

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 47

21 Ноября 2022 - 27 Ноября 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 1 700 млн заказов доставили на рынке e-com за три квартала 2022 г.
«Вкусно — и точка» запускает доставку через Яндекс Еду, Delivery Club и Broniboy
Ozon предложил РКО для бизнеса на базе собственного банка
Яндекс Маркет запускает шоты — короткие видео с товарами
Через постаматы и ПВЗ 5Post за 10 месяцев оформили 20 млн отправок
СДЭК запустил сервис для покупки восстановленной электроники
«Лента» запустила сайт для онлайн-покупок
Ozon лидирует по активности и позитивным упоминаниям в соцсетях и СМИ
ВкусВилл возглавил INFOLine E-grocery Russia TOP по итогам III кв. 2022 г.
Объем рынка доставки продуктовых наборов и рационов сократился на 19%
Число онлайн-покупок в супермаркетах выросло в 1,5 раза за 10 месяцев

Весь мир:

Ozon Global открывает представительство в Китае
В Черную пятницу американцы потратили онлайн рекордные \$9,12 млрд
Чистая выручка JD.com увеличилась на 11,4% в III кв. 2022 г.
Продажи Wildberries в Узбекистане превысили \$500 тыс. за три квартала 2022 г.
Онлайн-продажи в США вернулись к двузначным темпам роста
34% возвратов в США, Великобритании и Германии связаны с описанием товара
58% трансграничных онлайн-покупателей предпочитают сайты брендов
Расходы на онлайн-покупки в странах Бенилюкса — ниже средних по Европе

Подкасты о e-commerce



Data Insight: 1 700 млн заказов доставили на рынке e-com за три квартала 2022 г.

Datainsight.ru, 24.11.2022

/новость

Data Insight публикует исследование «Последняя миля для интернет-торговли» — при поддержке генерального партнера **Master Delivery** и партнеров исследования **Boxberry, Dalli, Logsis, PickPoint, ROWI, Tinkoff ID** и **Л-Пост**.

Основные результаты:

- По оценке Data Insight, за три квартала 2022 года на рынке электронной коммерции было доставлено 1 700 миллионов заказов.
- В среднем по итогам трех кварталов 2022 доля собственных служб доставки магазинов выросла на 11 п.п. — 86% по сравнению с 75% в 2021 году. Основной рост приходится на крупнейшие маркетплейсы — Ozon и Wildberries.
- По доле заказов и продаж в 2021 году с большим отрывом ожидаемо лидируют Москва и Московская область — суммарно в 2021 году на них приходится 28% всех российских заказов и покупок.
- Во всех регионах средний чек в 2021 году ниже показателей 2020 года.
- Доставка в пункт выдачи заказа (ПВЗ) по-прежнему популярна в России — около двух третей заказов было получено именно из ПВЗ.
- В 2022 году из-за общей неопределенности процессы, связанные с последней милей, развиваются осторожнее, чем в предыдущие периоды бурного роста. Логистические компании оптимизируют процессы и сокращают издержки, работают над эффективностью процессов и продолжают масштабировать свои возможности с учетом множества рисков.
- Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы обходится интернет-магазинам дешевле, чем доставка до двери.

**1 700 млн
заказов**

доставлено за три квартала 2022 года
логистами и интернет-магазинами¹

52%

прирост по сравнению с аналогичным
периодом 2021 года

75%

доля заказов, доставленных силами
маркетплейсов

45%

доля онлайн-заказов, выполненных
жителями 17 крупных городов России²

Источник:

Последняя миля для интернет-торговли — 2022

«Вкусно — и точка» запускает доставку через Яндекс Еду, Delivery Club и Broniboy

Vkusnoitochka.ru, 25.11.2022

/новость

Сеть предприятий быстрого обслуживания «Вкусно — и точка» с 29 ноября [запускает](#) доставку через сервисы Яндекс Еда и Delivery Club в первых городах. До конца года сервис станет доступен в Москве и Санкт-Петербурге, а к концу зимы — во всех регионах присутствия сети.

Оформить заказ можно будет через приложения Яндекс Еда, Delivery Club и Яндекс Go.

Первым региональным партнером сети [стал](#) сервис Broniboy в Краснодаре. Доставка заработает с 6 декабря, до конца года будут подключены все 14 точек в городе.

Оформить заказ можно будет в мобильном приложении Broniboy и в десктоп-версии сервиса. Доставка займет менее 30 минут.



Источник:

[«Вкусно – и точка» запускает доставку через сервисы Яндекс Еда и Delivery Club в первых регионах](#)

[«Вкусно – и точка» запускает доставку через сервис Broniboy в Краснодаре](#)

Ozon предложил РКО для бизнеса на базе собственного банка

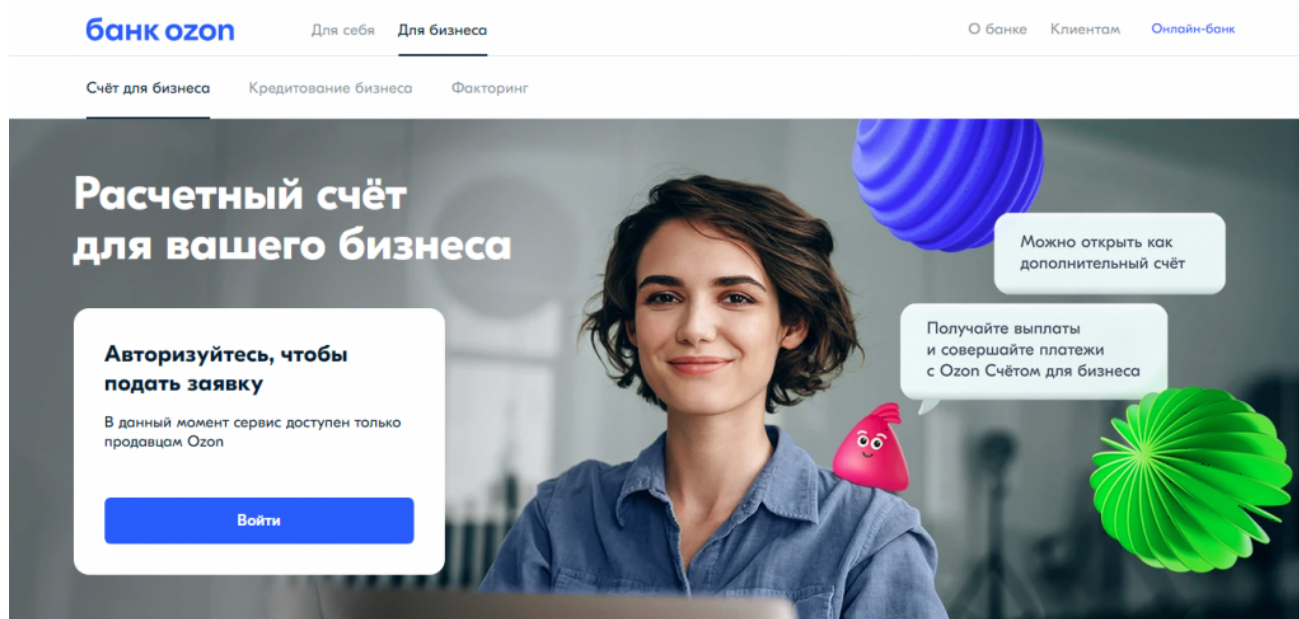
Corp.ozon.ru, 24.11.2022

/новость

Ozon запускает расчетно-кассовое обслуживание (РКО) для бизнеса на базе Банка Ozon. На первом этапе открытие счетов доступно для индивидуальных предпринимателей (ИП) — продавцов маркетплейса. В начале 2023 года [услуга](#) станет доступна для бизнеса в любых других сферах.

Сервис предлагает хранение средств на расчетном счете, получение денежных средств на Ozon и других маркетплейсах, пополнение счета другими способами, создание исходящих платежей контрагентами и физлицами, общение с поддержкой в чате.

Доступны три тарифа для подключения счета. Чем выше платеж, тем больше денег продавец сможет выводить без комиссий каждый месяц — максимум 1 млн руб.



Источник:

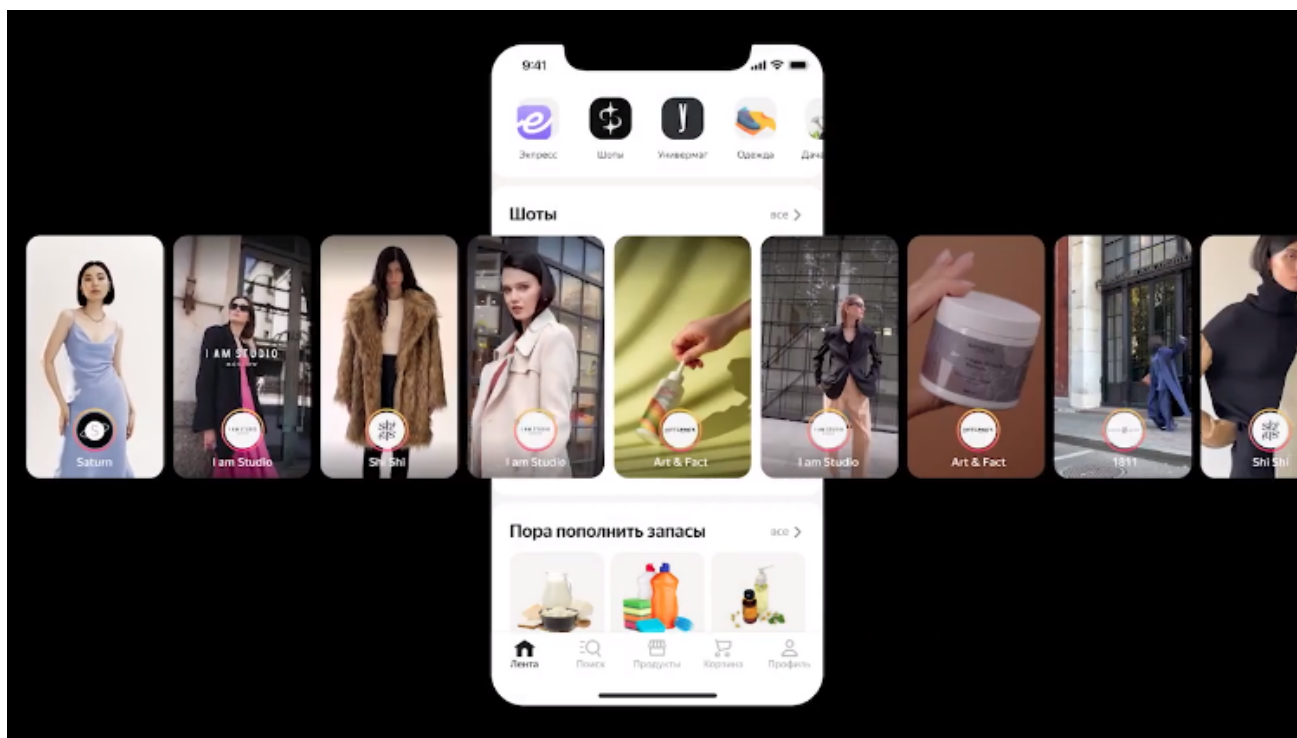
[Ozon запускает банковское обслуживание для предпринимателей](#)

Яндекс Маркет запускает шоты — короткие видео с товарами

Yandex.ru, 23.11.2022

/новость

Продавцы смогут размещать на Яндекс Маркете шоты — короткие видео с доступными для заказа товарами. Маркетплейс будет показывать шоты на главной странице приложения в бесконечной ленте и на карточке с предложением от конкретного продавца.



Покупатели смогут ставить лайки понравившимся шотам, комментировать их, подписываться на новые видео, переходить из ролика в карточку товара.

Магазин может снять шот с любым своим товаром. Чем популярнее окажется ролик, тем выше сервис будет показывать его в подборке.

Возможность размещать шоты получают все продавцы до конца этой недели. Сервис уже начал показывать такие видео в приложении некоторым покупателям. До конца года ролики станут доступны всем клиентам, пользующимся приложением маркетплейса.

Источник:

[Продавцы смогут размещать на Яндекс Маркете шоты — короткие видео с товарами](#)

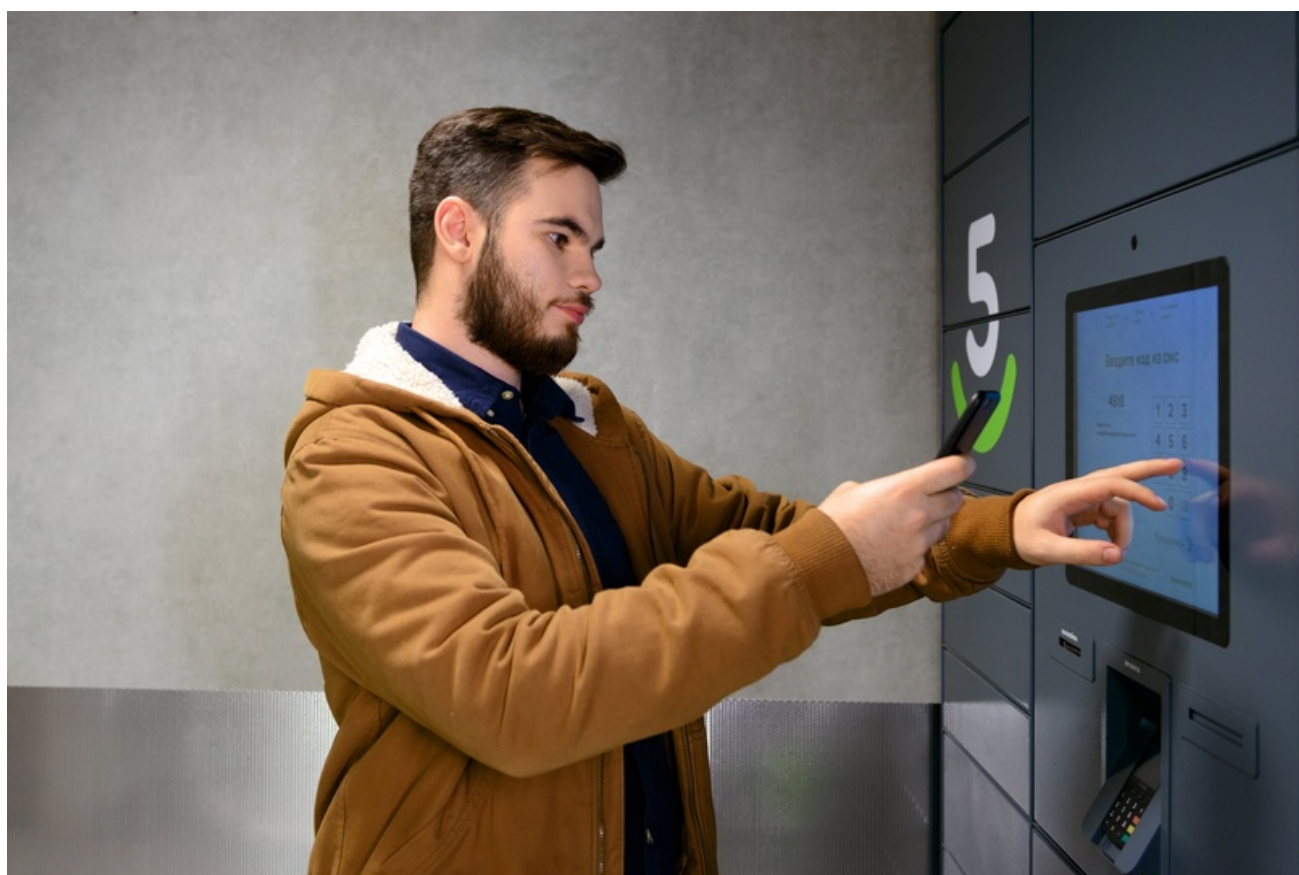
Через постаматы и ПВЗ 5Post за 10 месяцев оформили 20 млн отправлений

Vk.com, 23.11.2022

/НОВОСТЬ

За 10 месяцев 2022 года через постаматы и пункты выдачи заказов 5Post было оформлено 20 млн отправлений. Самыми активными регионами стали Москва и Московская область, Екатеринбург и Санкт-Петербург.

- С января по ноябрь более 95% заказов были отправлены через московские сортировочные центры 5Post — это 19 млн заказов.
- Следом по уровню активности отправлений идет Екатеринбург — здесь отправили более 200 тыс. посылок
- Замыкает тройку лидеров Санкт-Петербург, откуда было оформлено 173 тыс. заказов.



Чаще всего с начала года получали посылки: москвичи — 3 млн, петербуржцы — более 1,5 млн, краснодарцы — около 1 млн, ростовчане — около 700 тыс.

5Post включает более 18 000 пунктов выдачи заказов и постаматов в магазинах «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в 66 регионах РФ. Количество действующих партнеров сервиса приближается к 300, причем 154 из них подключились в 2022 году.

Источник:

[Пивки и лестницы: 5Post выяснил, что и как часто отпраляли предприниматели в 2022 году](#)

СДЭК запустил сервис для покупки восстановленной электроники

Cdek.ru, 21.11.2022

/новость

Логистический оператор СДЭК запустил сервис для покупки восстановленной электроники [CDEK recommerce](#). Потребители могут приобрести моноблоки, ноутбуки, смартфоны, планшеты, смарт-часы, наушники Apple, Samsung, PlayStation и другие товары с экономией до 70%.

Восстановленная электроника — товары, от которых сразу же отказались первые владельцы, или имеющие минимальные дефекты. Эксперты проверяют товары по более чем 40 параметрам, при необходимости производят мелкий ремонт.

Для клиентов доступны три состояния каждой позиции: «Как новое», «Отличное» «Хорошее». Оплата производится в рублях, доставка входит в стоимость, ее срок — от 30 дней.

В зависимости от устройства СДЭК доставляет заказы из США, Германии, Финляндии, Сингапура и Японии. На платформе CDEK recommerce представлены только те устройства, которые гарантировано проходят санкционные ограничения США и Евросоюза.

The screenshot shows the CDEK recommerce website interface. At the top, there's a navigation bar with the CDEK recommerce logo, links for 'О магазине', 'Возврат', 'FAQ', and 'Мой профиль'. Below this is a category bar with 'Каталог', 'Apple Watch', 'iPhone', and 'MacBook'. A search bar with the text 'Поиск' and a shopping cart icon are also present. The main content area is titled 'Магазин' and 'Сначала популярные'. It displays four product cards:

- Apple iPhone XS**: Price from 14 610 ₽, benefit of 17 129 ₽. Original price 81 799 ₽.
- Apple Watch Series 4**: Price from 9 471 ₽, benefit of 14 519 ₽. Original price 23 990 ₽.
- Apple Watch Series 5**: Price from 12 107 ₽, benefit of 14 883 ₽. Original price 26 990 ₽.
- Apple Watch Series 6**: Price from 16 389 ₽, benefit of 11 397 ₽. Original price 27 786 ₽.

Each card includes a product image, color selection options, and a green button labeled 'Выберите параметры'.

Источник:

[Международный логистический оператор СДЭК запустил сервис CDEK recommerce для покупки восстановленной электроники](#)

«Лента» запустила сайт для онлайн-покупок

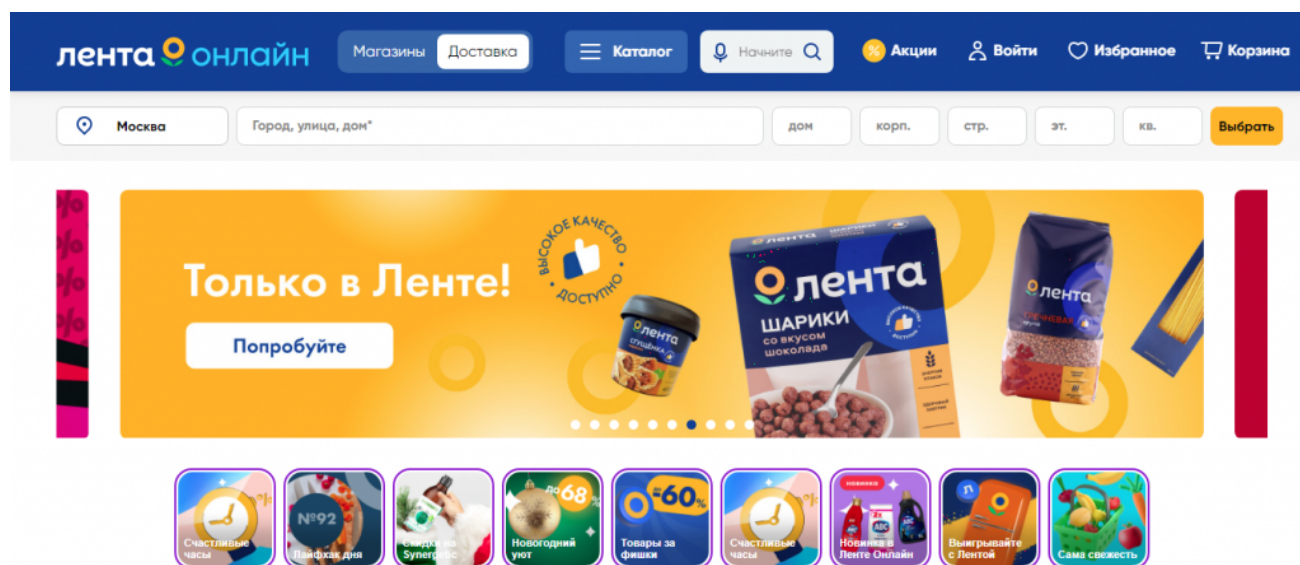
T.me, 22.11.2022 08:31:00

/новость

У «Ленты Онлайн» появился собственный сайт, на котором можно оформить доставку товаров — online.lenta.com.

По результатам тестового запуска конверсия сервиса доставки увеличилась на 42%, а среднее время оформления заказа сократилось на 53% для новых покупателей и на 8% — для постоянных.

Средний чек вырос на 11%, а конверсия в покупку — в 1,5 раза, отметил директор по онлайн-сервисам «Ленты» Дмитрий Иванов.



Источник:

«Лента» запустила сайт для онлайн-покупок

Ozon лидирует по активности и позитивным упоминаниям в соцсетях и СМИ

Ashmanov.com, 27.11.2022

/исследование

В репутационном рейтинге крупнейших российских маркетплейсов по версии агентств «Ашманов и партнёры» и «Интерiuм» лидирует Ozon с индексом 66,2% как самый активный и позитивно упоминаемый в социальных сетях и СМИ. Худшие показатели продемонстрировал СберМегаМаркет — 31,1%.

МЕДИА-РЕЙТИНГ МАРКЕТПЛЕЙСОВ					
Маркетплейс	Собственные соцсети	Поисковики	СМИ	Все соцсети	ИТОГОВЫЙ РЕЙТИНГ
OZON	16,0%	5,8%	12,9%	31,5%	66,2%
WILDBERRIES	13,3%	2,2%	12,7%	20,2%	48,4%
ALIEXPRESS	6,7%	11,7%	5,3%	17,9%	41,5%
ЯНДЕКС МАРКЕТ	3,9%	12,0%	12,5%	5,1%	33,4%
СБЕРМЕГАМАРКЕТ	19,0%	6,4%	7,9%	-2,2%	31,1%



Большинство пользователей выражают негатив в отношении сроков, времени доставки товаров, удобства использования десктопных и мобильных версий маркетплейсов. Важный аспект для пользователей — оперативность площадок при работе со спорными ситуациями.

Wildberries часто критикуют за завышение цен и качество товара, Яндекс Маркет — за сервис, AliExpress — за долгую доставку, а Ozon досталось за пожар на складе. Позитив связан с разнообразием товаров, наличием различных вариантов доставки и удобными способами получения. Большая часть пользователей поддерживают наличие «экосистемы».

Важнейшие моменты для продавцов: возможность полного (подробного) заполнения карточки товара, персонализация страницы магазина, постоянный и полный доступ к аналитике продаж.

Источник:

В соцсетях Ozon «хвалят» в 2,5 раза чаще, чем другие популярные маркетплейсы



ВкусВилл возглавил INFOLine E-grocery Russia TOP по итогам III кв. 2022 г.

Infoline.spb.ru, 24.11.2022

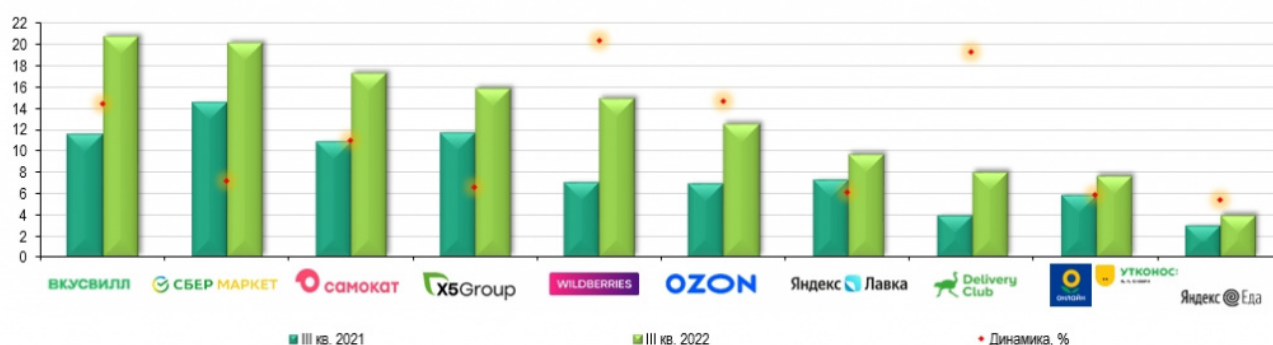
/исследование

Онлайн-продажи ВкусВилла в третьем квартале 2022 года составили до 20,7 млрд руб. — рост на 79% год к году. Этому способствовало развитие доставки в поселки и на дачи в 30-ти с лишним регионах России, а также расширение покрытия территории Московской области до 92%. Ритейлер занял первое место в рейтинге INFOLine E-grocery Russia TOP.

На втором месте — СберМаркет, нарастивший оборот в третьем квартале на 38,6% до 20,1 млрд руб. По итогам 9 месяцев 2022 года сервис сохранил лидерство в рейтинге.

Третьим стал Самокат (59,9%, 17,3 млрд руб.). В пятерку лидеров входят также X5 Group (36,2%, 15,9 млрд руб.) и Wildberries (111,4%, 14,8 млрд руб.).

Яндекс Лавка и Wildberries единственные из участников топ-10 сумели нарастить продажи относительно рекордного I квартала 2022 года. Лавка — за счет эффективной интеграции с Маркетом и отказа от расширения географии. У Wildberries результат в основном связан с эффектом от быстрого роста оборотов всего маркетплейса.



Источник:

Лидером рейтинга INFOLine E-grocery Russia TOP по итогам III квартала 2022 года стал «Вкусвилл»

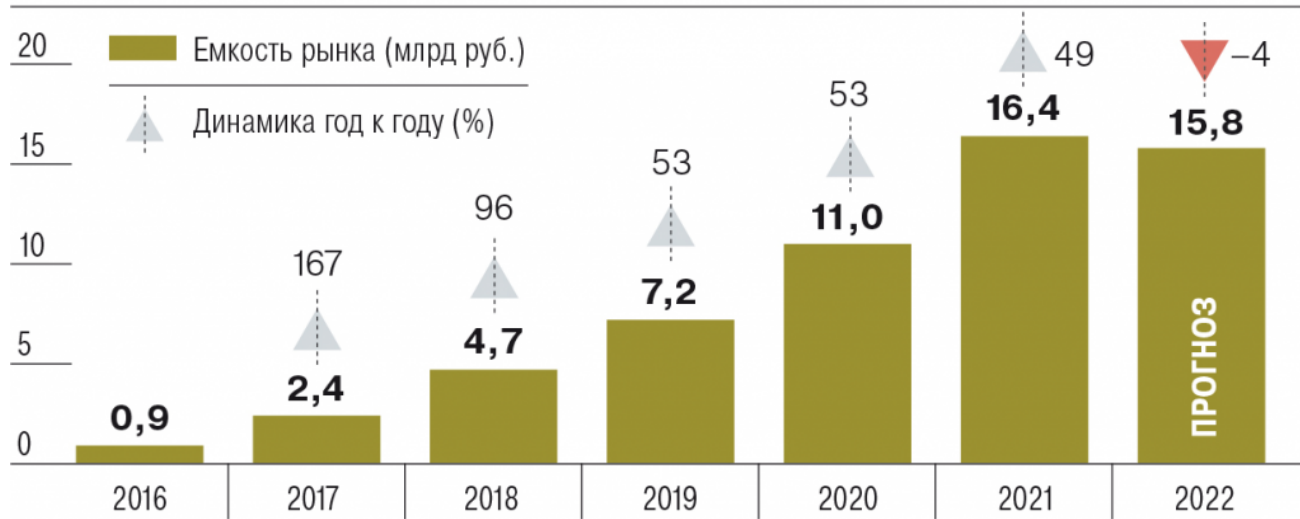
Объем рынка доставки продуктовых наборов и рационов сократился на 19%

Kommersant.ru, 23.11.2022 01:11:00

/исследование

По данным Infoline, в июле—сентябре 2022 года объем рынка доставки продуктовых наборов и готовых рационов составил 3,4 млрд руб. — это меньше на 19% год к году и на 23% по сравнению с апрелем—июнем этого года, сообщает «Коммерсантъ». По подсчетам Tinkoff Data, в июле—сентябре траты россиян в этом сегменте снизились на 33% год к году, количество заказов — на 41%.

ДИНАМИКА РЫНКА ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВЫХ НАБОРОВ ИСТОЧНИК: ОЦЕНКА INFOLINE.



Сокращение заказов в третьем квартале 2022 года негативно отразилось на динамике рынка: за 9 месяцев этого года его объем составил 12,5 млрд руб., что на 4% больше год к году, в то время как прошлогодний рост в полтора раза превышал показатели 2020 года. Гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров связывает сокращение рынка доставки готовых рационов питания со снижением реальных доходов населения и усилением ценовой конкуренции в рознице и общепите.

По оценкам Infoline, в третьем квартале 2022 года выручка Performance Group сократилась год к году на 22%, до 1,19 млрд руб., Grow Food — на 20%, до 750 млн руб. У «Шефмаркета» оборот вырос на 11,5%, до 290 млн руб.

Источник:

[Граждане не готовы к рационам](#)

Число онлайн-покупок в супермаркетах выросло в 1,5 раза за 10 месяцев

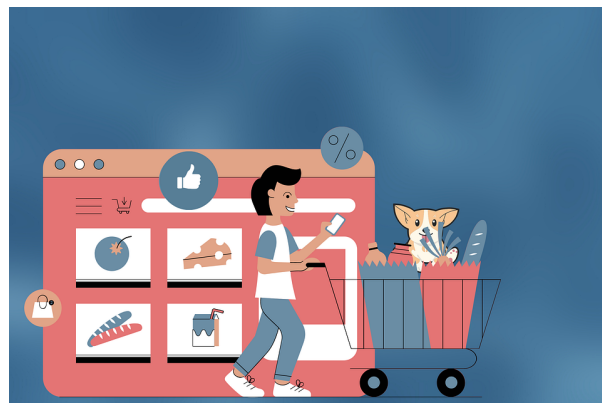
Rsb.ru, 21.11.2022

/исследование

Согласно данным Банка Русский Стандарт, общее число интернет-покупок продуктов и товаров для дома в супермаркетах с января по октябрь 2022 года выросло в 1,5 раза по сравнению с аналогичным периодом 2021 года, а сумма — в 1,4 раза.

Россияне чаще делают интернет-заказы в супермаркетах, но на более низкие средние чеки. Средняя сумма онлайн-покупки — 4 658 руб. Годом ранее она составляла 4 732 руб.

По-прежнему актуальны небольшие покупки в супермаркетах. В офлайне показатели по количеству и сумме покупок остались практически неизменными. Средний чек составил 554 руб., а в аналогичном периоде 2021 года — 563 руб.



Классические закупки в супермаркетах лидируют по среднемесячному числу покупок. В офлайне в текущем году на одного клиента пришлось в среднем 2 такие операции в супермаркетах, в онлайн — 1,6.

Источник:

[Банк Русский Стандарт: у россиян заметно вырос спрос на онлайн-покупки в супермаркетах](#)

Ozon Global открывает представительство в Китае

Corp.ozon.ru, 21.11.2022

/новость

Ozon Global открывает офис в Шэньчжэне, чтобы привлечь на маркетплейс более 100 000 продавцов из Китая и увеличить оборот локальных товаров на площадке в 10 раз к 2024 году.

Первостепенная задача — снизить барьеры для выхода китайских предпринимателей на маркетплейс и обеспечить качественный сервис для масштабирования продаж. Китайский офис возглавит Саймон Хуан.

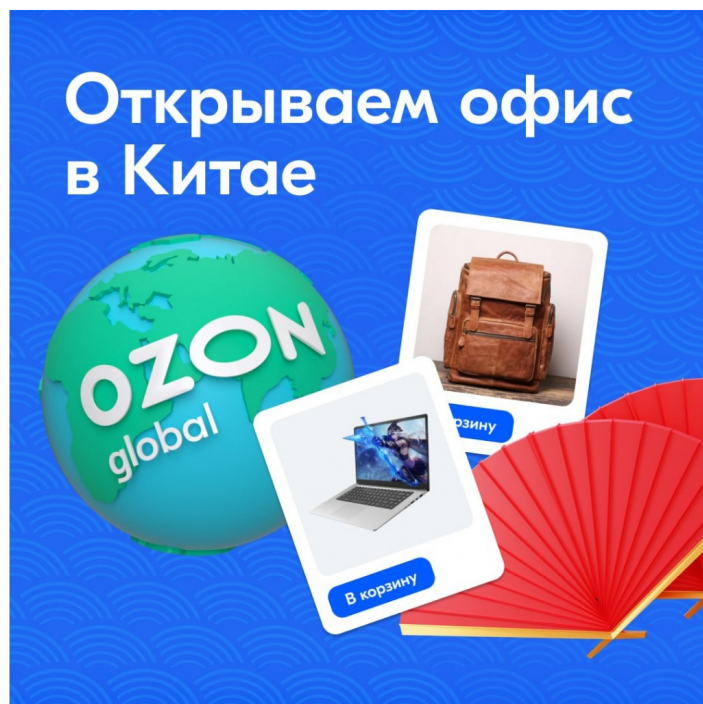
Более 90% ассортимента глобальной витрины Ozon приходится на продавцов из Китая. Их количество на площадке превышает 10 000, а оборот по итогам третьего квартала 2022 года вырос в 4 раза.

На китайские товары приходится около 95% от общей доли заказов Ozon Global. Чаще всего покупатели заказывают электронику и одежду.

Ранее Ozon Global запустил партнерскую доставку из Китая, сократив сроки доставки из-за рубежа почти в 2 раза.

Источник:

[Ozon Global открывает представительство в Шэньчжэне](#)



В Черную пятницу американцы потратили онлайн рекордные \$9,12 млрд

Cnbc.com, 26.11.2022 19:45:00

/новость

По данным Adobe Analytics, в Черную пятницу американские онлайн-покупатели потратили рекордные \$9,12 млрд — на 2,3% больше, чем годом ранее. Основным драйвером стала электроника: онлайн-продажи выросли на 221% по сравнению со средним днем в октябре. Продажи игрушек увеличились на 285%, тренажеров — на 218%.



Популярность BNPL значительно повысилась в период 19—25 ноября по сравнению с предыдущей неделей: число платежей выросло на 78%, а выручка — на 81%.

Покупатели также побили рекорд по мобильному шопингу: 48% онлайн-продаж пришлось на смартфоны по сравнению с 44% в прошлом году.

В День Благодарения онлайн-расходы составили рекордные \$5,29 млрд — на 2,9% больше, чем в 2021 году. По данным Adobe, покупатели обычно тратят онлайн от \$2 млрд до \$3 млрд в день.

Adobe ожидает, что расходы Киберпонедельника составят \$11,2 млрд, что на 5,1% больше, чем в прошлом году.

Источник:

[Black Friday online sales top \\$9 billion in new record](#)

Чистая выручка JD.com увеличилась на 11,4% в III кв. 2022 г.

Ir.jd.com, 22.11.2022

/НОВОСТЬ

В третьем квартале 2022 года чистая выручка JD.com выросла на 11,4%, составив 243,5 млрд юаней (\$34,2 млрд). При этом чистая выручка от услуг выросла на 42,2% год к году до 46,5 млрд юаней (\$6,5 млрд).

Операционная прибыль составила 8,7 млрд юаней (\$1,2 млрд) по сравнению с 2,6 млрд юаней за тот же период прошлого года.

Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, составила 6 млрд юаней (\$0,8 млрд). В аналогичном периоде прошлого года компания получила убыток в размере 2,8 млрд юаней.

Количество активных клиентов JD.com приросло за год на 6,5% до 588,3 млн.

	For the three months ended		
	September 30, 2021	September 30, 2022	September 30, 2022
	RMB	RMB	US\$
	(In millions)		
Net revenues:			
JD Retail	198,080	211,923	29,792
JD Logistics	25,749	35,771	5,029
Dada	—	2,380	335
New businesses	5,733	4,997	702
Inter-segment*	(11,003)	(11,536)	(1,622)
Total segment net revenues	218,559	243,535	34,236
Unallocated items**	149	—	—
Total consolidated net revenues	218,708	243,535	34,236
Operating income/(loss):			
JD Retail	7,942	10,926	1,536
JD Logistics	(727)	253	36
Dada	—	(300)	(42)
New businesses	(2,073)	276	38
Including: gain on sale of development properties	579	1,229	173
Total segment operating income	5,142	11,155	1,568
Unallocated items**	(2,570)	(2,427)	(341)
Total consolidated operating income	2,572	8,728	1,227

Источник:

[JD.com Announces Third Quarter 2022 Results](#)



Продажи Wildberries в Узбекистане превысили \$500 тыс. за три квартала 2022 г.

T.me, 22.11.2022 12:00:00

/НОВОСТЬ

Продажи Wildberries за три квартала 2022 года в Узбекистане составили \$541 822, рассказал представитель ритейлера в рамках Международного ПЛАС-Форум Retail Central Asia 2022.

Продажи продукции в Республике Узбекистан



Wildberries запустил продажи в Узбекистане в феврале 2022 года, а в июне перешел на торговлю в национальной валюте. Площадка предлагает жителям страны около 20 млн наименований товаров от российских и международных брендов.

Количество поставщиков РФ с долей оборота товаров производства Узбекистан 50%+ выросло с 712 в 2021 году до 1768 в 2022 году, а их оборот — с 5,4 млрд руб. в 2021 году до 12 млрд в 2022 году.

Источник:

[Продажи Wildberries за три квартала 2022 года в Узбекистане составили более 500 000 долларов](#)

Онлайн-продажи в США вернулись к двузначным темпам роста

Digitalcommerce360.com, 21.11.2022

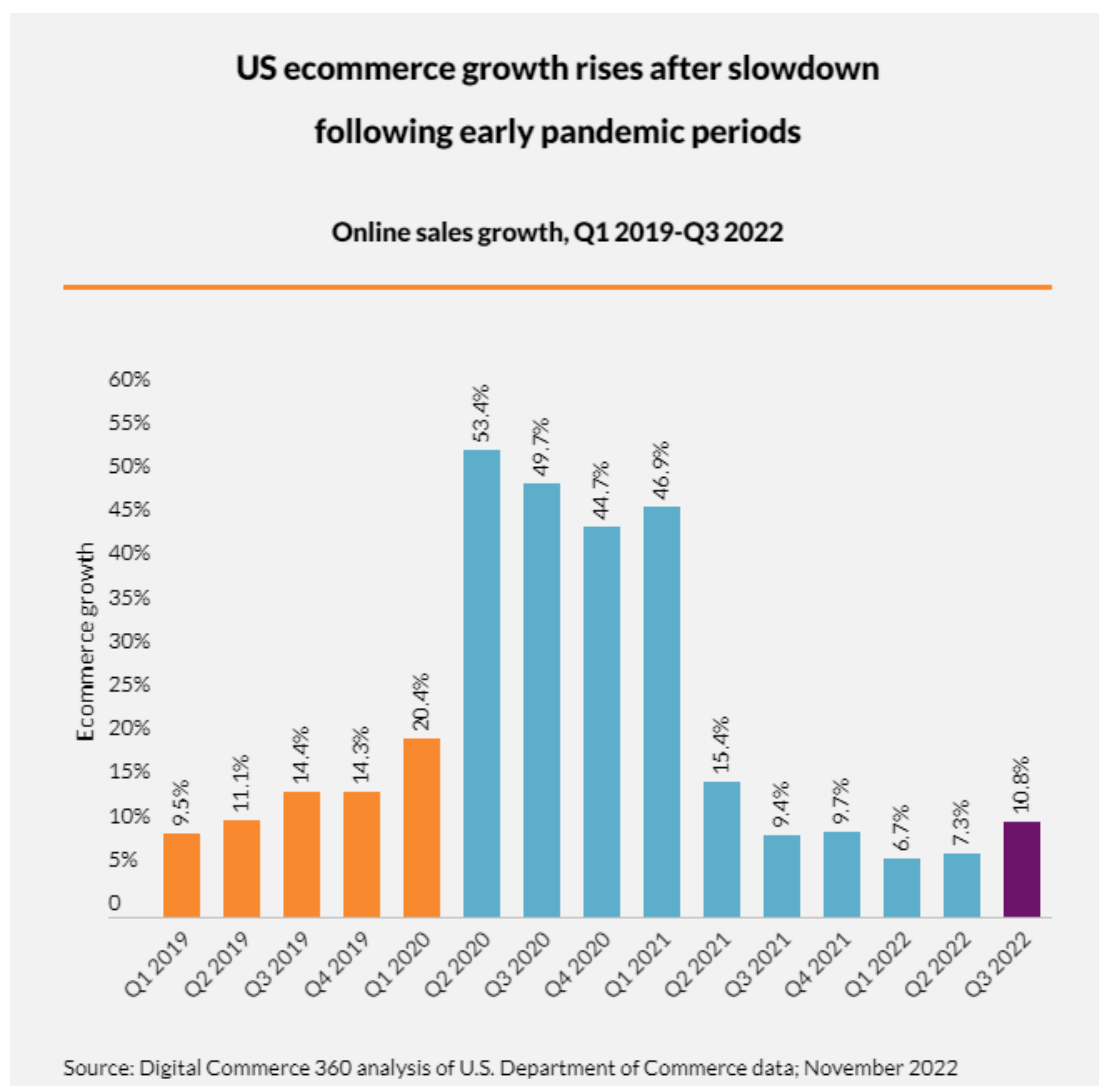
/новость

После четырех кварталов скромного роста рынок онлайн-торговли в США прибавил 10,8% в третьем квартале 2022 года, составив \$251,71 млрд. Тем не менее, темпы были одними из самых низких в годовом исчислении за последние два десятилетия.

Доля онлайн в общем объеме розничных продаж выросла на 0,6 п. п. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года — до 20,6%.

Amazon, Walmart и Target оказывают огромное влияние на показатели всего рынка. В третьем квартале 2022 года интернет-продажи Amazon выросли на 10,6%, Walmart — на 16%, Target — на 0,3%. В совокупности онлайн-продажи этой тройки росли теми же темпами, что и рынок в целом — 10,8%.

За 9 месяцев 2022 года электронная торговля в США выросла на 8,3% и достигла \$735,12 млрд. Доля онлайн-продаж составила 20,7%.



Источник:

[US ecommerce grows 10.8% in Q3 2022](#)

34% возвратов в США, Великобритании и Германии связаны с описанием товара

Inriver.com, 25.11.2022

/исследование

Для 94% потребителей из США, Великобритании и Германии во время интернет-шопинга важна правильная информация о товаре (в прошлом году таких было 83%), согласно опросу inriver.

Из-за отсутствия достоверной информации 53% покупателей уйдут в другой магазин, 47% — расстроятся, а 36% — разозлятся. По этой причине бросали корзины 69% потребителей, а в Германии еще больше — 86%.

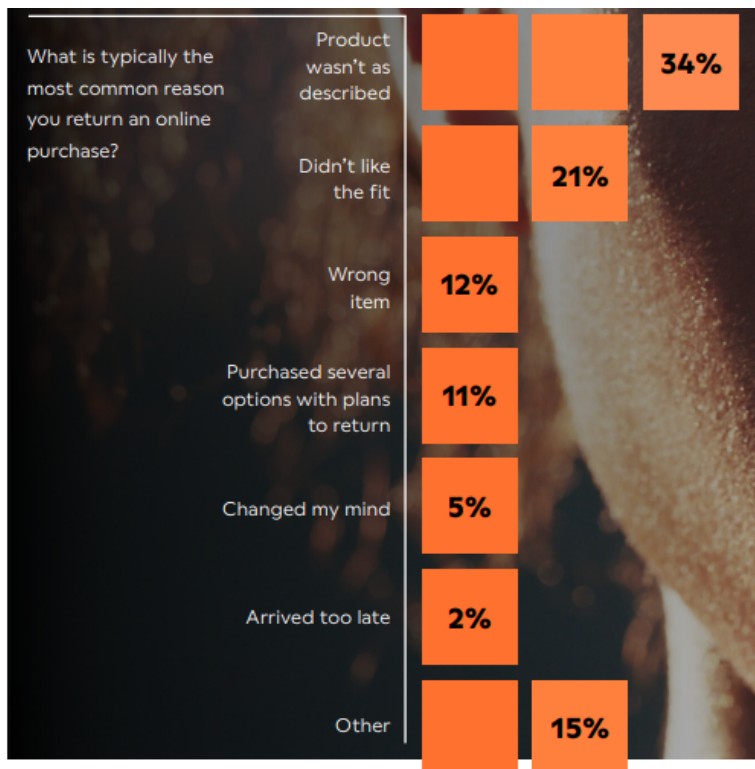
С неверным описанием товара связано 34% возвратов (в Германии — 45%). 11% покупателей по всему миру приобретают несколько товаров, изначально планируя вернуть часть из них.

43% покупателей считают описания наиболее важными для бытовой электроники, а 28% — для мебели и бытовой техники. Показатель варьируется в зависимости от возраста аудитории.

39% потребителей предпочитают письменные описания продуктов, 25% — изображения, 18% — оценки клиентов и лишь 12% — видеоролики о товарах.

Источник:

[How well do you know your customers?](#)



58% трансграничных онлайн-покупателей предпочитают сайты брендов

Prnewswire.com, 22.11.2022

/исследование

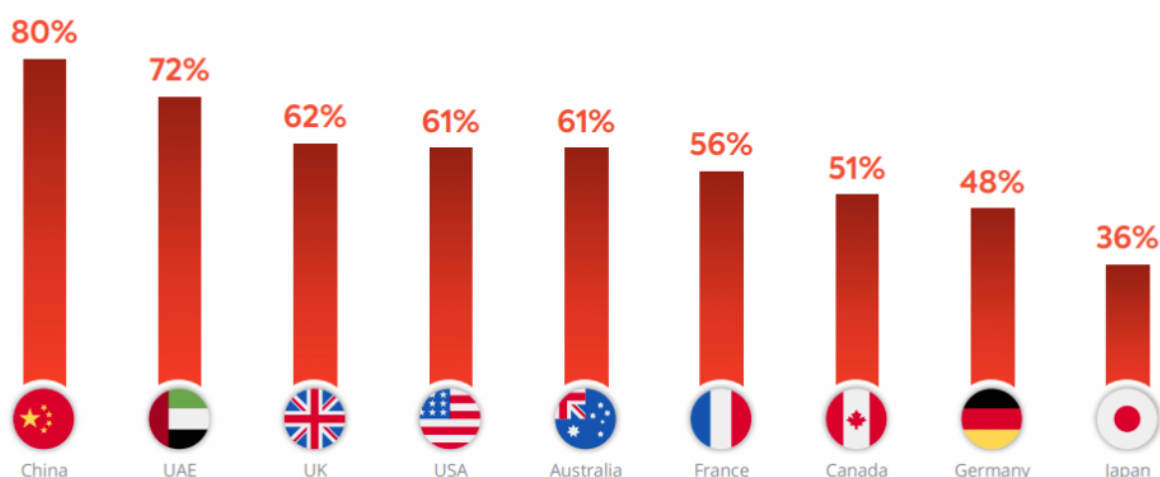
Платформа Global-e опросила 9000 трансграничных онлайн-покупателей из 9-ти стран об их предпочтениях и поведении.

Респонденты готовы совершать покупки за границей во многих категориях, включая одежду и аксессуары (61%), электронику и технику (30%), здоровье и красоту (30%), ювелирные изделия и часы (26%).

Предпочтительной платформой для покупки фирменного продукта 58% респондентов назвали сайты брендов, а не маркетплейсы (40%) или местных реселлеров (35%). Особенно склонны к этому жители Китая (80%) и ОАЭ (72%). В Германии лидируют маркетплейсы, а у жителей Японии нет предпочтений.

Figure 16: Directly from the brand is the preferred way to buy branded products among cross-border online shoppers, by country

% of respondents who chose direct from the brand's website as their preferred option for buying a branded product



Q: When looking to buy a specific branded product, where, if anywhere in particular, do you prefer to make a purchase through? (Select up to 3) N=9000

75% респондентов приобрели товар у бренда после взаимодействия с ним в соцсети. Это основной канал знакомства с международными брендами для миллениалов (54%) и поколения Z (55%).

53% потребителей сделали свою последнюю трансграничную онлайн-покупку с помощью мобильного устройства.

Источник:

[Millennials & Gen-Z Report Social Media as Top Channel for Discovering International Brands - Global-e Survey Finds](#)

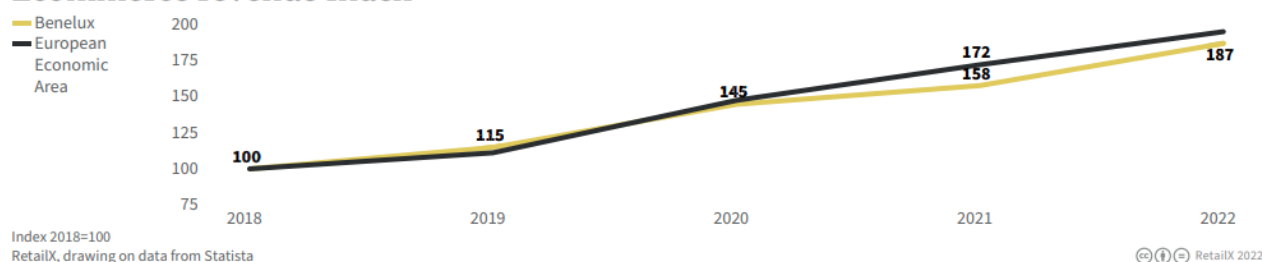
Расходы на онлайн-покупки в странах Бенилюкса — ниже средних по Европе

Form.internetretailing.net, 22.11.2022

/исследование

Процент использующего интернет населения в странах Бенилюкса (Бельгия, Нидерланды, Люксембург) выше, чем в Европе в целом. Больше населения также совершает онлайн-покупки. Однако сумма, которую тратят в интернете жители региона, немного ниже среднего показателя по Европейской экономической зоне. Больше всего онлайн-расходов приходится на категорию fashion.

Ecommerce revenue Index



На рынке электронной коммерции Бенилюкса доминируют ритейлеры со штаб-квартирой в Нидерландах. На них приходится 41% из топ-100 крупнейших игроков. 16% располагаются в США, 11% — в Германии и 10% — в Бельгии. При этом ритейлеры из США фиксируют наибольший объем трафика — 43%. Половина брендов и ритейлеров из топ-100 привлекают потребителей из разных стран, включая США, Германию, Францию, Великобританию и Польшу, но наибольший трафик приходится на Нидерланды и Бельгию.

Бельгия: объем электронной торговли увеличился с 6,6 млрд евро в 2019 году до 8,5 млрд евро в 2021 году, а в 2022 году достигнет 10,4 млрд евро. В 2018 году только 60% интернет-пользователей совершали покупки в интернете, к 2021 году — 66%, в 2022 году — 67%. Это ниже, чем в среднем по региону Бенилюкс, но сравнимо со средним показателем для Европы.

Нидерланды — крупнейший рынок e-commerce региона. В 2022 году его объем оценивается в 30,6 млрд евро, тогда как в 2021 году — 25,8 млрд евро. Значительный рост наблюдался с 2019 по 2020 год: с 17,8 млрд евро до 23,3 млрд евро. Покупки в интернете в 2020 году совершали 71% пользователей, в 2021-м — уже 75%, а в 2022-м — 78%.

Люксембург: рынок e-commerce составляет 1,29 млрд евро. Большинство населения пользуется интернетом, 76% из них совершают онлайн-покупки — это выше среднего показателя по Европе и миру.

Источник:

[Benelux 2022 Ecommerce Region Report](#)

Подкасты о e-commerce

В один клик

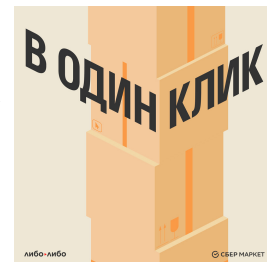
Цветы жизни. Что и как продает «Детский мир»

Экономят ли на детях в кризис? На кого ориентирована реклама детских вещей — на детей или на взрослых? И как конкурировать с мощными маркетплейсами? В этом эпизоде обсуждаем товары для детей и рекламу этих товаров для взрослых с Андреем Осокиным, директором по маркетингу «Детского мира».

В третьем сезоне подкаста «В один клик» говорим о том, как продавать товары и услуги в интернете, а еще о том, как живет и адаптируется к меняющимся условиям электронная коммерция.

Это подкаст СберМаркета, Data Insight и студии Либо/Либо.

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)



У курьера есть подкаст

Холодильник на колёсах: логистика скоропортящейся продукции

Перевозка скоропорта – испытание для транспортных компаний и грузоотправителей. Как сделать транспортные маршруты при перевозке скоропортящихся товаров максимально эффективными? Изменился ли рынок под влиянием санкций? И как ковид повлиял на развитие российской логистики?

Об этом Матвей Гулин поговорит с: Дмитрием Гогоновым, независимым экспертом в сфере логистики Олегом Федоровым, территориальным менеджером службы продаж СДЭК

Прослушать: [Mave](https://mave.ru)



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.