

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 29

19 Августа 2024 - 25 Августа 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рынок B2B онлайн-торговли в России

Data Insight: Карта экосистемы B2B онлайн-торговли в России

Люди, меняющие ритейл 2024: Николай Ларионов, Hoff

Data Insight: 61,8 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в июне 2024 г.

Ozon запускает самовывоз крупных товаров из сортировочных центров

АКИТ: Объем российской онлайн-торговли вырос на 41% I полугодии 2024 г.

Доля онлайн-продаж у ВкусВилл стабильно составляет 50%

Ozon открывает первый фулфилмент-центр в Оренбурге

Inventive Retail Group закрыла сервис для зарубежного шопинга Brandyly

Wildberries: Женщины чаще ведут бизнес на маркетплейсе в одиночку

Весь мир:

Farfetch закрывает сервис программного обеспечения

Тему приглашает европейских продавцов

Walmart продал свою долю в JD.com

Квартальная выручка Alibaba выросла на 4%

Казахстан планирует внедрить новые правила для регулирования e-com рынка

Европейские покупатели предпочитают маркетплейсы

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: Рынок B2B онлайн-торговли в России

Datainsight.ru, 22.08.2024

/новость

Мы проводим исследование рынка b2b онлайн-торговли и приглашаем компании, заинтересованные в рынке B2B к участию в этом исследовании в качестве экспертов и партнеров.

Рынок b2b онлайн-торговли в России

Приглашаем экспертов и
партнеров



Наше исследование о том, как выглядит сегодня рынок B2B онлайн-продаж со всеми его составляющими и сложной структурой. А также о том, как изменяется сегодня этот рынок, какие тренды на нем есть, как он будет выглядеть через несколько лет.

Это исследование – основное исследование рынка B2B онлайн-продаж. Исследование, раскрывающее структуру, динамику и движение этого рынка.

[Заполнить форму для участия](#)

Источник:

[Рынок B2B онлайн-торговли в России](#)

Data Insight: Карта экосистемы B2B онлайн-торговли в России

Datainsight.ru, 21.08.2024

/новость

Мы проводим исследование b2b онлайн-торговли и приглашаем компании, заинтересованные в рынке B2B к участию в этом исследовании в качестве экспертов и партнеров.

Карта экосистемы B2B онлайн-торговли в России

Приглашаем экспертов и
партнеров



Результат исследования – это группированная карта, на которой компании-участники рынка показаны в разрезе каналов продаж и процессов. К карте предлагается аналитический отчет, описывающий текущую структуру рынка и происходящие на нем изменения.

[Заполнить форму для участия](#)

Источник:

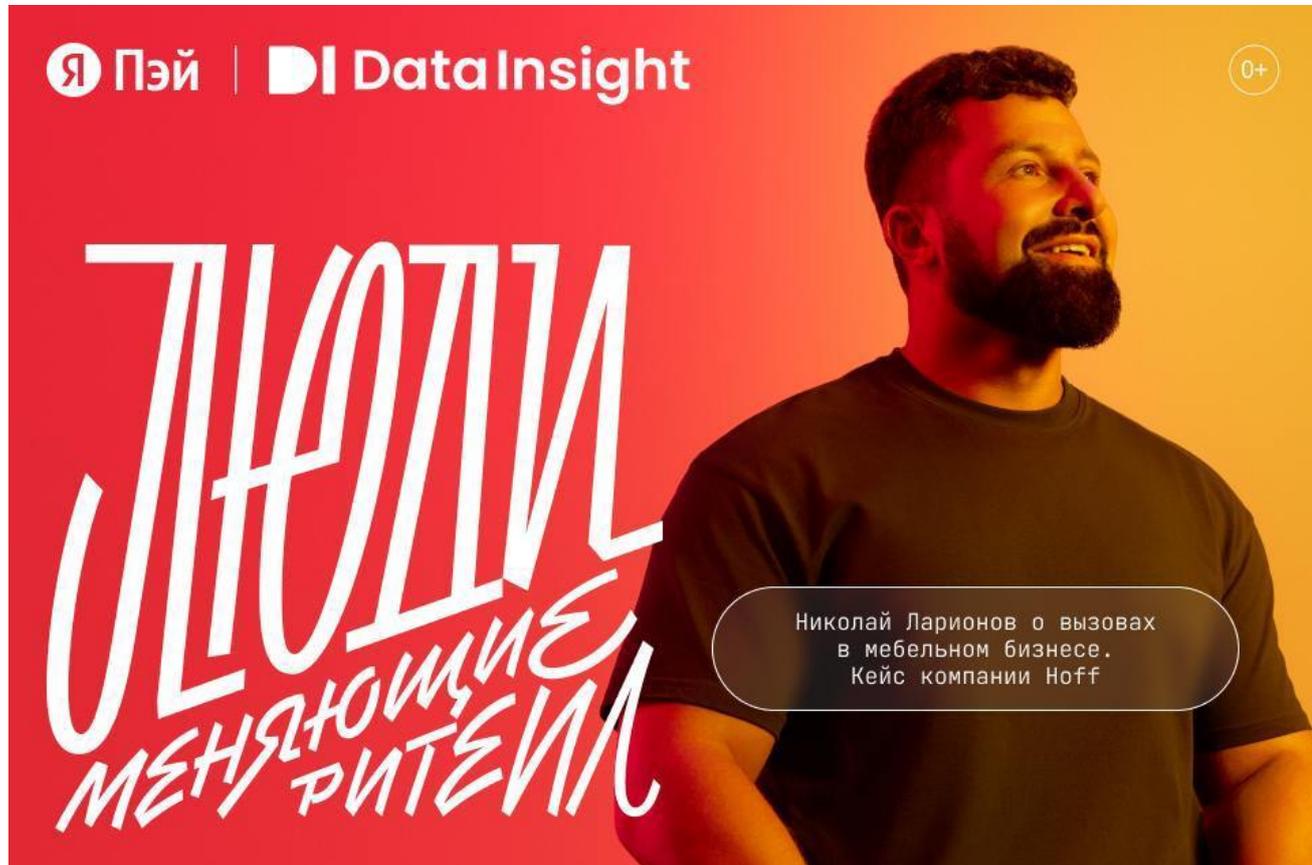
[Карта экосистемы B2B онлайн-торговли в России](#)

Люди, меняющие ритейл 2024: Николай Ларионов, Hoff

Datainsight.ru, 20.08.2024

/новость

Data Insight совместно с **Яндекс Пэй** провели [серию интервью](#), в которых эксперты из крупнейших компаний России делятся своим взглядом на развитие бизнеса в 2024 году.



Выпуск с Николаем Ларионовым СРО HOFF стал четвертым в серии интервью.

О трудностях, с которыми мебельный бизнес сталкивается при переходе в онлайн, рассказал Николай Ларионов. Ещё узнали, как дифференцировать компанию от конкурентов, зачем давать клиенту выбор и почему в мебельном бизнесе оценивать конверсию можно только после работы с целым рядом факторов влияния на продажи.

Источник:

[Люди, меняющие ритейл 2024. Спецпроект Яндекс Пэй и Data Insight](#)

Data Insight: 61,8 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в июне 2024 г.

Datainsight.ru, 19.08.2024

/НОВОСТЬ

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

1.1. Количество заказов в июне

#07_2024 (июнь)



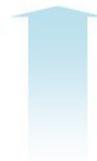
61,8 млн

в июне



-6%

к маю



+31%

к июню 2023

В среднем в сутки **2 059 тыс. заказов** (-3% к маю 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

Основные выводы:

- В июне 2024 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 61,8 млн заказов (здесь и далее без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что на 6% меньше, чем в мае 2024 года, и на 31% больше, чем в июне 2023 года.
- В июне 2024 года среднесуточное количество заказов составило 2 059 тыс., на 3% меньше, чем в мае 2024 года.
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2024 года составит 809 млн заказов и 1,3 трлн руб.

Подписаться на Бюллетень eGrocery

Источник:

[Выпуск eGrocery бюллетеня июль 2024](#)

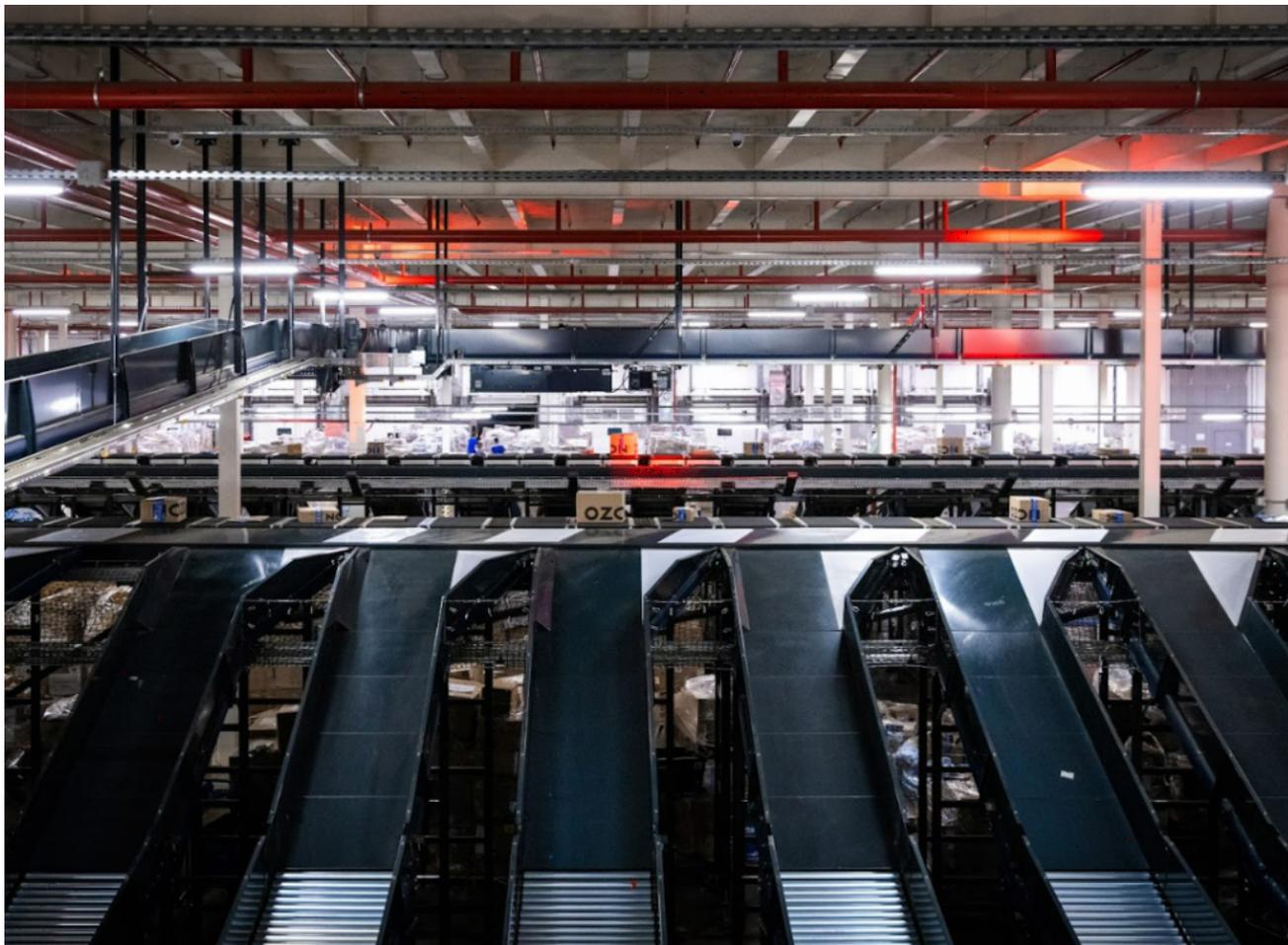


Ozon запускает самовывоз крупных товаров из сортировочных центров

Corp.ozon.ru, 23.08.2024

/новость

Клиенты Ozon смогут забирать крупногабаритные товары из сортировочных центров. Новая опция доступна при заказе крупной мебели и бытовой техники, принадлежностей для строительства и ремонта и других товаров, если они доставляются Ozon.



Сейчас самовывоз работает в 37 сортировочных центрах. Количество пунктов выдачи крупногабаритных товаров будет увеличиваться. Чтобы забрать товар самостоятельно, покупателям нужно выбрать опцию «самовывоз» при оформлении заказа и указать доступный сортировочный центр в качестве пункта выдачи.

Товар считается крупногабаритным, если выполняется одно из условий: одна из сторон товара длиннее 200 см, его вес превышает 35 кг, или его объем больше 500 л.

Источник:

[Клиенты Ozon смогут забирать крупногабаритные товары из сортировочных центров](#)

АКИТ: Объем российской онлайн-торговли вырос на 41% I полугодии 2024 г.

Akit.ru, 22.08.2024

/НОВОСТЬ

По оценкам АКИТ, объем продаж российской интернет-торговли в I полугодии 2024 года вырос на 41%. Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж страны составила 14,9%. С января по июнь россияне совершили онлайн-покупки почти на 3,9 трлн руб. Из них 96,7% приходится на российские компании интернет-торговли.

Российский рынок интернет-торговли (млрд руб.)



По сумме покупок топ-10 регионов не изменился. На первом месте по-прежнему Москва — 18% в общем объеме продаж. Наиболее высокая доля онлайн-покупок в общем объеме розничных продаж: на Чукотке — 34,8%, Камчатке — 24,8%, в Карачаево-Черкессии — 24,4%, Тыве — 23,4%.

Наиболее заметный рост замечен в категориях: аптеки (+172%), товары для творчества (+158%), инструменты и садовая техника (+129%), автозапчасти и автоаксессуары (+128%), подарки и цветы (+97%), ювелирные изделия и часы (89%), продукты питания (69%).

По объемам продаж на первой строчке оказались продукты питания: 15,8% от всех покупок — это доставка готовой еды, блюд из ресторанов, сервис агрегаторов и продукты из магазинов.

Источник:

[Рост интернет-торговли за шесть месяцев 2024 года более 40%](#)

Доля онлайн-продаж у ВкусВилл стабильно составляет 50%

Telega.ph, 22.08.2024

/новость

По итогам I полугодия 2024 года оборот ВкусВилл вырос на 33% до 183 млрд руб. Доля онлайн-продаж стабильно составляет 50%.

Оборот доставки ВкусВилл вырос на 43%, превысив 91 млрд руб. Курьеры доставили 64,2 млн заказов.

Доставка в течение часа покрывает 100% районов столиц внутри МКАД и в отдельных регионах. На группе дарксторов идут тесты бесплатной доставки за 45 и 30 минут.



Источник:

[ВкусВилл увеличил темпы роста сети в первом полугодии 2024 года](#)

Ozon открывает первый фулфилмент-центр в Оренбурге

Corp.ozon.ru, 21.08.2024

/новость

Ozon запускает первую очередь нового логистического комплекса на территории особой экономической зоны «Оренбуржье». Это первый фулфилмент-центр Ozon в регионе.



Площадь первой очереди — 40 тыс. кв.м. по полу. Весной 2025 года компания планирует запустить вторую очередь объекта. В результате логистический комплекс сможет разместить более 31 млн товаров и ежедневно обрабатывать до 915 тыс. заказов.

За последние 3 года логистическая инфраструктура Ozon увеличилась более чем в 13 раз: ее общая площадь превышает 2,8 млн кв. м.

Источник:

[Ozon открывает первый фулфилмент-центр в Оренбурге](#)

Inventive Retail Group закрыла сервис для зарубежного шопинга Brandly

Shoppers.media, 19.08.2024

/новость

Inventive Retail Group закрыла свою онлайн-платформу для зарубежного шопинга Brandly. В компании [рассказали](#) Shopper's, что Brandly был «пилотом новой бизнес-модели трансграничной торговли», но принято решение завершить эксперимент и сосредоточить усилия на развитии своих офлайн-сетей, интернет-проектах и СТМ.

Сервис по доставке товаров из-за рубежа Brandly был запущен в мае 2023 года. Перед ним стояла задача протестировать гипотезы о сохранении лояльности российских покупателей к различным брендам, протестировать эластичность спроса в разрезе цена/срок доставки, а также спрос на уникальные продукты/бренды. Однако российские покупатели очень быстро переориентировались на локальные бренды, а параллельный импорт «оперативно наполнил рынок всеми недостающими товарами».



Источник:

[Владелец restore закрыл сервис по покупке товаров за границей](#)

Wildberries: Женщины чаще ведут бизнес на маркетплейсе в одиночку

T.me, 19.08.2024

/исследование

По данным Wildberries, женщин-селлеров на площадке сегодня 58%. В 2022 году перевес в соотношении был еще сильнее — 64%. На оборот в 1 млн руб. в месяц селлеры выходят в одинаковом темпе, вне зависимости от пола. В среднем это занимает 4 месяца после регистрации на маркетплейсе.

До более высоких показателей статистически мужчин предпринимателей добирается вдвое больше. У 33% селлеров работают 2 и более сотрудников, а женщины чаще ведут бизнес в одиночку (75%).

Женщины активнее занимаются продажей одежды — 13% от общего числа предпринимательниц, работающих с Wildberries. На втором месте — товары для ухода за собой (11%). 10% селлеров-мужчин развивают категорию «Красота», а 8% занимаются одеждой. На третьем месте у обеих групп — посуда.

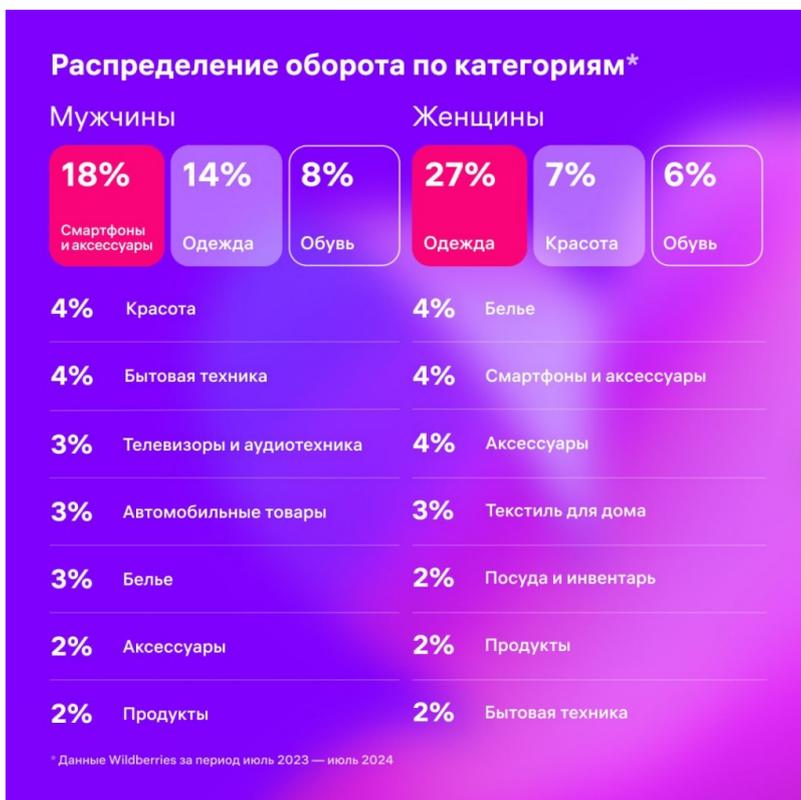
В первой десятке по категориям мужчины делают ставку на бытовую технику, строительные инструменты, спортивные товары и продукты, а женщины — на бижутерию, белье, хозтовары и декор интерьера.

Категории с самыми большими долями оборота у мужчин — это смартфоны (18% от общего объема продаж) и одежда (14%). У женщин 27% выручки генерирует одежда.

Мужчины заметно чаще работают с российскими производителями — 38% против 29%.

Источник:

[Исследование: женщины чаще ведут бизнес на маркетплейсе в одиночку](#)



Весь мир:

Farfetch закрывает сервис программного обеспечения

Retailgazette.co.uk, 23.08.2024

/НОВОСТЬ

Farfetch закрывает свое подразделение Platform Solutions, которое предоставляет ритейлерам инструменты онлайн-покупок. Ритейлер сосредоточил внимание на своем основном маркетплейсе, поскольку его операционные убытки снижают прибыль его нового владельца Coupang.

Компания Farfetch Platform Solutions, клиентами которой были Reebok, Harrods, Paul Smith и Off-White, предлагала коммерческие решения и технологии розничной торговли, предназначенные для использования брендами и ритейлерами.

Ранее в этом году ритейлер сократил от 25% до 30% рабочей силы в рамках мер по экономии средств. В начале года Farfetch завершил продажу своего бизнеса южнокорейскому гиганту электронной коммерции Coupang. Решение о закрытии Platform Solutions было принято в связи с тем, что Farfetch оптимизирует свой бизнес, находящийся в собственности Coupang.



Источник:

[Farfetch to close down software service in strategic shift](#)

Тему приглашает европейских продавцов

Ecommercenews.eu, 22.08.2024

/новость

Тему официально приглашает европейских продавцов зарегистрироваться на своей платформе. Селлеры несут ответственность за ассортимент своей продукции, управление запасами и доставку проданной продукции. Тему определяет потребительские цены на товары.



Этой весной компания Тему запустила новую модель маркетплейса в США, где теперь значительная часть заказов Тему отправляется на месте. Недавно торговая площадка стала «официально открытой для регистрации для компаний из ЕС, в том числе из Германии, Франции, Италии, Испании, Великобритании и Нидерландов».

Тему, активный в Европе только с весны прошлого года, быстро завоевал популярность. Например, в течение года после запуска каждый третий житель Германии уже что-то купил на платформе. Этой весной Европейская комиссия добавила Тему в список VLOP (Very Large Online Platforms), тем самым потребовав от нее соблюдения строгих правил Закона о цифровых услугах.

Источник:

[Temu declares European marketplace open](#)

Walmart продал свою долю в JD.com

Ft.com, 21.08.2024

/новость

Walmart продал всю свою долю (почти 10%) в китайском гиганте электронной коммерции JD.com за \$3,6 млрд. Крупнейший в мире ритейлер сосредоточился на расширении собственных брендов в стране, сообщает [FT](#).

Walmart приобрел долю в группе в 2016 году в обмен на продажу своего китайского сайта электронной коммерции Yihaodian компании JD.com. Позже в том же году Walmart почти удвоил свою долю, продолжая инвестировать в китайскую группу. Сделки стимулировали расширение сотрудничества между двумя ритейлерами, включая Walmart и его подразделение Sam's Club, открывшее магазины на платформе JD.com, а также партнерство по доставке в некоторых китайских городах.

Но JD.com столкнулся с растущей конкуренцией в сфере электронной коммерции в Китае со стороны Pinduoduo и Alibaba. По оценкам аналитиков Goldman Sachs, PDD теперь вытеснила JD.com с позиции второй по величине e-com компании в Китае.



Источник:

[Walmart sells stake in Chinese ecommerce giant JD.com for \\$3.6bn](#)

Квартальная выручка Alibaba выросла на 4%

Alibabagroup.com, 19.08.2024

/новость

За три месяца, закончившихся 30 июня 2024 года, квартальная выручка Alibaba выросла на 4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 243,24 млрд юаней (\$33,47 млрд).

На китайских торговых платформах Alibaba, Taobao и Tmall, наблюдалось увеличение числа постоянных клиентов и частоты покупок в результате инвестиций, направленных на улучшение пользовательского опыта. Рост активности привел к значительному росту валовой стоимости товаров (GMV) и стабилизации доли рынка.

Выручка от международного коммерческого бизнеса Alibaba также выросла на 32% по сравнению с прошлым годом благодаря трансграничному бизнесу, а убытки сегмента местных услуг Alibaba значительно сократились в годовом исчислении.

Segment Results: Quarter ended June 30



Three months ended June 30, 2024											
(in RMB Mn, except percentages)	Alibaba						All others ⁽¹⁾	Total segments	Unallocated ⁽²⁾	Inter-segment elimination	Consolidated
	Taobao and Tmall Group	Cloud Intelligence Group	International Digital Commerce Group	Cainiao Smart Logistics Network Limited	Local Services Group	Digital Media and Entertainment Group					
Revenue	113,373	26,549	29,293	26,811	16,229	5,581	47,001	264,837	419	(22,020)	243,236
Revenue YoY%	(1)%	6%	32%	16%	12%	4%	3%	6%			4%
Adjusted EBITA	48,810	2,337	(3,706)	618	(386)	(103)	(1,263)	46,307	(871)	(401)	45,035
Adjusted EBITA YoY Change	(509)	1,421	(3,286)	(259)	1,596	(166)	470	(733)	592	(195)	(336)
Adjusted EBITA YoY% ⁽³⁾	(1)%	155%	(782)%	(30)%	81%	N/A	27%	(2)%			(1)%

Three months ended June 30, 2023											
(in RMB Mn)	Alibaba						All others ⁽¹⁾	Total segments	Unallocated ⁽²⁾	Inter-segment elimination	Consolidated
	Taobao and Tmall Group	Cloud Intelligence Group	International Digital Commerce Group	Cainiao Smart Logistics Network Limited	Local Services Group	Digital Media and Entertainment Group					
Revenue	114,953	25,065	22,123	23,164	14,450	5,381	45,798	250,934	249	(17,027)	234,156
Adjusted EBITA	49,319	916	(420)	877	(1,982)	63	(1,733)	47,040	(1,463)	(206)	45,371

Источник:

[Alibaba Group Announces June Quarter 2024 Results](#)



Казахстан планирует внедрить новые правила для регулирования e-commerce рынка

Inform.kz, 19.08.2024

/новость

Казахстан планирует внести изменения и дополнения в таможенное законодательство, чтобы отслеживать товары, заказанные физлицами в зарубежных интернет-магазинах. Соответствующий консультативный документ регуляторной политики к проекту Закона опубликован на портале [«Открытые НПА»](#).

В документе сообщается, что в действующем Кодексе отсутствует понятие «товары электронной торговли». Это позволит отнести товары, приобретаемые физлицами на зарубежных площадках, пересылаемые в международных почтовых отправлениях к отдельной категории товаров с выделением их из общего объема товаров, ввозимых на таможенную территорию РК. Такое категорирование позволит устанавливать отдельный механизм регулирования рынка электронной торговли.

Также отмечается, что в действующем таможенном законодательстве РК предусмотрено декларирование физлицами при превышении норм провоза.



Источник:

[Казахстан планирует внедрить новые правила для регулирования рынка онлайн-торговли](#)

Европейские покупатели предпочитают маркетплейсы

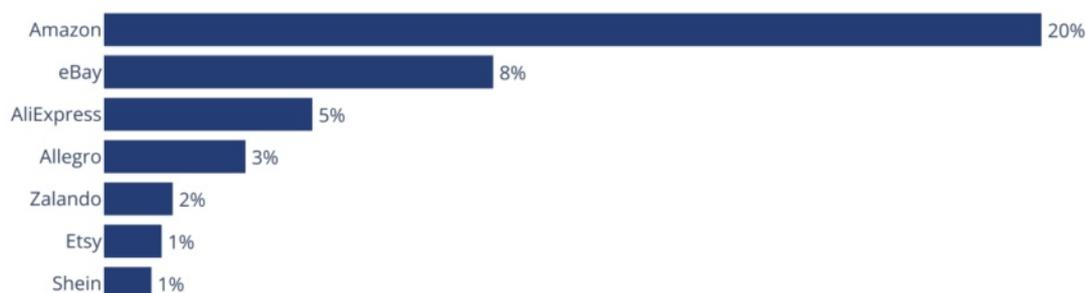
Internetretailing.net, 23.08.2024

/исследование

Согласно отчету RetailX, маркетплейсы — это первое место, куда обращаются потребители со всей Европы, когда хотят совершить покупку. Как отражено в анализе ConsumerX, 33% совершают покупки онлайн, чтобы получить более широкий ассортимент товаров, 18% — потому что у них больше возможностей для сравнения и 39% — потому что они экономят время, а 20% говорят, что это требует меньше усилий.

Marketplaces' share of European web traffic

Marketplaces' 2023 web traffic as a share of the visits from European consumers to retailers in the Europe Top1000 list



The Europe Top1000 2024

Source: RetailX

© RetailX 2024
RXAEU24RP-CX-1-v2

Хотя 26% европейских площадок из топ-1000 являются торговыми маркетплейсами, на них приходится 42% европейского потребительского веб-трафика. Amazon — крупнейший бенефициар этого трафика (20%). На eBay приходится 8% потребительского трафика, далее следует китайская компания AliExpress (5%).

В отчете RetailX European Marketplaces говорится, что 35% онлайн-покупок совершаются на торговых площадках — по сравнению с 17% через супермаркет и 12% на веб-сайтах под брендом ритейлера. Прогнозы показывают, что к 2027 году на маркетплейсы будет приходиться почти 60% онлайн-продаж. Все большее число ритейлеров теперь также запускают маркетплейсы на своих сайтах.

Источник:

[Shoppers heading to marketplaces first, report finds](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как развивается e-commerce AST

В гостях Елена Шкирдова, head of ecom and operations, AST, одного из лидеров алкогольного рынка.

Как дела у AST, как компания развивает e-com, пока являющийся лишь небольшой частью 20 млрд-ного бизнеса, об IT-задачах, пути к омни и очень многом другом.

Смотреть: [RuTube](#)

Слушать: [Яндекс Музыка](#)



Digital Voice

E-commerce бренда одежды ТВОЕ — Иван Кулик

Разговор с e-commerce директором бренда ТВОЕ о том, как компания выстраивает продажи на маркетплейсах и в то же время занимается развитием собственного канала DTC омниканального ритейла.

Интересный опыт крупного опытного игрока, который уже много лет выстраивает и совершенствует подход к построению своего бизнеса.

Смотреть: [YouTube](#)

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.