

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 33

16 Сентября 2024 - 22 Сентября 2024

В выпуске:

Россия:

Как прогнозировать изменения рынка на долгий срок: опыт Data Insight

Ozon открывает в Домодедове новый фулфилмент-центр

СДЭК запустил собственные дарксторы

Ozon запускает страховой полис для транспортных компаний

В структуре продаж М.Видео-Эльдорадо доля маркетплейса — около 5%

Wildberries запускает направление по автоматизации складов для бизнеса

Банк Русский Стандарт: 47% покупок россиян летом пришлось на онлайн

СДЭК: Каждый третий россиянин ходит в ПВЗ каждую неделю

Весь мир:

Объем трансграничной e-commerce Китая вырос на 10,5% в I полугодии 2024 г.

Wildberries строит в Казахстане логистические центры

Amazon представил ассистента на базе ИИ для продавцов

Yandex Uzbekistan запустил в Ташкенте премиальный сервис Ultima

Shein и Zara развивают шопинг в прямых эфирах

Shopify: Тренды рынка e-commerce на 2025 г.

Кейс:

Сейчас у ВкусВилла — более 190 дарксторов

Подкасты и видео



Как прогнозировать изменения рынка на долгий срок: опыт Data Insight

Secrets.tinkoff.ru, 19.09.2024

/новость

Как правильно анализировать рынок и делать прогнозы его изменений на долгий срок. Какие факторы влияют на развитие рынка и как быстро происходят изменения. Какие тенденции рынка есть сейчас и чего ожидать в будущем.

[Партнер аналитического агентства Data Insight, Федор Вирин — о том, как прогнозировать долгосрочные изменения рынка](#)

Почему изменения рынка не происходят внезапно?

Может показаться, что рынки меняются резко. Например, появились смартфоны, начался коронавирус — рынок резко трансформировался, условия труда стали совсем другими. Однако на самом деле каждое такое событие — лишь катализатор уже накопившихся сдвигов. Объясню на примере. Самое большое изменение экономики в результате ковида — это массовое распространение удаленного формата работы. Оно стало возможным благодаря двум факторам. Первый — люди, которые не привязаны к офису. До начала эпидемии на удаленке работал один миллион человек. Большинство из них — фрилансеры или аутсорсеры, которые работали из дома или на временном месте в офисе заказчика. Например, стилист, который приезжал к клиенту.



Второй фактор — развитие технологий. Изменения сегодняшнего дня обусловлены тем, что за 20 лет до пандемии начали появляться устройства видеосвязи. За восемь лет до пандемии — все пересели на смартфоны, а еще через три года — в смартфонах появился 4G, который обеспечивает нам мегабиты в секунду с мобильного устройства. Если у человека быстрый беспроводной интернет, он может просто сидеть в парке и спокойно работать с ноутбука или телефона. Таким образом, экономика и технологии были готовы к внедрению удаленки. Такой формат работы все равно пришел бы к нам и стал массовым, просто медленнее.

Любая крупная трансформация — результат нескольких достижений прогресса.

Источник:

[«Мы уже знаем, что будет менять наше поведение следующие 10 лет»](#)

Озон открывает в Домодедове новый фулфилмент-центр

Corp.ozon.ru, 20.09.2024

/новость

Озон запускает в Домодедове первую очередь нового логистического комплекса, площадь которой составляет 40 тыс. кв.м. по полу. В декабре Озон запустит вторую очередь и вдвое увеличит площадь объекта.



С выходом на полную мощность комплекс сможет обрабатывать более 900 тыс. заказов в сутки и размещать порядка 30 млн товаров. Инвестиции компании в оборудование и IT-инфраструктуру собственной разработки превышают 4,8 млрд руб.

С запуском фулфилмент-центра в Домодедове логистическая сеть компании в Московской области превысит 800 тыс. кв. м.

Источник:

[Озон открывает новый фулфилмент-центр в Домодедове](#)

СДЭК запустил собственные дарксторы

Retail.ru, 20.09.2024

/новость

Дарксторы СДЭК будут занимать площадь от 3 до 30 кв. м при ПВЗ. Владельцы бизнесов смогут хранить в них небольшие партии товаров, собирать онлайн-заказы и оперативно доставлять их своим клиентам в том же или другом ПВЗ.

В большинстве случаев заказ можно будет получить в тот же день, если он поступил в ПВЗ до 16 часов. На данный момент в городах России и СНГ открыто более 600 дарксторов СДЭК.



Источник:

[СДЭК запустил собственные дарксторы](#)

Оzon запускает страховой полис для транспортных компаний

Corp.ozon.ru, 18.09.2024

/новость

Оzon вместе с СК «Пари» запускает страховой полис для транспортных компаний. Перевозчики, подключенные к сервису «Вози Ozon», могут застраховать риски утраты и повреждения грузов на 40% дешевле аналогов.

Весь процесс оцифрован. Как подчеркивают в компании, это первая на рынке возможность оформить и получить полис с покрытием до 10 млн руб., не выходя из дома.

Компания обещает вскоре запустить КАСКО и медицинскую страховку для водителей большегрузов, а также линейку продуктов для продавцов и владельцев ПВЗ.



Источник:

[Ozon запустил первый страховой продукт](#)

В структуре продаж М.Видео-Эльдорадо доля маркетплейса — около 5%

New-retail.ru, 17.09.2024

/новость

Глава дирекции электронной коммерции М.Видео-Эльдорадо Александра Иванченко в большом интервью New-Retail рассказала, как развиваются онлайн-каналы продаж компании.

- Клиентский сервис — это значимая часть успеха еком-продаж. В нашей компании клиентский сервис — это отдельное подразделение, которое структурно принадлежит блоку розничных продаж, отслеживающему возвраты, брак, претензии, обратную связь во всех каналах продаж.
- В прошлом году общие продажи (GMV) Группы выросли на 11% год к году до 540 млрд руб. (с НДС), а общие онлайн-продажи составили 71% GMV, увеличившись на 18% до 386 млрд руб. (с НДС). В этом году мы также продолжаем показывать позитивную динамику. Общие продажи (GMV) в I полугодии 2024 года показали рост на 13% до 247 млрд руб. (с НДС), а общие онлайн-продажи компании выросли на 16,7% год к году.
- По итогам 2023 года продажи на собственном маркетплейсе электроники увеличились более, чем в два раза к 2022 году. В I полугодии 2024 года рост продолжился и год к году составил 31% на фоне продолжающегося роста количества селлеров и расширения доступного ассортимента.
- В общей структуре продаж группы М.Видео-Эльдорадо доля маркетплейса составляет около 5%, а если брать совокупно все наши онлайн-продажи, то это около 10%.
- Мы представлены на всех крупных маркетплейсах страны — Wildberries, Мегамаркете, Яндекс Маркете и на Ozon. Для нас они являются дополнительным каналом доступа к клиентам, то есть сейчас маркетплейсы — это те же самые торговые центры с постоянным покупательским трафиком, только в онлайн-пространстве.
- Что еще нас выгодно отличает от маркетплейсов – наши магазины фактически являются самокупаемыми ПВЗ. То есть они эффективно торгуют и в розницу, и в формате выдачи заказов.
- Доля заказов с использованием розничной инфраструктуры у нас стабильно находится на уровне 90% от общей суммы заказов. В первом полугодии этого года структура заказов по каналам выдачи немного изменилась – выросла доля самовывоза с 23% до 27%.



Источник:

[Александра Иванченко, М.Видео-Эльдорадо: «Мы планируем развивать екомм, но не планируем сокращать офлайн»](#)

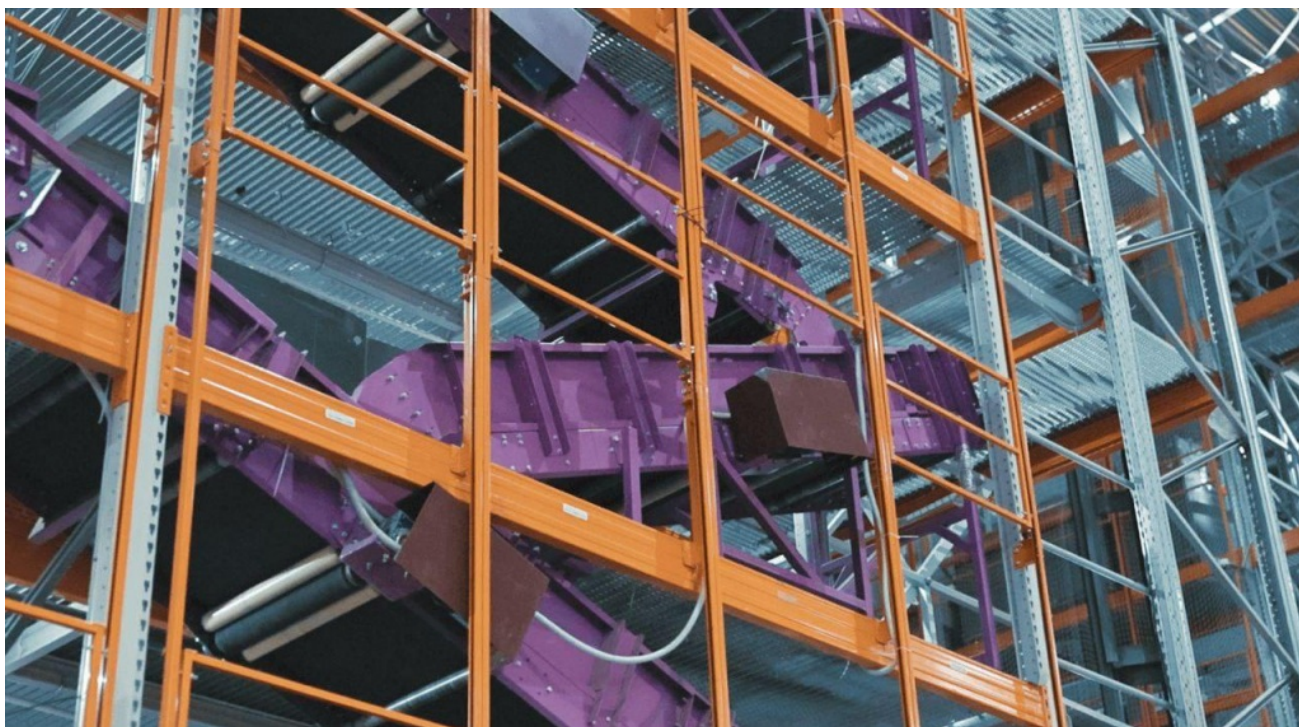


Wildberries запускает направление по автоматизации складов для бизнеса

Т.ме, 16.09.2024

/новость

Wildberries начинает предоставлять услуги по автоматизации складов под брендом WB Automation. Компания предлагает B2B-клиентам решения, основанные как на собственных технологиях Wildberries, так и на партнерских продуктах, адаптированных для российского рынка.



Клиенты WB Automation могут выбрать комплексный набор услуг или решать отдельные задачи. Решения WB Automation рассчитаны не только на маркетплейсы или ритейл, но и на широкий круг компаний, которые хотят повысить эффективность своих складов.

«За последние 2 года нам удалось существенно улучшить количественные и качественные показатели логистических центров, ускорив процесс сортировки более чем в 4 раза. В ближайшее время нам предстоит автоматизировать более 20 новых складов Wildberries и дооснастить передовым оборудованием существующие», — комментирует Андрей Ульянов, директор по автоматизации Wildberries.

Источник:

[Wildberries запускает направление по автоматизации складов для бизнеса](#)

Банк Русский Стандарт: 47% покупок россиян летом пришлось на онлайн

Rsb.ru, 18.09.2024

/исследование

По данным эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, 53% от общего числа покупок летом текущего года пришлось на офлайн, а 47% — на онлайн. Средний чек в офлайне оказался на 27% выше, чем в онлайн: 1 797 руб. против 1 415 руб., соответственно.

В офлайне в число самых популярных категорий трат в зависимости от числа покупок летом текущего года вошли супермаркеты (средний чек 572 руб.), точки быстрого питания (средний чек 431 руб.) и автомойки (средний чек 118 руб.).

В онлайн-летом лидировали супермаркеты (средний чек 365 руб.), активный отдых и развлечения, в том числе, прокат спортивного инвентаря, электросамокатов и пр. (124 руб.) и магазины детской одежды (средний чек 1 737 руб.).



Источник:

Банк Русский Стандарт: 53% покупок россиян летом пришлось на офлайн

СДЭК: Каждый третий россиянин ходит в ПВЗ каждую неделю

Т.ме, 16.09.2024

/исследование

СДЭК опросил своих клиентов и выяснил, что большинство забирают заказы рядом с домом, а каждый десятый предпочитает ПВЗ рядом с работой.

- 8% респондентов выбирают ПВЗ на остановке по дороге, 3,3% — рядом с детским садом или школой.
- Более 40% готовы пройти до пункта выдачи не более 1 км, а каждый пятый — до 3 км.
- Посещение ПВЗ занимает около 15 минут.
- Оптимальный срок доставки для каждого второго россиянина — 4 дня, для 26% — неделя, для 20% — 2 дня.



Источник:

[Каждый третий россиянин ходит в пункты выдачи заказов каждую неделю](#)

Весь мир:

Объем трансграничной e-commerce Китая вырос на 10,5% в I полугодии 2024 г.

Chinadaily.com.cn, 20.09.2024

/новость

По состоянию на июнь количество зарегистрированных таможеней предприятий трансграничной электронной коммерции в Китае достигло 78 811, что означает увеличение на 20,81% с конца 2023 года.

По данным Министерства коммерции, объем трансграничной электронной торговли Китая вырос более чем в 10 раз за последние 5 лет. В первой половине 2024 года объем трансграничного импорта и экспорта в сфере электронной торговли Китая составил 1,22 трлн юаней (\$172,7 млрд). Показатель увеличился на 10,5% в годовом исчислении, превысив общий темп роста внешней торговли Китая на 4,4 п.п.



Источник:

[E-commerce enterprises punching above weight](#)

Wildberries строит в Казахстане логистические центры

Fintech-retail.com, 19.09.2024

/новость

В Алматинской области и Астане продолжается строительство двух логистических хабов Wildberries общей площадью около 269 тыс. кв. м. Они будут достроены в срок и введены в эксплуатацию во второй половине 2025 года.

Площадь будущего склада в Алматинской области составит около 103 тыс. кв. м, его запуск запланирован на III кв. 2025 года. Ожидается создание 4000 рабочих мест. В Астане будет построен склад площадью около 166 тыс. кв. м. Открытие ожидается в IV кв. 2025 года, число рабочих мест составит 6000.

По данным компании, к концу августа 2024 года количество активных продавцов из Казахстана на платформе увеличилось на 33% по сравнению с предыдущим годом.



Источник:

[Wildberries запустит логистические центры в Казахстане в срок](#)

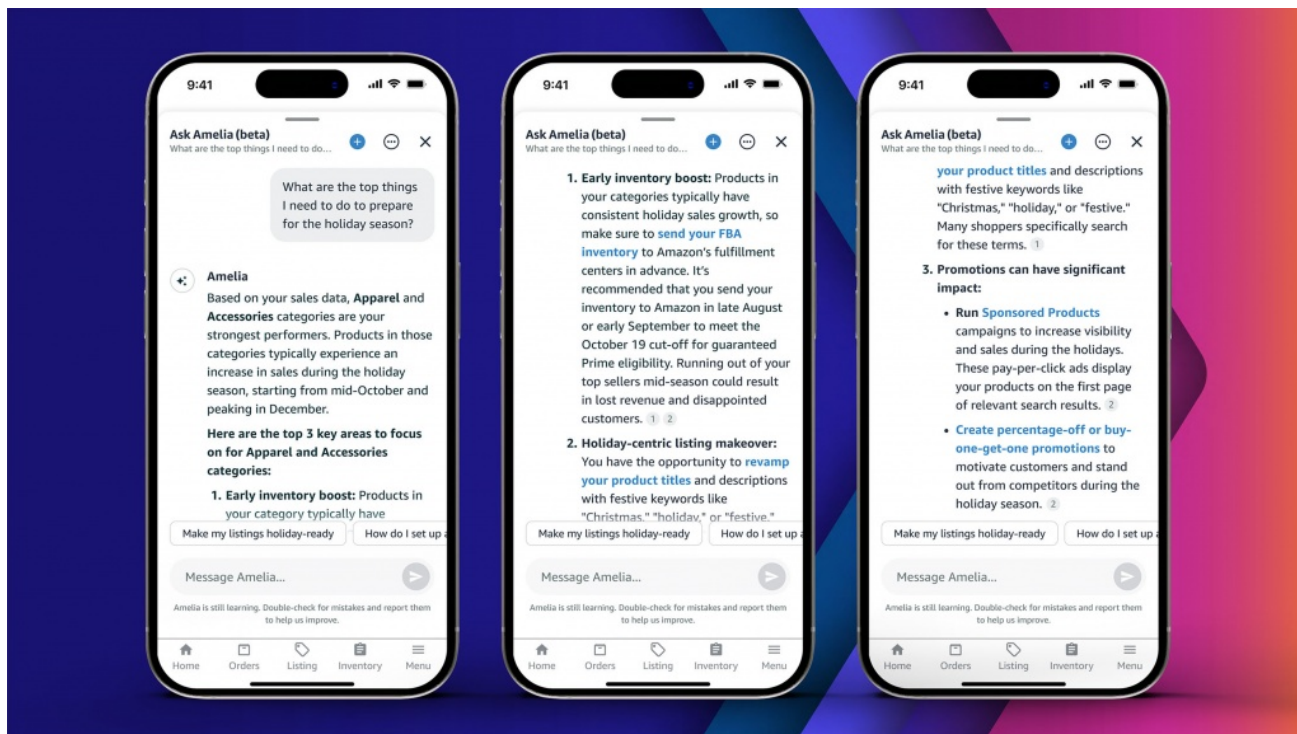
Amazon представил ассистента на базе ИИ для продавцов

Aboutamazon.com, 19.09.2024

/новость

Amazon представил в бета-версии нового личного помощника для продавцов на базе генеративного искусственного интеллекта под кодовым названием Project Amelia.

Project Amelia предоставляет продавцам универсального эксперта по продажам на основе ИИ, который всегда доступен, чтобы предоставить ответы, советы и инструменты.



Продавцы просто задают Project Amelia вопрос и получают ответ с точной информацией и рекомендациями, что позволяет более легко и эффективно управлять бизнесом. Project Amelia может предлагать персонализированную информацию и поддержку, доступную на любой странице Seller Central в любое время.

По мере развития Amelia будет предоставлять более персонализированный опыт и получит все больше возможностей не только общаться с продавцами, но и предугадывать их потребности, предпринимать действия и решать проблемы от их имени.

Источник:

[Amazon launches a powerful new generative AI-based selling assistant codenamed Project Amelia](#)

Yandex Uzbekistan запустил в Ташкенте премиальный сервис Ultima

Kapital.uz, 18.09.2024

/новость

Новый сервис позволяет заказывать поездки на автомобилях представительского класса в тарифе Premier и доставку блюд из авторских ресторанов города. Ultima уже доступен в приложении Yandex Go для пользователей в Ташкенте.

Блюда доставляются опытными курьерами с высоким рейтингом. Среднее время доставки составляет около 30 минут. Каждое блюдо собрано в уникальную упаковку, сохраняющую его вкус, свежесть и температуру.

Пользователям будет доступна приоритетная поддержка, которая включает в себя отслеживание заказа на каждом этапе и ускоренное решение всех возникающих вопросов.



Источник:

[Yandex Uzbekistan запустил в Ташкенте премиальный сервис Ultima](#)

Shein и Zara развивают шопинг в прямых эфирах

Emarketer.com, 18.09.2024

/НОВОСТЬ

Согласно исследованию eMarketer и Bizrate Insights, 24% потребителей в США просматривали или совершали покупки во время трансляций в прямом эфире, по сравнению с 16% годом ранее.

Shein демонстрирует свои новые осенние и зимние коллекции одежды в прямом эфире. В 90-минутном шоу клиенты Shein будут моделировать одежду. Это будет третий показ мод ритейлера в прямом эфире.

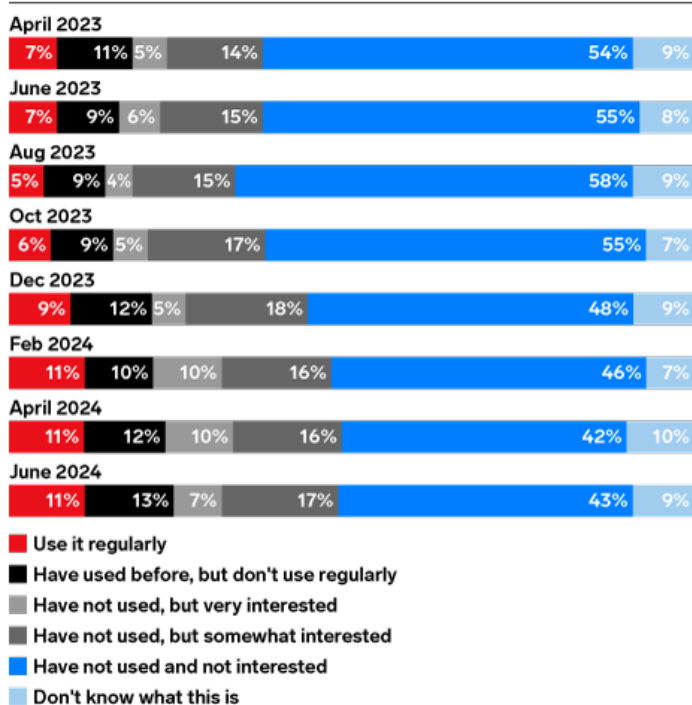
Zara, принадлежащая Inditex, вскоре начнет проводить торговые шоу Zara Streaming для клиентов в США, Великобритании, Канаде и на некоторых европейских рынках после успеха этого формата в Китае. Ритейлер планирует проводить эфиры исключительно в своем приложении и на веб-сайте, пытаясь обеспечить максимальный контроль над эстетикой, а также привлечь больше покупателей на свои каналы.

Источник:

[Shein and Zara's pushes into livestream shopping show the channel is gaining momentum](#)

How Interested Are US Adults in Livestream Shopping*?

% of respondents, April 2023-June 2024



Note: numbers may not add up to 100% due to rounding; *buying a product/service via a live, online stream on a website or social platform
Source: "The EMARKETER Ecommerce Survey" conducted in June 2024 by Bizrate Insights, June 27, 2024

286844

EM EMARKETER

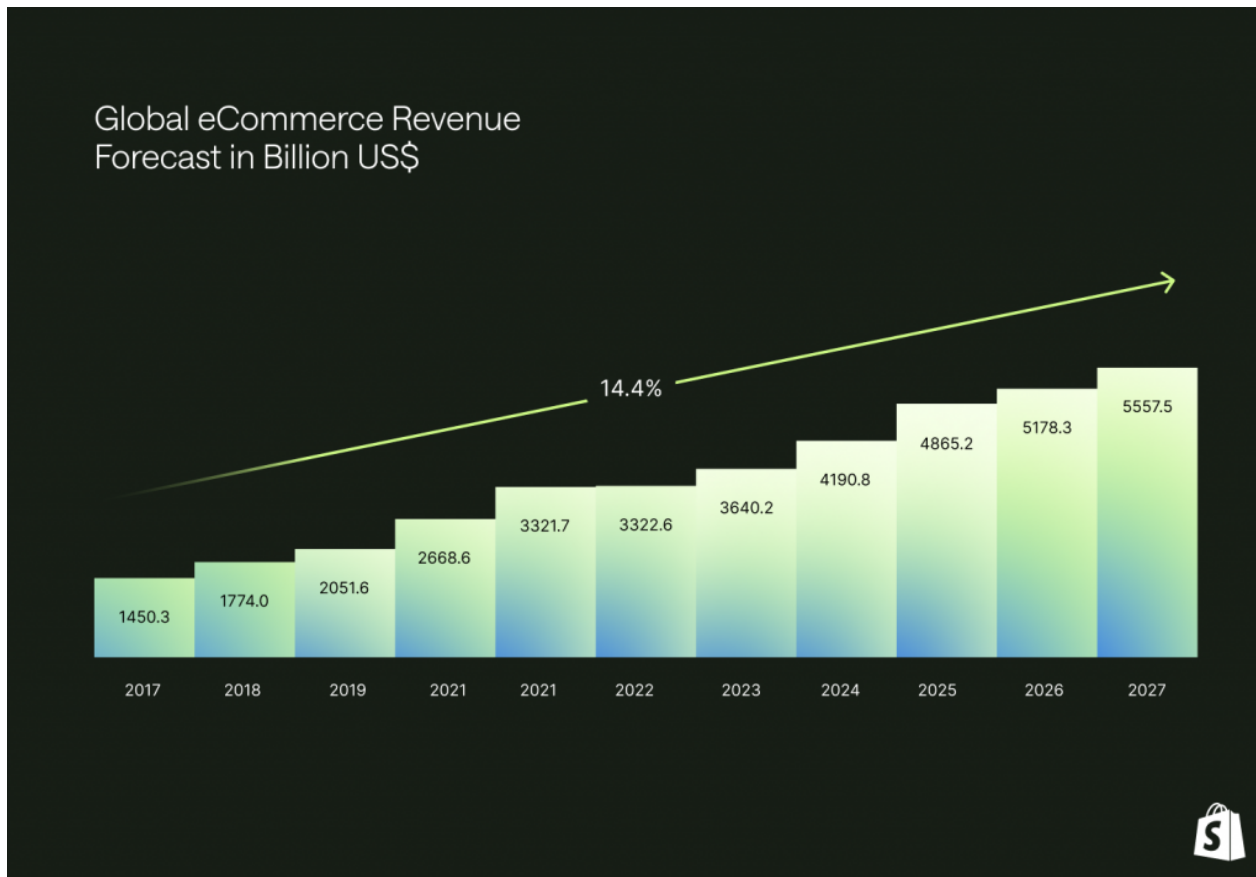


Shopify: Тренды рынка e-commerce на 2025 г.

Shopify.com, 16.09.2024

/исследование

По данным Shopify, в 2024 году около 2,71 млрд потребителей будут совершать покупки онлайн. В 2025 году мировой рынок электронной коммерции составит \$4,8 трлн. В ближайшие несколько лет эта цифра будет расти. К 2027 году около 23% общего объема розничных продаж будет осуществляться онлайн.



Тренды e-commerce:

1. Давление глобальной инфляции.
2. Рост мобильной коммерции (m-commerce): в 2024 году она достигнет \$558 млрд или 7,6% от общего объема розничных продаж.
3. Новое сочетание маркетинговых каналов. Социальная коммерция была в центре внимания, однако все более популярен шопинг в стримах.
4. Цепочка поставок медленно стабилизируется.
5. Быстрая доставка для всех, независимо от того, где находится клиент.
6. Онлайн-возвраты растут вместе с электронной коммерцией.
7. Улучшение управления персоналом с помощью ИИ.
8. Рост продаж в Китае и Азиатско-Тихоокеанском регионе. Рынок электронной коммерции в Китае остается мировым лидером. Рынок Индии также переживает устойчивый рост.

Источник:

[Global Ecommerce Statistics: Trends to Guide Your Store in 2025](#)

Кейс:

Сейчас у ВкусВилла — более 190 дарксторов

Vc.ru, 16.09.2024

/кейс

Доставке ВкусВилла исполнилось пять лет. Компания [рассказала](#), почему до сих пор привозит продукты бесплатно и без минимальной суммы заказа.

В 2019 году ВкусВилл доставлял около 3000 заказов в день. За 2020 год доставили 9,4 млн заказов, а в 2023 году — 107,7 млн заказов. Когда объемы доставки выросли, начали развивать собственную сеть дарксторов. Площадь одной точки — около 500–1500 м², а в смене работает 20–25 сборщиков. За 2021 год было открыто более 100 «тёмных магазинов» ВкусВилла, которые работали только на доставку.



Сейчас у ВкусВилла более 190 дарксторов, которые обрабатывают 80% заказов на доставку — более 300 тыс. заказов в сутки. Также благодаря дарксторам радиус доставки вырос до 100 км от Москвы.

Онлайн открыл для ВкусВилла новые возможности: на онлайн-полке «Супермаркет» появились товары популярных брендов, а не только СТМ ВкусВилла, а еще подключили партнеров. В обычных магазинах доступно около 4000 товаров и средний чек — 600 руб., а в доставке — больше 12 тыс. позиций и средний чек составляет 1400 руб.

Каждый даркстор уникален по ассортименту и площади. Есть умные тележки, чтобы сборщику не приходилось искать кассу или ближайший терминал — он берет товар и сразу сканирует его. Один большой заказ могут собирать два человека одновременно. Среднее время сборки заказа в дарксторе — 5 минут.

Бесплатная доставка повысила лояльность покупателей стали чаще ею пользоваться большие объемы помогли сохранить доставку бесплатной.

Источник:

[Доставке ВкусВилла исполнилось пять лет. Рассказываем, почему мы до сих пор привозим продукты бесплатно и без минимальной суммы заказа](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

Цифровой опыт клиента в М.Видео-Эльдорадо

В гостях — директор по маркетингу и цифровому опыту М.Видео/Эльдорадо Василий Большаков.

Как устроен маркетинг компании, как строится клиентский опыт, как работает программа лояльности и как происходит конкуренция с крупными маркетплейсами.

Смотреть: [YouTube](#) | [RuTube](#)

Слушать: [Podcast.ru](#)

A blue rectangular box with a gradient from dark blue at the top to light blue at the bottom. The text ".Digital Voice" is centered in white.

.Digital Voice

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.

