

# Селлеры на российских маркетплейсах 2022

*Елизавета Хоботина,  
руководитель проектного отдела Data Insight*

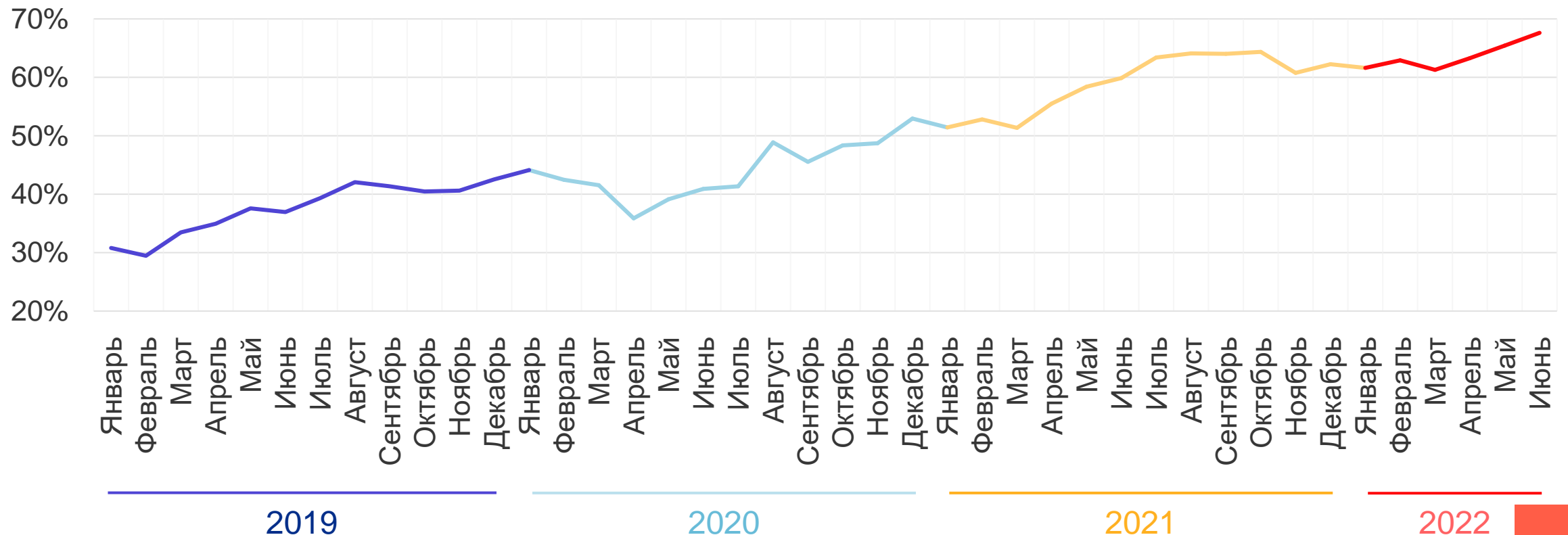


# Значение маркетплейсов для eCommerce, 2022H2

	Объем продаж	Количество заказов	Значение для рынка
	<p>+73% YoY</p> <p><b>500</b></p> <p>млрд руб. 44% от всего рынка</p>	<p>+80% YoY</p> <p><b>400</b></p> <p>млн шт. 69% от всего рынка</p>	<p><b>4/5</b></p> <p>годового прироста рынка по количеству заказов обеспечено пятеркой маркетплейсов</p>

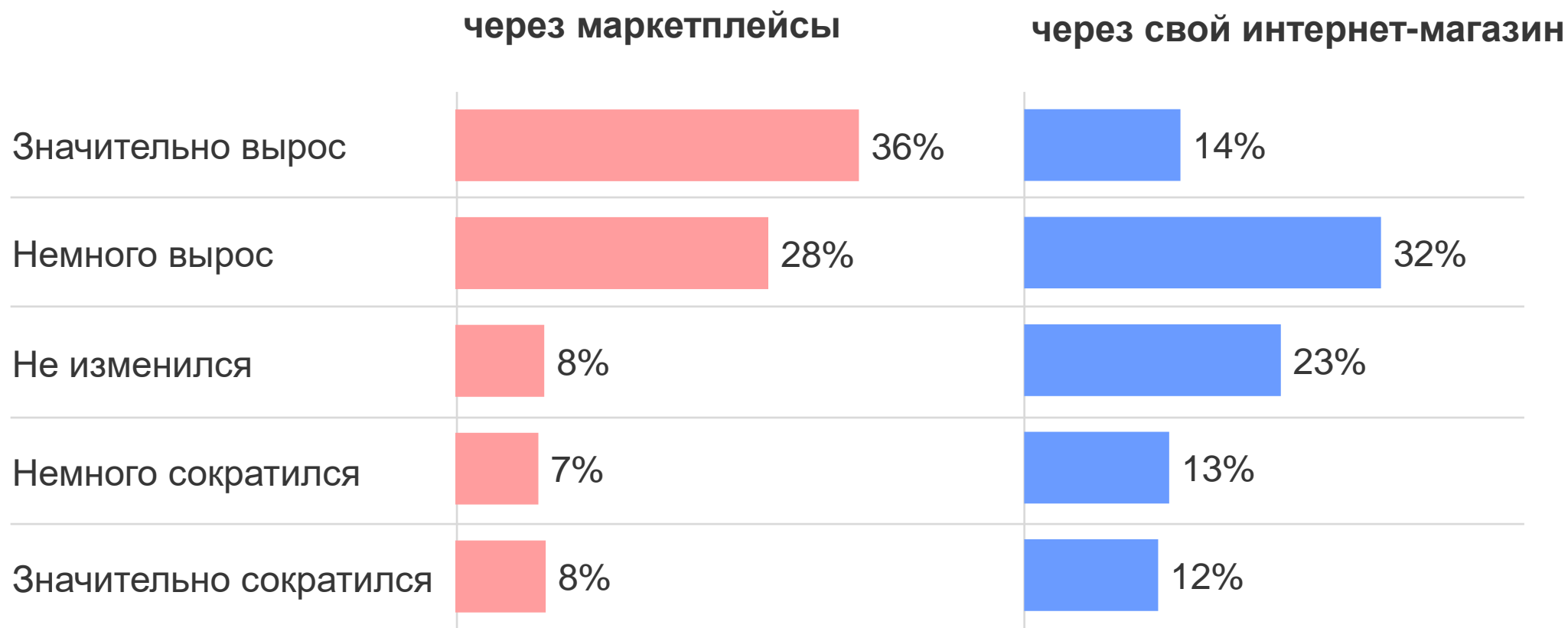
# Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов

В июне совокупная доля двух крупнейших маркетплейсов (Wildberries и Ozon) впервые в истории превысила 2/3 от всех онлайн-заказов и составила 68%, что на 8 процентных пунктов выше, чем год назад, и на 27 процентных пунктов выше, чем в июне 2020 года.



# Фактор роста: рост продаж у селлеров

Изменение объема продаж через разные каналы, опрос селлеров, июнь 2022

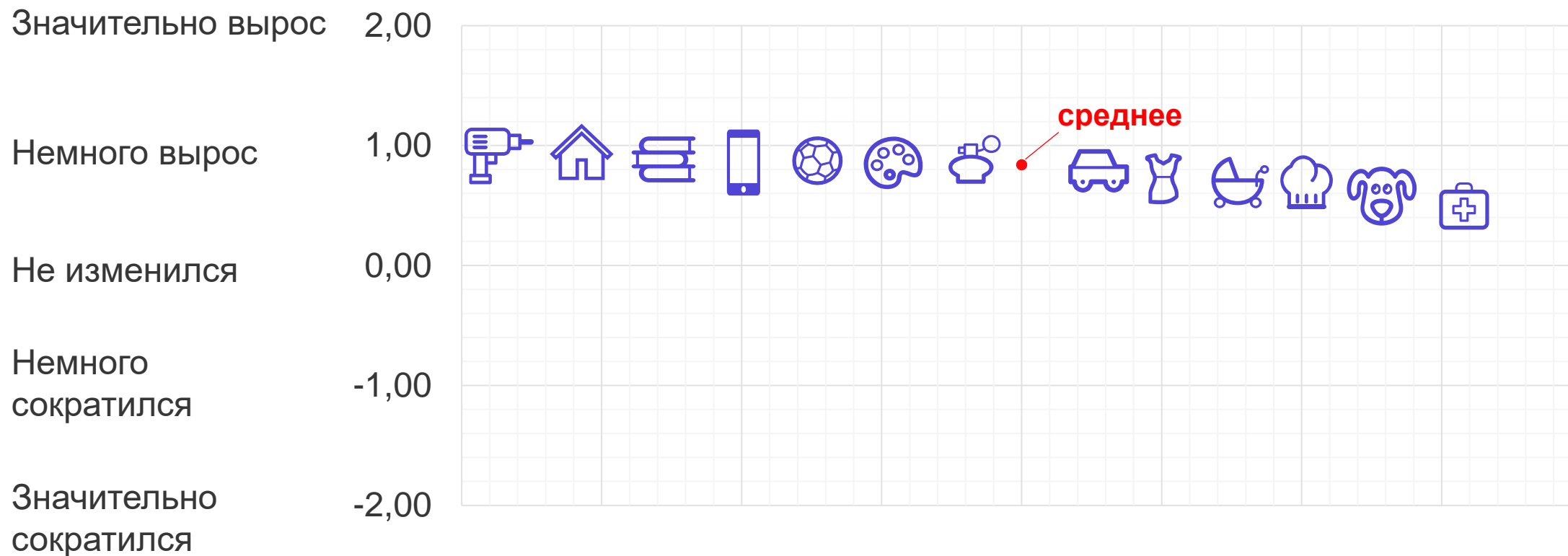


Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Индекс годового роста объема продаж

Индекс рассчитан как средневзвешенная оценка роста оборота у селлеров в категории.

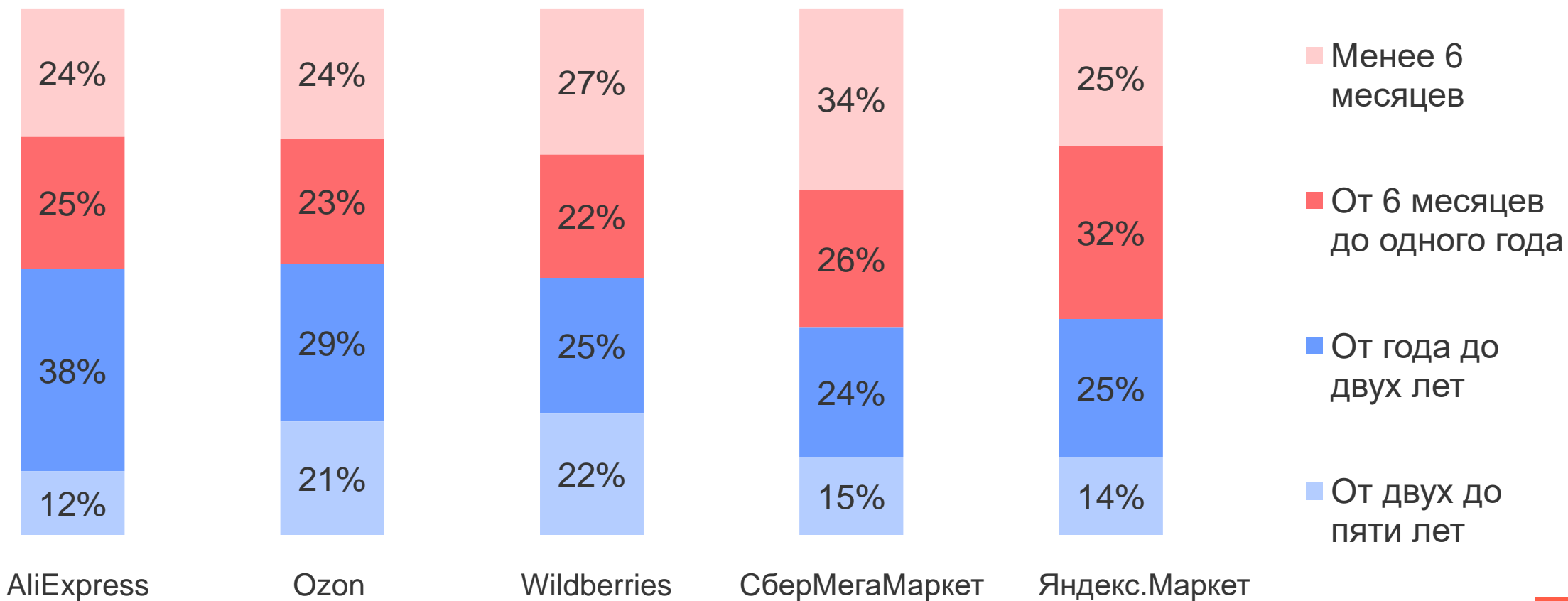
## Годовой рост продаж



Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Фактор роста: рост количества селлеров

## Длительность использования площадок



# Количество активных селлеров

				
февраль 2022	1 кв. 2022	июль 2022	май 2022	июль 2022
102 500	120 000	840 000	8 000	48 000

Приведенные данные отражают следующие показатели платформ:

AliExpress Россия — только российские продавцы AliExpress Россия (собственные данные AliExpress Россия).

Ozon — количество активных селлеров (имели продажи за последние 12 месяцев) на 31 марта 2022.

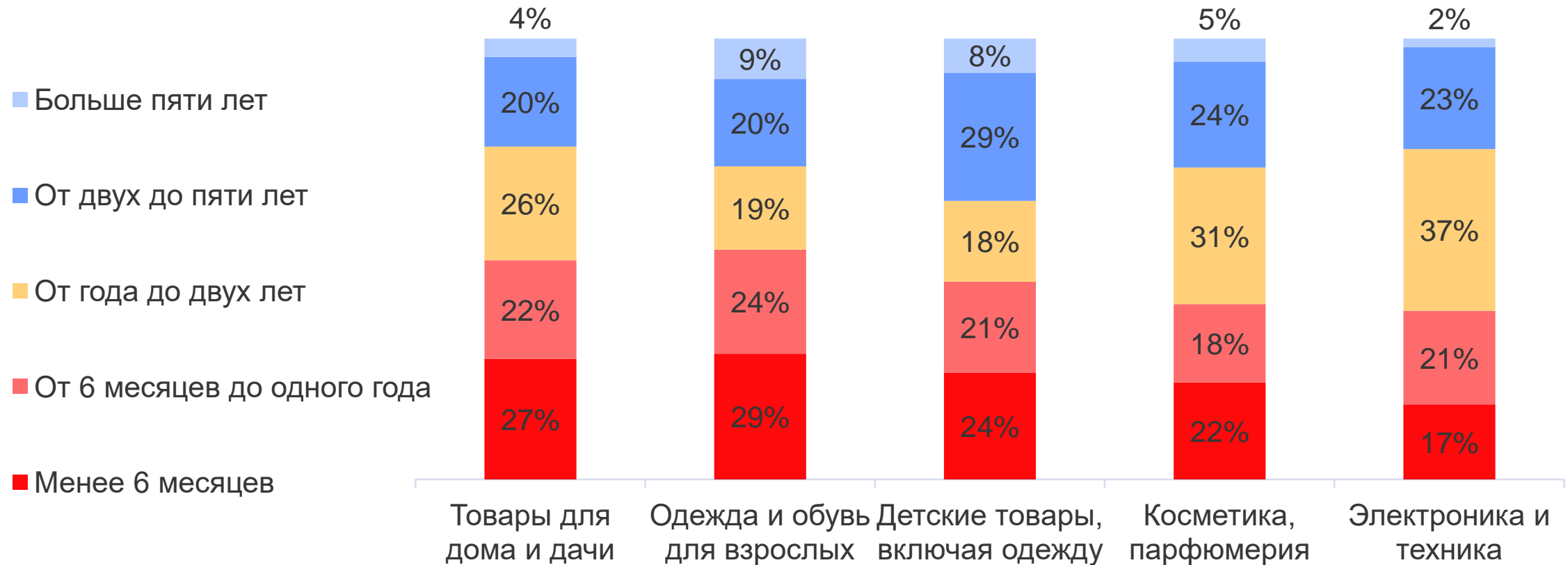
Wildberries — количество зарегистрированных аккаунтов. Количество активных продавцов на Wildberries (с продажами за 30-дневный период) Data Insight оценивает в 200 тыс. по состоянию на начало августа.

Яндекс Маркет — количество активных селлеров (имели продажи за последние 12 месяцев) на конец второго квартала 2022.

Источник: собственные данные AliExpress Россия, неаудированные финансовые результаты за первый квартал 2022 года Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, финансовые результаты за II квартал 2022 года Яндекс.

# Рост категорий не равномерен

ТОП-5 категорий, опрос селлеров, июнь 2022, Wildberries



Источник: исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Data Insight, июнь 2022



# Присутствие на нескольких маркетплейсах

Дополнительные площадки \ Площадка продавца	AliExpress Россия	Ozon	Wildberries	СберМегаМаркет	Яндекс Маркет
AliExpress Россия	-	20%	6%	43%	27%
Ozon	72%	-	41%	87%	78%
Wildberries	44%	60%	-	71%	51%
СберМегаМаркет	17%	11%	5%	-	19%
Яндекс Маркет	47%	41%	15%	84%	-
Среднее количество платформ на продавца	3,1	2,4	1,8	4,3	2,9

Источник: исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Data Insight, июнь 2022

# Намерения по выходу на другие маркетплейсы

Дополнительные площадки \ Площадка продавца	AliExpress Россия	Ozon	Wildberries	СберМегаМаркет	Яндекс Маркет
AliExpress Россия	-	15%	9%	16%	15%
Ozon	13%	-	37%	7%	13%
Wildberries	24%	20%	-	12%	21%
СберМегаМаркет	25%	29%	16%	-	34%
Яндекс Маркет	21%	26%	24%	6%	-
Не рассматриваю новые площадки	23%	25%	26%	29%	24%

Источник: исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Data Insight, июнь 2022

# Восприятие: для каких товаров больше подходят площадки?

	AliExpress Россия	Wildberries	Ozon	Яндекс Маркет	СберМегаМаркет
Электроника и техника	46%	25%	38%	51%	39%
Одежда и обувь для взрослых	29%	65%	24%	22%	17%
Автотовары	34%	25%	30%	37%	26%
Товары для дома и дачи	46%	53%	40%	45%	35%
Товары для ремонта и строительства	22%	24%	26%	36%	25%
Книги, диски	19%	32%	31%	29%	24%
Детские товары, включая одежду	31%	54%	29%	28%	25%
Косметика, парфюмерия	23%	45%	30%	27%	26%
Зоотовары	22%	39%	30%	34%	27%
Товары для занятий спортом	36%	42%	31%	33%	25%
Продукты питания (без учета готовой еды)	6%	20%	21%	22%	21%
Канцтовары, товары для хобби и творчества	34%	43%	32%	35%	29%
Лекарства и другой аптечный ассортимент	6%	13%	14%	15%	16%
Затрудняюсь ответить	34%	24%	24%	38%	44%

# Портрет селлеров – данные опроса, июнь 2022

## Среднемесячный объем продаж, руб.



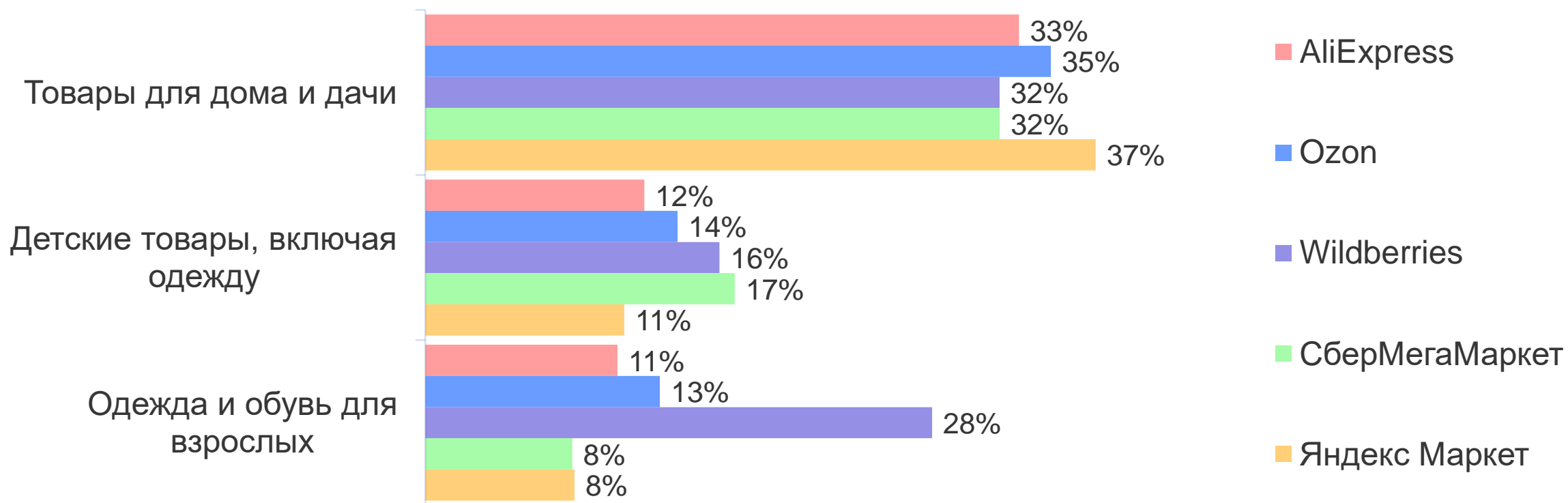
## Основной регион деятельности



Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Распределение продавцов по товарным категориям

ТОП-3 категорий, график показывает процент продавцов с каждой площадки



Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Среднее количество товарных категорий на одного продавца

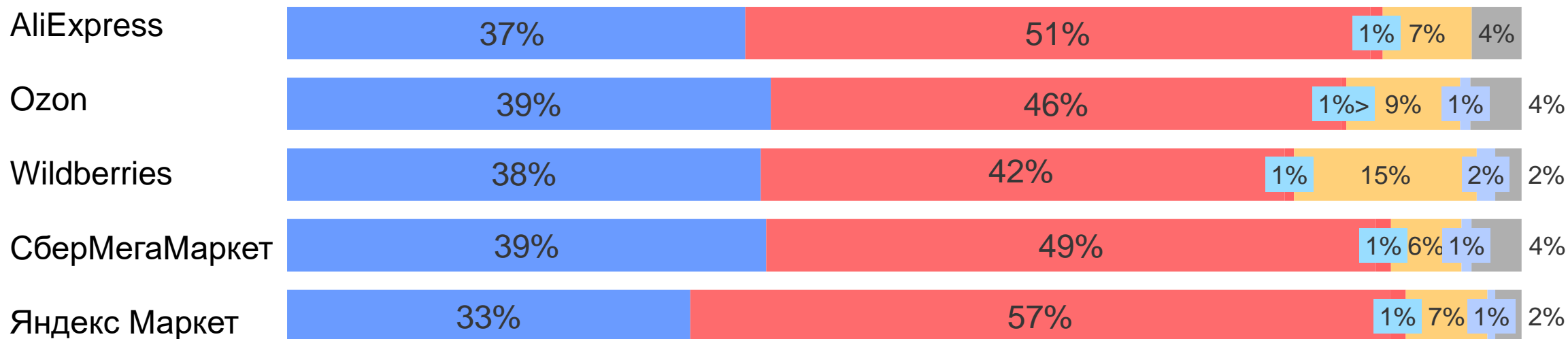
				
<b>Среднее количество категорий на одного продавца*</b>				
1,39	1,41	1,28	1,54	1,48

\* \*В опросе продавцы выбирали из 12 предложенных категорий

Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Категории селлеров на маркетплейсах

Продавцы на маркетплейсах, опрос селлеров, июнь 2022

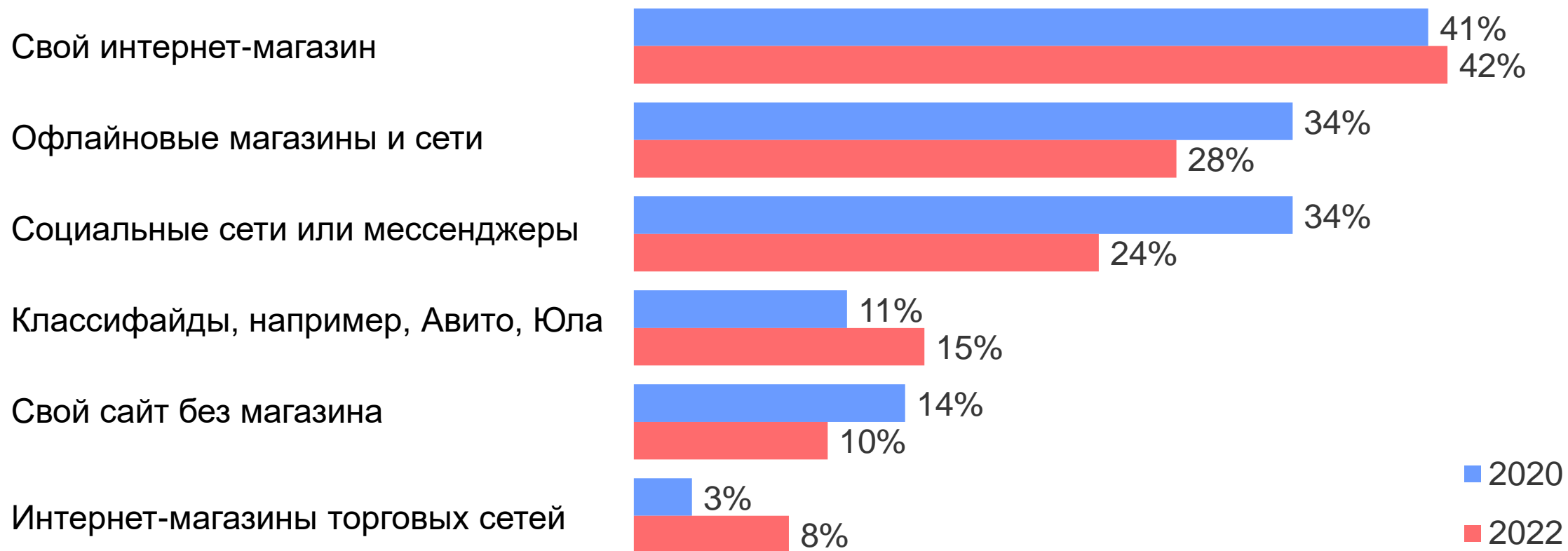


- Производители
- Дистрибьюторы разных брендов
- Операторы, сервисные компании
- Бренды с прямыми продажами
- Бренды с продажами через дистрибьюторов
- Другое

Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Использование других каналов продаж

## Каналы продаж помимо маркетплейсов



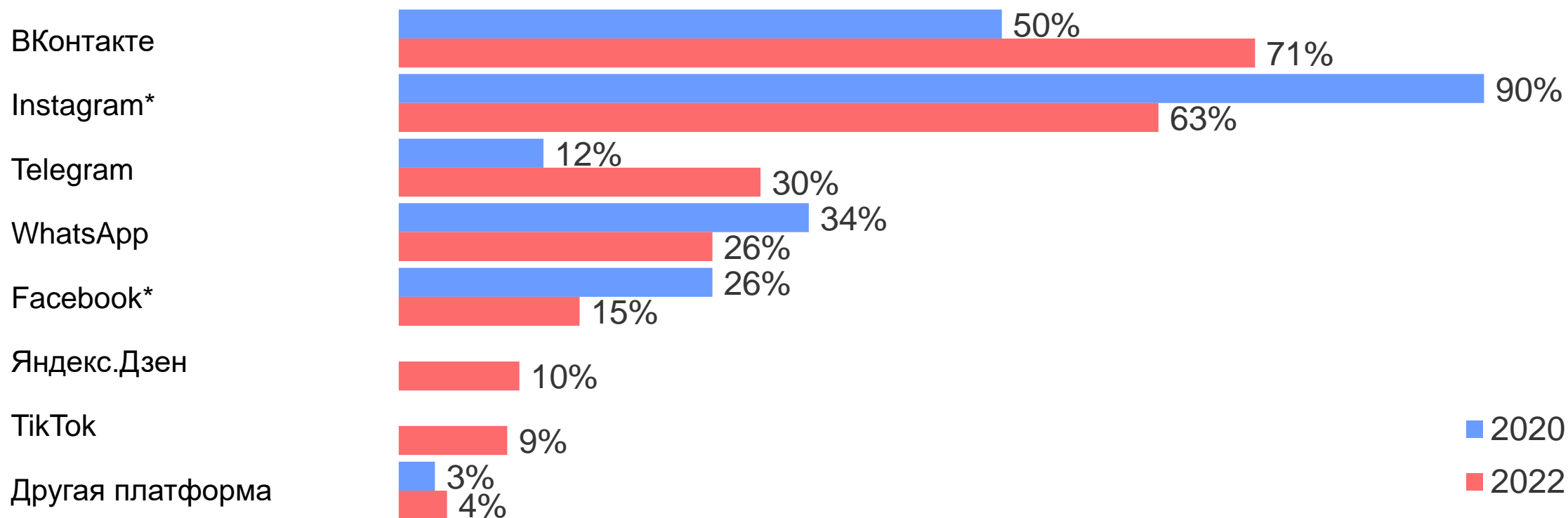
Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022



# Использование социальных сетей для продаж

Снизилась доля продавцов, использующих соцсети для продажи товаров – с 34% в 2020 году до 24% в 2022 году. Выросла доля ВКонтакте и Telegram – на 21 п.п. и 18 п.п. соответственно. Продавцы осваивают новые платформы – доля Яндекс.Дзен и TikTok составила 10% и 9% соответственно.

## Каналы продаж помимо маркетплейсов



Источник: [исследование «Селлеры на российских маркетплейсах 2022»](#), Data Insight, июнь 2022

# Основные результаты

- ❖ 4/5 годового прироста рынка по количеству заказов обеспечено пятеркой маркетплейсов
- ❖ Маркетплейсы растут за счет новых селлеров: около 25% имеют стаж продаж меньше 6 месяцев
- ❖ Маркетплейсы также растут за счет роста объема продаж у селлеров: лидеры роста – товары для ремонта и товары для дома и дачи
- ❖ Маркетплейсы по-прежнему оцениваются продавцами как очень эффективный канал с большим приростом — 64% селлеров сообщили о росте объёма своих продаж на маркетплейсах за минувший год
- ❖ В среднем каждый продавец использует 2 маркетплейса. Селлеры СберМегаМаркета — почти все возможные площадки (4,3 на продавца). Селлеры Wildberries — 1,8; на этом маркетплейсе выше всего доля использующих только одну площадку

# Основные результаты

- ❖ 37% продавцов Wildberries планирует выйти на Ozon в ближайшие полгода. У селлеров других платформ самый желаемый маркетплейс для подключения к нему в следующем периоде — СберМегаМаркет
- ❖ Среди продавцов на маркетплейсах большинство — дистрибьюторы брендов: 40-50% на разных площадках.
- ❖ Самая представленная категория на маркетплейсах — товары для дома и дачи: от 32% до 37% селлеров в зависимости от платформы.
- ❖ Собственный интернет-магазин имеют лишь 2 из 5 селлеров. За прошедший год среди селлеров сократилась доля тех, кто имеет собственный офлайновый магазин
- ❖ Социальные сети для продажи в 2022 году использует четверть селлеров (треть в в 2020-м). Самая популярная социальная сеть для продажи - ВКонтакте: 71% от использующих соцсети и/или мессенджеры

# Методология

1. Использованы данные онлайн-опроса российских продавцов и брендов, занимающихся продажами и продвижением товаров на торговых интернет-платформах. Самозаполнение по стандартизированной анкете. Период опроса: апрель 2022. N = 4 955.
2. Опрос проводился на 5 основных маркетплейсах: AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет и Яндекс Маркет. При оценке площадок учитывались ответы всех респондентов, которые её используют, вне зависимости от площадки проведения опроса.
3. Данные, приведенные в отчете как "средние" получены по ответам непропорциональной стратифицированной выборки (равные доли ответов, собранные по базе партнеров каждого из участвующих маркетплейсов).
4. Дополнительное приведение собранной базы к структуре генеральной совокупности (всех российских онлайн-продавцов) по товарным категориям, регионам, использованию маркетплейсов или другим параметрам не проводилось. Таким образом, использованная в исследовании выборка может не отражать структуру всех онлайн-продавцов России, хотя приближена к ней.

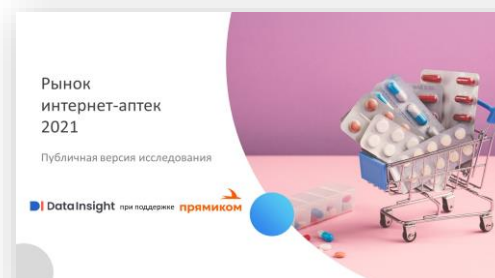
# Публичные исследования Data Insight



Фулфилмент для интернет-торговли 2020



Доставка крупногабаритных товаров



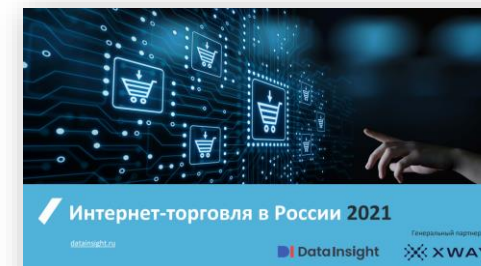
Рынок интернет-аптек 2021



Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия 2021



Топ-100 интернет-магазинов рейтинг 2021



Интернет-торговля в России 2021

# Партнеры Data Insight



# Data Insight

Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные **исследования** – [datainsight.ru](https://datainsight.ru)

Связаться с нами:



[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)



+7 (495) 540 59 06



[datainsight.ru](https://datainsight.ru)



[T.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)



[Vk.com/data\\_insight](https://vk.com/data_insight)



[YouTube](https://www.youtube.com/DataInsight)



[Dzen.ru/datainsight](https://dzen.ru/datainsight)