

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 17

06 Мая 2024 - 26 Мая 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 66 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в марте 2024 г.

Ольга Наумова войдет в состав Правления Wildberries

Группа М.Видео-Эльдорадо создала Дирекцию по электронной коммерции
«Магнит Маркет» появился в основном приложении «Магнита»

Почта России запустила собственную цифровую платформу для продавцов
«Магнит Маркет» представил сайт mm.ru

Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 24% в I кв. 2024 г.

Яндекс Маркет запустил бренд товаров для отдыха на природе Outstep

ВкусВилл доставит необычные фрукты и овощи

«Лента» внедряет мобильную навигацию для сборщиков онлайн-заказов

«Перекрёсток» запускает витрину для бренда «Зелёная линия» на агрегаторах
CDEK.Shopping привезет из-за рубежа автомобили

Доля онлайн-продаж на розничном рынке товаров для ремонта — 7%

АКИТ: Объем российской онлайн-торговли вырос на 39% в I кв. 2024 г.

Интернет-торговля — среди лидеров по внедрению ИИ

АРИП: Экосистема E-Retail Media 2024

ЮMoney: Более 40% россиян возвращают вещи на маркетплейсы

Максим Гришаков, Lamoda: «Мы фокусируемся на брендах»

Весь мир:

Онлайн-продажи в Китае увеличились на 11,5% в январе-апреле 2024 г.

Uzum Tezkor за год после запуска подключил более 1200 партнеров

Выручка JD.com выросла на 7% в I кв. 2024 г.

Онлайн-продажи Walmart увеличились на 21% в I кв. фингода

Wildberries построит в Кыргызстане логистический центр

Выручка Alibaba Group по итогам фингода увеличилась на 8%

Оборот Zalando вырос на 1,3% в I кв. 2024 г.

Ozon запустил собственную курьерскую доставку в Армении



Объем рынка e-commerce в Европе приблизится к \$1 трлн в 2028 г.
Adobe: Онлайн-продажи в США выросли на 7% за первую треть 2024 г.
Что необходимо для развития в Центральной Азии общего рынка e-com?

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 66 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в марте 2024 г.

Datainsight.ru, 13.05.2024

/НОВОСТЬ

Data Insight анонсирует **новый выпуск** ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за март 2024 года.

Основные выводы:

- В марте 2024 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили **66 млн** заказов (здесь и далее без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что на **9%** больше, чем в феврале 2024 года, и на **36%** больше, чем в марте 2023 года.
- В марте 2024 года среднесуточное количество заказов составило **2 132 тыс.**, на **2%** больше, чем в феврале 2024 года.
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2024 года составит **820 млн** заказов и **1,2 трлн** рублей.

1.1. Количество заказов в марте

#04_2024 (март)



66 млн
в марте



9%
к февралю



+36%
к марту 2023

В среднем в сутки **2 132 тыс. заказов (+2% к февралю 2024 г.)**

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс.Еда и Маркет Деливери учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов
Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных



2

Источник:

Выпуск eGrocery бюллетеня апрель 2024



Ольга Наумова войдет в состав Правления Wildberries

Т.ме, 24.05.2024

/новость

С июня 2024 года Ольга Наумова, бывший топ-менеджер ООО «Русская Рыбопромышленная Компания» (РРПК), «Пятерочки», «Магнита», «Соллерс», партнер Transformation Partners, войдет в состав Правления Wildberries в качестве одного из исполнительных директоров.

Ольга Наумова займется улучшением операционной эффективности складской и транспортной логистики, развитием сети ПВЗ, улучшением клиентского опыта.

Генеральный директор Wildberries Татьяна Бакальчук выразила уверенность, что кросс-индустриальный опыт Ольги в федеральном и региональном ритейле позволит сделать Wildberries еще более удобной, функциональной площадкой для пользователей и поможет повысить прибыльный рост компании.

Источник:

[Ольга Наумова войдет в состав Правления Wildberries в качестве одного из исполнительных директоров](#)



Группа М.Видео-Эльдорадо создала Дирекцию по электронной коммерции

Mvideoeldorado.ru, 24.05.2024

/новость

М.Видео-Эльдорадо выделила управление онлайн-продажами в отдельную дирекцию, которую возглавила Александра Иванченко. Она присоединилась к команде М.Видео-Эльдорадо пять лет назад, за время работы запустила и развивает собственный маркетплейс компании.

Дирекция будет работать непосредственно под руководством Главного исполнительного директора Группы М.Видео-Эльдорадо Сергея Ли. По его словам, одной из важнейших задач компании на этот год является развитие электронной коммерции и рост онлайн-продаж.

В I кв. 2024 года общие онлайн-продажи компании выросли на 24% до 98 млрд руб. (с НДС), и достигли уровня 75% от общего GMV Группы. Продажи на маркетплейсе М.Видео-Эльдорадо выросли в I кв. 2024 года на 33% год к году.

Источник:

[Александра Иванченко возглавила новую Дирекцию по электронной коммерции в Группе М.Видео-Эльдорадо](#)



«Магнит Маркет» появился в основном приложении «Магнита»

Magnit.com, 23.05.2024

/новость

«Магнит Маркет» стал доступен в приложении ритейлера «Магнит» для части аудитории, но к концу мая эта опция появится у всех пользователей в регионах присутствия маркетплейса. В том числе – в Москве, которая является приоритетом географического развития маркетплейса.

В июне появится возможность списывать и накапливать баллы лояльности «Магнита» при покупках на маркетплейсе через основное приложение сети.

Интеграция «Магнит Маркета» в приложение ритейлера позволит маркетплейсу значительно нарастить аудиторию. Возможность сделать заказ в отдельном приложении маркетплейса сохранится.

Ранее «Магнит Маркет» запустил сайт mm.ru и провел ребрендинг мобильного приложения KazanExpress.

Источник:

[Маркетплейс «Магнит Маркет» появился в основном приложении «Магнита»](#)



Почта России запустила собственную цифровую платформу для селлеров

Т.me, 21.05.2024

/новость

Почта России разработала для представителей малого и микробизнеса цифровую платформу «ЕКОМ+». Она поможет продавцам автоматизировать ключевые процессы, необходимые для работы с маркетплейсами, службами доставки, классифайдами и другими витринами онлайн-продаж.



«ЕКОМ+» позволит управлять заказами и поставками на нескольких площадках в едином интерфейсе, контролировать остатки, отслеживать статус заказов на разных маркетплейсах. Вскоре сервис предложит опции автоматического создания карточек товаров и переноса данных с других площадок.

К платформе уже подключены ведущие маркетплейсы и несколько служб доставки. В дальнейшем число партнеров расширится. На старте проекта доступ к бета-версии будет бесплатным.

Источник:

[Почта России запустила собственную цифровую платформу для селлеров «ЕКОМ+»](#)

«Магнит Маркет» представил сайт mm.ru

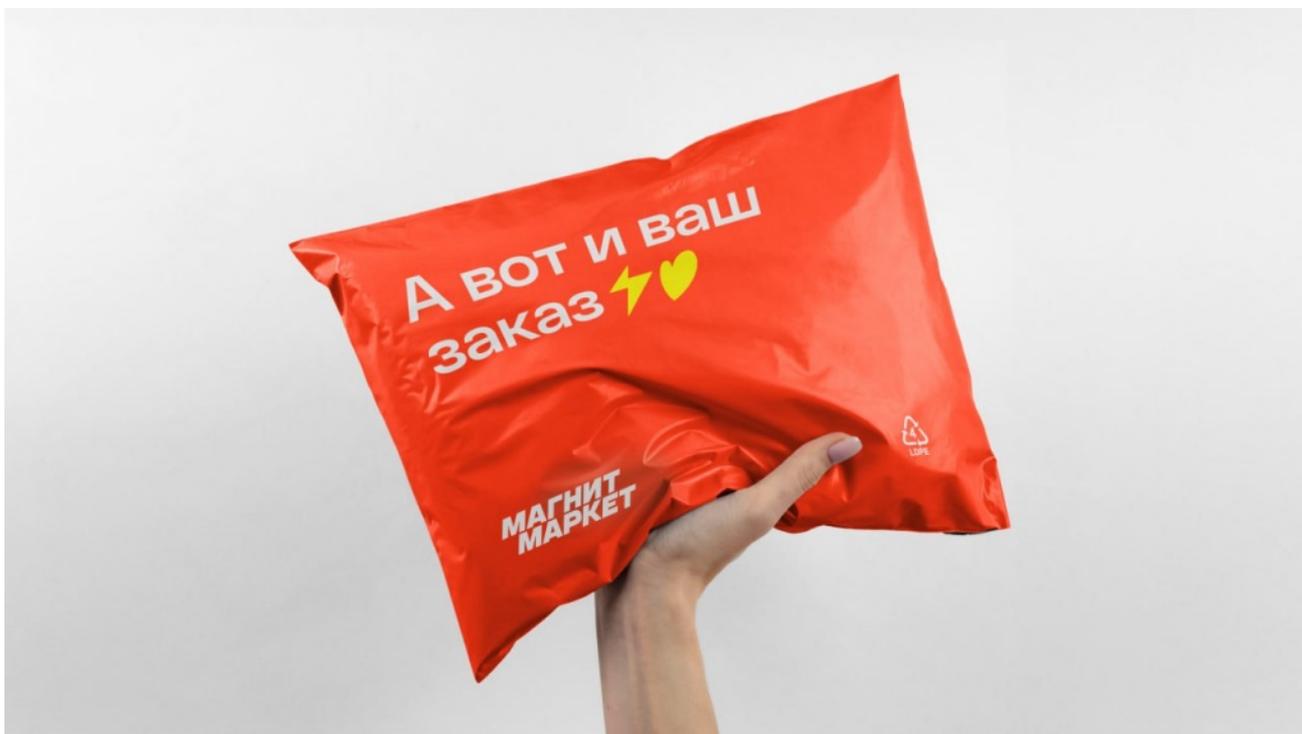
Magnit.com, 16.05.2024

/новость

Маркетплейс «Магнит Маркет» запустил сайт mm.ru и провел ребрендинг мобильного приложения KazanExpress. Сайт KazanExpress теперь будет работать только в режиме переадресации на mm.ru. Новое приложение уже доступно части аудитории.

К запуску сайта были обновлены ряд пользовательских интерфейсов и рекомендательная модель. В дальнейшем на основе анализа пользовательского опыта планируется улучшить систему отзывов и обратной связи, доработать карточки товаров, добавить на площадку новый функционал, включая программу лояльности.

С начала интеграции команда «Магнит Маркет» на 60% увеличила количество ПВЗ. Началось развитие в Москве, где KazanExpress ранее не работал. Кроме того, в столице был открыт пункт приема заказов для селлеров.



Источник:

[«Магнит Маркет» запустил сайт mm.ru](#)

Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 24% в I кв. 2024 г.

Mvideoeldorado.ru, 15.05.2024

/новость

Общие продажи (GMV) Группы М.Видео-Эльдорадо в I кв. 2024 года выросли на 18% год к году до 131 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи увеличились на 24% до 98 млрд руб. (с НДС), составив 75% от GMV Группы.

Продажи на собственном маркетплейсе электроники выросли на 33% год к году на фоне роста количества селлеров и расширения доступного ассортимента.

За последний год Группа вдвое увеличила логистическую инфраструктуру для поставщиков собственного маркетплейса за счёт расширения зон хранения ЗР-ассортимента.



Источник:

Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила GMV в 1 квартале 2024 на 18%

Яндекс Маркет запустил бренд товаров для отдыха на природе Outstep

Yandex.ru, 15.05.2024

/новость

Яндекс Маркет начал выпускать товары для отдыха и спорта под собственным брендом Outstep. Продукция рассчитана на широкую аудиторию — от любителей до профессионалов.

Сейчас на маркетплейсе доступны несколько моделей сапбордов Outstep. В будущем ассортимент марки дополнится товарами для туризма и кемпинга.

На Яндекс Маркете спрос на товары для туризма и отдыха на природе по итогам 2023 года увеличился в 2 раза по сравнению с 2022 годом.



Источник:

Яндекс Маркет представил собственный бренд товаров для отдыха на природе Outstep

ВкусВилл доставит необычные фрукты и овощи

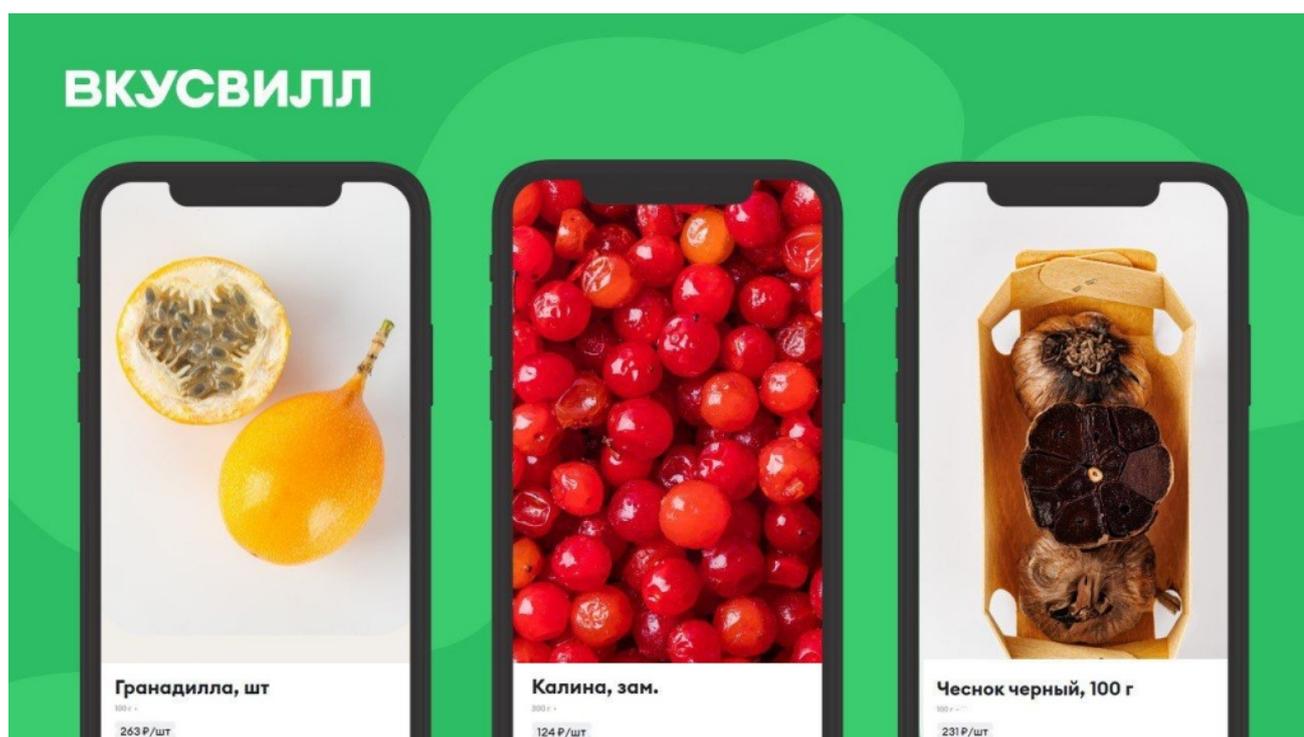
Telegra.ph, 15.05.2024

/новость

ВкусВилл представил в доставке новый раздел «Необычные овощи и фрукты», который включает более 30 редких позиций — как правило, ограниченного производства. Продукты отличает нестандартный цвет, форма, размер или формат.

Во ВкусВилл необычные фрукты и овощи поставляют из стран Латинской Америки, Африки, Азии. Порядка 30% приходится на СНГ, нишевые новинки предлагают также отечественные производители.

Категория фруктов и овощей — одна из самых популярных во ВкусВилле. Специальный раздел способствуют увеличению притока покупателей в категорию.



Источник:

Чёрный чеснок и белая клубника: ВкусВилл запустил категорию необычных фруктов и овощей

«Лента» внедряет мобильную навигацию для сборщиков онлайн-заказов

Lenta.com, 13.05.2024

/новость

«Лента» добавила в мобильное приложение для сборщиков заказов новую функцию: они могут видеть «адрес» каждого товара.

В магазинах появилась навигация с обозначением номеров рядов и наклеек с номерами сегментов оборудования, снабженных QR-кодами. Номера и координаты связаны напрямую с базой данных мерчандайзинга «Ленты».



После считывания кода с наклейки автоматически записывается «адрес» товара. Приложение рассчитывает сборку так, чтобы пикер прошел по кратчайшему пути.

По результатам тестирования объем ненайденных товаров сократился на 17%, время сборки — на 4,2%, а также почти на треть снизилось количество отмен заказов из-за отсутствия ключевого товара.

До конца июня «Лента» внедрит функцию поиска товаров для сборщиков заказов во всех регионах присутствия.

Источник:

[«Лента» ускорила сборку заказов благодаря навигации в гипермаркетах](#)

«Перекрёсток» запускает витрину для бренда «Зелёная линия» на агрегаторах

Vk.com, 07.05.2024

/новость

«Перекрёсток» запустил отдельную витрину для бренда «Зелёная линия» и продуктов здорового питания в приложениях Яндекс Еда, Деливери и Маркет. Скоро СТМ «Перекрёстка» появится и на витринах других агрегаторов-партнёров.

На витрине «Зелёной линии» будет представлено около 2300 позиций в концепции здорового образа жизни и правильного питания. Ассортимент доступен по географии присутствия сети «Перекрёсток» в онлайн — 810 супермаркетов.

«Отдельная витрина поможет сделать товары "Зелёной линии" и другого ассортимента "Перекрёстка" в концепции здорового образа жизни еще доступнее для наших клиентов за счёт технических и логистических возможностей партнёров-агрегаторов», — отмечает Александр Коваленко, директор по развитию СТМ торговой сети «Перекрёсток».



Источник:

[«Перекрёсток» открывает «Зелёную линию» на агрегаторах](#)

CDEK.Shopping привезет из-за рубежа автомобили

1prime.ru, 06.05.2024

/новость

CDEK.Shopping запустил проект по выкупу и доставке в Россию автомобилей из-за рубежа, сообщает ПРАЙМ. На отдельной витрине представлено порядка 180 моделей популярных марок.

Весь цикл услуги выполняется «под ключ», включая таможенное оформление и передачу пакета документов. Сроки доставки автомобиля с момента оформления заказа до получения составляют в среднем 45–60 дней.

Кроме того, есть и услуга заявки на выкуп, с помощью которой можно заказать практически любую модель прямо с завода под индивидуальный запрос. Выкуп автомобилей производится у официальных продавцов Китая, Европы и Кореи.



Источник:

[CDEK.Shopping запустил доставку иномарок в Россию](#)

Доля онлайн-продаж на розничном рынке товаров для ремонта — 7%

Secrets.tinkoff.ru, 24.05.2024

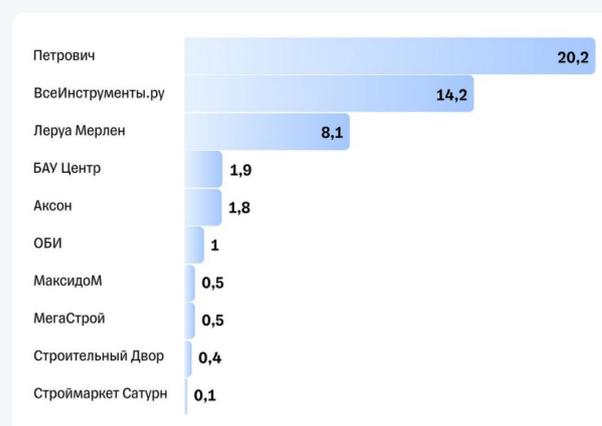
/исследование

Средняя доля онлайн-продаж физическим лицам на рынке товаров для ремонта за 2023 год составила 7,2%. Наблюдается плавное снижение с 7,7% в начале года до 6,8% в конце, выяснили Бизнес-секреты и Tinkoff Data.

- Роль e-commerce на рынке строительных материалов растет. Однако не все покупки, которые были оплачены онлайн, можно назвать исключительно интернет-заказами.
- Для многих потребителей онлайн-продажи — это вспомогательный инструмент.
- У торговых сетей, совмещающих физические магазины и онлайн-продажи, средний чек выше, чем в целом по рынку.
- В тройку компаний с наибольшей долей онлайн-продаж вошли «Петрович», «ВсеИнструменты.ру», «Леруа Мерлен». Высокая доля онлайн-продаж лидеров связана с тем, что изначально компании создавались как интернет-магазины.
- Роль и доля онлайн-продаж на розничном рынке строительных материалов в ближайший год будет только расти, что приведет к усилению конкуренции между онлайн-продавцами.

Рэнкинг крупнейших торговых сетей, магазинов по средней доле онлайн-продаж

В 2023 году. Доля онлайн-продаж в общем числе транзакций, %



TINKOFF Data БИЗНЕС-СЕКРЕТЫ

Источник:

Исследование Бизнес-секретов: тренды развития розничного рынка стройматериалов в 2024 году



АКИТ: Объем российской онлайн-торговли вырос на 39% в I кв. 2024 г.

Akit.ru, 15.05.2024

/исследование

По данным АКТИТ, объем российской интернет-торговли в I кв. 2024 года вырос на 39% год к году и составил 1,9 трлн руб. Почти 97% всех покупок приходится на компании интернет-торговли РФ. Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж увеличилась до 14,9%.

Рост онлайн-продаж в отдельных регионах в 2-3 раза превысил общероссийские показатели. Абсолютными рекордсменами роста стали ДВФО и СКФО — совокупные показатели увеличения объемов составили там 65,6% и 68% соответственно, а показатели роста каждого отдельного субъекта в этих округах выше 50%. Тенденция на усиление роли регионов в онлайн-торговле становится все более наглядной.



Топ-10 регионов по объемам онлайн-продаж: Москва — 17,8%, Московская область — 8,5%, Санкт-Петербург — 5,95%, Краснодарский край — 5,01%, Ростовская область — 3,01%, Свердловская область — 2,6%, Нижегородская область — 2,14%, Самарская область — 1,97%, республика Татарстан — 1,9%, Красноярский край — 1,8%.

Пятерка самых популярных товаров в интернете: цифровая и бытовая техника — 15,1% от всех покупок (281 млрд руб.), мебель и товары для дома — 14,9% (277 млрд руб.), одежда и обувь — 14,6 (271 млрд руб.), продукты питания — 13,8% (257 млрд руб.), товары для красоты и здоровья — 7,6% (142 млрд руб.).

Наибольший рост в объеме продаж показали: аптеки — 181%, товары для творчества — 176%, инструменты и садовая техника — 133%, ювелирные изделия и часы — 103%, автозапчасти и автоаксессуары — 97%.

Источник:

[Объем российской интернет-торговли в первом квартале вырос на 39%](#)

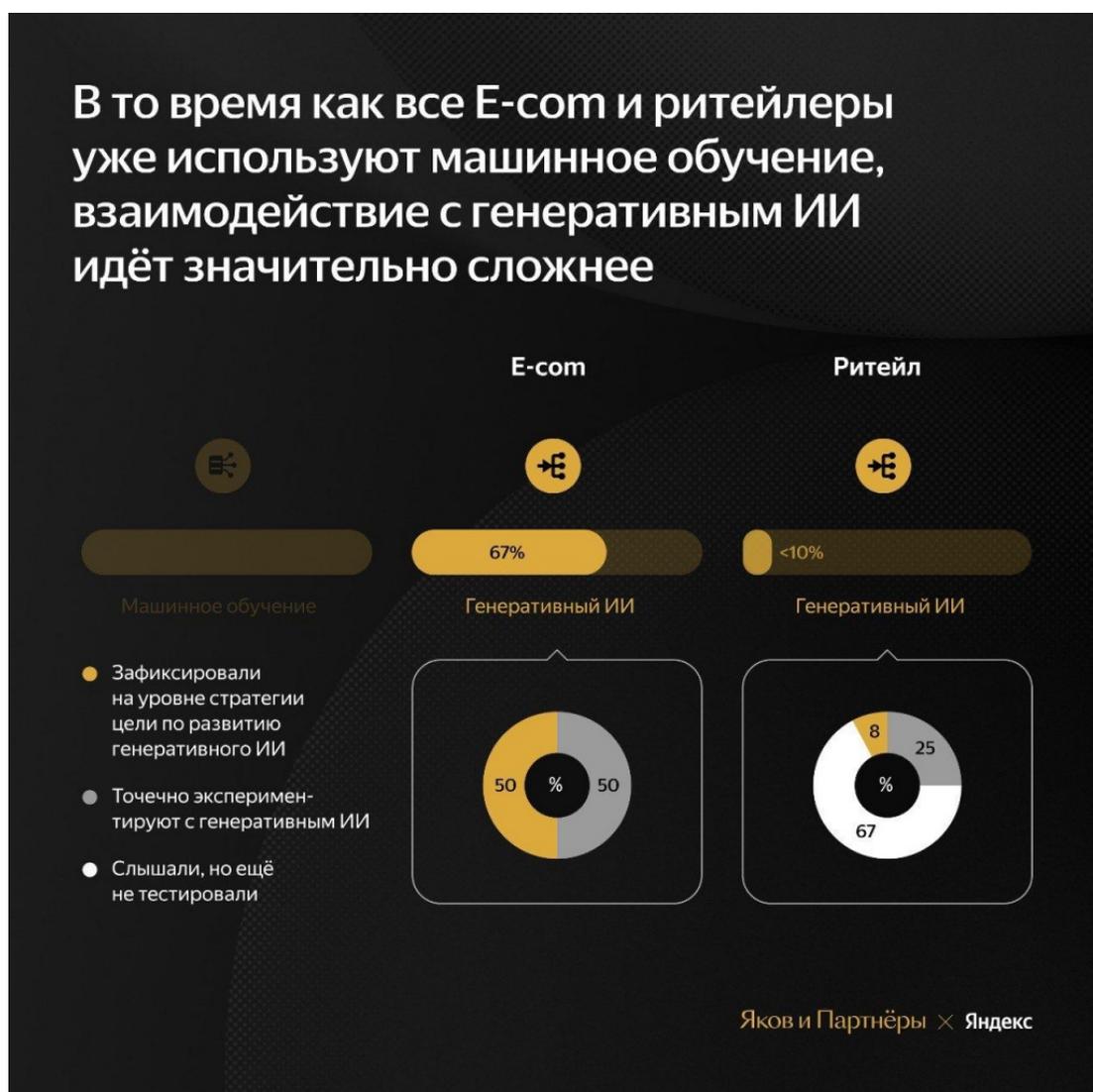
Интернет-торговля — среди лидеров по внедрению ИИ

Yandex.ru, 14.05.2024

/исследование

Е-commerce компании — более продвинутые с точки зрения использования ИИ, выяснили эксперты «Яков и Партнёры» и Яндекса. Ритейлеры в основном экспериментируют с ИИ, а все опрошенные компании онлайн-торговли определили ИИ как ключевую стратегическую цель и масштабируют решения на уровне организации.

- Все E-commerce и ритейлеры уже используют машинное обучение. Генеративные технологии применяют 67% компаний интернет-торговли и менее 10% ритейла.
- Каждый второй ритейлер выделяет до 2% своего цифрового бюджета на ИИ, а в интернет-торговле каждая вторая компания инвестирует 3-5%.
- Половина компаний интернет-торговли не видит рисков от использования ИИ.
- Аутсорсинг разработки ИИ-решений — предпочтительная опция компаний сектора. Также все E-commerce компании готовы самостоятельно разрабатывать ИИ-решения.



Источник:

[Интернет-торговля среди лидеров по внедрению ИИ — генеративные нейросети используют 67% российских компаний отрасли](#)

ЮMoney: Более 40% россиян возвращают вещи на маркетплейсы

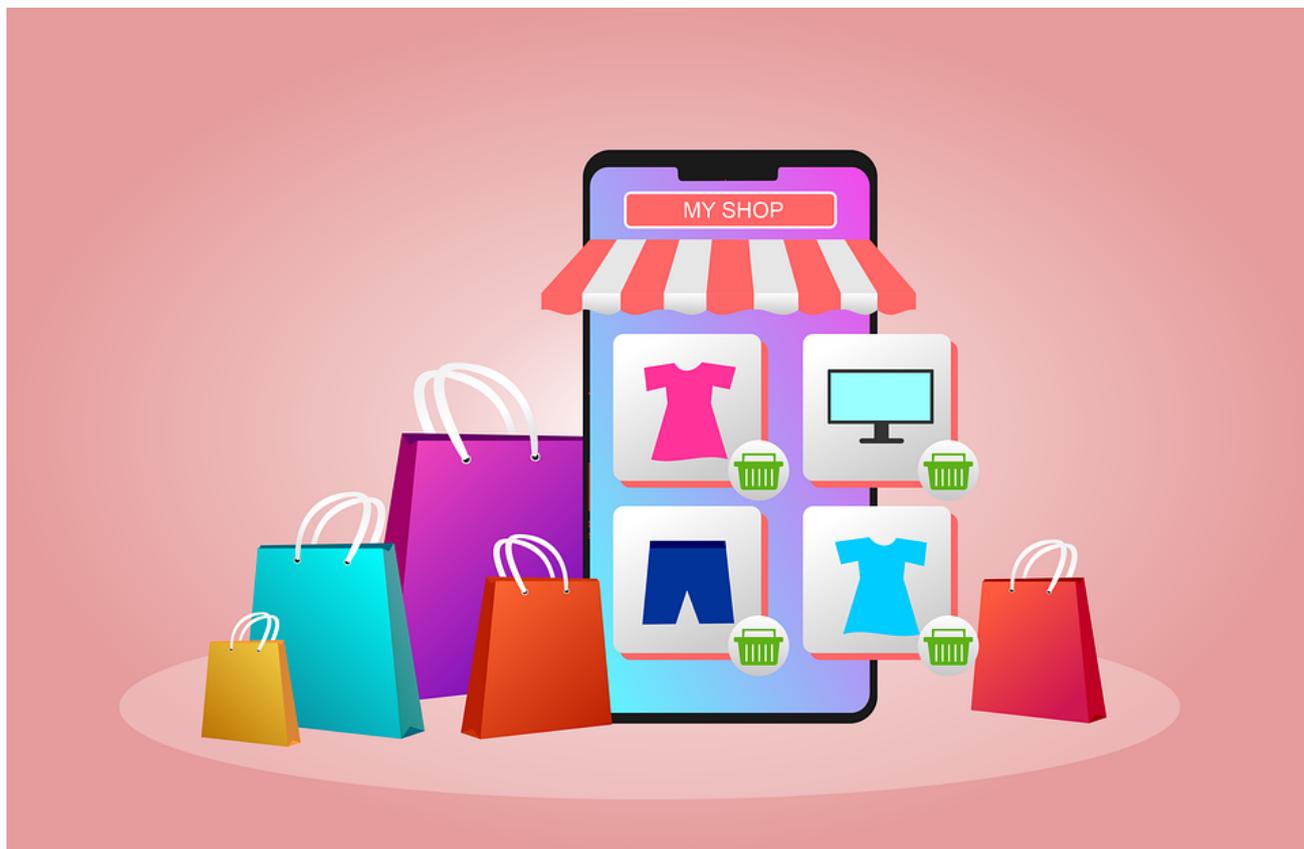
Yoomoney.ru, 08.05.2024

/исследование

Опрос ЮMoney показал, что 58% респондентов покупают одежду в торговых центрах. На втором месте оказались онлайн-магазины (48%), а на третьем — маркетплейсы (36%).

52% россиян хоть раз возвращали вещи в магазин, 37% из них делали это один или два раза, а 15% — много раз. Основные причины, по которым возвращают одежду: неподходящий размер (44%), плохое качество и брак (33%). Больше всего возвратов (42%) приходится на маркетплейсы, 30% — на онлайн-магазины, 21% — на торговые центры, 5% — на шоурумы.

Чаще всего возвращают одежду для активного отдыха и спорта. Сумма возвратов в этой категории выросла на 17%, а количество — на 15% год к году. Как полагают аналитики, при покупке спортивной одежды важнее, чтобы материал подходил для определенной активности и чтобы вещь была удобной в использовании, а при покупке онлайн это сложно оценить.



Источник:

[Более 40% россиян возвращают вещи на маркетплейсы](#)

Максим Гришаков, Lamoda: «Мы фокусируемся на брендах»

Rbc.ru, 14.05.2024

/мнение

Глава Lamoda Максим Гришаков рассказал РБК об увеличении доли российских брендов, сохранении отношений с частью зарубежных партнеров, новых точках роста и др.

- В рамках параллельного импорта компания работает только с теми партнерами, которых знает и которые могут доказать, что это подлинный товар. Речь, как правило, об официальных дистрибьюторах ушедших брендов.
- Сейчас примерно половину в обороте занимают собственные продажи, когда компания закупает товар у производителей, а остальное — продажи маркетплейса. Доля последних растет более интенсивно и к концу этого года превысит 55%, но ее не стремятся доводить до 70 или 80%.
- Среди главных направлений стратегии — улучшение и технологизация маркетплейса.
- В отличие от традиционных маркетплейсов у Lamoda на определенный товар, как правило, приходится только один продавец. Но в дальнейшем на площадке будут появляться один-два авторизованных партнера, которые будут продавать похожий и такой же ассортимент.
- До 2022 года доля иностранных марок на маркетплейсе превышала 60% в денежном выражении, сейчас показатель снизился до 55%.
- В апреле Lamoda запустила два собственных бренда: мужской одежды Mademan и женской — Nume. Это линейки стоимостью от 2 тыс. до 15 тыс. руб., рассчитанные на аудиторию 20–35 лет.
- В прошлом году Lamoda начала открывать собственные розничные магазины Lamoda Sport. Первые точки появились на местах бывших магазинов Adidas.
- В перспективе трех лет Lamoda рассчитывает открыть около 300 магазинов.
- Среди задач на 2024 год — увеличение фокуса на новые растущие товарные категории.
- Площадка находится в «особенной» нише со средним чеком более 5 тыс. руб. В общем объеме рынка одежды и аксессуаров, по собственной оценке, Lamoda занимает 9%. В сегменте брендовых товаров в своем ценовом диапазоне компания достигает доли 50%.
- У Lamoda сейчас порядка 800 собственных ПВЗ и около 65 тыс. работает в партнерстве с Почтой России и X5 Group. В этом году откроется еще порядка 300 собственных ПВЗ.
- В 2024 году Lamoda планирует увеличить инвестиции в Беларуси и Казахстане, после чего будет анализировать возможность выхода в другие страны.



Источник:

[Глава Lamoda — РБК: «Это не просто носки за 200 руб., а образы»](#)

Весь мир:

Онлайн-продажи в Китае увеличились на 11,5% в январе-апреле 2024 г.

English.news.cn, 21.05.2024

/НОВОСТЬ

По данным Министерства коммерции КНР, в течение первых четырех месяцев 2024 года объем розничных онлайн-продаж в Китае вырос на 11,5% в годовом исчислении и составил около \$620,52 млрд.

Розничные онлайн-продажи физических товаров выросли на 11,1%, составив 23,9% от общего объема розничных продаж потребительских товаров в стране. Потребление на основных онлайн-сервисах, находящихся под мониторингом ведомства, выросло на 25,1%.

В апреле в Китае онлайн-продажи бытовой техники и мебели выросли на 9,3% и 12,2% соответственно, чему способствовала осуществляемая в стране программа trade-in.



Источник:

[China's online retail sales up 11.5 pct in January-April period](#)

Uzum Tezkor за год после запуска подключил более 1200 партнеров

Telega.ph, 21.05.2024

/НОВОСТЬ

За год после запуска сервис быстрой доставки Uzum Tezkor охватил 7 городов, подключил более 1200 партнеров и стал одним из лидеров по узнаваемости среди пользователей в Ташкенте.



Для заказа в Uzum Tezkor доступно более 20 тыс. наименований блюд, напитков и товаров. Любимым блюдом узбекистанцев остается лаваш, а чаще всего блюда с доставкой заказывают в субботу.

За год количество партнеров сервиса выросло в 48 раз. Как отмечают рестораторы, на доставку приходится до 40% всех заказов в заведениях.

Источник:

[Uzum Tezkor подвел итоги первого года](#)

Выручка JD.com выросла на 7% в I кв. 2024 г.

Ir.jd.com, 16.05.2024

/новость

Чистая выручка компании JD.com за I кв. 2024 года составила \$36 млрд, что на 7,0% больше, чем годом ранее. При этом чистая выручка от продуктов увеличилась на 6,6%, а чистая выручка от услуг на 8,8%.

Операционная прибыль составила \$1,1 млрд. Чистая прибыль, относящаяся к владельцам обыкновенных акций, достигла \$1 млрд.

| | For the three months ended | | | YoY% Change |
|--|--|-------------------|-------------------|----------------|
| | March 31, 2023 | March 31, 2024 | March 31, 2024 | |
| | RMB | RMB | US\$ | |
| | <i>(In millions, except percentage data)</i> | | | |
| Electronics and home appliances revenues | 116,999 | 123,212 | 17,065 | 5.3% |
| General merchandise revenues | 78,565 | 85,296 | 11,813 | 8.6% |
| Net product revenues | 195,564 | 208,508 | 28,878 | 6.6% |
| Marketplace and marketing revenues | 19,062 | 19,289 | 2,671 | 1.2% |
| Logistics and other service revenues | 28,330 | 32,252 | 4,467 | 13.8% |
| Net service revenues | 47,392 | 51,541 | 7,138 | 8.8% |
| Total net revenues | 242,956 | 260,049 | 36,016 | 7.0% |

Источник:

[JD.com Announces First Quarter 2024 Results](#)



Онлайн-продажи Walmart увеличились на 21% в I кв. фингода

Corporate.walmart.com, 16.05.2024

/новость

За I кв. 2025 финансового года, завершившийся 30 апреля 2024 года, онлайн-продажи Walmart в США выросли на 22%, а международные — на 19%.

Глобальные продажи компании в сфере электронной коммерции выросли на 21%, в основном за счет самовывоза и доставки из магазинов, а также маркетплейса.

Консолидированная выручка Walmart за квартал выросла на 6% до \$161,5 млрд.



Источник:

[Walmart Releases Q1 FY25 Earnings](#)

Wildberries построит в Кыргызстане логистический центр

Mineconom.gov.kg, 16.05.2024

/НОВОСТЬ

Компания Wildberries, Министерство экономики и коммерции Кыргызской Республики и Аппарат полномочного представителя президента КР в Чуйской области подписали меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве по реализации инвестиционного проекта.



Предполагается строительство в Чуйской области Кыргызстана современного логистического центра на 300 тыс. кв. м для обслуживания трансграничной электронной торговли.

Сегодня на территории Кыргызской Республики работает 2 сортировочных центра Wildberries в городах Бишкек и Ош, и более 130 пунктов выдачи заказов.

Электронная торговля в КР переживает бурное развитие. Сейчас на маркетплейсе зарегистрировано более 17 тыс. кыргызских продавцов, в то время как в 2022 году их было около 7 тыс.

Источник:

[Подписан Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве по реализации инвестиционного проекта в КР между Минэкономкоммерции, Аппаратом ППП КР в Чуйской области и Wildberries](#)

Выручка Alibaba Group по итогам фингода увеличилась на 8%

Alibabagroup.com, 14.05.2024

/новость

За квартал, который завершился 31 марта 2024 года, выручка Alibaba Group достигла \$30,7 млрд, увеличившись на 7% год к году. Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, составила \$453 млн.

Выручка Alibaba International Digital Commerce Group выросла на 45% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до \$3,8 млрд, а совокупные заказы торговых площадок в рамках сегмента выросли на 20%. Высокие результаты были обусловлены ростом трансграничного бизнеса AIDC.

По итогам фингода выручка Группы увеличилась на 8% до \$130,35 млрд. Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, составила \$11 млрд.

Revenue Breakdown



| (in RMB Mn, except percentages) | Three months ended Mar 31, | | | Twelve months ended Mar 31, | | |
|---|----------------------------|----------------|-------------|-----------------------------|------------------|-------------|
| | 2023 | 2024 | YoY% | 2023 | 2024 | YoY% |
| Taobao and Tmall Group | 89,889 | 93,216 | 4% | 413,206 | 434,893 | 5% |
| China commerce retail | 85,757 | 88,264 | 3% | 395,352 | 414,414 | 5% |
| - Customer management | 60,545 | 63,574 | 5% | 291,541 | 304,009 | 4% |
| - Direct sales and others ⁽¹⁾ | 25,212 | 24,690 | (2)% | 103,811 | 110,405 | 6% |
| China commerce wholesale | 4,132 | 4,952 | 20% | 17,854 | 20,479 | 15% |
| Cloud Intelligence Group | 24,742 | 25,595 | 3% | 103,497 | 106,374 | 3% |
| Alibaba International Digital Commerce Group | 18,915 | 27,448 | 45% | 70,506 | 102,598 | 46% |
| International commerce retail | 14,247 | 22,278 | 56% | 50,933 | 81,654 | 60% |
| International commerce wholesale | 4,668 | 5,170 | 11% | 19,573 | 20,944 | 7% |
| Cainiao Smart Logistics Network Limited | 18,915 | 24,557 | 30% | 77,512 | 99,020 | 28% |
| Local Services Group | 12,340 | 14,628 | 19% | 50,249 | 59,802 | 19% |
| Digital Media and Entertainment Group | 4,989 | 4,945 | (1)% | 18,444 | 21,145 | 15% |
| All others⁽²⁾ | 53,303 | 51,458 | (3)% | 197,115 | 192,331 | (2)% |
| Total segment revenue | 223,093 | 241,847 | 8% | 930,529 | 1,016,163 | 9% |
| Unallocated | 232 | 397 | | 866 | 1,297 | |
| Inter-segment elimination | (15,125) | (20,370) | | (62,708) | (76,292) | |
| Consolidated revenue | 208,200 | 221,874 | 7% | 868,687 | 941,168 | 8% |

Источник:

[Alibaba Group Announces March Quarter and Full Fiscal Year 2024 Results](#)



Оборот Zalando вырос на 1,3% в I кв. 2024 г.

Corporate.zalando.com, 07.05.2024

/новость

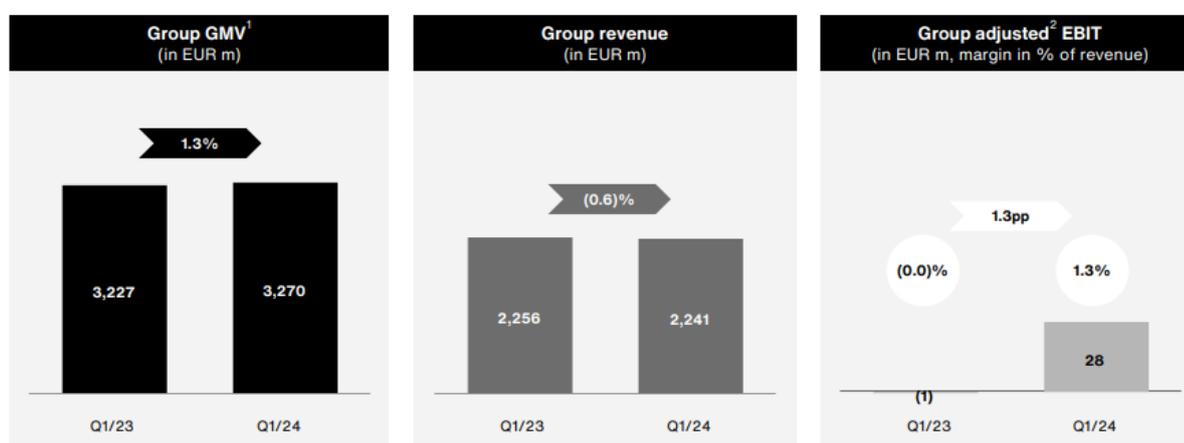
По итогам I кв. 2024 года GMV европейской онлайн-платформы Zalando вырос на 1,3% до 3,3 млрд евро. Выручка снизилась до 2,2 млрд евро. Скорректированный показатель EBIT увеличился до 28,3 млн евро, что соответствует ожиданиям рынка. Улучшение прибыльности было обусловлено снижением затрат на выполнение заказов и успешным управлением запасами.

Zalando подтверждает свой годовой прогноз на 2024 год и ожидает, что GMV и выручка вырастут на 0–5% по сравнению с 2023 годом. Компания продолжит концентрироваться на росте прибыли с увеличением рентабельности. Скорректированная EBIT, как ожидается, составит от 380 млн евро до 450 млн евро.

Zalando Q1/24

Group performance

In Q1, we returned to GMV growth and continued our margin expansion



Источник:

[Zalando Boosts Quality Assortment, Grows Lifestyle Offering, Elevates Inspiration and Wins More B2B Partners to Deliver GMV Growth and Rising Profitability in Q1](#)

Ozon запустил собственную курьерскую доставку в Армении

Corp.ozon.ru, 13.05.2024

/исследование

Ранее жители Армении могли получать заказанные на Ozon товары с помощью самовывоза или платной курьерской доставки Naupost. Теперь при оформлении заказа можно выбрать доставку курьером Ozon. На первом этапе услуга доступна только жителям Еревана.



Минимальная стоимость заказа для оформления курьерской доставки Ozon — 4800 армянских драмов. При сумме заказа от 4800 до 17 000 драмов доставка обойдется в 1500 драмов. При заказе на большую сумму доставка курьером будет бесплатной.

Ozon вышел на рынок Армении в июле 2023 года, открыв представительство и запустив сортировочный центр в Ереване площадью 2000 кв. м. Сейчас на Ozon жители Армении оформляют более 5000 заказов ежедневно.

Источник:

[Ozon запустил собственную курьерскую доставку в Армении](#)

Объем рынка e-commerce в Европе приблизится к \$1 трлн в 2028 г.

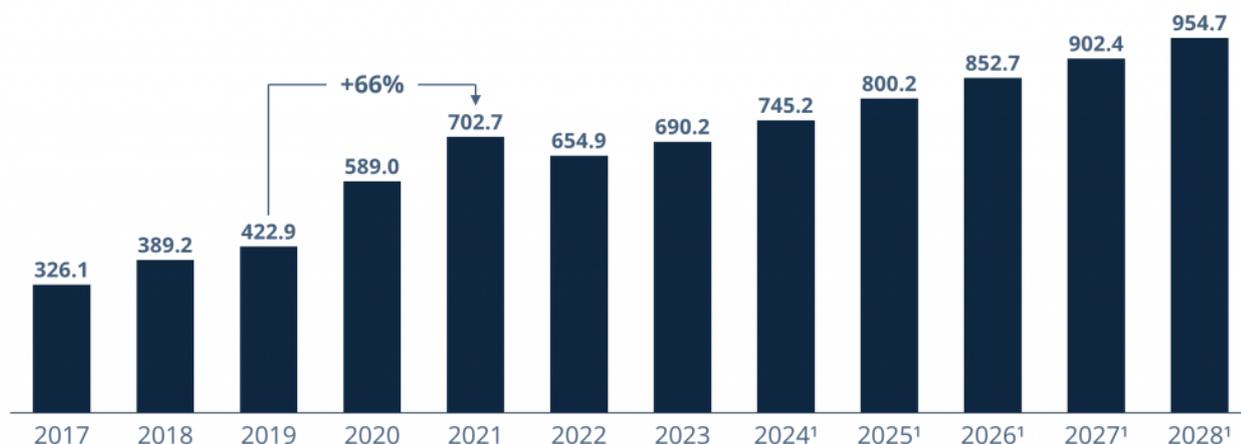
Ecommercedb.com, 17.05.2024

/исследование

Пандемия значительно увеличила объемы электронной коммерции в Европе: продажи выросли на 66% с 2019 по 2021 год. Несмотря на временный спад, ожидается, что рынок продолжит расти и достигнет \$955 млрд к 2028 году, согласно данным ECDB.

REVENUE DEVELOPMENT IN THE EUROPEAN ECOMMERCE MARKET, 2017-2028

in billion US\$



Notes: (1) Forecast. Market revenue represents B2C sales of physical goods including VAT. It excludes B2B sales, C2C sales, returns, compensation for damaged or missing goods, any discounts granted and services.
Sources: ECDB.

ECDB

- Крупнейший рынок электронной коммерции в Европе, Великобритания, занимает 3-е место в мире после Китая и США. Доминирует Amazon.co.uk с выручкой \$16,1 млрд в 2023 году.
- Германия, второй по величине рынок e-com в Европе, занимает 6-е место в мире. Лидирует Amazon.de с доходом в \$17,1 млрд в 2023 году.
- Франция, третий по величине рынок электронной коммерции в Европе, занимает 9-е место в мире. Лидирует Amazon.fr — \$5,8 млрд в 2023 году.
- Россия, четвертый по величине рынок электронной коммерции в Европе, занимает 10-е место в мире. Лидирует Wildberries.ru — \$5,9 млрд в 2023 году.

Источник:

[eCommerce Market in Europe 2024: Worth 1 Trillion Dollars Soon](#)

Adobe: Онлайн-продажи в США выросли на 7% за первую треть 2024 г.

News.adobe.com, 09.05.2024

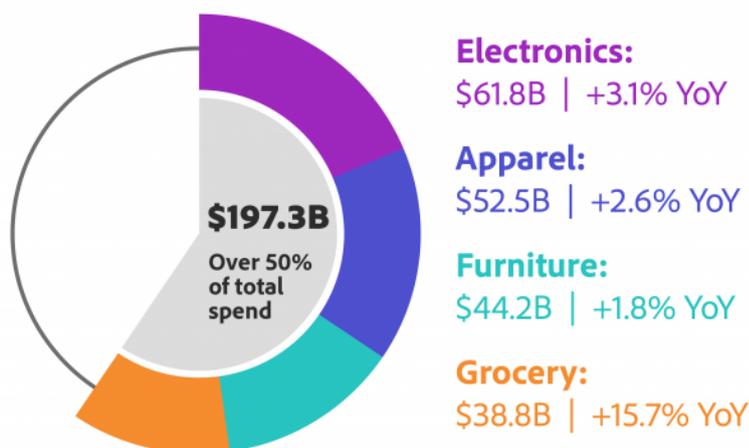
/исследование

Согласно данным Adobe Analytics, в первой трети 2024 года расходы на розничную электронную коммерцию в США выросли на 7%. С 1 января по 30 апреля потребители потратили в интернете \$331,6 млрд.

За первые 4 месяца потребители потратили онлайн \$61,8 млрд на электронику (+3,1% в годовом исчислении), \$54,5 млрд на одежду (+2,6%) и \$38,8 млрд на продукты (+15,7%).

Потребители в США продолжают использовать BNPL. С января по апрель 2024 года расходы на электронную коммерцию за счет BNPL составили \$25,9 млрд, что на 11,8% больше, чем за тот же период прошлого года.

2024 Spend-to-Date Share by Category (Jan. 1 - Apr. 30) | US



Источник:

Media Alert: Adobe: E-commerce Spend Grows to \$331.6 billion, as Consumers Trade Down to Cheaper Goods Online

Что необходимо для развития в Центральной Азии общего рынка e-com?

Kapital.kz, 15.05.2024

/мнение

Электронная коммерция в Казахстане стабильно растет, даже несмотря на сложности, которые возникли в 2022 году. По словам управляющего директора ассоциации «Цифровой Казахстан» Елены Бычковой, основными причинами роста стали пандемия, высокий уровень цифровизации и большое доверие казахстанцев цифровым сервисам, а также высокая доля безналичных платежей и банковских услуг.



Елена Бычкова выразила мнение по поводу того, что необходимо для развития в Центральной Азии общего рынка электронной торговли: *«Прежде всего, учитывая географические особенности нашего региона, создание инфраструктуры и условий для логистики – это основное условие, но это задача государств, не бизнеса».*

Решением, которое может существенно облегчить развитие электронной торговли в регионе, может стать создание единой информационной базы по всем странам Центральной Азии.

Источник:

[Что необходимо для развития в Центральной Азии общего рынка e-commerce](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как развивается сервис доставки из ресторанов Broniboy

В гостях Александр Радионов, сооснователь сервиса доставки еды Broniboy.

О трех бизнес-моделях Broniboy, конкуренции на рынке доставки еды, доле доставок по модели маркетплейсов и др.

Смотреть: [YouTube](#)



Спасибо за покупку

Время переобуваться: работа с трафиком, обувь, сплит | ECCO

Обсуждаем обувной рынок в России, как правильно позиционировать себя в 2024-м году, узнаем, теряет ли розничный офлайн свою актуальность, как BNPL приносит бизнесу пользу, и какие допслужги можно предложить клиенту, чтобы он продолжал обуваться именно у тебя.

Собеседник — Александр Благовисный, E-Commerce Director ECCO

Слушать: [Podcast.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
- 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.