

Онлайн-рынок косметики 2021

Публичная версия исследования

 **Data Insight** при поддержке *ROWI* | *sellplus*



Методика



при поддержке

Rowi

sellplus

1. В настоящем исследовании рассматривается сегмент интернет-магазинов косметики. В отчет включены магазины, специализирующиеся на продаже декоративной и уходовой косметики, парфюмерии, продукции для мастеров маникюра, педикюра и визажистов.
2. Интернет-магазин – сайт или приложение, при помощи которых можно оформить заказ, заполнив форму или собрав товары в корзину. В отчете рассматриваются онлайн-продажи российских ритейлеров на территории России (без учета экспортных продаж). В исследование включены как интернет-магазины косметики, так и крупнейшие универсальные маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 300 млрд рублей); для последних учитываются только продажи в категории косметики.
3. Для компаний сетевого маркетинга учитываются онлайн-продажи только через базовый интерфейс, доступный в т.ч. для новых покупателей. Если у компании разные интерфейсы для розничных покупателей и для представителей, то продажи через второй интерфейс не учитываются.

Методика



при поддержке

Rowi

sellplus

4. Статистика сектора приводится по 54 магазинам, включая 48 интернет-магазинов косметики, входящих в 1000 крупнейших по количеству онлайн-заказов российских интернет-магазинов, 4 интернет-магазина компаний сетевого маркетинга, а также 2 крупнейших универсальных маркетплейса – Wildberries.ru и Ozon.ru. Для подсчета количества заказов используются результаты регулярного мониторинга числа онлайн-заказов, а также данные, предоставленные магазинами или находящиеся в открытом доступе.

5. При определении используемых интернет-магазинами сторонних сервисов использовался метод автоматического парсинга, после которого проводился дополнительный ручной разбор в спорных случаях. Перечень маркетинговых сервисов включает основные решения для каждого интернет-магазина из ТОП-10.

Выводы



при поддержке

Rowi

sellplus

Всего за 2021 год в сегменте косметики был оформлен 231 млн онлайн-заказов на сумму 211 млрд рублей.

За 2021 год сегмент косметики вырос на 43% в деньгах и на 86% по количеству заказов. По темпам роста выручки сегмент занимает десятое место из двенадцати на российском рынке eCommerce, по темпам роста количества заказов – седьмое. Без учета универсальных маркетплейсов рост сегмента косметики составил 10% в деньгах и 7% в количестве заказов.

По сравнению с 2020 годом средний чек в сегменте косметики снизился на 23% из-за роста доли маркетплейсов и в 2021 году составил 915 рублей, что делает его самым низким средним чеком на рынке eCommerce. Без учета универсальных маркетплейсов средний чек в 2021 году составил 3050 рублей, что на 3% больше, чем в предыдущем году.

На рынок косметики приходится 13% российского рынка eCommerce по количеству онлайн-заказов и всего 5% от всего объема продаж.

Конверсия сектора составила 5%. Ближайшие показатели у магазинов детских товаров – 5,6% и магазинов одежды, обуви и аксессуаров – 4,5%.

Выводы



при поддержке

Rowi

sellplus

Половина (54%) объема онлайн-продаж и 86% заказов сегмента косметики приходится на два универсальных магазина. На самую многочисленную категорию (35% от всех вошедших в исследование магазинов) – магазины широкого профиля – пришлось 24% всего объема онлайн-продаж и всего лишь 6% от количества заказов сегмента. Еще на 7% магазинов - это магазины компаний сетевого маркетинга, приходится 14% онлайн-продаж и 6% заказов. Вторая по количеству магазинов (28%) категория – магазины уходовой косметики – дает всего лишь 3% объема онлайн-продаж.

Первое место (по объему продаж) в сегменте косметики по итогам 2021 года занял Wildberries.ru. Второе и третье – Ozon.ru и Faberlic.com.

72% рассматриваемых в исследовании магазинов зарегистрированы в Москве или Московской области. По сравнению с 2020 годом, на 5% снизилась доля магазинов, зарегистрированных в Азиатской части России.

Структура источников трафика в сегменте интернет-магазинов косметики отличается повышенной долей прямых переходов (33% против 27% в среднем) и сниженной долей органического поиска (40% против 43% в среднем по рынку eCommerce). В структуре источников трафика сегмента косметики доля прямых переходов выросла на 7% за год.



при поддержке

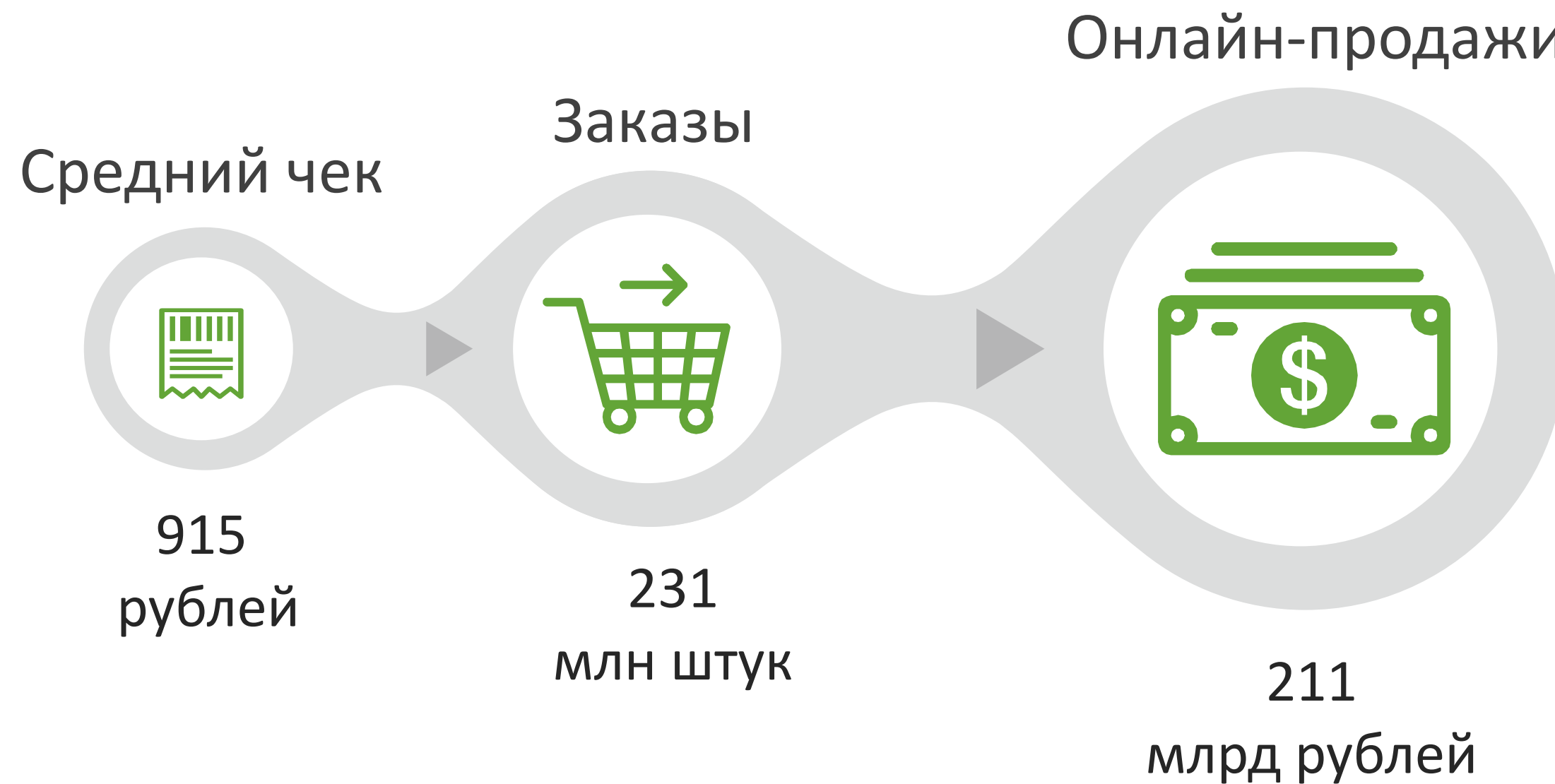
Rowi

sellplus

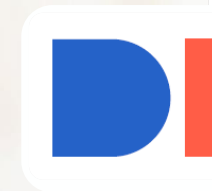
Ключевые показатели



Объем онлайн-рынка косметики



За 2021 год в интернет-магазинах косметики, входящих в ТОП-1000, был оформлен **231 миллион заказов** на сумму **211 миллиардов рублей**. Средний чек составил **915 рублей**.

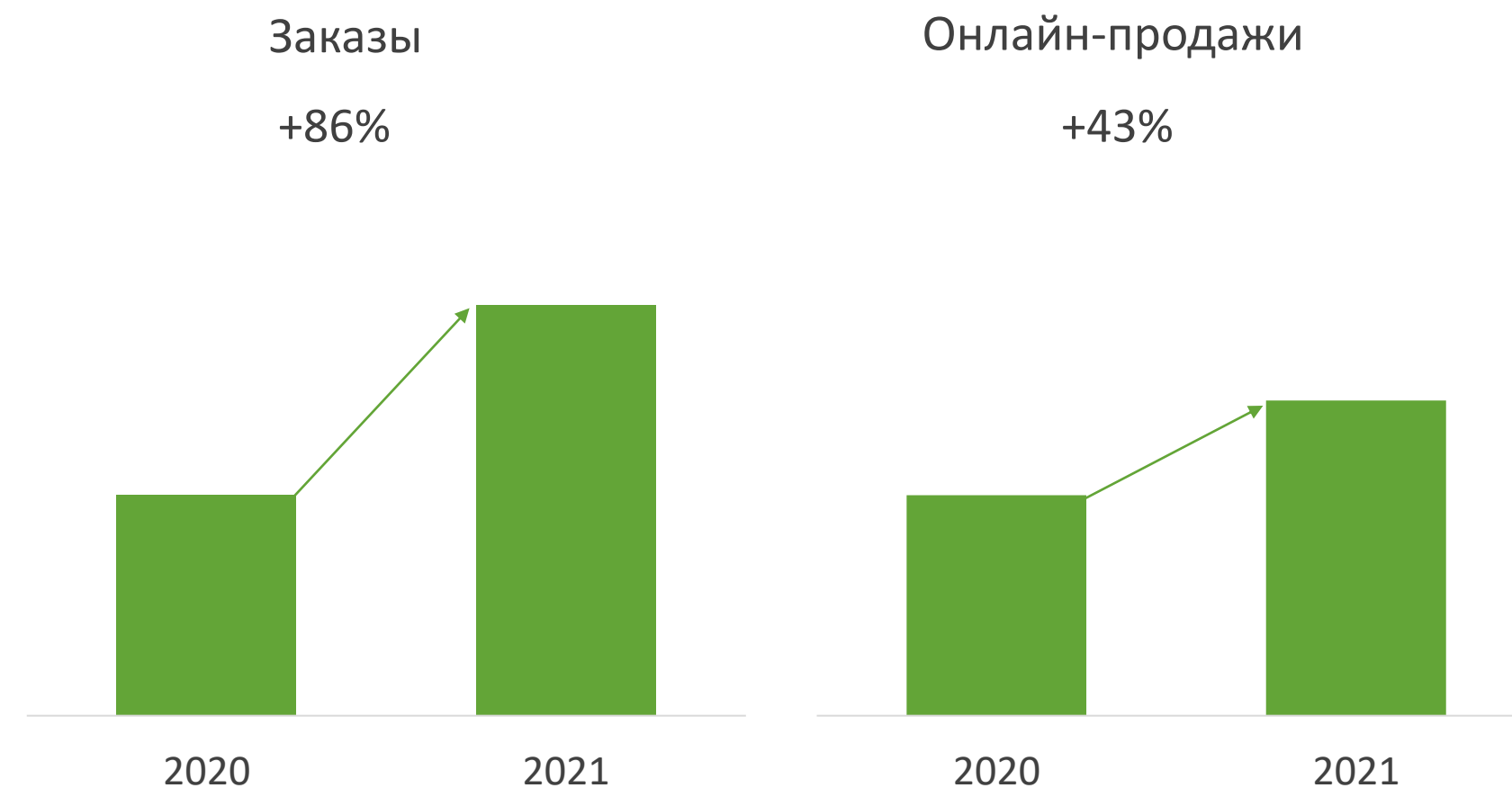


при поддержке **ROWI** | **sellplus**



Динамика рынка

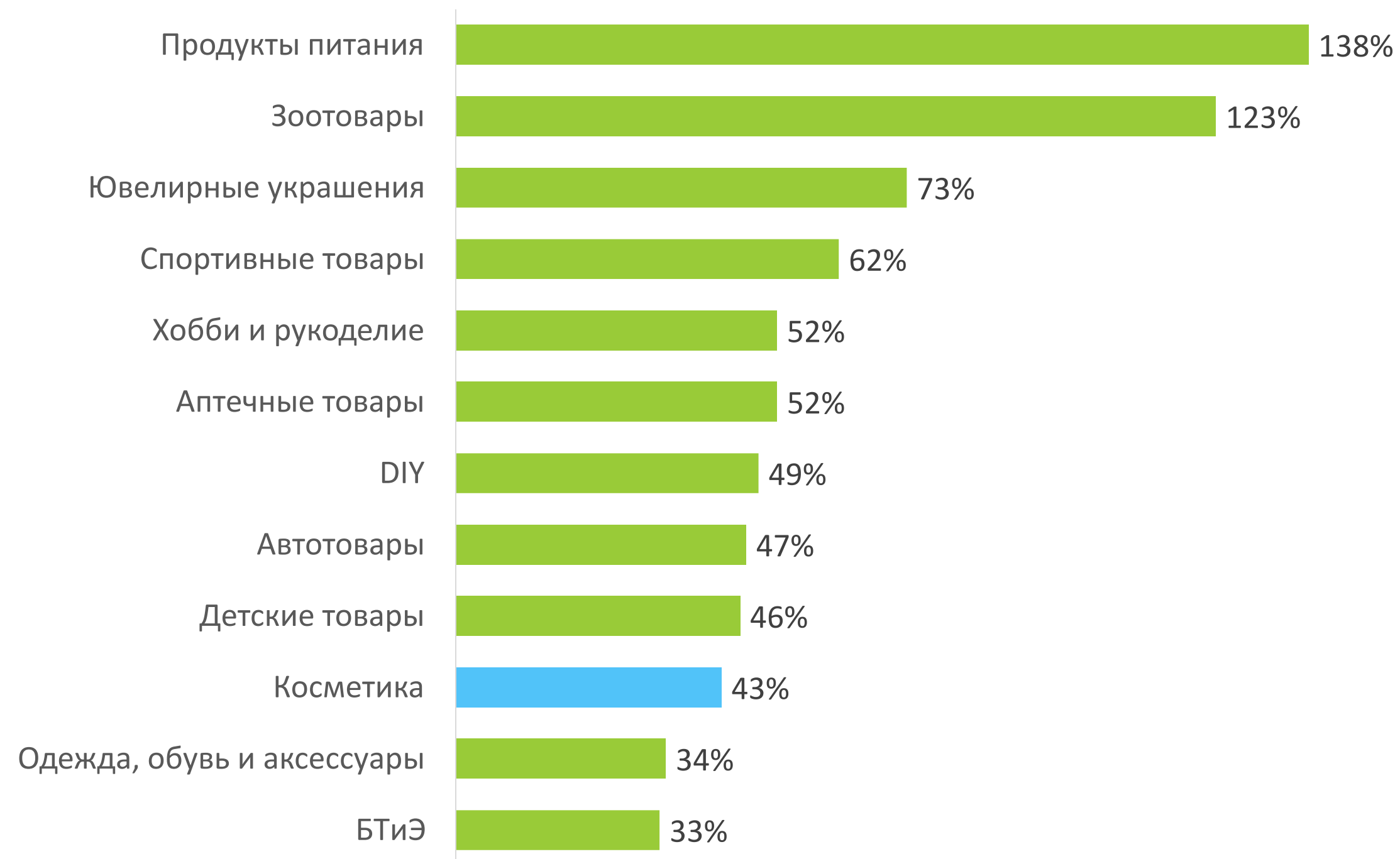
Количество онлайн-заказов в интернет-магазинах косметики в 2021 году увеличилось на **86%**. Объем онлайн-продаж за тот же период вырос в рублях на **43%**. Средний чек снизился на **23%**.





Рост онлайн-продаж сегмента vs. другие категории

Рост онлайн-продаж относительно других сегментов рынка eCommerce, у-о-у*



* у-о-у - год к году.

Данные за 2021 год, с учётом продаж универсальных маркетплейсов.

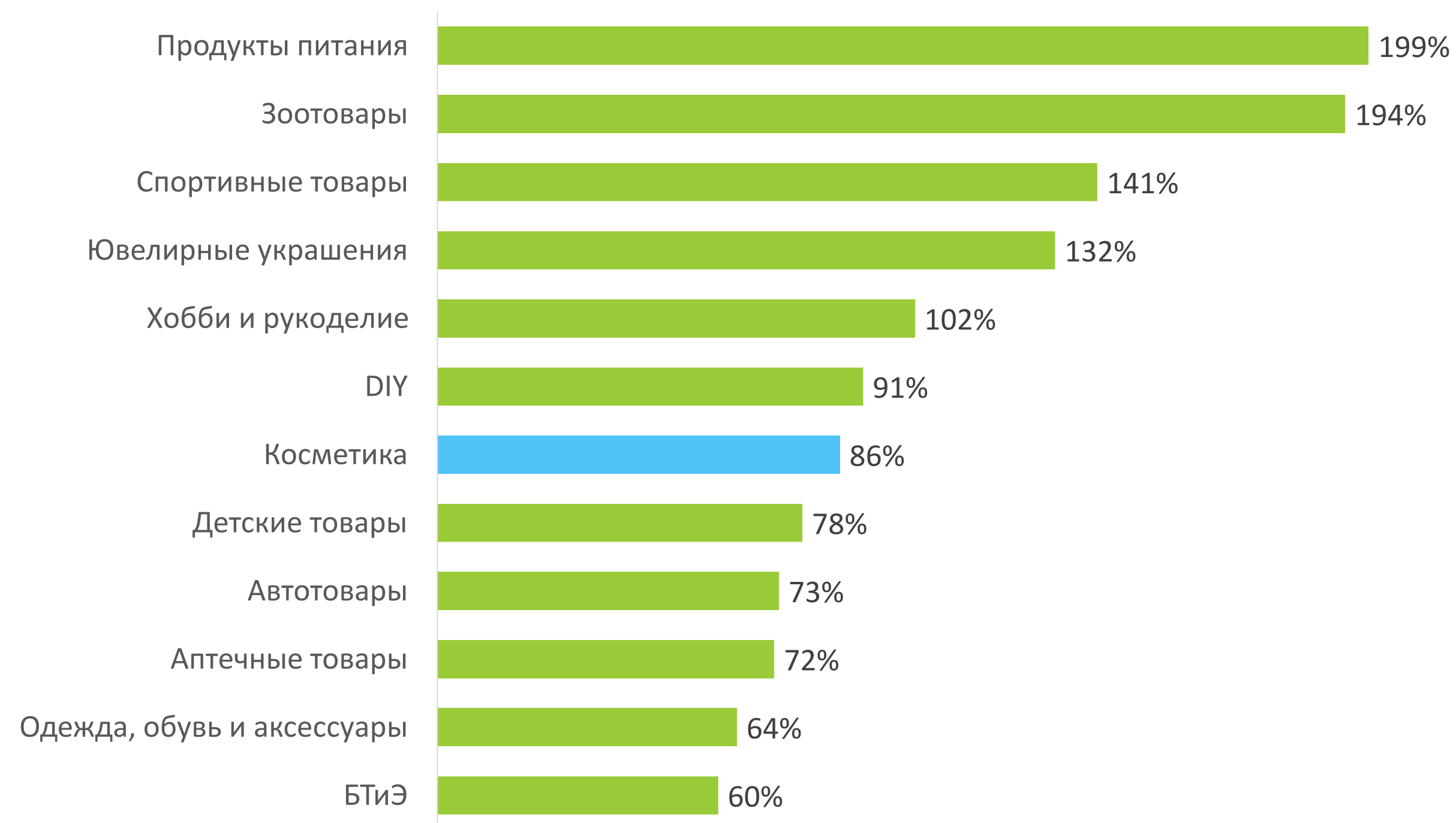


при поддержке

ROWI | **sellplus**

Рост заказов сегмента vs. другие категории

Рост заказов относительно других сегментов рынка eCommerce, у-о-у*



* у-о-у - год к году.

Данные за 2021 год, с учётом продаж универсальных маркетплейсов.

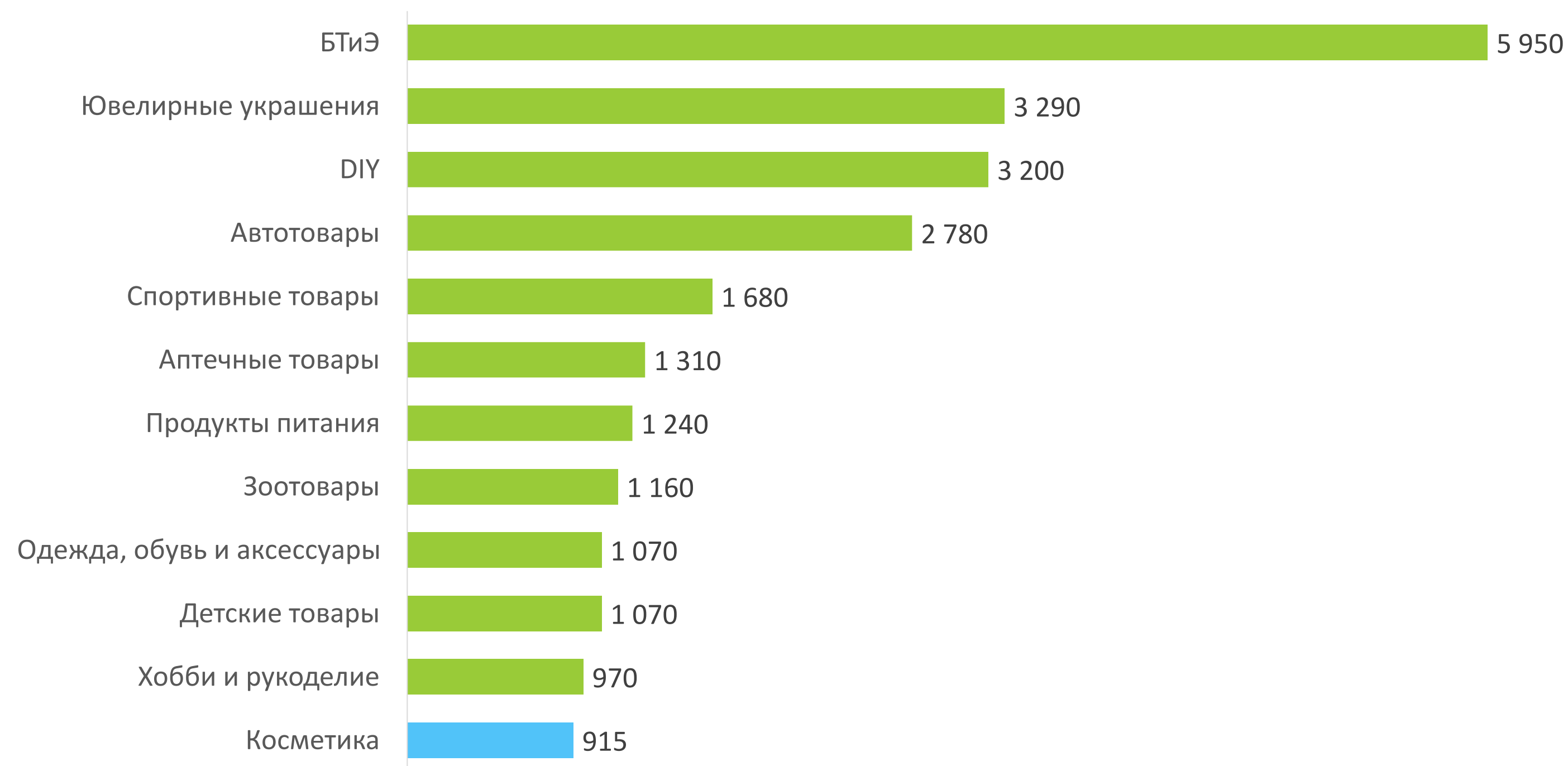


при поддержке

ROWI | sellplus

Средний чек сегмента vs. другие категории

Средний чек относительно других сегментов рынка eCommerce, y-o-y*



* y-o-y - год к году.

Данные за 2021 год, с учётом продаж универсальных маркетплейсов.



при поддержке **Rowi** | **sellplus**

Доля интернет-магазинов косметики на рынке eCommerce

По количеству
заказов

13%

По объему
онлайн-продаж

5%

На долю интернет-магазинов косметики в 2021 году пришлось **13%** российского рынка eCommerce* по количеству онлайн-заказов и **5%** - по объему онлайн-продаж в рублях.

* Учитывается 1000 крупнейших российских интернет-магазинов по объему онлайн-продаж за 2021 год.



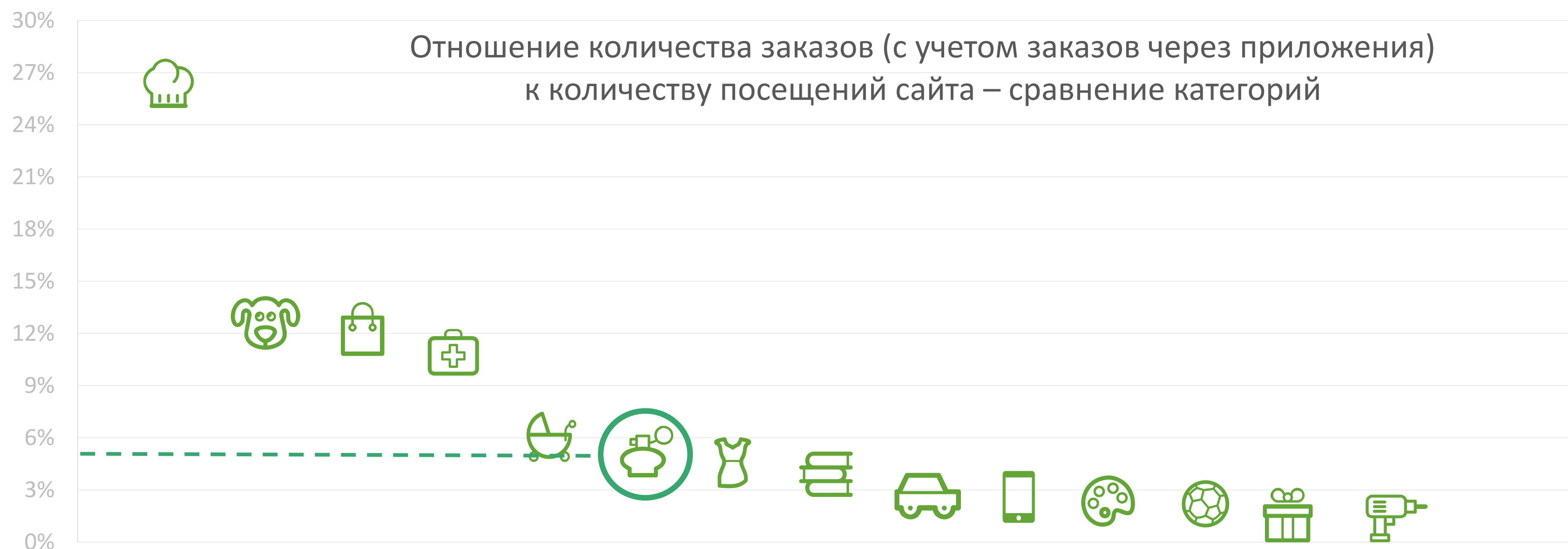
при поддержке

ROWI

sellplus

Конверсия интернет-магазинов

В сегменте интернет-магазинов косметики конверсия за 2021 год составила 5% (5 заказов на 100 посещений сайта). Ближайшие показатели у магазинов детских товаров – 5,6% и магазинов одежды, обуви и аксессуаров – 4,5%.

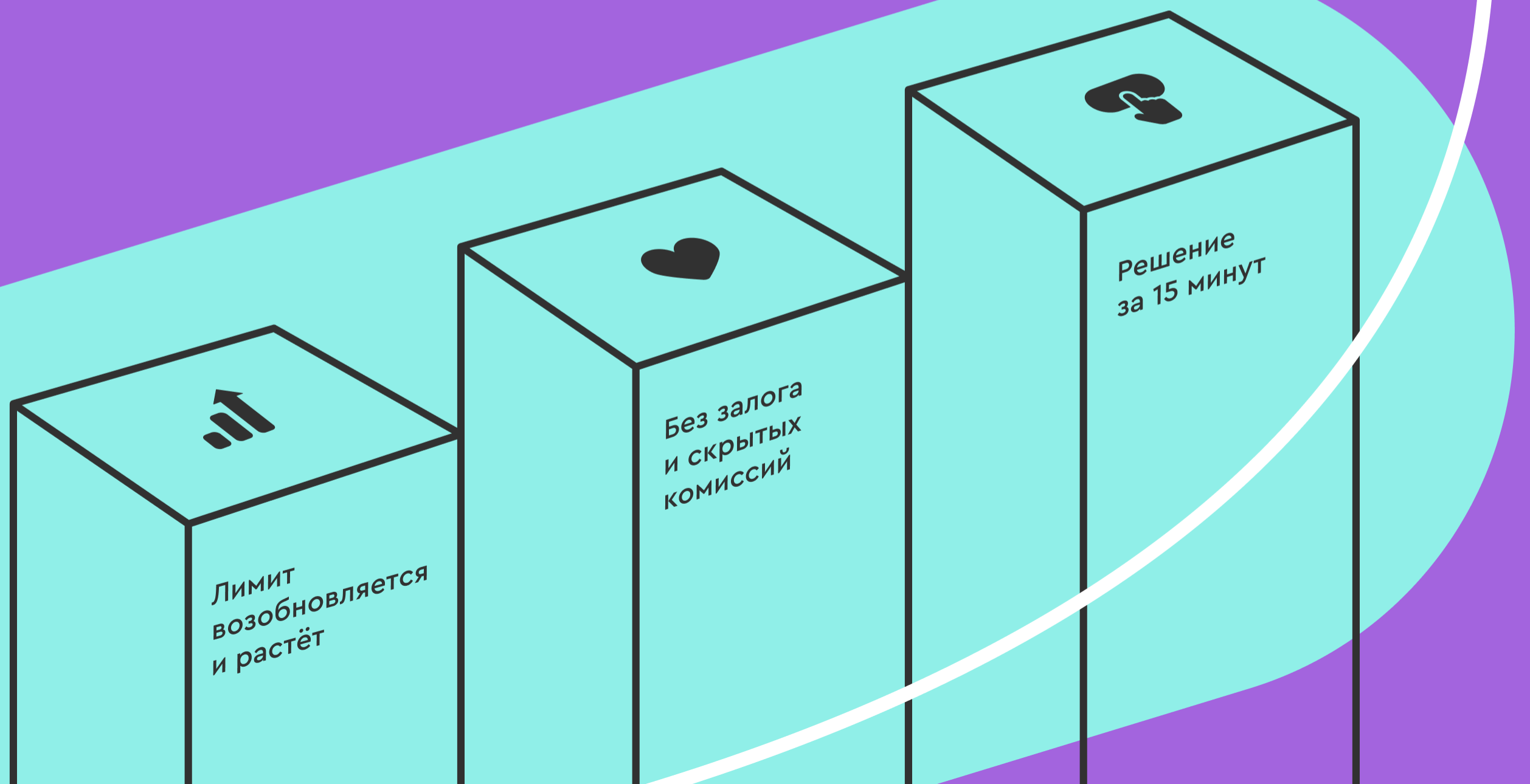


Конверсия по сегменту косметики дана без учета универсальных магазинов и маркетплейсов.

* На правах рекламы

Финансирование бизнеса на маркетплейсах

Для селлеров косметики
Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет



sellplus

Клиенты Sellplus
растут в 3 раза
быстрее

Подробнее на sellplus.ru



при поддержке

ROWI

sellplus

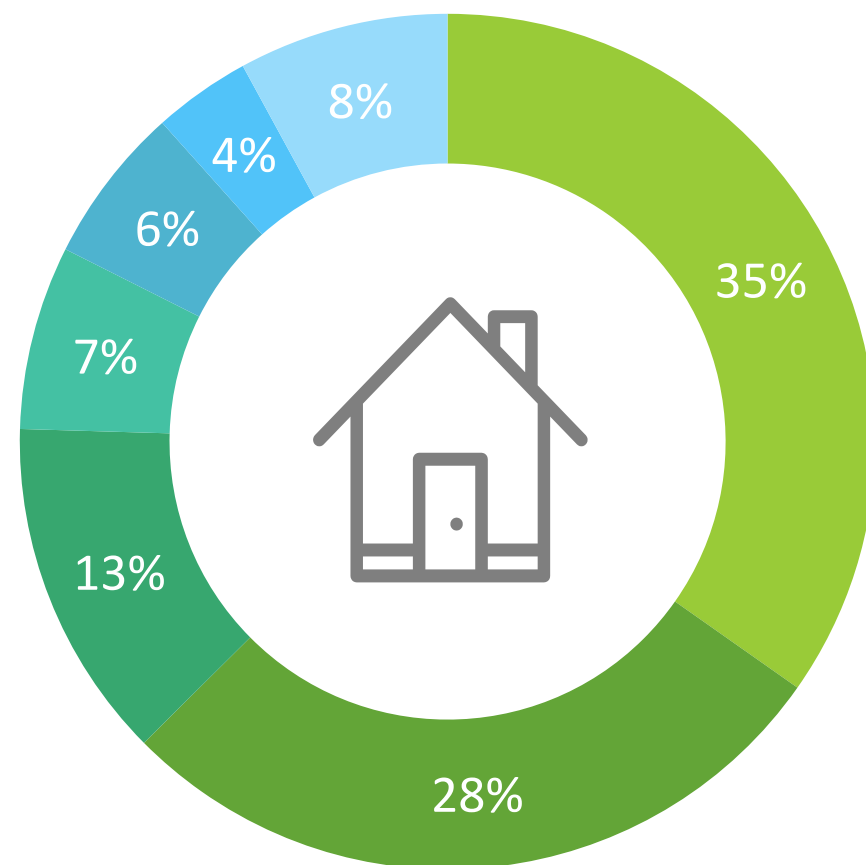
Состав сегмента



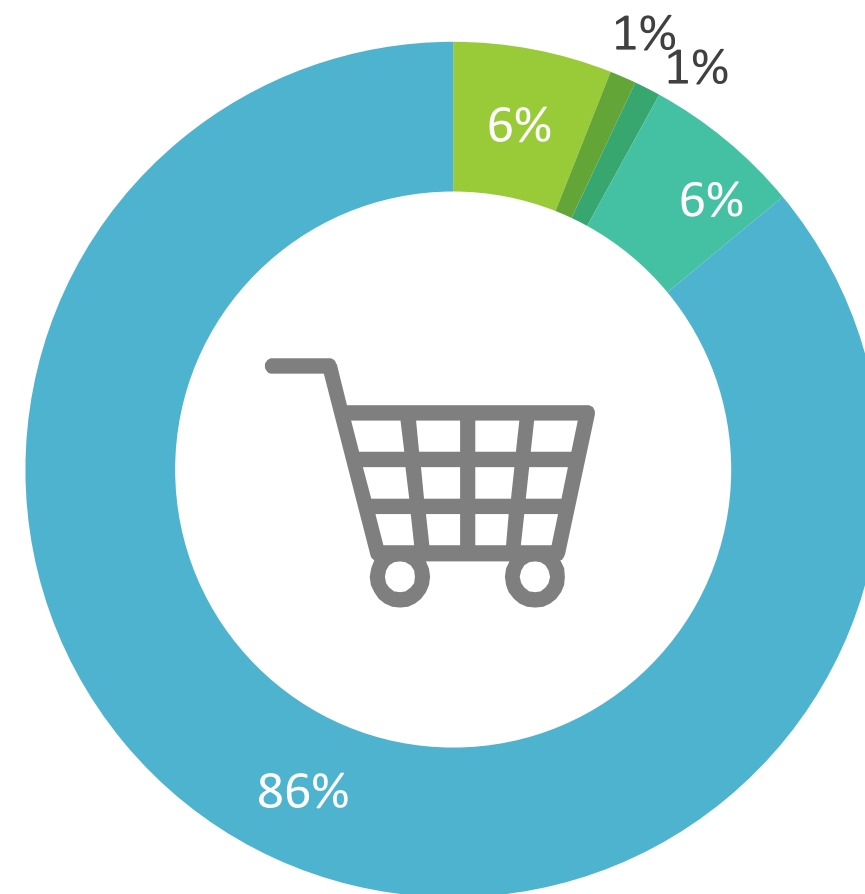
Структура сегмента

В ТОП-1000 российских онлайн-ритейлеров вошло 54 интернет-магазина косметики, из которых чуть больше трети (35%) – это магазины широкого профиля. На них приходится 6% от общего количества заказов и 24% объема онлайн-продаж – но еще больше (в 14 раз по заказам и в 2,3 раза в денежном выражении) суммарная доля двух рассматриваемых универсальных маркетплейсов. Значительная часть как количества заказов (6%), так и объема онлайн-продаж (14%) приходится на четыре компании сетевого маркетинга.

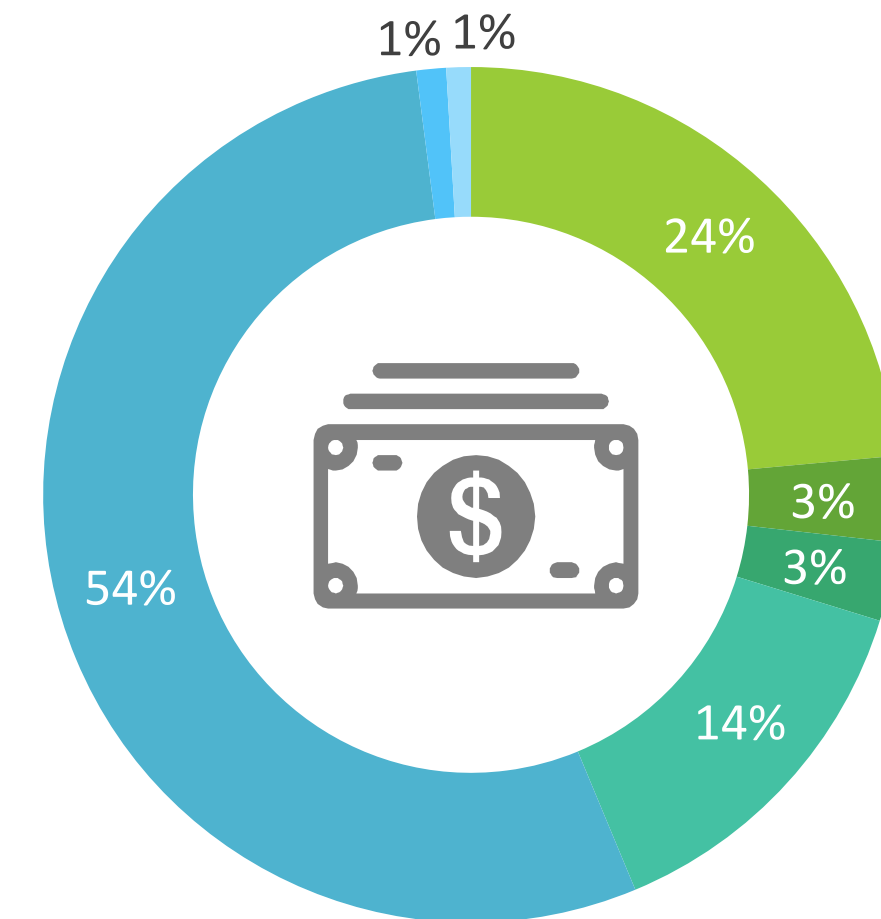
Количество магазинов



Количество заказов



Объем онлайн-продаж



- Магазины широкого профиля
- Уходовая косметика
- Парфюмерия
- Компании сетевого маркетинга
- Универсальные маркетплейсы
- Товары для ногтей
- Другое*

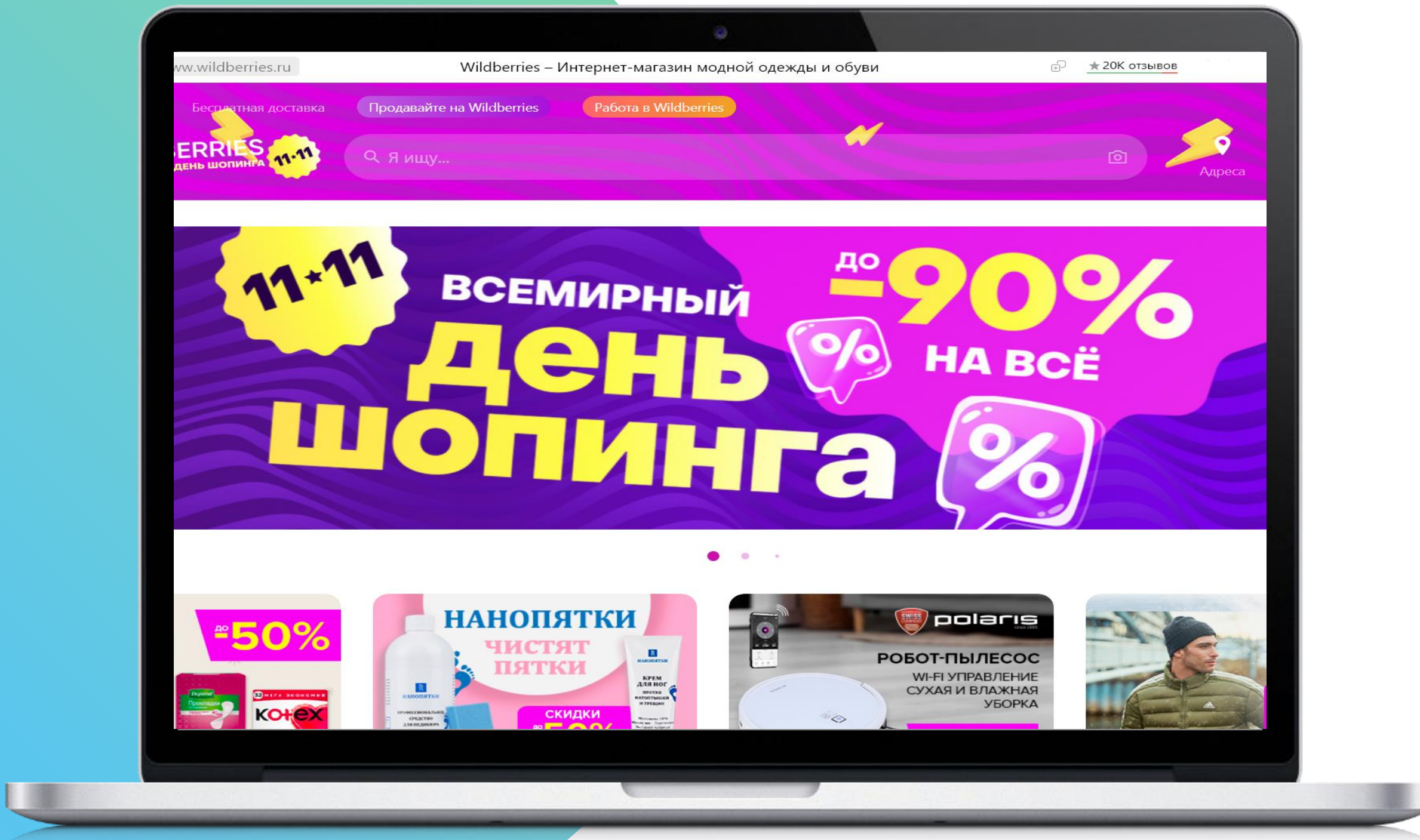
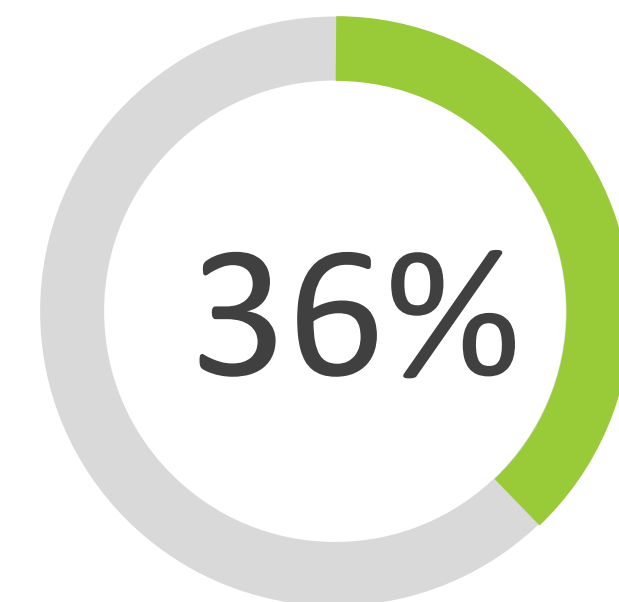
*«Другое» включает в себя на всех графиках (в порядке убывания) - декоративная косметика, магазины товаров для волос.



при поддержке **ROWI** | **sellplus**

Лидер категории Wildberries.ru

Доля Wildberries.ru по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов косметики* за 2021 год:



* Учитывая только интернет-магазины, входящие в ТОП-1000 российского рынка eComмерсе по количеству заказов, и не включая «длинный хвост».



при поддержке

ROWI | **sellplus**

ТОП-10 игроков рынка*

1. **WILDBERRIES** Wildberries.ru

2. **OZON** 24/7 РАБОТАЕМ ВСЕГДА Ozon.ru

3. **FABERLIC** Faberlic.com

Остальные интернет-магазины в ТОП-10 (по алфавиту):



Золотое Яблоко
Парфюмерный супермаркет

Этуаль

ORIFLAME
SWEDEN

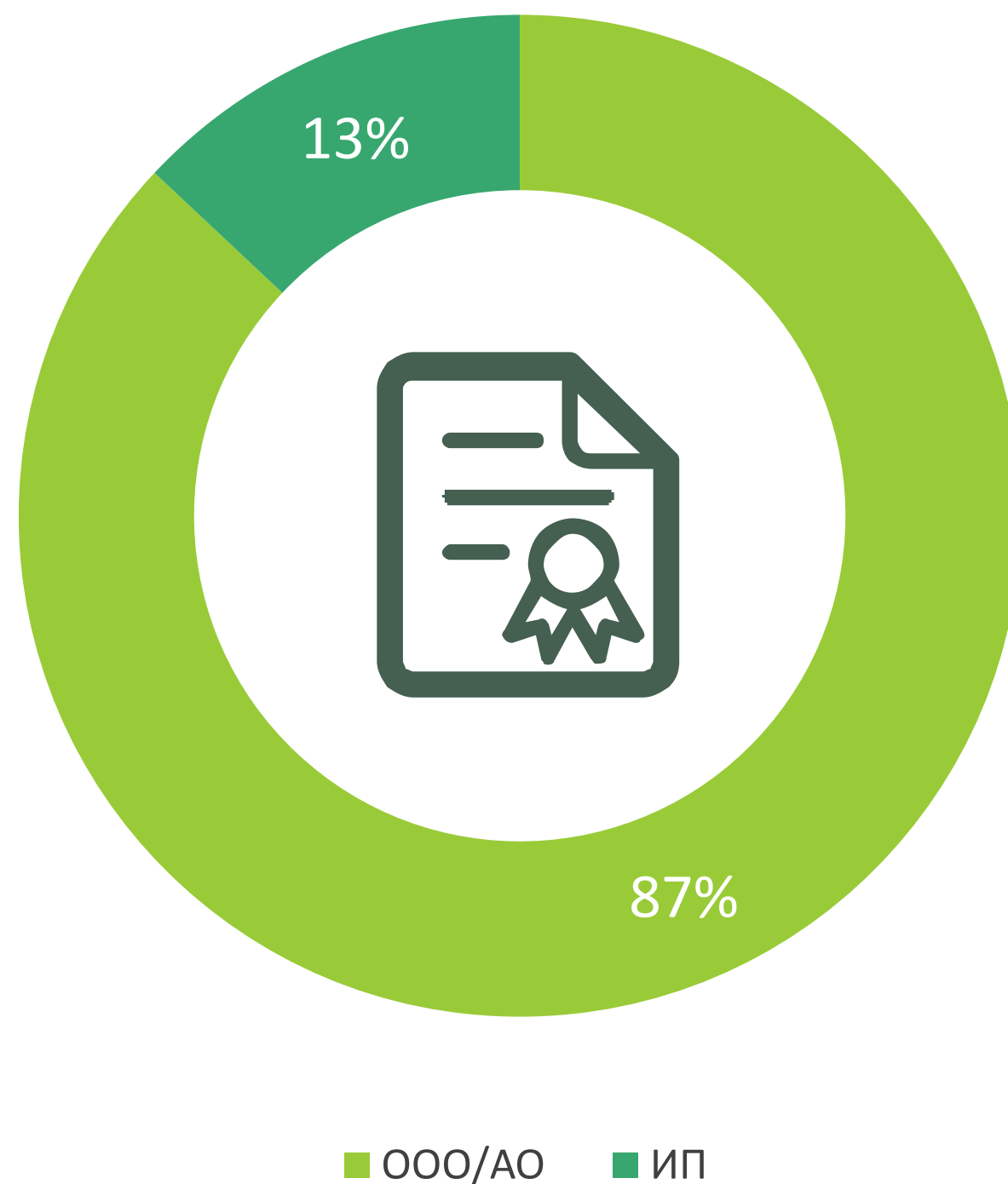
RANDEWOOD RU

РИВ ГОШ

YVES ROCHER

интернет-магазин
ДУХИ.РФ

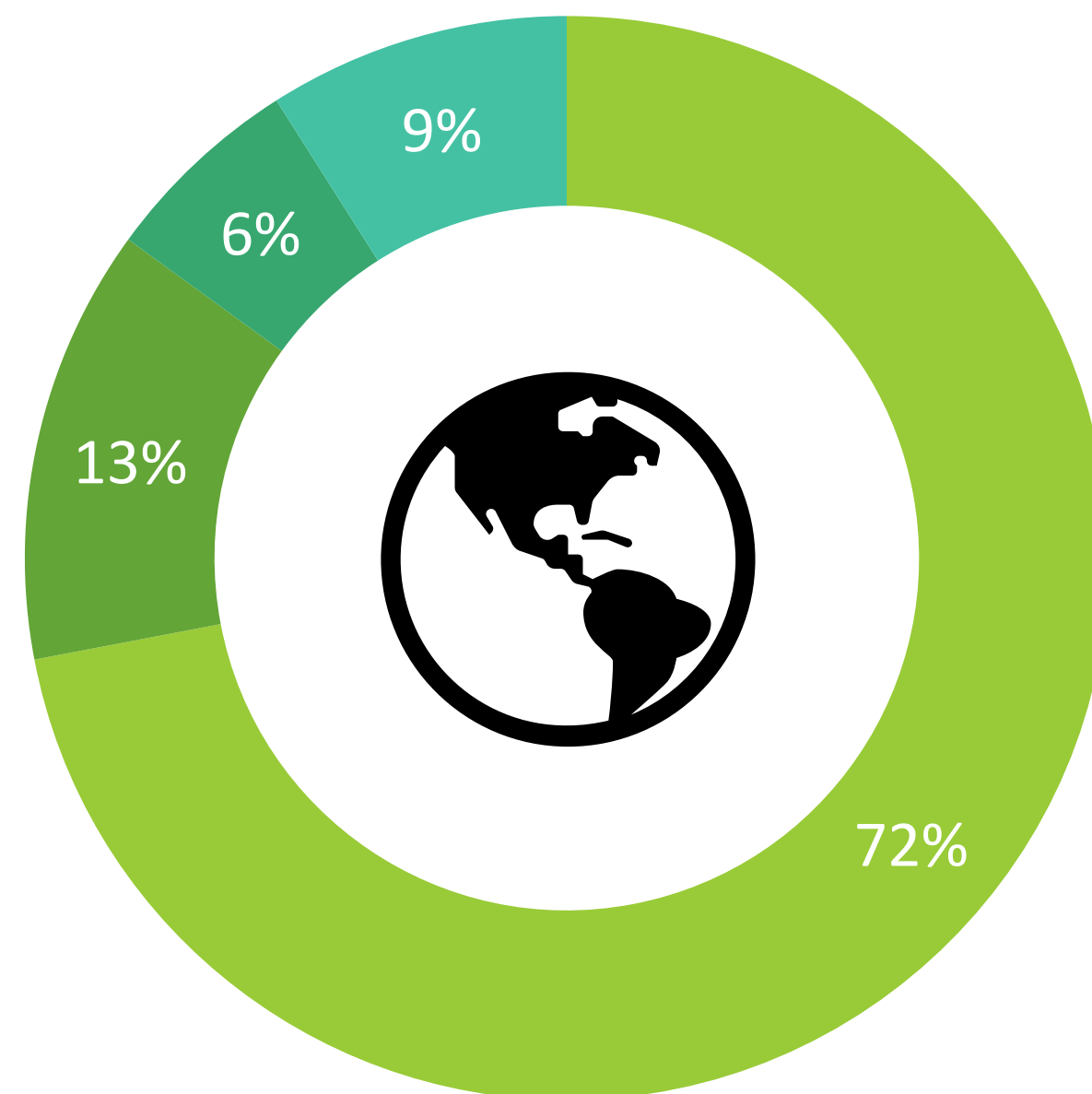
* По онлайн-продажам.



Организационно-правовая форма

Из 54 интернет-магазинов косметики, входящих в ТОП-1000 онлайн-ритейлеров, 87% - общества (ООО, АО).

К индивидуальным предпринимателям относятся всего 13%. Это значительно отличается от 2020 года, когда на ИП приходилось в два раза больше магазинов (31% от всех вошедших в исследование).



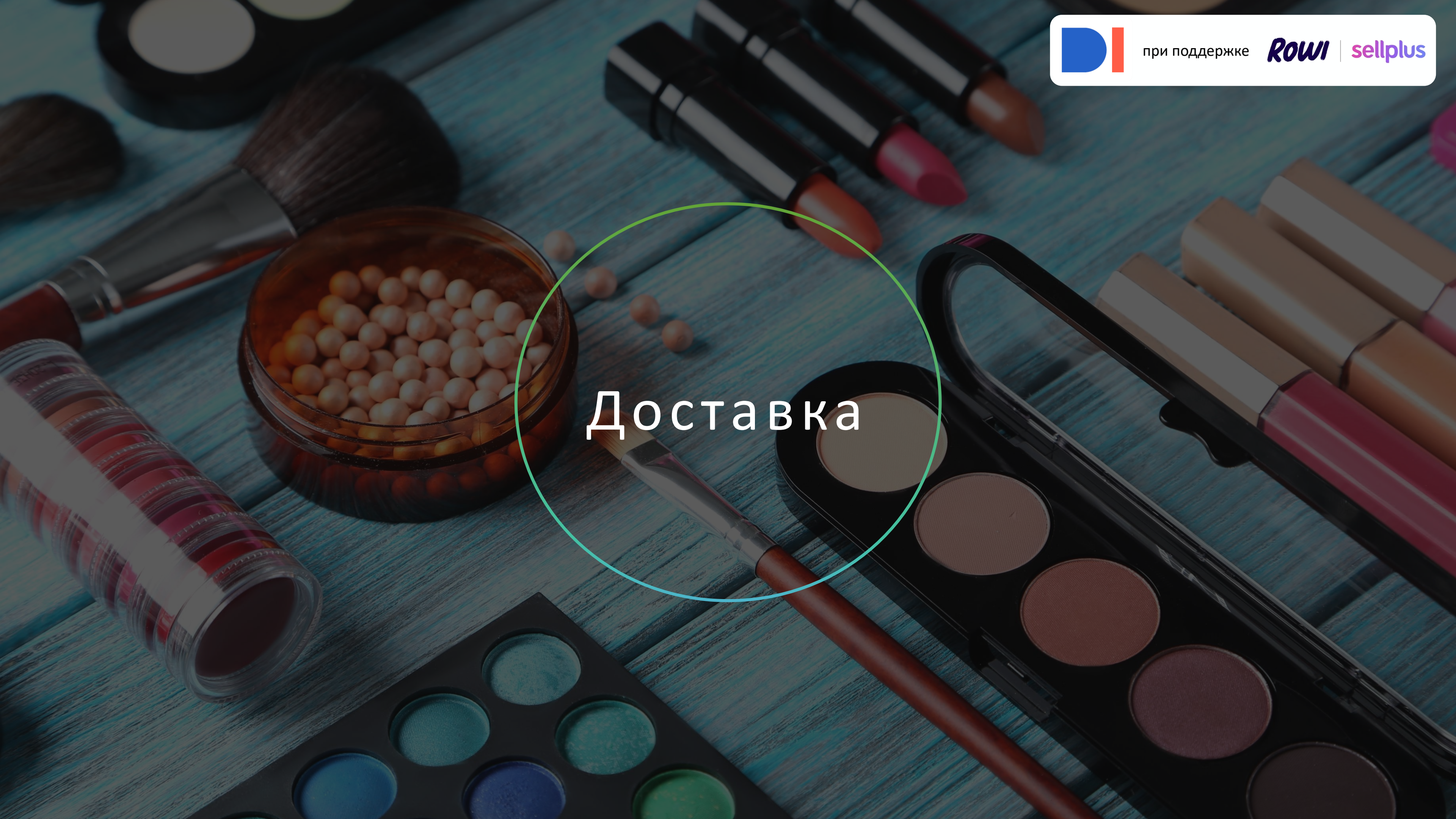
- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Урал и Азиатская часть России
- Европейская часть России

География интернет-магазинов*

Из 54 интернет-магазинов косметики, входящих в ТОП-1000 онлайн-ритейлеров, на нестоличные регионы России приходится только 15% магазинов: на Урал и Азиатскую часть – 6% и на Европейскую часть – 9%.

* На основе данных о месте регистрации интернет-магазинов.

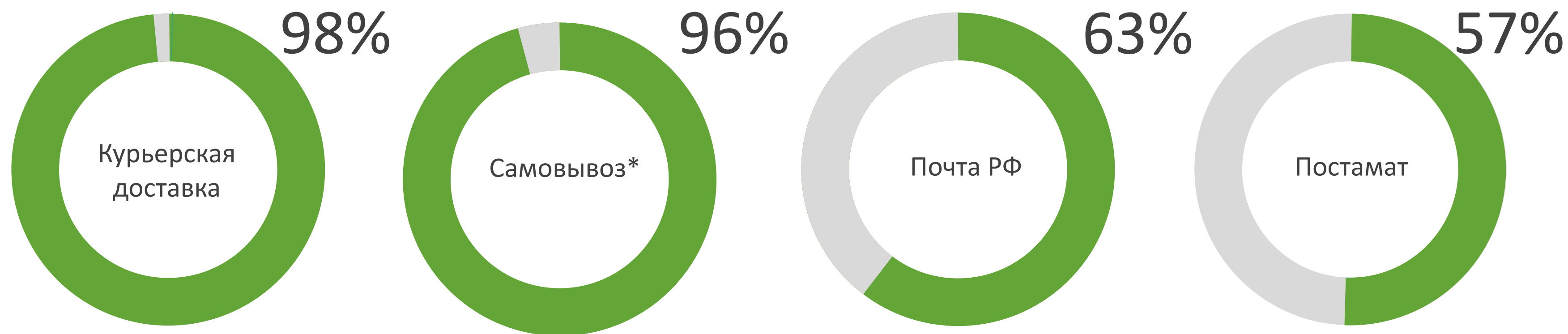
Доставка





Способы доставки

Доля интернет-магазинов, которые используют различные способы доставки



Все четыре способа доставки используют 41% интернет-магазинов косметики.

* Самовывоз - самовывоз из всех неавтоматизированных (имеющих сотрудников) пунктов выдачи, включая магазины компании.



при поддержке

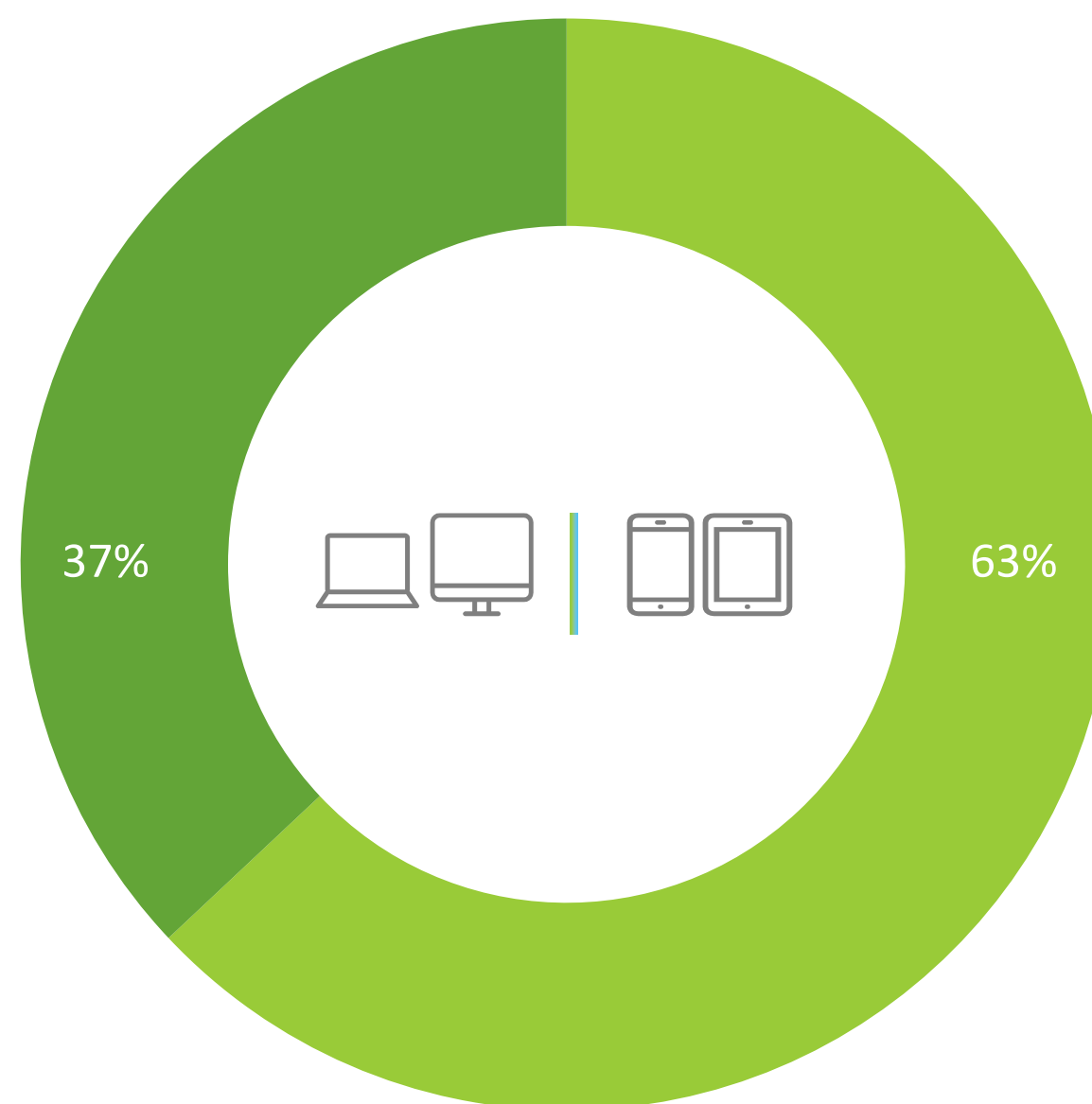
Rowi

sellplus

Мобильная коммерция



Desktop vs Mobile



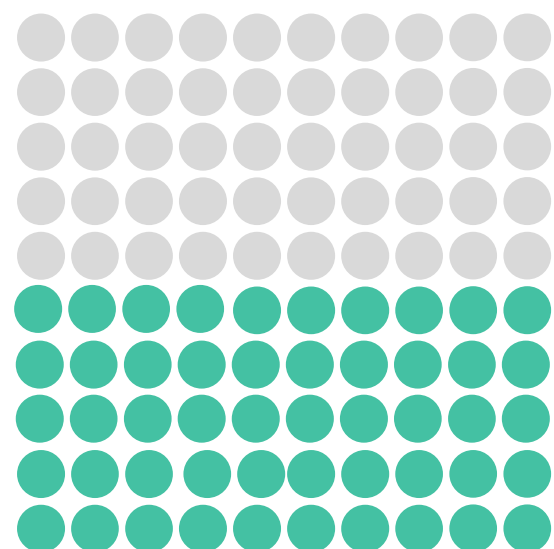
Для посещения сайтов интернет-магазинов косметики покупатели чаще используют мобильные устройства, чем десктопные.



Мобильные приложения

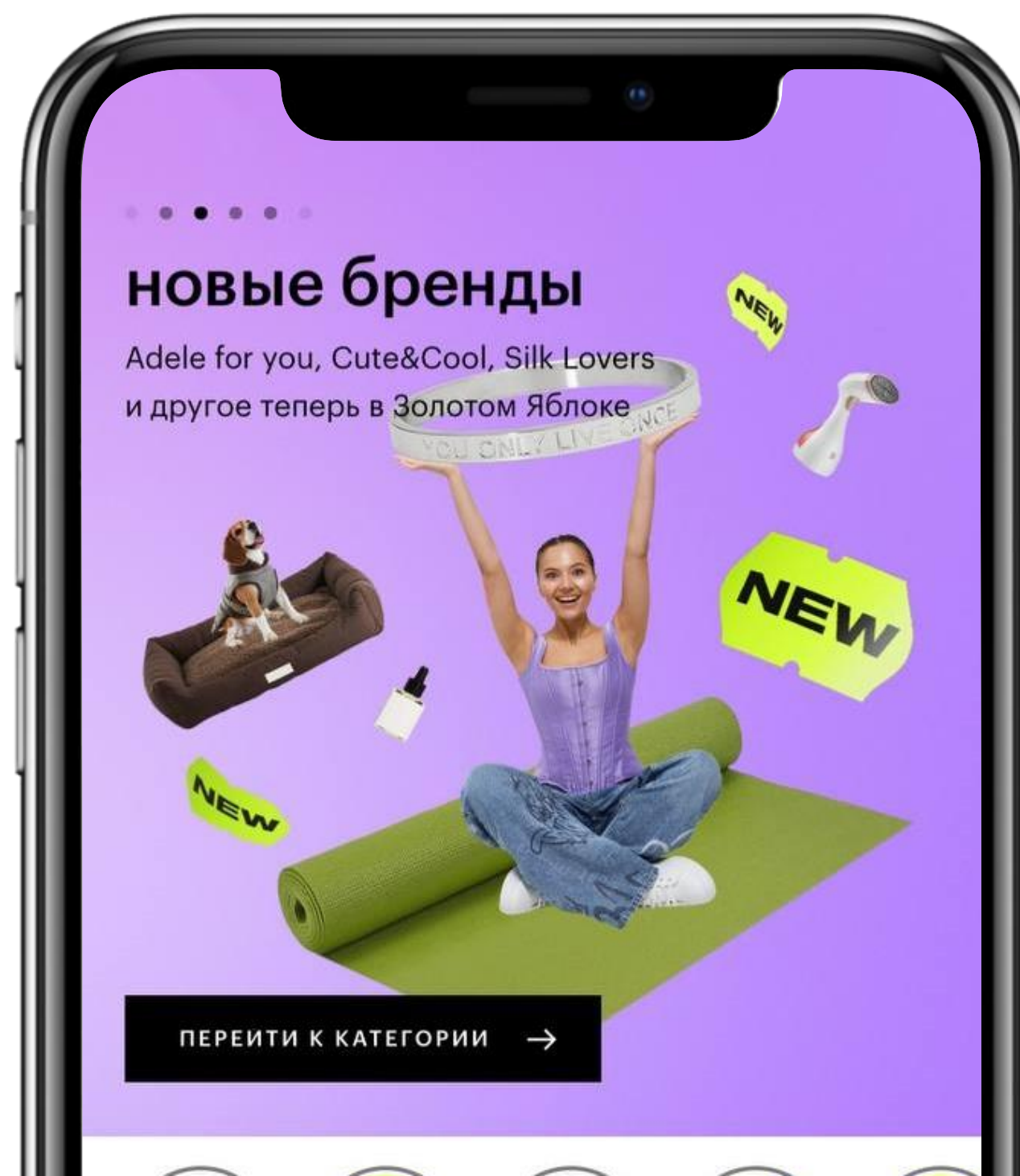
Самое популярное приложение у Goldapple.ru – более 5 млн установок и 50 тысяч отзывов в Google Play.*

50%

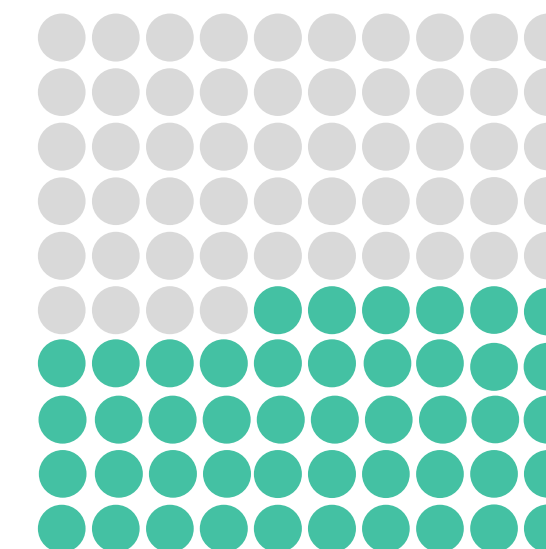


Доля интернет-магазинов косметики с приложениями в **Google Play**

Приложение Goldapple.ru (скриншот приложения с наибольшим числом отзывов). →



46%



Доля интернет-магазинов косметики с приложениями в **App Store**

* Без учета приложений универсальных маркетплейсов.



при поддержке

Rowi

sellplus

Каналы продвижения



при поддержке

ROWI | **sellplus**

Источники трафика



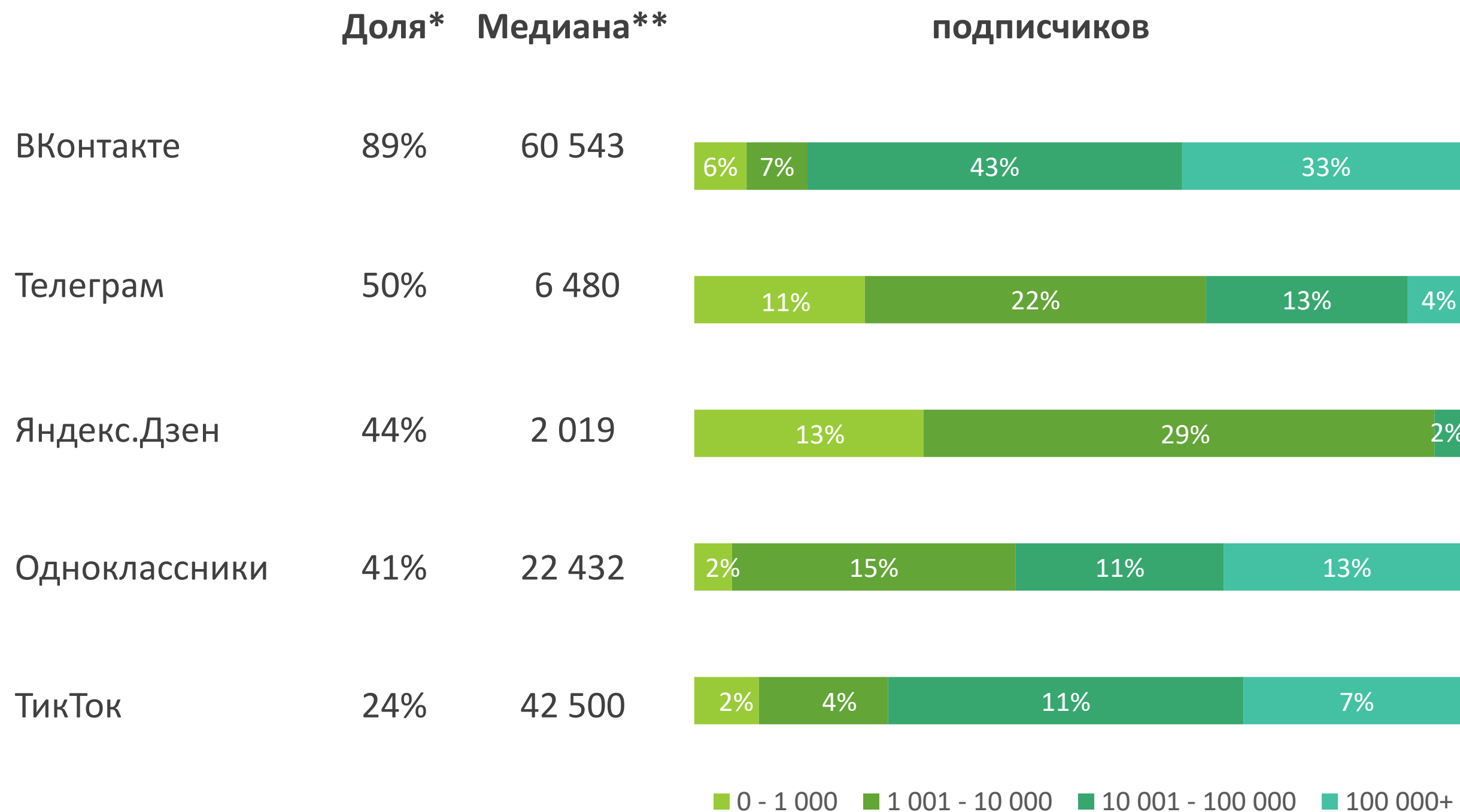
Структура источников трафика в сегменте интернет-магазинов косметики не существенно отличается от средних значений по всему рынку eCommerce. Наибольшая разница – в повышенной доле прямых переходов (33% в сегменте против 27% в среднем).



Активность в социальных сетях

Самая популярная социальная сеть в сегменте косметики – ВКонтакте. В ней ведут свои сообщества 89% магазинов, при этом 76% магазинов косметики имеют более 10 000 подписчиков.

Распределение аккаунтов интернет-магазинов косметики по количеству подписчиков



* Указана доля интернет-магазинов, использующих социальную сеть.

** Указана медиана количества подписчиков.



при поддержке

Rowi

sellplus

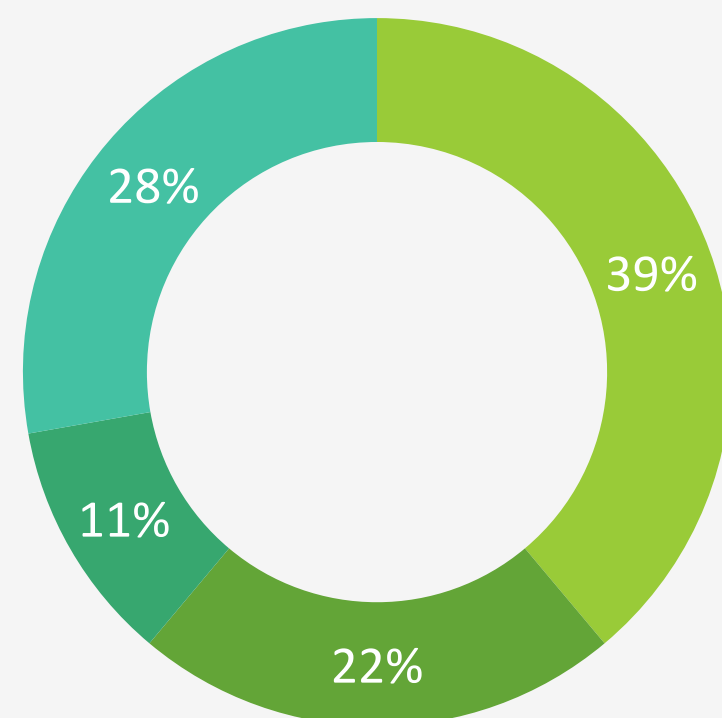
Используемые технологии



при поддержке

ROWI | **sellplus**

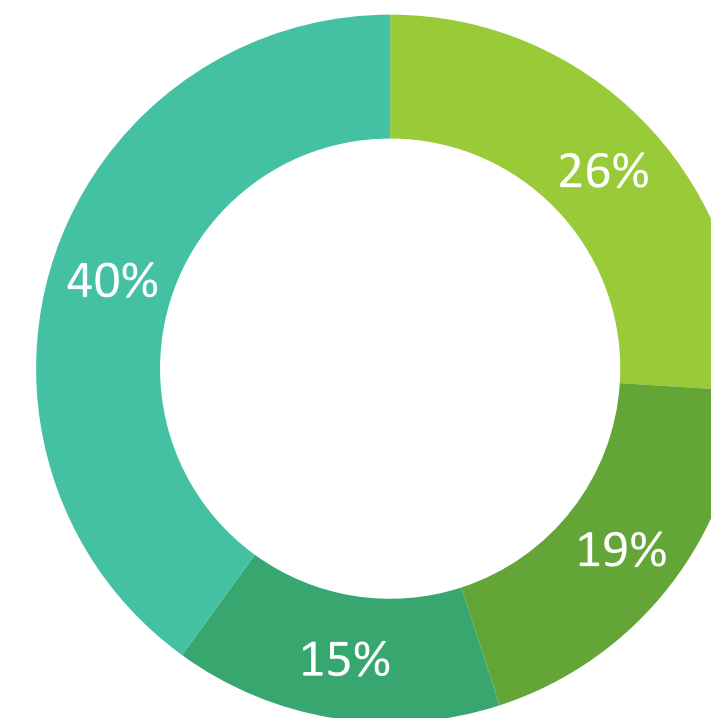
CMS



- Собственная разработка
- 1С-Bitrix
- Magento
- Другие CMS

39% интернет-магазинов косметики используют CMS собственной разработки (CMS – система создания, управления и редактирования содержимого сайта). 1С-Bitrix используют 22% интернет-магазинов. Magento используют 11% интернет-магазинов. 28% используют другие CMS.

Email-рассылка



- Собственная разработка
- Mindbox
- Нет рассылки
- Другие сервисы

26% интернет-магазинов используют сервисы собственной разработки для новостной рассылки. 19% используют сервис MindBox. У 15% магазинов нет новостной рассылки. Остальные 40% пользуются услугами других сервисов рассылки.



при поддержке

ROWI | sellplus

Маркетинговые сервисы

Доля интернет-магазинов, которые используют маркетинговые сервисы



Яндекс.Метрика, Google Analytics, колтрекинг, отслеживание трафика и поведения клиентов на сайте

🏆 Яндекс.Метрика – 93%
Google Analytics – 93%



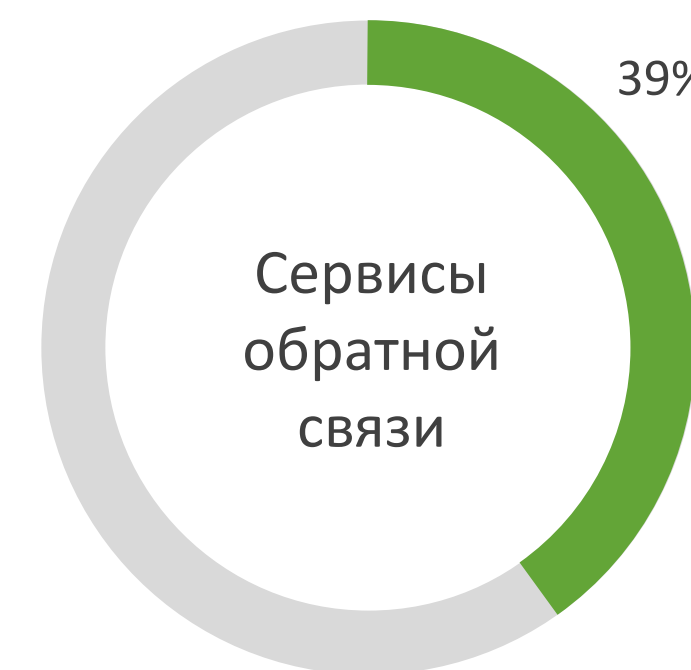
Сети для размещения рекламы на страницах других участников рекламной сети

🏆 DoubleClick.Net- 93%



Сервисы управления рекламой и персонализацией

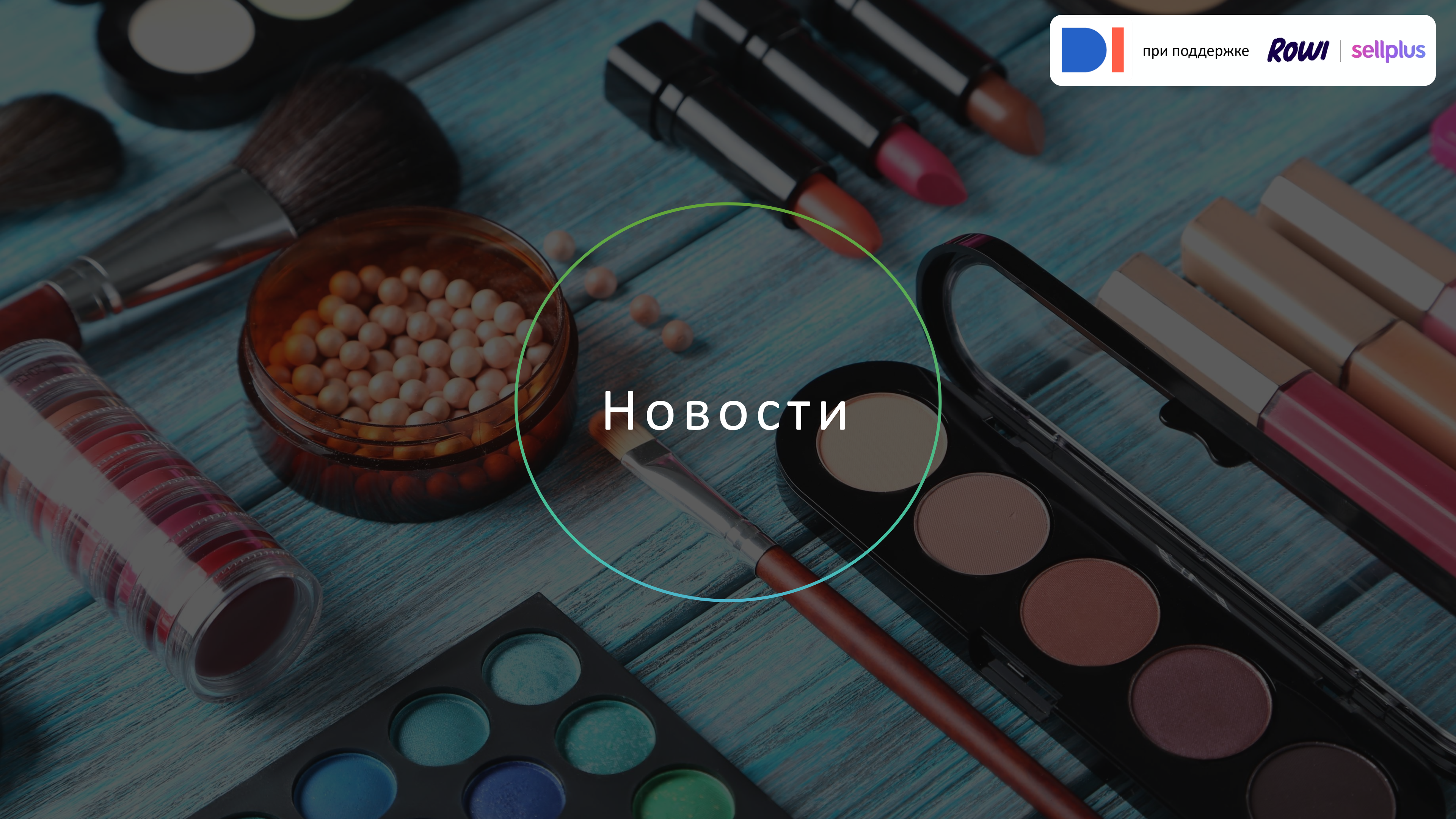
🏆 Criteo – 46%



Онлайн- и email-коммуникация, сервисы обратных звонков

🏆 JivoSite – 17%

НОВОСТИ





Новости в России

- Февраль [Lamoda](#) запускает продажи ароматов Kenzo
- Апрель [«Магнит»](#) начал внедрение технологии E-Visage, позволяющей тестировать декоративную косметику в режиме дополненной реальности
- Май [Beauty-тренды](#) весны 2021. Россияне стали чаще покупать дорогую косметику
- [Henderson](#) создаст линию косметики совместно с клиентами
- Июль На [Aliexpress](#) появился магазин «Подружки»
- Август [Яндекс.Доставка](#) привезет косметику за 2-4 часа
- Сентябрь [«Самокат»](#) запустил продажи косметики под собственным брендом
- Октябрь 30% выручки [«Золотого яблока»](#) приходится на электронную коммерцию
- Декабрь [«Лента»](#) откроет точки «Рив гош» в своих магазинах

Больше новостей в нашем еженедельном мониторинге eCommerce

Подписаться



при поддержке

ROWI | **sellplus**

Новости в мире

- Январь Как игра [The Sims](#) сотрудничает с брендом макияжа MAC
- Февраль Японский [интернет-магазин одежды ZOZO](#) запускает платформу красоты ZOZOCOSME с технологией распознавания тона кожи ZOZOGLASS
- Май Пользователи [Snapchat](#) смогут «примерять» и покупать косметику MAC в приложении
- Июнь [Бьюти-бум](#): онлайн-продажи косметики за 2020-21 показали десятилетний рост
- Онлайн-продажи [L'Occitane](#) выросли на 69% благодаря интерактиву в соцсетях
- Июль Доля онлайн-канала [Uniliver](#) составила 11% в первом полугодии, рост онлайн-продаж составил 50%
- Август [Прогноз Edge Retail Insight](#): В течение следующих пяти лет электронная коммерция здоровья и красоты будет расти более чем в три раза быстрее, чем продажи в магазинах
- Сентябрь Как [ритейлеры косметики](#) увеличивают онлайн-продажи с помощью веб-инструментов
- Октябрь [Исследование Tajmeeli](#): L'Oréal Paris - самый популярный в мире косметический бренд в Интернете

Больше новостей в нашем еженедельном мониторинге eCommerce

Подписаться

Полная версия обзора

- ✓ Топ-10 по количеству **заказов**
- ✓ Топ-10 по объему **онлайн-продаж**
- ✓ Топ-10 по количеству **посетителей** (с динамикой)
- ✓ **Конверсия** в Топ-10
- ✓ **Используемые технологии** для Топ-10 (CMS, e-mail рассылка, маркетинговые сервисы)
- ✓ Доля **мобильного трафика** в Топ-10
- ✓ Обзор **мобильных приложений**
- ✓ Доля **каналов продвижения** в трафике Топ-10
- ✓ Сводная таблица с показателям по **посетителям, конверсии, заказам, среднему чеку и объему онлайн-продаж** для Топ-10


 Объем: 50 слайдов

 Срок предоставления: 2 дня с момента оплаты

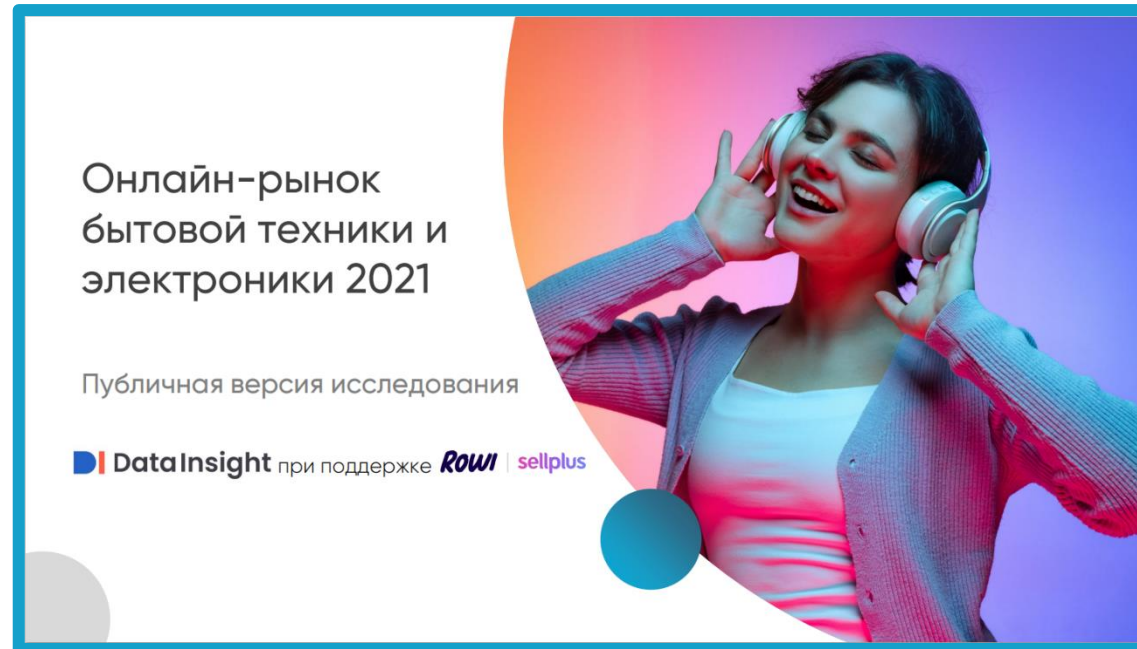
 Стоимость*: 72 000 рублей, включая НДС

Узнать больше и заказать:

 a@datainsight.ru

 +7 (495) 540 59 06

Наши обзоры по сегментам



Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 2021

Публичная версия исследования

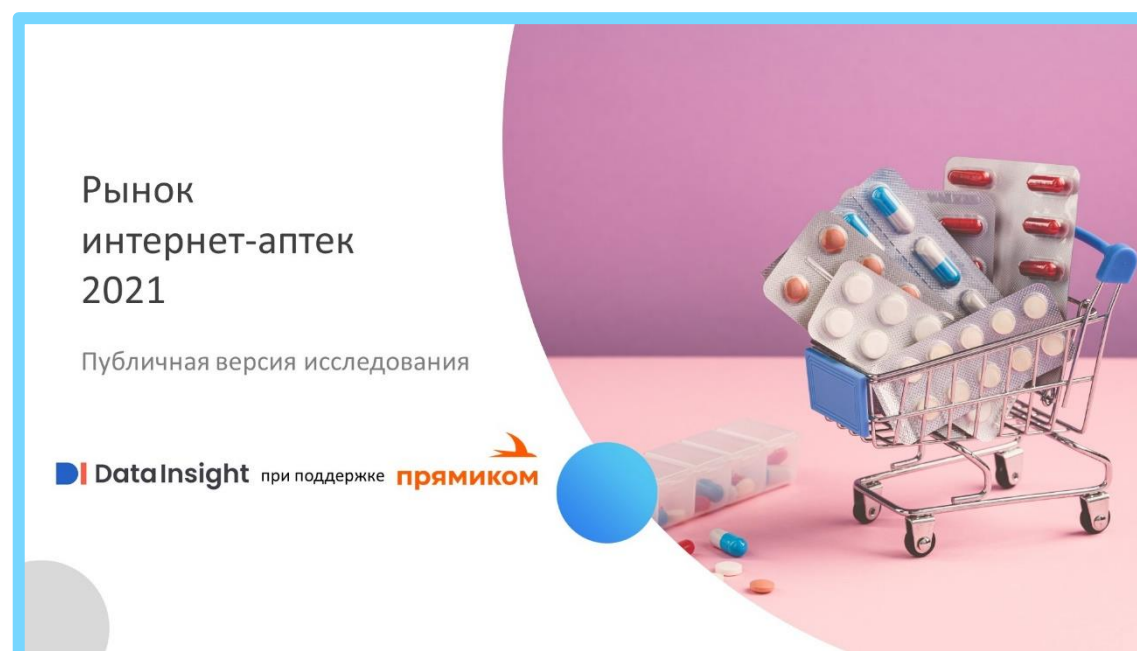
Data Insight при поддержке Rowi | sellplus



Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия 2021

Полная версия исследования

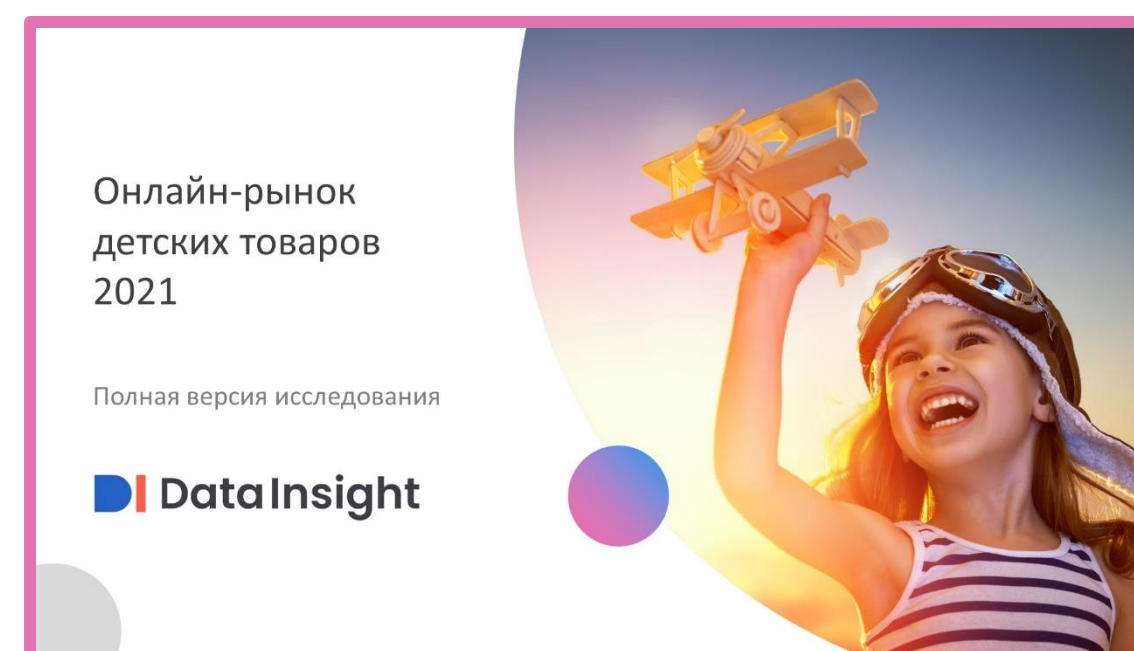
Data Insight при поддержке 5



Рынок интернет-аптек 2021

Публичная версия исследования

Data Insight при поддержке прямиком



Онлайн-рынок детских товаров 2021

Полная версия исследования

Data Insight

А также:



[Спортивные товары](#)



[Автотовары](#)



[Зоотовары](#)



[Продукты питания](#)

В плане на ближайшее время:



Интернет-аптеки



Продукты питания

О партнере исследования



ROWI (rowi.com) — финтех-платформа для МСБ с широкой линейкой собственных цифровых финансовых продуктов: **факторинг**, банковские гарантии, кредитование исполнения госконтрактов, а также относительно новый на рынке продукт для селлеров — **финансирование бизнеса на маркетплейсах — Sellplus**.

Sellplus (sellplus.ru) — быстрое финансирование бизнеса на Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет. Любая компания, регулярно торгующая на маркетплейсе более 3 месяцев, может воспользоваться **возобновляемым финансированием**. Лимит автоматически восстанавливается на сумму каждого погашения, что решает **задачу быстрого масштабирования бизнеса**.

Платформа ROWI для МСБ была запущена в 2019 г. совместно с QIWI и в настоящее время продолжает создавать удобные финансовые продукты для поставщиков товаров и услуг различных отраслей по всей России, благодаря собственной IT-разработке и технологическому ядру компании ROWI.tech.

ROWI является активным участником программ поддержки и развития МСБ и занимает лидирующие позиции по количеству новых клиентов.

Миссия компании: открывать новые возможности для малого и среднего бизнеса — быстро и с наилучшим сервисом.



Data Insight

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



Публичные исследования


[Читать](#)



Новостной мониторинг eCommerce

[Подписаться](#)

Узнать больше:

 [+7 \(495\) 540 59 06](tel:+7(495)5405906)

 coordinator@datainsight.ru

 datainsight.ru

 t.me/DataInsight

 dzen.ru

 vk.com

 youtube.com