

Российский eCommerce
между весной и летом 2022 г.:
неустребимый рост (но есть нюансы)



*Борис Овчинников
Upgrade Retail Лето*

Внутрироссийский рынок eCommerce: итоги-2021

Онлайн-заказы



Объем онлайн-продаж



Здесь и далее: учтены внутрироссийские онлайн-продажи (независимо от способа оплаты и получения заказа) материальных товаров российскими продавцами, с учетом НДС и стоимости доставки. Не включает заказы через терминалы ритейлера, доставку готовой еды, MLM, продажи b2b-магазинов и продажи через соцсети

Рекорд: удвоение количества онлайн-заказов

Удвоение количества онлайн-заказов за год – это рекордные* темпы роста не только для российского, но и для всего мирового eCommerce (по крайней мере если рассматривать большие национальные рынки с миллиардными объемами)

Что сделало возможным этот рекорд?

- Приход eCommerce в сферу повседневных покупок
- Резкое изменение потребительских привычек весной 2020 г.
- Массированные вложения лидеров рынка в инфраструктуру доставки
- ... и в продвижение

** Ранее за все время мониторинга рынка eCommerce (то есть с 2010 г.) Data Insight только дважды фиксировала темпы роста количества онлайн-заказов выше 30% в год – в 2019 году (=41%) и в 2020 году (+78%)*

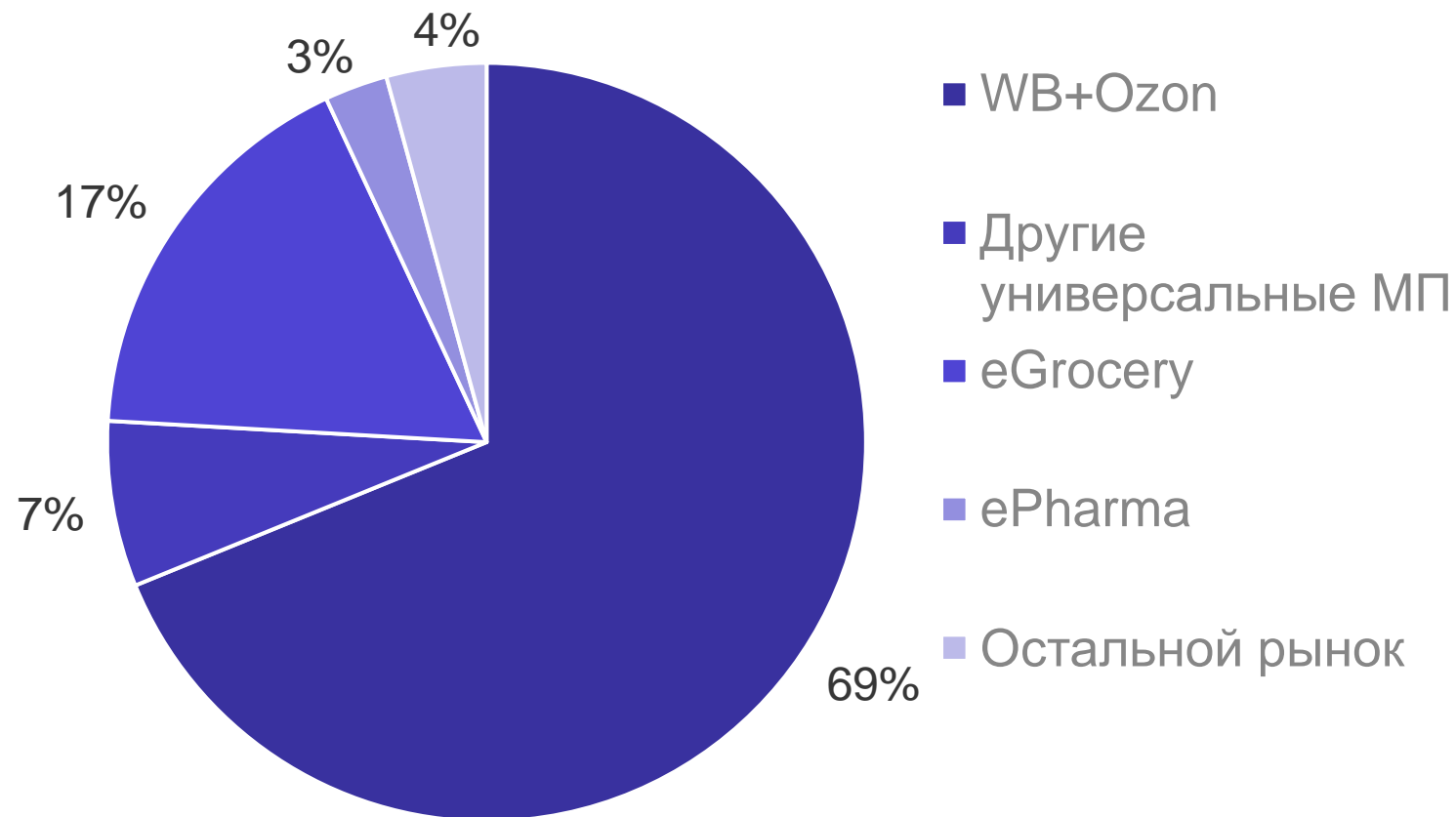
Структура роста eCommerce, 2021 [1]

Количество онлайн-заказов выросло в 2021 г. почти на 900 млн – но 6/7 этого прироста (86%) получили два крупнейших маркетплейса и сервисы eGrocery

«Традиционный» eCommerce* вырос всего на ~35 млн заказов

** Категорийные интернет-магазины не включая маркетплейсы и продавцов продуктов питания и аптечных товаров*

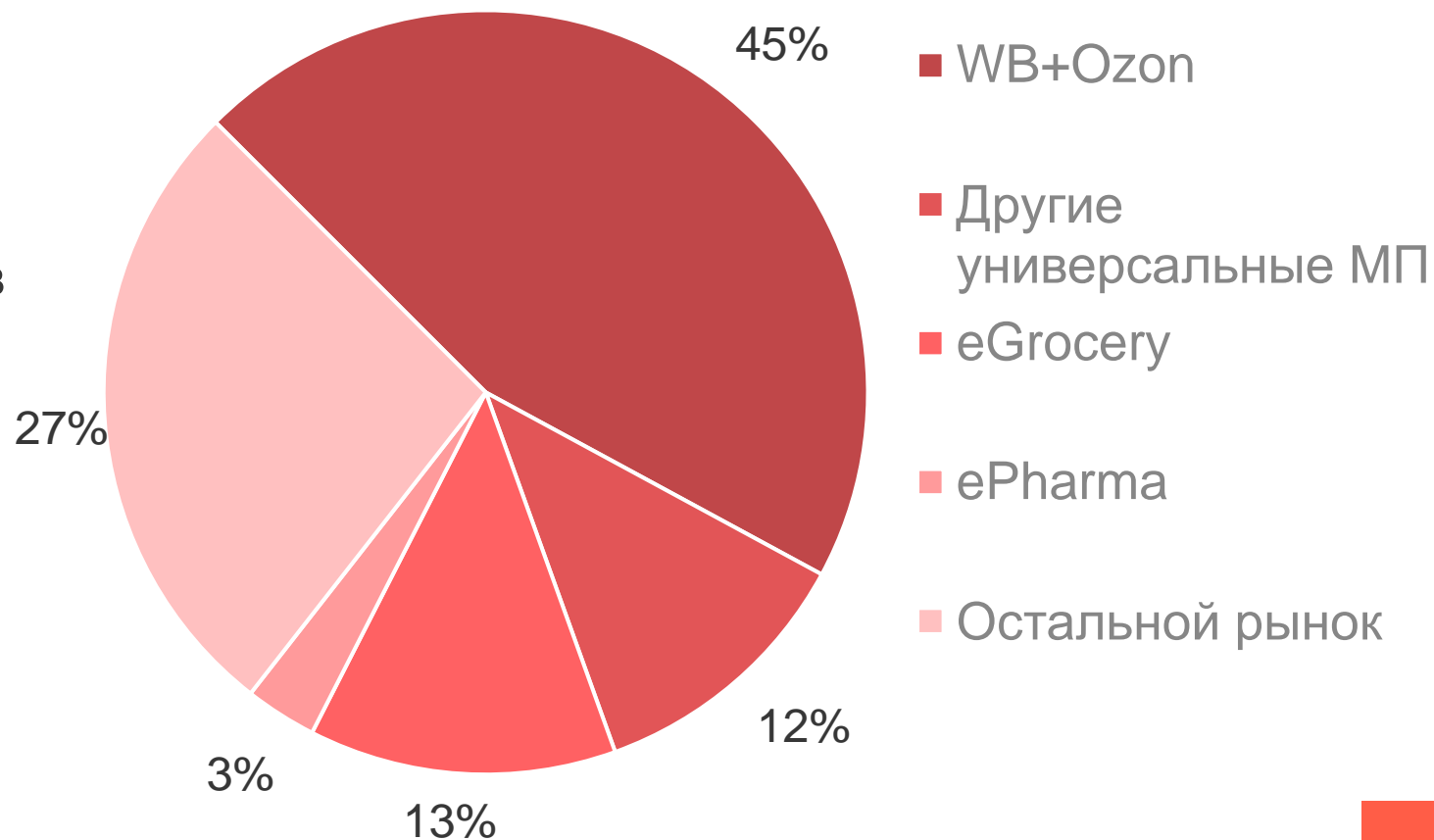
Распределение прироста количества онлайн-заказов +890 млн



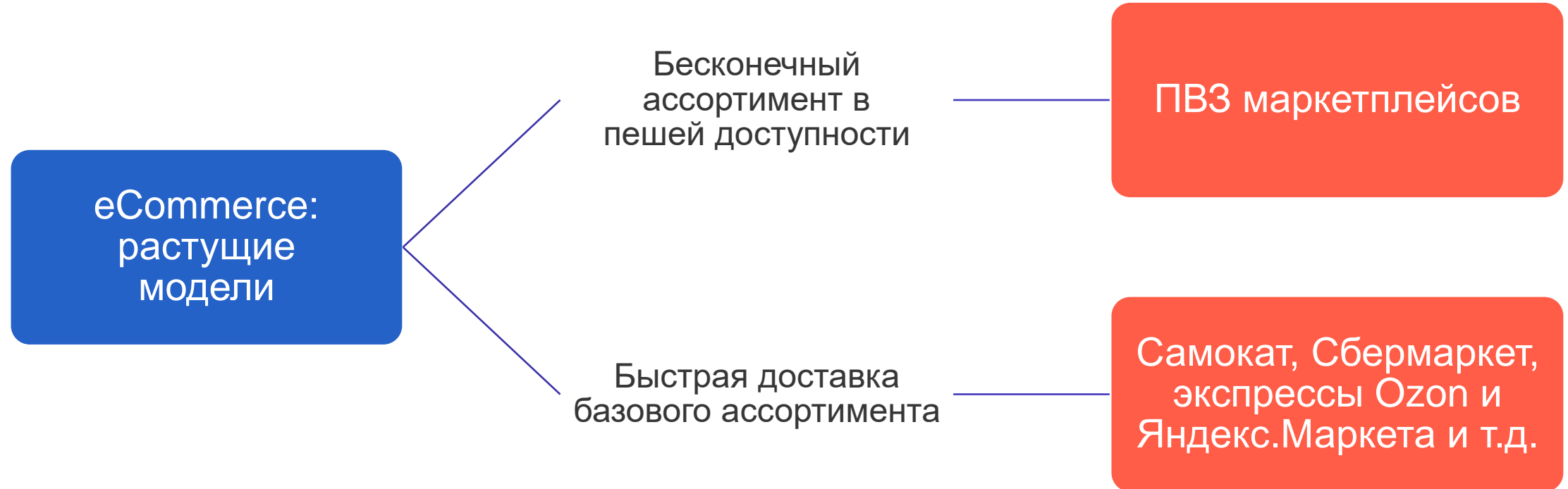
Структура роста eCommerce, 2021 [2]

Рост объема рынка в денежном выражении (+1,4 трлн. руб. по сравнению с 2020 г.) распределен более равномерно: продажи категорийных интернет-магазинов тоже росли (но в основном за счет инфляционного роста среднего чека)

Распределение прироста объема онлайн-рынка +1410 млрд ₽



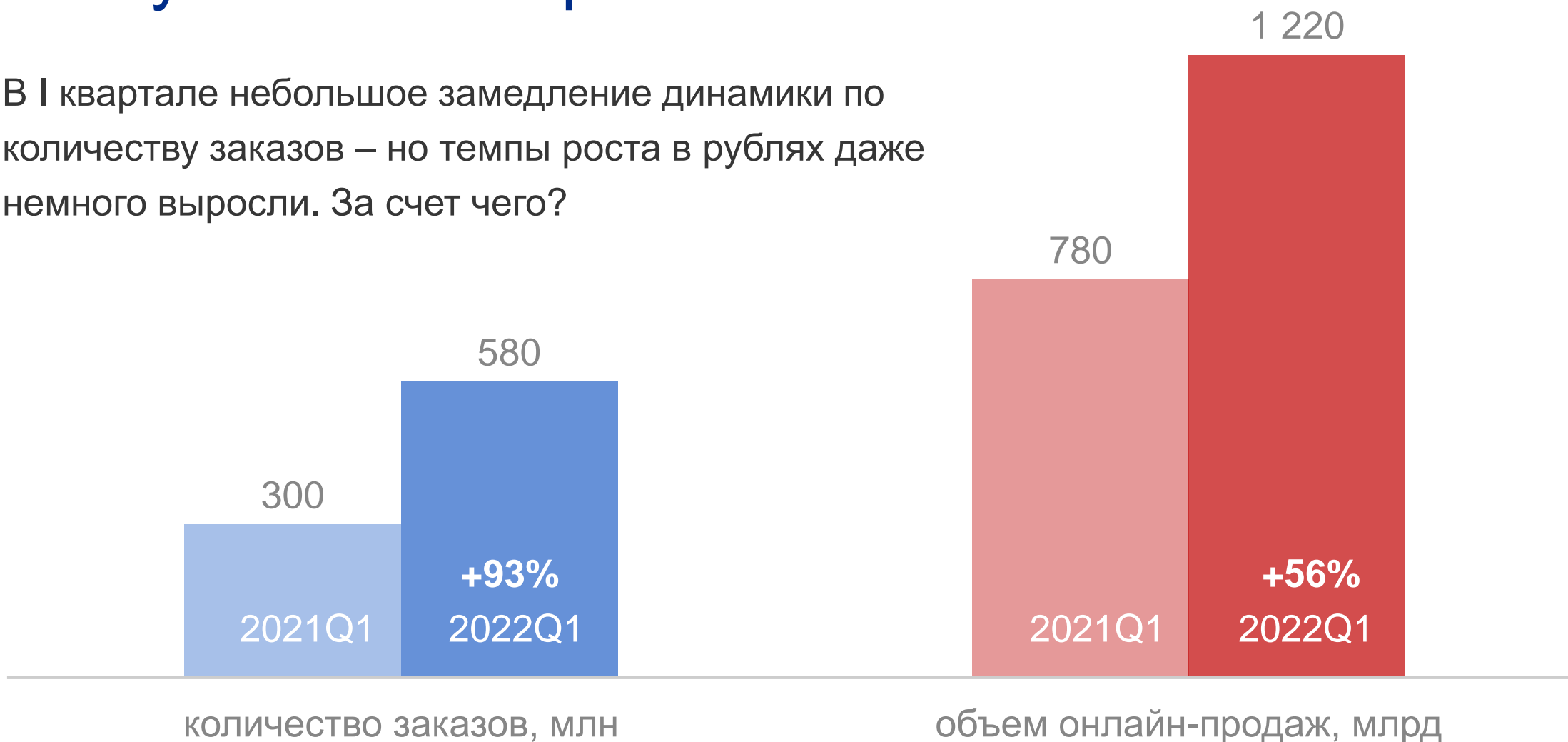
Растущие модели



Чем дальше от одной из этих моделей – тем (в среднем) хуже перспективы в онлайн

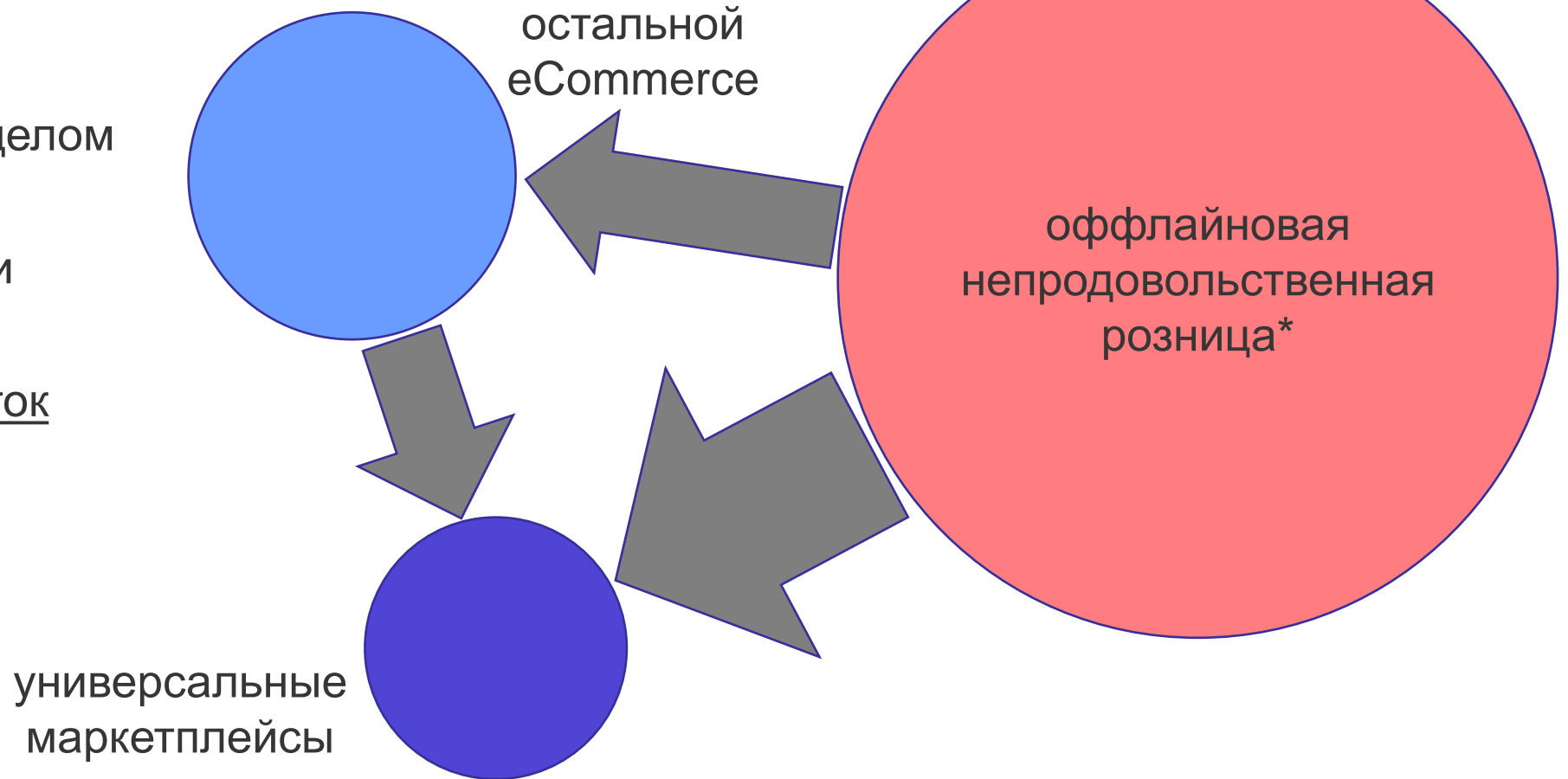
Результаты I квартала

В I квартале небольшое замедление динамики по количеству заказов – но темпы роста в рублях даже немного выросли. За счет чего?



Эффект «притяжения»

Чем eCommerce в целом и маркетплейсы в частности крупнее и «заметнее», тем быстрее идет переток к ним из оффлайн-ритейла



Площадь кругов пропорциональна объему сегмента за 2021 год, толщина стрелочек примерно пропорциональна объему перетока

** Без учета продаж автомобилей и топлива*

Промежуточное резюме

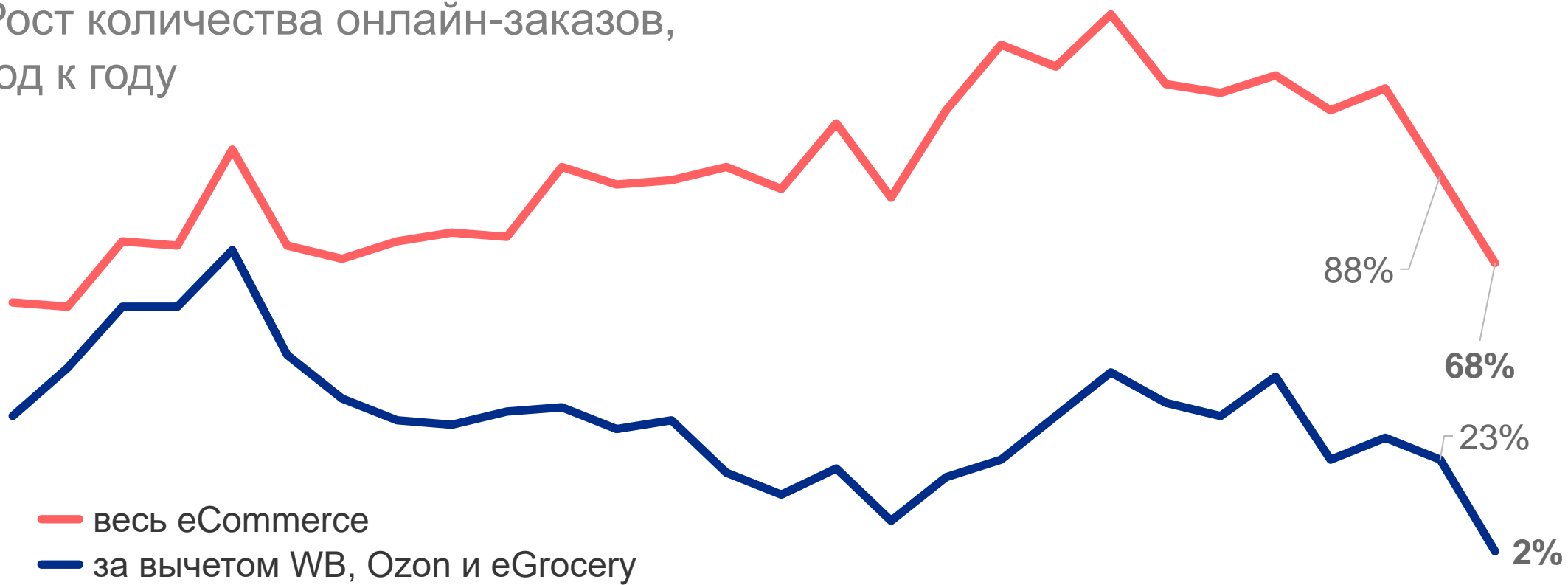
Переток покупателей и покупок из оффлайна в онлайн достаточно мощный, чтобы eCommerce сохранял положительную динамику даже при глубоком спаде рынка ритейла.

Но бенефициарами этого продолжающегося роста станут лишь некоторые площадки

Апрель 2022 [1]

2020-01 2020-04 2020-07 2020-10 2021-01 2021-04 2021-07 2021-10 2022-01 2022-04

Рост количества онлайн-заказов,
год к году



Апрель 2022 [2]

- Снижение количества онлайн-заказов только на 3% по сравнению с мартом*
- Рост количества заказов год-к-году снизился с +84% в марте (и +102% в среднем за октябрь-февраль) до +62% в апреле – это минимум за 18 месяцев
- если вычесть Wildberries и Ozon (и игроков сегмента eGrocery), то весь остальной рынок вырос (по заказам) всего на 2% к апрелю 2021 г. (и -13% к марту 2022 г.)
- у большинства интернет-магазинов из топ-500 снижение количества онлайн-заказов (апрель-2022 к апрелю-2021) составило более 10%

(все вышеприведенные оценки – без учета сегмента eGrocery)

- в сегменте eGrocery спад по количеству заказов на 7% по сравнению с мартом, замедление роста год-к-году с +135% в марте до +99% в апреле
- снижение среднего чека в eGrocery на 8% к марту и 4% к февралю – несмотря на всплеск инфляции

** Здесь и далее на слайде сравнение с мартом – по среднесуточному количеству заказов*

Май 2022

Первые оценки (очень предварительные):

нет существенного ухудшения динамики

- Количество онлайн-заказов примерно на уровне апреля (~+3%)
- Рост к маю-2021 по количеству заказов около +60% (в апреле было +68%)
- Рост к маю-2021 не только за счет WB и Ozon – количество заказов по остальным тоже выросло (в отличие от нулевой динамики в апреле-2022 к апрелю-2021)
- eGrosery: количество заказов в мае на уровне апреля, замедление темпов роста год к году с +100% в апреле до +91% в мае

Заккрытие магазинов

- 2020-2021 гг. – рост количества закрывшихся интернет-магазинов, в т.ч. в связи с переводом продаж на маркетплейсы
- март 2022 г. – закрытие или (чаще) приостановка работы большинства DTC-проектов «западных» брендов
- из 5000 наиболее посещаемых (по данным за 2021 год) интернет-магазинов за последние 3 месяца закрылось ~8%

Новые драйверы рынка eCommerce

- нестабильность ассортимента и цен в оффлайне делаем весомее фактор удобства поиска и сравнения в онлайн
- ускоренная деградация оффлайн-ритейла (снижение трафика в ТЦ, закрытие магазинов, дороговизна поддержания полного ассортимента)
- [драйвер для маркетплейсов] приход новых брендов и импортеров – для которых маркетплейсы являются самым очевидным путем выхода на конечных покупателей

Прогноз-2022

В 2022 г. российский eCommerce продолжит расти, притом почти наверняка* рост составит десятки процентов

Количество заказов будет расти существенно медленнее, чем в прошлом году (и медленнее, чем можно было ожидать до 24.02.2022) – а вот рост рынка в рублях может благодаря инфляции оказаться лишь немногим ниже 2021 г.

Прогноз-2022: количественные параметры

NB! Любой прогноз в 2022 г. очень условен – и может быть легко опровергнут реальностью

**2,8 млрд
заказов
+63%
(-40 п.п.)**

**5,8 трлн ₽
+41%
(-11 п.п.)**

Здесь и далее: учтены внутрисоссийские онлайн-продажи (независимо от способа оплаты и получения заказа) материальных товаров российскими продавцами, с учетом НДС и стоимости доставки. Не включает заказы через терминалы ритейлера, доставку готовой еды, MLM, продажи b2b-магазинов и продажи через соцсети

Как изменится рынок в ближайшие ~12 месяцев

- большинство крупных игроков останется на рынке, но вероятно не все.
И «бессмертных» нет
- сокращение маркетинговых бюджетов => рост значимости бренда/известности, дополнительное преимущество лидеров
- «битва маркетплейсов» может быстро превратиться в битву двух лидеров
- доминирование универсальных маркетплейсов (во всех категориях, кроме продуктов питания и фармы) будет быстро расти и становиться все заметнее
- массовое вымирание «чистых» (без присутствия в оффлайне) онлайн-магазинов
- снижение качества работы онлайн-интерфейсов
- сокращение инвестиций в логистику + рост значимости WB и Ozon на этом рынке
- распространение обязательной предоплаты

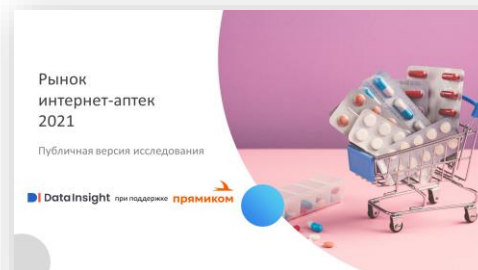
Публичные исследования Data Insight



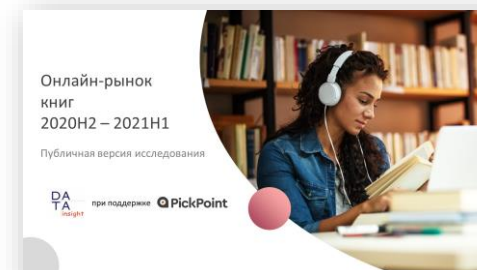
Фулфилмент для интернет-торговли 2020



Доставка крупногабаритных товаров



Рынок интернет-аптек 2021



Онлайн-рынок книг



Топ-100 интернет-магазинов рейтинг 2021



Интернет-торговля в России 2021

Партнеры Data Insight




Data Insight

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

Наши публичные **исследования** – <https://datainsight.ru/research>

Связаться с нами:

 a@datainsight.ru

 +7 (495) 540 59 06

 datainsight.ru

Другие контакты:

datainsight.ru/contacts