Онлайн-рынок продуктов питания

Публичная версия исследования

DataInsight при поддержке прямиком

Методика

1. В настоящем исследовании рассматривается сегмент интернет-магазинов продуктов питания. В него не включены онлайн-магазины, специализирующиеся на продаже алкоголя, табачных изделий и спортивного питания, а также сервисы заказа готовой еды из ресторанов.

2. Интернет-магазин – сайт или приложение, в/на котором можно собрать «корзину» и оформить заказ.
   В отчёте рассматриваются онлайн-продажи российских ритейлеров на территории России (без учета как экспортных, так и импортных кроссбордерных заказов). В исследование включены как собственно интернет-магазины продуктов питания (для них учитываются все онлайн-продажи – в т.ч. и продажи в смежных категориях), так и крупнейшие универсальные маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 300 млрд рублей), для последних учитываются только продажи в категории «Продукты питания». Также включены сервисы доставки (Delivery Club. Яндекс.Еда), но только в части заказов из магазинов (но не заказов из ресторанов и кафе).

3. Статистика сектора приводится по 38 магазинам, включая 36 интернет-магазинов категории продуктов питания, входящих в 1000 крупнейших по количеству онлайн-заказов российских интернет-магазинов, и 2 крупнейших универсальных маркетплейса – Wildberries.ru и Ozon.ru.

4. Для подсчета количества заказов используются результаты регулярного мониторинга числа онлайн-заказов, а также данные, предоставленные магазинами или находящиеся в открытом доступе.

5. Онлайн-продажи учитываются по тому, на какой площадке (сайте или приложении) был размещен заказ. Продажи через платформу, установленную на других сайтах, не учитываются в продажах владельца платформы, но учитываются в продажах интернет-магазина, использующего данную платформу на своем сайте. Для розничных сетей не учитываются продажи через партнерские сервисы сбора и доставки заказов (например, через Сбермаркет, Яндекс.Еда, Delivery Club), если заказ был сделан через сайт или приложение партнера.

6. При определении используемых интернет-магазинами сторонних сервисов использовался

при поддержке прямиком

Выводы

Всего за 2021 год было оформлено 302 миллиона заказов на сумму 373 млрд рублей. Суммарное количество заказов в магазинах продуктов питания составило 18% от суммарного количества онлайн-заказов по 1000 крупнейших интернет-магазинов России.

За 2021 год сегмент продуктов питания показал значительный рост - количество онлайн-заказов выросло более чем в 3 раза (+209%), объем онлайн-продаж увеличился почти в 2,5 раза (+147%) по сравнению с 2020 годом.
По обоим показателям динамики сегмент продуктов питания лидирует на российском рынке электронной коммерции.

Средний чек снизился за год на 20% до 1 230 рублей (ниже средний чек только в сегментах косметических товаров и сектор книг).

Конверсия в сегменте составила в среднем 24% (24 заказа на 100 посещений сайта) - по данному показателю продукты питания опережают все другие товарные категории. Такое высокое значение конверсии в сегменте eGrocery можно объяснить высокой частотой покупок и рекордно большой долей заказов через мобильные приложения.

Первое место в рейтинге (по объему продаж) занял Sbermarket.ru, второе и третье - Vkusvill.ru и Samokat.ru соответственно.

Все магазины, вошедшие в исследование, используют курьерскую доставку, 63% также предоставляют опцию самовывоза.

Доля магазинов продуктов питания, имеющих приложения на платформах AppStore и Google Play, составила
85% - что тоже является рекордно высоким показателем по сравнению с другими категориями.

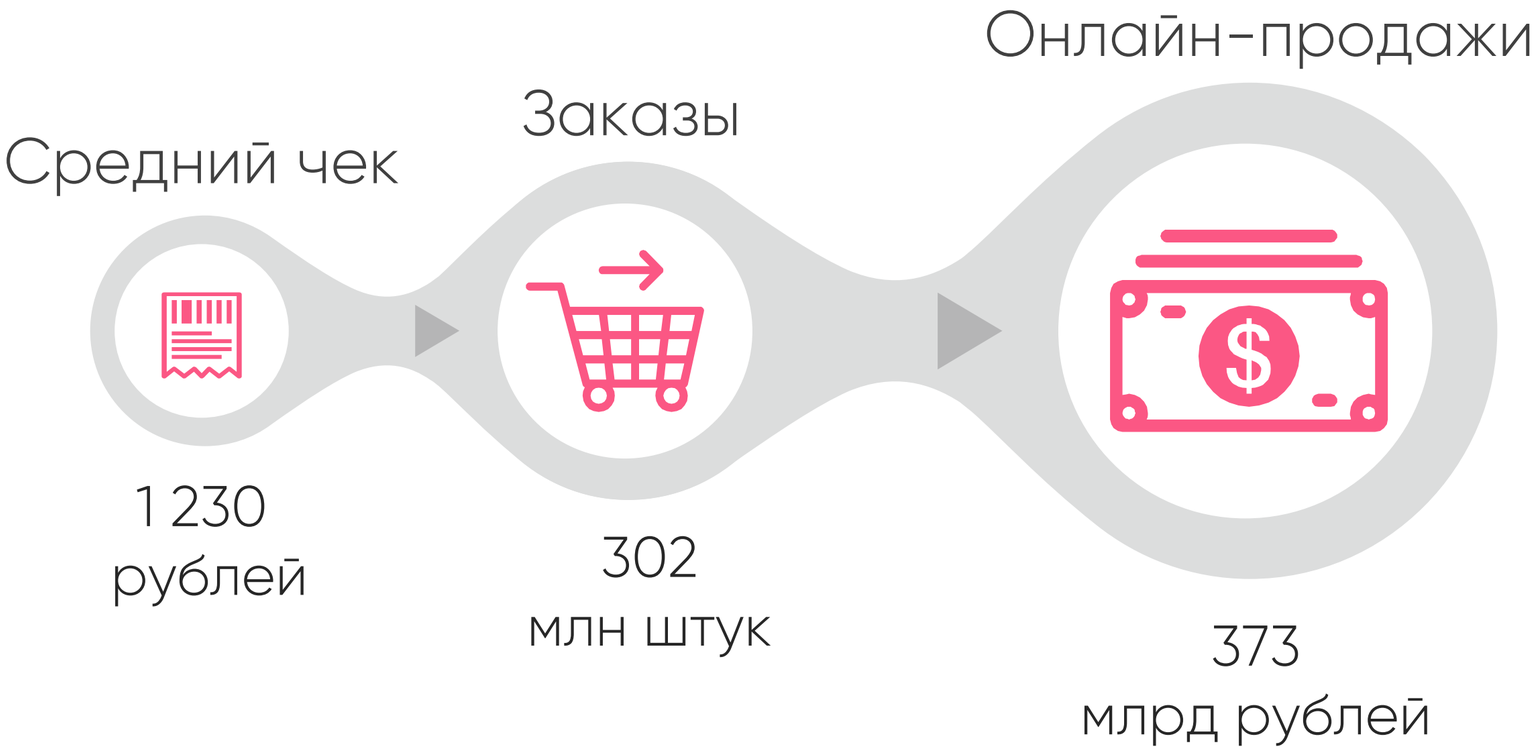
при поддержке прямиком

при поддержке прямиком

Ключевые показатели

при поддержке прямиком

Объем онлайн-рынка продуктов питания

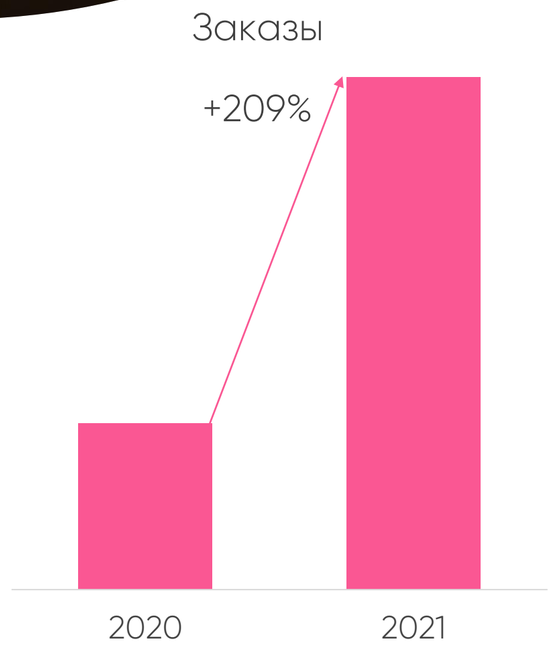


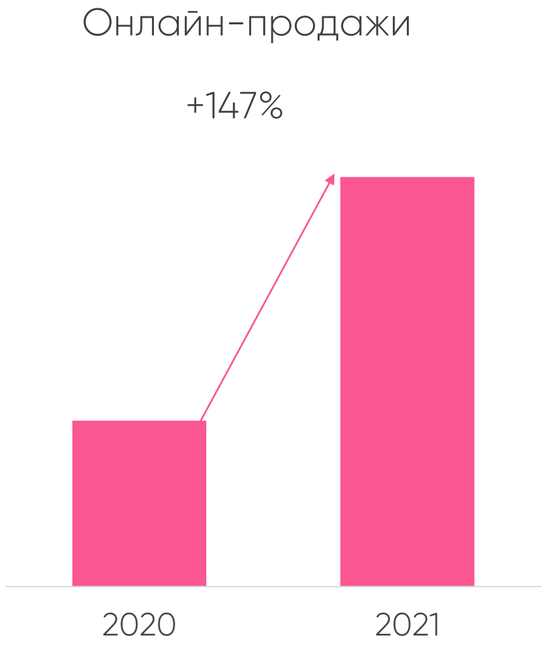
За 2021 год в интернет-магазинах продуктов питания, входящих в ТОП-1000, было оформлено 302 миллионов заказов на сумму 373 миллиардов рублей. Средний чек составил 1 230 рублей.

при поддержке прямиком

Динамика рынка

Количество онлайн-заказов в интернет-магазинах продуктов питания в 2021 году увеличилось на 209%. Объем онлайн-продаж за тот же период вырос в рублях на 147%. Средний чек снизился на 20%.

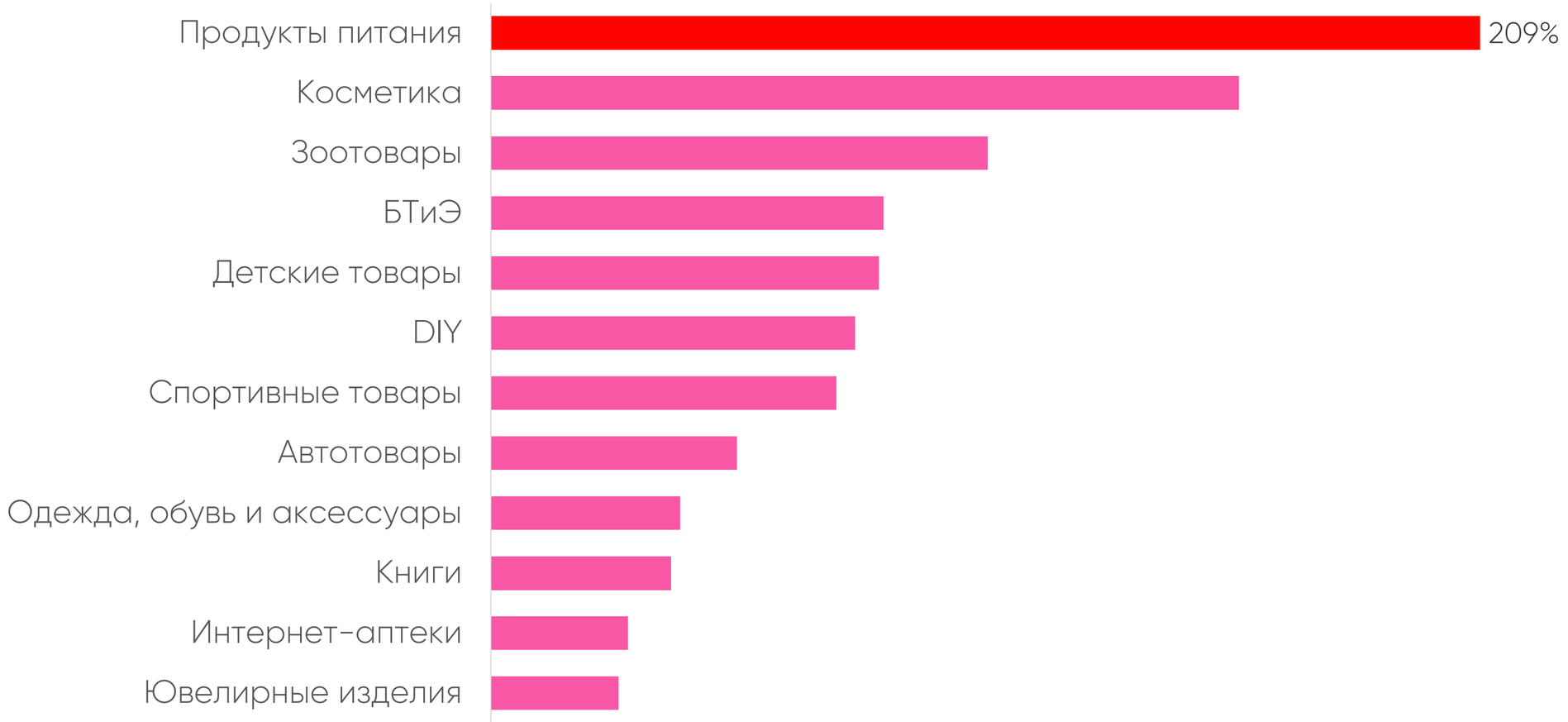




при поддержке прямиком

Рост заказов сегмента vs. другие категории

Рост заказов относительно других сегментов рынка eCommerce, y-o-y*



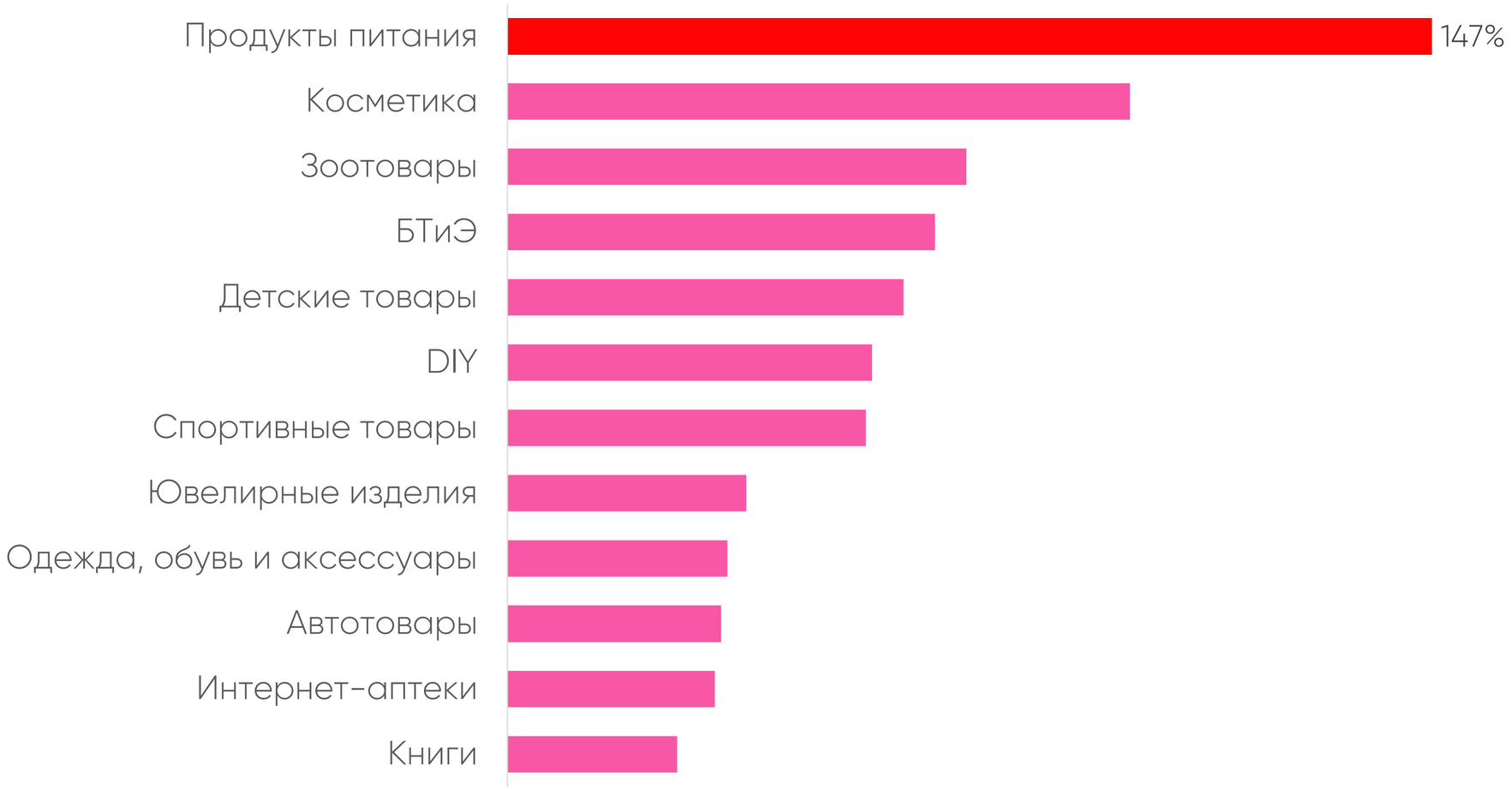
** y-o-y - год к году*

По сегментам DIY, БТиЭ, одежды, обуви и аксессуаров, а также косметики данные за 2020 год, по остальным категориям – за некалендарный период, включающий в себя первое полугодие 2021. Данные приводятся только для примерного визуального сравнения темпов роста в категориях.

при поддержке прямиком

Рост выручки сегмента vs. другие категории

Рост выручки относительно других сегментов рынка eCommerce, y-o-y*



** y-o-y - год к году*

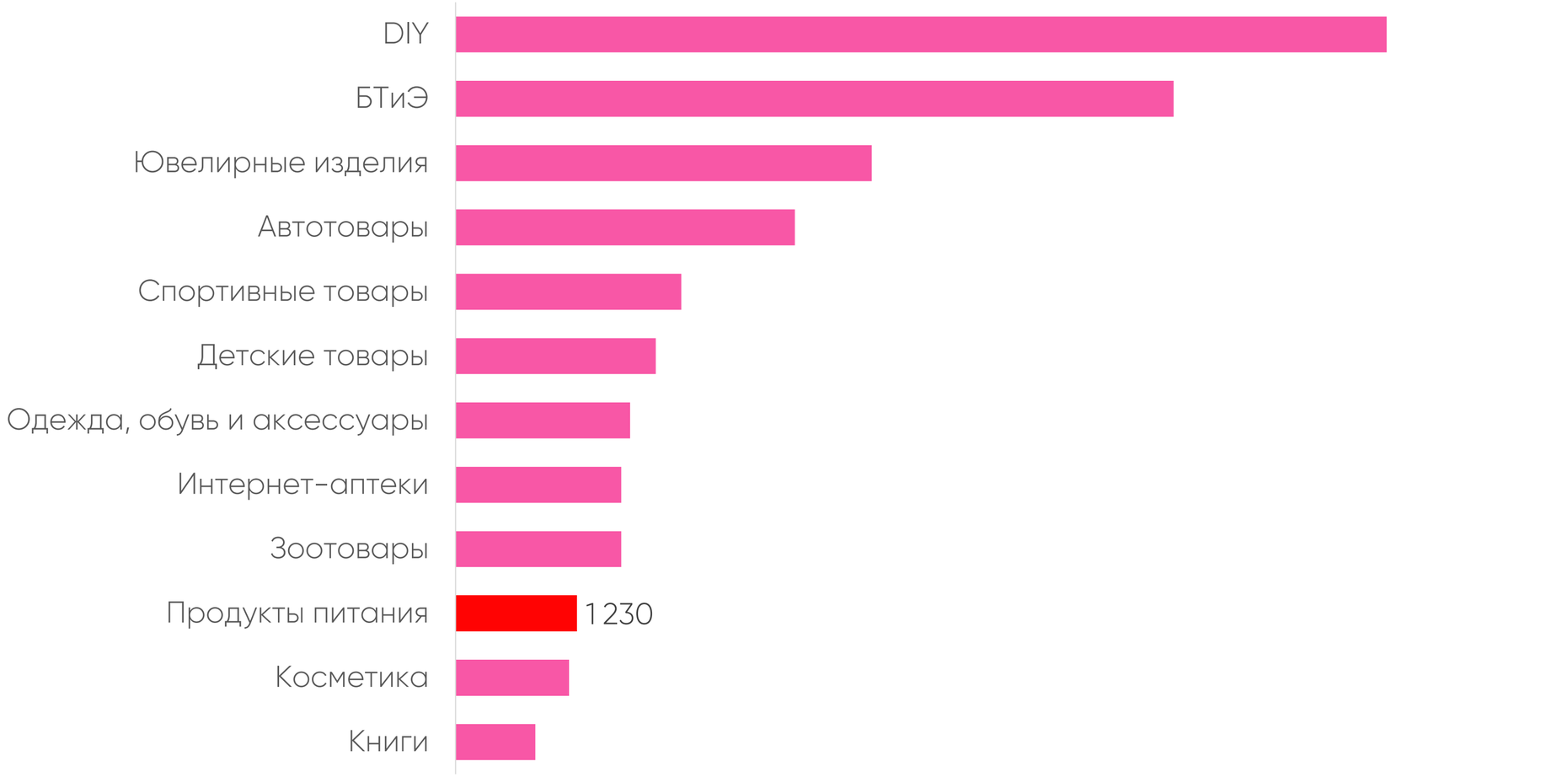
По сегментам DIY, БТиЭ, одежды, обуви и аксессуаров, а также косметики данные за 2020 год, по остальным категориям – за некалендарный период, включающий в себя первое полугодие 2021.

Данные приводятся только для примерного визуального сравнения темпов роста в категориях

при поддержке прямиком

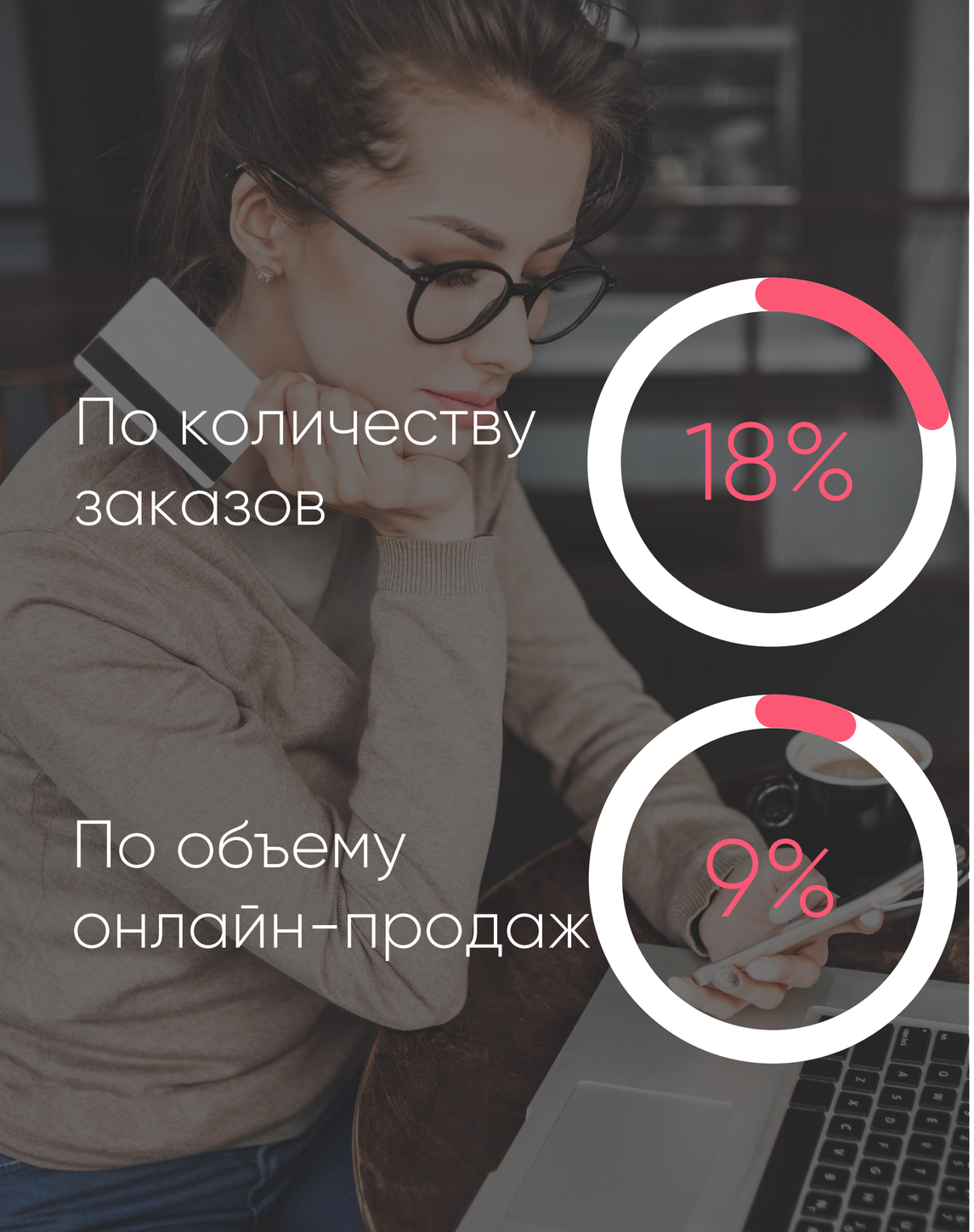
Средний чек сегмента vs. другие категории

Средний чек относительно других сегментов рынка eCommerce*



** По сегментам DIY, БТиЭ, одежды, обуви и аксессуаров, а также косметики данные за 2020 год, по остальным категориям – за некалендарный период, включающий в себя первое полугодие 2021. Данные приводятся только для примерного визуального сравнения темпов роста в категориях.*

при поддержке прямиком



Доля интернет-магазинов продуктов питания на рынке eCommerce

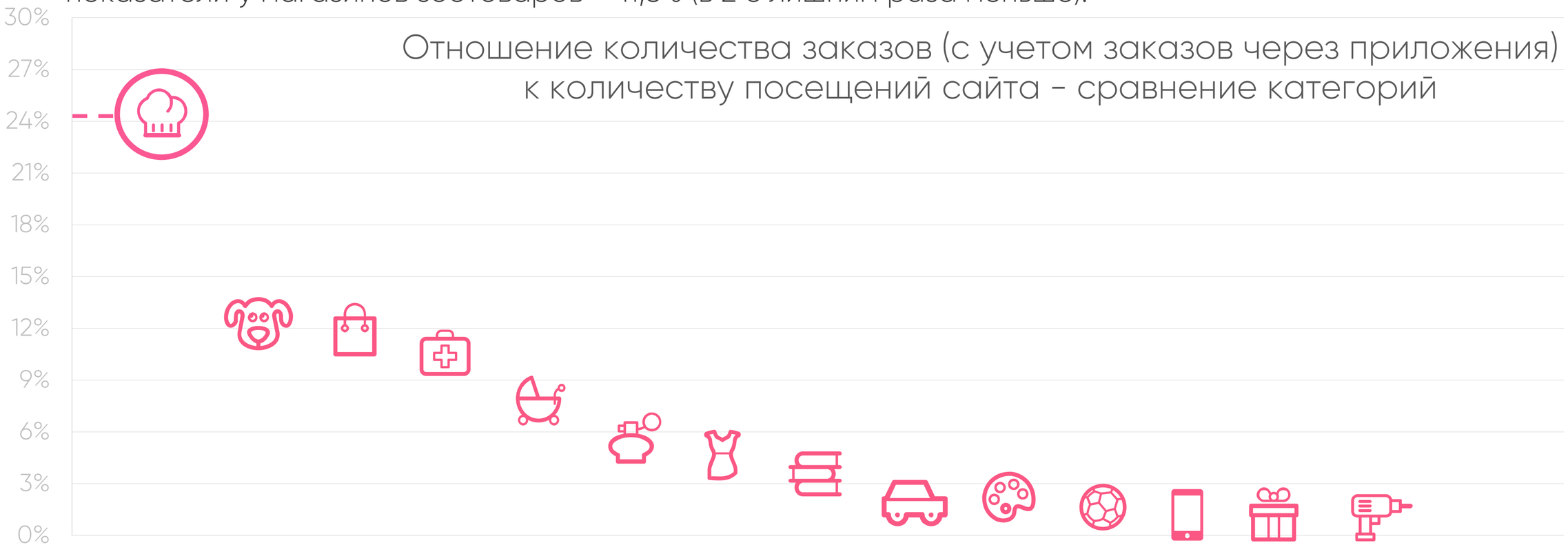
На долю интернет-магазинов продуктов питания в 2021 году пришлось 18% российского рынка eCommerce* по количеству онлайн-заказов и 9% - по объему онлайн-продаж в рублях.

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

при поддержке прямиком

Конверсия интернет-магазинов

В сегменте интернет-магазинов продуктов питания конверсия за 2021 год составила в среднем 24,1% (24,1 заказа на 100 посещений сайта; конверсия с учетом трафика приложений - 12,3%). Ближайшие показатели у магазинов зоотоваров – 11,8% (в 2 с лишним раза меньше).



Конверсия по сегменту продуктов дана без учёта универсальных магазинов и маркетплейсов, а также без учета app-only проектов (т.е. проектов, предоставляющих возможность онлайн-заказа только через приложение).

** На правах рекламы*

прямиком

Master Delivery: цифровые решения для доставки на последней миле

Доставка “под ключ”

- End-2-End решение
- Собственная IT-платформа
- Бренд-нейтральность

Программное обеспечение

- AI-маршрутизация
- Прогнозирование на основе ИИ
- Алгоритмы группировки заказов

Цифровая франшиза

- Центр операционной экспертизы
- Набор цифровых инструментов для эффективного бизнеса

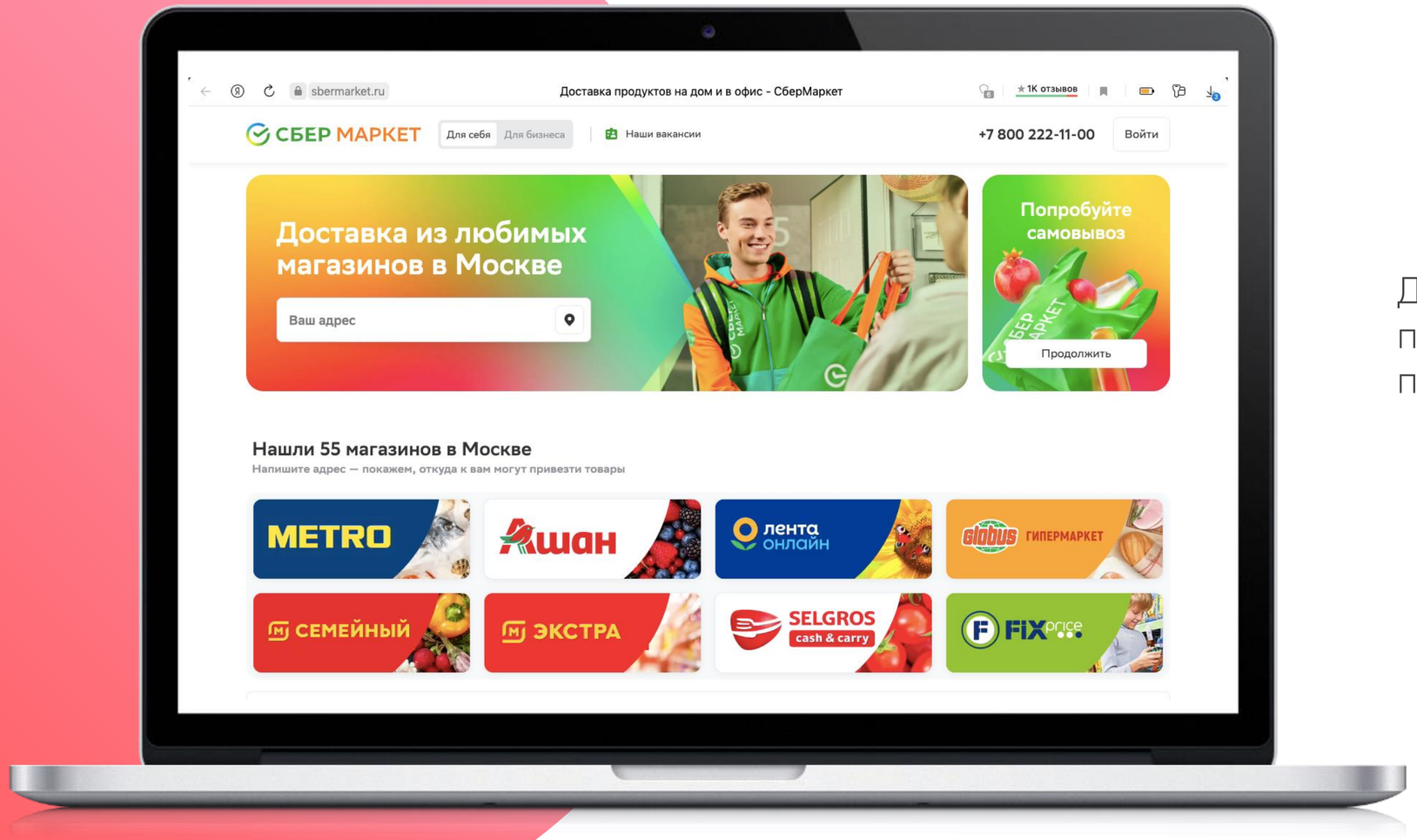
- HoReCa
- Рестораны и кафе
- Розничные магазины
- Агрегаторы и маркетплейсы
- Даркстроры
- Аптеки
- Логистические компании
- Курьерские службы

masterdelivery.ru

при поддержке прямиком

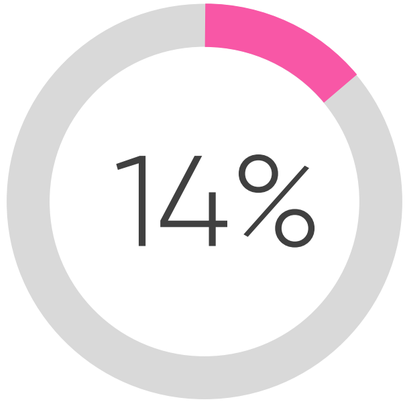
Состав сегмента

при поддержке прямиком



Лидер категории Sbermarket.ru

Доля Sbermarket.ru по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов продуктов питания* за 2021 год:



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

при поддержке прямиком

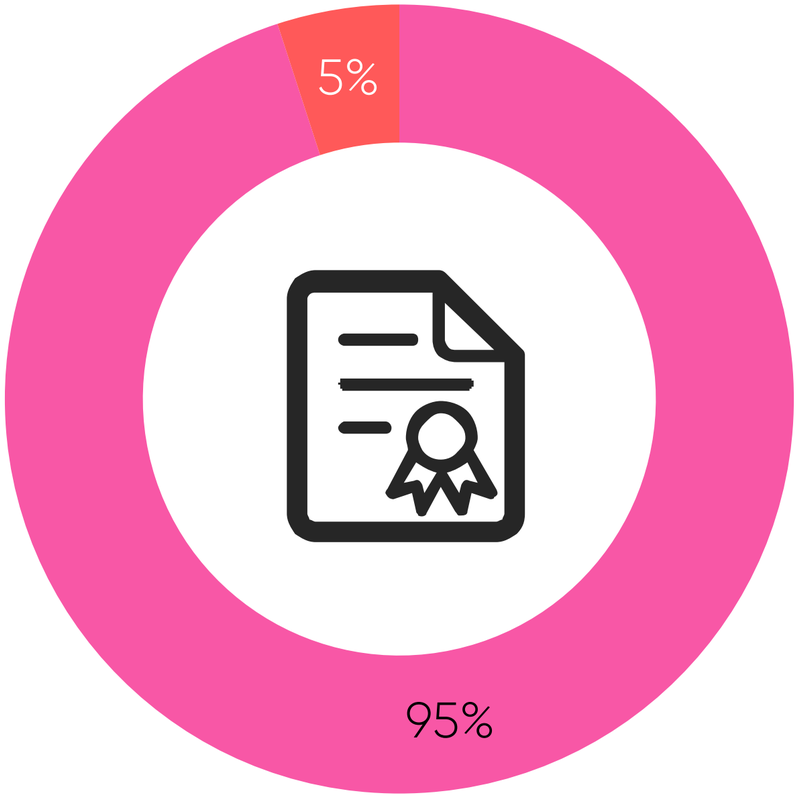
ТОП-10 игроков рынка*

1. СБЕР МАРКЕТ — Sbermarket.ru
2. ВКУСВИЛЛ — Vkusvill.ru
3. самокат — Samokat.ru

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

Delivery Club, 5 Доставка, Яндекс Лавка, OZON 24/7 РАБОТАЕМ ВСЕГДА, UTKONOS И.. И.. ОНЛАЙН, Vprok.ru Перекрёсток, WILDBERRIES

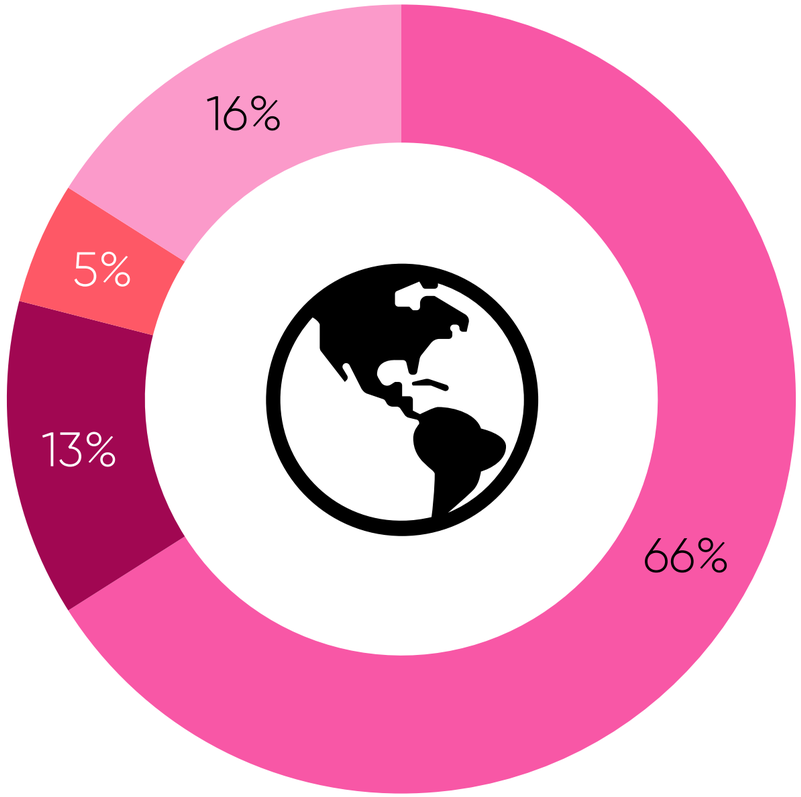
** По онлайн-продажам.*



Организационно-правовая форма

Из 38 интернет-магазина продуктов питания, входящих в ТОП-100 онлайн-ритейлеров, 95% - общества (ООО, АО, ПАО). К индивидуальным предпринимателям относятся всего 5%.

при поддержке прямиком



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

География интернет-магазинов*

Из 38 интернет-магазинов продуктов питания, входящих в ТОП-1000 онлайн-ритейлеров, на нестоличные регионы приходится 21% магазинов, большая часть которых зарегистрирована в Европейской части России.

** На основе данных о месте регистрации интернет-магазинов.*

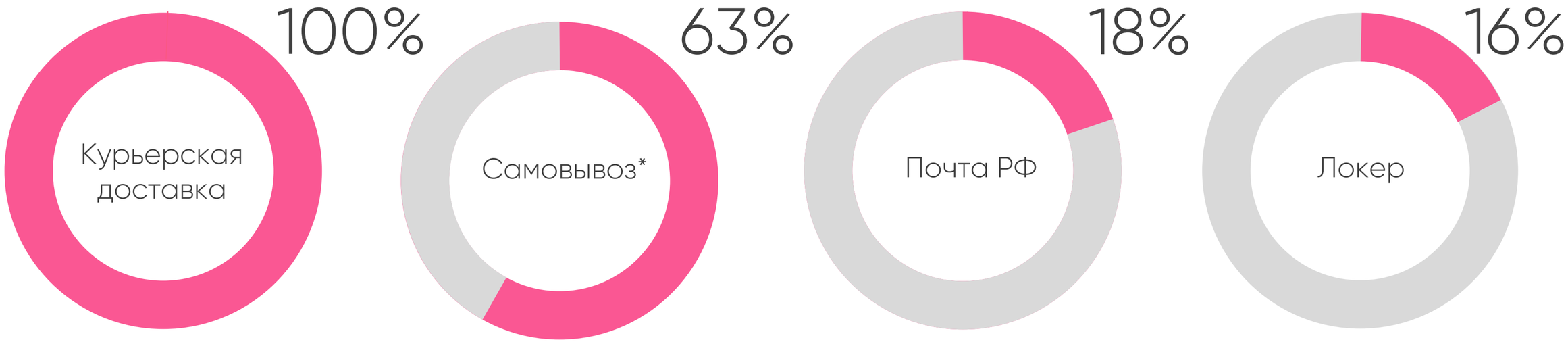
при поддержке прямиком

Доставка

при поддержке прямиком

Способы доставки

Доля интернет-магазинов, которые используют различные способы доставки



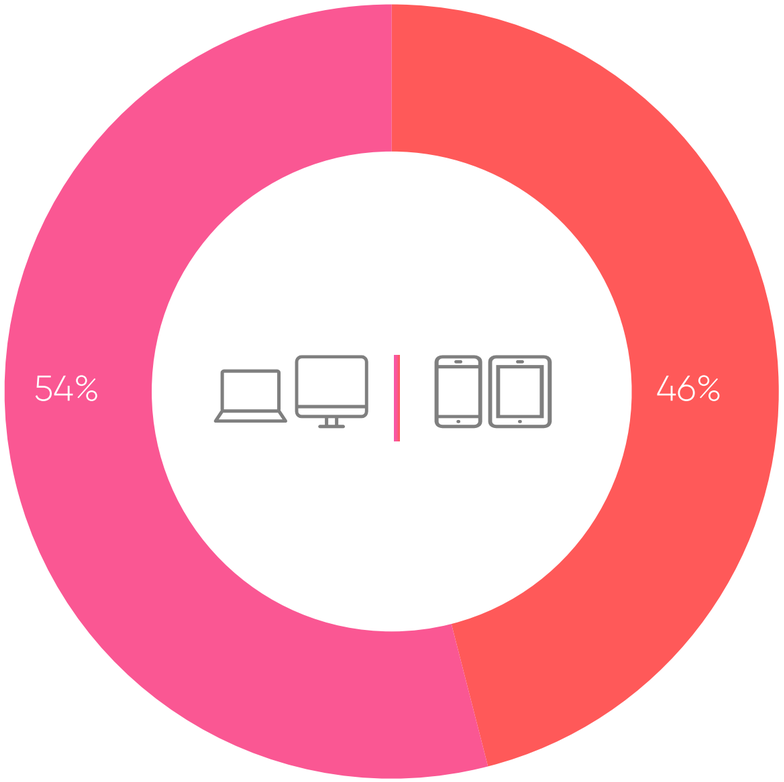
Все четыре способа доставки используют 51% интернет-магазинов продуктов питания.

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

при поддержке прямиком

Мобильная коммерция

Desktop vs Mobile



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

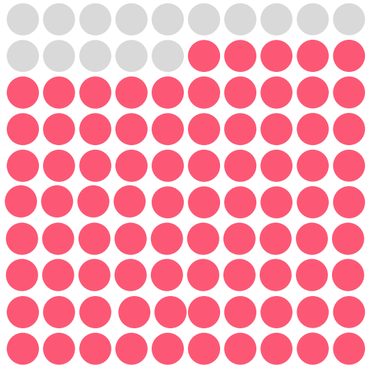
По данным SimilarWeb; приводятся средние показатели по 38 интернет-магазинам, без учета «веса» магазина в общей посещаемости сегмента.

при поддержке прямиком

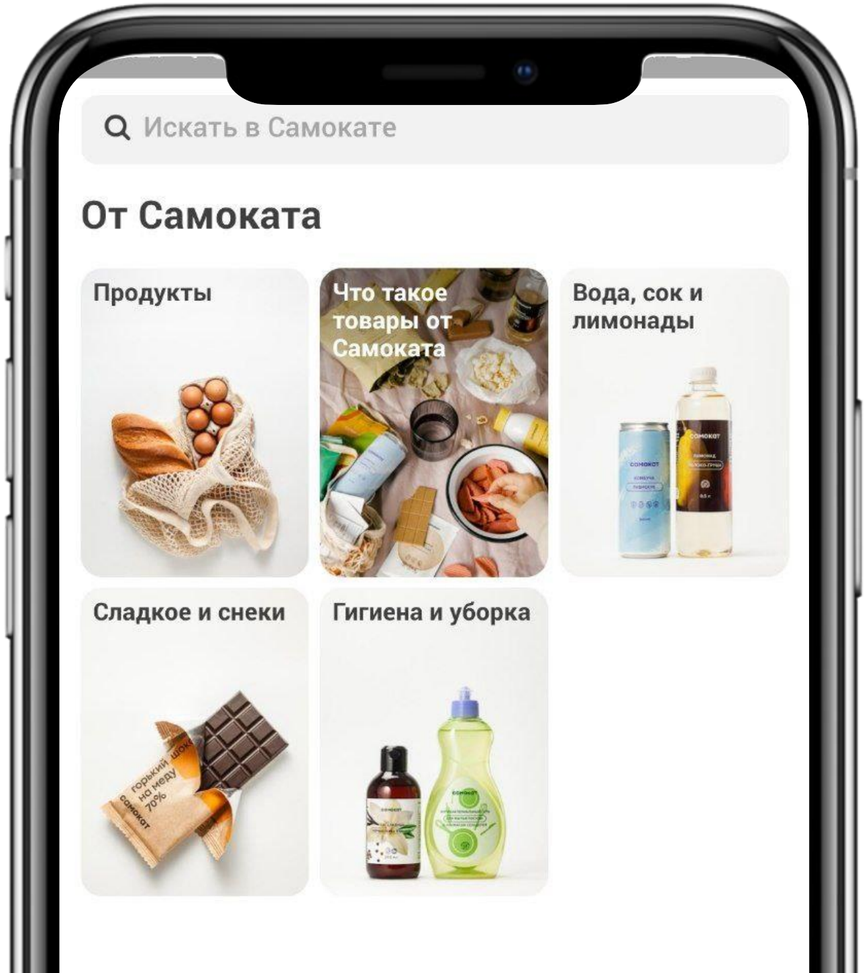
Мобильные приложения

Самое популярное приложение у Samokat.ru –
более 5 млн установок и средняя оценка 4,7 в Google Play*.

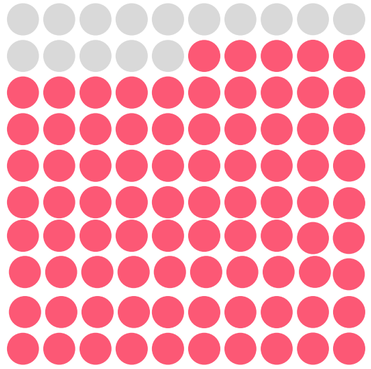
85%



Доля интернет-магазинов продуктов питания с приложениями в Google Play



85%



Доля интернет-магазинов продуктов питания с приложениями в App Store

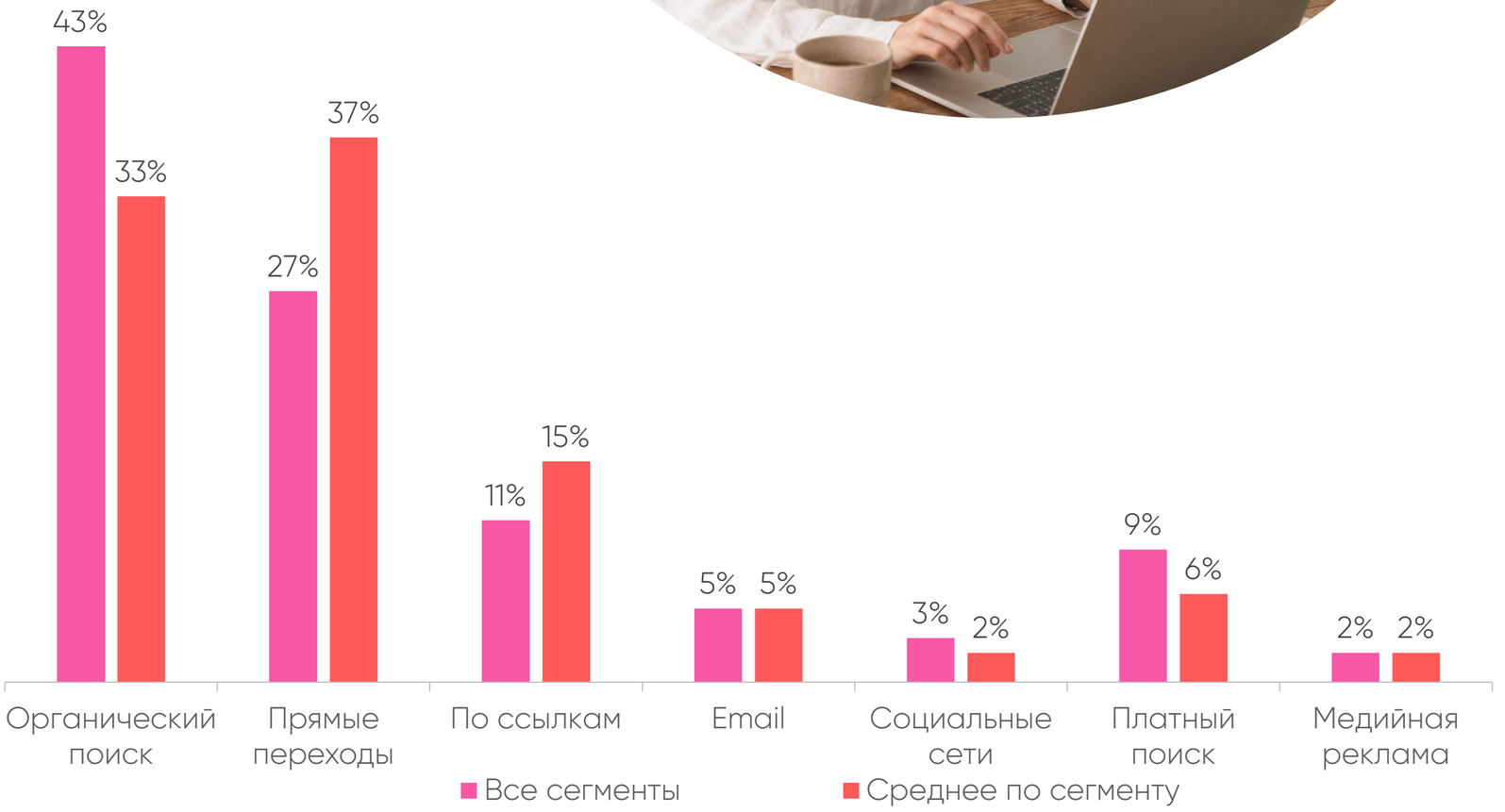
Приложение Samokat.ru (скриншот приложения с наибольшим числом отзывов) →

** Без учета приложений универсальных маркетплейсов*

при поддержке прямиком

Каналы продвижения

при поддержке прямиком



Источники трафика

Структура источников трафика в сегменте интернет-магазинов продуктов питания отличается от средних значений по всему рынку eCommerce повышенной долей прямых переходов (37% против 27% в среднем) и сниженной долей «органики» (33% против 43% в среднем по рынку eCommerce).

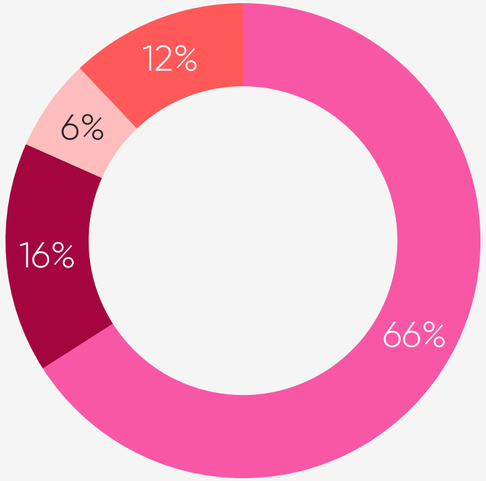
По данным SimilarWeb; приводятся средние показатели по 38 интернет-магазинам, без учета «веса» магазина в общей посещаемости сегмента.

при поддержке прямиком

Используемые технологии

при поддержке прямиком

CMS

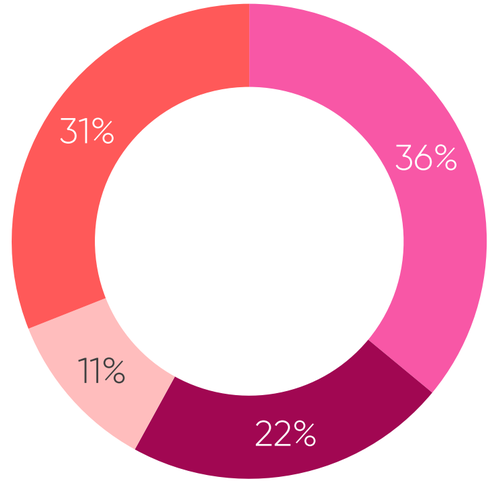


- Собственная разработка
- 1С-Bitrix
- InSales
- Другие CMS

66% интернет-магазинов продуктов питания используют CMS собственной разработки (CMS – система создания, управления и редактирования содержимого сайта). 1С-Bitrix используют 16% интернет-магазинов. Insales используют 6% интернет-магазинов. 12% используют другие CMS.

Исследование «CMS для интернет-магазинов» Читать

Email-рассылка



- Нет рассылки
- Собственная разработка
- Mindbox
- Другие сервисы

У 36% интернет-магазинов продуктов питания нет новостной рассылки. 22% используют сервисы собственной разработки. 11% пользуются услугами сервиса Mindbox. Ещё 31% интернет-магазинов используют сторонние сервисы.

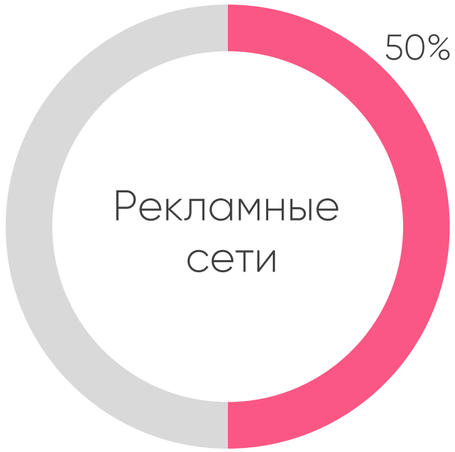
Исследование «Интернет-магазины в письмах клиентам» Читать

при поддержке прямиком

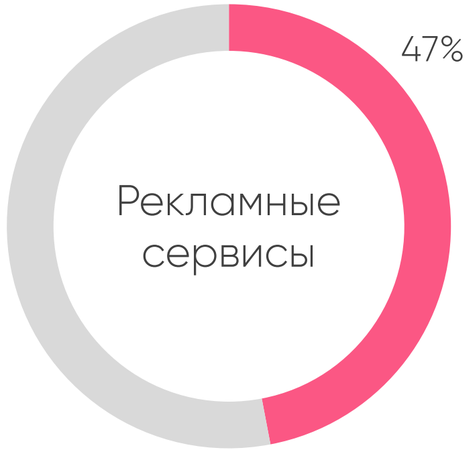
Маркетинговые сервисы

Доля интернет-магазинов, которые используют маркетинговые сервисы

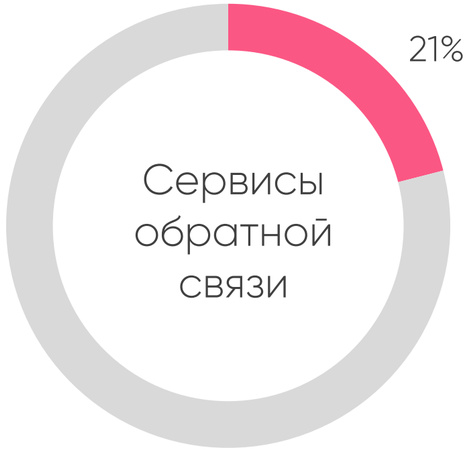
Яндекс.Метрика, Google Analytics, коллтрекинг, отслеживание трафика и поведения клиентов на сайте



Сети для размещения рекламы на страницах других участников рекламной сети



Сервисы управления рекламой и персонализацей



Онлайн- и email-коммуникация, сервисы обратных звонков

Google Analytics – 55%

DoubleClick.Net- 53%

Facebook Custom Audiences – 37%

JivoSite – 13%

Доля использования для наиболее популярных сервисов указана от общего числа интернет-магазинов продуктов питания из ТОП-1000.
Данные выгружены 25.02.2022 и не учитывают сервисы, временно прекратившие работу на территории России.

при поддержке прямиком

Новости

при поддержке прямиком

Новости в России

Январь	Самокат расширил ассортимент товаров до 5000 позиций благодаря доставки «по запросу»
Февраль	Яндекс инвестирует в доставку продуктов до $500 млн
Март	X5 объявила о росте выручки на 14,1% за 2020 год
Май	ВкусВилл открывает новую витрину на AliExpress
Июнь	Магнит расширил ассортимент с помощью даркстороров
Август	Яндекс.Лавка открыла сервис доставки продуктов в Париже
Сентябрь	Утконос внедряет рекомендательную систему на основе ИИ для увеличения продаж
Октябрь	Онлайн-продажи Ленты увеличились в третьем квартале 2021 года на 237%
Ноябрь	СберМаркет и Ашан доставят продукты из даркстороров
	СберМаркет за январь–сентябрь 2021 года увеличил оборот на 219% до 36,2 млрд руб
Декабрь	Магнит и Delivery Club запустили экспресс-доставку продуктов за 30 минут

Больше новостей в нашем еженедельном мониторинге eCommerce

Подписаться

при поддержке прямиком

Новости в мире

Февраль	Французский стартап Cajoo обещает доставку продуктов за 15 минут
Май	В апреле 2021 года американцы потратили 8,4 миллиарда долларов на покупку продуктов в Интернете
Июль	Uber ускоряет развертывание доставки продуктов благодаря партнерству с Albertsons
	Amazon к 2026 году почти удвоит онлайн-продажи съедобных продуктов
Сентябрь	Walmart захватила более 25% рынка продуктовой электронной коммерции США
Октябрь	К 2026 году электронная коммерция будет занимать 20% продуктового рынка США
Ноябрь	Amazon объединяет продуктовые магазины в единый интернет-магазин Amazon Fresh
Декабрь	Продуктовый онлайн-ритейлер Misfits Market использует 425 миллионов долларов на развитие
	Flipkart и Walmart инвестируют 145 миллионов долларов в Ninjacart для продвижения продуктовых онлайн-магазинов

Больше новостей в нашем еженедельном мониторинге eCommerce

Подписаться

DataInsight

Полная версия обзора

- ТОП-10 по количеству заказов
- ТОП-10 по объему выручки
- 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 выручке для ТОП-10

Объем: 50 слайдов

Срок предоставления: 2 дня с момента оплаты

Стоимость: 72 000 рублей*, включая НДС

Узнать больше и заказать:

Через онлайн-форму** на сайте datainsight.ru

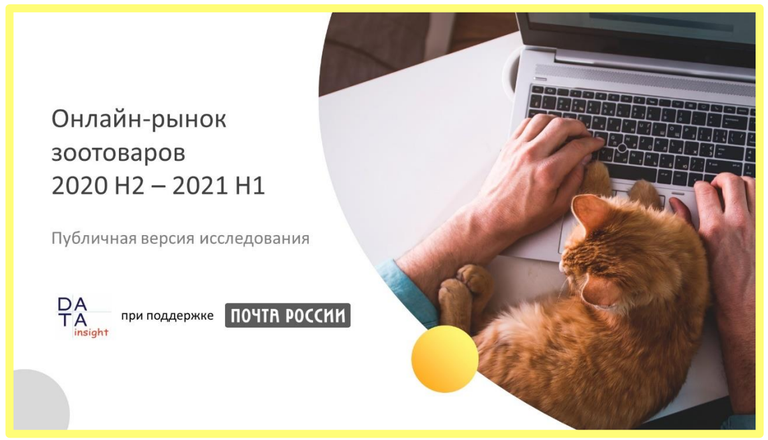
a@datainsight.ru

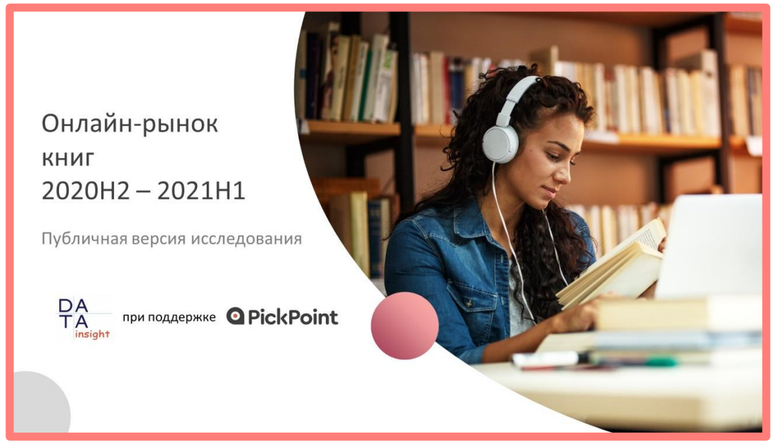
+7 (495) 540 59 06

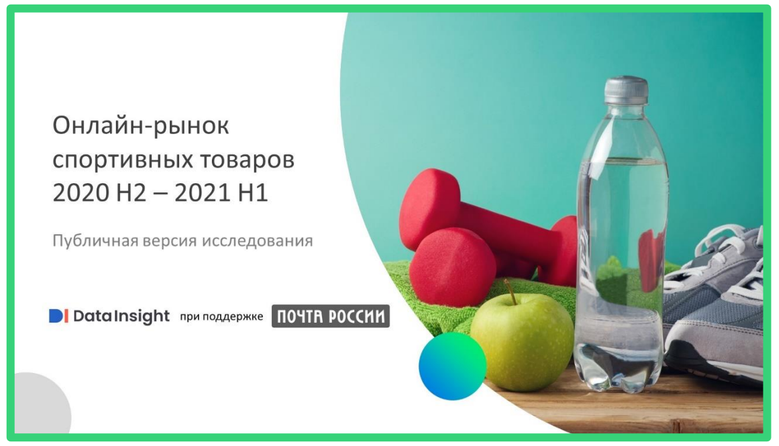
Конверсия, используемые технологии, мобильный трафик, каналы продвижения и сводная таблица приводятся для ТОП-10 по объему онлайн-продаж.
**Цена действительна до мая 2022 года. Позднее может быть изменена.*
***Онлайн-форма для оформления заявки расположена внизу указанной страницы.*

DataInsight

Наши обзоры по сегментам







А также:

- Ювелирные изделия и часы
- Бытовая техника и электроника
- Автотовары
- Косметика

В плане на ближайшее время:

- Товары для хобби и рукоделия
- Детские товары
- Интернет-аптеки

прямиком

Master Delivery - Прямиком

Master Delivery работает по модели **delivery-as-a-service**, предоставляя продавцам услугу аутсорсинга доставки: от цифровой системы управления онлайн-заказами до их доставки получателям. Компания фокусируется на разработке программного обеспечения, доставочные операции выполняют франчайзинговые партнеры. В основе стратегии – технологичность решений и курьероцентричность бизнеса.

Среди основных решений:
• Для доставки: AI-алгоритмы прогнозирования спроса и планирования ресурсов, группировки и маршрутизации заказов, собственная геоинформационная система и приложения для курьеров;
• Для логистических партнеров: системы управлениям трудовыми сменами, решения для массового рекрутмента и бизнес-аналитики.

Компания работает в 14 странах мира: с основным брендом в России, Германии, Италии, Испании и других европейских странах, через франшизную сеть – в США и странах СНГ. Сервис представлен в более чем 190 городах России и Европы, ежедневно платформа обрабатывает свыше 25 тысяч заказов. В числе клиентов – крупнейшие ресторанные и dark store сети. По итогам 2021 г. **Master Delivery** выполнил более 3 млн заказов, товарооборот превысил 5 млрд руб.

masterdelivery.ru

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

t.me/DataInsight

zen.yandex.ru

vk.com

Узнать больше:

+7 (495) 540 59 06

coordinator@datainsight.ru

datainsight.ru