

2018

Интернет-торговля в России 2018

Цифры и факты

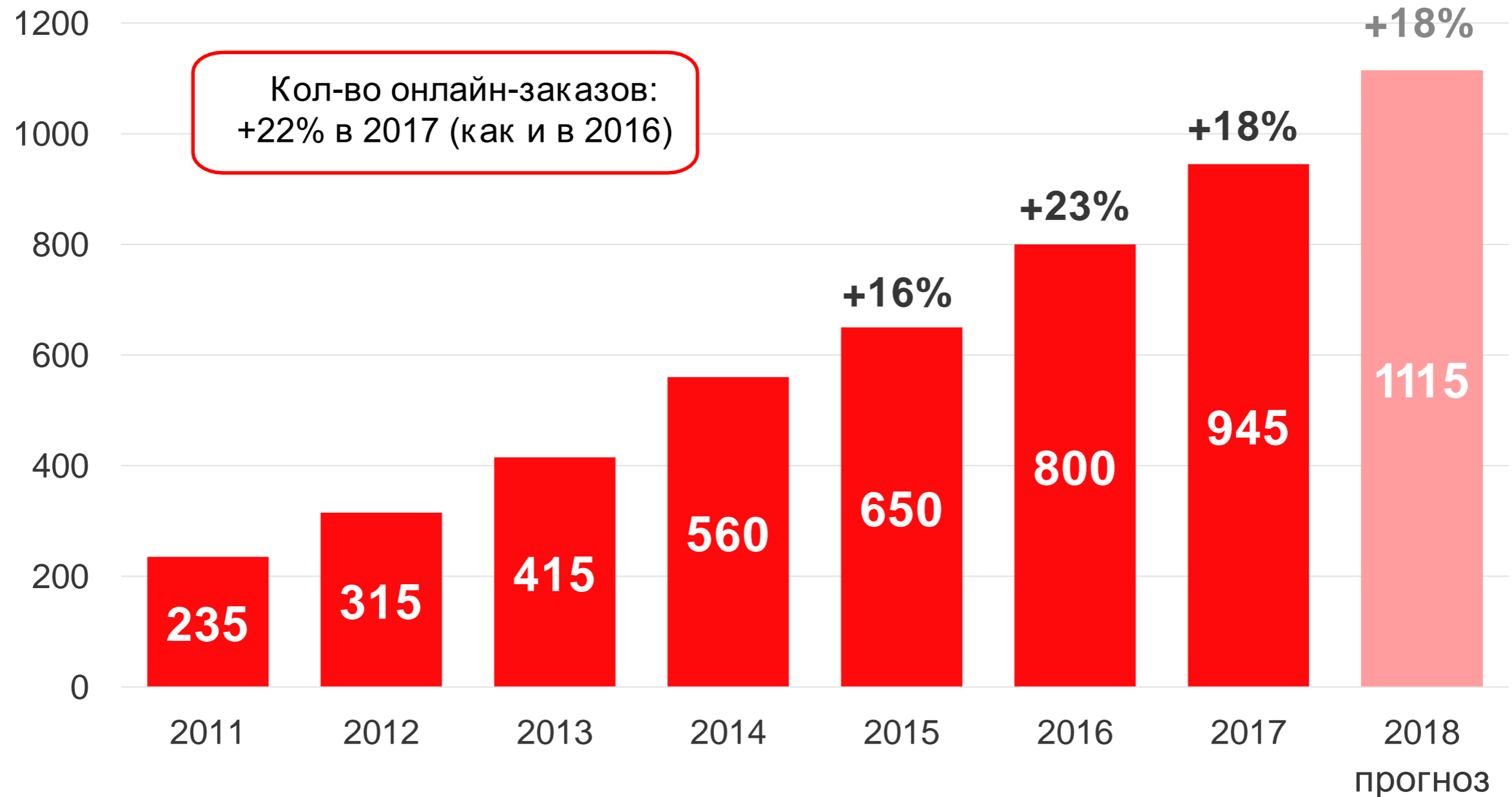
DA
TA
insight



Размер рынка

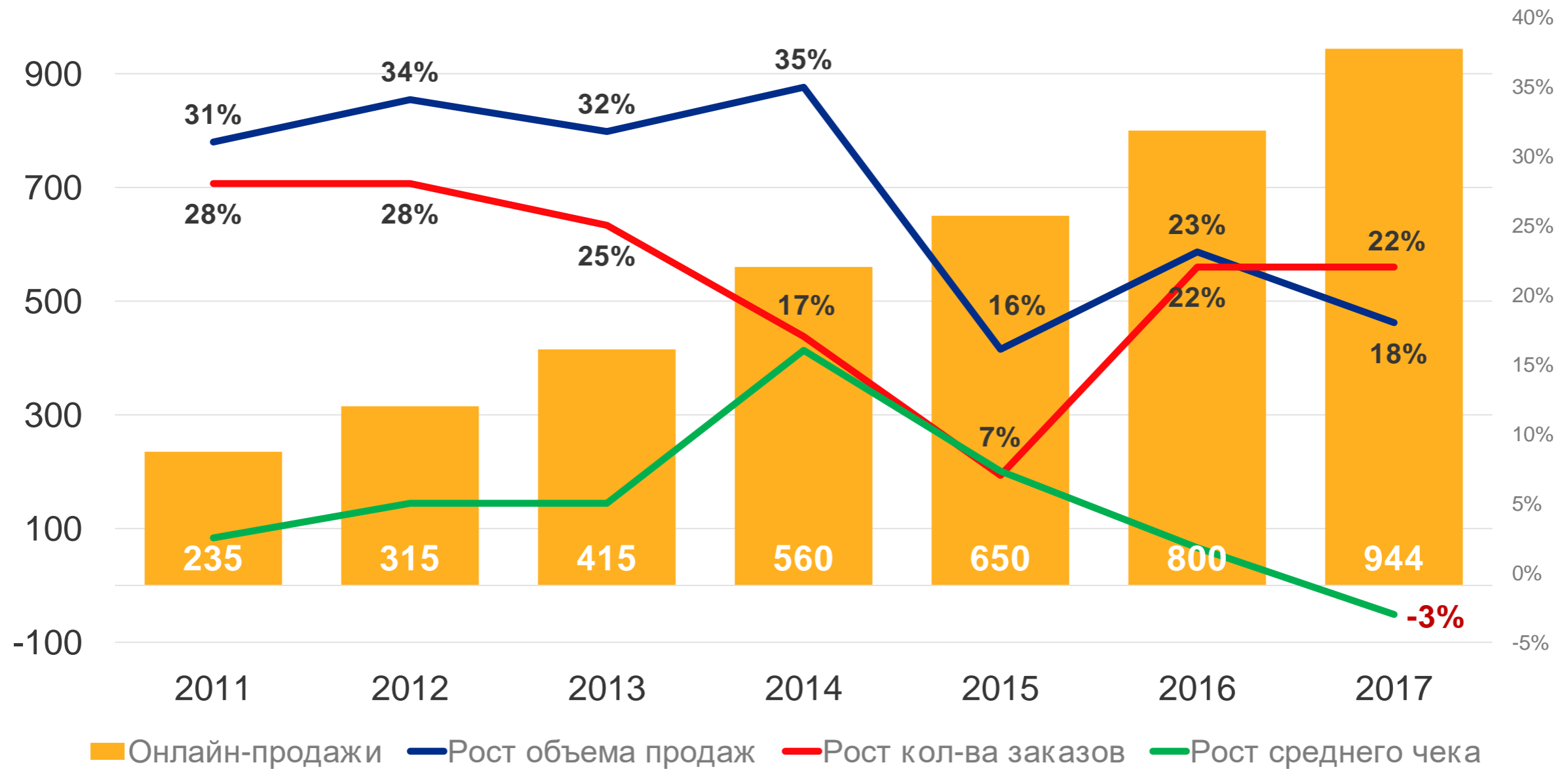
Объем онлайн-продаж вырос на 18%

RUB Bn Внутривоссийские онлайн-продажи (материальные товары)



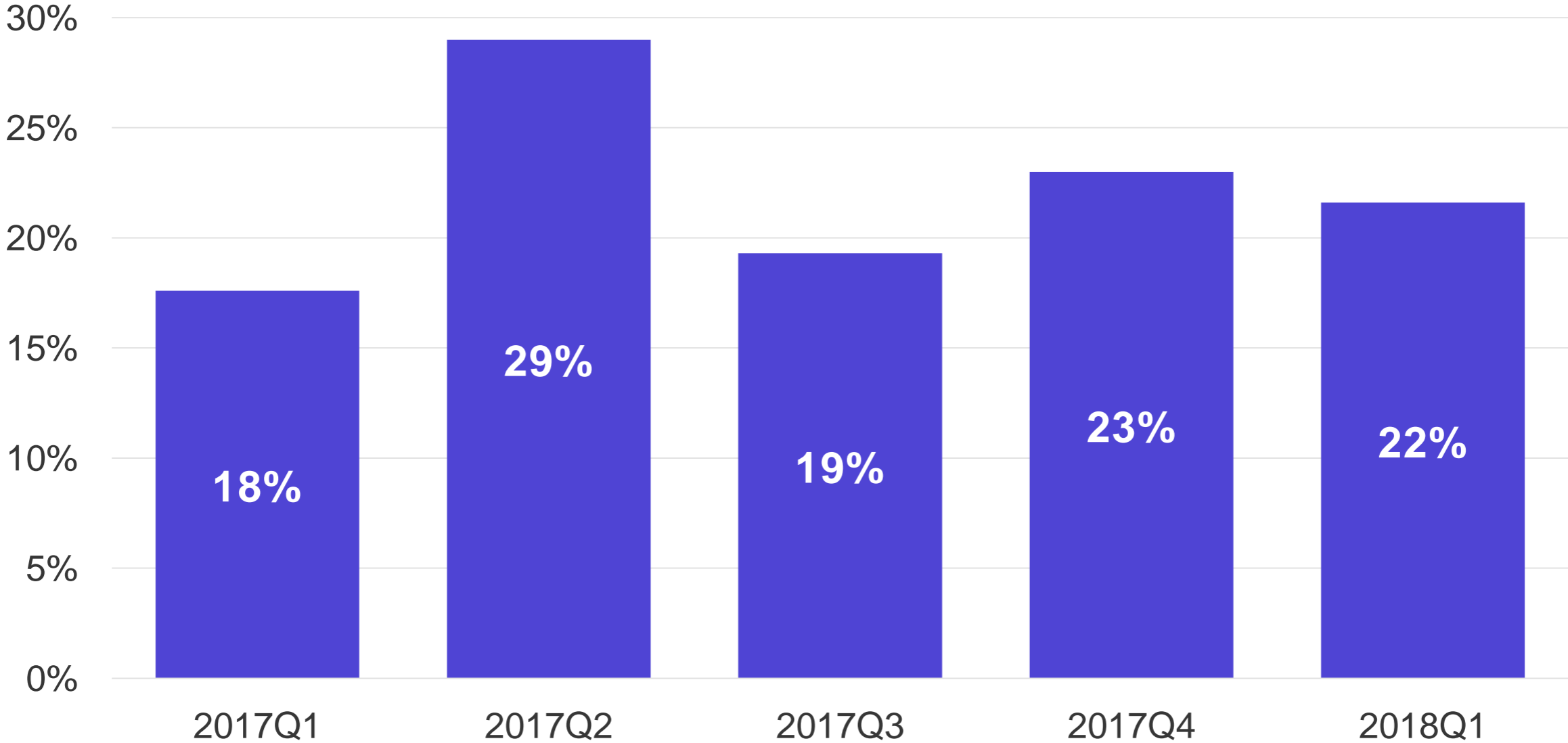
Составляющие роста

RUB Bn Внутривоссийские онлайн-продажи (материальные товары)



2018: I квартал

Рост количества заказов в российских интернет-магазинах,
год к году



2018: первый прогноз

- Сохранение темпов роста количества онлайн-заказов на уровне более +20% в год
- Слабовыраженная отрицательная динамика среднего чека – особенно у магазинов с быстрым ростом количества заказов
- Рост рынка российского eCommerce в денежном выражении: ориентировочно +18%



Топ-100 интернет-магазинов

<http://datainsight.ru/top100/>

#	МАГАЗИН	ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ, МЛН РУБ.		ЗАКАЗЫ, ТЫС.		СРЕДНИЙ ЧЕК	
		2017	Рост в %	2017	Рост в %	2017	Рост в %
1	WILDBERRIES.RU одежда, обувь и аксессуары	63 800	40%	39 800	37%	1 600	2%
2	CITILINK.RU универсальные магазины	55 200	35%	5 190	33%	10 620	2%
3	DNS-SHOP.RU / TECHNOPOINT.RU электроника и техника	38 900	61%	5 800	71%	6 710	-6%
4	MVIDEO.RU электроника и техника	36 700	41%	3 570	71%	10 280	-17%
5	ELDORADO.RU электроника и техника	23 700	2%	4 340	11%	5 460	-8%
6	LAMODA.RU одежда, обувь и аксессуары	23 600	6%	4 030	5%	5 860	1%
7	OZON.RU универсальные магазины	23 400	44%	8 640	51%	2 700	-5%
8	ULMART.RU универсальные магазины	23 100	-37%	5 910	-24%	3 900	-18%
9	BONPRIX.RU одежда, обувь и аксессуары	16 500	10%	4 020	10%	4 120	1%
10	SVYAZNOY.RU электроника и техника	15 700	35%	1 480	37%	10 670	-1%

Динамика топ-100

- 90 из 100 увеличили объем онлайн-продаж
- 90 из 100 выполнили больше заказов, чем в 2016 г.
- 22 смогли увеличить и количество заказов, и средний чек
- большинство магазинов выросло более чем на 33% как по заказам, так и в деньгах

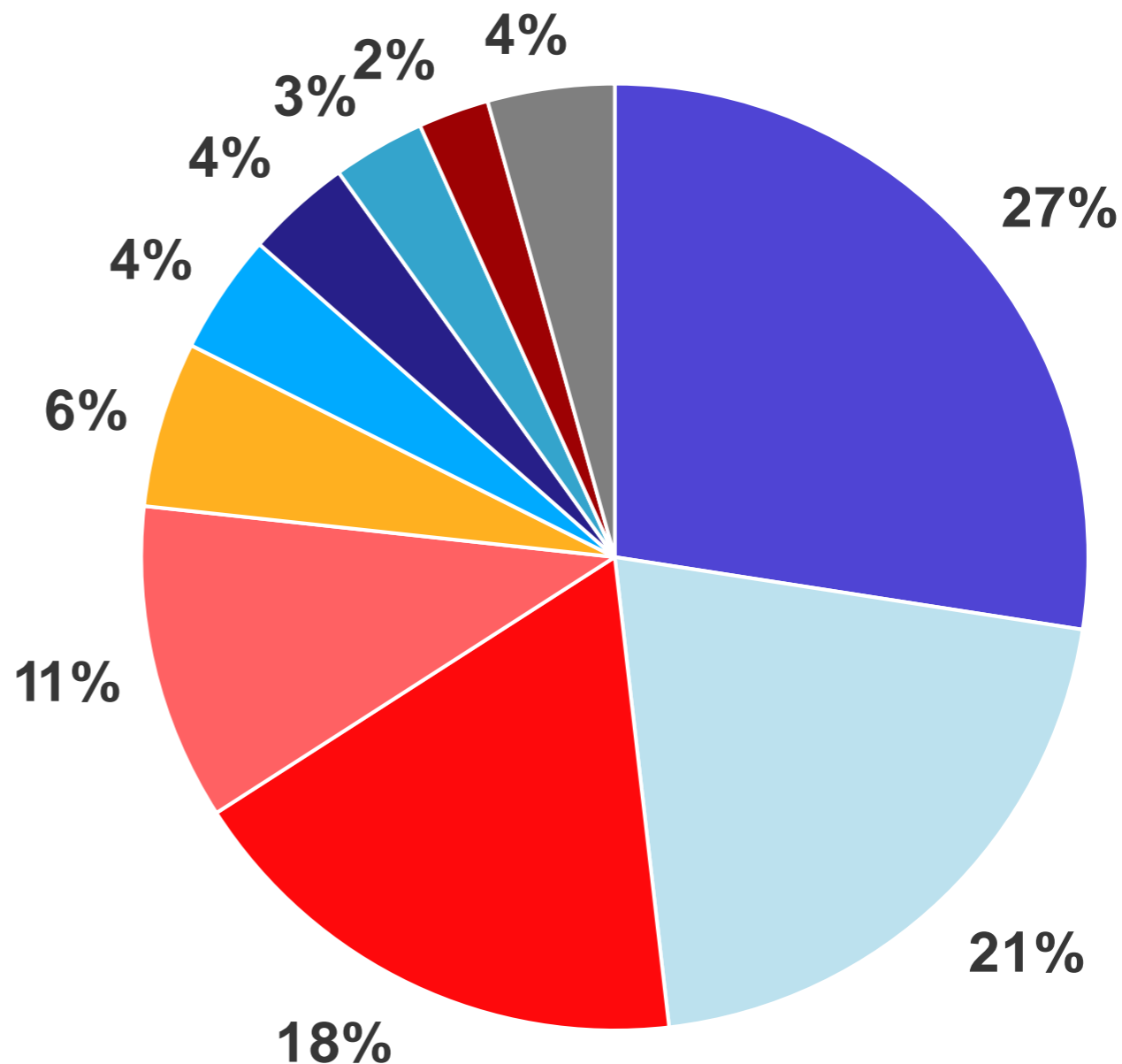
Лидеры категорий

	По объему продаж (млн рублей)	По количеству заказов (млн штук)	Средний чек (рублей)
Электроника и техника	Dns-shop.ru – 38 900	Dns-shop.ru – 5 800	Notik.ru – 51 770
Одежда, обувь и аксессуары	Wildberries.ru – 63 800	Wildberries.ru – 39 800	Aizel.ru – 27 730
Универсальные магазины	Citilink.ru – 55 200	Ozon.ru – 8 640	E96.ru – 11 300
Товары для дома и ремонта	Vseinstrumenti.ru – 14 900	Vseinstrumenti.ru – 2 100	Santehnika-online – 27 250
Автозапчасти	Shinservice.ru – 8 490	Exist.ru – 1 381	Mosautoshina.ru – 16 210
Книги	My-shop.ru – 11 500	Labirint.ru – 4 180	My-shop.ru – 7 330
Другие категории	Sportmaster.ru – 10 300	Petshop – 2 130	Alltime.ru – 9 110
Товары для детей	Detmir.ru – 5 130	Detmir.ru – 2 390	Akusherstvo.ru – 9 340
Красота и здоровье	Apteka.ru - 7190	Apteka.ru – 4 710	Yamaguchi.ru – 39 930
Продукты питания	Utkonos.ru – 13 100	Utkonos.ru – 2 790	Av.ru – 5 780

Типы магазинов

Распределение онлайн-продаж по категориям ИМ (данные по топ-300), 2017

- электроника и техника
- одежда, обувь и аксессуары
- универсальные магазины
- товары для дома и ремонта
- автозапчасти
- красота и здоровье
- книги
- товары для детей
- продукты питания
- другие категории



Сравнение динамики по категориям

Рост объема онлайн-продаж по категориям ИМ
(данные по топ-300), 2017/2016



* - другие категории:
спорттовары, зоотовары,
украшения и часы, спортивное
питание, велосипеды, оружие и
военные товары, товары для
туризма, товары для хобби и
рукоделия, радиоуправляемые
модели, подарки, музыкальные
инструменты, оптика



C2C в российском интернете
<http://www.datainsight.ru/c2c-2017>

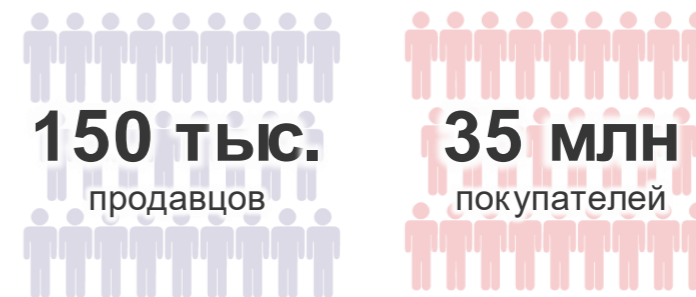
Сопоставление экономики C2C продаж в интернете и рынка ecommerce*

Оценка на 2017 год на основе данных за I полугодие

C2C



B2C

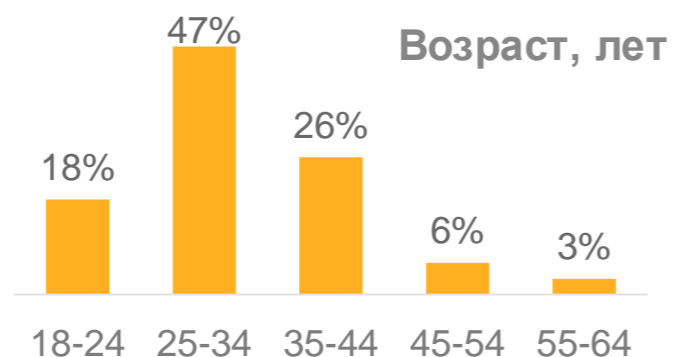
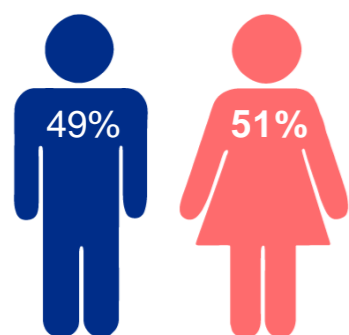


* Сравнивается онлайн-продажа товаров общего потребления за исключением транспортных средств.

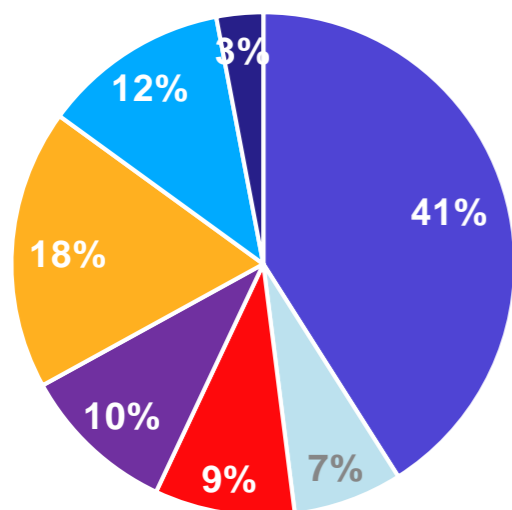
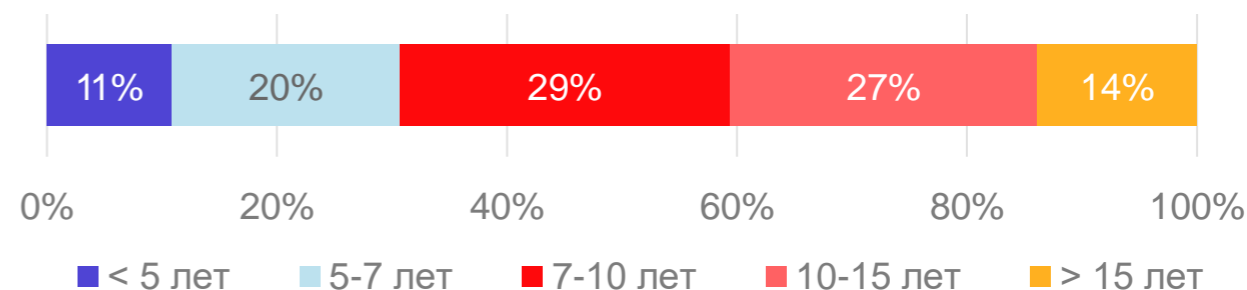
C2C интернет-продажи. Ключевые факты

1. **Самозанятость:** 5% или более 300 тыс. человек - профессиональные продавцы (доход от C2C-продаж - основной или как минимум существенный)
2. **Высокая концентрация:** На 350 тысяч самых активных продавцов приходится 40% всех продаж
3. **Гиперлокальный рынок:** 92% продавцов продает только внутри своего города или региона
4. **Диверсификация:** доминируют продажи б/у товаров, но 37% сделок приходится на другие типы товаров (в первую очередь на новые товары, не подошедшие владельцу)
5. **Уникальная аудитория:** треть C2C-покупателей не совершают покупки в интернет-магазинах
6. **Активное ядро покупателей:** на 1 миллион самых активных покупателей приходится почти половина (47%) C2C-покупок
7. **Плюс огромная аудитория с нерегулярными покупками:** 10 миллионов человек сделают в 2017 году хотя бы одну покупку у частного лица через интернет

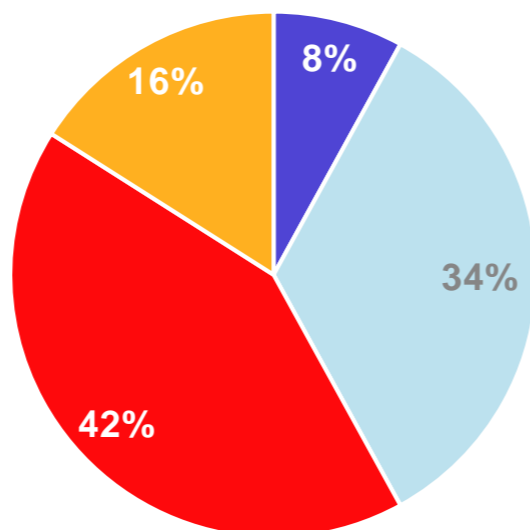
Портрет продавца



Стаж в интернете



- Не работаю
- Предприниматель
- Руководитель
- Специалист



- Низкий доход
- Средний доход
- Выше среднего
- Высокий доход

40% С2С продавцов (среди которых почти $\frac{3}{4}$ женщины) не работают, а еще 30% – это служащие и рабочие.

Большинство продавцов ответили, что как минимум, им хватает денег на покупку товаров длительного пользования.

Стаж пользования интернетом более 5 лет имеют 89% продавцов.

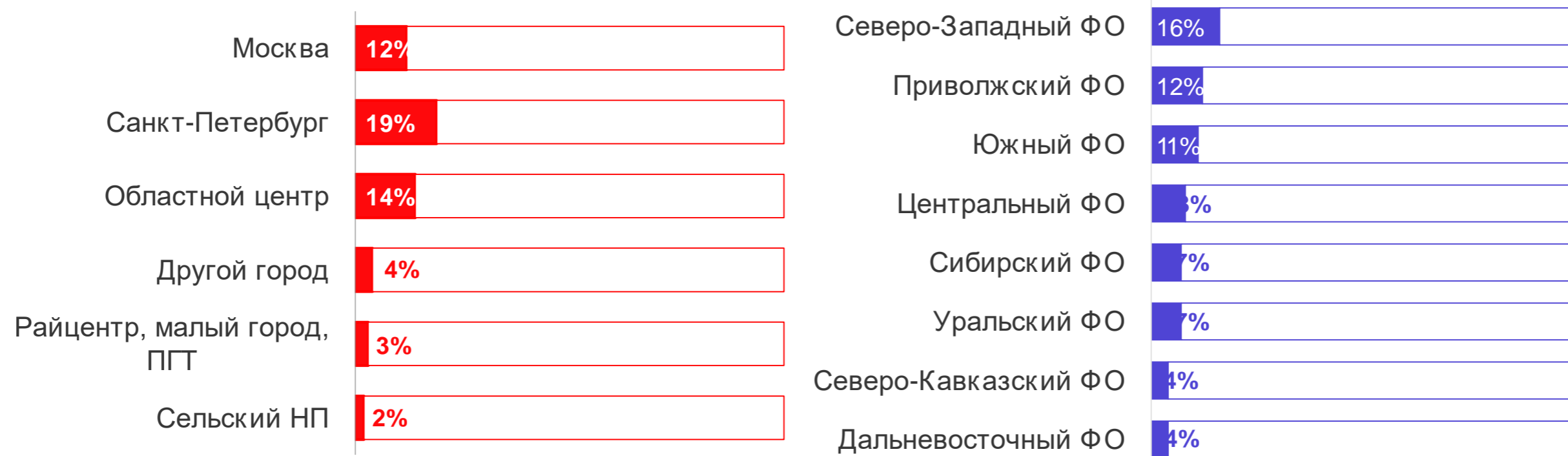
Другими словами, **типичный С2С продавец – это обеспеченная домохозяйка со стажем в интернете более 5 лет.**

Онлайн-опрос. Данные за I полугодие 2017 г.

Доля С2С-продавцов: география проникновения

Проникновение частных продавцов в населении Москвы меньше, чем в среднем в большинстве областных центров и существенно меньше, чем в Петербурге. В населенных пунктах меньше областного центра доля предпринимателей в разы меньше, чем в крупных городах, но важно, что они там есть.

Северо-Западный федеральный округ самый продвинутый с точки зрения С2С-торговли. Он опережает большинство других макрорегионов (все, кроме Приволжского и Южного ФО) более чем в два раза.

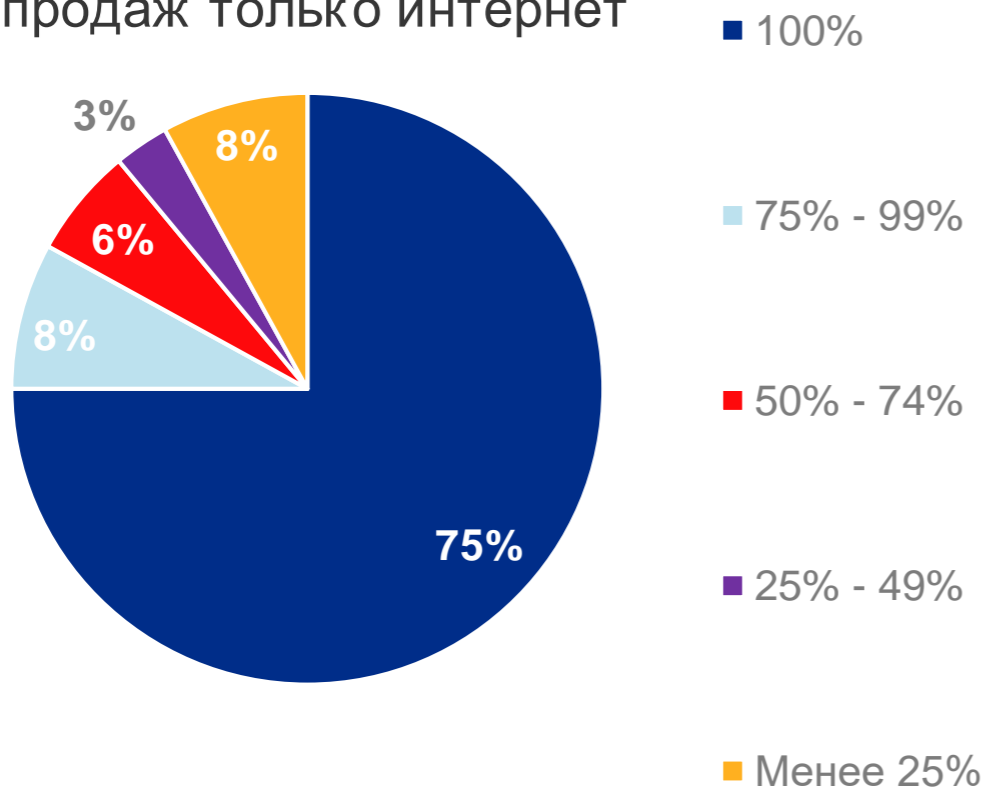


Онлайн-опрос. Данные за I полугодие 2017 г.

Роль интернета в C2C продажах

В среднем на долю интернета приходится 87% продаж опрошенных частных продавцов.

Трое из четырех продавцов используют для продаж только интернет



Данные за I полугодие 2017 г.
Онлайн-опрос. Если вы как частное лицо продаете товары не только через интернет, то какая доля продаж приходится на интернет?

Только 6% прибегали к активным продажам (не по прежним клиентам или через знакомых) в оффлайне



*- в тч. на рынке(2%), по объявлениям в газетах (2%), через листовки и бумажные объявления, в офисах, на улице/в транспорте (по 1%)
Вопросы: За последние 6 месяцев вы как частное лицо продавали какие-либо товары не через интернет? Если да, то какие именно варианты продаж вы использовали?

Число покупателей на C2C-рынке

Интернет-покупатели: доли покупок у частных лиц, компаний и в интернет-магазинах



11% (8,3 млн)

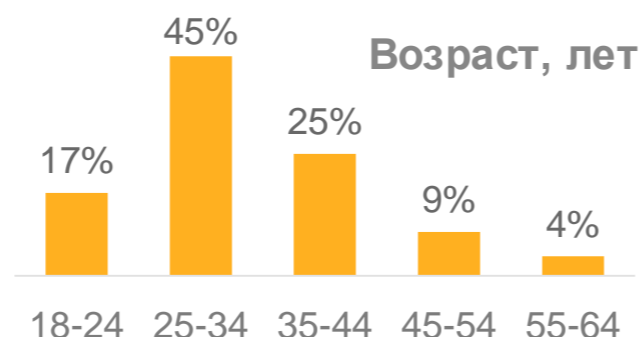
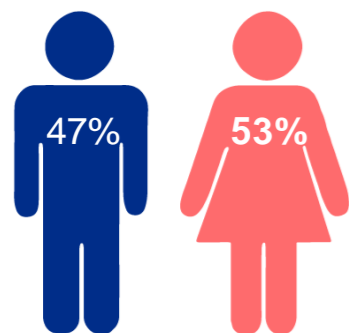
интернет-пользователей делали покупки у частных лиц в интернете за последние 6 месяцев.

К C2C-покупкам мы относим покупки у частных продавцов через сервисы объявлений и социальные сети. Покупки у консультантов и представителей MLM-сетей считаются покупками у компаний.

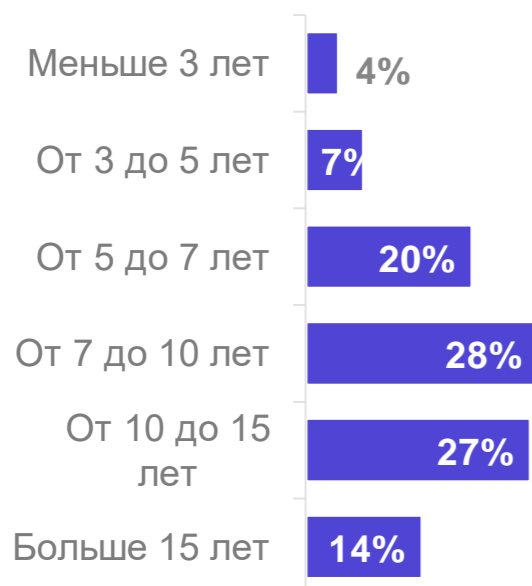
Данные за I полугодие 2017 г.

Онлайн-опрос. Совершали ли вы покупки товаров через интернет за последние 6 месяцев? Если да, то где именно?

Портрет покупателя



Интернет-стаж



Доход



Почти половина – люди в возрасте от 25 до 34 лет.

Женщин немногим больше, чем мужчин.

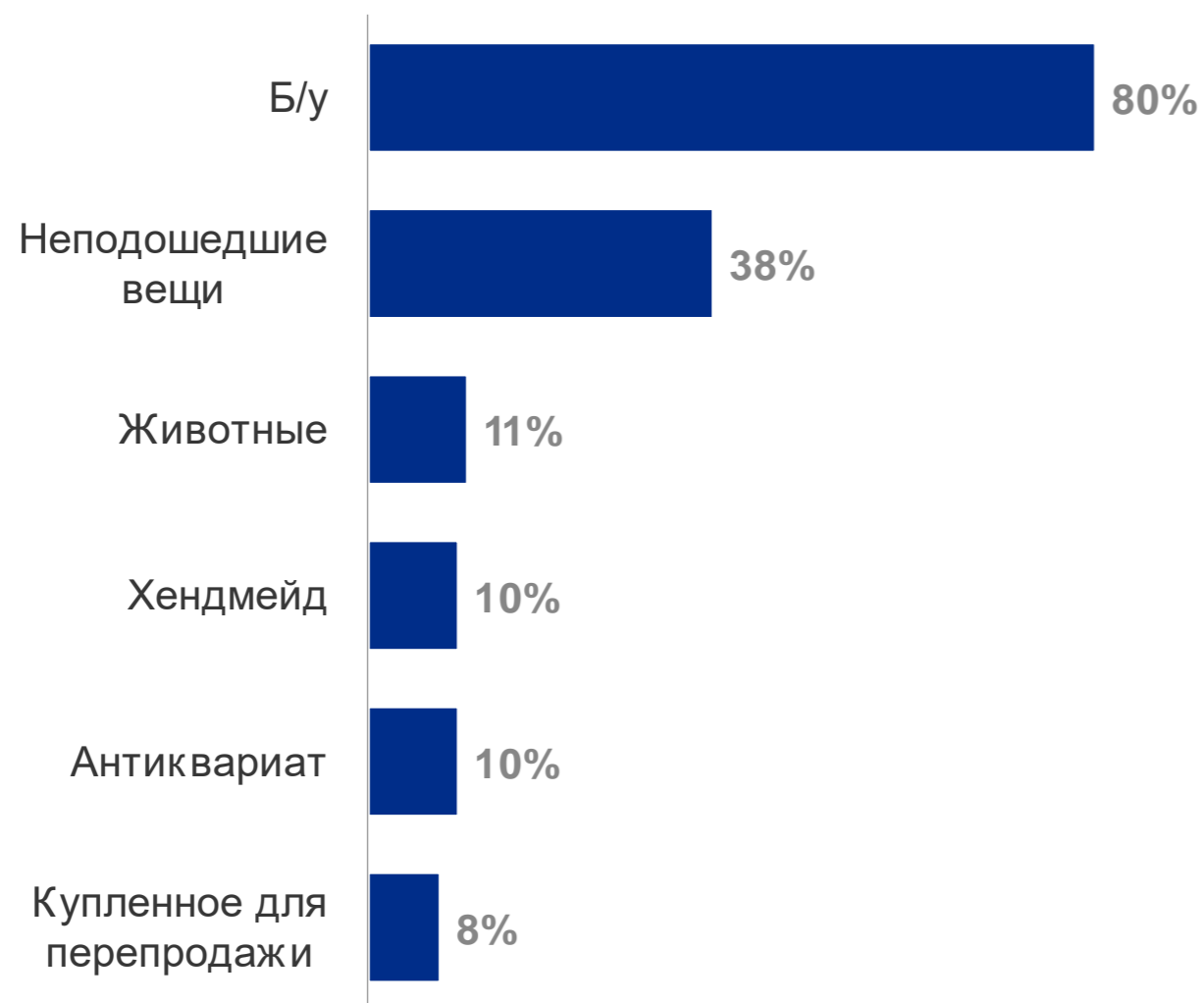
Подавляющее большинство (89%) имеют стаж использования интернета более 5 лет.

Треть покупателей имеет средний доход, еще около 40% – выше среднего. Людей с низким доходом всего 7%.

Онлайн-опрос. Данные за I полугодие 2017 г.

Что продают на C2C рынке: распределение продавцов

Доля C2C-продавцов, предлагающих различные типы товаров



80% C2C-продавцов предлагают б/у товары, в т.ч. 43% продают только такие товары. Вдвое меньше продавцов новых недошедших товаров, а у других типов товаров количество продавцов еще в 3-5 раз меньше. При этом почти половина всех продавцов предлагает товары нескольких типов.

Всего 8% продавцов продают новые вещи, купленные специально для перепродажи (и на них приходится 4% всех продаж - около 300 тыс. продаж в месяц).

Данные за I полугодие 2017 г.
Онлайн-опрос. Укажите типы товаров, которые вы продавали через интернет как частное лицо за последние 6 месяцев?



Розничный экспорт
<http://www.datainsight.ru/EbayCrossborder2017>

Объем рынка

430^{млн}\$

ОБЩИЙ ОБЪЕМ
ИНТЕРНЕТ ЭКСПОРТА
МАТЕРИАЛЬНЫХ
ТОВАРОВ В 2016 ГОДУ

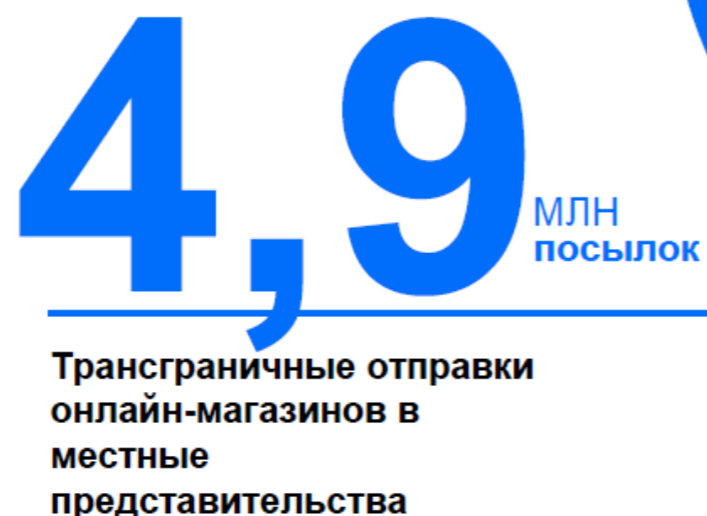
55\$
средний
чек

7,9^{млн}
количество
отправок

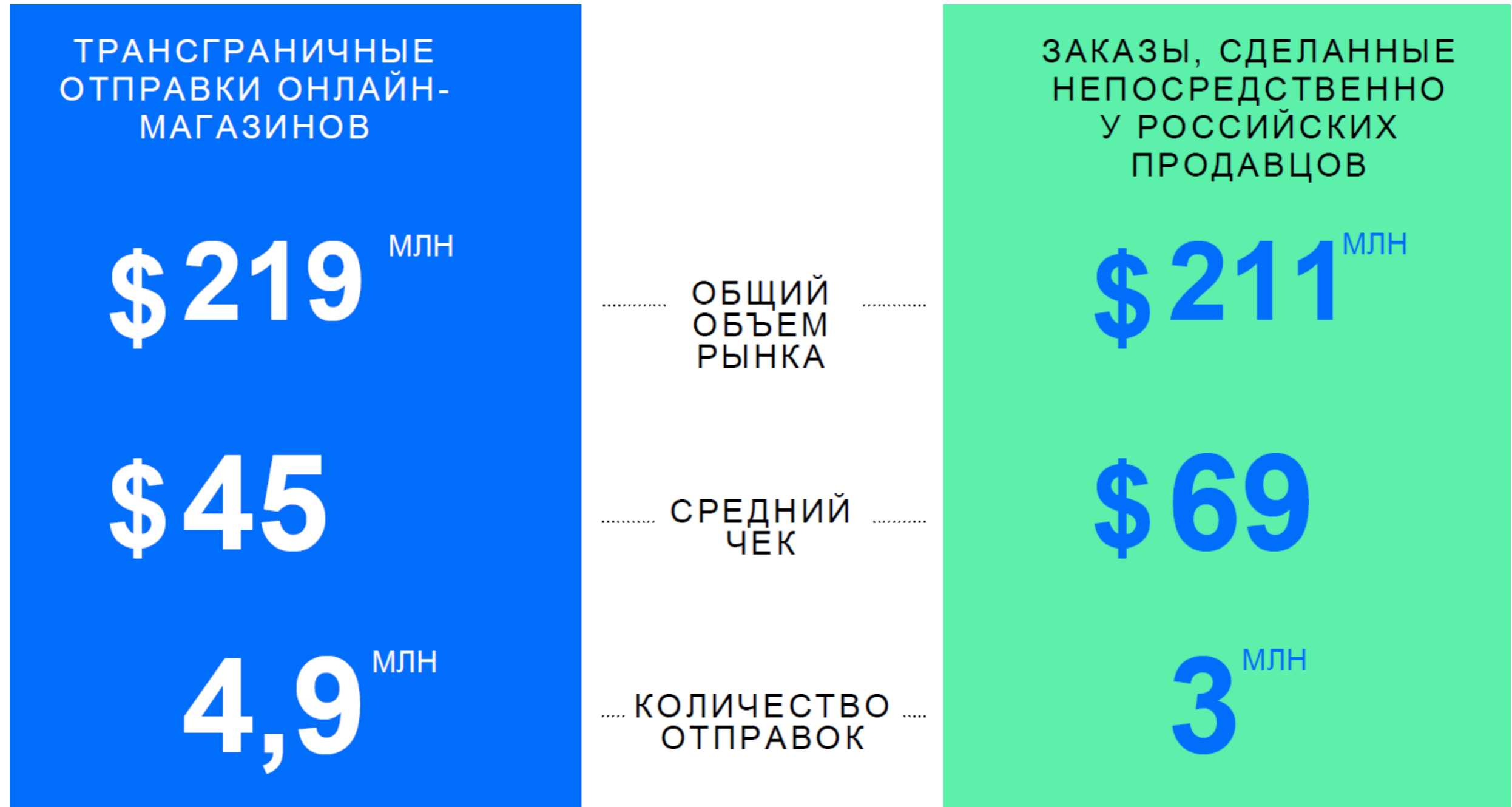
СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Из всего объема экспортируемых товаров, заказанных в онлайн, 2/3 приходится на трансграничные отправки в местных представительствах (на локальных доменах) крупных российских магазинов.

Маркетплейсы обеспечивают порядка 40% от всех заказов сделанных непосредственно у российских продавцов.



Объем по сегментам



Направления экспорта

СТРАНЫ-ПОКУПАТЕЛИ РОССИЙСКИХ ТОВАРОВ В ОНЛАЙНЕ

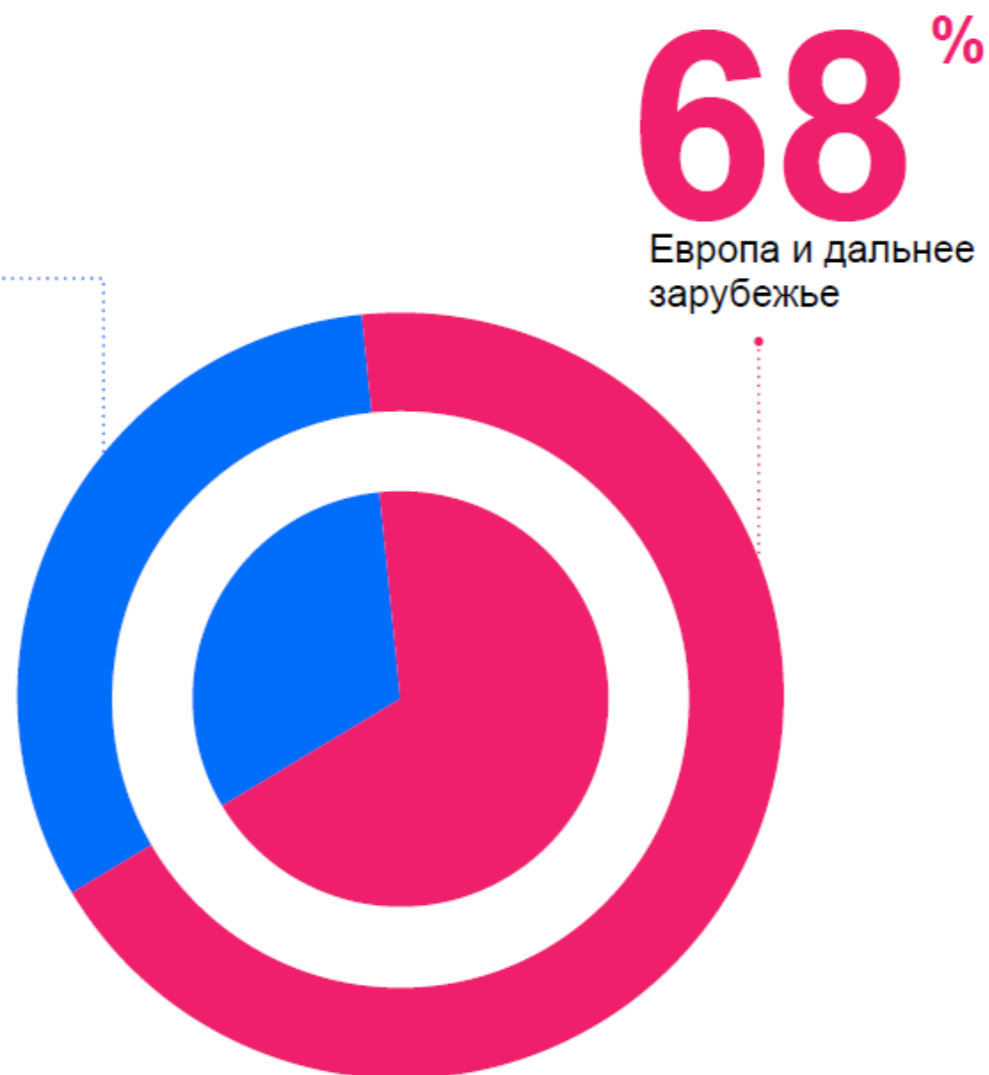
На графике показано распределение количества отправок в страны зарубежья (включая СНГ), заказанные непосредственно у российских онлайн продавцов

32%
СНГ

43%
Беларусь

38%
Казахстан

20%
Украина



25%
США

8%
Германия

7%
Великобритания

5%
Израиль

4%
Китай

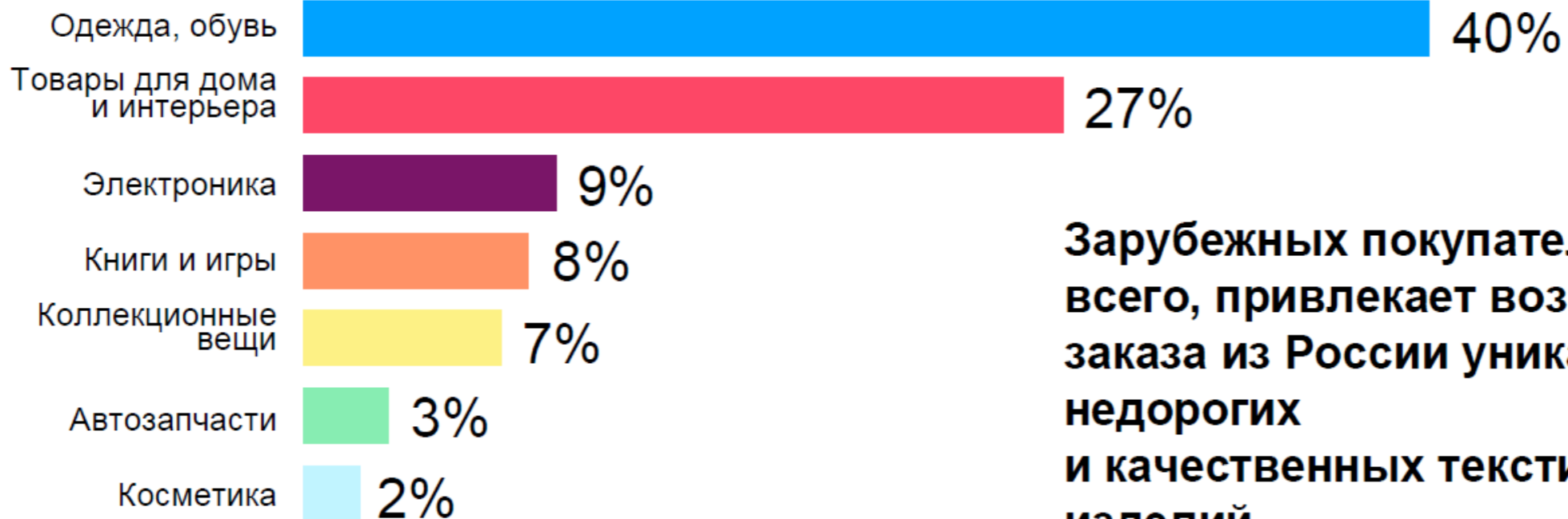
3%
Франция

3%
Канада

Что экспортируют?

40%

ЭКСПОРТНЫХ ТОВАРОВ
ПРИХОДИТСЯ НА
FASHION КАТЕГОРИЮ



Зарубежных покупателей, прежде всего, привлекает возможность заказа из России уникальных недорогих и качественных текстильных изделий



Логистика для интернет-торговли

http://logistics.datainsight.ru/sites/default/files/logistika_doklad_2017_web.pdf

Тренды рынка логистики для интернет-магазинов

1. Рост спонтанных онлайн-покупок. Смартфоны
2. Рост доставки еды.
3. Значительные инвестиции в маркетплейсы
4. Значение технологий для логистики, IT-технологии и процессы.
5. Спрос на специальную доставку и крупногабарит.
6. Популярность обретают ПВЗ/постаматов.
7. Рынок фулфилмента в ожидании новых клиентов.

Типы доставки

Рис. 1.1. Распределение рынка логистики для интернет-магазинов по типам доставки с MLM в млн. посылок



Экосистема рынка логистики для интернет-торговли в России — 2017





Мобильный ритейл

<http://datainsight.ru/DI-mobile-09-17>

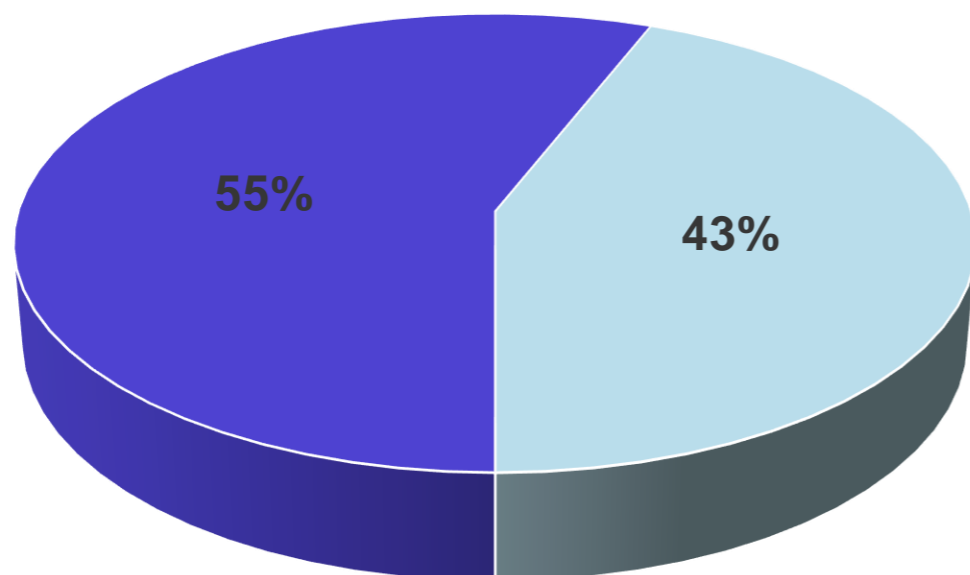
Заказы в интернет-магазинах

Заказали со смартфона (телефона) через сайт	13,4%
Заказали со смартфона через мобильное приложение	12,3%
Заказали с планшета через сайт	5,4%
Заказали с планшета через мобильное приложение	3,5%
Заказали с ноутбука	32,4%
Заказали со стационарного компьютера (десктопа)	30,2%
Заказали голосом по телефону	2,8%

Если говорить о Вашей последней по времени покупке в интернет-магазине, то как именно Вы совершили этот заказ?

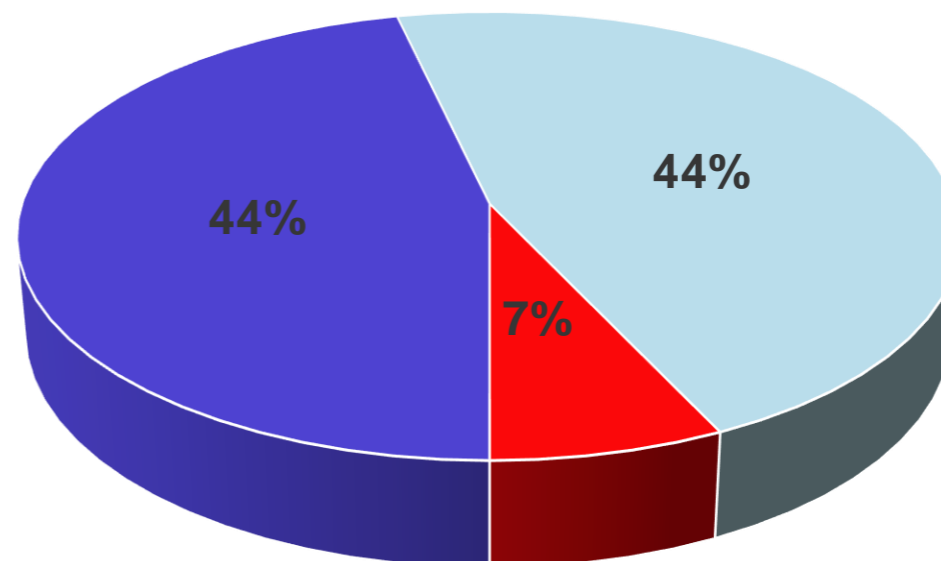
Несколько устройств во время покупки

Купили со смартфона



- Только смартфон
- Несколько устройств

Купили не со смартфона



- одно устройство
- несколько + смартфон
- несколько без смартфона

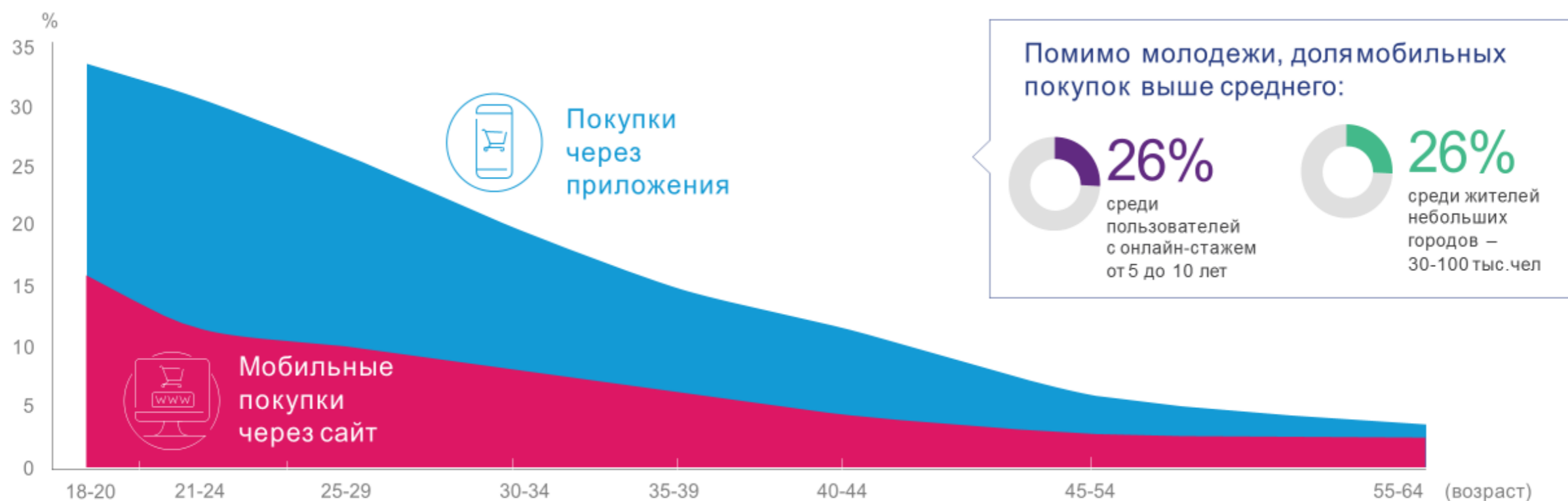
Доля покупок с использованием нескольких устройств – **49%**

Доля покупок с использованием смартфона (хотя бы на каком-то этапе) – **59%**

А в процессе поиска и выбора товара, который Вы тогда заказали, и выбора интернетмагазина для покупки использовали ли Вы доступ в интернет со смартфона?

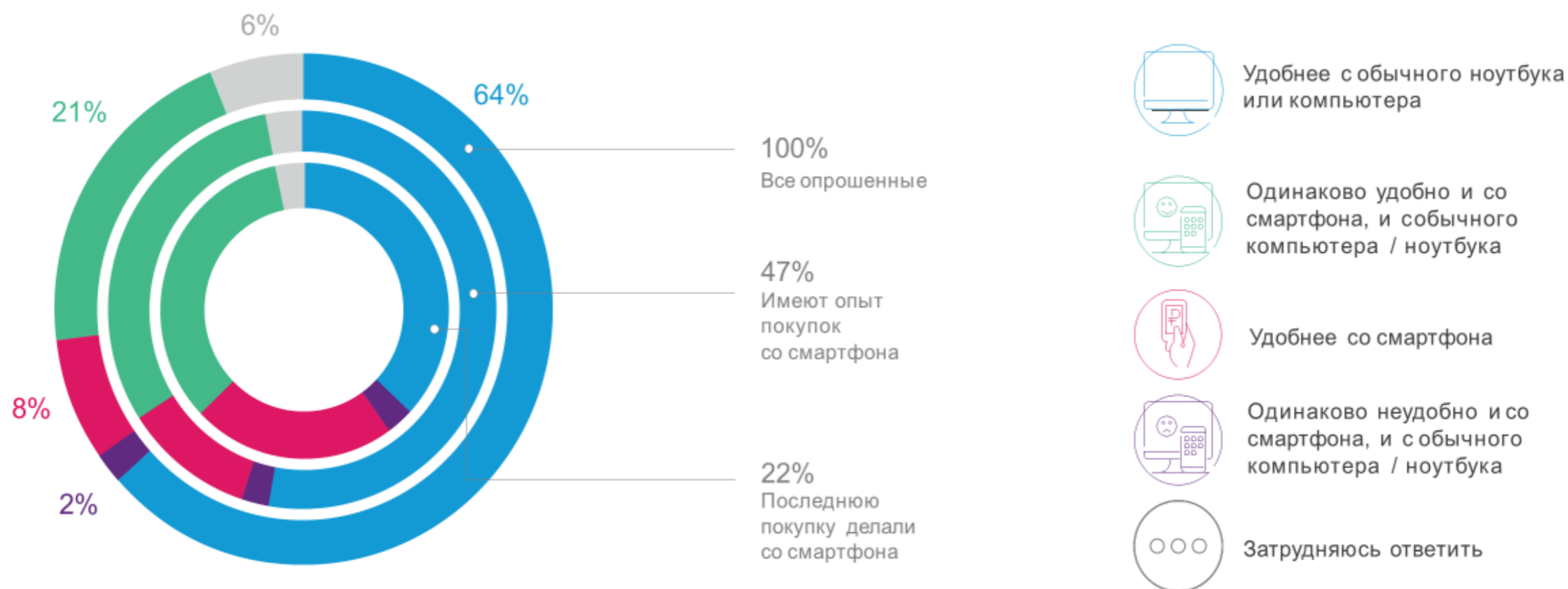
Для молодежи до 25 лет смартфон – устройство №1 для онлайн-покупок

Доля покупок со смартфона в зависимости от возраста



Для большинства по-прежнему удобнее покупки с «большого экрана»

На Ваш взгляд, как удобнее совершать покупки в интернет-магазинах?

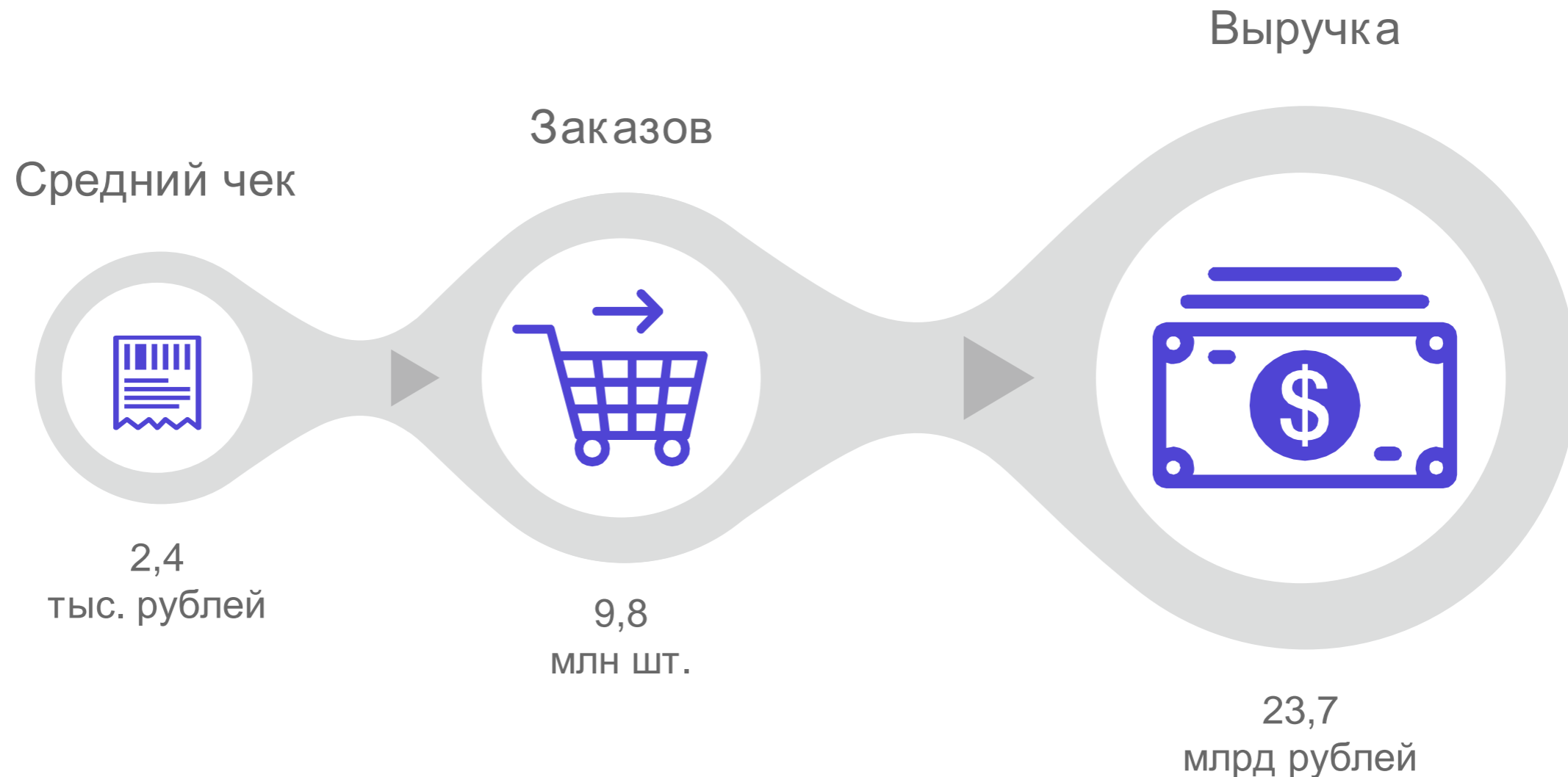




Категория: Фарма

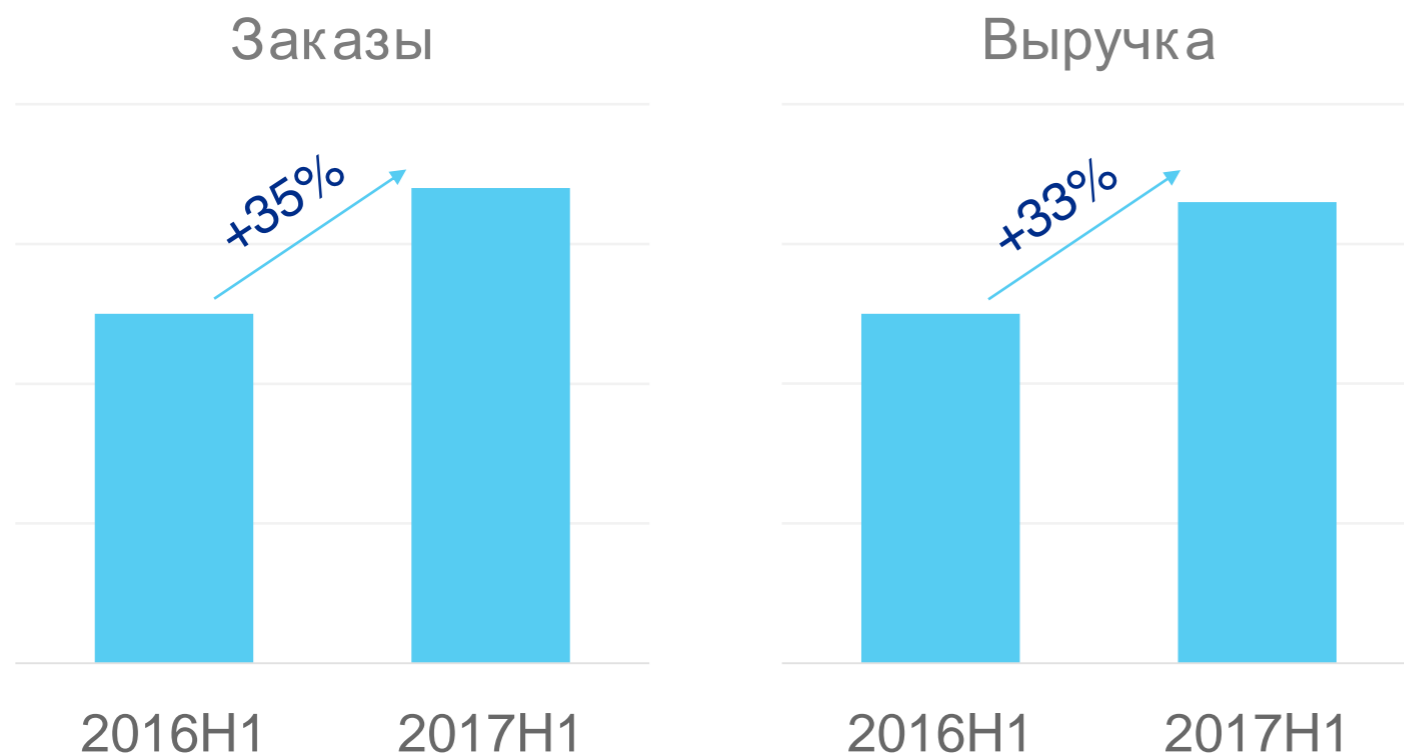
http://datainsight.ru/medicine_1H2017

Объем рынка медицинских товаров

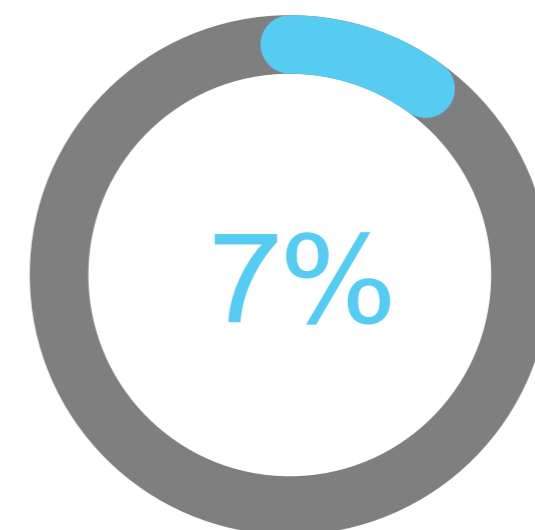


В период 07.2016 – 06.2017 в интернет-магазинах медицинских товаров, входящих в ТОП1000, было оформлено **9,8 миллионов** заказов на сумму **23,7 миллиардов** рублей. Средний чек составил **2,4 тысячи** рублей.

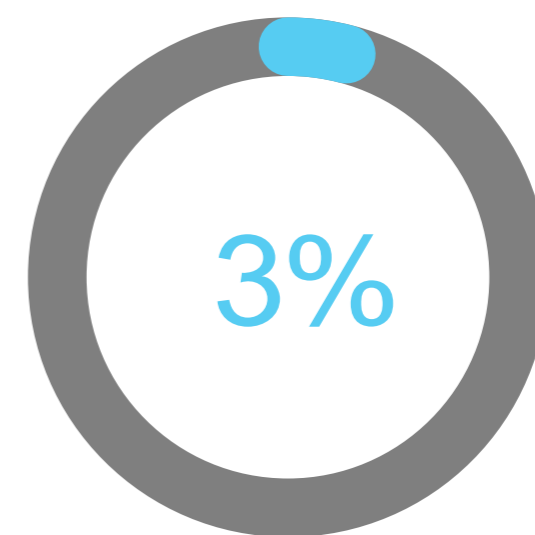
Динамика и доля рынка



По количеству заказов



По объему выручки

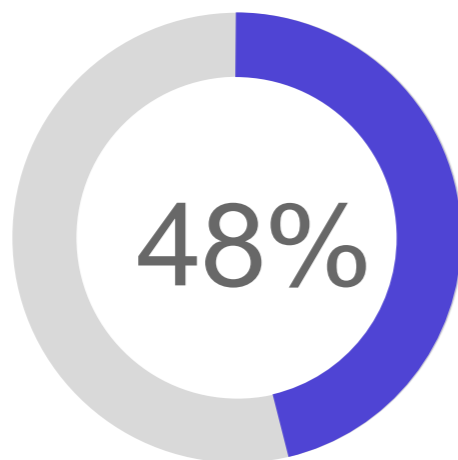


На **35%** выросло количество онлайн заказов в интернет-магазинах медицинских товаров за I полугодие 2017 года относительно I полугодия в 2016. За тот же период времени сумма онлайн продаж увеличилась на **33%**. То есть средний чек немного упал.


Крупнейшие игроки

Ключевой игрок Apteka.ru

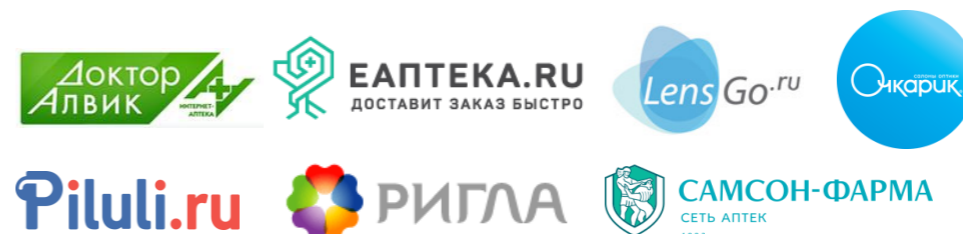
Доля Apteka.ru в заказах среди интернет-магазинов медицинских товаров из ТОП1000:



ТОП10 игроков рынка

-  1. **Apteka.ru** (48% от всего рынка)
-  2. **Zhivika.ru** (9% от всего рынка)
-  3. **Aptekaforte.ru** (5% от всего рынка)

Остальные интернет-магазины в ТОП10:

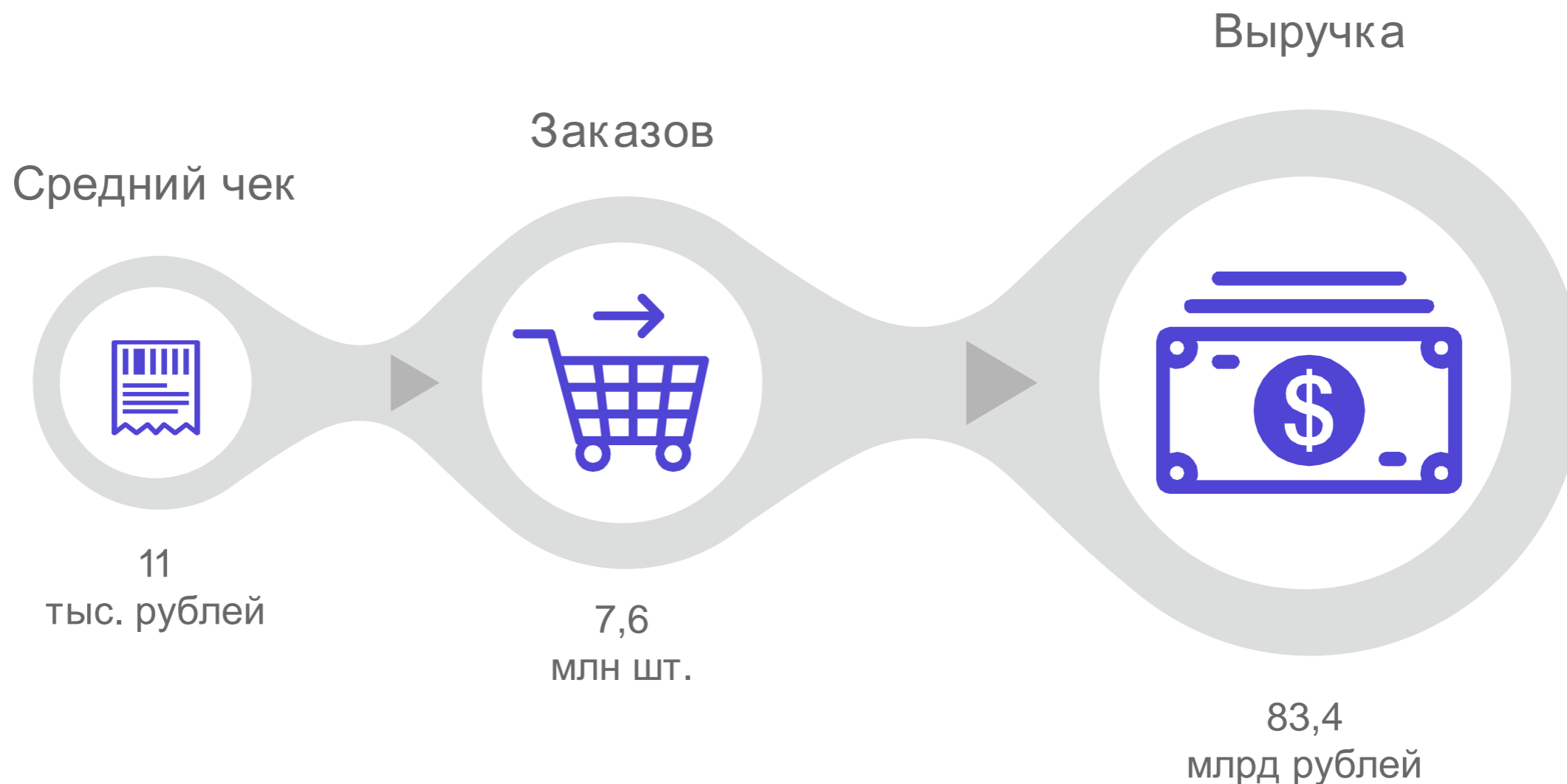




Категория: DIY

<http://datainsight.ru/DIY2017>

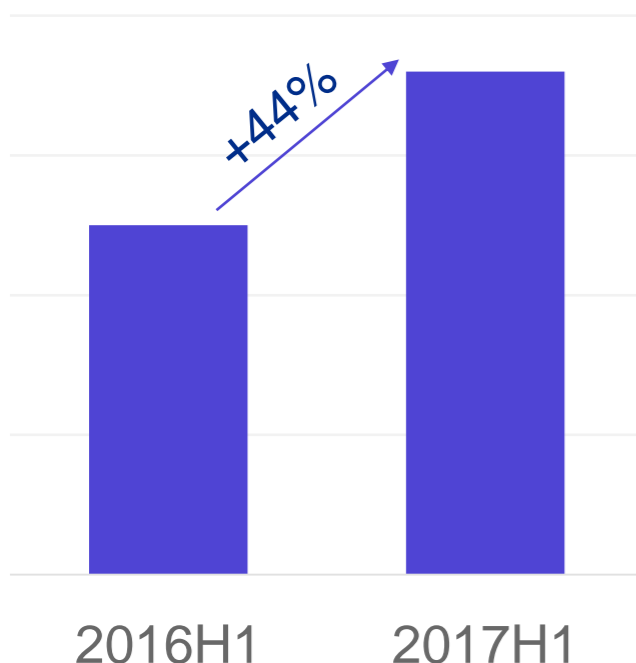
Объем рынка товаров для дома и ремонта



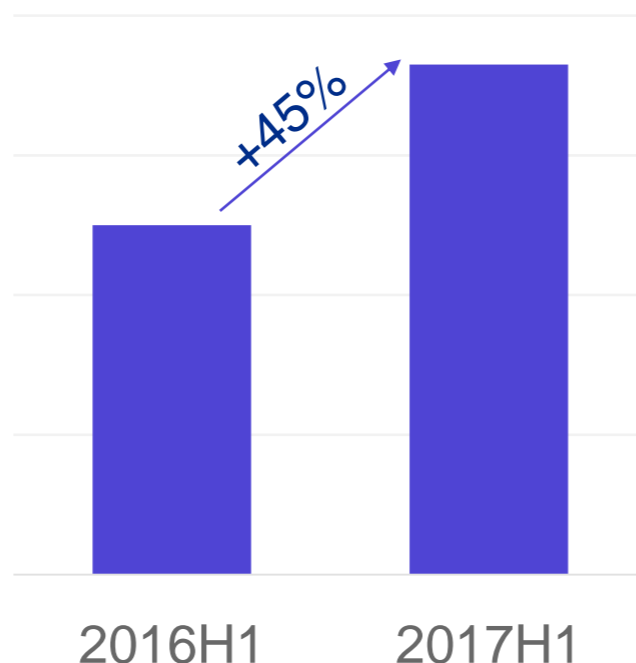
В период 07.2016 – 06.2017 в интернет-магазинах товаров для дома и ремонта, входящих в ТОП1000, было оформлено **7,6 миллионов заказов** на сумму **83,4 миллиардов рублей**. Средний чек составил **11 тысяч рублей**.

Динамика и доля рынка

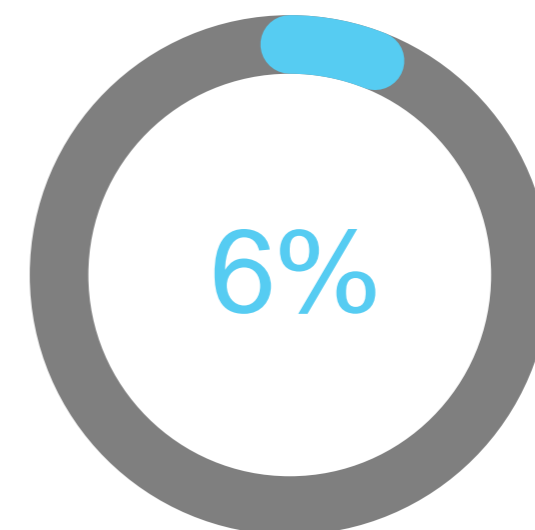
Заказы



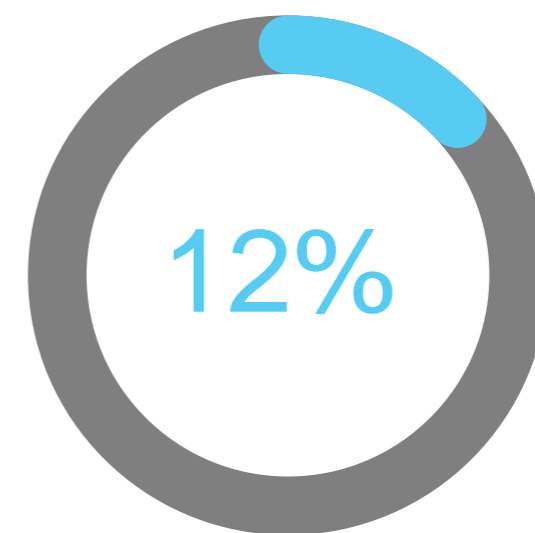
Выручка



По количеству заказов



По объему выручки

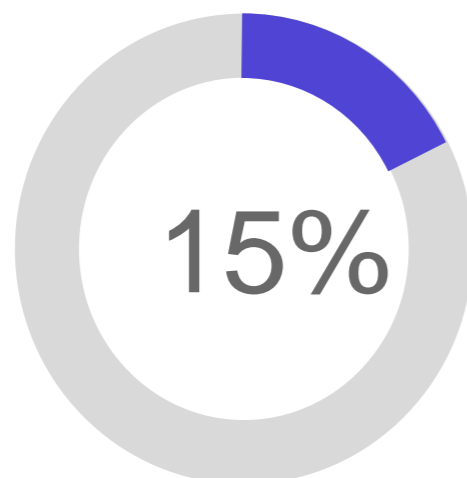


На **44%** выросло количество онлайн заказов в интернет-магазинах товаров для дома и ремонта за I полугодие 2017 года относительно I полугодия в 2016. За тот же период времени сумма онлайн продаж увеличилась на **45%**. То есть средний чек немного вырос.




Крупнейшие игроки

Лидер категории Vseinstrumenti.ru

Доля Vseinstrumenti.ru по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов товаров для дома и ремонта из ТОП1000:




ТОП10 игроков рынка

1.  Все инструменты.ру **Всеинструменты.ру**
2.  ПЕТРОВИЧ **Петрович**
3.  220 ВОЛЬТ **220 Вольт**

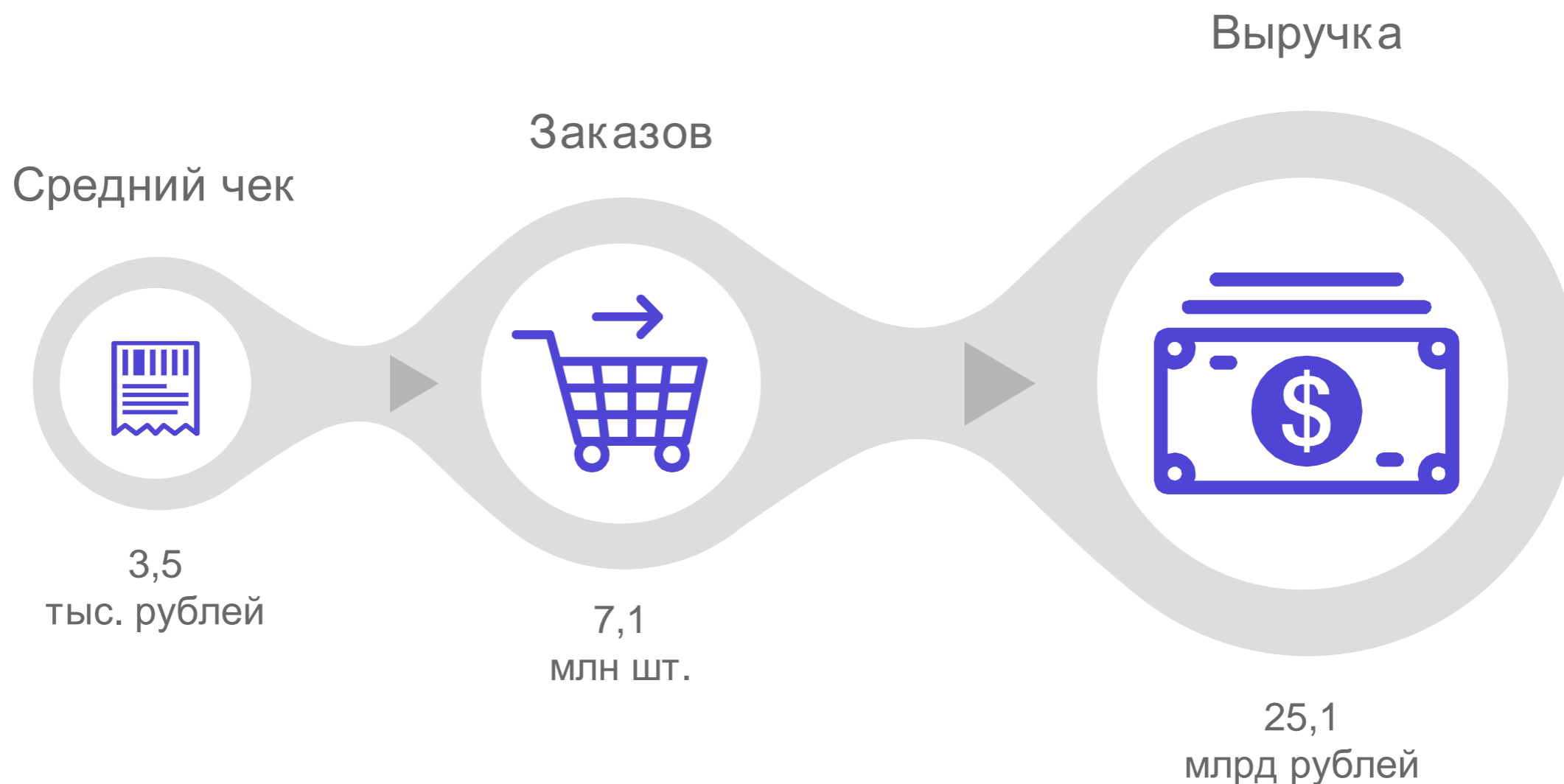
Остальные интернет-магазины в ТОП10:





Категория: детские товары (следите за эфиром)

Объем рынка детских товаров

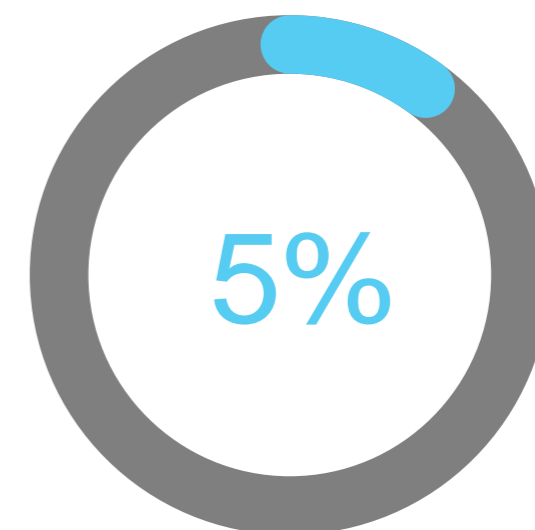


В период 07.2016 – 06.2017 в интернет-магазинах детских товаров, входящих в ТОП1000, было оформлено **7,1 миллионов заказов** на сумму **25,1 миллиардов рублей**. Средний чек составил **3,5 тысячи рублей**.

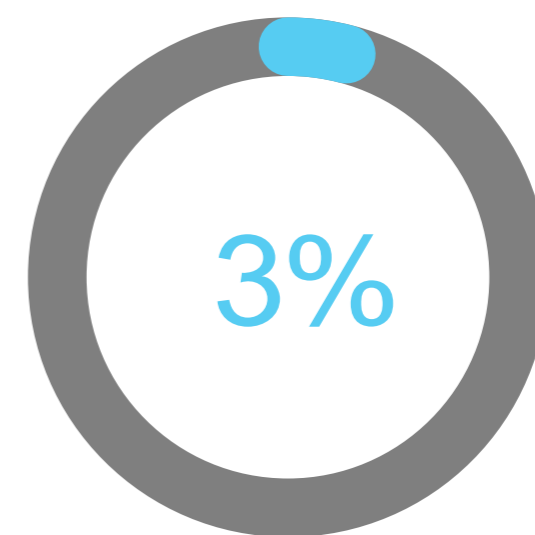
Динамика и доля рынка



По количеству заказов



По объему выручки

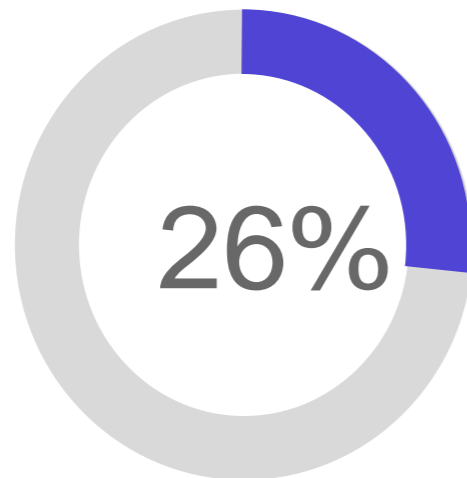


На **13%** выросло количество онлайн заказов в интернет-магазинах детских товаров за I полугодие 2017 года относительно I полугодия в 2016. За тот же период времени сумма онлайн-продаж увеличилась только на **5%**. То есть за год средний чек упал.




Крупнейшие игроки

Лидер категории Детский мир

Доля «Детского мира» по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов детских товаров из ТОП1000:



ТОП10 игроков рынка

-  **Детский мир**
-  **Mamsy**
-  **Дочки-Сыночки**

Остальные интернет-магазины в ТОП10:

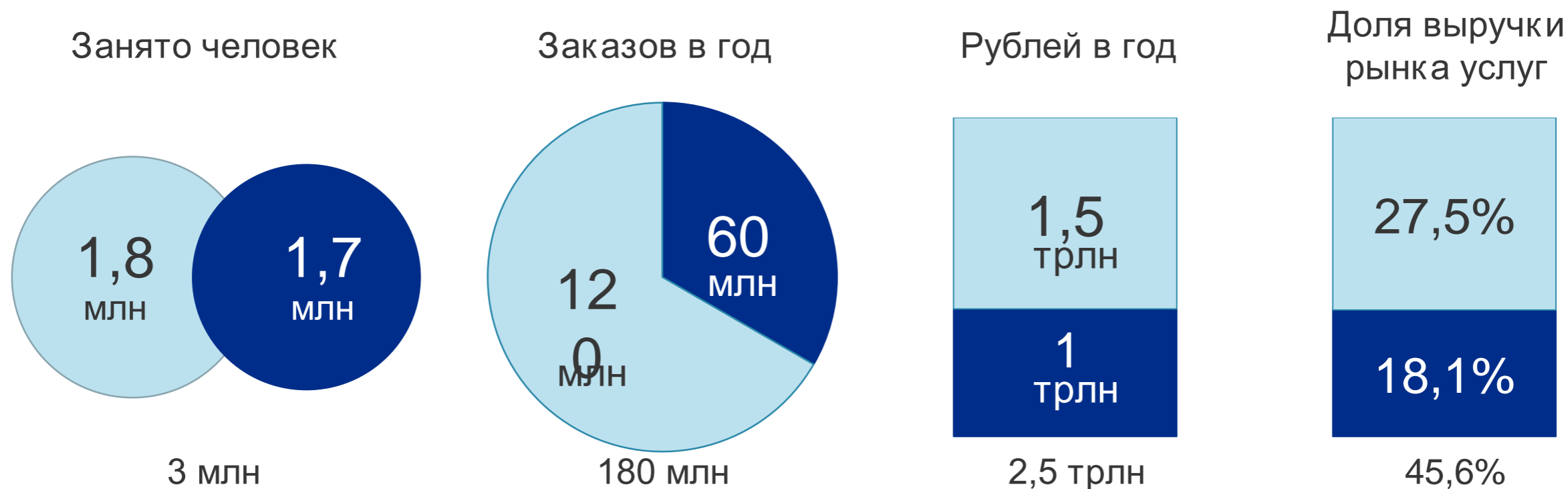




Услуги: ремонт и строительство

http://www.datainsight.ru/avito_builders

Самый крупный сегмент рынка услуг: 3 млн человек (31% занятых на рынке услуг)



Ремонт | Строительство

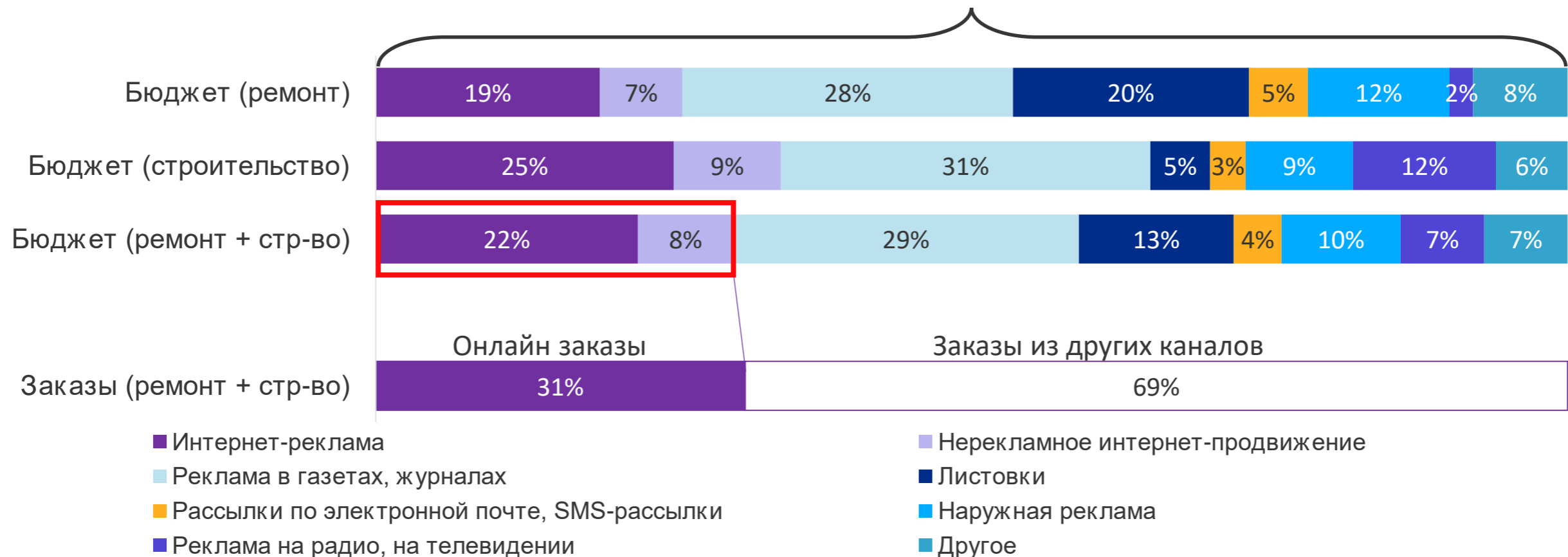
Оценка на основании данных телефонного и онлайн-опросов.

Основные результаты

- **Объем рынка** ремонта и строительства составляет **2,5 трлн рублей в год**. Это 180 млн заказов в год и 46% выручки малого бизнеса, работающего в сфере услуг. Стоимость типичного заказа — 17 000 рублей. Самая массовая услуга на рынке — отделочные работы (33% исполнителей).
- Ремонт и строительством занимается 3 млн человек, или 31% всех занятых в малом бизнесе в сфере услуг. Среди исполнителей велика доля незарегистрированных команд (бригад), которых в этой категории услуг в 2,2 раза больше, чем в среднем по рынку.
- Загрузка исполнителей немного выше, чем в среднем в сфере услуг: 41% имеют заказов достаточно или больше, чем могут выполнить (в среднем по рынку — 37%).
- Строители, в отличие от занимающихся ремонтом, — одна из самых платящих категорий исполнителей услуг. В среднем в сфере услуг за рекламу платит 40% исполнителей, среди строителей — 47%, среди ремонтников — 39%.
- **Платное размещение на сервисах объявлений — самый эффективный рекламный канал.** Самым эффективным его назвали 62% использующих.
- **Avito — интернет-площадка №1** для исполнителей ремонтных и строительных услуг. Среди тех, кто платно или бесплатно размещает информацию о своих услугах в интернете, 49% используют Avito. На втором месте — ВКонтакте (39%), на третьем — Юла (17%), далее — Одноклассники (14%).

Основная статья рекламных расходов – реклама в газетах и журналах (29%), но суммарные расходы на интернет – выше (30%)

Рекламный бюджет = 17% выручки



Данные: онлайн-опрос. Если за 100% взять все деньги, которые вы потратили на привлечение заказов за последние 12 месяцев, сколько примерно процентов пришлось на каждый из перечисленных каналов?

Основные результаты

- Объем рынка транспортных услуг, за исключением пассажирских перевозок и курьерских поручений, составляет **940 млрд рублей в год**. Это 370 млн заказов и 17% выручки в сфере услуг. Средняя стоимость заказа — 2 000 руб.
- **Транспортный сегмент рынка услуг — второй после ремонтно-строительного по объему рабочей силы:** 1,2 млн человек, или 13% всех занятых в сфере услуг. Большая часть исполнителей (65%) работает в одиночку.
- **Загрузка транспортников выше, чем в среднем в сфере услуг:** 48% имеют заказов достаточно или больше, чем могут выполнить (в среднем по рынку — только 37%). Однако 52% сообщили о сокращении объема заказов в 2017 году по сравнению с предыдущим годом.
- **Самая массовая транспортная услуга — грузоперевозки.** Ими занимается 72% всех работающих в транспортном сегменте. Две трети грузоперевозчиков работают в одиночку. Типично, их автопарк состоит из 1 грузовика. Среди компаний более 40% не только выполняют заказы, но и передают их другим игрокам рынка.
- Хотя основным источником заказов являются постоянные клиенты, 46% исполнителей размещают рекламу. **Платное размещение на сервисах объявлений – самый используемый из платных каналов**, его использует 38% исполнителей, дающих рекламу.

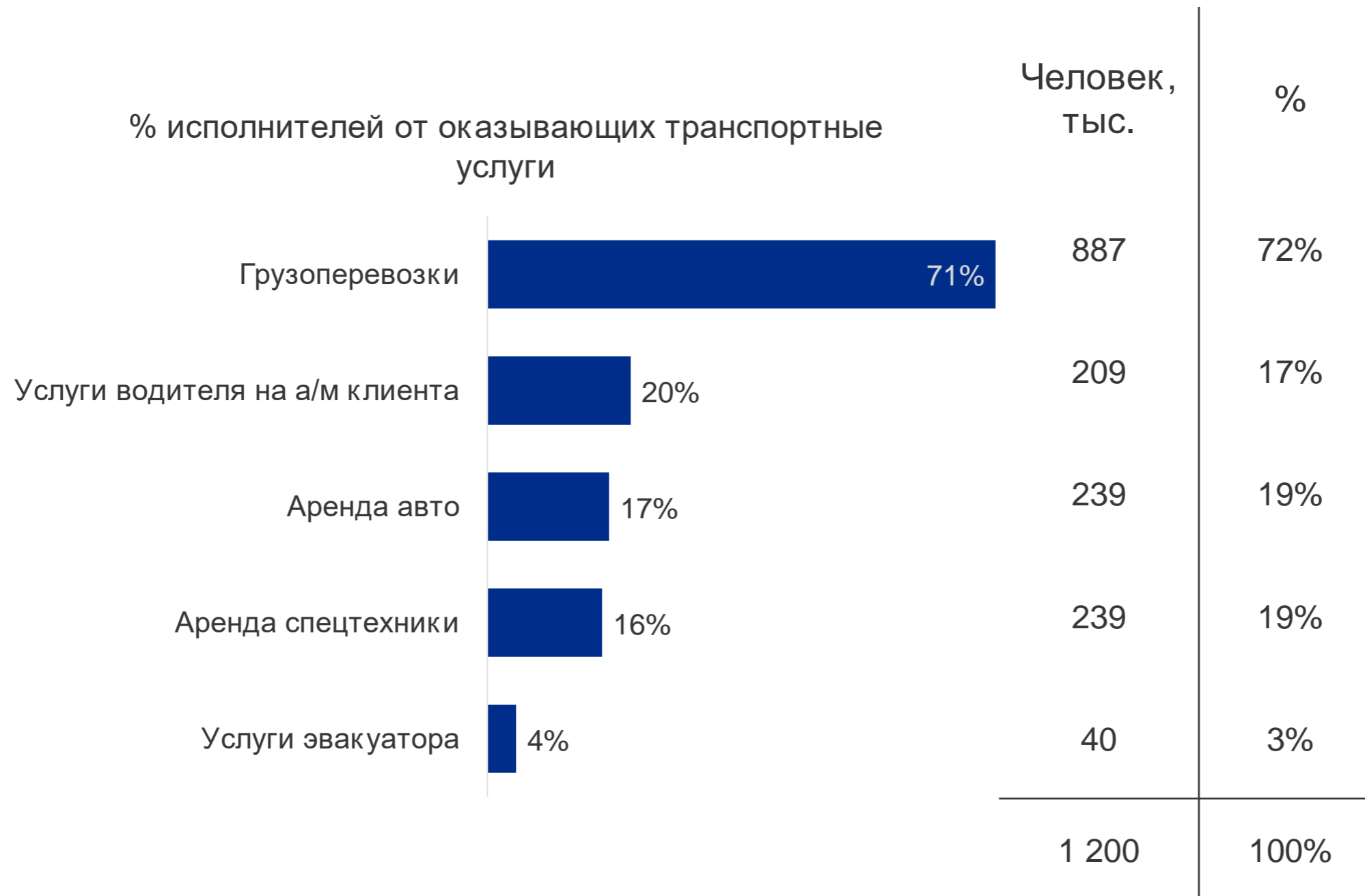
Транспортный сегмент – второй по размеру на рынке услуг:

1,2 млн человек (13% занятых в сфере услуг)



Оценка на основании данных телефонного и онлайн-опросов.

Самая массовая транспортная услуга – грузоперевозки



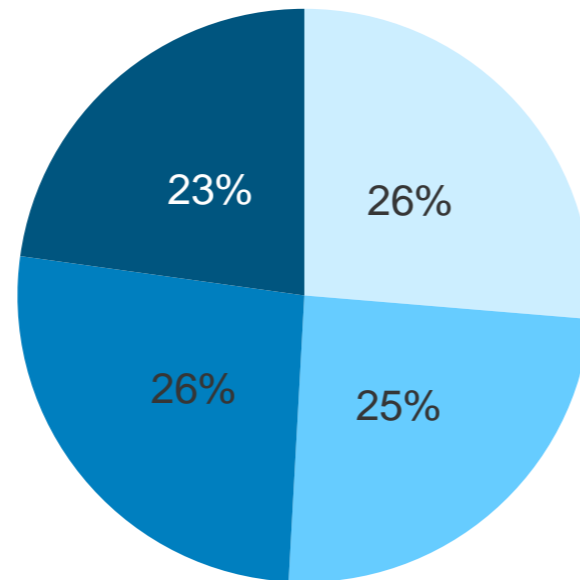
Данные: Оценка на основе данных телефонного и онлайн-опросов

Почти четверть заказов на транспортные услуги – дороже 15 000 руб.

Средняя стоимость заказа у типичного исполнителя, руб.

2 000

Распределение стоимости заказов



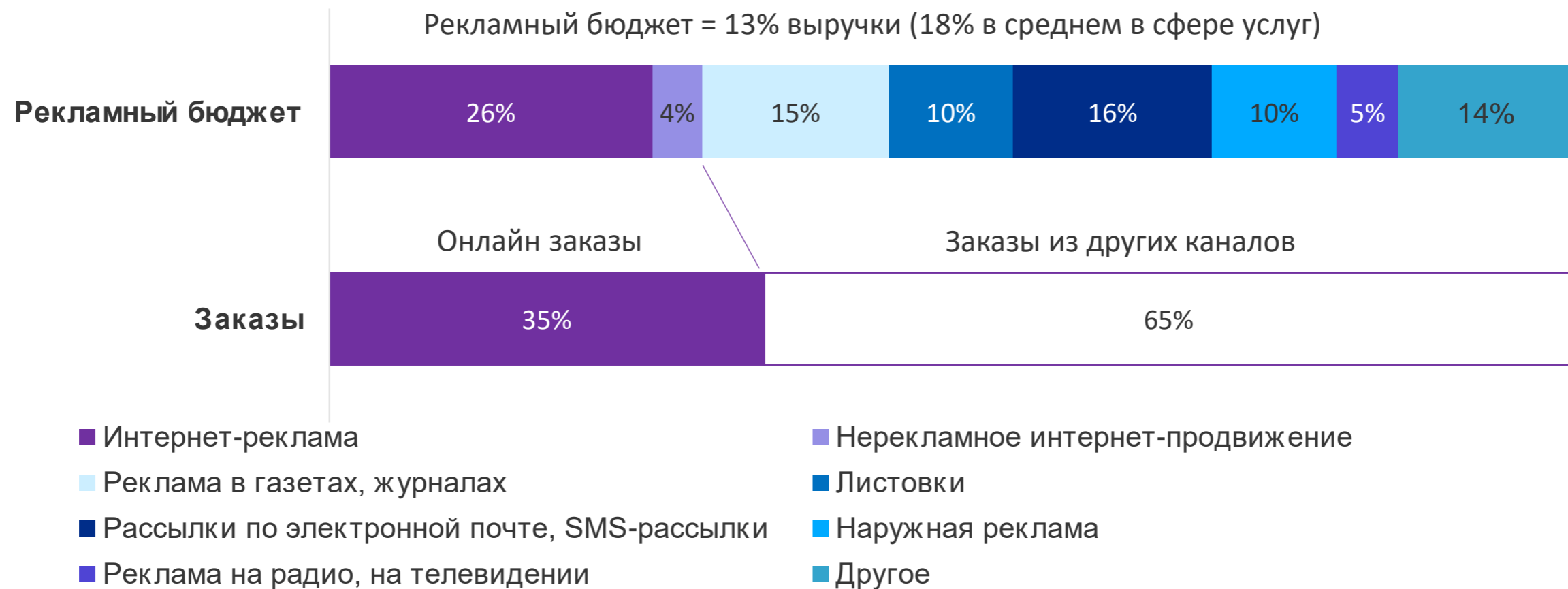
- менее 1000 руб.
- 1 000-2 499 руб.
- 2 500-14 999 руб.
- 15 000 руб. и более

Стоимость заказа в % от средней



Данные: опрос в Интернете. Какую сумму в рублях вы получаете в среднем за один заказ основной услуги? (открытый). 57 ответов.
Опрос на Avito. Какую сумму в рублях ваша команда получает в среднем за один заказ? (открытый) 440 ответов.

На интернет приходится 30% маркетингового бюджета и 35% заказов



Данные: онлайн-опрос. Если за 100% взять все деньги, которые вы потратили на привлечение заказов за последние 12 месяцев, сколько примерно процентов пришлось на каждый из перечисленных каналов?

Платное размещение на сервисах объявлений – самый используемый из платных каналов (38% исполнителей)

Использование платных рекламных каналов, % исполнителей



Данные: опрос в интернете. За последние 12 месяцев вы использовали платные инструменты привлечения заказов, например, размещение рекламы в СМИ или в интернете? Что из перечисленного вы использовали за последние 12 месяцев для привлечения заказов? Отметьте, пожалуйста, все подходящие варианты.



Что выйdet в ближайшее время

Ожидаемые исследования

Товарные категории:

- Одежда и обувь
- Автозапчасти
- Электроника
- Универсальные магазины

Срочная доставка для интернет-магазинов

Соседние страны: Казахстан, Азербайджан

Крупнейшие оффлайновые игроки

Стартапы для интернет-ритейла

Что такое Data Insight

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

Наши публичные **исследования** – datainsight.ru/public

Новостной **мониторинг** электронной торговли - datainsight.ru/ecommm_weekly

Узнать больше:



a@datainsight.ru



+7 (495) 540 59 06



datainsight.ru



Facebook.com/datainsight



Slideshare.net/Data_Insight



t.me/DataInsight