

ТРЕНДЫ И ЦИФРЫ: РОССИЙСКИЙ ECOMMERCE В СЕРЕДИНЕ 2016 ГОДА



Data Insight

E/M Commerce Day / 25 мая 2016

ЦИФРЫ РЫНКА: 2015 И ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ 2016

ИТОГИ 2015 ГОДА

Внутрироссийские онлайн-продажи

материальных товаров:

160 млн заказов (+8%)

x

средний чек ~**4050 рублей (+8%)**

=

650 млрд рублей

Рост в рублях **+16%** (+90 млрд. руб.)

Рынок в USD **\$10,7 млрд (-27%)**

ЧТО И КАК СЧИТАЕМ

Приведенные оценки (160 млн заказов и 650 млрд рублей)

не включают кроссбордерные покупки, а также

(а) доставку готовой еды, (б) билеты на транспорт и мероприятия, (в) цифровые товары, (г) С2С, MLM и совместные покупки, (д) покупки для корпоративного потребления и оптовые покупки

Приведенные оценки основаны на:

- прямых публичных и непубличных данных крупных интернет-магазинов (около 70 магазинов)
- мониторинге DI по количеству заказов (>1000 ИМ)
- мониторинге DI по посещаемости сайтов (>70 тысяч ИМ)

2016: УСКОРЕНИЕ РОСТА



РОСТ – НЕ ЭФФЕКТ НИЗКОЙ БАЗЫ

- Рост количества заказов за 2 года – I кв. 2016 к докризисному I кв. 2014 - +33% (CAGR +15%)
- Первые месяцы 2016 г. – одни из лучших в истории российского e-commerce по количеству заказов (подробнее на следующем слайде)

ТОП-8 МЕСЯЦЕВ В ИСТОРИИ

Рекордсмены по количеству онлайн-заказов*

1. Декабрь 2014 г.
2. Декабрь 2015 г.
3. Декабрь 2013 г.
4. Ноябрь 2015 г.
- 5. Февраль 2016 г.**
6. Ноябрь 2014 г.
- 7. Март 2016 г.**
8. Октябрь 2015 г.

* по среднесуточному количеству заказов в российских ИМ

2016: РЕЗУЛЬТАТЫ I КВАРТАЛА

I квартал 2016 к I кварталу 2015 г.:

+22% по количеству заказов

+27% по объему продаж в рублях

(это рекордный рост с IV квартала 2014 г.)

Внутрироссийские онлайн-продажи

материальных товаров за I квартал:

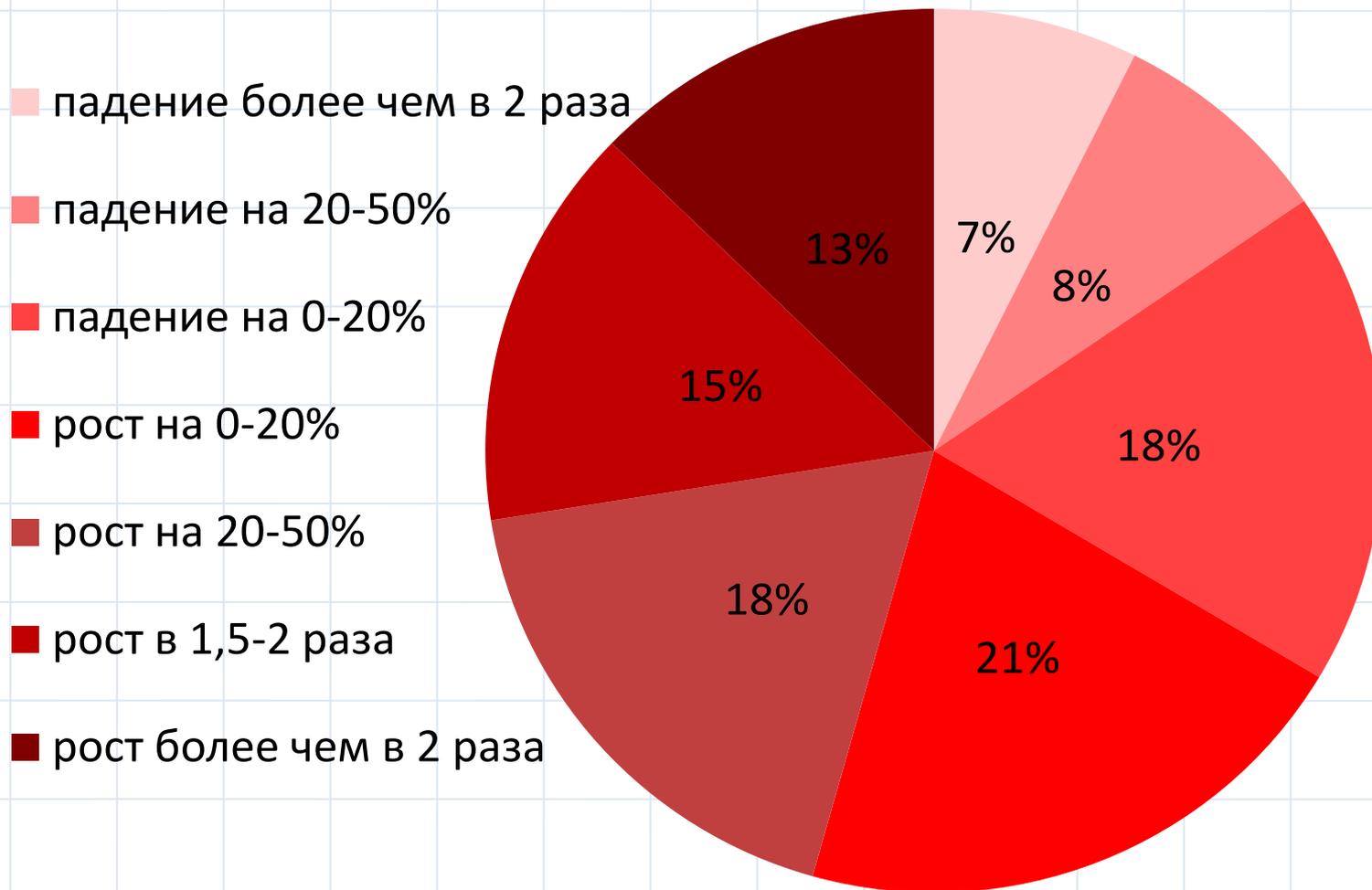
200 млрд рублей

(предварительные оценки)

КТО ИЗ МАГАЗИНОВ РАСТЕТ

Распределение топ 200 интернет-магазинов

по темпам роста кол-ва заказов, 04.2016 / 04.2015



ОБЪЕМ РЫНКА И ПРОГНОЗ

Внутрироссийские онлайн-продажи

материальных товаров

Млрд руб.

800

600

400

200

0

2011

2012

2013

2014

2015

2016F

235

315

415

560

650

810

+16%

+25%

DATA
insight

АРИФМЕТИКА РОСТА: НЮАНСЫ

- Интернет-аудитория не растет – но количество онлайн-покупателей увеличивается (ранее подключившиеся «осваиваются» в Сети)
- Частота заказов в российских интернет-магазинах незначительно, но снижается
- Конверсия в большинстве сегментов растет: меньше мусорного трафика и праздных посетителей
- Рост среднего чека сильно отстает от роста курса валют (а в последние месяцы – и от офиц. инфляции)
- Инфляционный рост среднего чека определял рост рублевого объема рынка e-commerce только в 2015 г.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ТРЕНДЫ

ТРЕНДЫ, ВЫРАСТАЮЩИЕ ИЗ ЦИФР

1. Рынок законсервировался:
ротация состава топ-100 минимальна
2. Крупные магазины растут быстрее рынка
3. Мультиканальные ритейлеры растут быстрее рынка
4. Миграция онлайн-шопинга на смартфоны:
покупатели стали «мультиплатформенными»

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА ВСЕ ТЕ ЖЕ

- 80 из 100 наиболее посещаемых (по итогам первого квартала 2016 г.) интернет-магазинов входили в состав топ-100 еще 2 года назад
- От квартала к кварталу список топ-100 обновляется всего на 7-8 позиций
- ... и ротация исключительно за счет сезонного роста давно существующих интернет-магазинов

КОНЦЕНТРАЦИЯ РЫНКА?

Доля топ-100 в суммарной посещаемости российского e-commerce стабильна – чуть больше 50%



* Общая посещаемость считалась по 2000 интернет-магазинов с наибольшей суммарной посещаемостью за 2014-2016 гг.

КОНЦЕНТРАЦИЯ РЫНКА

НО! по количеству заказов большинство крупных магазинов растет намного быстрее рынка:

+44% для магазинов с >500 заказами в сутки

+11% для магазинов с 150-500 заказами в сутки

(медианный рост 2016Q1 / 2015Q1)

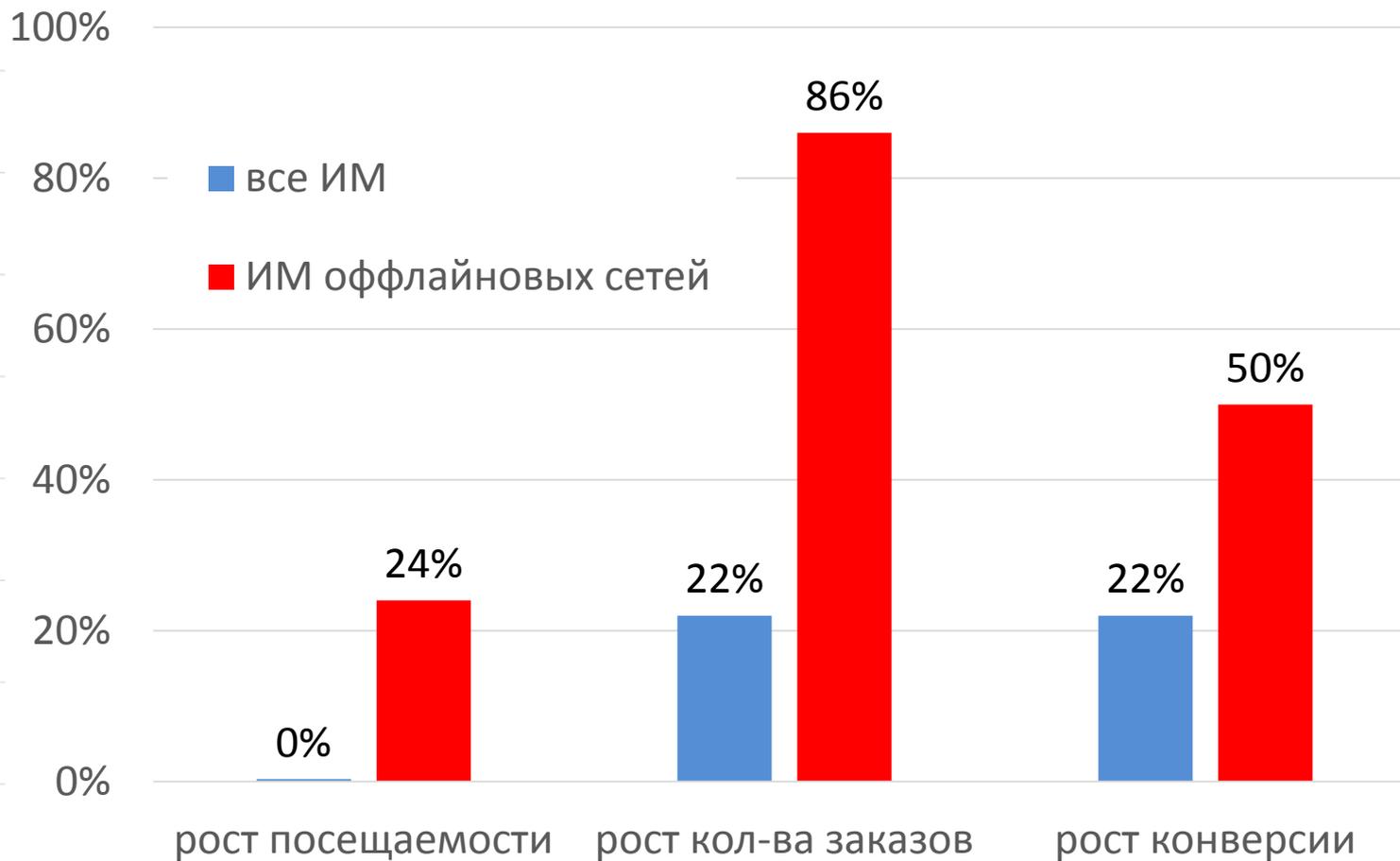
Крупные игроки имеют больше возможностей для увеличения конверсии за счет

(а) лояльности имеющейся клиентской базы

(б) покупок через мобильные приложения

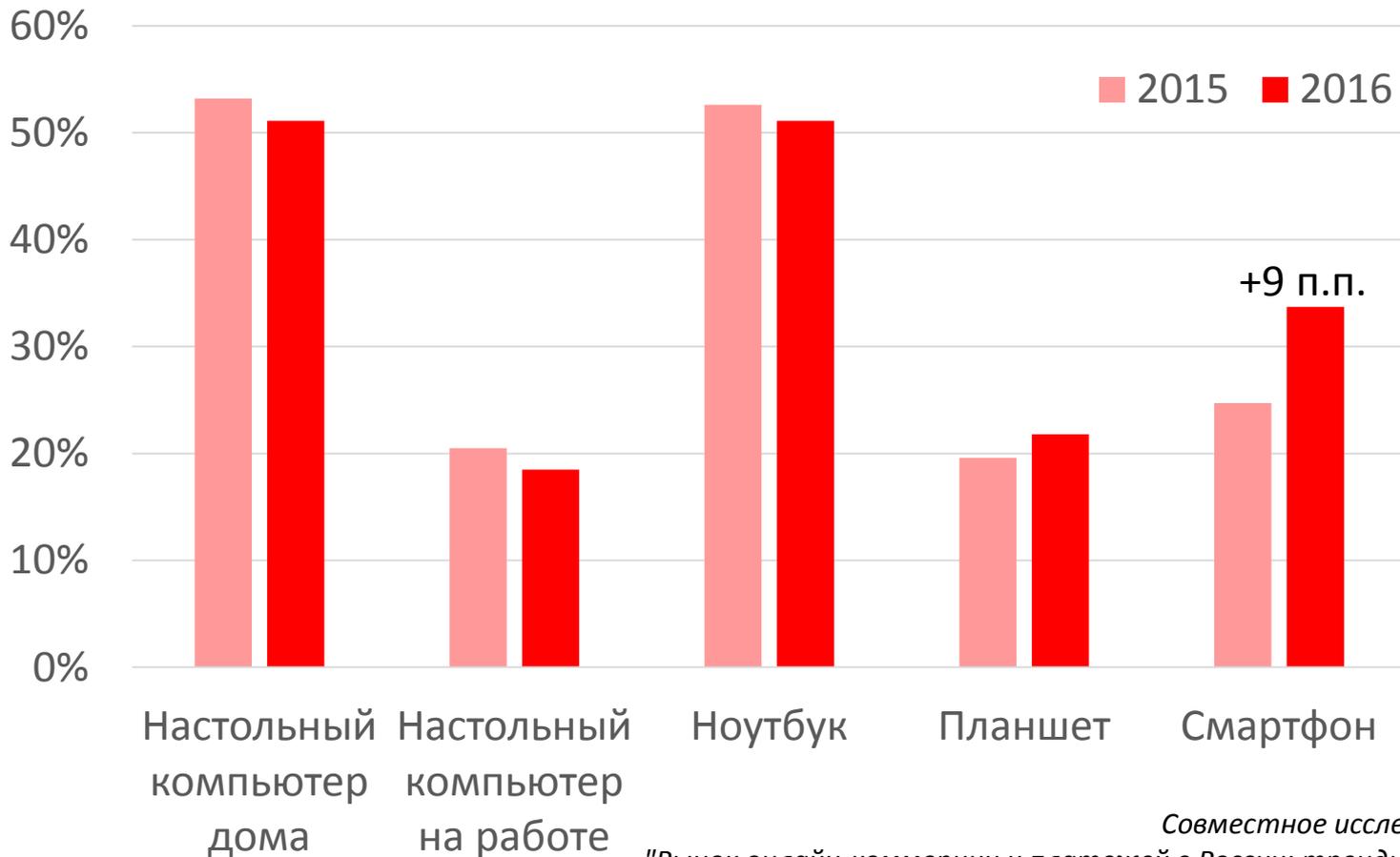
РОСТ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ

Рост в I квартале 2016 г. относительно I кв. 2015 г.



ПРОРЫВ СМАРТФОНОВ

Какие устройства Вы использовали хотя бы раз за последние 12 месяцев для совершения покупок в Интернете?



DATA
insight

PayPal

Совместное исследование PayPal и DataInsight
"Рынок онлайн-коммерции и платежей в России: тренды, аналитика, перспективы"
Общероссийский онлайн-опрос 4-10 февраля 2016 г., N=4100
Активные пользователи интернета

ПРОРЫВ СМАРТФОНОВ

Доля покупающих с мобильных устройств выше всего среди интернет-пользователей:

- с доходом на семью >100 т.р. 52%
- 18-24 лет 47%
- покупающих в зарубежных ИМ 46%
- с доходом на семью 75-100 т.р. 42%
- 25-34 лет 41%
- со стажем онлайн-покупок >3 лет 40%
- живущих в Южном ФО 39%
- живущих в Дальневосточном ФО 39%

DATA
insight

PayPal

ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ

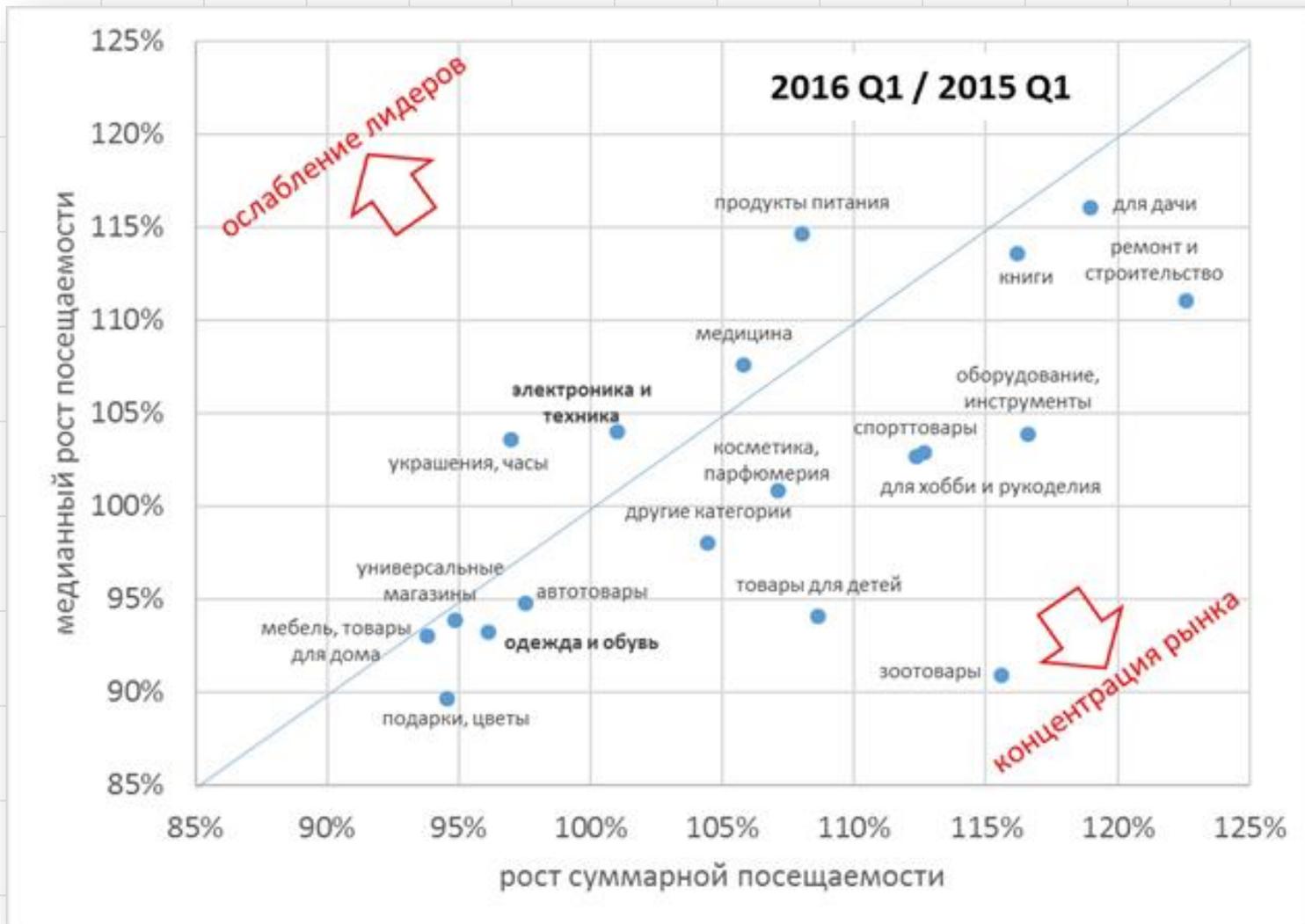
ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ: ДИНАМИКА

- Динамика посещаемости товарных категорий выравнивается - разница между категориями-лидерами и аутсайдерами меньше, чем раньше
- **Лидеры роста:**
 - товары для ремонта, оборудование и инструменты, товары для дачи
 - книги (бумажные!)
 - продукты питания

ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ: ДИНАМИКА

- **Отрицательная динамика** посещаемости не только у универсальных магазинов, но также в сегментах одежды и обуви, автотоваров, товаров для дома и мебели
- Снижение посещаемости необязательно означает снижение количества заказов – оно может компенсироваться ростом конверсии

ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ: ДИНАМИКА



ЧТО ТАКОЕ DATA INSIGHT?

Первое в России агентство, специализирующееся
на исследованиях, консалтинге и аналитике
интернет-рынков

Контакты:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

www.datainsight.ru

www.facebook.com/DataInsight

[www.slideshare.net/Data Insight](http://www.slideshare.net/Data_Insight)

