисы

Advis.ru, 17.01.2022 16:23:00

/исследование

Компания «Ромир» по заказу маркетплейса здоровья «Здравсити» [провела](#) в конце 2021 года исследование в 13 городах России с населением от 500 тыс. В опросе приняли участие 5 тыс. человек. Особое внимание уделялось вопросам дистанционного заказа лекарств.

Респонденты знают о преимуществах покупки лекарственных препаратов и товаров для здоровья онлайн. 68% считают, что цены в интернете ниже, чем в обычной аптеке; 58% уверены, что в Сети можно заказать препараты, которых нет в наличии в аптеке у дома. Однако 35% опрошенных не готовы пользоваться онлайн-сервисами из-за незнания основ компьютерной грамотности и неумения совершать покупки в интернете. Проблема характерна преимущественно для пожилых людей в возрасте от 55 лет.



«Решением могли бы стать альтернативные возможности дистанционного заказа лекарств», – считает руководитель маркетплейса «Здравсити» Даурен Абеуов. На «Здравсити» можно позвонить по телефону или написать в чат — и получить консультацию фармацевта по интересующим препаратам и оформить заказ с доставкой до ближайшей аптеки или до квартиры. Ежедневно с помощью операторов оформляют свыше 100 заказов.

Источник:

[Россияне готовы покупать лекарства онлайн.](#)

Опрос ВЦИОМ: самый большой и выгодный маркетплейс — AliExpress

Wciom.ru, 18.01.2022

/исследование

Согласно опросу ВЦИОМ, 59% российских интернет-пользователей совершали непродовольственные онлайн-покупки в течение последнего года, а 40% не совершали таких покупок. Российских интернет-пользователей с опытом онлайн-покупок в течение последнего года попросили оценить маркетплейсы по широте ассортимента, выгоды цен и объему распродаж.

Наиболее широкий ассортимент:

- AliExpress (37%; 44-52% среди молодежи, 44% среди мужчин);
- Wildberries (14%; 17% среди женщин, 16% среди 35-44-летних);
- Ozon (12%; 15% среди женщин, 16% среди 25-34-летних).
- 26% затруднились ответить.

Самые выгодные цены:

- AliExpress (38%; 45-49% среди молодежи, 44% среди мужчин);
- Wildberries (11%; 15% среди женщин);
- Ozon (10%).

Самые большие распродажи:

- AliExpress (32%; так считают 37-53% среди молодежи, 40% среди мужчин);
- Wildberries (11%; так считают 16% среди женщин, 23% среди 18-24-летних);
- Ozon (10%, 16% среди 25-34-летних).

Топ-3 причин, по которым рекомендуют:

- AliExpress: выгодные цены (43%), ассортимент (33%), нравится этот маркетплейс и им часто пользуются (20%);
- Ozon: быстрая доставка (38%), выгодные цены (29%) и ассортимент (20%);
- Wildberries: удобно расположенные пункты выдачи (32%), скорость доставки (29%) и выгодные цены (23%).

Источник:

Россияне назвали самый большой и выгодный маркетплейс

По Вашему мнению, в каком интернет-магазине (маркетплейсе) самые выгодные цены на товары?

(закрытый вопрос, один ответ, в % от пользующихся интернетом и тех, кто что-то покупал онлайн в течение последнего года)

	Все опрошенные	Мужчины	Женщины	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
AliExpress	38	44	33	49	45	35	34	22
Wildberries	11	7	15	14	12	11	10	9
Ozon	10	7	12	11	16	7	7	8
Яндекс.Маркет	4	4	4	3	4	5	5	2
Joom	4	3	4	7	5	3	2	5
Shein	1	0	2	0	2	2	2	0
ЕВay	1	2	1	0	1	2	0	0
Сбермегамакет	1	1	1	3	1	1	2	0
Amazon	0	0	0	0	0	0	0	1
Другое	1	1	1	0	1	1	2	2
Затрудняюсь ответить	29	31	27	13	13	33	36	51

Ipsos: интернет-шопингом занимаются до 65% потребителей

Adindex.ru, 17.01.2022 17:06:00

/исследование

По [данным](#) компании Ipsos, доля онлайн покупателей выросла втрое за последние шесть лет. Интернет-шопингом занимаются до 65% потребителей. При этом в Москве их количество составило 68%, в городах с населением более 500 тыс. человек — 59%, меньше 100 тыс. — 43%.

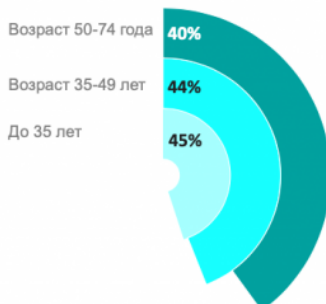
До 79% российских потребителей в 2021 году покупали товары онлайн с помощью смартфонов. Доля использования компьютеров и ноутбуков продолжает падать.

С началом пандемии 34% россиян стали чаще заказывать товары в Сети. Тенденция затронула 49% респондентов из зажиточных домохозяйств, 43% опрошенных со средним доходом и 37% — с низким.

До 55% респондентов готовы отказаться от онлайн-товара, потому что не могут его потрогать или примерить, 35% любят ходить по магазинам, 21% опасаются сложностей с возвратом, а 20% и 17% соответственно не хотят ждать доставку и боятся, что товар потеряется во время транспортировки.

ТРЕНДЫ В ИНТЕРНЕТ-ПОВЕДЕНИИ

Домохозяйства с высоким доходом показали самый значимый **рост покупок онлайн**



Домохозяйства с высоким доходом	49%
Домохозяйства со средним доходом	43%
Домохозяйства с низким доходом	37%

ВОПРОС: С начала распространения инфекции COVID-19 Вы совершали каждое действие из перечисленных чаще, реже или с обычной регулярностью? – Покупали в интернете чаще, чем раньше.

Источник: Ipsos Global Adviser. Исследование в 28 странах. Октябрь 2019-Октябрь 2021. Респонденты 16-74 лет, N=20000 в месяц.



Источник:

[Уже 79% россиян делают онлайн-покупки со смартфонов](#)

Весь мир:

YOOX запустил в Европе маркетплейс

Ynap.com, 20.01.2022

/новость

Интернет-магазин модной одежды YOOX, входящий в состав YOOX NET-A-PORTER, запустил почти в 30 странах Европы собственный маркетплейс. Компания планирует в дальнейшем вывести его на рынки США, Ближнего Востока, Северной Африки и Японии.

Маркетплейс предлагает товары от более чем 700 брендов, некоторые из которых будут доступны в магазине впервые. Только в этом сезоне ассортимент составит свыше 150 000 товаров: аксессуаров, украшений, одежды и обуви.

YOOX

Запуск маркетплейса отражает переход YOOX NET-A-PORTER к гибридной операционной модели, предназначенной для повышения качества обслуживания клиентов, расширения ассортимента брендов и продуктов на сайте.

Источник:

[The YOOX Marketplace has landed, enhancing the shopping experience for customers across Europe](#)

Генеральным директором сервиса доставки Borzo стал Идрисс Аль Рифаи

Borzodelivery.com, 21.01.2022

/новость

Международный сервис курьерской доставки Borzo назначил генеральным директором Идрисса Аль Рифаи, который будет заниматься развитием бизнеса и разработкой новых продуктов компании в 10 странах ее присутствия.

До назначения в Borzo Идрисс Аль Рифаи был директором по стратегическому развитию и большим данным в компании Glovo, которая специализируется на доставке еды.



Сегодня Borzo работает в Бразилии, Вьетнаме, Индонезии, Индии, Корее, Малайзии, Мексике, Турции и на Филиппинах. В России Borzo представлен под брендом Dostavista.

Источник:

[Borzo назначил Идрисса Аль Рифаи генеральным директором](#)

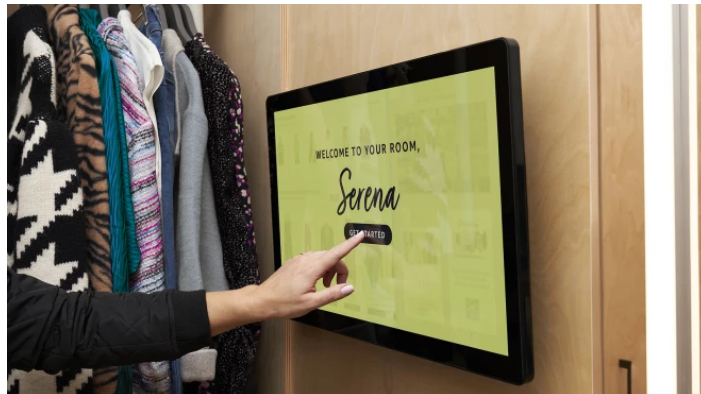
Amazon представил магазин одежды с «умной» примерочной

Aboutamazon.com, 20.01.2022

/новость

Amazon рассказал о своем первом офлайн-магазине одежды Amazon Style, который будет открыт в текущем году в Лос-Анджелесе. Компания переосмыслила концепцию физического шопинга.

Отсканировав QR-код товара с помощью приложения Amazon Shopping, клиенты смогут увидеть размеры, цвета, оценки покупателей и дополнительные сведения о продукте, а также отправить товар в примерочную или прямо на стойку выдачи. Ассортимент Amazon Style более чем вдвое превышает предложение традиционного магазина такого же размера. При этом покупателям не нужно просматривать полки в поисках нужного цвета, размера и модели.



Amazon Style построен на персонализации. Алгоритмы машинного обучения дают индивидуальные рекомендации во время совершения покупок. Для еще более индивидуального опыта клиенты могут делиться информацией о своем стиле и других предпочтениях.

Примерочная Amazon Style — это персонализированное пространство. В ней покупатель находит товары, которые запросил, а также дополнительные опции, выбранные в зависимости от его предпочтений. Клиенты могут продолжать делать покупки, не выходя из примерочной. Используя сенсорный экран, можно оценить товары, запросить дополнительные стили и размеры, которые будут доставлены за несколько минут.

Товары, отсканированные в Amazon Style, сохраняются в приложении Amazon Shopping, что позволяет приобрести их позже или найти больше товаров от новых брендов из магазина.

Источник:

[Amazon reimagines in-store shopping with Amazon Style](#)

Количество магазинов на платформе Shopify выросло на 200%

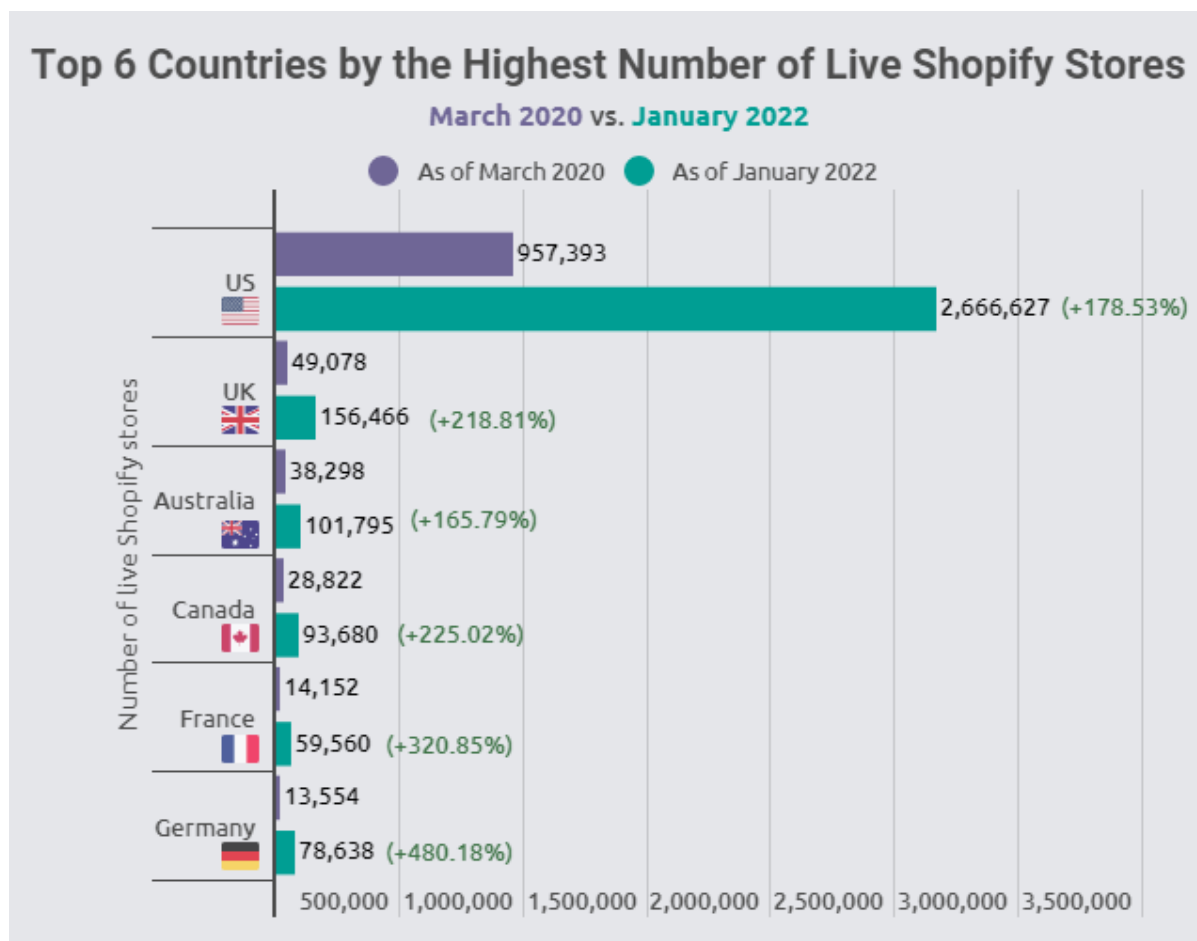
Ecommercenews.eu, 18.01.2022

/новость

В период с марта 2020 года по январь 2022 года количество магазинов на e-commerce платформе Shopify выросло на 201,53%. Платформа добавила 2 594 798 новых интернет-магазинов менее чем за два года, согласно данным Genus AI.

Большинство клиентов Shopify базируются в США. В январе 2022 года на платформе работают 2 666 627 интернет-магазинов из США, что на 178,53% больше, чем в марте 2020 года. Количество европейских интернет-магазинов также значительно выросло. На Shopify сейчас 156 466 интернет-магазинов из Великобритании (рост на 218,81%). За ней следует Франция — 59 590 магазинов (рост на 320,85%). Число клиентов в Германии выросло больше всего — на 480,18%: на платформе работает 78 638 интернет-магазинов.

Большинство новых сайтов, добавленных Shopify, — это небольшие игроки, которые не могут конкурировать с гигантами электронной коммерции, такими как Amazon.



Источник:

[Number of Shopify stores grew 200%](#)

Яндекс и KT Corporation договорились запустить доставку роботами в Сеуле

Yandex.ru, 18.01.2022

/новость

Яндекс заключил соглашение о намерениях с крупной южнокорейской телекоммуникационной компанией KT Corporation. Компании планируют запустить доставку автономными роботами Яндекса в Сеуле в 2022 году.

Южная Корея станет первой страной в Восточной Азии, где на дорогах можно будет встретить роботов-курьеров Яндекса. На сегодняшний день роверы компании доставили уже более 85 000 заказов в России и США, а также готовятся к запуску в Дубае. Спрос на доставку последней мили в Южной Корее один из самых высоких в мире и продолжает расти.

The logo for Yandex, featuring the word "Яндекс" in a bold, black, sans-serif font. The letter "Я" is red, and the remaining letters "ндекс" are black.

Источник:

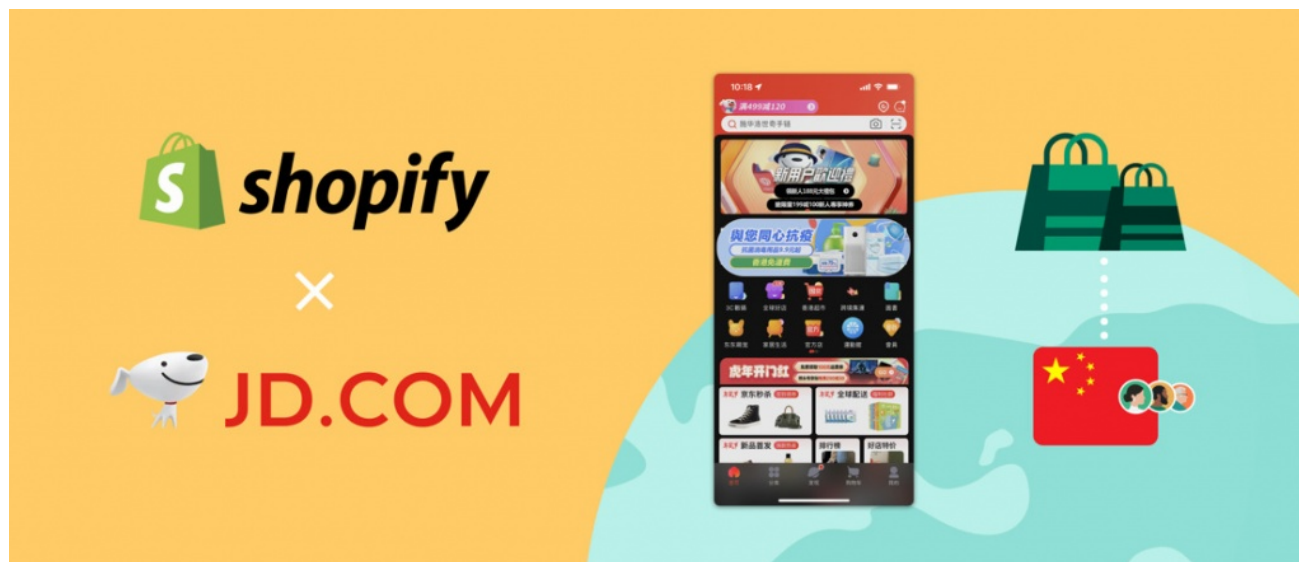
[Яндекс и KT Corporation договорились запустить доставку роботами в Сеуле](#)

Shopify и JD.com помогут американским продавцам выйти на рынок Китая

News.shopify.com, 18.01.2022

/новость

Компания Shopify и китайская JD.com заключили стратегическое партнерство. Сделка позволит американским продавцам выйти на трансграничную платформу JD Worldwide и откроет им доступ к 550 млн активных клиентов в Китае.



Продавцы Shopify в США смогут запустить продажи в Китае в течение трех-четырех недель вместо 12 месяцев, которые обычно требуются иностранным брендам для начала работы в этой стране. Кроме того, JD.com предоставит американским продавцам Shopify услуги логистики и доставки, а также «интеллектуальное преобразование цен в местную валюту» и «интеллектуальный перевод названий и описаний продуктов».

Канал продаж JD Marketplace является частью более крупного стратегического партнерства между Shopify и JD.com, целью которого является помощь продавцам в США и Китае в решении проблем трансграничной торговли в области поиска товаров, продажи и логистики.

Источник:

[Shopify and JD.com unlock world's largest ecommerce market for merchants](#)

Маркетплейсы — самый быстрорастущий онлайн-канал для B2B в США

Digitalcommerce360.com, 20.01.2022

/исследование

Согласно подсчетам Digital Commerce 360, в 2021 году общие продажи на B2B-маркетплейсах в США выросли на 130% и составили \$56 млрд по сравнению с \$24,34 млрд в 2020 году.

В прошлом году продажи на маркетплейсах B2B росли в 7,3 раза быстрее, чем общие онлайн-продажи B2B (которые увеличились на 17,8% по сравнению с предыдущим годом и составили \$1,63 трлн) и в 8,5 раза быстрее общих продаж производителей и дистрибьюторов. В 2021 году общий объем онлайн- и офлайн-продаж B2B увеличился на 15,2% в годовом исчислении до \$13,09 трлн.



Amazon Business остается доминирующей силой в увеличении продаж на рынке B2B и быстро становится лидером в B2B e-commerce, согласно исследованию Bank of America Securities. Валовый объем продаж Amazon Business в 2022 году может составить \$31 млрд и достигнуть \$83 млрд уже к 2025 году. Сегодня на долю Amazon Business приходится около 1,9% онлайн-продаж B2B в США, а к 2025 году доля может вырасти до 10%. В прошлом году Amazon Business обеспечил 55,4% всех продаж на рынке B2B-маркетплейсов.

Источник:

[Marketplaces—the fastest-growing B2B digital sales channel](#)

OC&C Strategy Consultants: западные маркетплейсы будут расти на 15% в год

Occstrategy.com, 19.01.2022

/исследование

Согласно исследованию OC&C Strategy Consultants, к 2025 году маркетплейсы превзойдут собственные каналы электронной коммерции ритейлеров в таких категориях, как одежда, путешествия и книги.

На долю десяти игроков приходится 70% общего объема оборота товаров (GMV), продаваемых через маркетплейсы в этих категориях — GMV каждого из них превышает \$20 млрд. Amazon, Booking.com, Expedia и Uber Eats становятся более влиятельными, и им все труднее противостоять.

За пределами Китая 8 из 10 ведущих торговых площадок — американские, а оставшиеся две — азиатские. В топ-50 маркетплейсы из Европы количественно представлены лучше, но их масштабы бледнеют по сравнению с американскими и азиатскими игроками.

OC&C Strategy Consultants дает следующие прогнозы:

- Маркетплейсы догонят ритейлеров как доминирующий онлайн-канал дистрибуции. Этот рынок на Западе будет расти на 15% в год.
- B2B маркетплейсы набирают обороты.
- Сайты сравнения, лидогенерации и объявлений станут маркетплейсами и увеличат долю своих категорий (авто, недвижимость, недвижимость, финансы и т.д.).
- Рынок замкнутого цикла/секонд-хенда, будет активно расти.
- Специализированные площадки отберут долю рынка у более крупных игроков.
- Победители смогут извлечь больше пользы из экосистем.

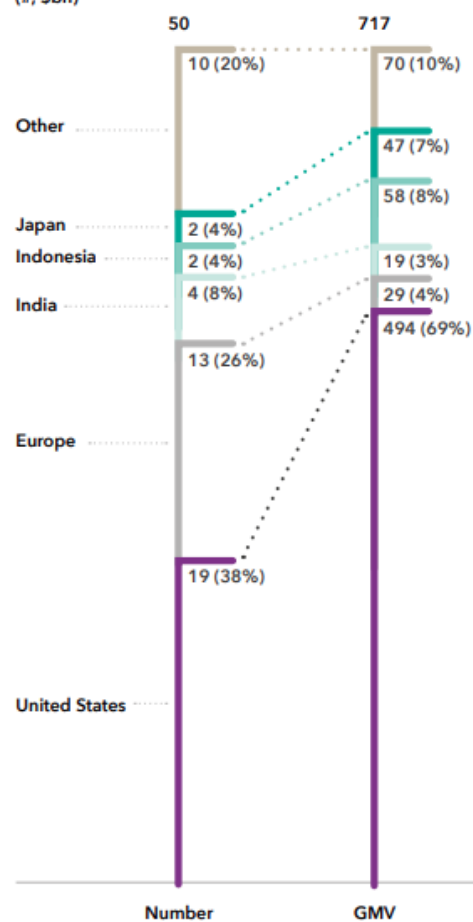
Существующие риски:

- Facebook Marketplace в конечном итоге присоединится к списку мировых гигантов.
- Ритейлеры будут сопротивляться. Умные ритейлеры приняли гибридную модель прямых продаж и маркетплейсов, чтобы дать отпор.
- Регуляторы примут жесткие меры. Некоторые из них уже ввели правила, касающиеся налогов, безопасности, конкуренции и классификации товаров.
- Китайские гиганты выйдут на Запад. Alibaba и JD твердо нацелены на международную экспансию.

Источник:

[Trading Places](#)

TOP 50 MARKETPLACES (EXCL. CHINA) BY REGION, NUMBER AND 3RD PARTY (NON PLATFORM-OWNED) GMV¹, 2020 (#, \$bn)



1. Gross Merchandise Value
Source: Digital Commerce 360

eMarketer: 19% продаж продуктов в Китае пришли на онлайн в 2021 г.

Emarketer.com, 19.01.2022

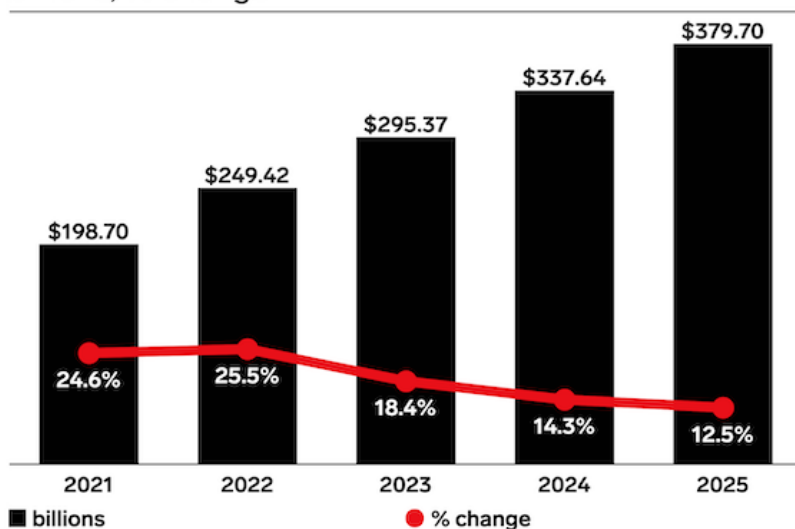
/исследование

Рост онлайн-продаж продуктов в Китае в 2021 году составил 24,6% до \$198,7 млрд (1,36 трлн юаней), предполагает eMarketer. Предыдущий 2020 год отметился взрывным ростом — на 61,4%, продажи впервые превысили 1 трлн юаней.

В 2021 году 19% всех покупок продуктов питания в Китае были цифровыми, тогда как в 2018 году — 9%. К 2025 году эта цифра достигнет почти 30%. Продажи продуктов в обычных магазинах продолжают скромно расти после спада, вызванного пандемией.

Grocery retail ecommerce sales in China, 2021-2025

billions, % change



Note: includes food and nonfood grocery products ordered using the internet, regardless of method of payment or fulfillment; grocery items are products that people regularly buy from a grocery store, including food and beverages, pet food, household cleaning products, personal care products, and other household consumables; excludes restaurant sales. Sales can occur through channels outside of traditional grocers or supermarkets, such as warehouse clubs and superstores, convenience stores, gas stations, pharmacy/drug stores, and online delivery and meal-kit subscription services.

Source: eMarketer, December 2021

1063703883300

InsiderIntelligence.com

Источник:

[China's digital grocery sales to reach nearly \\$200 billion this year](#)

50% онлайн-потребителей в Европе регулярно покупают на маркетплейсах

Internetretailing.net, 17.01.2022

/исследование

Согласно исследованию RetailX, по всей Европе около 50% всех онлайн-покупателей регулярно совершают покупки на маркетплейсах, а в Великобритании и Германии этот показатель превысил 60%. В 2020/21 году на европейских торговых площадках было продано товаров на сумму от 120 до 150 млрд евро.

По мере роста популярности электронной коммерции во время пандемии новых покупателей привлекает шопинг с наименьшими трудностями, а также с максимальным удобством, выбором, конкурентоспособными ценами и доставкой.

В Восточной Европе сектор маркетплейсов только зарождается, но растет, и некоторые интересные истории успеха уже формируются. Польский Allegro, доминируя на внутреннем рынке в течение почти десяти лет, теперь быстро расширяется за счет приобретений, чтобы обслуживать другие рынки в регионе. Это страны, в которых Amazon еще предстоит установить местное присутствие.

В Венгрии, Словакии, Словении и Хорватии Allegro стремится доминировать и уже добавил 32 млн новых потребителей из этих стран к 20 млн в Польше. Allegro стал десятым по посещаемости сайтом электронной коммерции в мире. Одним из конкурентов Allegro в Восточной Европе называют российский Wildberries.

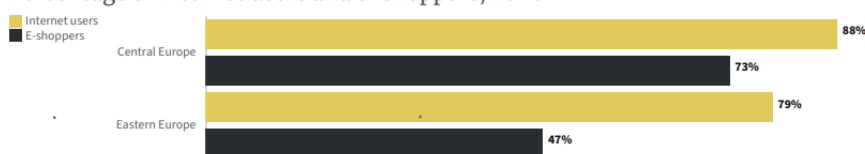
В Австрии и Швейцарии доминирует немецкое подразделение Amazon — Amazon.de. В обеих странах наблюдается больше локализованных торговых площадок, таких как Willhaben и Geizhals в Австрии и Ricardo и Tutti в Швейцарии.

В Румынии, Венгрии, Болгарии румынский eMAG работает и как ритейлер, и как маркетплейс. В Чехии, Словакии и Венгрии чешский ритейлер и торговая площадка Alza является ключевым рынком с оборотом 1,4 млрд евро в 2020 году. В Северной Македонии все три крупнейших сайта электронной коммерции являются иностранными маркетплейсами — Alibaba, AliExpress и Amazon.

Источник:

[2021 Central and Eastern Europe Ecommerce Regional Report](#)

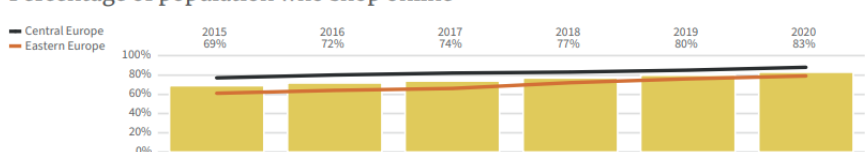
Percentage of internet users and e-shoppers, 2020



Source: RetailX, drawing on data from Eurostat

© RetailX 2021

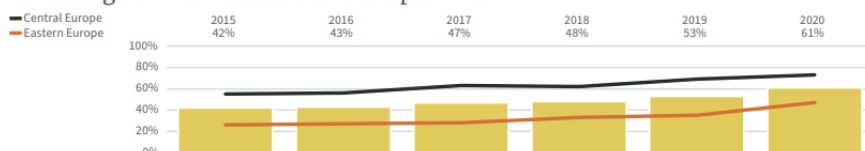
Percentage of population who shop online



Source: RetailX, drawing on data from Eurostat

© RetailX 2021

Percentage of internet users who shop online



Source: RetailX, drawing on data from Eurostat

© RetailX 2021

Juniper Research: омниканальный шопинг становится нормой

Juniperresearch.com, 17.01.2022

/мнение

К 2026 году глобальные платежные операции в электронной торговле превысят \$7,5 трлн по сравнению с \$4,9 трлн в 2021 году (темпы роста 55%), поскольку омниканальная розничная торговля становится нормой, а потребители осваивают новые способы оплаты, ожидают аналитики Juniper Research.

Все каналы, включая онлайн, мобильные и физические точки розничной торговли, должны будут стать бесшовными и предлагать одинаковый опыт для всех клиентов на любом этапе пути к покупке. Ожидается также растущий интерес к новым способам оплаты в электронной коммерции, включая платежи с помощью Open Banking и оплате в один клик с помощью цифрового кошелька. Juniper рекомендует продавцам обеспечивать соответствие способов оплаты меняющимся ожиданиям пользователей.



На Китай к 2026 году будет приходиться более 37% платежей в электронной торговле по сумме транзакций. Исследование рекомендует отдавать приоритет цифровым кошелькам, платежам с помощью Open Banking и криптовалютам, чтобы повторить успех электронной коммерции, достигнутый в Китае.

К 2026 году на физические товары будет приходиться 82% от объема транзакций в мировой электронной торговле. Аналитики призывают провайдеров платежей поддерживать методы оплаты в рассрочку.

Источник:

[eCommerce Payments: Emerging Trends, Opportunities & Market Forecasts 2022-2026](#)

Тренды e-commerce по версии Shopify

Shopify.com, 17.01.2022

/мнение

Никогда еще в сфере электронной коммерции не было столько возможностей и конкуренции, говорится в исследовании The Future of Commerce от Shopify. Розничные онлайн-продажи по всему миру выросли с \$1,336 трлн в 2014 году до \$4,891 трлн в 2021 году. В 2022 году глобальный объем e-commerce вырастет до \$5,424 трлн, а к 2024 году достигнет \$6,388 трлн.

Компания выделила три основных тренда, актуальных для e-commerce:

1. Рост затрат на закупку вынуждает бренды развивать долгосрочные отношения со своими клиентами.

- Конкуренция в DTC растет.
- Расходы на рекламу стремительно растут на разных платформах.
- Действия, связанные с созданием и продвижением бренда, помогают привлекать и удерживать клиентов.

2. Отказ от сторонних файлов cookie заставляет бренды переосмыслить персонализацию.

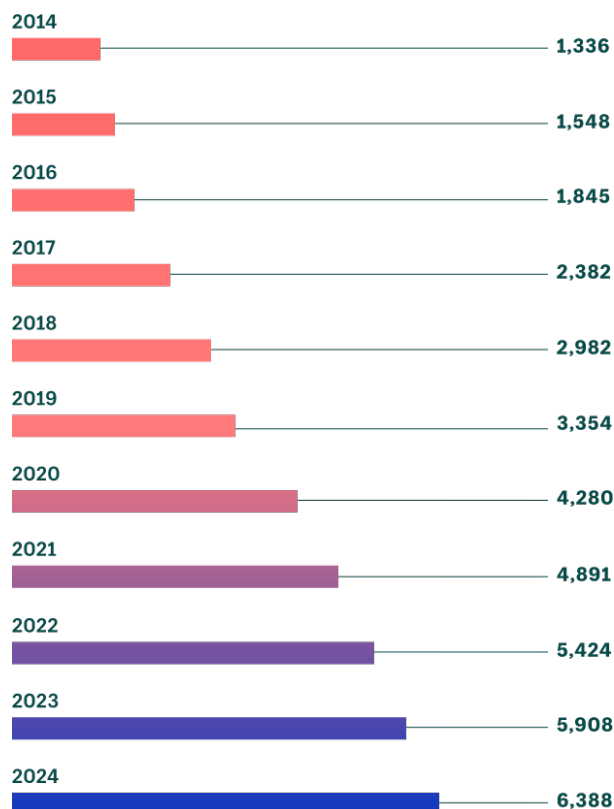
- Потребители требуют персонализации.
- Персонализации недостаточно для создания долгосрочных отношений с клиентами.
- Сообщества брендов повышают лояльность клиентов.

3. Новые коммерческие возможности появляются на крупнейших социальных платформах.

- Электронная коммерция мигрирует на платформы социальных сетей.
- Социальные платформы представляют новые способы привлечения клиентов.
- Видео является ключом к раскрытию потенциала социальной коммерции.

Источник:

[Future of Ecommerce](#)



Подкасты и видео

В один клик

Покупаем телевизор: зачем интернет-бизнесам реклама на ТВ

Беседуют: Федор Вирин и Денис Ардаширов

Гость: Андрей Чернышов, управляющий партнер полносервисного медийного агентства People & Screens

Чем отличается рекламный ролик для YouTube и ролик для телеканала «Домашний»? Как перестать бояться делиться своими данными и полюбить персонализированную рекламу? Обсуждаем, как рынок электронной коммерции пришел на ТВ.



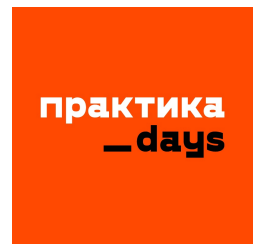
[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)

Практика_days

В гостях Юлиана Гордон. О e-commerce, маркетплейсах, d2c, social-commerce и цифровой трансформации

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Юлиана Гордон, основатель школы электронной коммерции iWENGO, председатель экспертного совета Центра электронной торговли, один из ведущих E-commerce экспертов России



Как меняются тренды в e-com образовании, d2c, маркетплейсы и social commerce, о развитии e-коммерса в Татарстане, а также по какой модели будет развиваться российская электронная коммерция и др.

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

Live streaming, social commerce. Как в мире и в России развиваются продажи в прямых эфирах

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Виталий Попков, со-founder и CPO Live shopping проекта Streamerlive, организующего продажи в прямых эфирах для крупного бизнеса

Большой эфир о live streaming и social commerce, эволюции e-commerce, обзор китайских платформ, кейсы российских маркетплейсов и крупных ритейлеров, рецепты для небольшого и среднего бизнеса. Как в мире и в России развиваются продажи в прямых эфирах, кейсы, эффективность, перспективы.

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

Decathlon | Цифровая трансформация, e-commerce, маркетплейсы. Дмитрий Олеринский

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Дмитрий Олеринский, директор по цифровой трансформации Decathlon

Что такое цифровая трансформация для Decathlon, как e-commerce технологии, омниканальность, позволяют компании развивать взаимоотношения с клиентом, почему Decathlon ушел с Wildberries и Tmall, но развивает сотрудничество с OZON, как старается оценить каннибализацию собственных продаж маркетплейсами, об офлайн-маркетплейсе на базе одного из крупнейших магазинов в Европе, расположенном в Москве и многом другом.

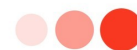
[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)

UPGRADE EWDN

Логистика E-Grocery в 2021 году, прогнозы развития. New Retail Forum 2021

Спикеры:

- Арина Князева, директор по развитию бизнеса Ozon Express
- Ольга Калоева, операционный директор Vprok.ru Перекрёсток
- Лариса Романовская, управляющая электронной коммерцией «ВкусВилл»
- Игорь Шиянов, генеральный директор Master Delivery



UPGRADE
МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ РОСТА

Развитие фулфилмент-инфраструктуры для e-grocery.

Магистральная доставка и последняя миля. Лучшие практики российских и зарубежных компаний.

[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
- развитии 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.