

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:

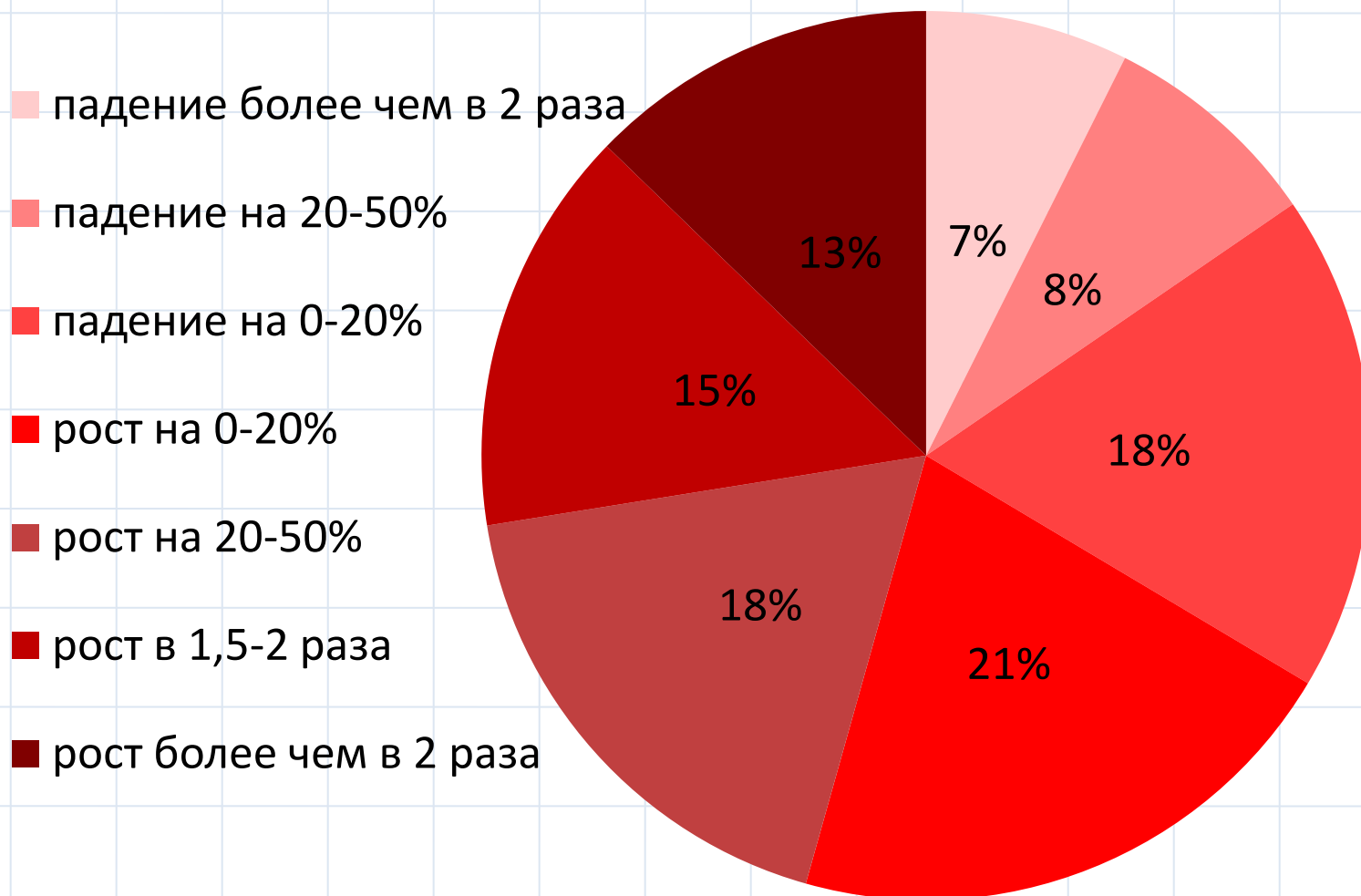
200 млрд рублей

(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)

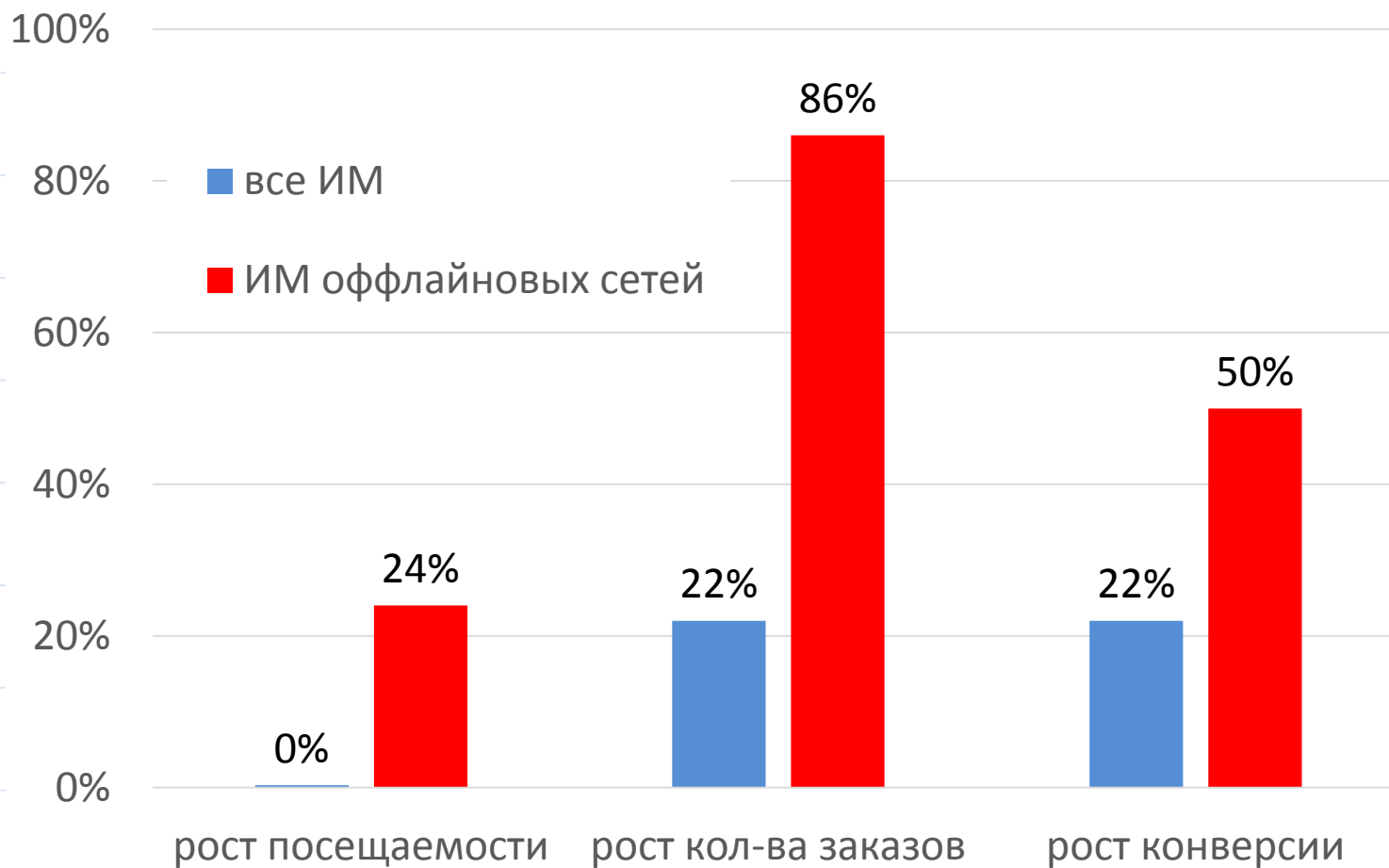
Крупные игроки имеют больше возможностей для увеличения конверсии за счет

(а) лояльности имеющейся клиентской базы

(б) покупок через мобильные приложения

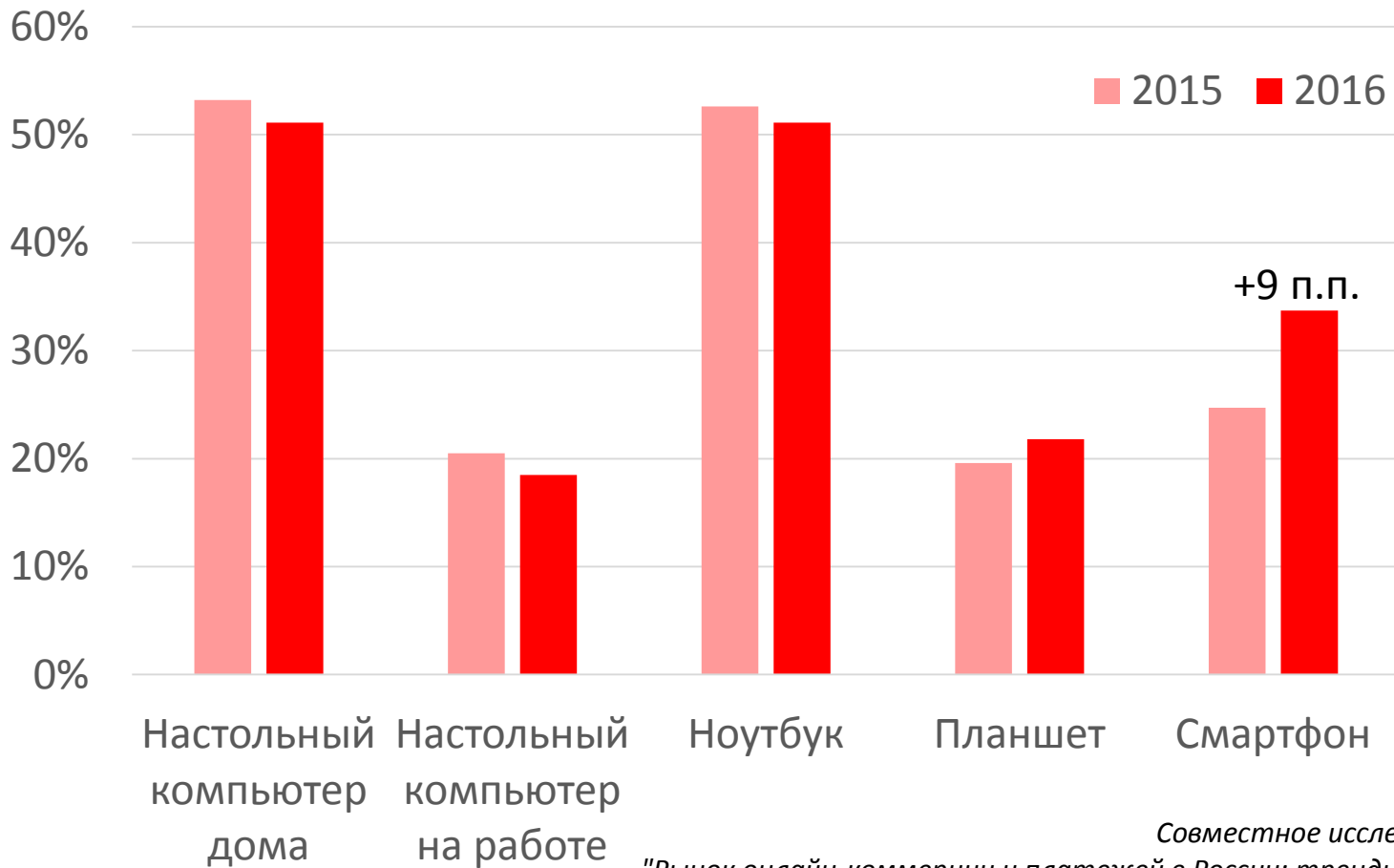
РОСТ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ

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

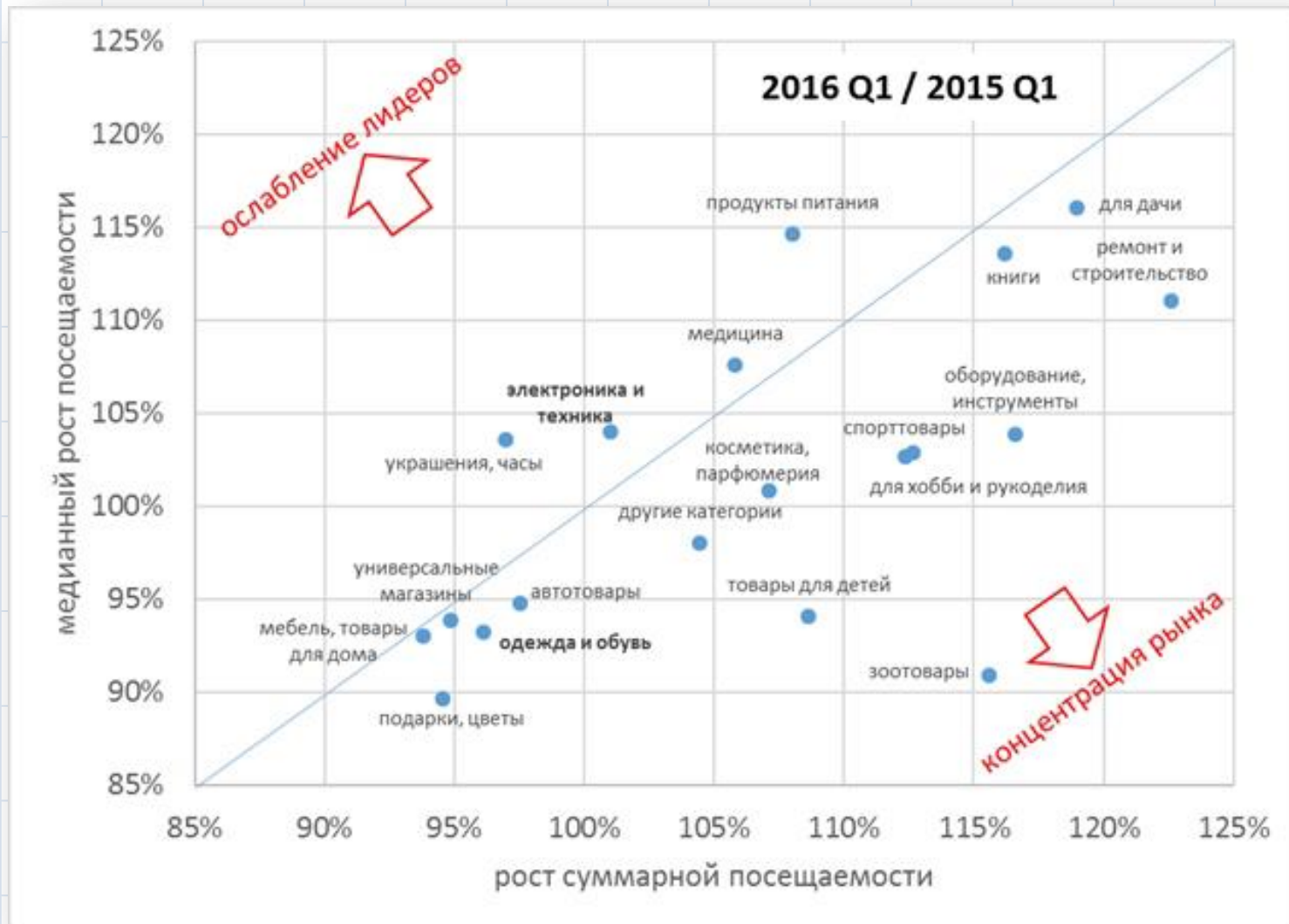
ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ: ДИНАМИКА

- 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](https://www.slideshare.net/Data_Insight)