

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 44

02 Декабря 2024 - 08 Декабря 2024

В выпуске:

Россия:

E-COMMERCE WEEKEND 2025

Как, где и почему покупают одежду, лекарства, БАДы, еду, и всё-всё-всё

Wildberries начнет выдавать заказы в газетных киосках

«Золотое яблоко» запустило онлайн-продажи товаров других продавцов

Wildberries позволит возвращать товары в любой ближайший ПВЗ

Сгоряча от ВкусВилла открыл уже 150 кухонь

Wildberries выходит на рынок e-grocery

Ozon открывает в Саратове и Тюмени фулфилмент-центры

Число предпринимателей в e-commerce выросло в 8 раз за 5 лет

Черная пятница опередила День холостяка по среднему чеку онлайн-покупки

Весь мир:

«Самокат» вывел продукцию под СТМ на китайский рынок

На Wildberries растет число армянских предпринимателей

Германия — ведущий европейский рынок для Temu и Shein

Salesforce: Онлайн-продажи в Кибернеделю достигли \$314,9 млрд

Adobe: Во время Cyber 5 американцы потратили онлайн \$41,1 млрд

Ozon начнет доставлять заказы в отделения UzPost



Россия:

E-COMMERCE WEEKEND 2025

Ecomweekend.ru, 06.12.2024

/новость

4 - 9 февраля 2025 EW Club совместно с Data Insight проводит E-COMMERCE WEEKEND — встречу лидеров и экспертов электронной торговли, а также компаний, способствующих развитию ECOM.

Формат сочетает в себе деловую и неформальную части — это выездная конференция, бизнес - игры, яркая event - программа, экскурсии и продуманный нетворкинг в кругу единомышленников в Архызе.

200+ участников — C-level руководители крупных компаний, таких как: Яндекс, Т-Банк, Детский мир, Кант, Braun, Купер.

Программа «Зимняя сказка. EcomWeekend. Глава XIX» состоит из двух частей:



4 - 6 февраля. Путешествие, нетворкинг, сказка

- Активный отдых в приятной компании, хайкинг, фрирайд, 27 км. горнолыжных трасс, катание на снегоходах и вездеходах
- Отдых в спа-комплексе, красивые пейзажи вокруг
- Тематический нетворкинг с играми и обмен опытом в кругу единомышленников

6 - 9 февраля. Конференция, нетворкинг, E-Commerce Party

- Интенсивная деловая программа, известные спикеры, обмен опытом и жаркие дискуссии
- Разнообразные спортивные и экскурсионные активности в сочетании с качественным нетворкингом в течение дня
- E-Commerce Party. Волшебная вечеринка с участием необычных персонажей сказок и легенд

Вы можете поехать с нами с 4 - 9 февраля и получить заряд бодрости, максимальную пользу от деловой программы, отдых на свежем воздухе и в окружении заснеженных вершин, или выбрать одну из программ, которая лучше подходит вам по времени и наполнению.

Источник:

[E-COMMERCE WEEKEND 2025](#)

Как, где и почему покупают одежду, лекарства, БАДы, еду, и всё-всё-всё

Datainsight.ru, 02.12.2024

/новость

28 ноября **партнер Data Insight Федор Вирин** выступил с докладом «Как, где и почему покупают одежду, лекарства, БАДы, еду, и всё-всё-всё» на конференции «Трансформация маркетинга».

Ключевые цифры

- DIY и Fashion — категории, которые больше всего покупают онлайн. В офлайне наиболее высокой остается доля покупок продуктов и лекарств.
- Потребительские миссии изменились. Появились новые (отправить внезапный подарок, заказать еды в гостях), изменился CJM (больше не ездим в магазины по выходным, заказ продуктов переходит от женщины к мужчинам, опора на отзывы), изменились ритейлеры (развитие CRM и программ лояльности, омни-присутствие, появление доставки).
- Онлайн-покупка одежды и обуви: 68% — проникновение онлайн-покупки (55% омни + 13% онлайн).
- Онлайн-покупка продуктов: 71% покупают, чтобы пополнить заказ продуктов. Топ3 категории: молочные продукты (58%), овощи и фрукты (46%), бакалея (46%), мясо/рыба/колбаса (43%).
- Онлайн-покупка аптечных товаров: 54% покупателей аптечных товаров использовали онлайн-канал.
- Онлайн-покупка БАДов и витаминов: БАДы и витамины входят в топ-3 категорий аптечных товаров для покупки онлайн.
- Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов составляет 89%.
- Выбор брендов на маркетплейсах: 84% опрошенных покупали на маркетплейсах, 46% покупают товары новых брендов.



Источник:

Как, где и почему покупают одежду, лекарства, БАДы, еду, и всё-всё-всё

Wildberries начнет выдавать заказы в газетных киосках

Т.me, 06.12.2024

/новость

Wildberries запускает пилотный проект по выдаче заказов в газетных киосках. Для тестирования выбраны 26 объектов в Санкт-Петербурге, Москве, Воронеже и Твери.

Киоски будут функционировать исключительно для выдачи заказов без возможности примерки. Важно, чтобы размер товара не превышал 35х45х38 см. Срок хранения заказа в киоске — 3 дня, максимальная стоимость одного товара не должна превышать 10 тыс. руб. Получить можно будет предоплаченные заказы из всех категорий.

Доставка в киоски будет бесплатной, а ее срок зависит от расположения логистического центра, откуда осуществляется отгрузка товара. Оформить возврат можно на любом пункте выдачи заказов маркетплейса или вызвать курьера.



Источник:

[Wildberries запустит выдачу заказов в газетных киосках](#)

«Золотое яблоко» запустило онлайн-продажи товаров других продавцов

Shoppers.media, 04.12.2024

/новость

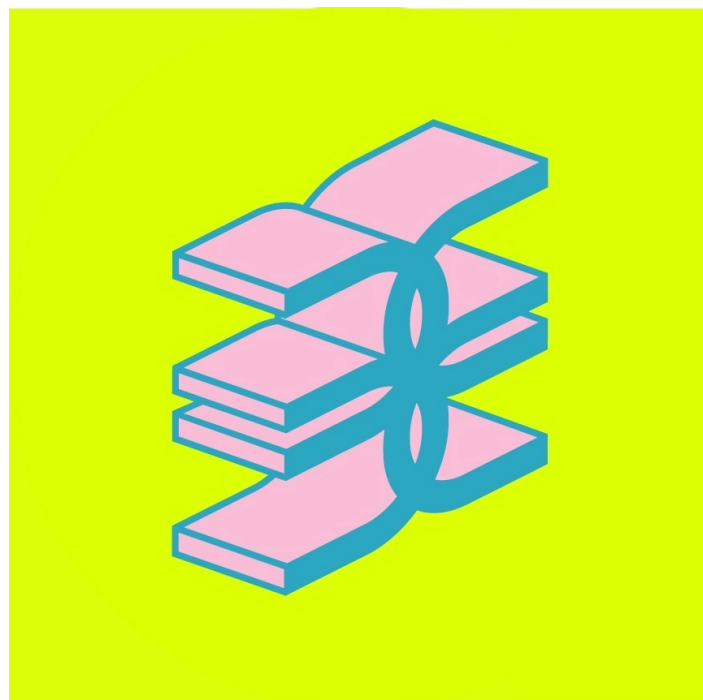
На сайте и в приложении «Золотое яблоко» появились товары других продавцов, [заметил](#) Shopper's. Этих товаров нет в розничной сети.

С отдельными брендами, не представленными в офлайн-магазинах сети, «Золотое яблоко» с недавнего времени сотрудничает в формате ЗР, рассказал представитель ритейлера. Среди партнеров он назвал Furla, Incanto, Ekonika, Maunfeld, Redmond, VK. Однако представитель «Золотого яблока» подчеркнул, что «ритейлер не идет по пути развития маркетплейсов».

Аналитик Data Insight Сергей Семко комментирует: *«Объемы товаров по модели ЗР у компании невелики, но нет четких границ объема, которые определяли бы маркетплейс. Сейчас, по всем признакам, "Золотое яблоко" запустило маркетплейс на своей интернет-платформе».*

Источник:

[«Золотое яблоко» запустило онлайн-торговлю товарами других продавцов по комиссионной схеме](#)



Wildberries позволит возвращать товары в любой ближайший ПВЗ

Т.me, 05.12.2024

/новость

Покупатели Wildberries смогут с помощью QR-кодов оформлять возвраты на любом пункте выдачи заказов. Инструмент постепенно будет появляться у клиентов маркетплейса и вскоре станет доступен для всех пользователей.

Чтобы оформить возврат, достаточно будет выбрать нужный товар в разделе «Покупки» в мобильном приложении Wildberries, нажать «Вернуть товар» и показать сгенерированный QR-код сотруднику ПВЗ.



Источник:

[Wildberries вводит возврат товара в любой ближайший ПВЗ](#)

Сгоряча от ВкусВилла открыл уже 150 кухонь

Telegra.ph, 03.12.2024

/новость

В сети Сгоряча появилась юбилейная 150-ая кухня. В Москве и области работают 100 точек сервиса и 50 — в 38 городах России. Команда нацелена на активное развитие в регионах.

Сгоряча — кулинария собственного производства ВкусВилла. Даркситчен расположены на дарксторах компании. Во ВкусВилле проект стал самым быстрорастущим по итогам прошлого года, оборот сервиса вырос на 116% и составил более 1,8 млрд руб.

В доставке готовые блюда собственного производства есть в каждом 10 чеке. Ежемесячно Сгоряча доставляет более 530 тыс. заказов. Доля покупок блюд в регионах выросла до 25% от общего оборота даркситчен.



Источник:

[Сгоряча вырос до 150 кухонь](#)

Wildberries выходит на рынок e-grocery

Vk.com, 03.12.2024

/новость

Wildberries тестирует услугу доставки продуктов и готовой еды. Первым партнером пилотного проекта станет Vprok.ru. Услуга пока доступна в некоторых районах Москвы.



Пилотной группе клиентов доступны порядка 35 тыс. позиций онлайн-гипермаркета. Партнерство с Vprok.ru предполагает развитие на маркетплейсе формата крупных заказов.

Оформить доставку можно на сайте и через мобильное приложение Wildberries. Заказ будет собираться и доставляться силами ритейлера. Во время тестирования можно выбирать временные слоты для оформления заказа. Среднее время доставки — 4 часа.

Источник:

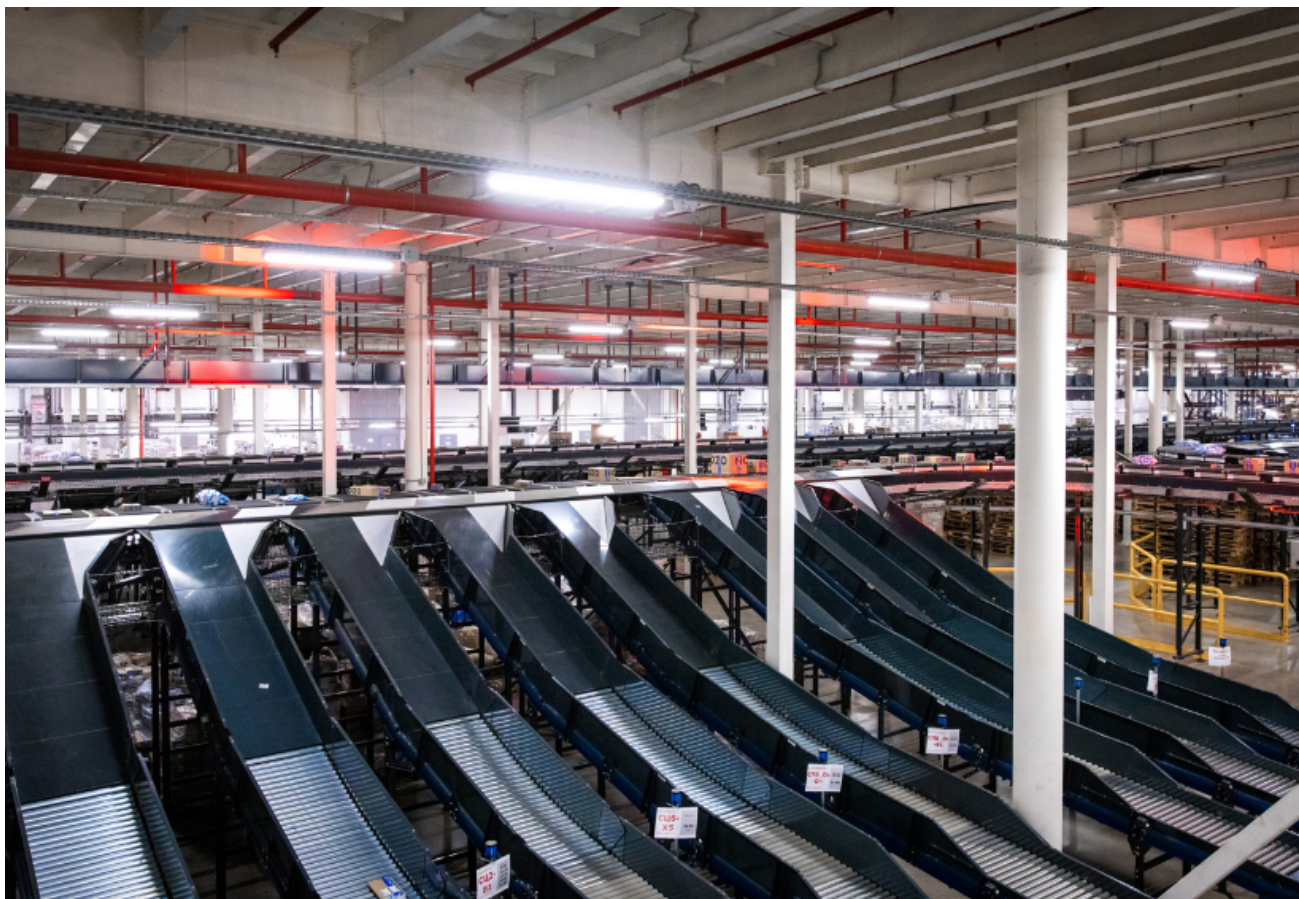
[Wildberries выходит на рынок e-grocery](#)

Ozon открывает в Саратове и Тюмени фулфилмент-центры

Corp.ozon.ru, 02.12.2024

/новость

Ozon запускает первую очередь нового логистического комплекса на территории Саратова. Это первый фулфилмент-центр Ozon в регионе. Общая площадь объекта превысит 100 тыс. кв. м. Логистический комплекс сможет размещать более 30 млн товаров и ежедневно обрабатывать до 900 тыс. заказов. В декабре компания планирует запустить вторую очередь.



Ozon открывает первую очередь нового логистического комплекса в селе Успенка Тюменской области. В 2024 году компания начнет операции в первых двух блоках общей площадью 40 тыс. кв. м, а через год она превысит 80 тыс. кв. м по полу. В 2025 году маркетплейс планирует ввести в эксплуатацию третий и четвертый блоки комплекса, в том числе фулфилмент-центр для обработки крупногабаритных товаров.

С расширением логистический комплекс сможет разместить более 20 млн товаров стандартного размера и ежедневно обрабатывать порядка 760 тыс. таких заказов. Фулфилмент-центр сможет каждый день обрабатывать до 6 тыс. крупногабаритных заказов.

Источник:

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

[Ozon открывает новый фулфилмент-центр в Тюмени](#)



Число предпринимателей в e-commerce выросло в 8 раз за 5 лет

Secrets.tinkoff.ru, 04.12.2024

/исследование

Бизнес-секреты в рамках аналитического проекта T-Data подготовили исследование о развитии сегмента e-commerce за последние 5 лет.

- Число действующих компаний и предпринимателей в России с кодом ОКВЭД «Интернет-торговля» с 2019 года выросло более чем в 8 раз.
- Медианный оборот интернет-магазинов вырос почти на 82% — до 109 200 руб. в месяц на компанию.
- К октябрю 2024 года доли мужчин и женщин в онлайн-предпринимательстве стали равными.
- Владельцы интернет-магазинов «помолодели». Самой многочисленной стала группа 35—39 лет — ее доля составила 26%.
- Среди селлеров маркетплейсов в октябре 2024 года женщины составили 52%, а мужчины — 48%. Растет доля молодых людей.
- С 2019 года доля столицы по числу онлайн-предпринимателей снизилась почти на 12 п.п., а Петербурга — на 3.



Источник:

[Как изменилось онлайн-предпринимательство за пять лет](#)

Черная пятница опередила День холостяка по среднему чеку онлайн-покупки

Rsb.ru, 04.12.2024

/исследование

По данным Банка Русский Стандарт, средняя сумма покупки в разгар Черной пятницы составила 3 541 руб. (+8% относительно данных недель ранее). А в первые дни распродаж по случаю Всемирного дня шопинга (он же День холостяка) — 3 121 руб. (рост также на 8%).

По общей сумме покупок в разгар Всемирного дня шопинга в онлайн лидировали маркетплейсы (средний чек 2 157 руб.), магазины косметики и парфюмерии (8 718 руб.), туристические агентства (5 590 руб.).

В аналогичном рейтинге Черной пятницы самыми популярными в зависимости от суммы онлайн-операций оказались маркетплейсы (средний чек 2 348 руб.), магазины одежды и обуви (7 976 руб.) и туристические агентства (5 386 руб.).



Источник:

Банк Русский Стандарт: средний чек онлайн-покупки в «Черную пятницу» оказался на 13% выше, чем во время Всемирного дня шопинга

Весь мир:

«Самокат» вывел продукцию под СТМ на китайский рынок

Retail.ru, 06.12.2024

/НОВОСТЬ

«Самокат» открыл магазин на платформе Jingdong Mall (JD.com). Покупатели в Китае уже могут приобрести восемь товаров собственного бренда сервиса.

В ближайшее время «Самокат» планирует расширить экспортный портфель на китайском рынке еще 18 позициями. Сервис также занялся регистрацией собственного магазина на китайском маркетплейсе Tmall, который входит в группу Alibaba Group.



Источник:

«Самокат» вышел на зарубежный рынок и наладил экспорт собственных брендов в Китай

На Wildberries растёт число армянских предпринимателей

Т.me, 06.12.2024

/НОВОСТЬ

За январь-сентябрь 2024 года число армянских предпринимателей на Wildberries выросло на 345% год к году. Продажи резидентов Армении на Wildberries увеличились в 14,5 раз год к году. Продажи товаров локального производства выросли на 33%.

Среди категорий с наибольшей динамикой роста: аксессуары для волос (+7300% год к году), товары для малышей (+1600%), аксессуары для обуви (+1400%), рукоделие и шторы (+1000%).

Топ-10 растущих категорий товаров в Армении с наибольшей динамикой продаж*

+239% год к году

Садовая техника



+167%

Садовые инструменты



+93%

Оргтехника

+90%

Товары для праздника

+88%

Освещение

+76%

Отделочные материалы

+52%

Профессиональные музыкальные инструменты

+50%

Строительные материалы

+48%

Рукоделие

+47%

Аксессуары для малышей

* По данным продаж на Wildberries в рублях в январе-сентябре 2024 года в сравнении с прошлым годом

Источник:

[WB Global](#)

Германия — ведущий европейский рынок для Temu и Shein

Ecommercenews.eu, 06.12.2024

/новость

Платформы Temu и Shein опубликовали отчеты о прозрачности, показывающие их популярность в Европе и различных государствах-членах ЕС.

Temu с апреля по октябрь охватила 97,3 млн европейцев, большинство из которых находится в Германии (16,3 млн пользователей), Франции (12 млн) и Италии (10 млн). Temu особенно популярен среди молодых покупателей в Германии.



У Shein больше ежемесячных пользователей, чем у Temu: в среднем 126,4 млн, на основе более раннего периода измерения (с апреля по июль). Франция лидирует с 23,9 млн ежемесячных пользователей Shein, за ней следуют Испания (22,8 млн) и Италия (22,6 млн). Германия отстает с 17,8 млн пользователей, однако является самым важным европейским рынком для Shein с точки зрения доходов с долей в 6,6% от общего объема продаж (около 2 млрд евро).

Источник:

[Germany is the top European market for Temu and Shein](#)

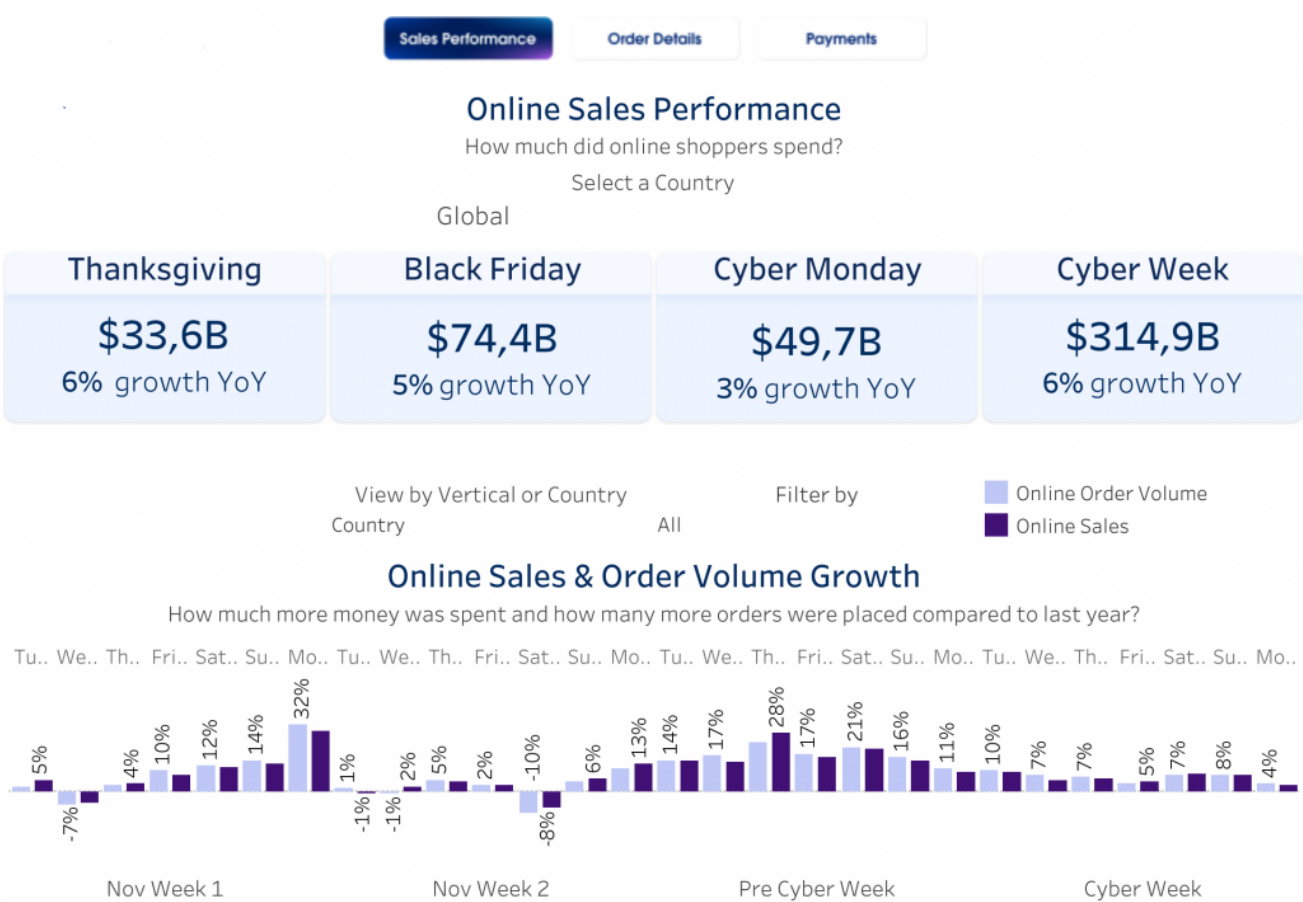
Salesforce: Онлайн-продажи в Кибернеделю достигли \$314,9 млрд

Salesforce.com, 04.12.2024 /НОВОСТЬ

По оценкам Salesforce, онлайн-продажи в рамках Кибернедели 2024 года (26 ноября - 2 декабря) достигли \$76 млрд в США (рост на 7% в годовом сопоставлении) и \$314,9 млрд во всем мире (рост на 6%).

В Черную пятницу мировые онлайн-продажи достигли \$74,4 млрд (рост на 5% в годовом сопоставлении) и \$17,5 млрд (рост на 7%) в США. Это был самый успешный торговый день за неделю. В Киберпонедельник онлайн-продажи достигли \$12,8 млрд в США (рост на 3%) и \$49,7 млрд во всем мире (рост на 2%).

Мобильные устройства обеспечили 70% онлайн-заказов в США и во всем мире. ИИ, включая агентов, повлиял на объем продаж на сумму \$60 млрд.



Источник:
[Salesforce Data Reveals New Cyber Week All-Time High: \\$314.9B in Global Sales](#)



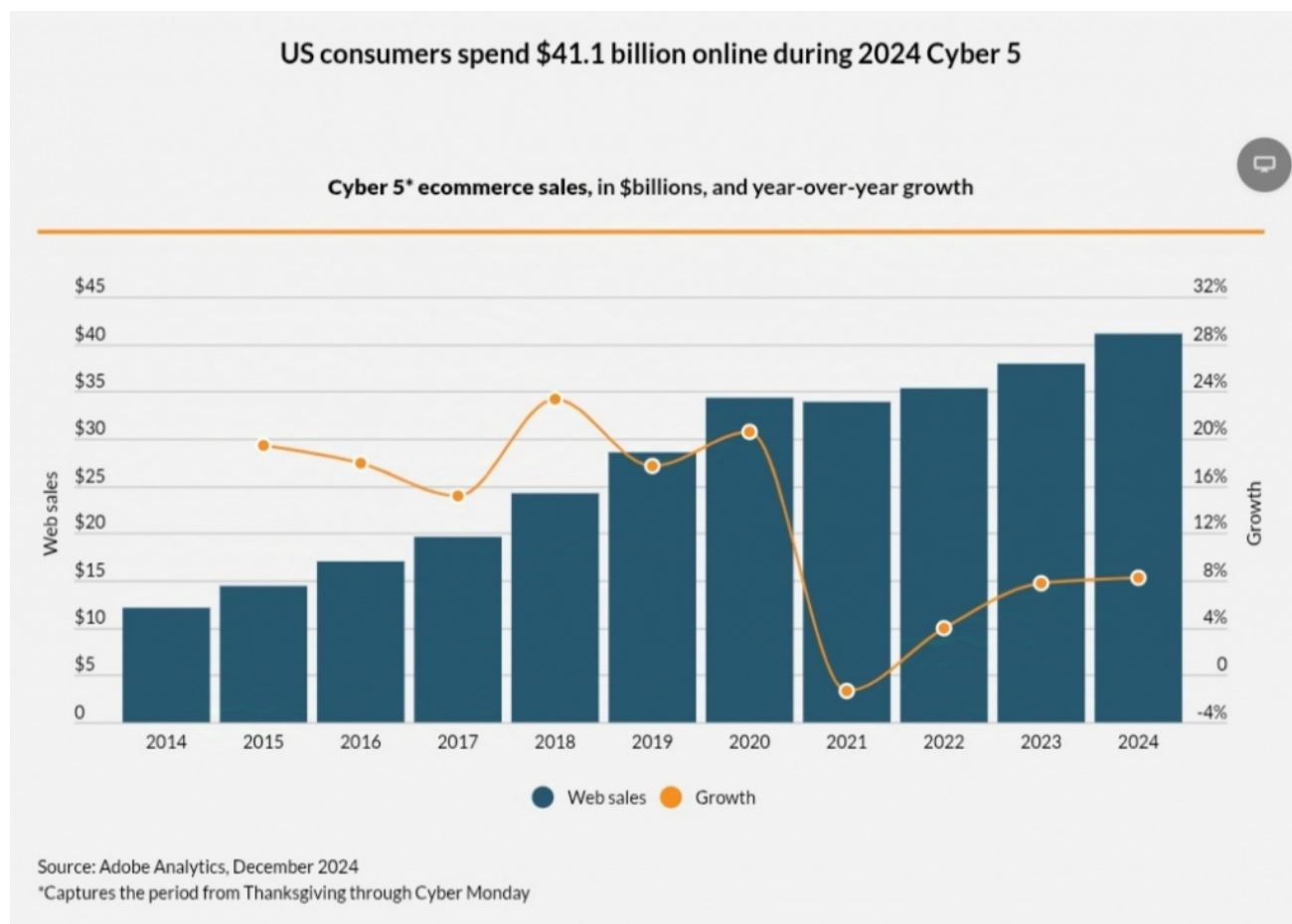
Adobe: Во время Cyber 5 американцы потратили онлайн \$41,1 млрд

Digitalcommerce360.com, 04.12.2024

/новость

По данным Adobe Analytics, за эти пять дней Кибернедели потребители в США потратили онлайн рекордные \$41,1 млрд. Объем продаж вырос на 8,2% год к году.

Онлайн-продажи в День благодарения составили \$6,1 млрд, что на 8,9% больше, чем годом ранее. В Черную пятницу рост составил 10,2% в годовом исчислении до нового максимума в \$10,8 млрд. В Киберпонеделник онлайн-продажи выросли на 7,3% до \$13,3 млрд.



По мнению Adobe, исторический объем онлайн-продаж в размере \$41,1 миллиарда долларов, зафиксированный благодаря Cyber 5 в 2024 году, характеризовался сопутствующими тенденциями. В их числе мобильные покупки, на которые в Киберпонеделник было потрачено \$7,6 млрд, что на 13,3% больше, чем в 2023 году. Объем расходов по опции BNPL достиг своего рекордного максимума в Киберпонеделник, составив \$991,2 млн. Это на 5,5% больше, чем годом ранее. 75,2% транзакций BNPL были совершены на мобильных устройствах.

Источник:

[Cyber 5 online sales grew 8.2% in 2024](#)

Ozon начнет доставлять заказы в отделения UzPost

Spot.uz, 02.12.2024

/новость

Ozon запускает сотрудничество по доставке заказов с UzPost. Покупатели из Узбекистана смогут получить заказы в одном из 685 почтовых отделений страны.

Доставка из России бесплатна и занимает около двух недель. Получить заказ через UzPost можно в 10 городах. В дальнейшем планируется расширить число отделений до 1600, что позволит увеличить число точек выдачи заказов в 7 раз.



Источник:

[Ozon будет доставлять заказы в отделения UzPost в 10 городах](#)

О мониторинге

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.