

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 34

23 Сентября 2024 - 29 Сентября 2024

В выпуске:

Россия:

Wildberries представила раздел «Тренд» для товаров популярных брендов

Яндекс Лавка запустила доставку из аптек

Оборот региональных витрин Ozon за полугодие вырос в 2,3 раза

Авито запустит отдельное пространство для предпринимателей

Яндекс выделяет собственные бренды Маркета в отдельное направление

Wildberries объединяет в единую сеть все партнерские ПВЗ

Заказы Lamoda выдадут в ПВЗ Яндекс Маркета

СДЭК: Россияне часто делают онлайн-покупки в мобильных приложениях

Весь мир:

Крупнейшие торговые интернет-площадки Казахстана — рейтинг Forbes

В Беларуси началось строительство крупного комплекса Wildberries

Эксперты назвали препятствия для развития онлайн-ритейла в Узбекистане

Онлайн-продажи в Нидерландах выросли на 6% в I полугодии 2024 г.

Товары из Кыргызстана появятся на Pinduoduo

Рынок быстрой коммерции в Индии составит \$3,3 млрд в 2024 г.

ECDB: Продажи маркетплейса Temu достигнут \$29,5 млрд в 2024 г.

Adobe: В праздники американцы потратят онлайн рекордные \$240,8 млрд



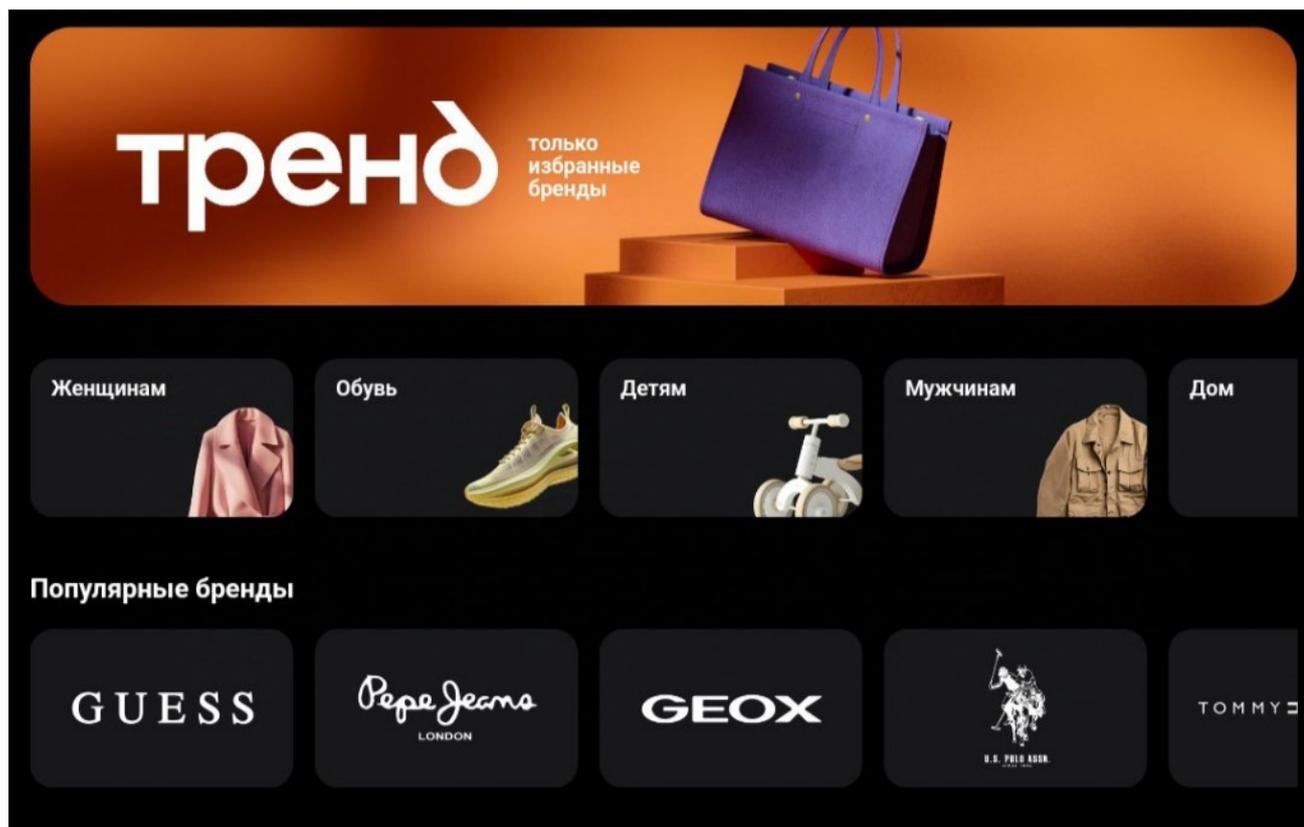
Россия:

Wildberries представила раздел «Тренд» для товаров популярных брендов

Т.ме, 26.09.2024

/новость

В него войдут оригинальные товары известных брендов одежды, обуви и других категорий от продавцов, которые подтвердили свои права на реализацию официальными документами.



Продавец для попадания в раздел должен получить отметку «Оригинал». Она присваивается производителям товаров известных брендов, их официальным дистрибьюторам и дилера после проверки документов.

По данным Wildberries, 39% клиентов маркетплейса активно ищут оригинальные брендовые товары онлайн.

Источник:

[Тренд, за которым хочется следить](#)

Яндекс Лавка запустила доставку из аптек

Retail.ru, 26.09.2024

/новость

В Яндекс Лавке теперь могут приобрести лекарства с быстрой доставкой от 15 минут. Новая опция уже доступна в Москве, а до конца года появится в некоторых городах присутствия сервиса.

В приложении доступны товары из аптек сетей «36,6» и «Горздрав» — около 3 тыс. наименований. Среди них только безрецептурные препараты. Курьер забирает весь заказ или некоторые его товары не из даркстора сервиса, а из дополнительной точки по пути к клиенту. В будущем сервис планирует развивать этот сценарий.



Источник:

[Яндекс Лавка запустила доставку из аптек](#)

Оборот региональных витрин Ozon за полугодие вырос в 2,3 раза

Т.ме, 26.09.2024

/новость

Ozon активно развивает проект «Сделано в России», запущенный в 2022 году в сотрудничестве с региональными властями и центрами «Мой бизнес». На маркетплейсе представлены разделы шестнадцать регионов России.

По итогам первой половины 2024 года, на региональных витринах было представлено более 2,1 млн товарных позиций от более чем 2,5 тыс. локальных брендов. В 2024 году покупатели приобрели более 17 млн товаров, представленных на региональных витринах. Оборот увеличился в 2,3 раза к аналогичному периоду прошлого года. Пики спроса пришлись на март и июнь 2024 года.



Источник:
[Ozon HQ](#)

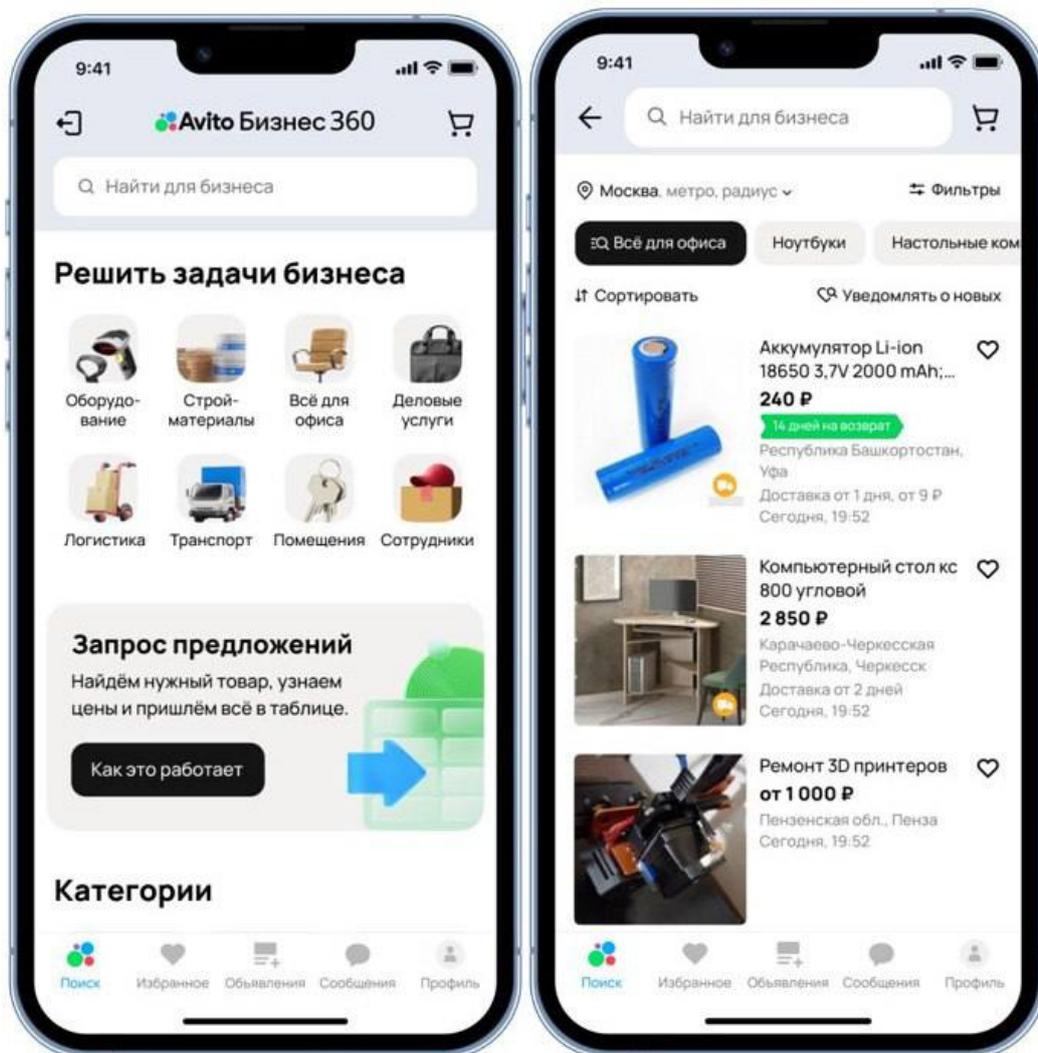


Авито запустит отдельное пространство для предпринимателей

Т.me, 26.09.2024

/новость

Авито запускает в пилотном режиме сервис для бизнеса «Avito Бизнес 360». Он объединит в себе весь существующий ассортимент Авито из разных вертикалей и расширит его новыми решениями, с нуля разработанными командой Авито под потребности российского бизнеса.



С помощью сервиса предприниматели смогут решить основные задачи. В разделе товаров собраны ключевые группы для разных видов деятельности. В сервисе будут доступны услуги для бизнеса, поиск сотрудников, предложения по продаже и аренде коммерческой недвижимости, а также транспорта.

Новое пространство доступно в тестовом формате и с ограниченной функциональностью для части аудитории в приложении Авито, а до конца года появится для всех пользователей в мобильном приложении.

Источник:

[Авито запустит отдельное пространство «Avito Бизнес 360» для предпринимателей](#)

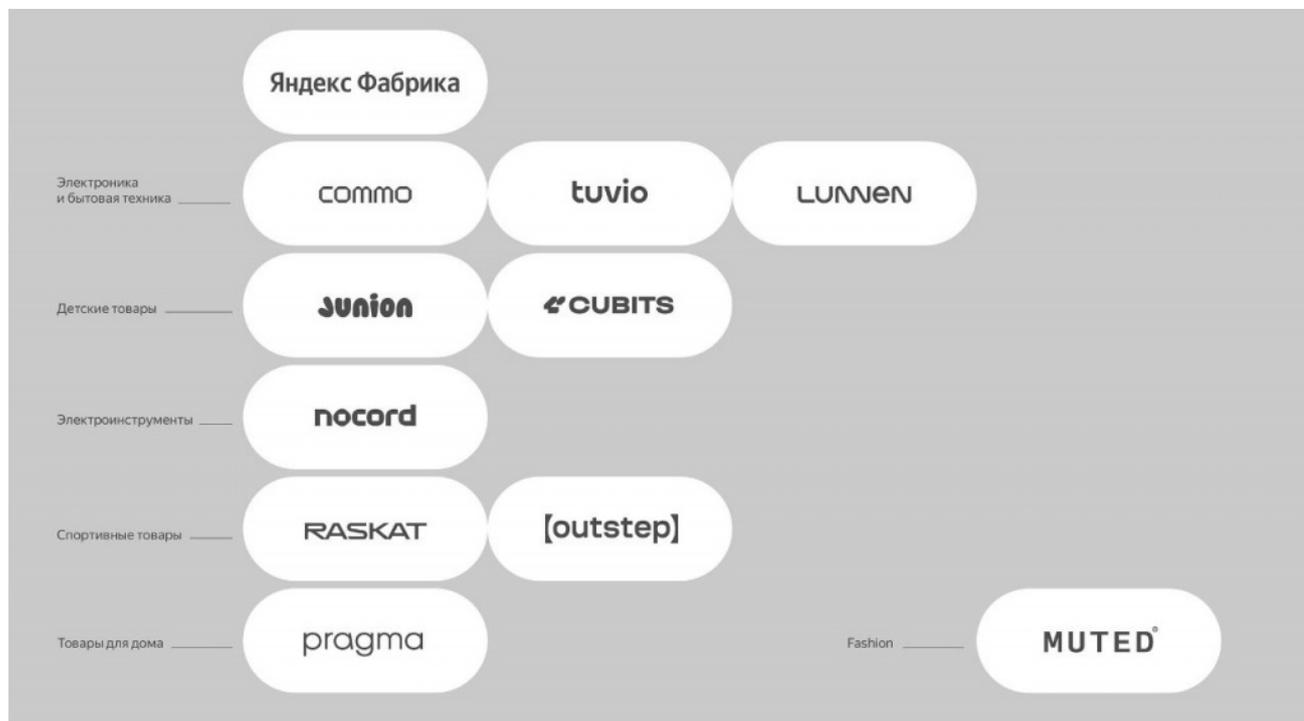


Яндекс выделяет собственные бренды Маркета в отдельное направление

Yandex.ru, 24.09.2024

/новость

Собственные бренды Яндекс Маркета станут самостоятельным бизнес-направлением внутри Яндекса. Под названием Яндекс Фабрика оно войдет в состав бизнес-группы Электронной коммерции, Райдтехы и Доставки.



Команда направления продолжит создавать товары и устройства под уже существующими и новыми брендами. Новая компания продолжит тесно сотрудничать с Яндекс Маркетом.

Сервис создал 10 брендов и выпустил более 2000 товаров для детей и дома, аксессуаров и электроники, строительных инструментов. Во II кв. 2024 года объем продаж собственных брендов на маркетплейсе вырос на 81% по сравнению с I кв. а само направление демонстрирует положительную операционную прибыль.

Источник:

[Яндекс выделяет собственные бренды Маркета в отдельное бизнес-направление](#)

Wildberries объединяет в единую сеть все партнерские ПВЗ

Т.ме, 23.09.2024

/новость

Wildberries на протяжении нескольких лет тестировала разные подходы к организации пунктов выдачи заказов и теперь объединяет лучшее от каждой из программ в одно целое. В новую объединенную структуру войдут более чем 35,5 тыс. пунктов выдачи.

В рамках единой партнерской программы будет обновлено ПО и приложения для работы менеджеров и партнеров, модернизирован сервис личного кабинета, усилена работа поддержки, расширена система кураторства для каждого региона.

Объединение всех партнерских ПВЗ позволит использовать лучшие наработки каждого из проектов и повысить общую эффективность, отмечают в компании.



Источник:

[Wildberries объединяет все партнерские ПВЗ в единую сеть](#)

Заказы Lamoda выдадут в ПВЗ Яндекс Маркета

Kommersant.ru, 23.09.2024

/новость

Lamoda заключила логистическое партнерство Яндекс Доставкой, которая возьмет на себя логистику товаров — их начнут доставляться в пункты выдачи заказов (ПВЗ) Яндекс Маркета, пишет «Ъ».

В сентябре к программе подключатся точки в 600 городах. Ритейлеру это позволит развиваться в локациях с низкой плотностью заказов, а Яндекс Маркету — добиться увеличения доходности ПВЗ.



Источник:

[Пунктам выдачи добавили партнера](#)

СДЭК: Россияне часто делают онлайн-покупки в мобильных приложениях

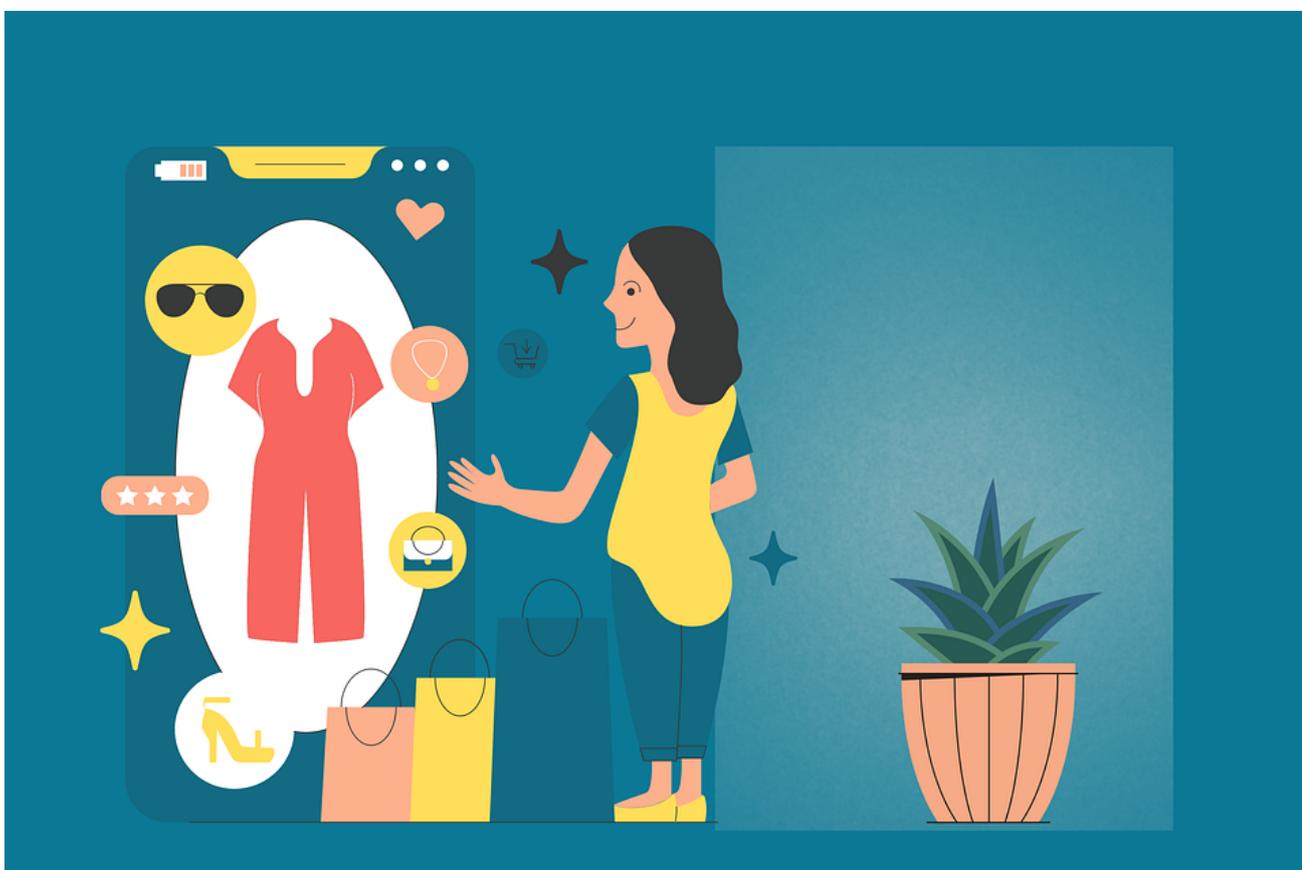
Retail.ru, 26.09.2024

/исследование

По данным СДЭК, треть опрошенных россиян совершают покупки онлайн от 2 до 4 раз в месяц. Каждый пятый покупает что-то в интернете 2–3 раза в неделю, а каждый десятый — каждый день. Лишь 1% респондентов вовсе не совершают онлайн-покупок.

Чаще всего пользователи покупают товары в мобильных приложениях — 27% респондентов. Для 24% опрошенных не важно, где была совершена покупка. За использование только сайтов проголосовали 7%, а только мобильных приложений — 15%.

Основная причина выбора мобильных приложений для онлайн-шопинга — удобство и высокая скорость совершения покупки, когда «все под рукой». При этом 31% считают, что все зависит от интерфейса конкретного приложения или сайта, и готовы ориентироваться только на этот критерий.



Источник:

[СДЭК: чаще всего россияне совершают покупки в мобильных приложениях](#)

Весь мир:

Крупнейшие торговые интернет-площадки Казахстана — рейтинг Forbes

Forbes.kz, 26.09.2024

/НОВОСТЬ

[Топ KZ Retail e-commerce 2024 от Forbes](#) — это ренкинг крупнейших казахстанских интернет-магазинов и торговых площадок по объему выручки от онлайн-продаж по итогам полного календарного 2023 года. В учет принимаются не компании, а непосредственно сами интернет-площадки.

1. Kaspi Магазин с выручкой за 2023 год на уровне \$3 287,7 млн. В 2023 году ассортимент вырос до 4 млн товаров, количество устройств Kaspi Postomat в сети достигло 4372.
2. Kaspi Travel с выручкой за 2023 год в размере \$773,7 млн.
3. Wildberries.kz с выручкой за 2023 год на уровне \$613,7 млн. В 2024 году в Индустриальной зоне Алматы началось строительство нового логистического распределительного центра Wildberries площадью свыше 100 тыс. кв.
4. Halykmarket.kz с выручкой за 2023 год в размере \$140,1 млн. За 2023 год Halyk Market продемонстрировал рост по количеству заказов в 2,8 раза.
5. Aviata.kz с выручкой в 2023 году на уровне \$122,8 млн.



Ozon.kz поднялся на 11 место с выручкой \$59,2 млн в 2023 году. Число предпринимателей из Казахстана, которые реализуют свои товары на Ozon, выросло в 4,6 раза, число покупателей выросло более чем в 6 раз, количество заказов — в 16 раз.

Источник:

[50 крупнейших торговых интернет-площадок Казахстана — 2024](#)

В Беларуси началось строительство крупного комплекса Wildberries

Realt.by, 26.09.2024

/новость

Под Минском началась активная стадия строительства логистического комплекса Wildberries., который разместится в белорусско-китайском индустриальном парке «Великий камень» и займет 140 тыс. кв. м.

Распределительный центр строится на участке, который находится в частной собственности Wildberries. Сделка по его продаже стала одной из самых крупных в истории парка. Маркетплейс уже владеет 3 центрами в Минске, Минской области и Гомеле, сейчас их общая площадь превышает 20 тыс. кв. м.



Источник:

[Размером с три гигантских молла. Под Минском начинается стройка логистического центра Wildberries](#)

Эксперты назвали препятствия для развития онлайн-ритейла в Узбекистане

Anhor.uz, 25.09.2024

/новость

В Ташкенте состоялся круглый стол на тему «Узбекистан: меры по дальнейшему развитию сферы электронной коммерции».

Участники признали огромный потенциал Узбекистана для развития электронной торговли. Тем не менее, эксперты выделили несколько препятствий, тормозящих развитие онлайн-ритейла в стране:

- Непрозрачность законодательства. Законодательство об электронной коммерции не связано должным образом с правилами розничной торговли и нормативами, касающимися платежных систем.
- Валютное регулирование и налогообложение. Компании сталкиваются с трудностями в проведении финансовых операций из-за сложных и непредсказуемых налоговых ставок, а также ограничений в области валютных операций.



Источник:

[Как прошел круглый стол, посвященный развитию электронной коммерции в Узбекистане](#)

Онлайн-продажи в Нидерландах выросли на 6% в I полугодии 2024 г.

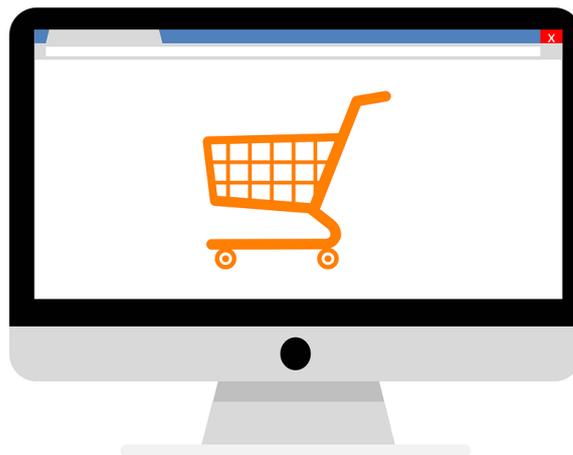
Ecommercenews.eu, 24.09.2024

/новость

В первой половине 2024 года потребители в Нидерландах потратили на онлайн-торговлю 17,5 млрд евро, что на 6% больше, чем за тот же период 2023 года, хотя количество приобретаемых товаров сократилось. Рост в основном происходит за счет таких услуг, как страхование. Почти треть всех розничных расходов сейчас совершается онлайн, хотя общее количество покупок сократилось на 2% до 173 млн.

Рост электронной коммерции в Нидерландах в основном обусловлен услугами (+13%), включая страхование здоровья и ущерба (+27%). Продажи билетов на аттракционы и мероприятия также выросли, отчасти благодаря Олимпийским играм во Франции. Расходы на продукты остались относительно стабильными, при скромном росте на 1%, а количество покупок продуктов сократилось на 4%.

Число покупок, совершенных за пределами Нидерландов, выросло на 6% до 20,3 млн, при этом особой популярностью пользуются китайские интернет-магазины. Онлайн-расходы в зарубежных интернет-магазинах выросли на 16% до 2,3 млрд евро. В первой половине 2024 года голландские потребители совершили 6 млн покупок в Китае, при этом средняя сумма расходов составила 41 евро на покупку. Это значительно ниже, чем в среднем в Нидерландах (101 евро) или других европейских странах, таких как Германия (110 евро).



Источник:

[Dutch ecommerce in first half of 2024: 17.5 billion euros](#)

Товары из Кыргызстана появятся на Pinduoduo

Fintech-retail.com, 23.09.2024

/новость

Продукция из Кыргызстана будет представлена на китайской онлайн-платформе Pinduoduo, стало известно во время церемонии открытия «Торгового павильона Кыргызской Республики» в Сиане.

В павильоне площадью 200 кв. м на постоянной основе будут продаваться товары из Кыргызстана, а также они будут доступны на других маркетплейсах, таких как Douying и Wechat.



Источник:

[Товары из Кыргызстана появятся на китайской платформе Pinduoduo](#)

Рынок быстрой коммерции в Индии составит \$3,3 млрд в 2024 г.

Economictimes.com, 28.09.2024

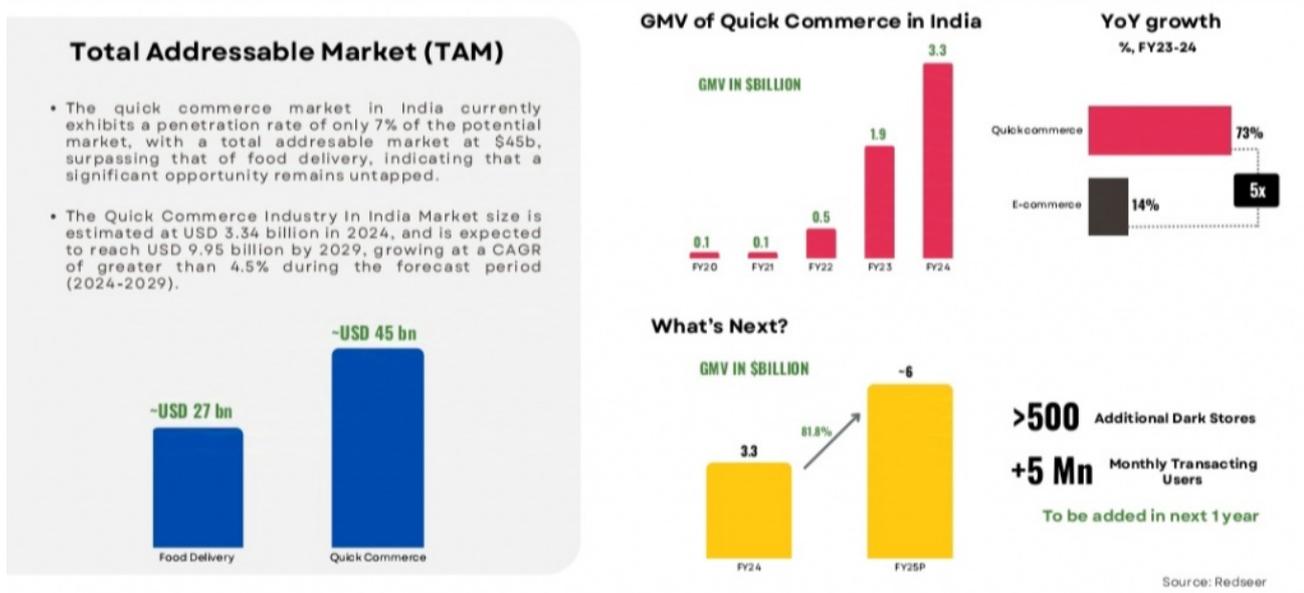
/исследование

Согласно отчету компании Chryseum, индустрия быстрой коммерции в Индии продемонстрировала значительный рост: с \$0,5 млрд в 2022 финансовом году до \$3,3 млрд в 2024 финансовом году.

В отчете отмечается, что, хотя в секторе электронной коммерции Индии ежегодные темпы роста составляют 14%, в 2023-24 финансовом году быстрая торговля росла на впечатляющие 73%. Это подчеркивает значительный сдвиг в поведении потребителей в сторону более быстрых и удобных вариантов доставки.

Рынок быстрой коммерции в Индии в настоящее время оценивается в \$3,34 млрд в 2024 году и, по прогнозам, к 2029 году достигнет \$9,95 млрд.

Quick Commerce (QC) India - Overview



Источник:

[Quick Commerce sale in India surge by 280 per cent over two years: Report](#)



ECDB: Продажи маркетплейса Temu достигнут \$29,5 млрд в 2024 г.

Ecommercedb.com, 25.09.2024

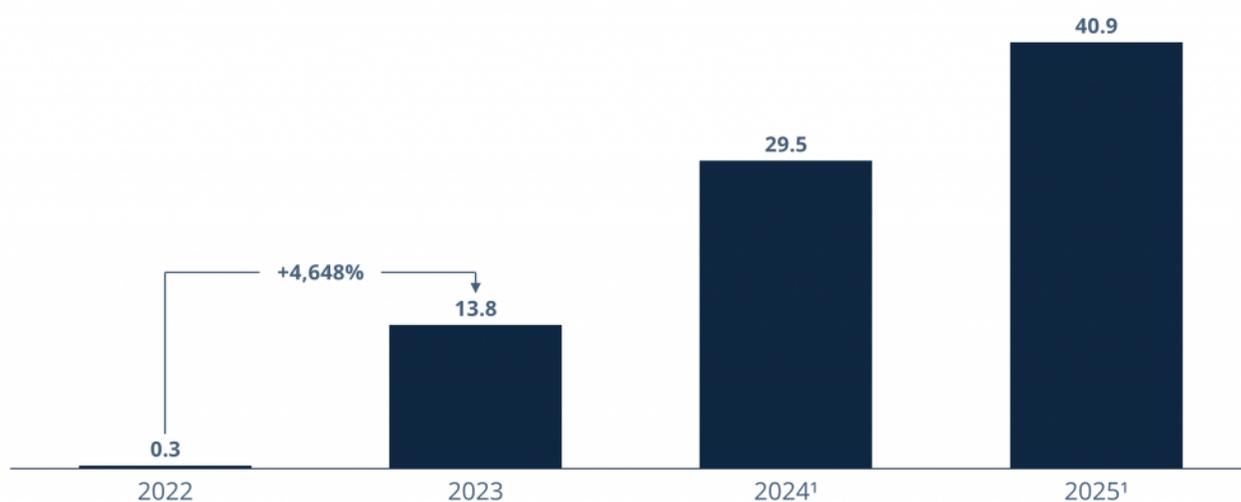
/исследование

Temu функционирует как маркетплейс, аналогичный AliExpress, Walmart и Wish, с упором на недорогие товары. Материнская компания PDD Holdings запустила Temu в сентябре 2022 года. Наибольший на сегодняшний день рост посещаемости сайта и загрузок приложений произошел в мае 2023 года, когда количество загрузок и посещений увеличилось почти вдвое по сравнению с предыдущим месяцем.

Платформа имеет развлекательные функции, такие как геймификация, групповые покупки и социальные рефералы, которые побуждают пользователей проводить больше времени в Temu, чем в других известных приложениях для покупок.

GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV) ON TEMU.COM, 2022-2025

in billion US\$



Notes: (1) Forecast.
Sources: ECDB.

ECDB

По данным ECDB, валовый объем продаж (GMV) Temu в 2022 году составил \$290 млн. Затем активность платформы выросла более чем в 4500 раз по сравнению с прошлым годом и достигла \$14 млрд в 2023 году. По прогнозам ECDB, рост Temu продолжится, в результате чего GMV прогнозируется на уровне \$29,5 млрд в 2024 году и \$41 млрд в 2025 году.

Источник:

[Temu Business Model 2024: How Does Its Marketing Strategy Win in 2024](#)



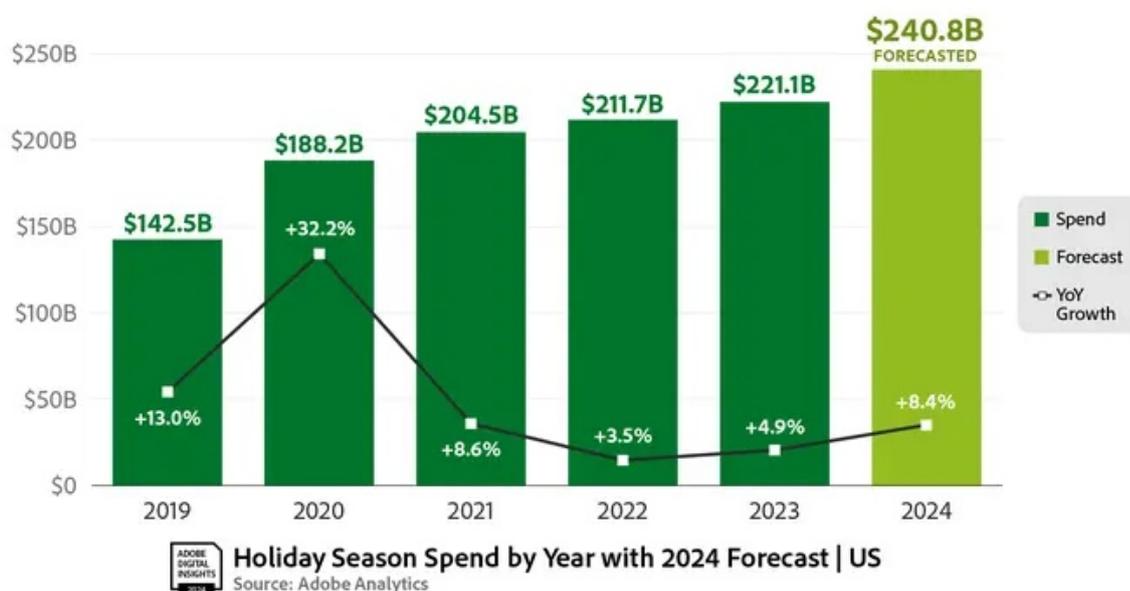
Adobe: В праздники американцы потратят онлайн рекордные \$240,8 млрд

News.adobe.com, 25.09.2024

/исследование

Adobe ожидает, что в этом сезоне праздничных покупок (с 1 ноября по 31 декабря) онлайн-продажи в США достигнут \$240,8 млрд, что на 8,4% больше аналогичного показателя прошлого года.

В сезоне 2023 года покупатели потратили в интернете \$221,8 млрд, при этом рост составил 4,9% в годовом исчислении. Ожидается, что покупки на мобильных устройствах достигнут нового рубежа, принеся рекордные \$128,1 млрд (+12,8% в годовом исчислении) или 53,2% онлайн-расходов в сезоне (по сравнению с покупками на настольных компьютерах).



Ожидается, что Кибернеделя (пятидневный период, включающий День Благодарения, Черную пятницу и Киберпонедельник) принесет онлайн-расходы в размере \$40,6 млрд, (+7%) или 16,9% от общих продаж праздничного сезона. Adobe ожидает, что Киберпонедельник останется крупнейшим днем покупок в сезоне и году, что приведет к рекордным расходам на уровне \$13,2 млрд (+6,1%).

Adobe ожидает в этом сезоне крупных скидок — до 30% от розничных цен, поскольку ритейлеры конкурируют за потребительские доллары. Это соответствует уровню сезона 2023 года.

Источник:

[Adobe Forecasts Record \\$240.8 Billion U.S. Holiday Season Online with Black Friday Growth to Outpace Cyber Monday](#)



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.

