



# Интернет-торговля в России 2018

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

**arvato**  
BERTELSMANN

 **PickPoint**  
сеть постаматов и пунктов выдачи



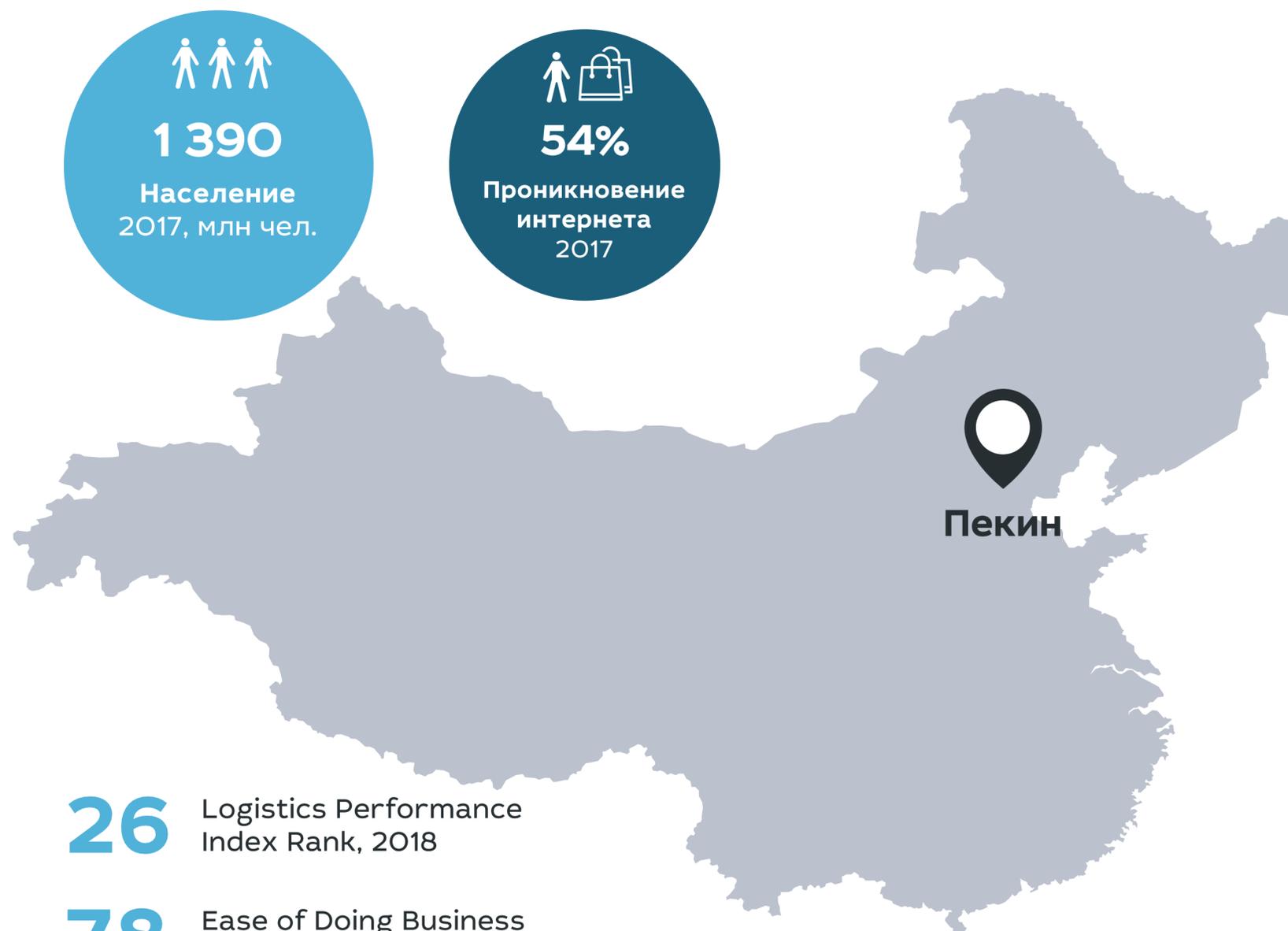
<b>1</b>	Интернет-торговля в мире .....	4	<b>8</b>	Мобильные покупки .....	50
<b>2</b>	Аудитория интернета в России .....	14	<b>9</b>	Товарные категории .....	55
<b>3</b>	B2C-рынок в России .....	19	<b>10</b>	Интернет-магазины .....	61
<b>4</b>	C2C-рынок в России .....	26	<b>11</b>	Продажи через социальные сети .....	67
<b>5</b>	Розничный онлайн-импорт .....	33	<b>12</b>	Онлайн-покупатели России .....	72
<b>6</b>	Розничный онлайн-экспорт .....	38	<b>13</b>	Источники данных и методики .....	77
<b>7</b>	Логистика интернет-торговли .....	44			

# Интернет-торговля в мире

- ключевые рынки: страновой обзор
- доля импортированных онлайн-покупок по регионам
- три категории рынков интернет-торговли в мире



## Китай



**\$8,83**

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

**4,5%**

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2018

**\$4 700**

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

**\$680**

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

**26** Logistics Performance  
Index Rank, 2018

**78** Ease of Doing Business  
Index Rank, 2018

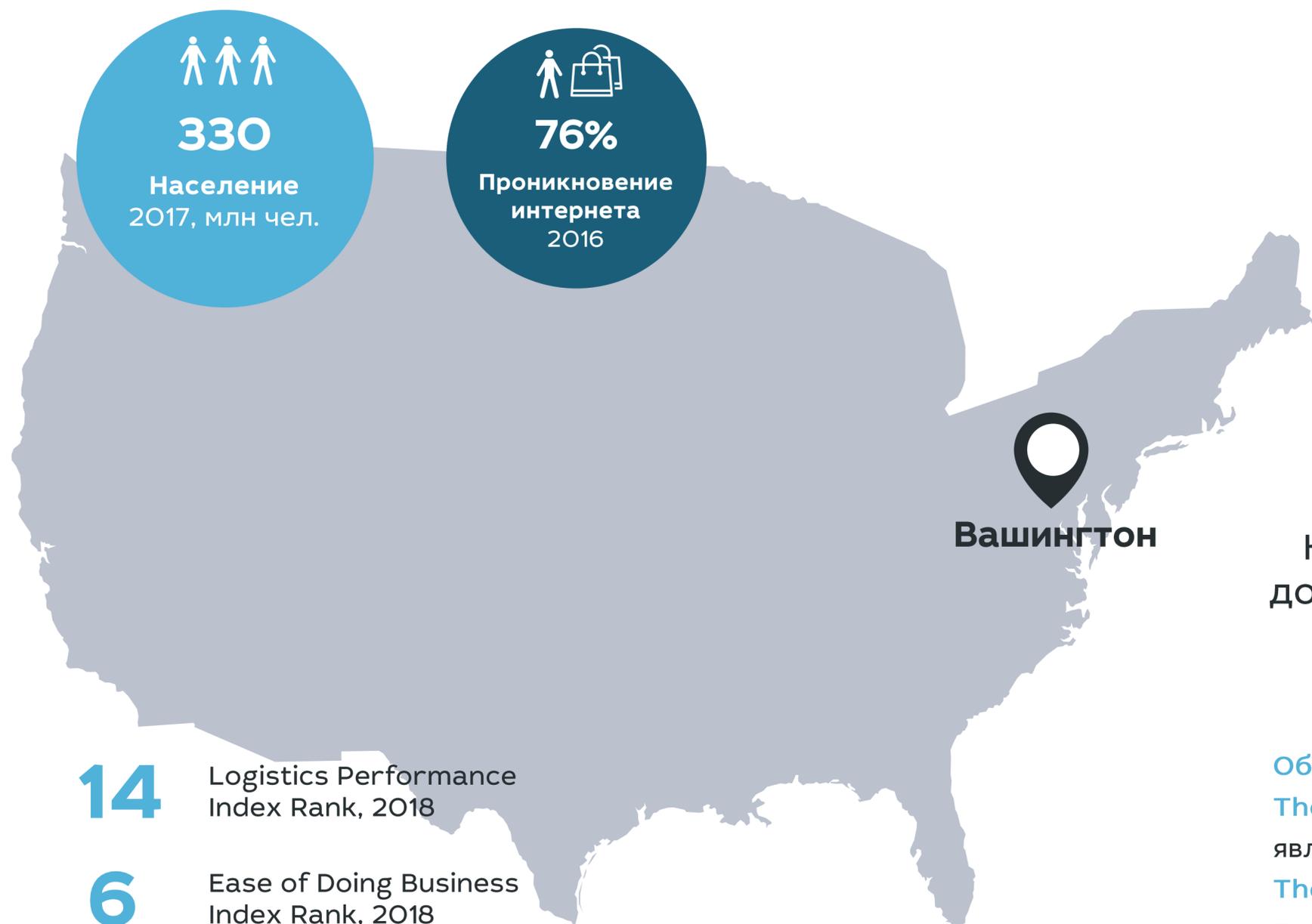
Оборот интернет-торговли включает услуги.  
**The Logistics Performance Index** – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.  
**The Ease of Doing Business Index** – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018

# 1 / Ключевые рынки: страновой обзор

## США



**\$59,5**

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

**2,6%**

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2018

**\$12 800**

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2016, млрд

**\$440**

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

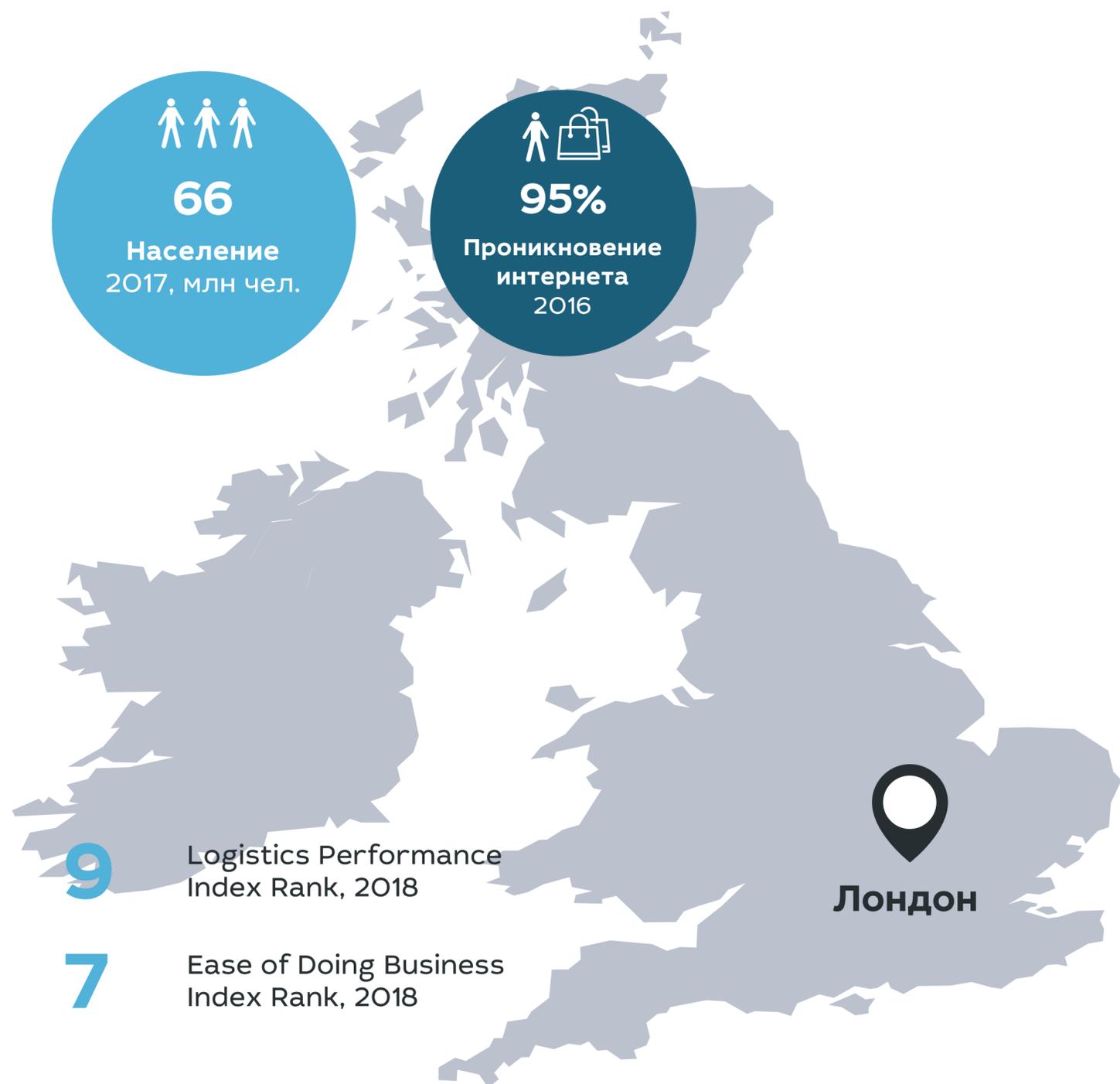
Оборот интернет-торговли включает услуги.

**The Logistics Performance Index** – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

**The Ease of Doing Business Index** – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018



## Великобритания

\$39,7

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

7,9%

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2017

\$1 700

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

\$220

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

Оборот интернет-торговли включает услуги.  
[The Logistics Performance Index](#) – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.  
[The Ease of Doing Business Index](#) – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018

# 1 / Ключевые рынки: страновой обзор



Берлин

## Германия

**\$44,5**

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

**3,1%**

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2018

**\$1 950**

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

**\$82,5**

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

Оборот интернет-торговли включает услуги.

**The Logistics Performance Index** – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

**The Ease of Doing Business Index** – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

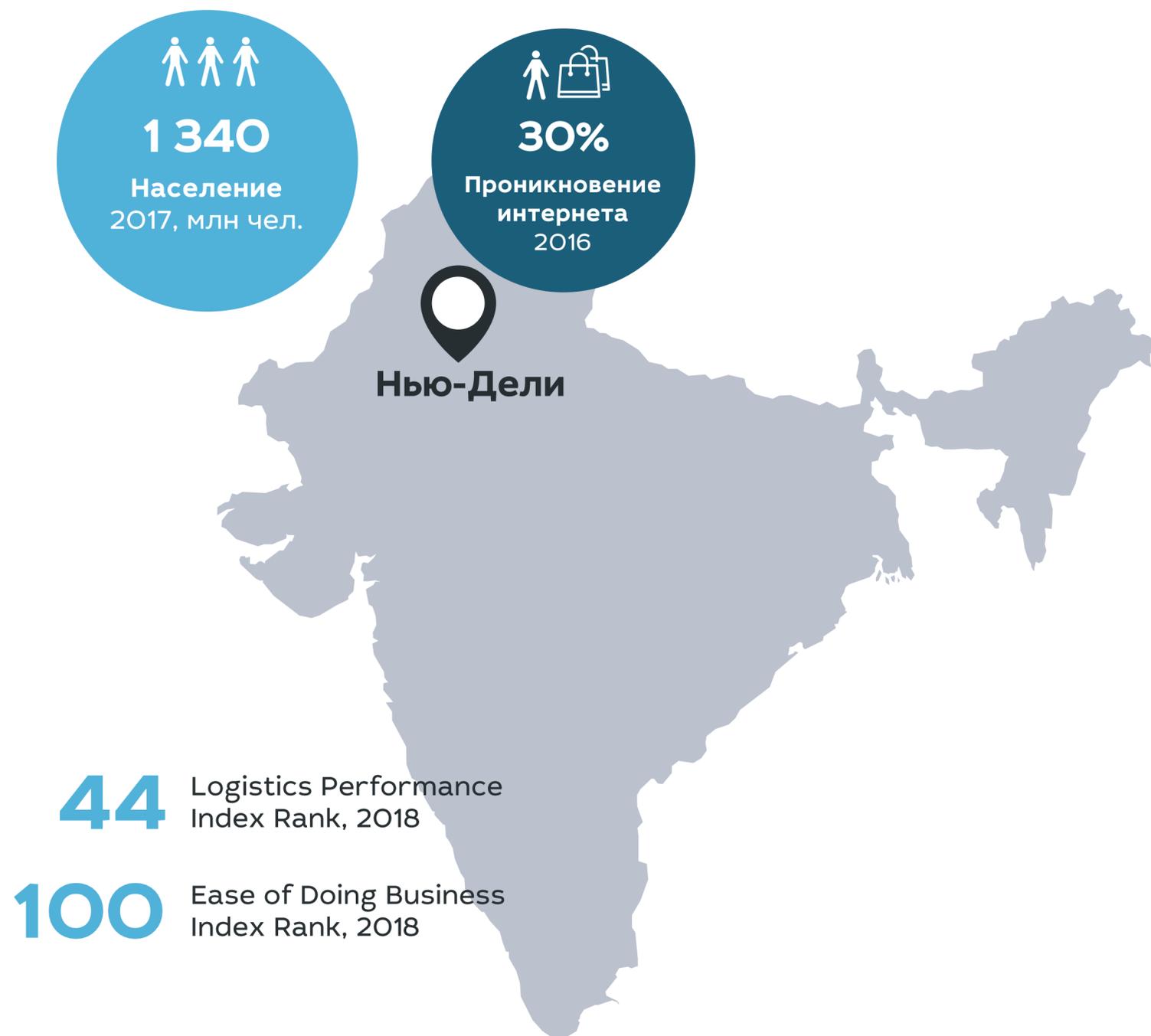
**1** Logistics Performance  
Index Rank, 2018

**20** Ease of Doing Business  
Index Rank, 2018

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018

## Индия



\$1,9

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

1%

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2018

\$1 500

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

\$37,6

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

Оборот интернет-торговли включает услуги.

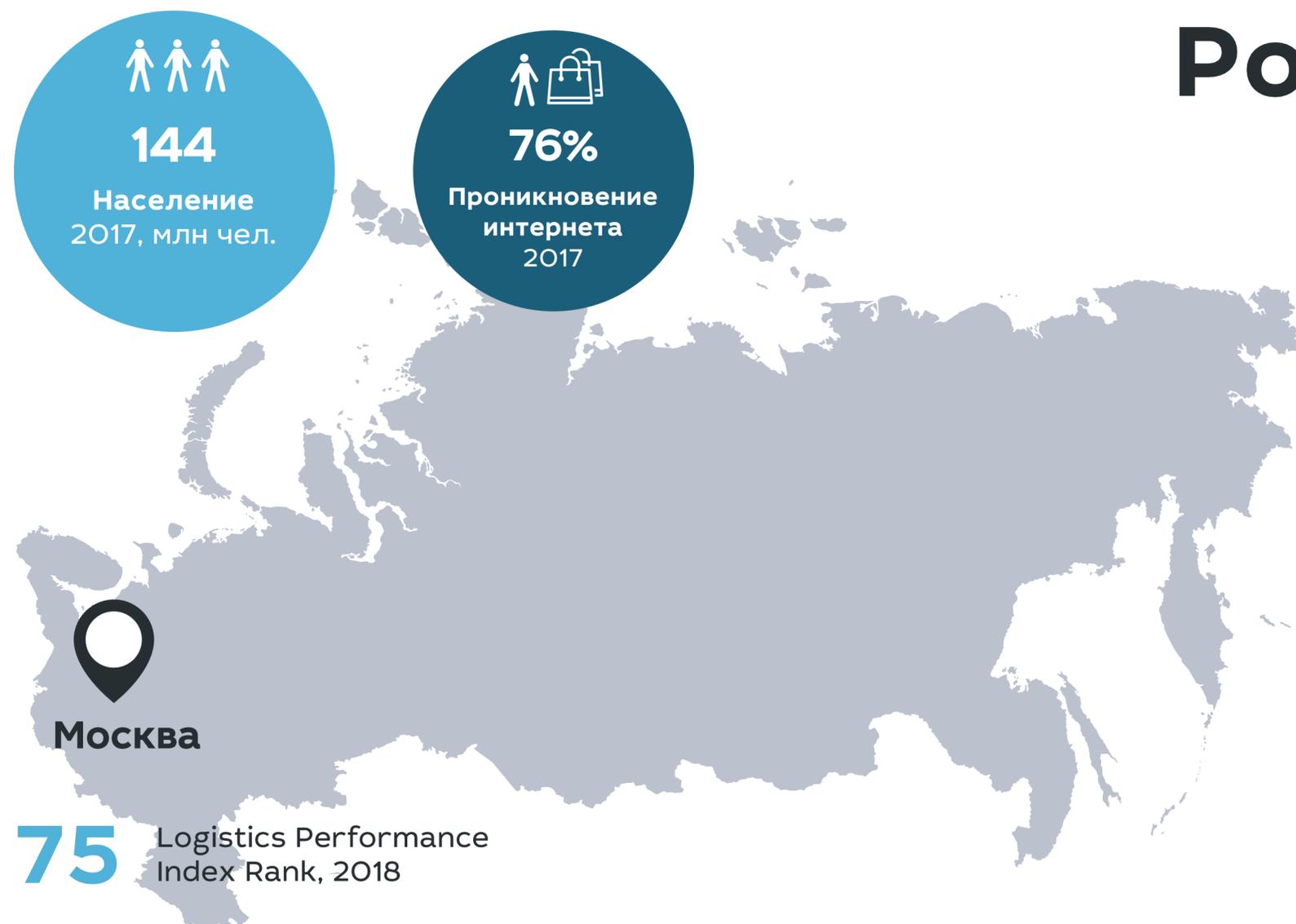
[The Logistics Performance Index](#) – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

[The Ease of Doing Business Index](#) – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018

## Российская Федерация



\$10,7

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

2,5%

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2018

\$800

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

\$32,5

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

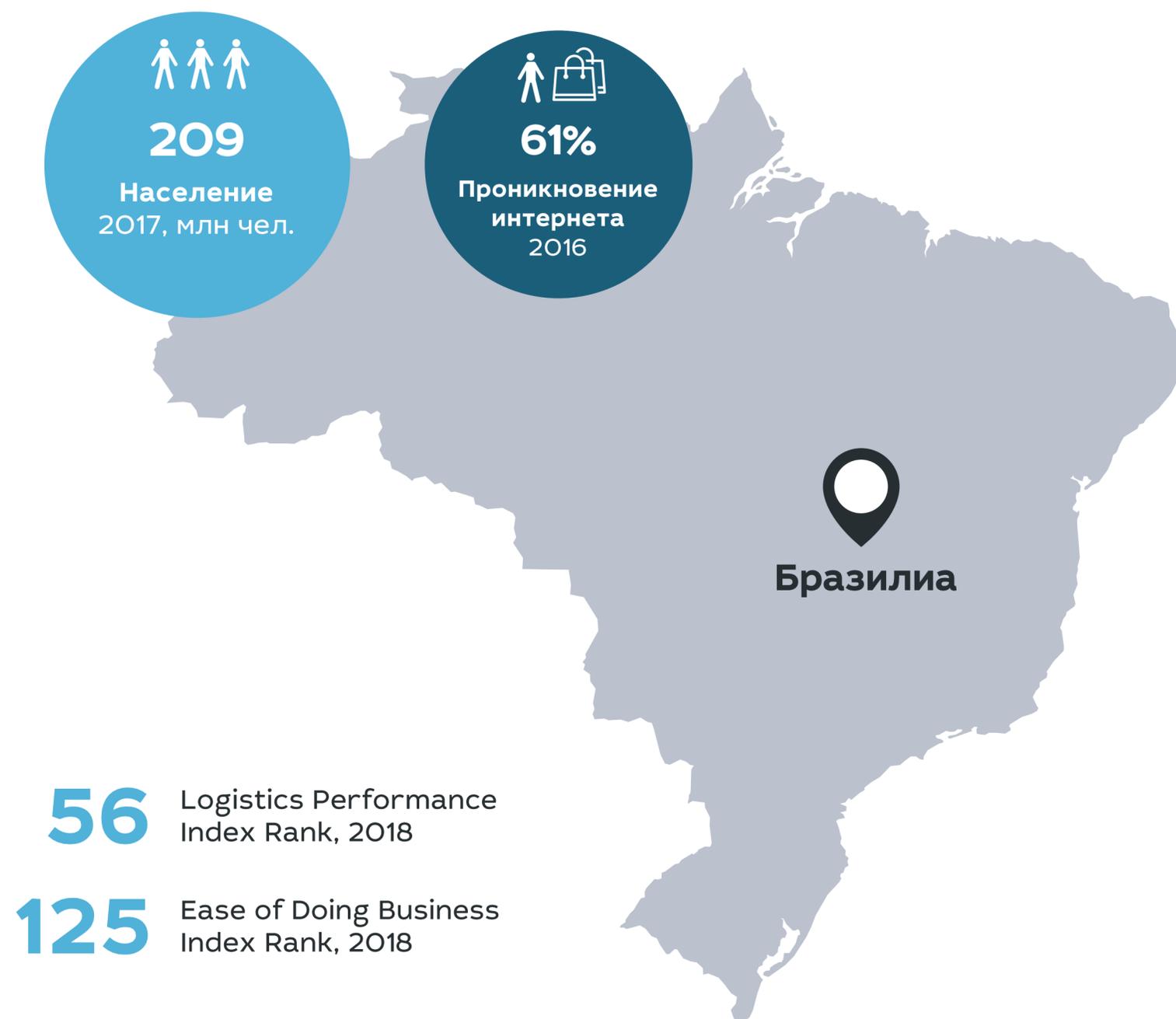
**Оборот интернет-торговли** включает услуги (в отличие от слайда 19).  
Значение \$32,5 млрд дано для сравнения с другими странами.

**The Logistics Performance Index** – Показатель эффективности логистики,  
является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

**The Ease of Doing Business Index** – Индекс легкости ведения бизнеса,  
представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности  
в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018



## Бразилия

\$9,8

ВВП на душу  
населения, 2017, тыс.

1%

Доля интернет-  
торговли в ВВП, 2017

\$1 300

Конечное потребление  
домохозяйств\*, 2017, млрд

\$15,8

Объем B2C интернет-  
торговли, 2017, млрд

Оборот интернет-торговли включает услуги.

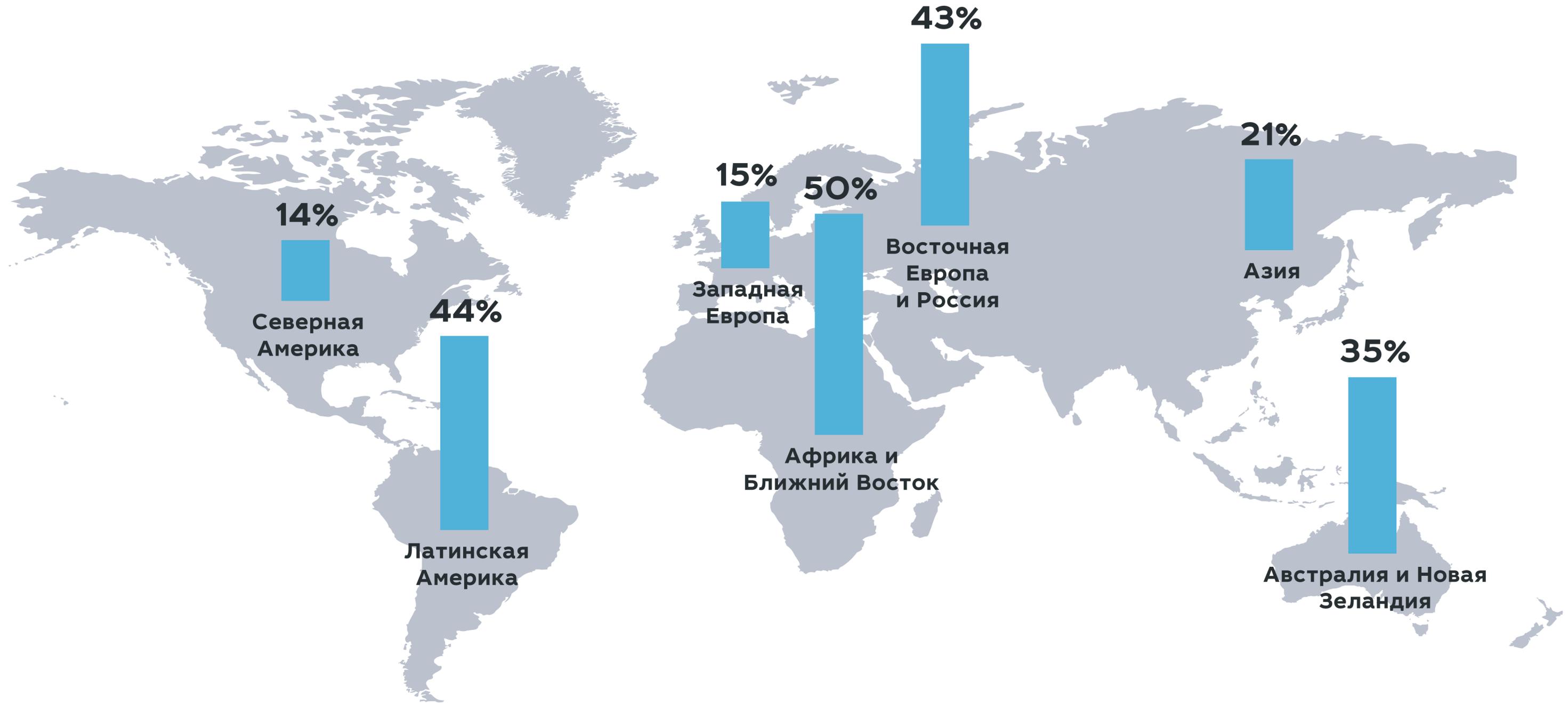
[The Logistics Performance Index](#) – Показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

[The Ease of Doing Business Index](#) – Индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

\* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

Источник: The World Bank, 2018; International Telecommunication Union (ITU), 2018; Ecommerce Foundation, country profiles, 2018

# 1 / Доля импортированных онлайн-покупок по регионам мира

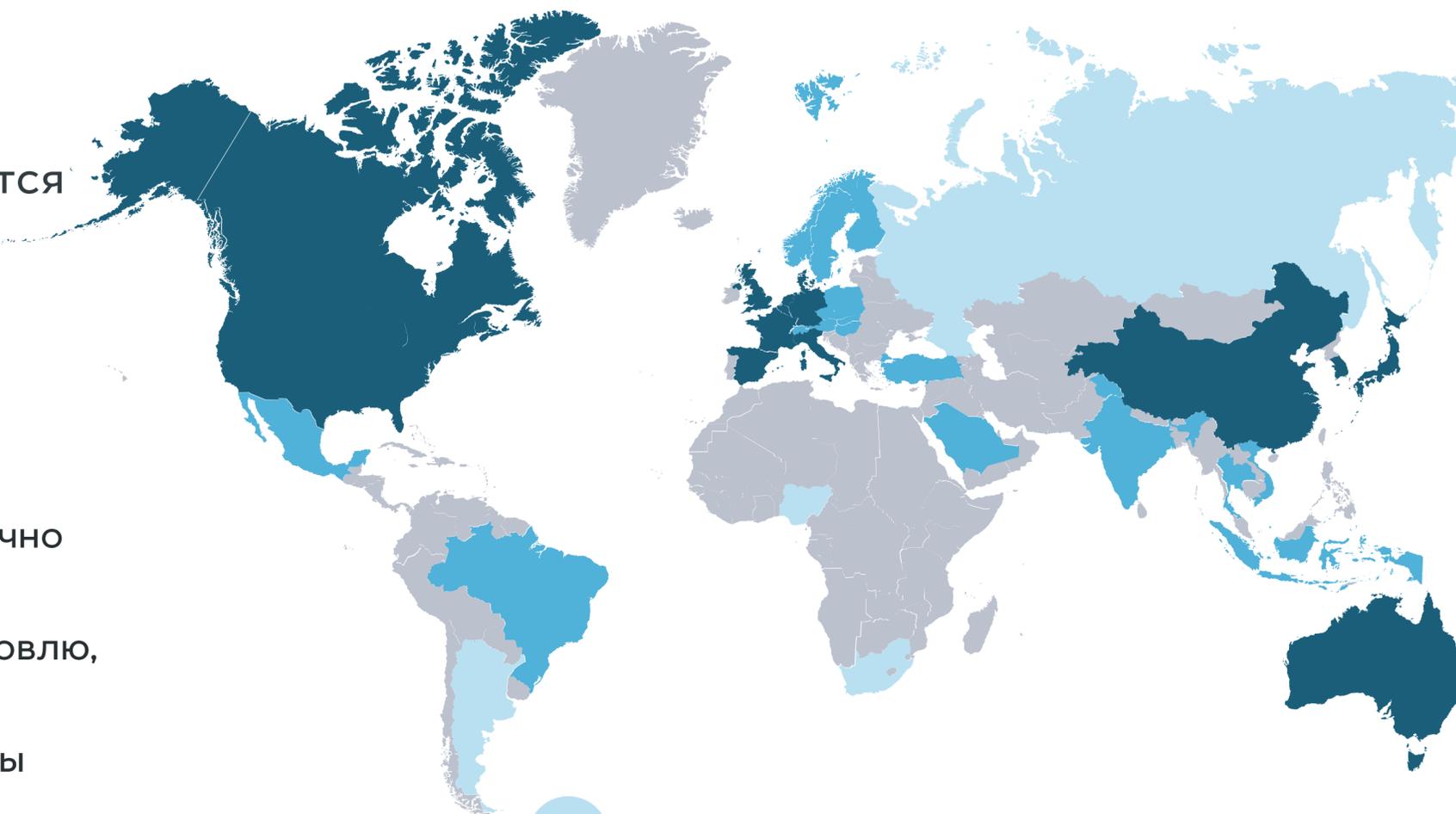


Источник: KPMG, Global Online Consumer Report, 2017

# 1 / Три категории рынков

## интернет-торговли в мире

Россию относят к рынкам, которыми интересуются зарубежные бренды. Однако решение о выходе на эти рынки принимается большинством мировых компаний исходя из их размера, уровня инфраструктуры или политической ситуации.



### ● Рынки верхнего эшелона

Эти рынки являются крупными или достаточно зрелыми, благодаря чему привлекают существенные инвестиции в интернет-торговлю, или их относительно легко обслуживать вследствие существующей инфраструктуры

### ● Рынки «второй волны»

Многие международные бренды мониторят данные рынки, но они обычно не становятся первыми площадками запуска

### ● Рынки выжидания

Бренды также проявляют интерес к данным рынкам, но их размер, уровень инфраструктуры или политическая ситуация обуславливают решение отложить выход интернет-магазинов компаний на них

## Аудитория интернета в России

- объем и предпочтения аудитории интернета в России
- возраст пользователя и предпочитаемое устройство для выхода в интернет
- среднее время в сети на пользователя (минут в день)



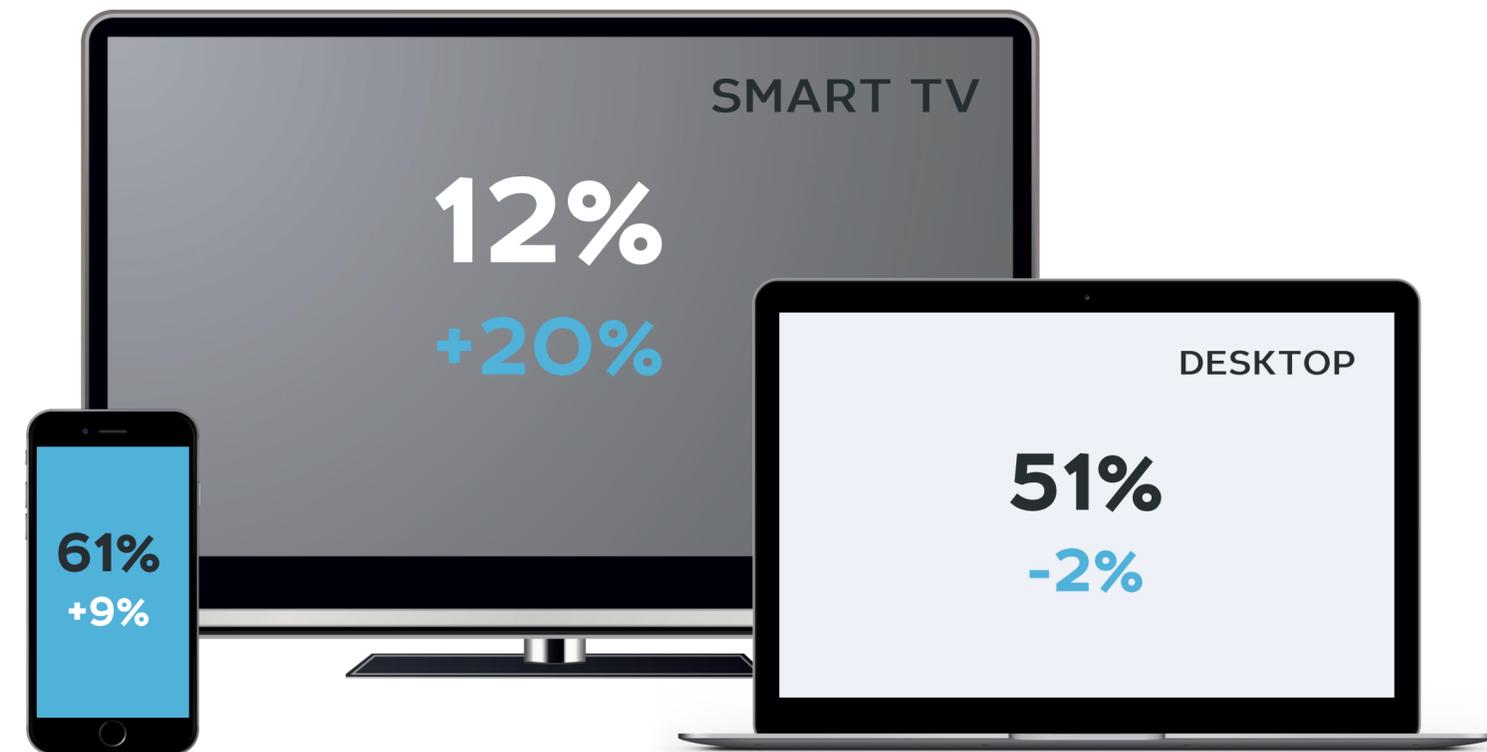
# 2 / Объем и предпочтения аудитории интернета в России

Ежемесячная аудитория интернета

**90 МЛН ЧЕЛ.** +3% (за год)



86% пользуются каждый день



Не в сети  
**26%** -9% (за год)

Россия 0+, 12+, Monthly Reach, млн.чел., % от населения, апрель 2018 – сентябрь 2018, прирост апрель 2018 – сентябрь 2018 к апрель 2017 – сентябрь 2017

Источник: Mediascope: Аудитория интернета, 2018

# 2 / Объем и предпочтения

## аудитории интернета в России

MOBILE ONLY

VS

DESKTOP ONLY



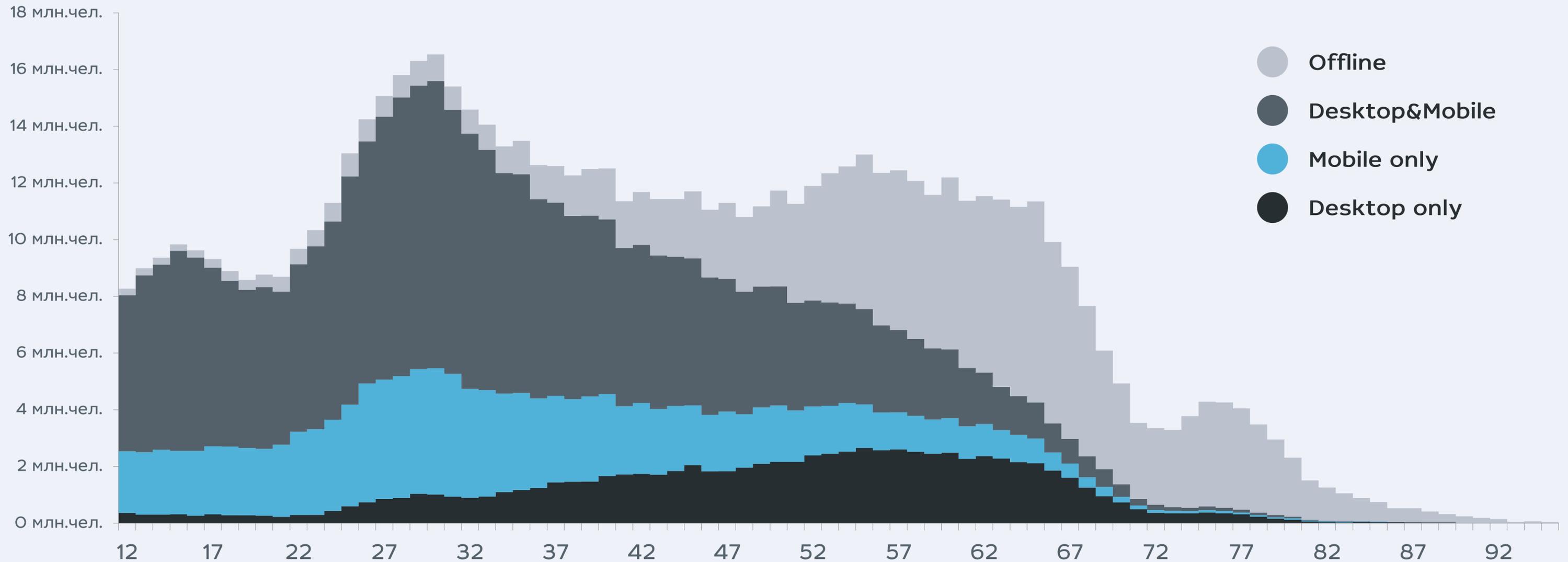
**21,6 МЛН ЧЕЛ.** +20% (за год)

**16 МЛН ЧЕЛ.** - 20% (за год)

Россия 0+, Monthly reach, все 12+ лет, сентябрь 2017 – февраль 2018, прирост сентябрь 2017 – февраль 2018 к сентябрь 2016 – февраль 2017

Источник: Mediascope: Аудитория интернета, 2018

# 2 / Возраст пользователя и предпочитаемое устройство для выхода в интернет



Россия 0+, Monthly reach, скользящее среднее за 6 лет, начиная с 12 лет, сентябрь 2017 – февраль 2018

Источник: Mediascope: Аудитория интернета, 2018

## 2 / Среднее время в сети

# на пользователя (минут в день)



Россия 100k+, 12-64, среднее количество минут в день в интернете, без учета времени, проведенного в «оффлайновых» тематических группах мобильных приложений, сентябрь 2018

Источник: Mediascope: Аудитория интернета, 2018

## В2С-рынок в России

- онлайн В2С в России, 2018
- составляющие роста рынка интернет-торговли
- онлайн-продажи в России, 2011-2018
- интернет-торговля в России, прогноз на 2019-2023
- драйверы роста
- 10 особенностей российского рынка



**Интернет-торговля (B2C-торговля)** – это покупка у юридического лица материальных товаров через интернет, включая мобильные приложения, социальные сети и мессенджеры, где **покупка** – резервирование, заказ на доставку, оплату, получение в ПВЗ или постамате. Оценки включают покупки материальных товаров и не включают: услуги, готовую еду, билеты и гостиницы, покупки игр и в играх, билеты на мероприятия, трансграничные покупки.



**290 млн**

заказов (+18%)\*



**3 970 руб.**

средний чек (-2%)\*

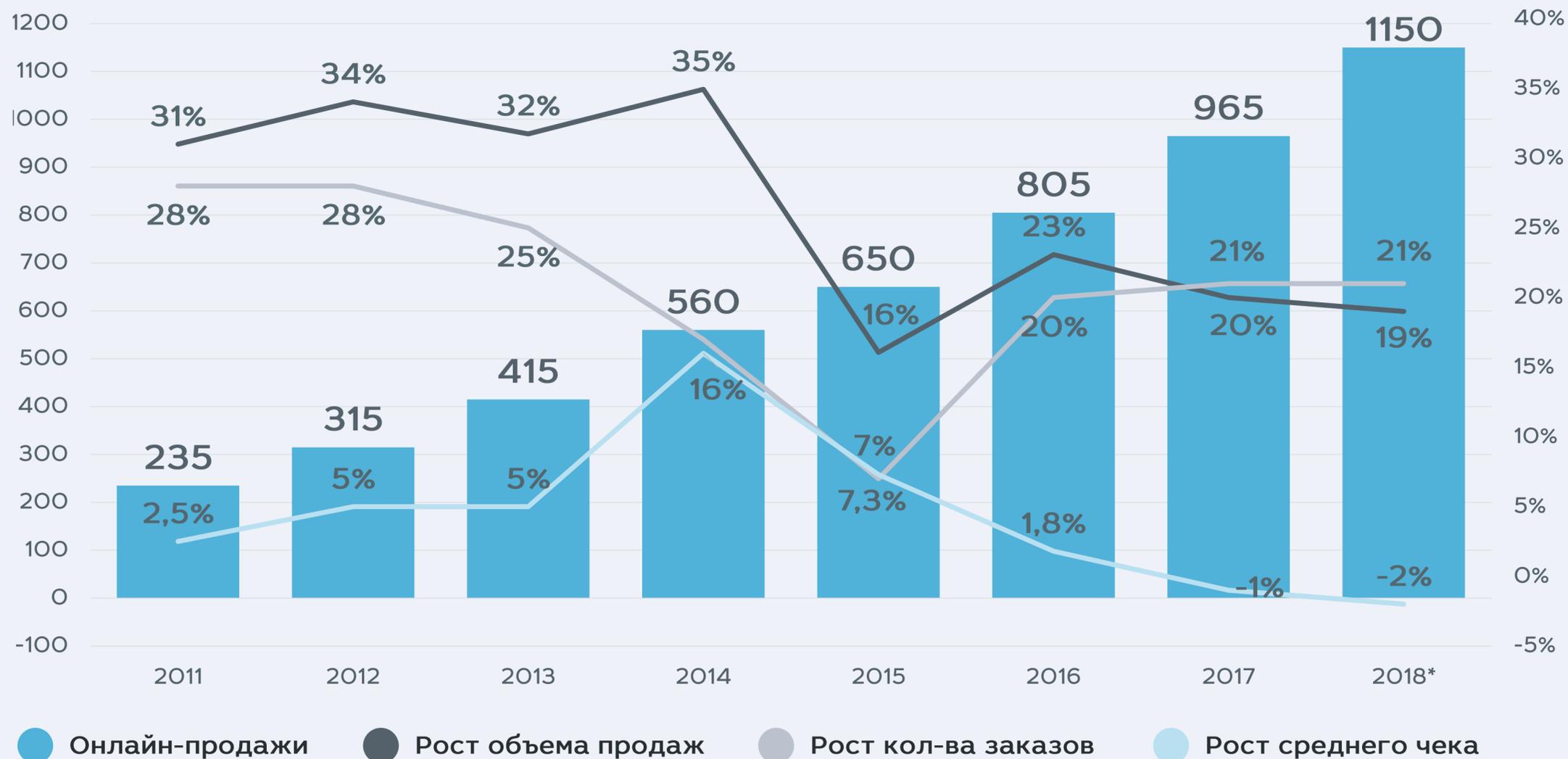
\* прогноз

Источник: Data Insight

**1,15\***  
трлн руб.  
**ВЫРУЧКА**

**+19%**  
рост в рублях

# 3 / Составляющие роста рынка интернет-торговли



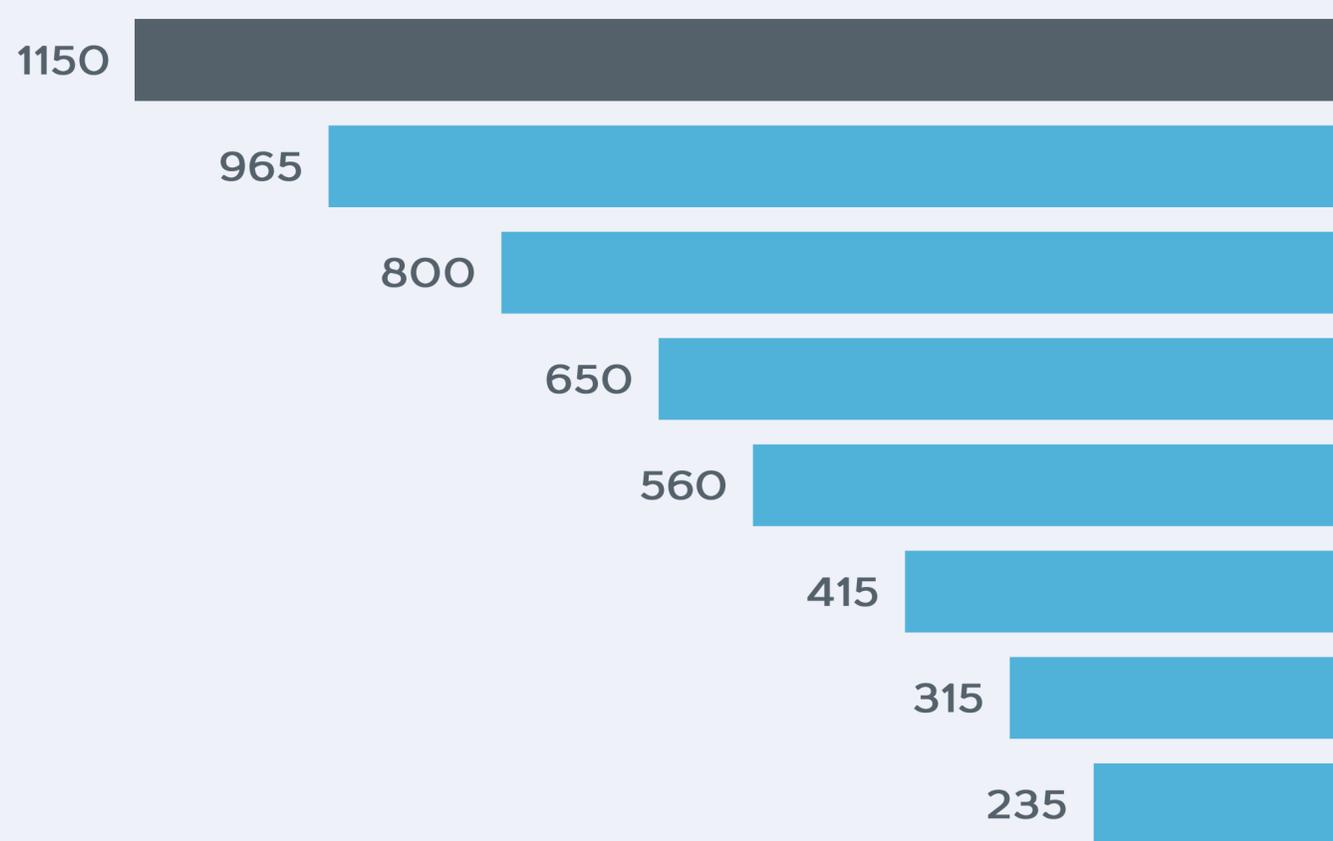
Интернет-торговля растет за счет числа заказов, но не за счет среднего чека, который падает второй год подряд. Растет и число новых покупателей, и количество заказов на покупателя.

\* прогноз

Источник: Data Insight

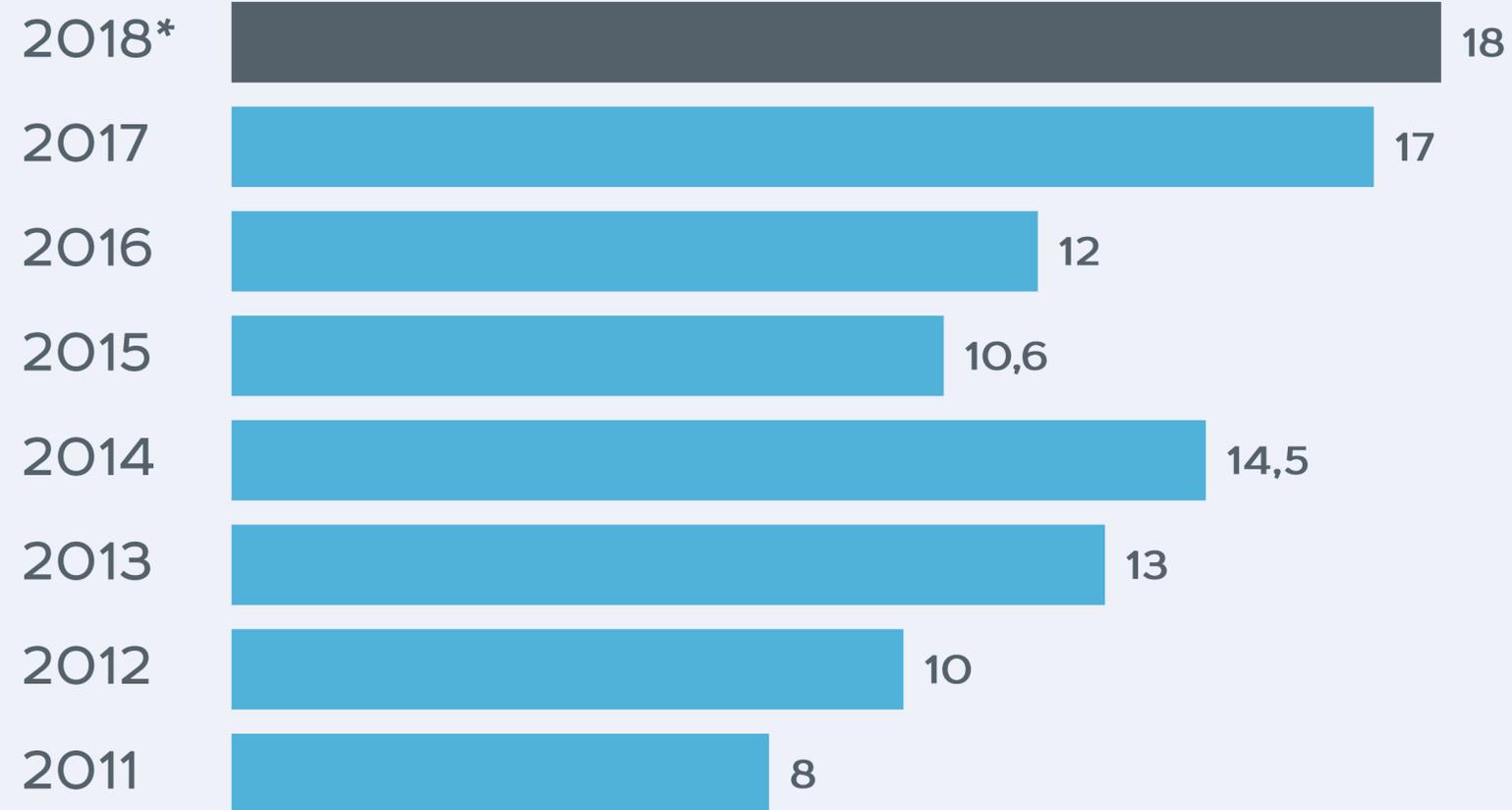
# 3 / Онлайн-продажи в России, 2011-2018

РУБЛИ (МЛРД)



VS

ДОЛЛАРЫ (BN)



\* прогноз

Источник: Data Insight

# 3 / Интернет-торговля в России, прогноз на 2019-2023



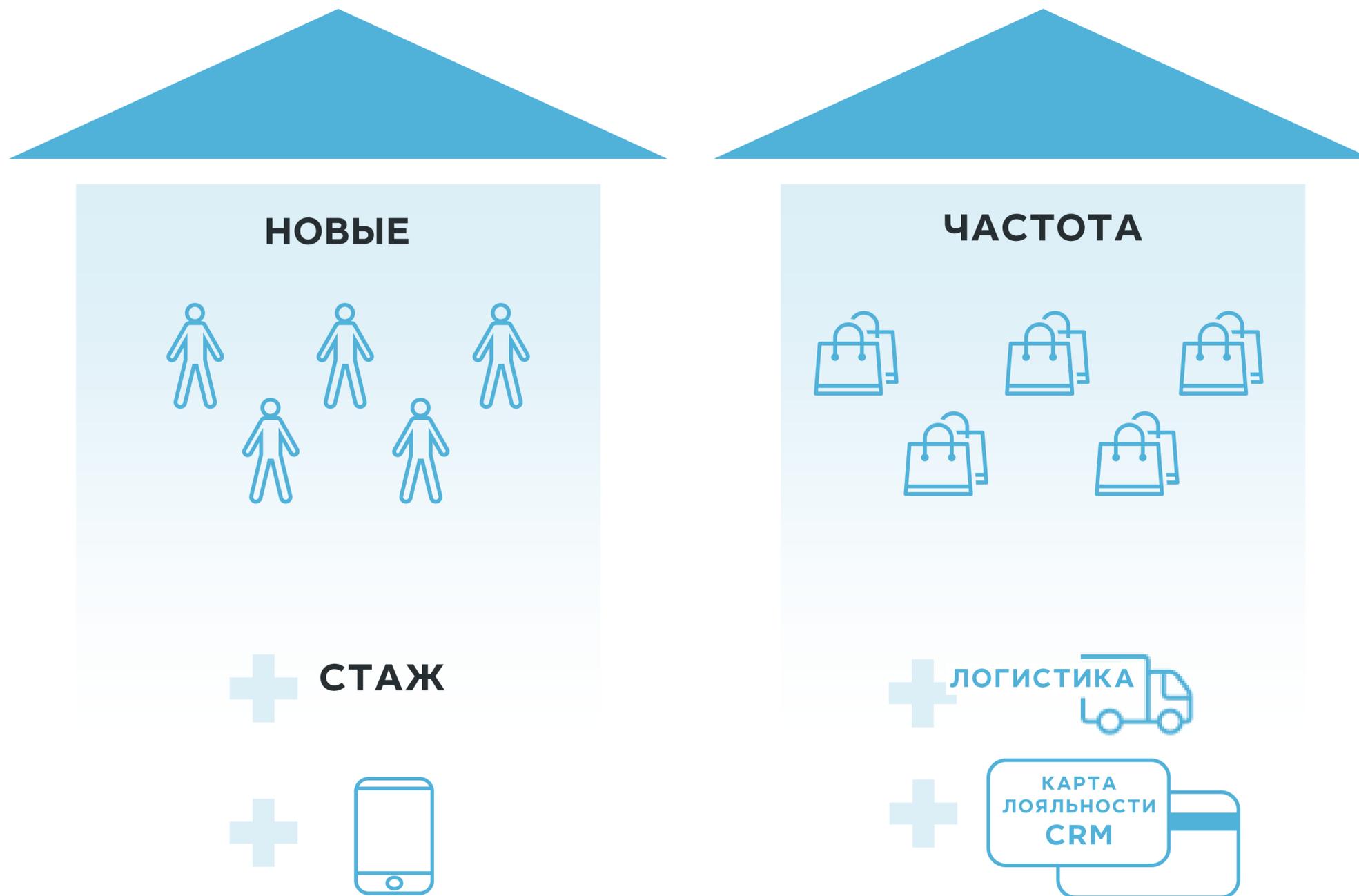
Каждый год объем прироста рынка интернет-торговли увеличивается: 5 лет назад он рос на 100 млрд рублей в год, в 2018 году вырастет на 185 млрд.

При сохранении существующих трендов к 2023 году рынок вырастет более чем в 2 раза до 2,4 трлн рублей при среднегодовых темпах роста +16% (2019-2023 гг.)

\* прогноз

Источник: Data Insight

# 3 / Драйверы роста



Растет число онлайн-покупателей по мере накопления их опыта использования интернета. Имеющие опыт покупок в интернете делают это чаще и в большем числе категорий.

## География (далеко)

1. Географическая гиперконцентрация ритейлеров в Москве
2. По-прежнему непропорционально большая доля заказов из больших городов

## Слабые игроки

5. Слабые позиции международных игроков внутри России
6. ... но высокая доля кросс-бордера
7. Специфичный (локальный) набор маркетинговых каналов
8. Фрагментированный рынок интернет-торговли

## Слабая инфраструктура

3. Фрагментированная инфраструктура логистики
4. Большая доля самовывоза из магазинов и ПВЗ

## Избалованность (постоплата)

9. Высокие ожидания покупателей по скорости доставки
10. Преобладание оплаты при получении

## С2С-рынок в России

- онлайн С2С в России, 2017
- роль интернета в С2С-продажах
- доля С2С-продавцов: география проникновения
- что продают на С2С-рынке: распределение продавцов
- 7 особенностей российского рынка С2С



Под термином **C2C-торговля** мы понимаем покупку физическим лицом через интернет материальных товаров, новых или б/у, не включая авто-, мото-транспорт и недвижимость, у другого физического лица.

По нашим оценкам, в C2C-торговлю вовлечены 8 миллионов продавцов и 10 миллионов покупателей.



**90 млн**

продаж



**3 250 руб.**

средний чек

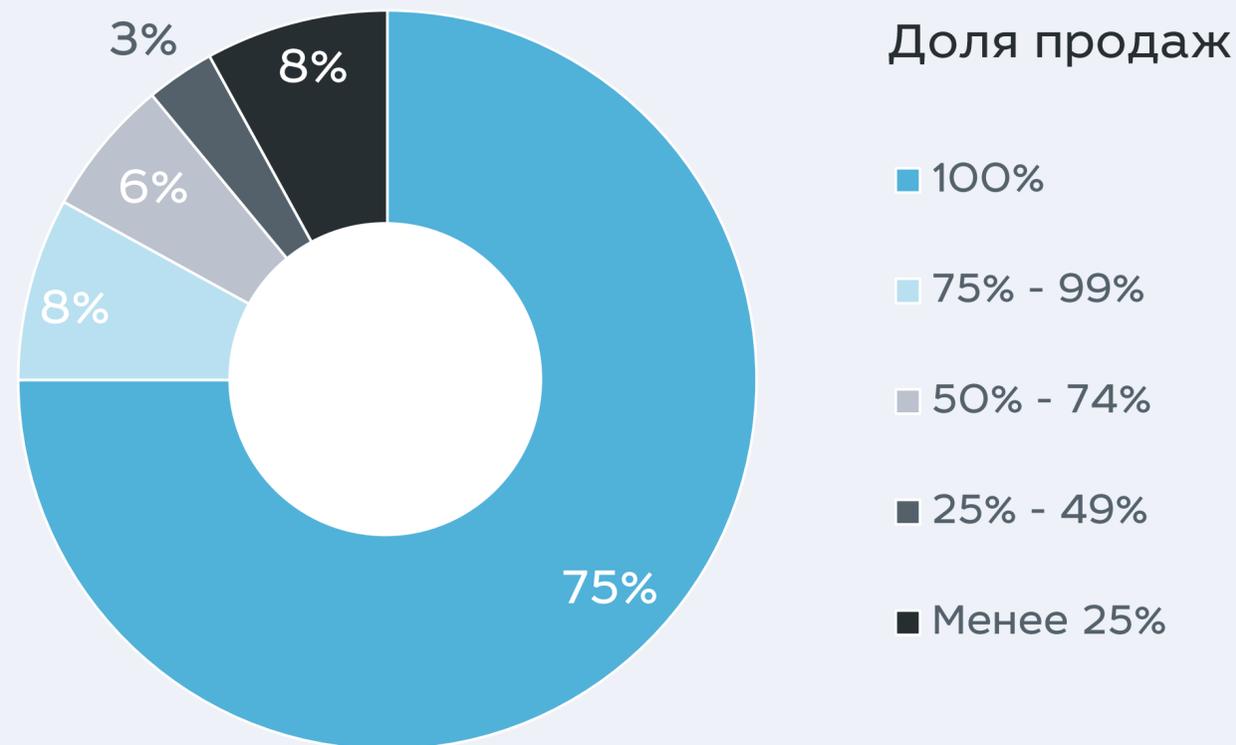
**295**

млрд руб.

**ВЫРУЧКА**

В среднем на долю интернета приходится **87% продаж** опрошенных частных продавцов. Трое из четырех продавцов используют для продаж только интернет.

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

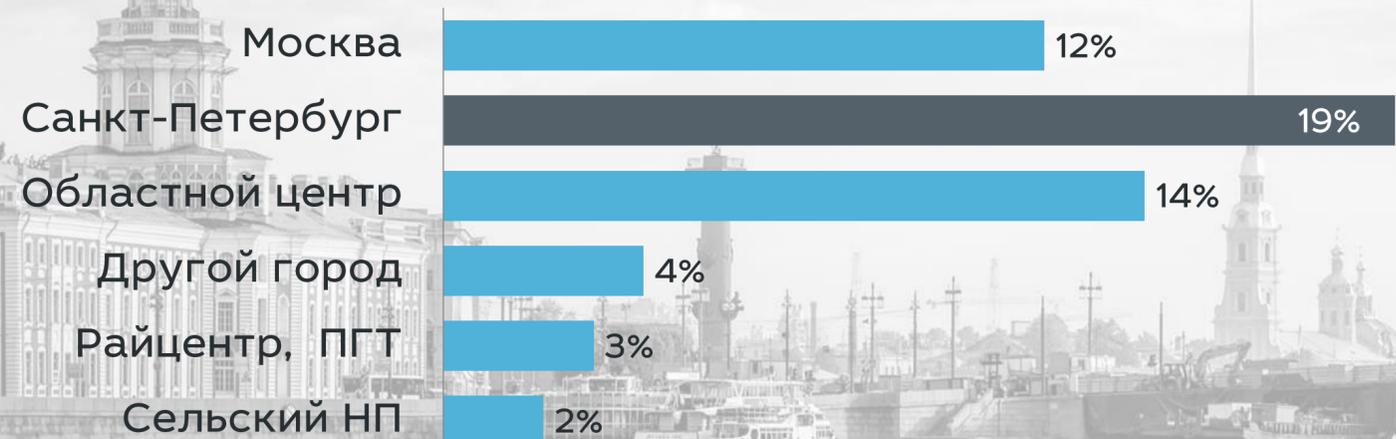


\*- в т.ч. на рынке (2%), по объявлениям в газетах (2%), через листовки и бумажные объявления, в офисах, на улице/в транспорте (по 1%)

Источник: Data Insight, по заказу Avito, С2С в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2017 – [datainsight.ru/c2c-2017](http://datainsight.ru/c2c-2017)

# 4 / Доля С2С-продавцов: география проникновения

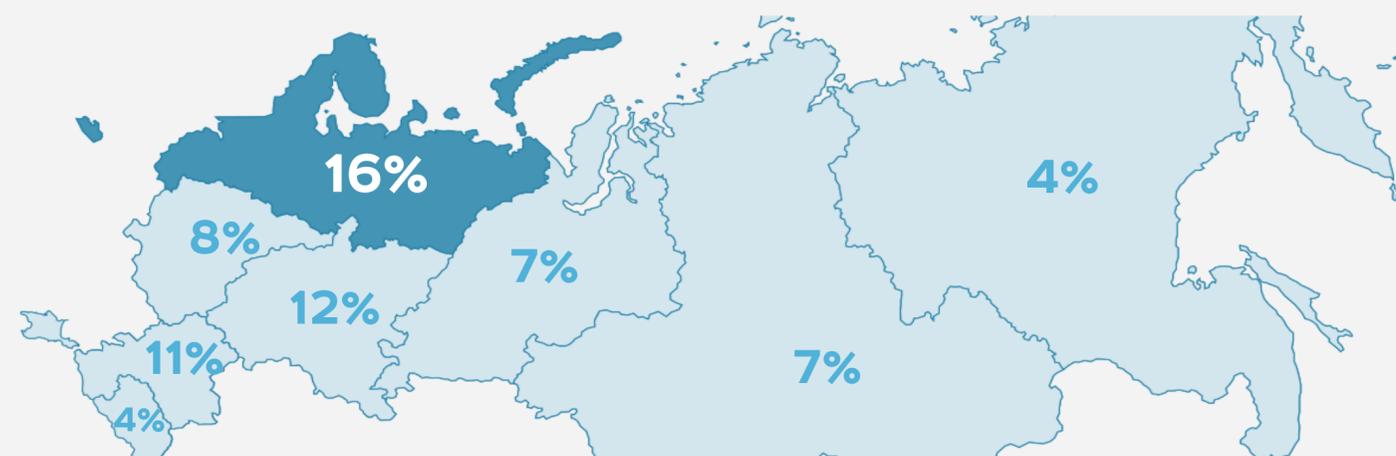
Доля проникновения частных продавцов в населении городов



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 2 раза.

Доля проникновения частных продавцов в населении ФО



# 4 / Что продают на C2C-рынке: распределение продавцов

## 80% C2C-продавцов предлагают б/у товары

Из них **43%** продают только б/у товары.

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

Один продавец в среднем продает товары из чуть более полутора категорий.



# 4/7 особенностей российского рынка C2C

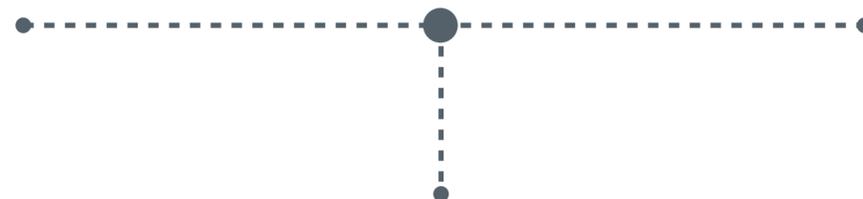
## ПРОДАВЦЫ



**Самозанятость:**  
5% (более 300 тысяч человек) – профессиональные продавцы.

**Высокая концентрация:**  
На 350 тысяч самых активных продавцов приходится 40% всех продаж.

**Гиперлокальный рынок:**  
92% продавцов продает только внутри своего города или региона.



## ТОВАРЫ



**Диверсификация:**  
доминируют продажи б/у товаров, но 37% сделок приходится на другие типы товаров (в первую очередь на новые товары, не подошедшие владельцу).

## ПОКУПАТЕЛИ



**Уникальная аудитория:**  
треть C2C-покупателей не совершают покупки в интернет-магазинах.

**Активное ядро покупателей:**  
на 1 млн самых активных покупателей приходится 47% C2C-покупок.

**Огромная аудитория с нерегулярными покупками:**  
10 млн человек сделали в 2017 году хотя бы одну C2C-покупку через интернет.

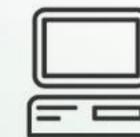
# Комплексные и индивидуальные решения для вашего e-commerce бизнеса



СКЛАДСКАЯ  
ЛОГИСТИКА



24 КЛИЕНТСКИЙ  
СЕРВИС



IT РЕШЕНИЯ



ТРАНСПОРТНЫЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ



ФИНАНСОВЫЙ  
АУТСОРСИНГ



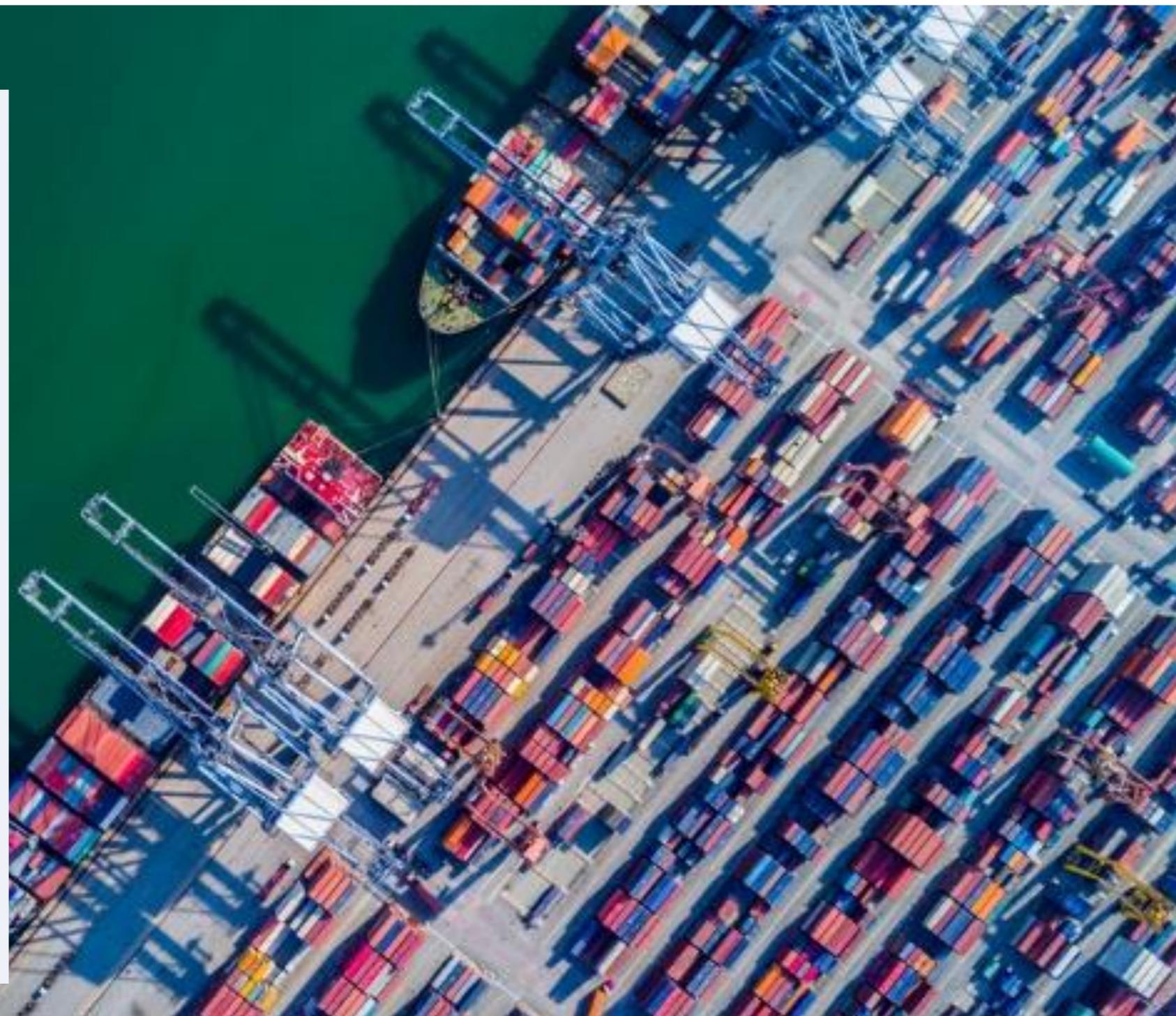
РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ  
ЛОЯЛЬНОСТИ

[www.arvato.com/ru](http://www.arvato.com/ru)  
[solution@arvato.ru](mailto:solution@arvato.ru)  
+7(4852) 672-999

**arvato**  
BERTELSMANN

# Розничный онлайн-импорт

- розничный онлайн-импорт в России, 2018
- кросс-бордер vs. покупки в России
- пересечение аудиторий, 2018
- направления трат россиян



# 5 / Розничный онлайн-импорт в России, 2018

Под термином **розничный онлайн-импорт** мы понимаем покупки в зарубежных интернет-магазинах на территории России (другие термины: кросс-бордер, трансграничные продажи). Доля розничного онлайн импорта (от всех онлайн-покупок) **выше всего** в средних/малых городах и в селе.



**300 млн\*\***

заказов (+34%)



**1 160 руб.**

средний чек (-4%)

**348\***

млрд руб.

**ВЫРУЧКА**

**+29%**

рост в рублях

Источник: Data Insight

\*Прогноз

\*\*В одном трансграничном заказе более одной посылки.

# 5 / Кросс-бордер vs. покупки в России

### Онлайн-заказы, млн шт.



### Онлайн-продажи, млрд руб.



### Онлайн-продажи, млрд USD

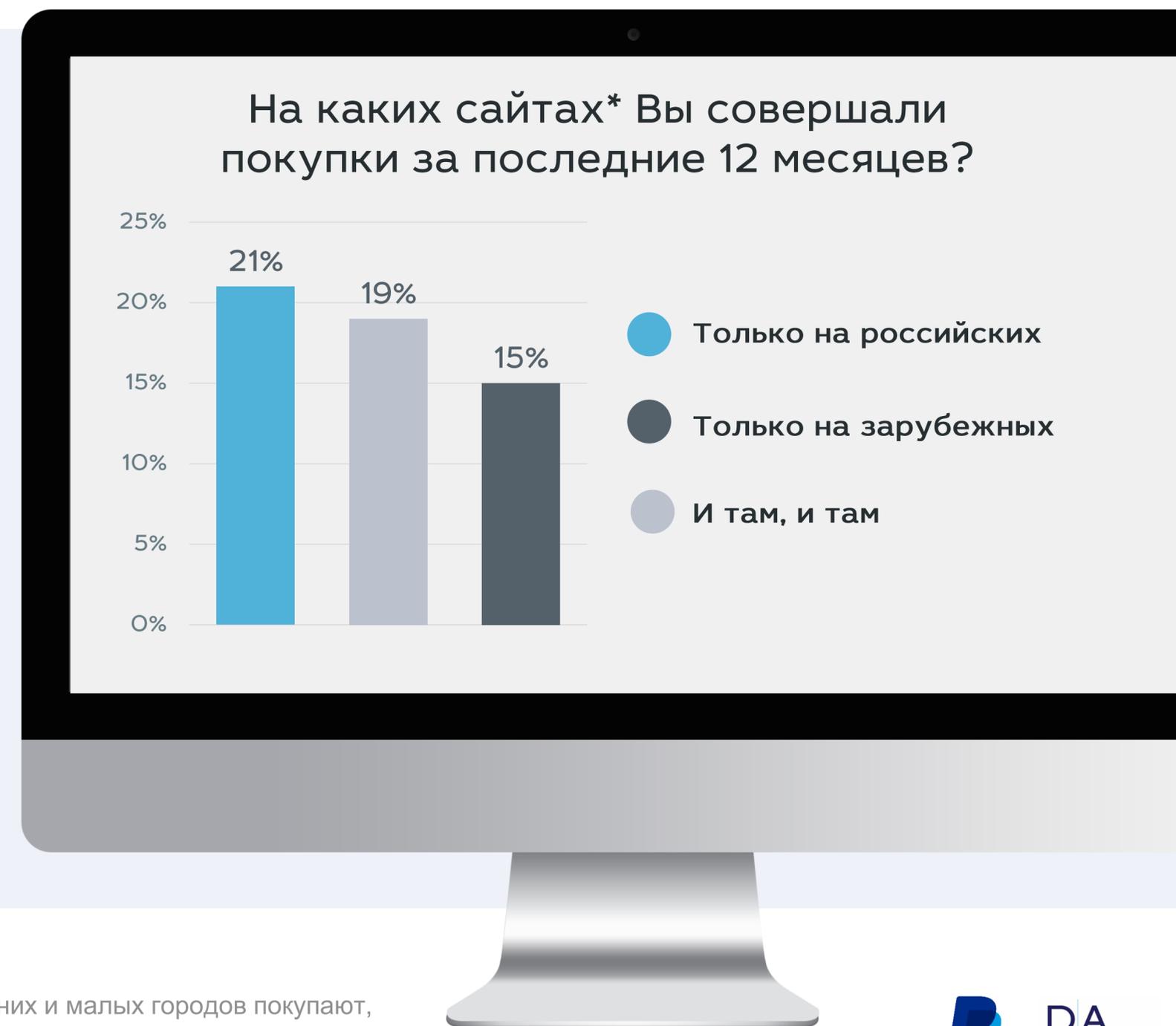


● Внутрироссийские    ● Кросс-бордер

Количество потребителей, совершающих покупки только в российских интернет-магазинах и покупающих также в зарубежных магазинах примерно равно.



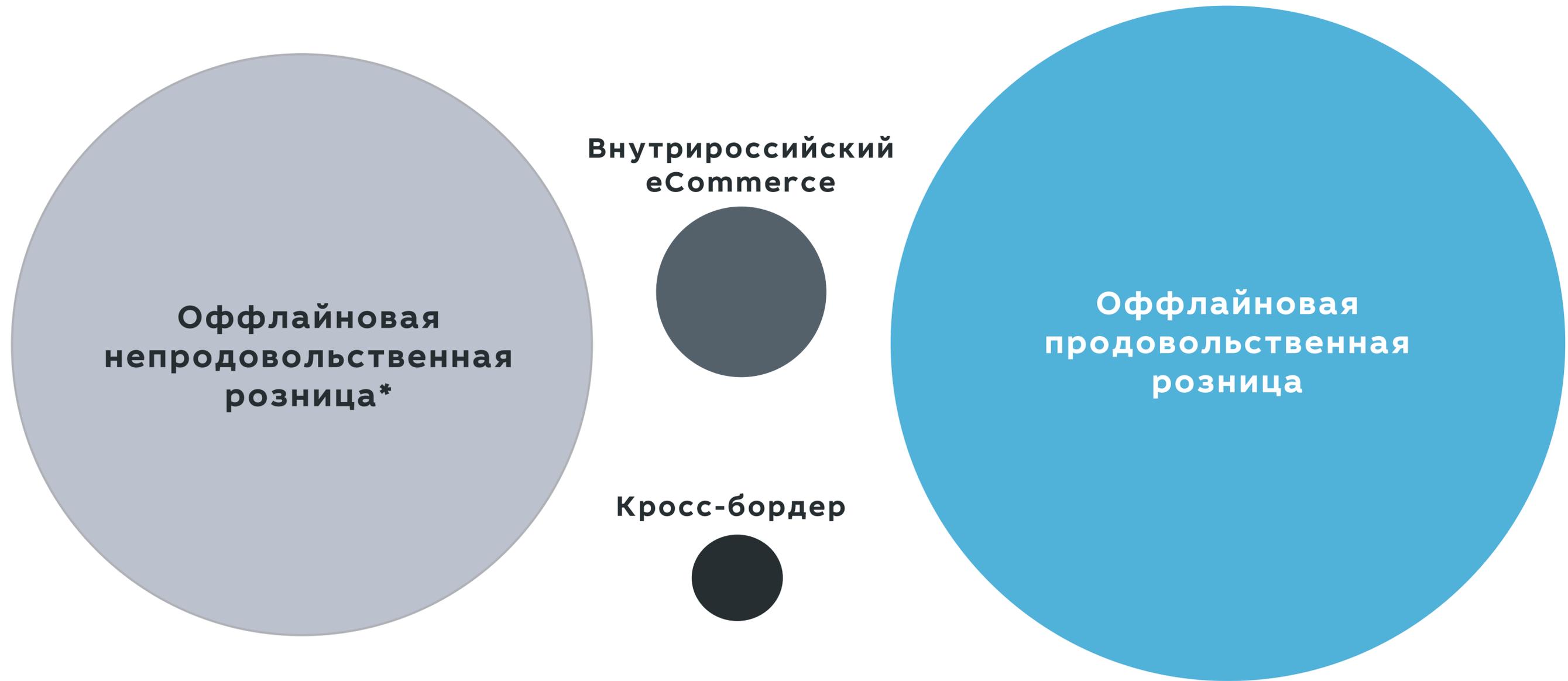
15% потребителей совершали покупки только на зарубежных сайтах.



\* Учитываются покупки в интернет-магазинах и на маркетплейсах

Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Онлайн-экономика России: как жители больших, средних и малых городов покупают, продают и платят в Сети, 2018 – [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](http://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)

# 5 / Направления трат россиян



\* без учета продаж автомобилей и бензина

Площадь кругов пропорциональна обороту за 2017 г.

Источник: Data Insight

# Розничный онлайн-экспорт

- розничный онлайн-экспорт в России, 2018
- структура розничного онлайн-экспорта
- географическое распределение заказов в онлайн-экспорте
- товарные категории розничного онлайн-экспорта
- логистика экспортных отправок



# 6 / Розничный онлайн-экспорт в России, 2018

Под термином **розничный онлайн-экспорт** мы понимаем покупку товаров в российском интернет-магазине и у частного российского предпринимателя из-за рубежа.



**11,2 млн**  
отправлений



**\$67**  
средний чек

**46,5\***  
млрд руб.  
**ВЫРУЧКА**

\* Прогноз

746 миллионов долларов США по среднегодовому курсу на 1 декабря 2018 года

Источник: Data Insight, по заказу eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2018 – [datainsight.ru/eBayCrossborder2018](http://datainsight.ru/eBayCrossborder2018)

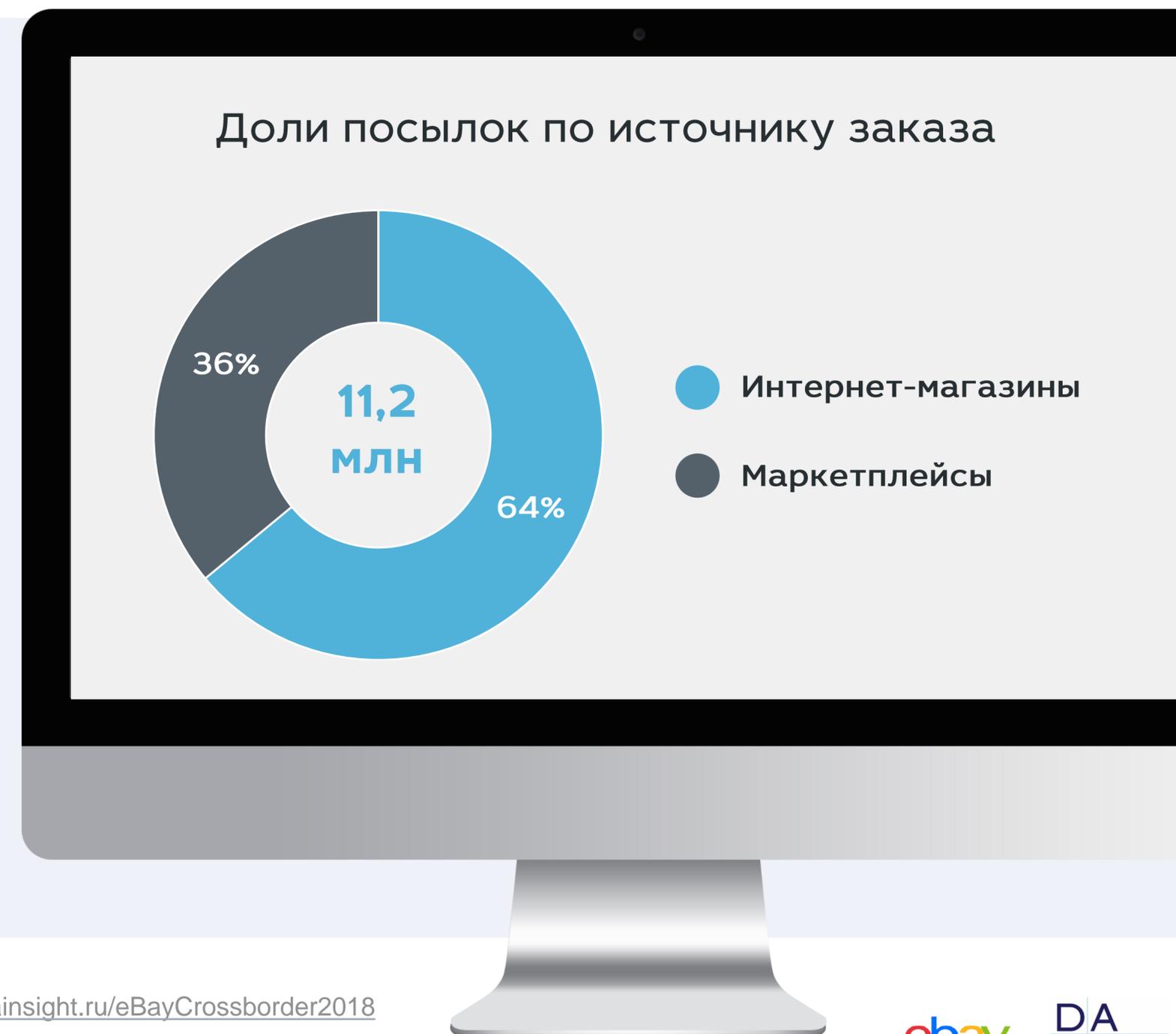
# 6 / Структура розничного онлайн-экспорта

Порядка 4 млн от всех посылок будут заказаны через маркетплейсы.

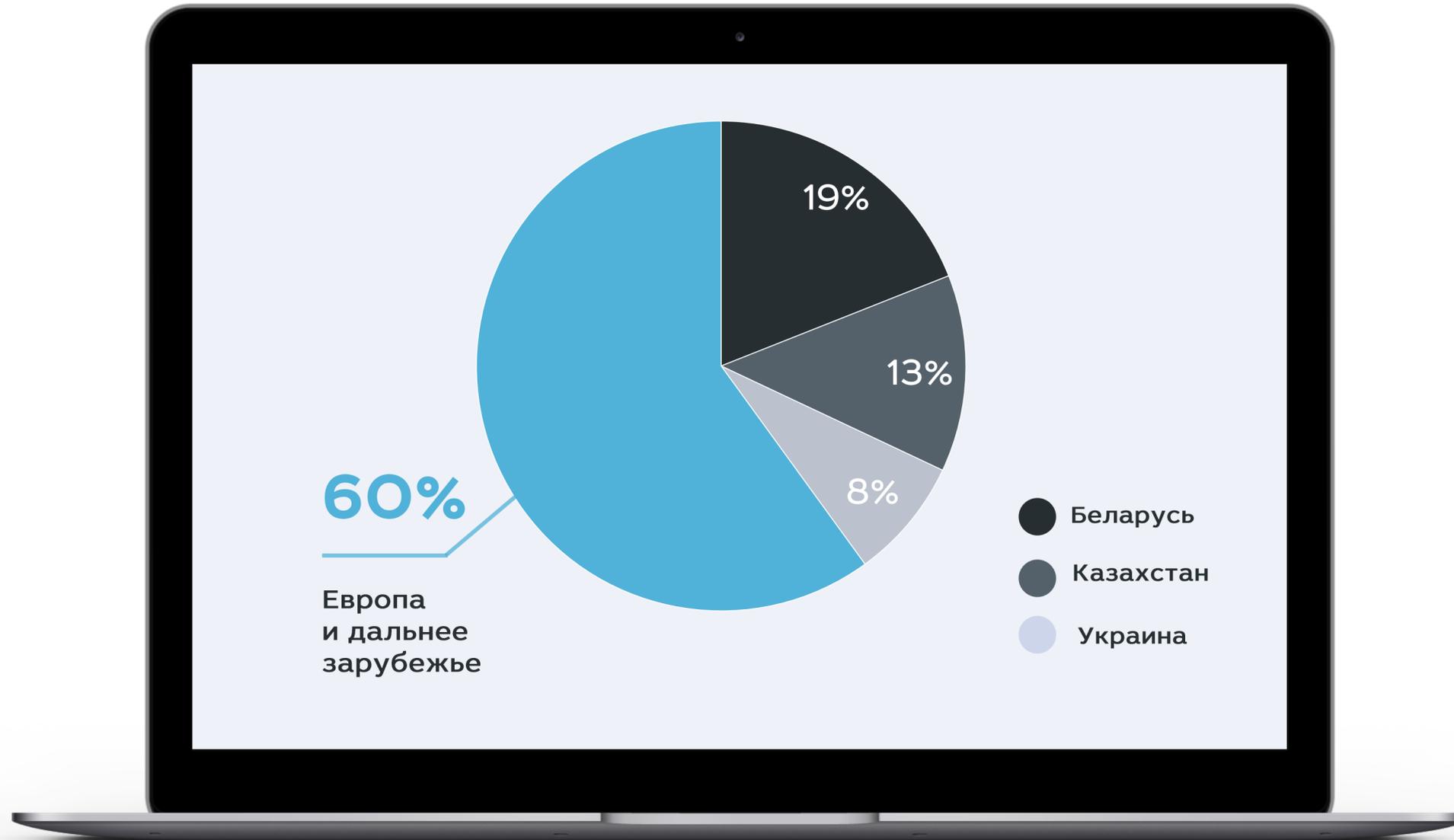
7,2 млн посылок будут заказаны в интернет-магазинах через их сайты, представительства, соцсети и другие каналы.



За 2 года вклад средних и мелких экспортеров, которые ведут онлайн-продажи через маркетплейсы и осуществляют доставку при помощи почтовых операторов, вырос с 15% отправок в 2016 году до 36% по прогнозу на конец 2018.



# 6 / Географическое распределение заказов в онлайн-экспорте



- 17% США
- 4,3% Германия
- 3,6% Великобритания
- 1,9% Израиль
- 2,3% Китай
- 2,3% Франция
- 2,1% Канада

Источник: Data Insight, по заказу eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2018 – [datainsight.ru/eBayCrossborder2018](http://datainsight.ru/eBayCrossborder2018)

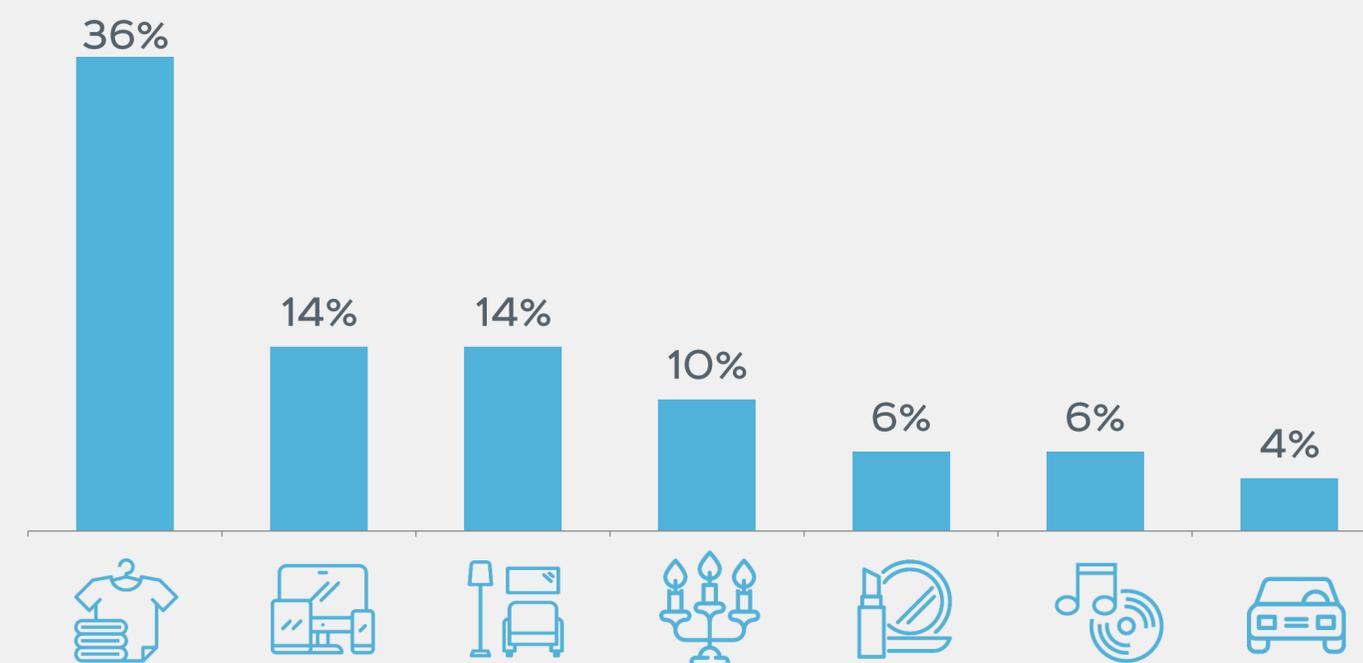
# 6 / Товарные категории розничного онлайн-экспорта

Категория Fashion сохраняет лидерство по доле долларовой выручки. За ней следуют категории «электроники» и «товаров для дома и интерьера».



На медицинские товары приходится 3%.  
На продукты питания – 2% выручки\*

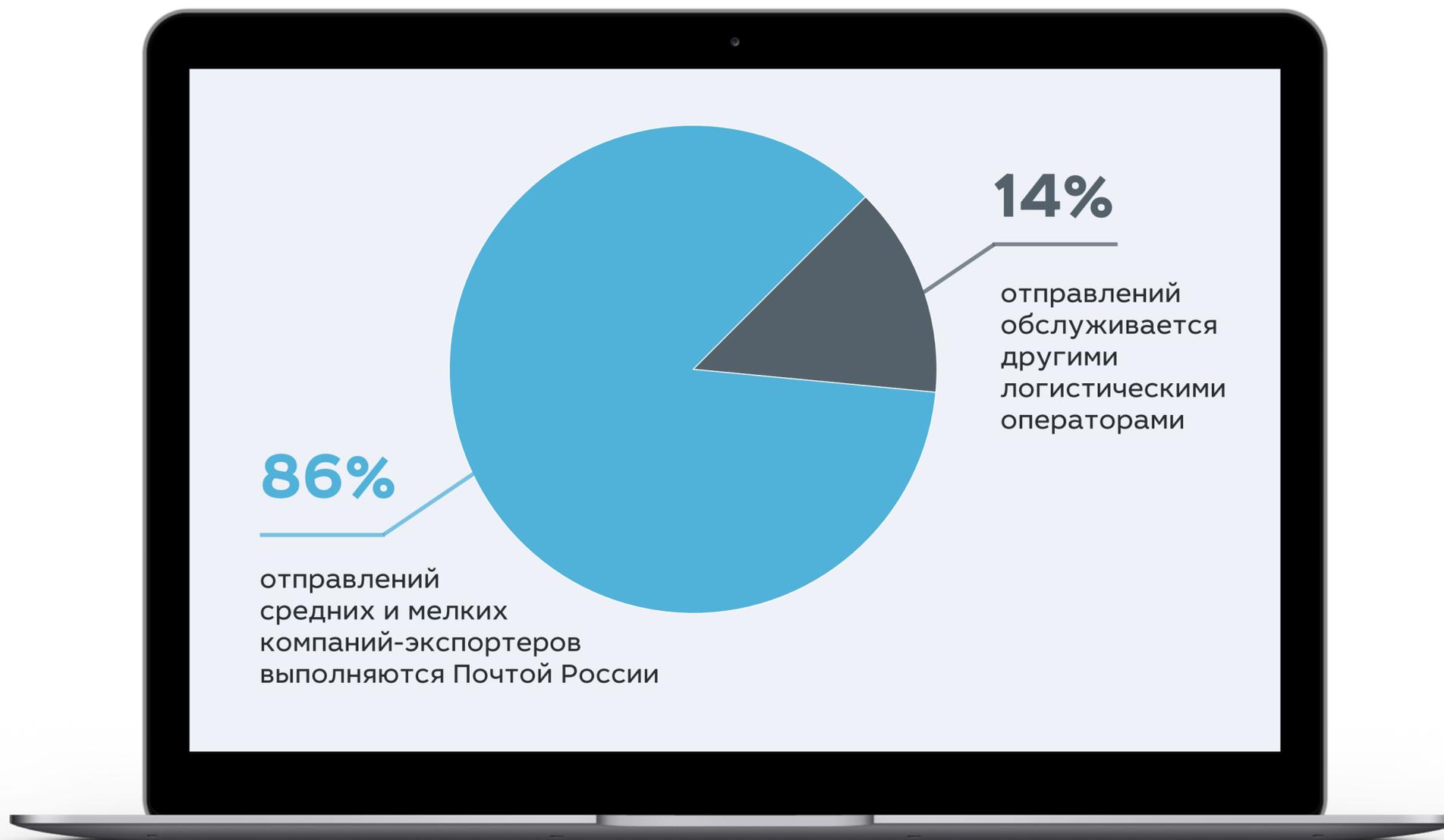
Распределение доли выручки в долларах



\*прогноз на 2018 г.

Источник: Data Insight, по заказу eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2018 – [datainsight.ru/eBayCrossborder2018](http://datainsight.ru/eBayCrossborder2018)

## ЭКСПОРТНЫХ ОТПРАВЛЕНИЙ\*



**Продавцы отправляют\*\*:**

**95%** Почтой России

**31%** DHL

**29%** DPD/SPSR

**29%** UPS

**20%** зарубежному партнеру/представителю по каналам для оптовых поставок

\* Не учитываются отправления крупных интернет-магазинов, т.к. они используют собственные каналы отправки за рубеж

\*\* Один продавец имеет несколько способов отправления своих посылок

Источник: Data Insight, по заказу eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2018 – [datainsight.ru/eBayCrossborder2018](http://datainsight.ru/eBayCrossborder2018)

# Логистика интернет-торговли

- онлайн-логистика в России, 2017
- доставка: предпочтения и тренды
- скорости доставки на рынке России, 2018
- актуальные категории для срочной доставки, 2018

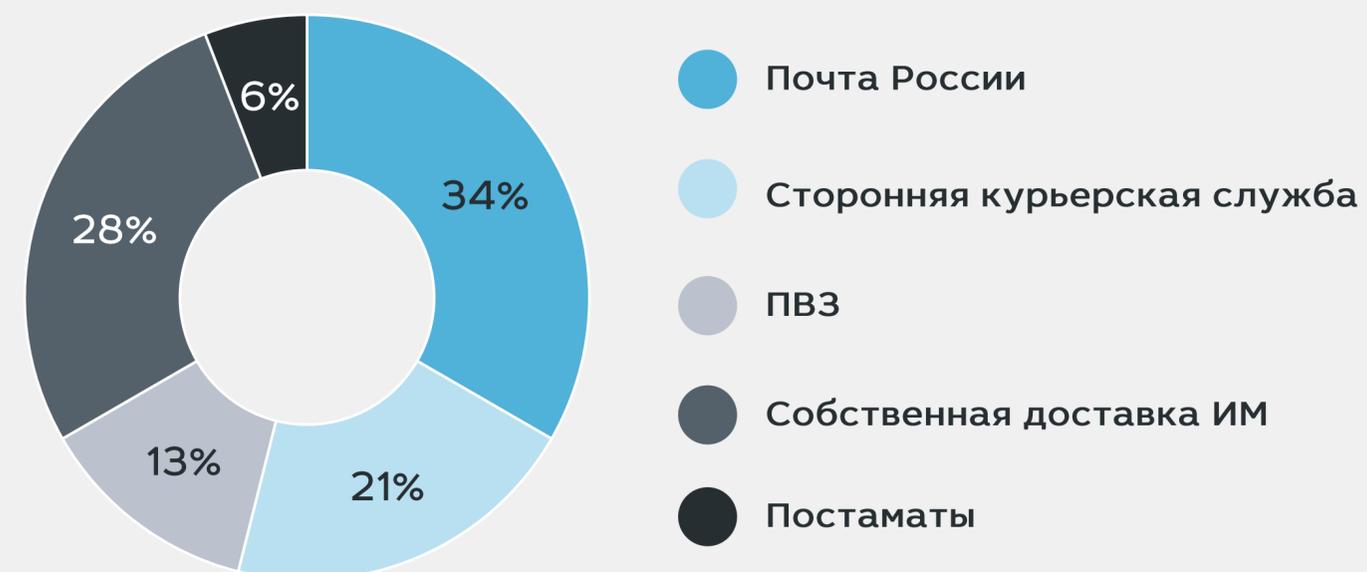


**Логистика интернет-торговли** — весь спектр вариантов получения конечным покупателем заказа, сделанного через интернет.

**Основной тренд 2017-2018 года – рост доли самовывоза.**

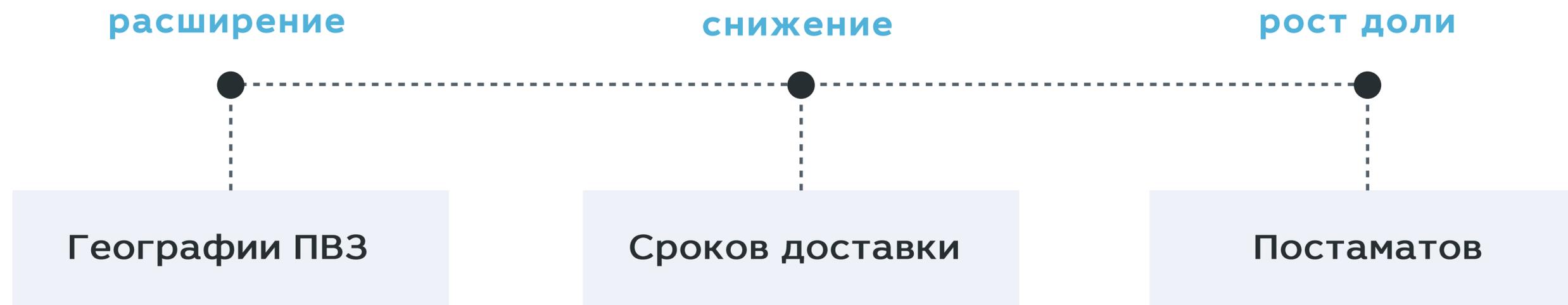
Ключевая причина – увеличение числа точек и снижение стоимости их услуг, то есть повышение качества услуги самовывоза.

Три из пяти онлайн-заказов доставлялись в 2017 году сторонними сервисами



# 7 / Доставка: предпочтения и тренды

- Москва: преобладает курьерская доставка
- Петербург и другие крупные города: самовывоз
- Последние 2-3 года – стремление к постепенному усреднению предпочтений по городам и регионам
- За пределами мегаполисов: Почта России



**11% доставок** – быстрые.  
 Быстрее всего доставляются **продукты питания и медицинские товары**.  
 Дольше всего – книги и диски.

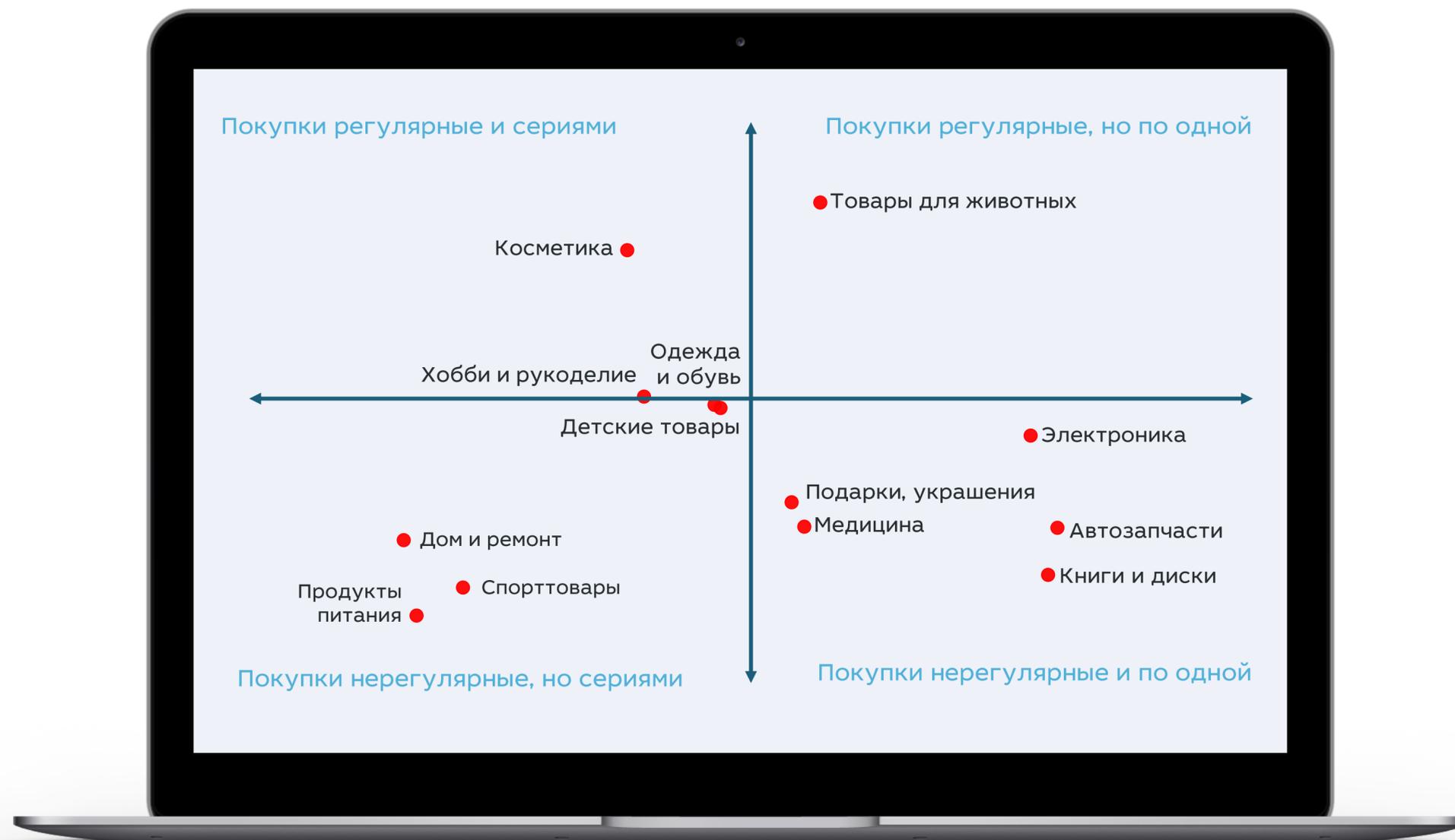


Средняя скорость доставки последней покупки (дни):



Источник: Data Insight, по заказу Dostavista, Рынок срочной доставки, 2018 – [datainsight.ru/expressdelivery](http://datainsight.ru/expressdelivery)

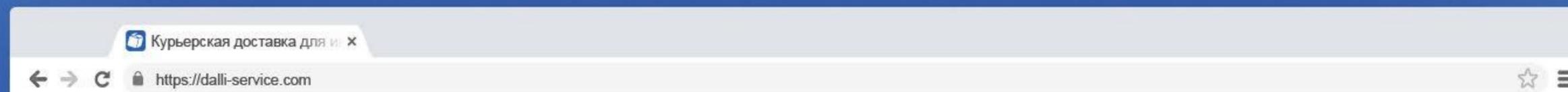
# 7 / Актуальные категории для срочной доставки, 2018



Примеры:

**ремонт** случается нечасто, но во время ремонта срочная доставка может понадобиться несколько раз.

И наоборот, **корм для животного** нужен регулярно, но хватает его надолго.



Мы на связи!

✉ sale@dalli-service.com

☎ +7 (495) 646-86-82

☎ +7 (812) 603-86-86

## Dalli Service – курьерская служба для интернет-магазинов в столичных регионах – Москве, Санкт-Петербурге, Московской и Ленинградской областях.



### Доставка в выходные и праздники

7 дней в неделю и 364 дня в году и без дополнительной наценки



### Акцент на качество

Курьеры вежливы, пунктуальны, опрятны. Доставляемость > 98%



### Доставляем в МО на следующий день по единому тарифу



### Доставка в регионы через агрегатор



### Технологично

API, личный кабинет, модули



### Срок доставки между городами – 1 день



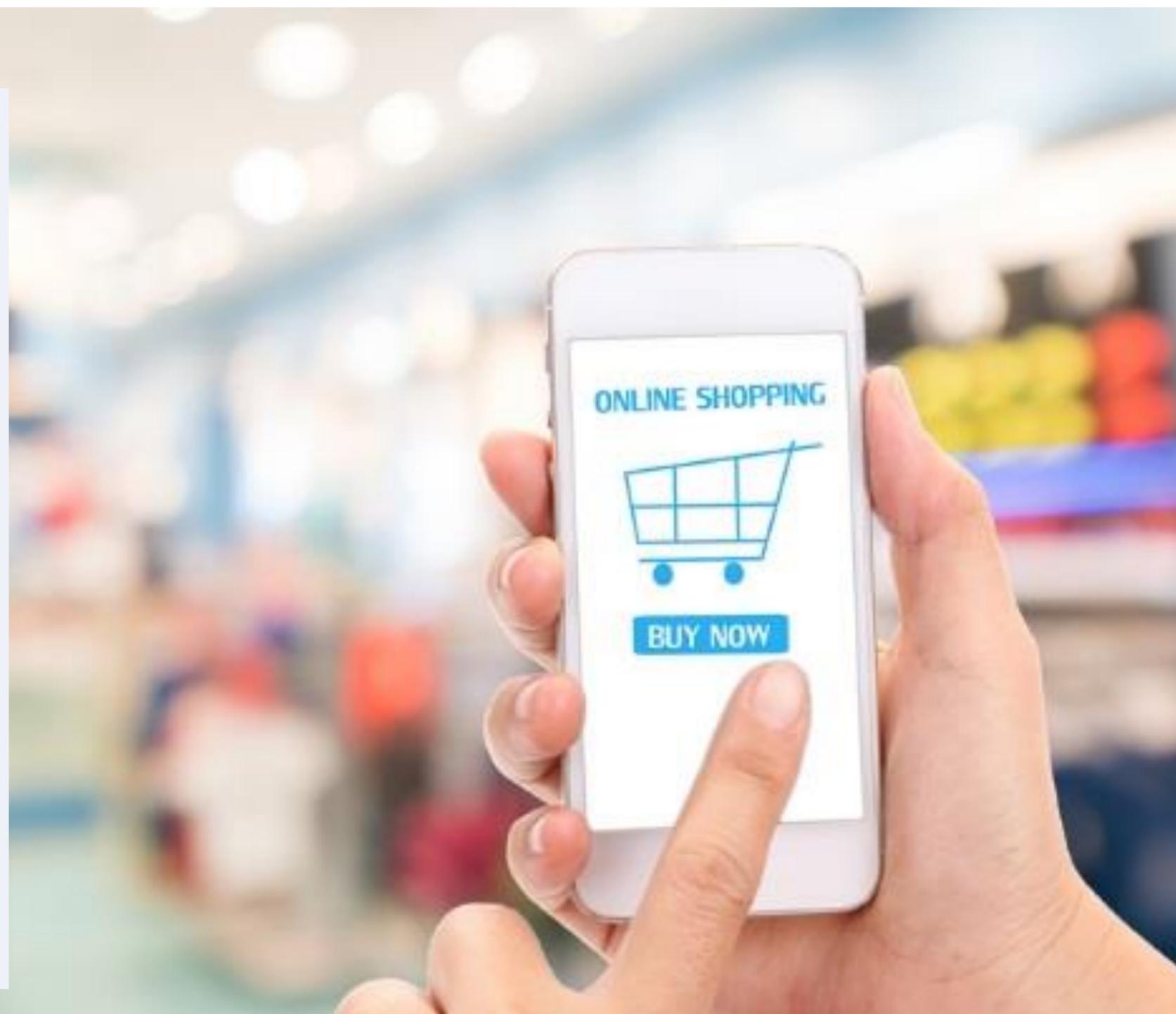
### Возврат наложенного платежа – до 2-х дней



### Бесплатный забор возможен

# Мобильные покупки

- мобильные покупки в России, 2017
- мобильные устройства и возраст пользователя
- несколько устройств во время покупки
- особенности мобильных покупок



# 8 / Мобильные покупки в России, 2017

Мы называем **мобильной** любую **покупку**, сделанную через телефон, смартфон или планшет.

Способы заказов  
в интернет-магазинах:



Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Мобильный канал в ритейле. Как пользователи это делают, 2017 – [datainsight.ru/DI-mobile-09-17](http://datainsight.ru/DI-mobile-09-17)

# 8 / Мобильные устройства и возраст пользователя

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

Для других категорий граждан доля мобильных покупок тоже высока:

**26%**

среди пользователей с онлайн-стажем от 5 до 10 лет

**26%**

среди жителей небольших городов – 30-100 тыс. чел.



# 8 / Несколько устройств во время покупки

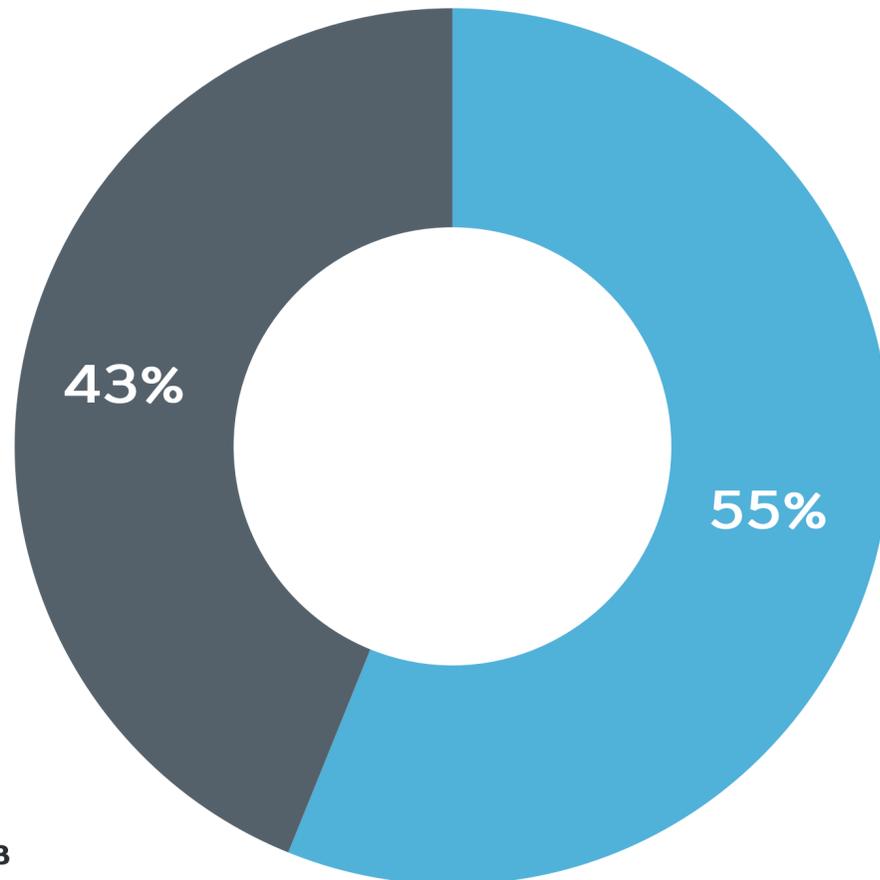
КУПИЛИ СО СМАРТФОНА

VS

КУПИЛИ НЕ СО СМАРТФОНА

59%

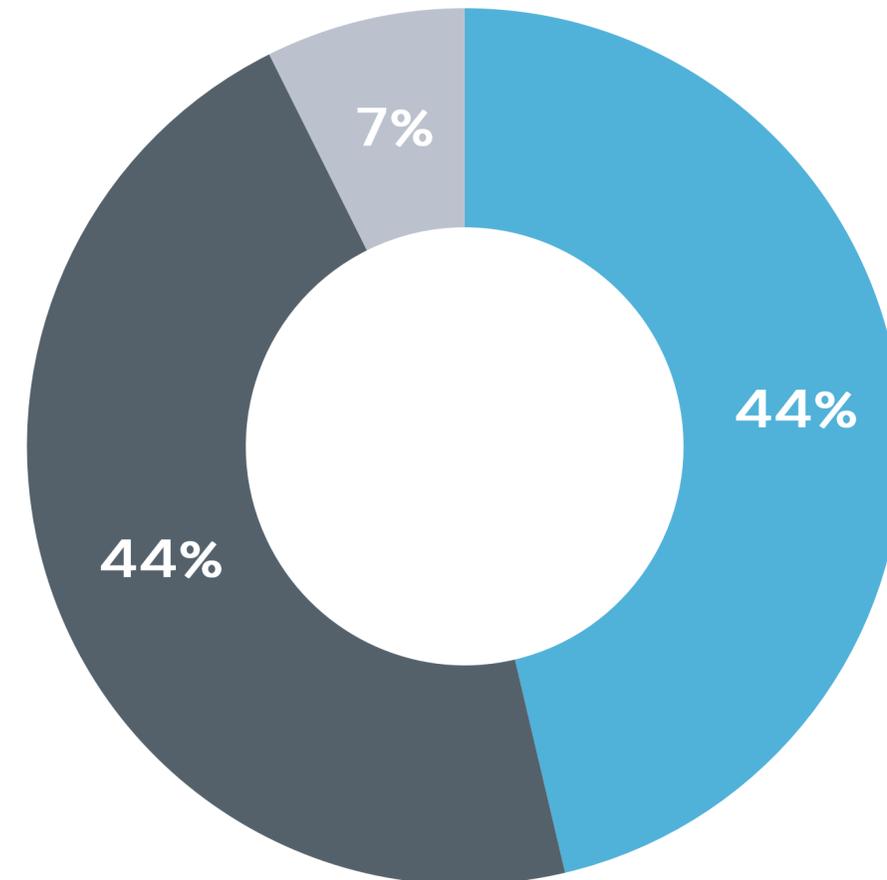
доля покупок с использованием смартфона (на любом этапе)



- Только смартфон
- Несколько устройств

49%

доля покупок с использованием нескольких устройств



- Одно устройство
- Несколько + смартфон
- Несколько без смартфона

Источник: Data Insight, Мобильный канал в ритейле. Как пользователи это делают, 2017 – [datainsight.ru/DI-mobile-09-17](http://datainsight.ru/DI-mobile-09-17)

## Смартфоны

- Каждая четвертая онлайн-покупка (27%) – со смартфона\*.
- Смартфон используется для 53% онлайн-покупок (но только в 11% – это единственное устройство).
- Использование смартфона для покупок в первую очередь зависит от возраста.
- Среди покупающих с мобильных большинство делает это не потому что удобно, а потому что смартфон всегда под рукой.

## Мобильные покупки

- Мобильные покупки – это 2 отдельных «мира»: покупки через приложения и покупки через мобильный браузер.
- У покупок через приложения самая активная и платежеспособная аудитория, высокая лояльность, высокая конверсия, доминирование нескольких продавцов.
- У покупок через мобильный браузер низкая конверсия, низкий средний чек.
- Мобильные покупки большинству неудобны (доля ответов «удобно покупать» – 31% для смартфона и 73% для компьютера).

\* Здесь и далее цифры без учета mobile-only аудитории

Источник: Data Insight

# Товарные категории

- товарные категории в России, 2017
- товарные категории ТОП-1000 по доле в выручке, 2017
- динамика количества заказов по категориям, 2018



# 9 / Товарные категории в России, 2017

Мы относим магазин к какой-либо **категории**, если она занимает более 75% продаж магазина. Если такой категории нет, мы относим магазин к универсальным (general).

Категория	Крупнейший магазин	Онлайн-продажи, млрд руб.	Рост в 2017 к 2016, %	Заказы, тыс.	Рост в 2017 к 2016, %	Средний чек, руб.
Одежда, обувь и аксессуары		167	25	61 700	29	5 300
Универсальные магазины + Электроника и техника		373	7	50 800	15	9 200
Товары для дома и строительства		87	31	8 600	37	11 500
Автозапчасти		47	-6	8 500	-21	800

# 9 / Товарные категории ТОП-1000 по доле в выручке, 2017

Категория	Доля выручки, %	Доля магазинов, %	Доля заказов, %
Универсальные магазины + Электроника и техника	44	22	28
Одежда, обувь и аксессуары	20	11	33
Товары для дома и строительства	10	11	5
Автозапчасти	5	8	5
Книги и диски	3	4	6
Товары для спорта	3	4	2
Товары для детей	3	6	5
FMCG	3	6	4
Медицина	3	6	7
Косметика, парфюмерия	2	6	3
Другие категории	3	16	3

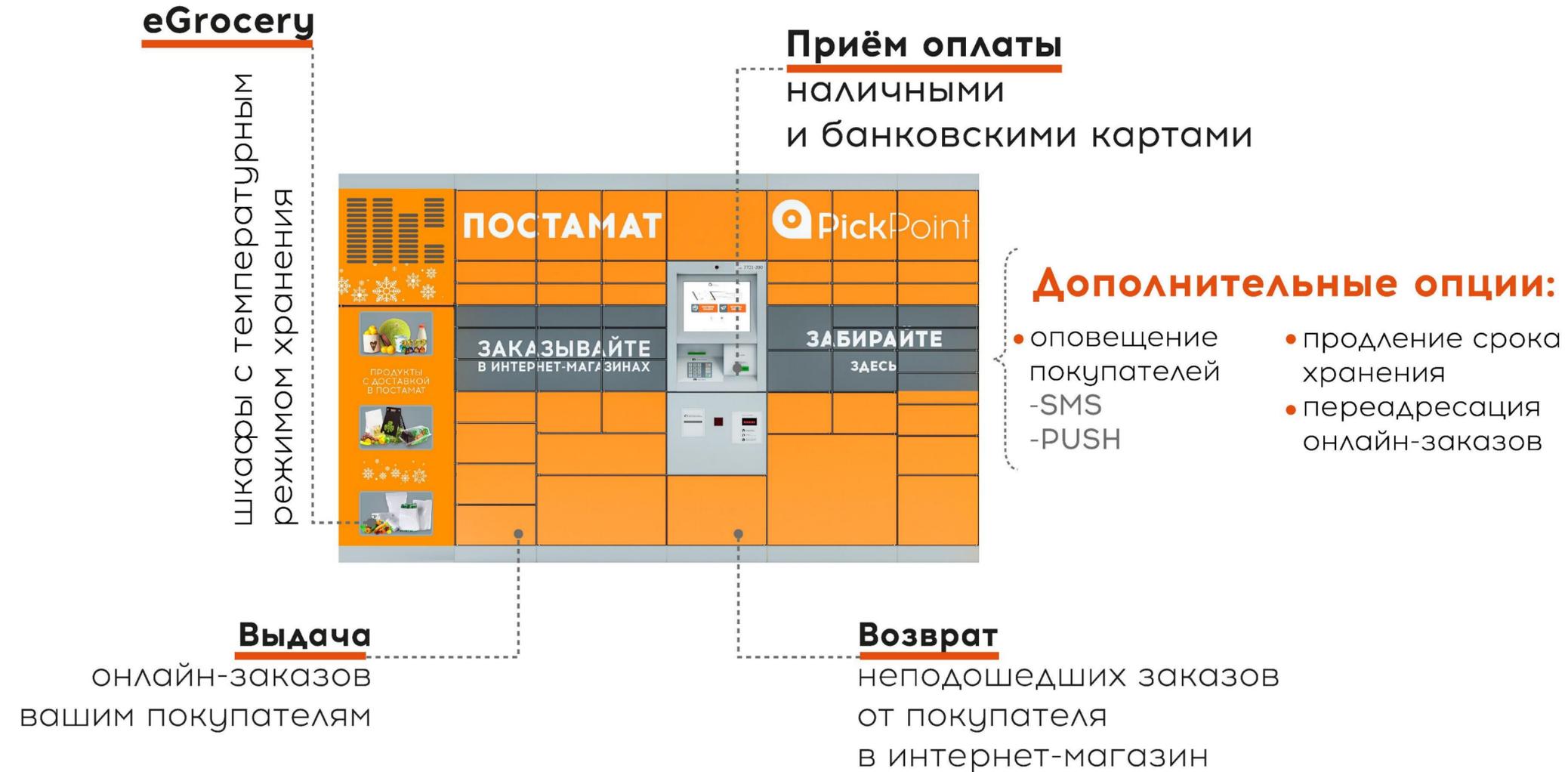
# 9 / Динамика количества заказов по категориям, 2018

Категория	Подкатегория	1 квартал 2018, %	2 квартал 2018, %	3 квартал 2018, %
Товары для дома и строительства	Товары для ремонта и строительства	14	26	33
Товары для дома и строительства	Мебель	18	31	31
FMCG	FMCG	30	26	30
Товары для спорта	Товары для спорта и активного отдыха	4	7	28
Электроника и техника	Запчасти и аксессуары к технике	15	18	26
Одежда, обувь и аксессуары	Мода	5	11	25
Косметика, парфюмерия	Косметика, парфюмерия	9	21	19

# 9 / Динамика количества заказов по категориям, 2018 (2)

Категория	Подкатегория	1 квартал 2018, %	2 квартал 2018, %	3 квартал 2018, %
Универсальные магазины	Универсальные магазины	-5	-5	12
Книги и диски	Книги	4	6	10
Электроника и техника	Гаджеты	8	18	9
Медицина	Медицинские товары	14	10	1
Товары для детей	Товары для детей	16	20	0
Электроника и техника	Электроника и техника	14	0,6	-1
Другие категории	Другие категории	5	10	9

# КРУПНЕЙШАЯ СЕТЬ ПОСТАМАТОВ В РОССИИ



## 2018

**3900** постаматов - автоматизированных пунктов выдачи заказов

**1600** классических пунктов выдачи заказов

в **540** городах и населённых пунктах России

## НОВИНКИ 2018

● новый сортировочный центр в Санкт-Петербурге

● доставка «Мск-Спб-Мск» **NEXT DAY**

# Интернет-магазины

- интернет-магазины в России, 2017
- средние значения рейтинга
- ТОП-10 интернет-магазинов
- интернет-магазины – лидеры роста
- слагаемые ускоряющегося роста



**Интернет-магазин** — сайт, через который можно оформить заказ, заполнив форму или собрав товары в корзину. Приведенные цифры не включают маркетплейсы, MLM-сервисы, мобильные магазины, работающие только как мобильные приложения, оптовые магазины и магазины, работающие только с юридическими лицами, формы продаж в социальных сетях и мессенджерах, приложениях для десктопов (macOS и Windows)

- Только ~2 000 интернет-магазинов получают более чем по 20 заказов в день
- Менее 10 тысяч магазинов получают более 5 заказов в день
- Только ~80 тысяч магазинов имеют посещаемость более 20 человек в день

**ВСЕГО НЕ МЕНЕЕ**

**300**

**ТЫС. САЙТОВ**

с функционалом  
интернет-магазина  
(около 9% всех «живых»<sup>\*</sup>  
доменов в зоне .ru)

<sup>\*</sup> отдают пустую страницу в ответ на запрос  
и не пересылают на другой домен

# 10 / Средние значения рейтинга

Чем ближе к вершине, тем больше разрывы между магазинами. Если за пределами топ-100 разница в показателях между двумя соседними категориями рейтинга составляет 3-3,5 раза, то разница между топ-10 и топ-30 или между топ-30 и топ-100 уже составляет 5 и более раз.

По заказам в сутки, в среднем за 2017

По выручке, 2017, млн руб.

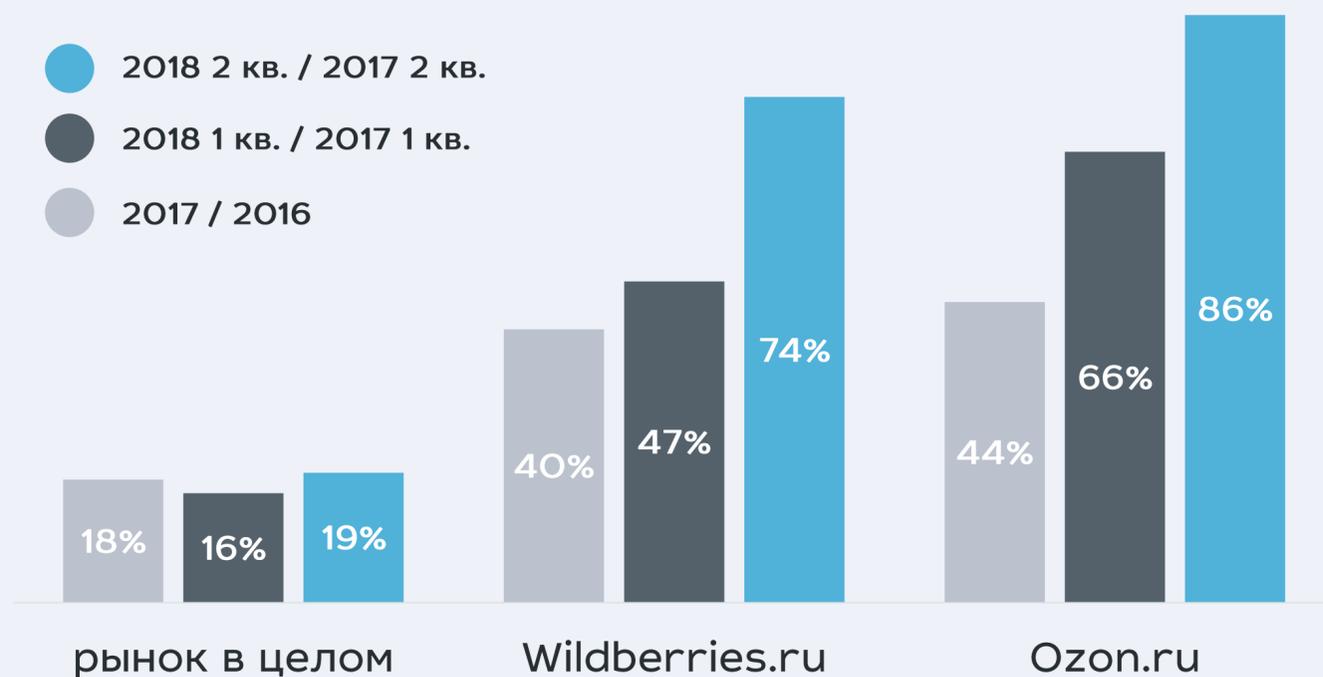
ТОП-1: Wildberries.ru	110 000	63 800
ТОП-10	13 500	16 000
ТОП-30	2 500	4 400
ТОП-100	500	1 400
ТОП-300	140	300
ТОП-1000	45	85

Магазин	Онлайн-продажи, 2017, млн руб.	Рост в 2017 к 2016, %	Заказы, 2017, тыс.	Рост в 2017 к 2016, %	Средний чек, 2017, руб.	Рост в 2017 к 2016, %
Wildberries.ru	63 800	40	39 800	37	1 600	2
Citilink.ru	55 200	35	5 190	33	10 620	2
DNS-shop.ru / Technopoint.ru	38 900	61	5 800	71	6 710	-6
Mvideo.ru	36 700	41	3 570	71	10 280	-17
Eldorado.ru	23 700	2	4 340	11	5 460	-8
Lamoda.ru	23 600	6	4 030	5	5 860	1
Ozon.ru	23 400	44	8 640	51	2 700	-5
Ulmart.ru	23 100	-37	5 910	-24	3 900	-18
Bonprix.ru	16 500	10	4 020	10	4 120	1
Svyaznoy.ru	15 700	35	1 480	37	10 670	0

# 10 / Интернет-магазины — лидеры роста

Рост количества онлайн-заказов за 12 месяцев

- 2018 2 кв. / 2017 2 кв.
- 2018 1 кв. / 2017 1 кв.
- 2017 / 2016



Два крупнейших (по количеству заказов) интернет-магазина растут **в 4 раза быстрее рынка** и **в 2 раза быстрее, чем они сами росли в прошлом году**

# 10 / Слагаемые ускоряющегося роста



Три главных слагаемых ускоряющегося роста интернет-магазинов:

- 1) рост частоты покупок, в основе которого находится формирование лояльной аудитории.
- 2) новые товарные категории и диверсификация.
- 3) собственные и партнерские пункты выдачи заказов.

## Продажи через социальные сети

- продажи через социальные сети в России, 2017-2018
- товарные категории продаж в социальных сетях
- каналы продаж B2C и C2C
- крупнейшие площадки по объему B2C- и C2C-сделок через социальные сети



# 11 / Продажи через социальные сети в России, 2017-2018

В этом блоке мы учитываем продажи в соцсетях, мессенджерах, на сайтах объявлений и сайтах sharing economy\*, совместные покупки и продажи товаров и услуг, которые ведут мерчанты (B2C-продавцы) и частные лица (C2C-продавцы), не включая покупки за пределами перечисленных платформ, в частности, покупки на игровых платформах, сегменты продажи недвижимости и автомобилей.



**394 млн**

сделок (+19%)



**~1 500 руб.**

средний чек



\* Закрытый список бирж услуг и маркетплейсов с социальными механиками: AirBnB.ru, Profi.ru, YouDo.ru, Ремонтник.ру, Помогатель.ру, BlaBlaCar.ru, BeepCar.ru, Ярмарка Мастеров (Livemaster.ru), Etsy.com

Источник: Data Insight, по заказу Яндекс.Касса, Соцсети, мессенджеры, сайты объявлений и sharing economy как каналы продаж, 2018 – [datainsight.ru/socialcommerce2018](https://datainsight.ru/socialcommerce2018)

# 11 / Товарные категории продаж в социальных сетях

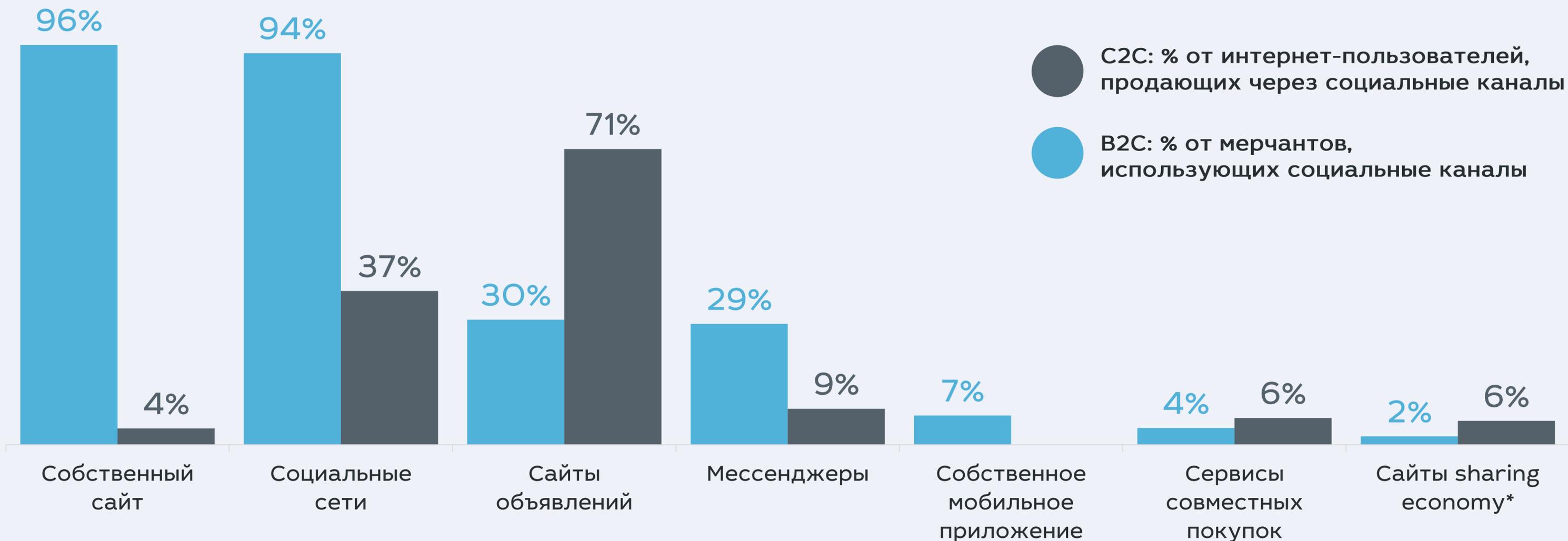
Категория	Онлайн-продажи, млрд руб. в год	Средний чек, руб *	Доля в сделках, %
Одежда и обувь	101,4	1 950	15,7
Электроника и бытовая техника	97,6	3 600	8,2
Аренда недвижимости	79,9	6 500	3,7
Животные и растения	63,5	3 000	6,4
Детские товары	31,0	1 370	6,9
Билеты (транспорт, мероприятия)	22,8	1 111	6,2
Товары для дома и ремонта	21,0	1 500	4,2
Товары для хобби и рукоделия	18,1	1 800	3,0
Подарки, украшения	15,3	1 300	3,6
Продукты питания	12,3	1 000	3,7
Персонажи и объекты для игр	11,6	350	10,1
Автозапчасти и аксессуары	9,1	2 500	1,1
Другие услуги	74,9	1 500	17,6
Другие товары	30,5	-	7,7

\* Медианный чек. Онлайн-опрос интернет-пользователей, 1659 ответов. По данным вопроса о последней покупке на социальных интернет-платформах.

Источник: Data Insight, по заказу Яндекс.Касса, Соцсети, мессенджеры, сайты объявлений и sharing economy как каналы продаж, 2018 – [datainsight.ru/socialcommerce2018](http://datainsight.ru/socialcommerce2018)

# 11 / Каналы продаж B2C и C2C

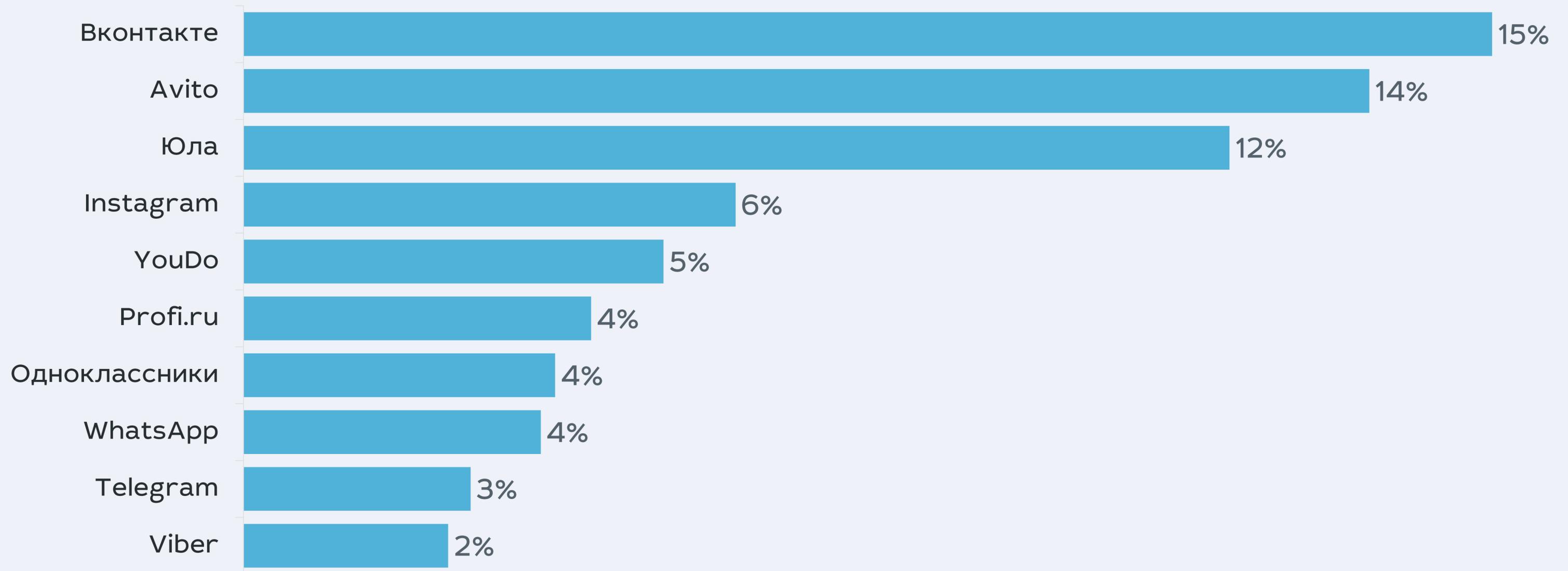
У B2C-продавцов — социальные сети, у C2C — сайты объявлений.



\* AirBnB.ru, Profi.ru, YouDo.ru, Ремонтник.ру, Помогатель.ру, BlaBlaCar.ru, VeerCar.ru, Ярмарка Мастеров, Repetitors.info, Etsy.com

Источник: Data Insight, по заказу Яндекс.Касса, Соцсети, мессенджеры, сайты объявлений и sharing economy как каналы продаж, 2018 – [datainsight.ru/socialcommerce2018](https://datainsight.ru/socialcommerce2018)

# 11 / Крупнейшие площадки по объему B2C- и C2C-сделок через социальные сети



Источник: Data Insight, по заказу Яндекс.Касса, Соцсети, мессенджеры, сайты объявлений и sharing economy как каналы продаж, 2018 – [datainsight.ru/socialcommerce2018](https://datainsight.ru/socialcommerce2018)

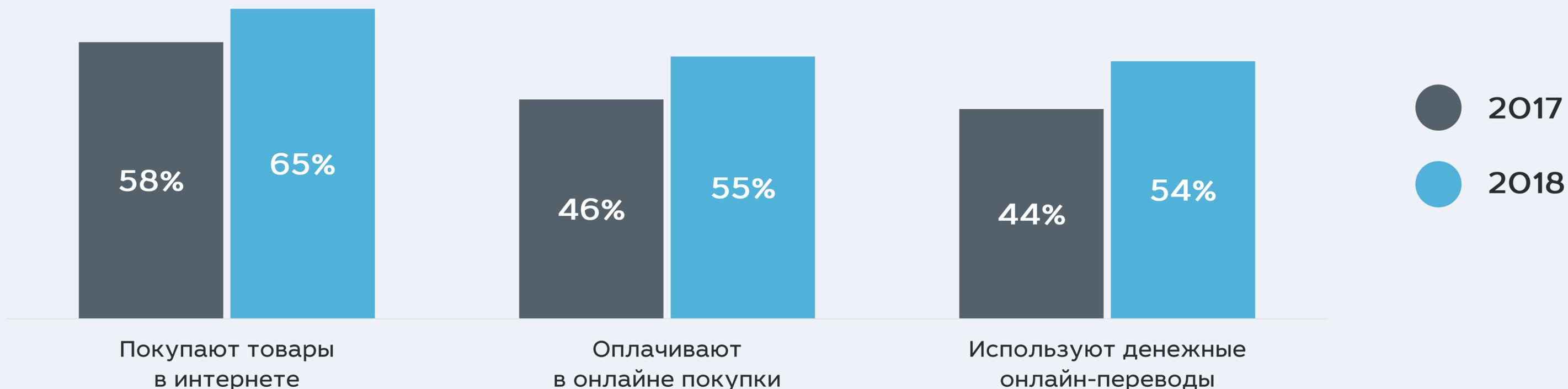
# Онлайн-покупатели России

- онлайн-покупатели в России, 2018
- онлайн-потребление и численность населения города
- рост покупателей по численности населения города
- драйверы приобщения к онлайн-потреблению



**Интернет-покупатель** – человек, совершивший покупку через интернет или мобильный интернет. Не учитываются пользователи, совершившие покупки в социальных сетях (см. предыдущий раздел), если они делали покупки только там.

**Три большинства** среди активных пользователей интернета в России:



Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Онлайн-экономика России: как жители больших, средних и малых городов покупают, продают и платят в Сети, 2018 – [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](https://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)

## И численность населения города

**Доля онлайн-покупателей выше среднего** – в крупных городах, среди более образованных, среди более обеспеченных, среди опытных интернет-пользователей.

**Возраст тоже влияет**, но в большей степени на проникновение интернета, а не на долю онлайн-покупателей внутри интернет-аудитории.

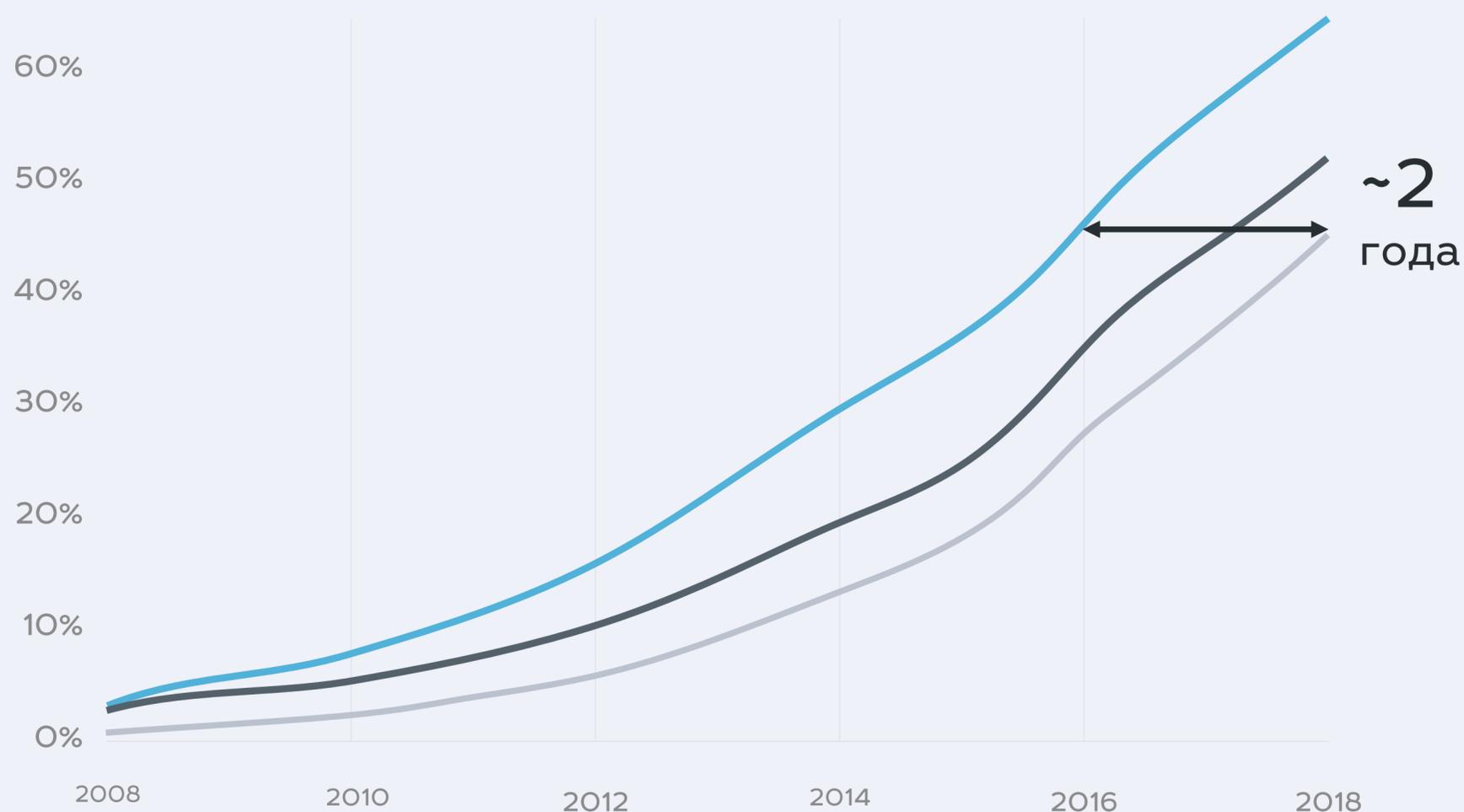
**Уровень проникновения на периферии примерно на год отстает от среднероссийского**, тогда как в крупных городах проникновение онлайн-покупок, платежей и переводов наоборот опережает среднероссийские показатели примерно на год.



Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Онлайн-экономика России: как жители больших, средних и малых городов покупают, продают и платят в Сети – [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](http://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)

# 12 / Рост покупателей

## по численности населения города



**Догоняющий рост:** за последний год доля онлайн-покупателей в крупных и средних городах выросла на 7 процентных пунктов (п.п.), а в остальной России – сразу на 9 п.п.

- Города-миллионники
- Средние города
- Остальная Россия

Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Онлайн-экономика России: как жители больших, средних и малых городов покупают, продают и платят в Сети, 2018 – [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](https://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)

# 12 / Драйверы приобретения к онлайн-потреблению

**Главный стимул онлайн-шоппинга – удобство поиска и сравнения товаров.**

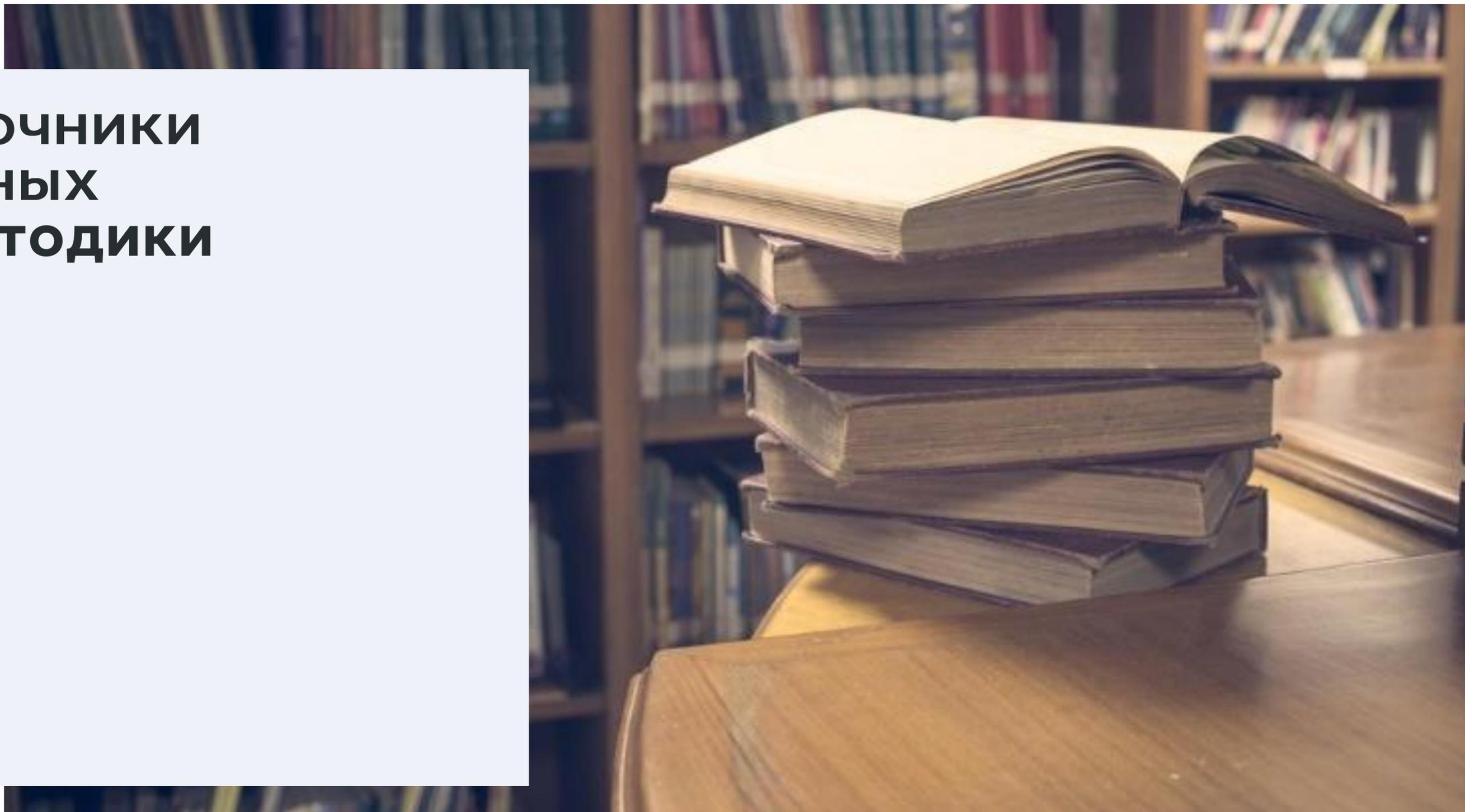
Распределение ответов жителей мегаполисов, средних городов и малых населенных пунктов – практически одинаковое.

Что для Вас является главным для использования интернета при поиске товаров, их выборе и заказе?



Источник: Data Insight, по заказу PayPal, Онлайн-экономика России: как жители больших, средних и малых городов покупают, продают и платят в Сети, 2018 – [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](http://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)

# Источники данных и методики



- 1 Данные опросов.
- 2 Агрегированные / анонимизированные данные сервисов, отслеживающих поведение пользователей (браузерные расширения и т.п.).
- 3 Статистика посещаемости интернет-магазинов (счетчики + панельные измерители).
- 4 Собственные данные интернет-магазинов.
- 5 Данные B2B-сервисов, которые обслуживают интернет-магазин.



## Оценки Data Insight по объему онлайн-продаж основаны на:

- прямых публичных и непубличных данных; крупных интернет-магазинов (~100 магазинов);
- мониторинге Data Insight по количеству заказов (>3 000 интернет-магазинов);
- мониторинге DI по посещаемости сайтов (>70 тысяч интернет-магазинов);
- выборочных данных (логи) по активности интернет-пользователей («кликстримы»);
- опросах онлайн-покупателей.



## В отчете исследования

- [data.worldbank.org](http://data.worldbank.org)
- [ecommercewiki.org/country-facts](http://ecommercewiki.org/country-facts)
- [ecommercewiki.org/reports/89/global-b2c-ecommerce-country-report-2017-free](http://ecommercewiki.org/reports/89/global-b2c-ecommerce-country-report-2017-free)
- [itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx)
- [lpi.worldbank.org/international/global/2018](http://lpi.worldbank.org/international/global/2018)
- [doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf](http://doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf)
- [home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2017/01/the-truth-about-online-consumers.html](http://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2017/01/the-truth-about-online-consumers.html)
- [pwccn.com/en/industries/retail-and-consumer/publications/total-retail-survey-2017-china-cut.html](http://pwccn.com/en/industries/retail-and-consumer/publications/total-retail-survey-2017-china-cut.html)
- [pwc.ru/en/publications/total-retail-2017.html](http://pwc.ru/en/publications/total-retail-2017.html)
- [shopify.com/enterprise/global-ecommerce-markets](http://shopify.com/enterprise/global-ecommerce-markets)
- [files.runet-id.com/2018/riw/presentations/21nov.riw18-red-dot-1100--ishunkina.pdf](http://files.runet-id.com/2018/riw/presentations/21nov.riw18-red-dot-1100--ishunkina.pdf)
- [http://files.runet-id.com/2018/rif/presentations/18apr.rif18-zal-1.10-00-1--ishunkina.pdf](http://http://files.runet-id.com/2018/rif/presentations/18apr.rif18-zal-1.10-00-1--ishunkina.pdf)
- [datainsight.ru/c2c-2017](http://datainsight.ru/c2c-2017)
- [datainsight.ru/eBayCrossborder2018](http://datainsight.ru/eBayCrossborder2018)
- [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](http://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)
- [logistics.datainsight.ru/osnovnoy-doklad-2017](http://logistics.datainsight.ru/osnovnoy-doklad-2017)
- [datainsight.ru/expressdelivery](http://datainsight.ru/expressdelivery)
- [datainsight.ru/DI-mobile-09-17](http://datainsight.ru/DI-mobile-09-17)
- [datainsight.ru/top100](http://datainsight.ru/top100)
- [datainsight.ru/PaymentEvolution2018](http://datainsight.ru/PaymentEvolution2018)



## Исследования рынков

- Размер рынка
- Основные игроки и их доли
- Структура рынка
- Основные тренды и барьеры развития рынка



## Конкурентный анализ

- Ключевые конкуренты: размер, доля рынка
- Анализ ассортимента товаров/услуг
- Ключевые преимущества и недостатки



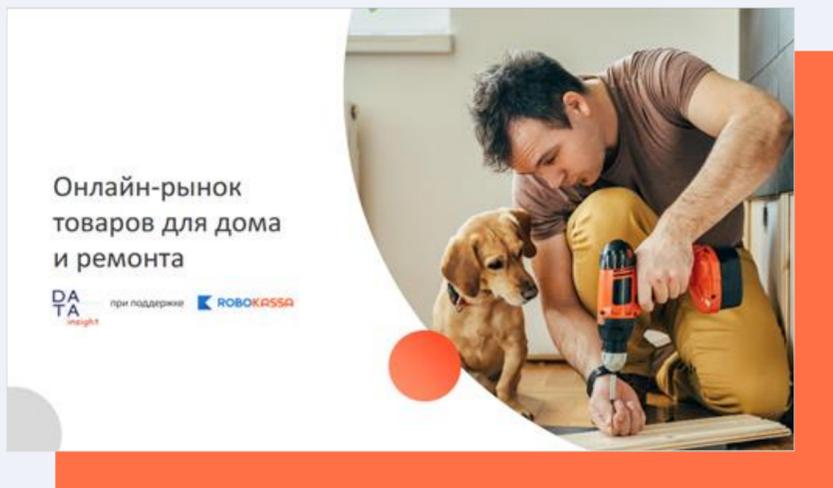
## Исследования покупателей

- Анализ поведения покупателей
- Портрет покупателя (соцдем)
- Стимулы и преграды при выборе, покупке и использовании товаров/услуг

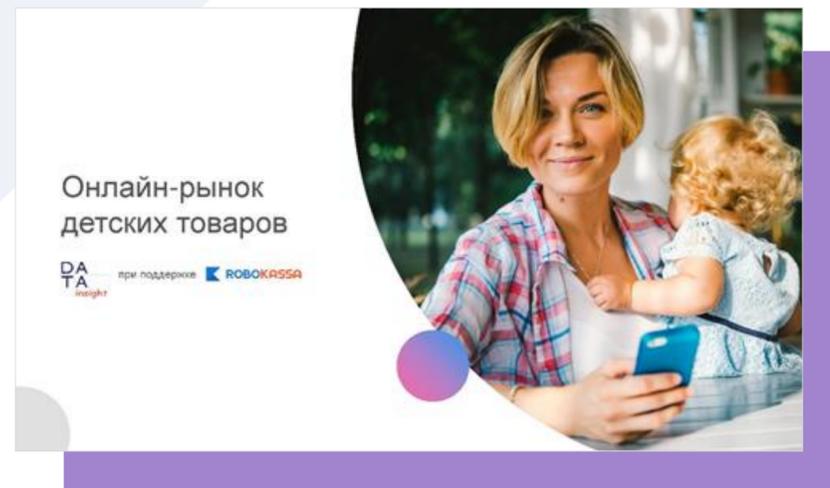


## Консалтинг

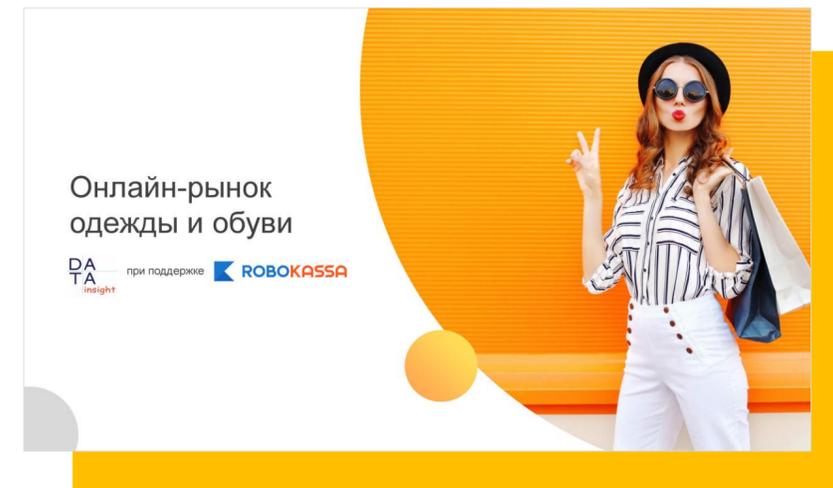
- Стратегический консалтинг. Разработка стратегии развития компании
- Маркетинговый консалтинг
- Анализ конъюнктуры рынка
- Анализ бизнес-потребностей клиента



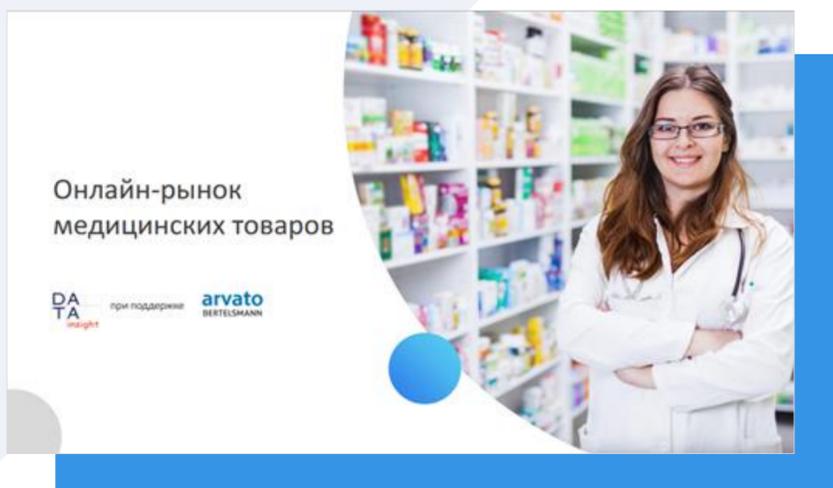
Товары для дома и ремонта



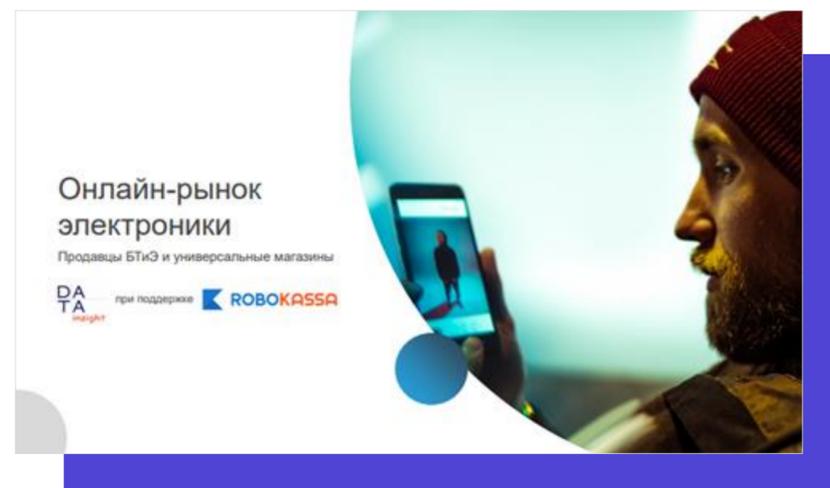
Детские товары



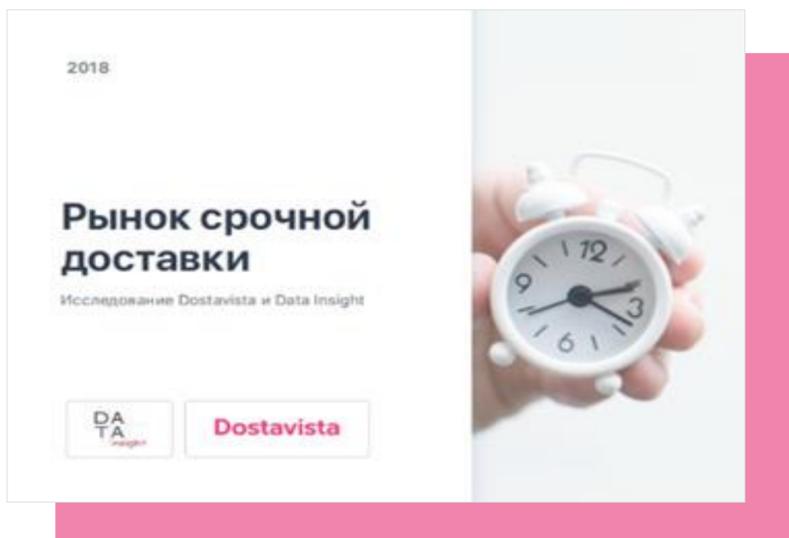
Одежда и обувь



Медицинские товары



Электроника



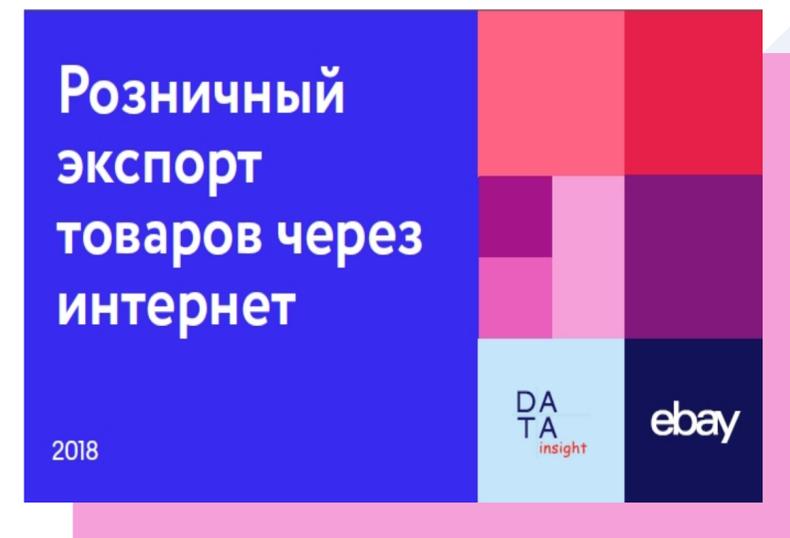
**Рынок срочной доставки**



**Рынок социальной коммерции в России**



**IAB Russia Digital Advertisers Barometer 2018**



**Розничный экспорт товаров через интернет 2018**



ESTÉE LAUDER



Эксперты в управлении бизнес-процессами, которые учитывают индивидуальные особенности каждого заказчика.

**arvato**  
BERTELSMANN

Компания Арвато представлена в 40 странах. Принадлежность к международному концерну Бертельсманн позволяет Арвато Рус использовать опыт, технологии и организацию процессов, внедряемых в других странах мира.

В России с 1997 года, является одним из крупнейших независимых фулфилмент операторов с широким перечнем услуг: SCM, решения для e-commerce, CRM, разработка программ лояльности, логистические и финансовые услуги.

Среди клиентов крупные международные бренды таких сегментов как healthcare, fashion, банки, автобизнес, high-Tech и др.

**Курьерская служба для интернет-магазинов**  
в столичных регионах (Москве, Санкт-Петербурге,  
Московской и Ленинградской областях).



**Главный акцент компания сделала на качестве доставки.** Курьеры вежливы, пунктуальны, опрятны. Колл-центр всегда доступен и стремится к разрешению вопроса. Руководители компании не боятся общаться с клиентами. ИТ-система имеет несколько уровней устойчивости .

**Другой задачей компания видит создание точек роста для клиентов.** Доставляет в выходные и праздники без наценки. Только эта особенность даёт интернет-магазинам более 100 дней дополнительных продаж. Доставляет в Московскую область и Санкт-Петербург на следующий день. Тариф в Московской области – единый. Быстро возвращает средства наложенного платежа и товарные возвраты – от 2х дней. Для удобства клиентов компания продолжает работать с многоместными заказами. У Dalli Service есть бесплатные «заборы». Доставку в регионы делает через агрегатор. Компания технологична и даёт выбор в использовании личного кабинета, API и различных модулей.

**Первый логистический сервис нового поколения,** который создан для удобного и доступного получения и оплаты интернет-заказов.



PickPoint развивает самую широкую в России сеть точек выдачи заказов. Сеть PickPoint включает в себя более 5500 постаматов (автоматических почтовых терминалов) и пунктов выдачи покупок в более чем 540 городах России.

К сети PickPoint подключено порядка 5,5 тысяч онлайн-ритейлеров. Пользовательская база PickPoint насчитывает 6,7 млн человек.

Главная задача постамата – выдавать онлайн-покупки, делать это быстро и просто за счет полной автоматизации процесса.

Постаматы PickPoint делают онлайн-шопинг приятным:

- Покупатель сам выбирает удобную точку и время получения заказа
- У постамата нет очередей и курьеров, с которыми нужно общаться
- Оплатить заказ в постамате можно наличными или банковской картой
- Постаматы принимают товары для возврата в интернет-магазин

## Важные направления исследований и консалтинга:

- Ритейл и электронная торговля, включая материальные товары, туристические и образовательные услуги. Поведение потребителей в интернете.
- Анализ сервисов и услуг для электронной торговли.
- Интернет-реклама, сервисы, технологии интерактивной рекламы, поведение аудитории.



# Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области e-commerce и других интернет-рынков



## Новости Data Insight

---

Рассылка исследований  
Data Insight на почту в день  
публикации

[Подписаться](#)

## Мониторинг e-commerce

---

Data Insight осуществляет  
новостной еженедельный  
мониторинг рынка e-commerce

[Подписаться](#)

## Контакты

---



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

+7 (495) 540 59 06

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