

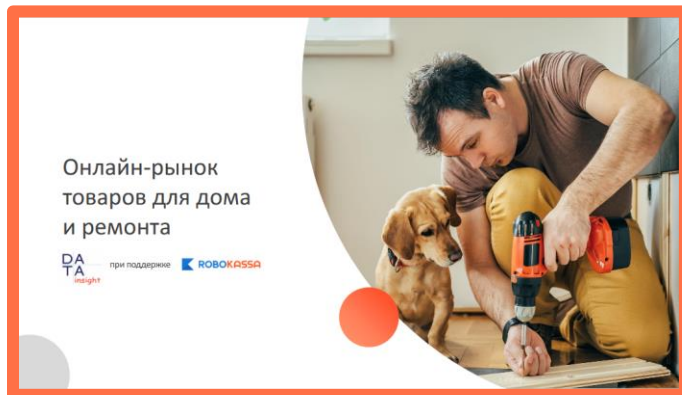
Рынок eCommerce в России: размер и категории

DA
TA
insight

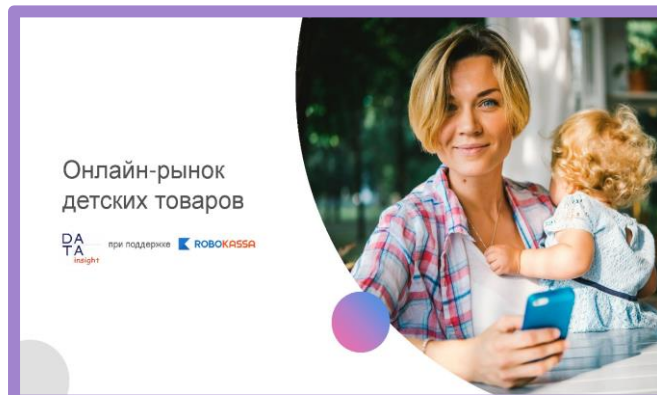
2017-2018

Борис Овчинников

2018 для DI: публичные данные по отдельным секторам



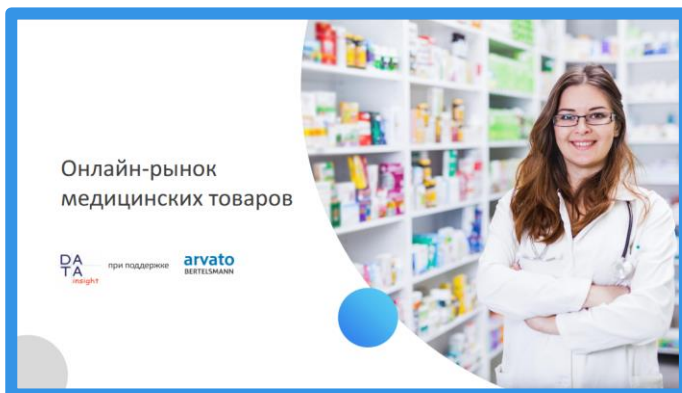
Товары для дома и ремонта



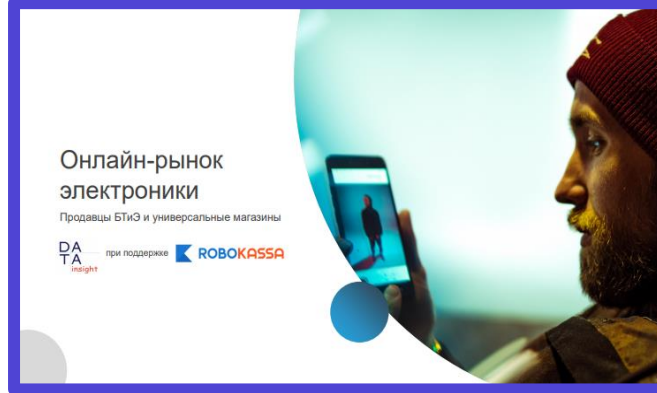
Детские товары



Одежда и обувь



Медицинские товары



Электроника

О чем сегодняшний рассказ

- Основные **товарные категории** в цифрах
Сравнение по размеру, по среднему чеку и конверсии, по источникам трафика, по используемым сервисам
- ... но сначала – **статистика рынка eCommerce в целом**
в том числе первые цифры по итогам 9 месяцев 2018 года!



1

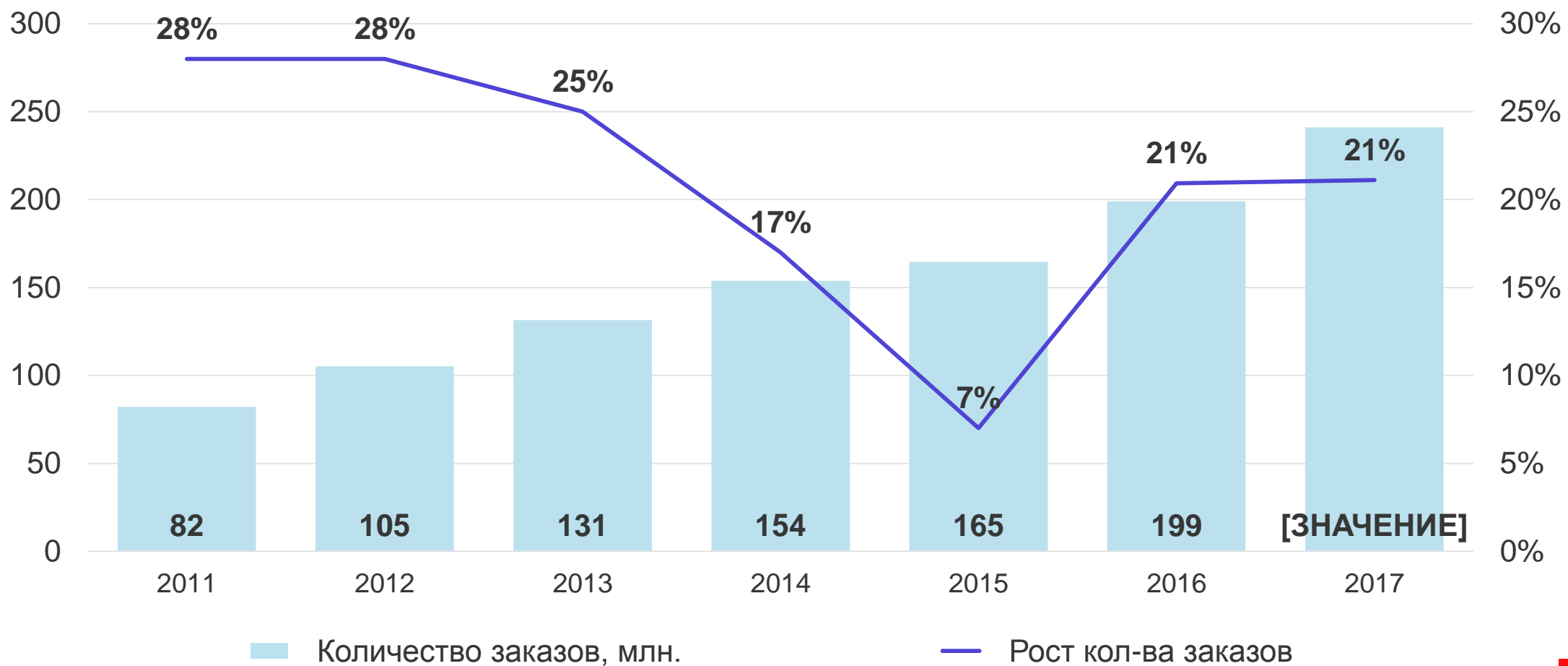
Объем рынка: заказы

241 миллион заказов* в 2017 году

- 241 млн заказов за год = 660 тысяч в среднем в сутки
- +42 млн за год к 2016 году (на 115 тысяч больше в сутки)
- 241 млн - это только онлайн-продажи **российских** интернет-магазинов
- **НЕ** включает продажу билетов (на мероприятия и транспорт), заказ готовой еды, продажи (покупки) через альтернативные форматы (MLM, совместные покупки, сервисы объявлений, социальные сети)

* Уточненная оценка

Рост в 2,25 раза за 5 лет



9 месяцев 2018: рост на 2 п.п. медленнее, чем год назад

Оперативные данные по топ-500* интернет-магазинам (~75% всего рынка)

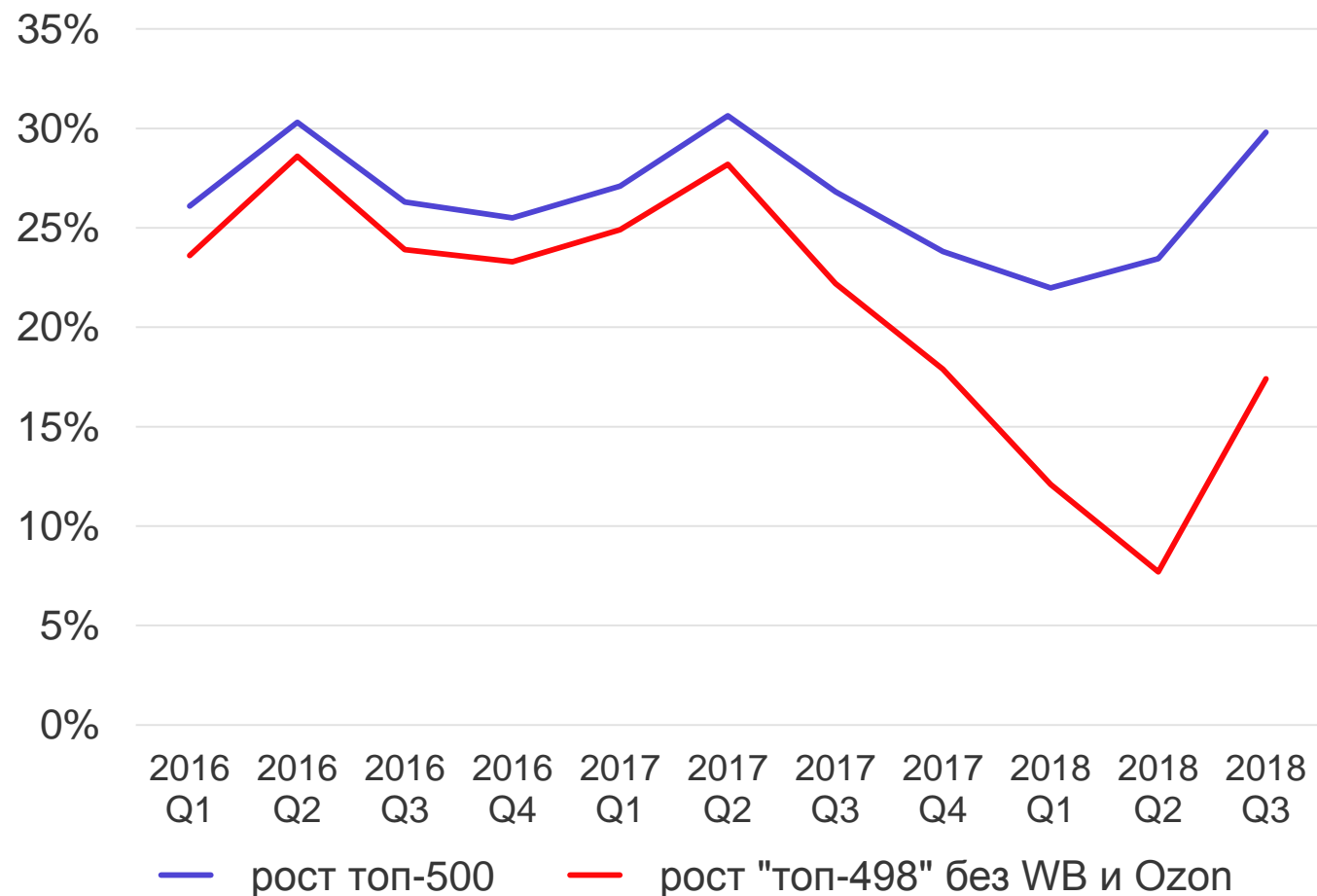
- 2017 г: **+27%** по количеству заказов (относительно 2016 г.)
в т.ч. первые три квартала +28%
- 2018 г.: **+25%** по количеству заказов
(январь-сентябрь 2018 к январю-сентябрю 2017)
- Естественное плавное замедление роста?
Все немного сложнее (и более позитивно)

** Топ-500 магазинов отобран по пиковым за период 2015-2018 гг. квартальным значениям*

III квартал: рынок резко ускорился



Почти 2/3 роста рынка дают два магазина



2018 по сравнению с 2017
(за 9 месяцев) – это
+117 тысяч заказов в день

Wildberries: +60 тысяч заказов в
день

Ozon: +16 тысяч заказов в день

Остальные в сумме: +40 тысяч

Если исключить WB и Ozon, то
рост заказов по «топ-498» в I
полугодии только +10%

Конец эпохи опережающего роста кроссбордера?

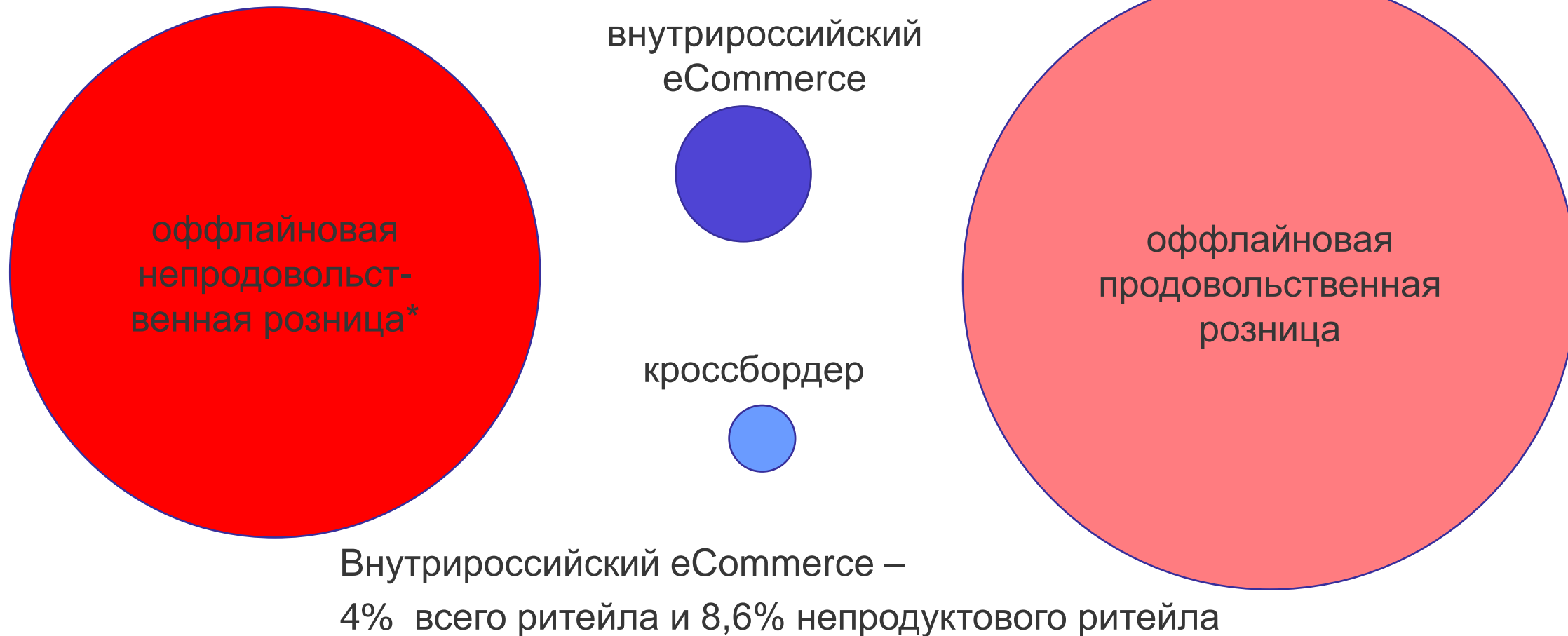
Рост количества онлайн-покупок россиян в 2018 г. (за 9 месяцев)

- в российских интернет-магазинах (в заказах):
+25% по топ-500 и **+21%** в целом по рынку
- в зарубежных интернет-магазинах:
+25% по количеству отправок через Почту России
+24% по данным ЦБ РФ (за 6 месяцев)

Примерное равенство!

** Топ-500 магазинов отобран по пиковым за период 2015-2018 гг. квартальным значениям*

Конкуренция с кроссбордером или с оффлайном? Сравнение потенциалов



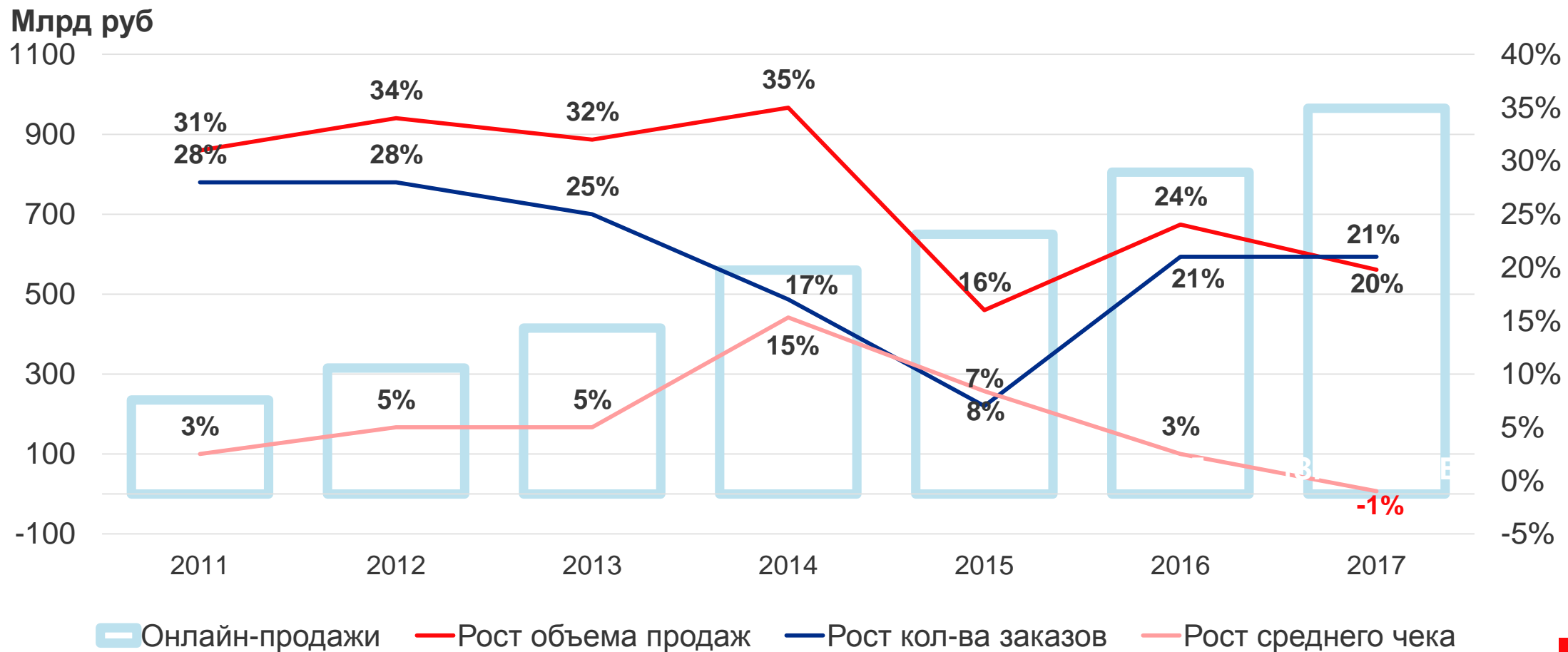
* без учета продаж автомобилей и бензина



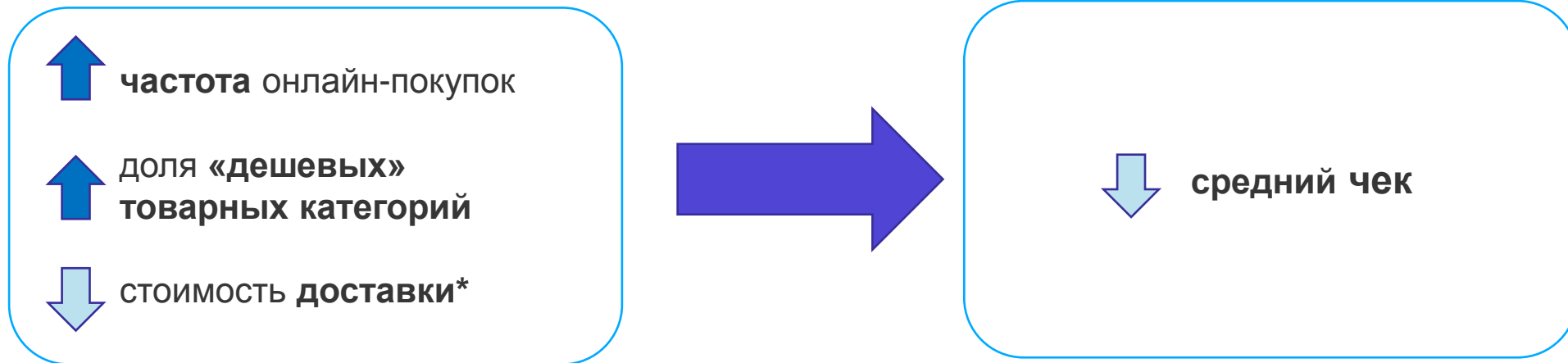
2

Объем рынка: деньги

2017 год: первое снижение среднего чека



Драйверы снижения среднего чека



** Помимо собственно снижения тарифов на доставку, также влияет большая доступность предложений с бесплатной курьерской доставкой и расширение сети ПВЗ и постаматов*

Количественные прогнозы

2018

- рост количества заказов по топ-500 **+27%**
(если динамика IV квартала будет не хуже III квартала)
- рост остальных магазинов в среднем на ~5% в год
- снижение среднего чека на несколько процентных пунктов
- => рост объема рынка в рублях почти на 20% за год: **~+19%**

2019 и далее

- сохранение темпов роста внутрироссийского рынка eCommerce (по количеству заказов) на уровне примерно 20% в год
- рост рынка в основном за счет недорогих покупок => дальнейшее снижение среднего чека (которое может быть нарушено колебаниями валютных курсов)

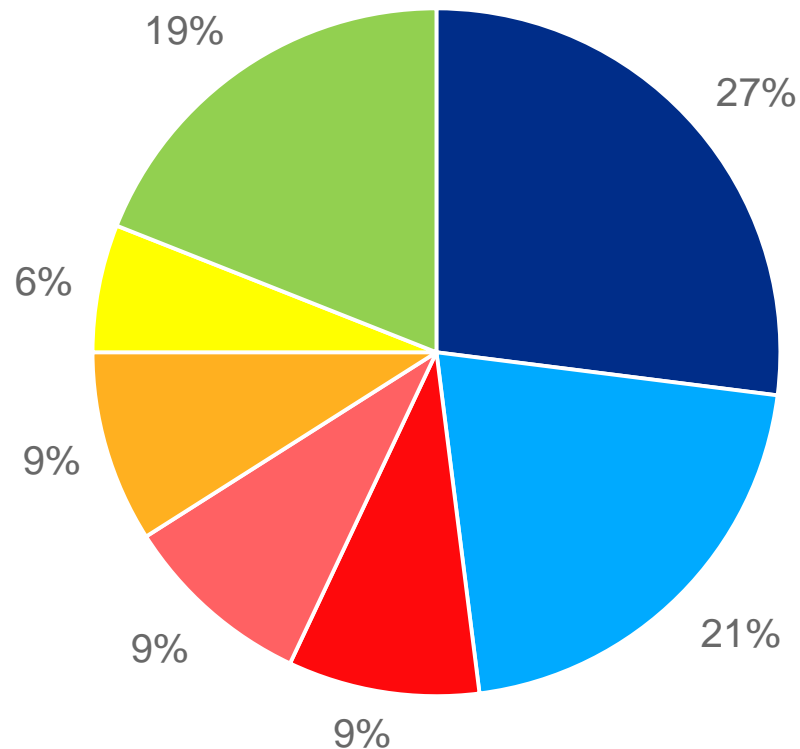


3

Товарные категории: цифры


Электроника и DIY дают почти половину состава топ-1000

Распределение интернет-магазинов по товарным категориям




- Электроника + Универсальные
- Товары для дома и ремонта
- Красота и здоровье
- Одежда, обувь, аксессуары
- Автозапчасти
- Товары для детей
- Другие категории

По данным для ТОП 1000 российских интернет-магазинов

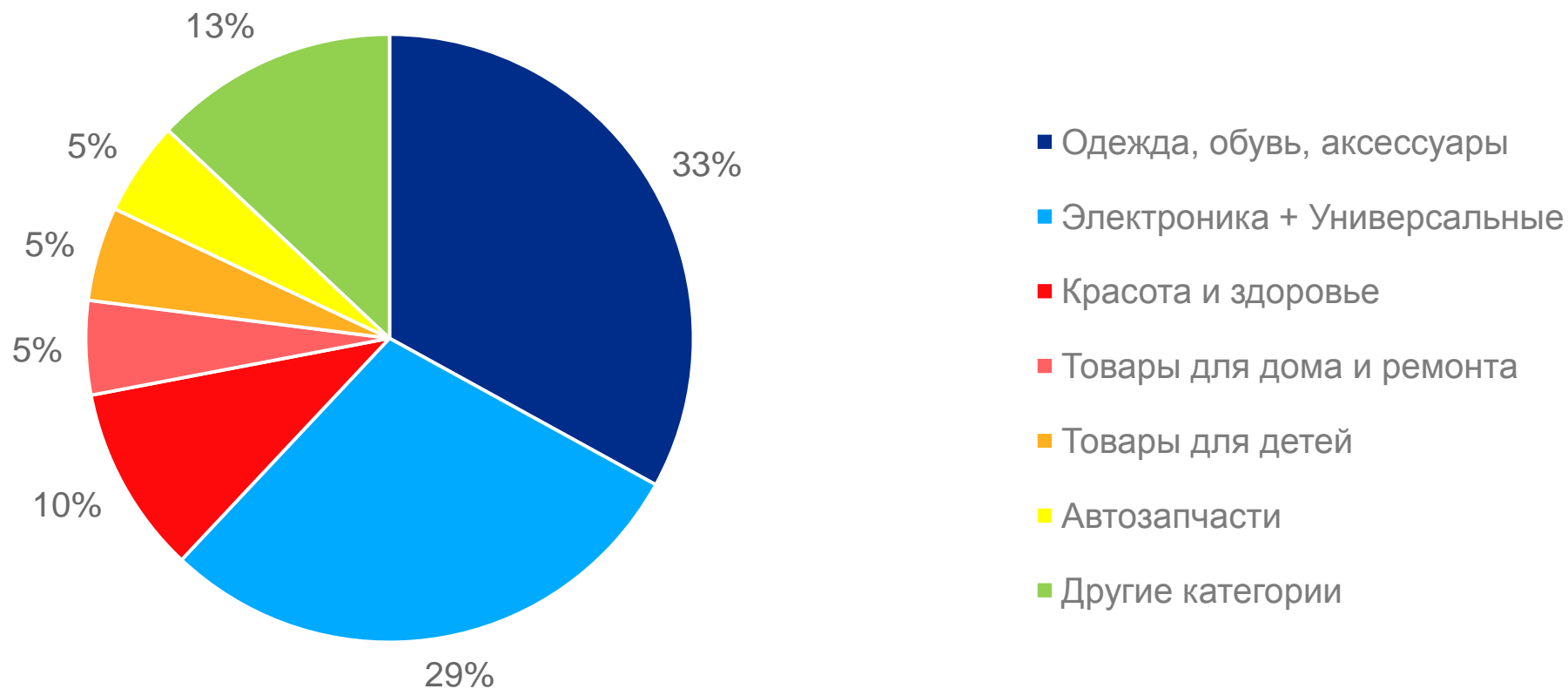


[далее все данные приводятся по интернет-магазинам, входящим в топ-1000 по объему онлайн-продаж за 2017 г.]



Одежда и обувь – лидер по количеству заказов

Доли товарных категорий по заказам



По данным для ТОП 1000 российских интернет-магазинов

Быстрый рост характерен для магазинов FMCG и косметики и для интернет-аптек

Рейтинг категорий

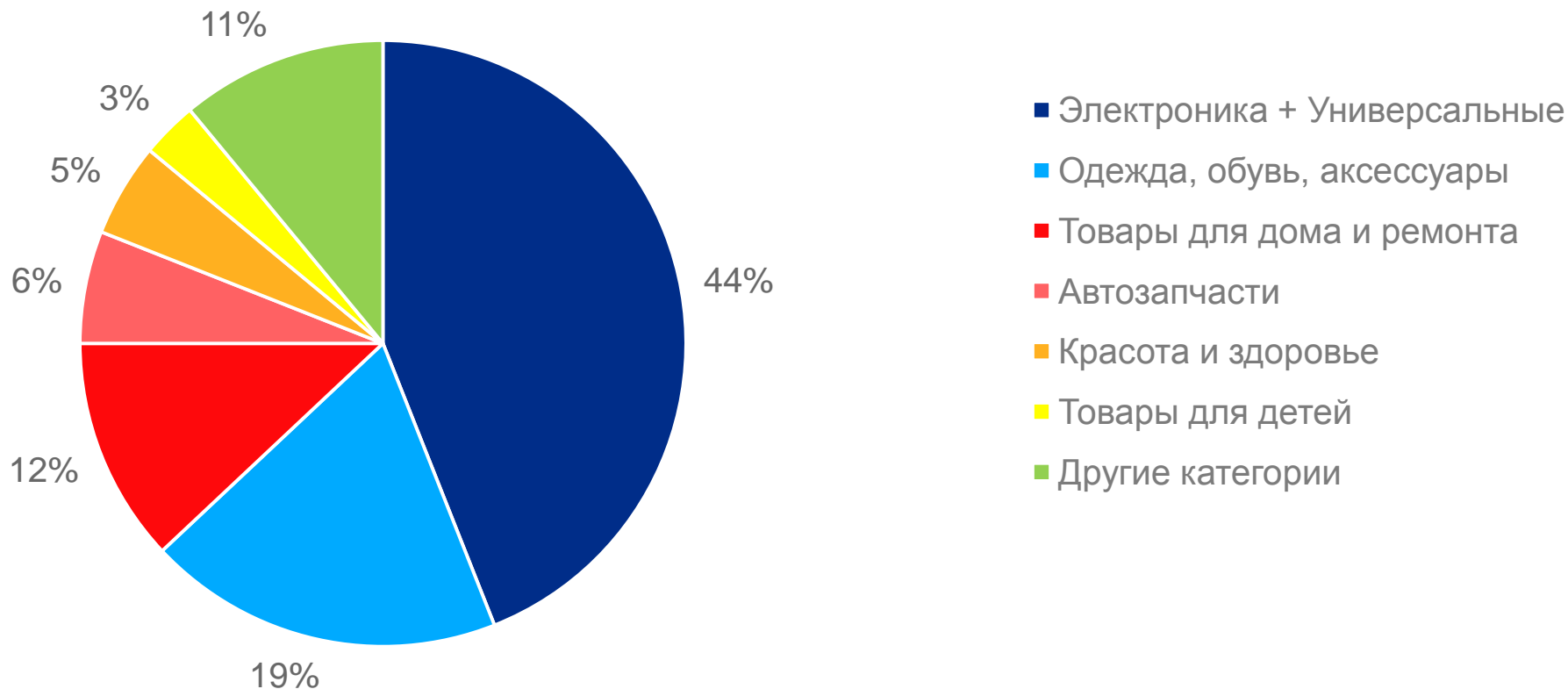
(медианный рост количества заказов, 09.2018 к 09.2017)

! Это не рост спроса в категории и не рост лидеров сегмента – это рост типичного крупного / среднего магазина

1. FMCG	+ 33%
2. Красота и здоровье	+ 29%
3. DIY	+ 24%
4. Автозапчасти	+ 21%
5. Товары для детей	+ 13%
6. Электроника и техника	+ 12%
7. Одежда и обувь	+ 9%
8. Универсальные магазины	+ 5%

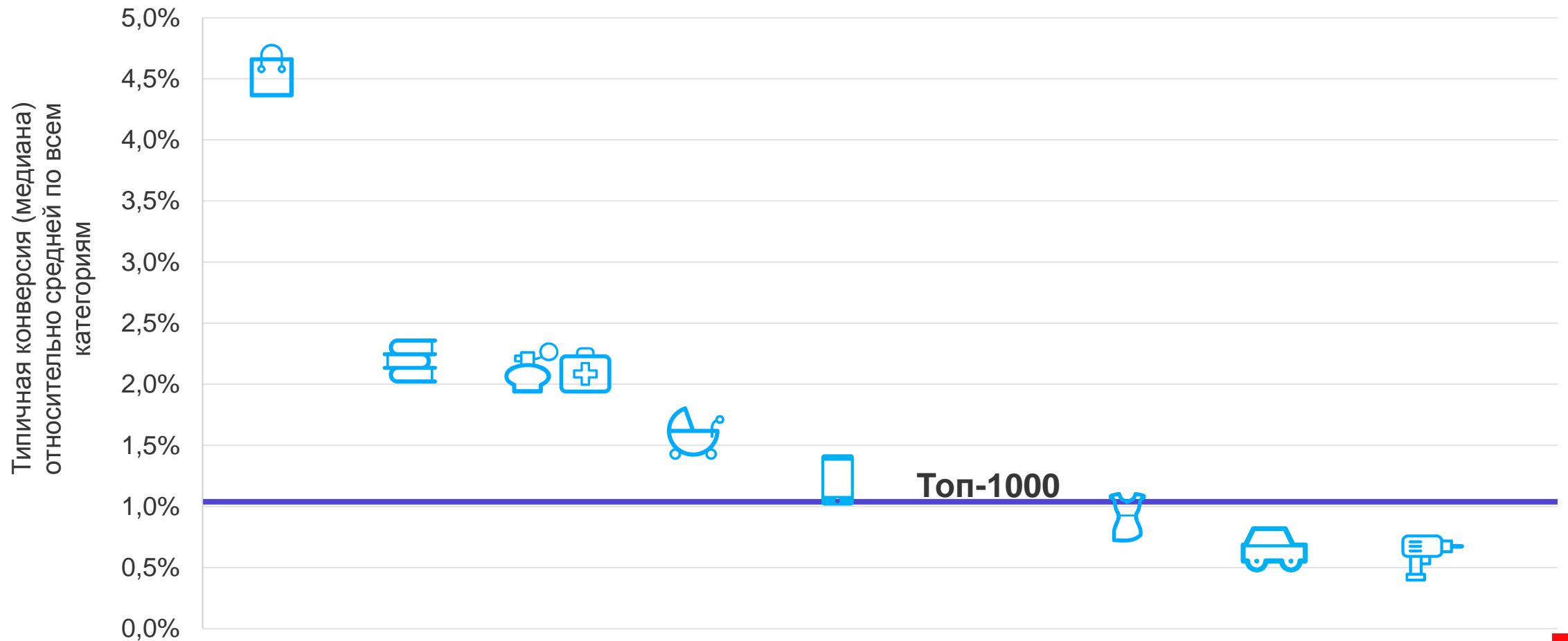
Почти половина объема рынка – продажи магазинов БТиЭ и «универмагов»

Доли товарных категорий по обороту (руб.)



По данным для ТОП 1000 российских интернет-магазинов

Наибольшая конверсия – в сегментах FMCG, книг, красоты и здоровья





4

Категории: особенности

Источники трафика в Топ-1000 ИМ

Топ категорий источников трафика:

1. Поисковая «органика» (особенно значима для категорий Красота и здоровье и Книги)
2. Прямой трафик
3. Переходы с других сайтов
4. Поисковый рекламный трафик (значим для всех категорий, кроме Красоты/здоровья и Книг)
5. Переходы из email (наиболее значимы для Одежды и обуви и Товаров для детей)
6. Переходы из рекламных сетей (значимы только для категории Одежда и обувь)
7. Переходы из соцсетей (пики в тех же категориях, что и для переходов из почтовых сервисов)

Источник: Similarweb, 2017

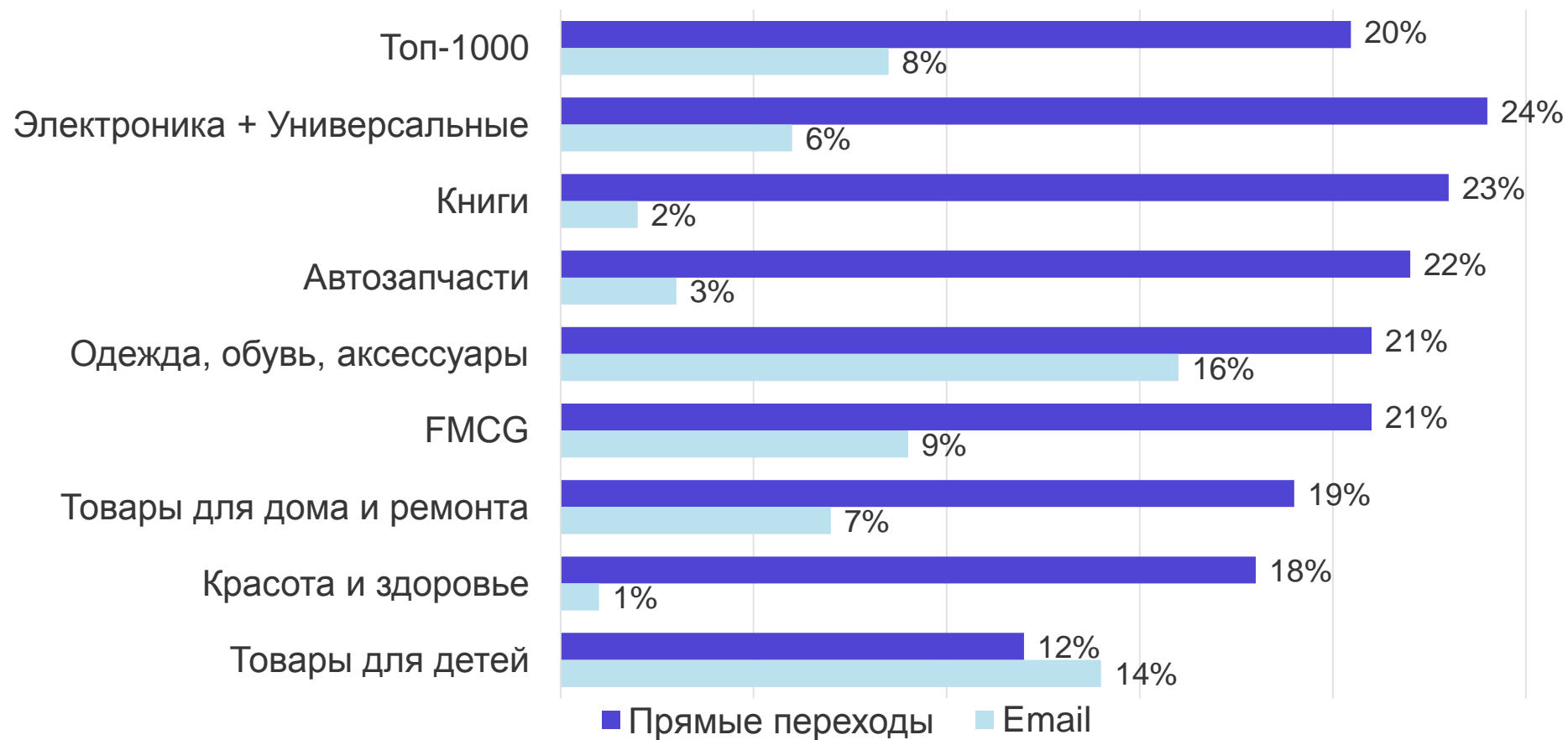


Трафик из поиска: органика vs. контекст



Источник: Similarweb, 2017

«Лояльный» трафик: type-in и переходы из рассылок и уведомлений

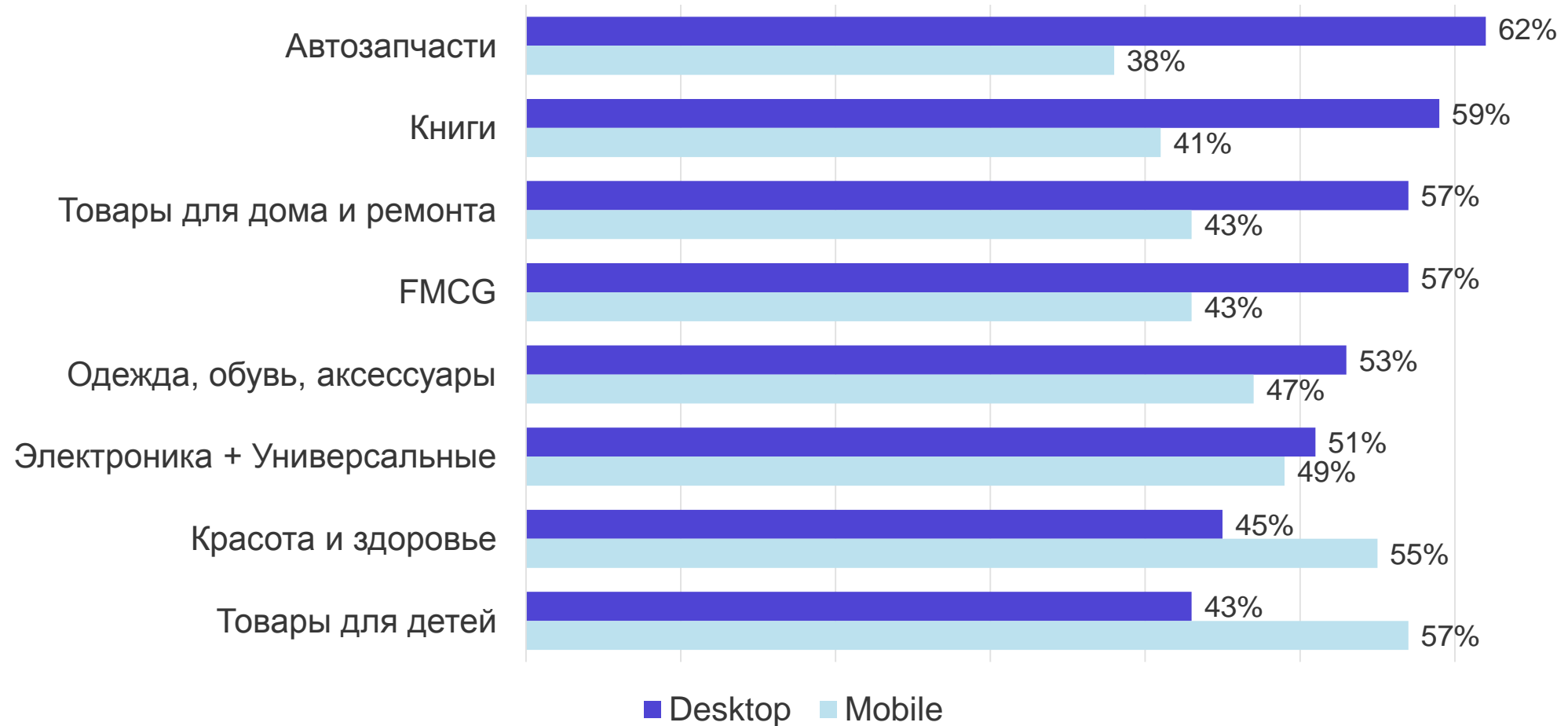


Источник: Similarweb, 2017

Присутствие в соцсетях: более 85% ИМ ведут группы ВКонтакте

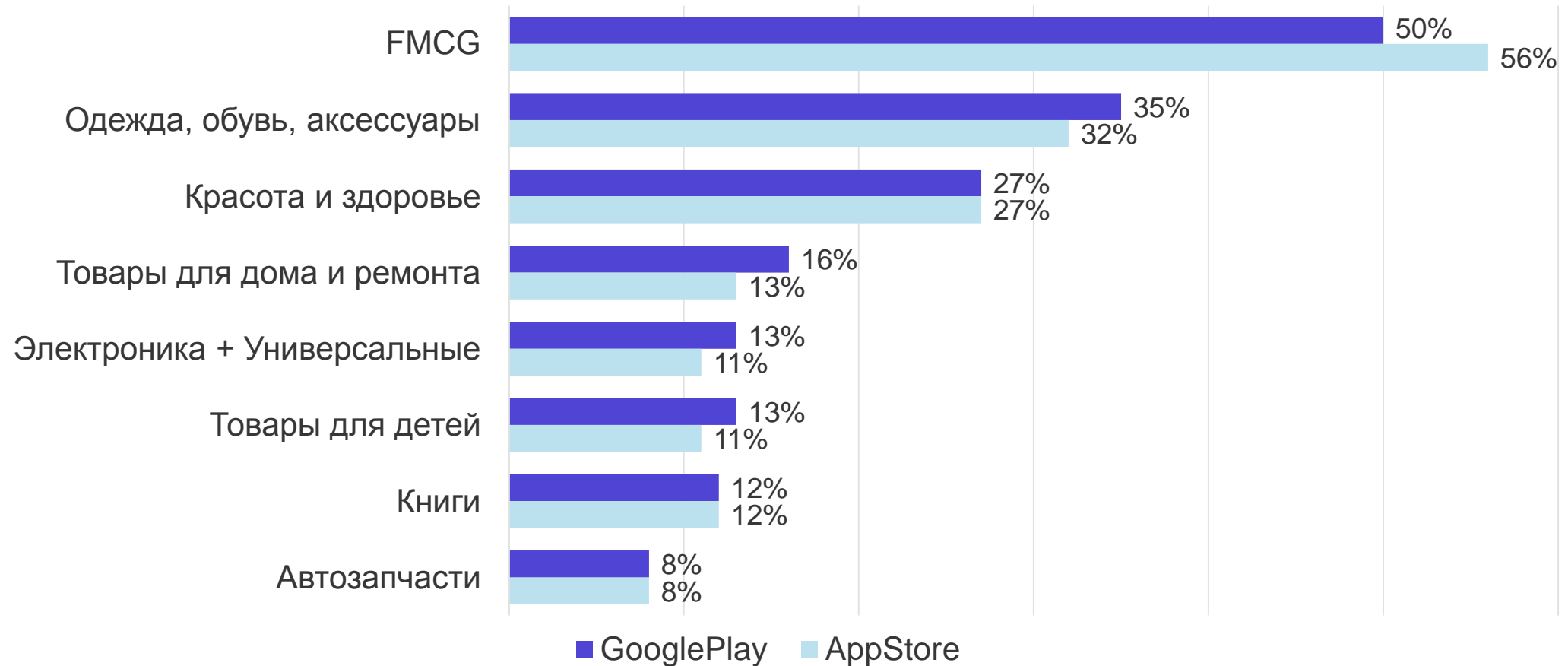
Товарные категории	#1 ВКонтакте	#2	Охват #2	#3	Охват #3
Товары для детей	97%	Facebook	84%	Instagram	75%
Одежда, обувь, аксессуары	96%	Facebook	85%	Instagram	83%
Книги	88%	Facebook	76%	Instagram	59%
Электроника+Универсальные	87%	Facebook	57%	Twitter	53%
Красота и здоровье	86%	Facebook	72%	Instagram	64%
Товары для дома и ремонта	86%	Instagram	69%	Twitter	50%
FMCG	81%	Facebook	81%	Instagram	63%
Автозапчасти	75%	Instagram	41%	Twitter	28%

В Красоте/здоровье и Детских товарах преобладает мобильный трафик

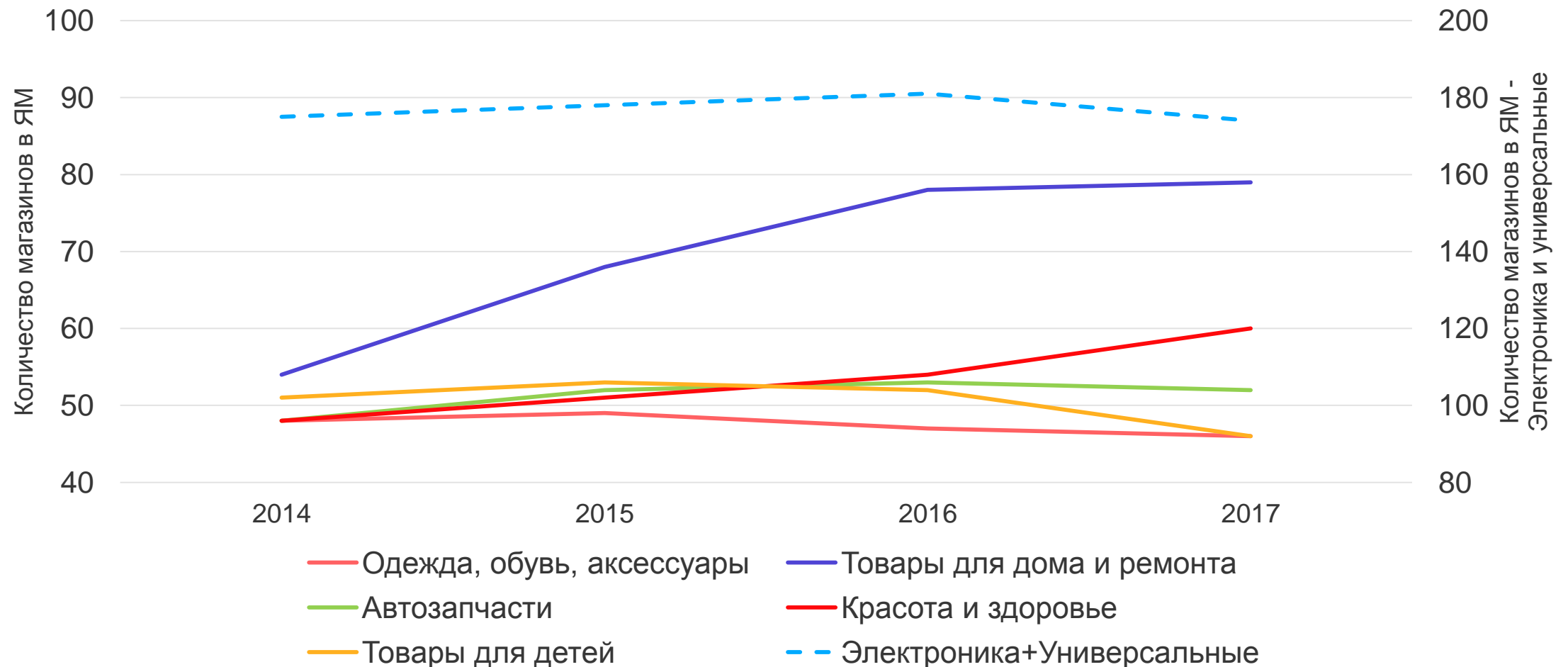


Источник: Similarweb, 2017

FMCG и одежда и обувь – лидеры по доле ритейлеров с мобильным приложением



DIY и красота и здоровье – две категории с растущим присутствием в Яндекс.Маркете

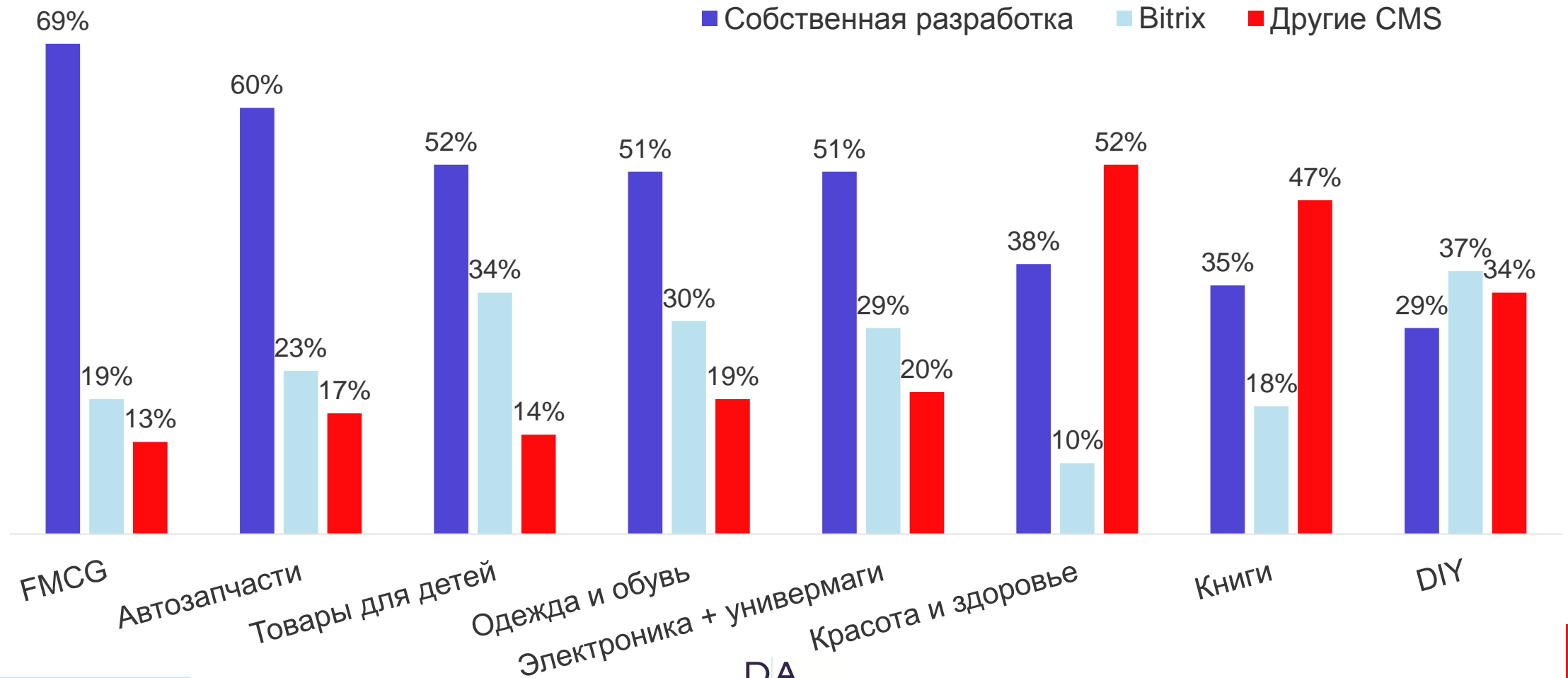




5

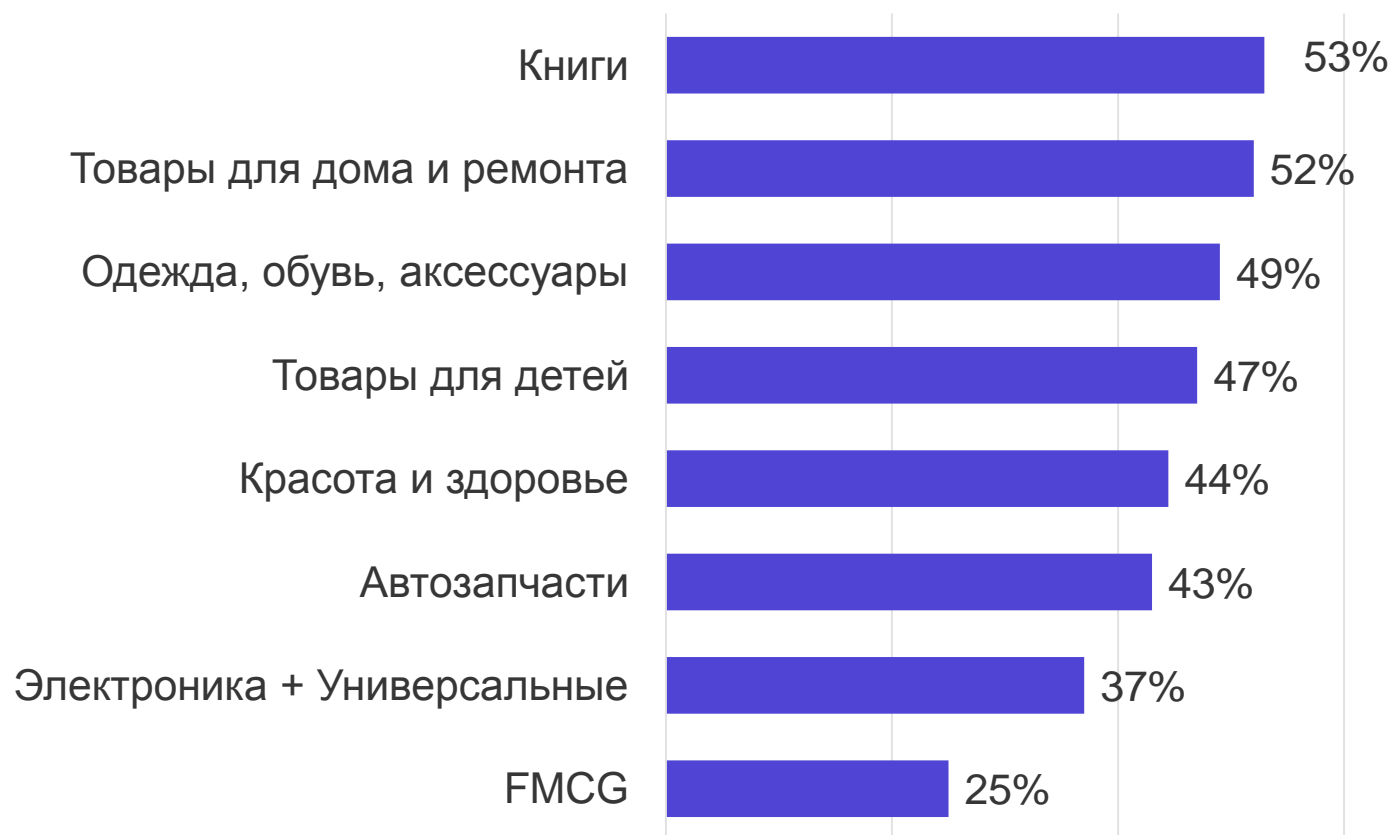
Как устроены интернет-магазины: несколько примеров

Стандартные CMS преобладают только в 3 товарных категориях из 8



Сервисы обратной связи

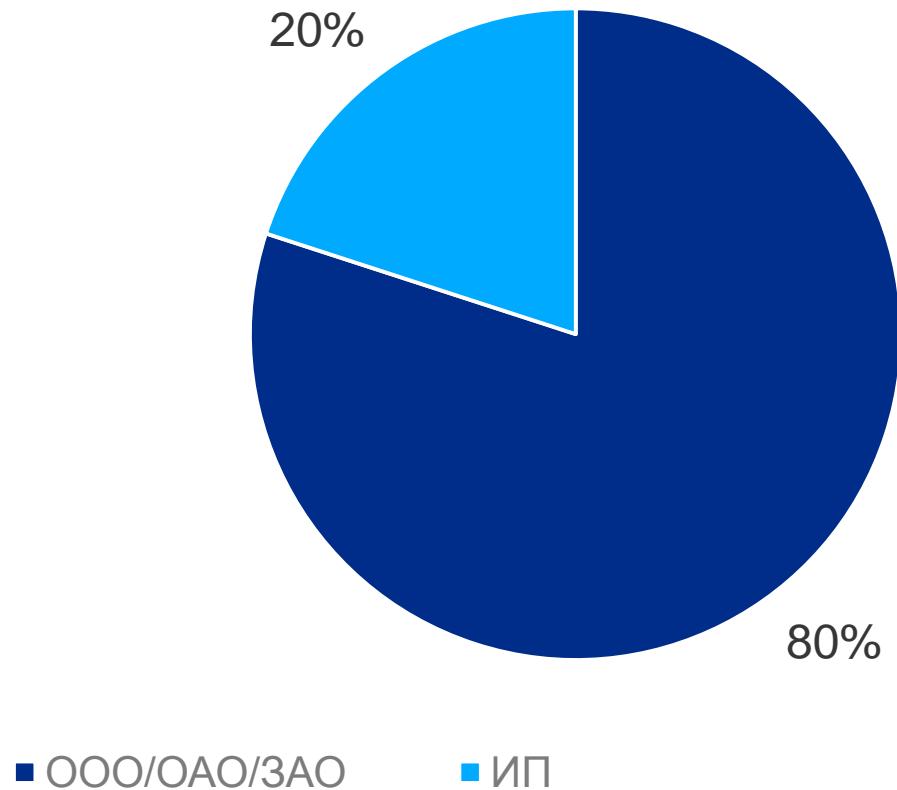
доля интернет-магазинов,
использующих сервисы обратной связи



Примеры сервисов
обратной связи:

- JivoSite
- LiveTex
- SendPulse
- RedHelper
- OneSignal

Каждый пятый интернет-магазин в Топ-1000 – это ИП



Экстремумы:

Электроника – доля ИП 28%

FMCG – доля ИП 0%

В других ключевых товарных категориях
доля ИП – 17-19% от всех
входящих в топ-100



Data Insight

Коммерческие исследования и проекты

Исследования рынков

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

Исследования покупателей

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

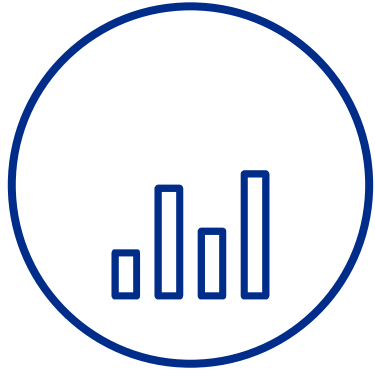
Конкурентный анализ

- Ключевые конкуренты: доли рынка
- Анализ ассортимента товаров/услуг
- Анализ структуры продаж
- Ключевые преимущества и недостатки

Консалтинг

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

Новости Data Insight



Подписаться на новости Data Insight
и получать исследования на почту в день публикации
coordinator@datainsight.ru



Новостной еженедельный мониторинг рынка e-commerce
datainsight.ru/ecomm_weekly

Data Insight

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



Публичные исследования

Читать



Новостной мониторинг e-commerce

Подписаться

Узнать больше:



+7 (495) 540 59 06



a@datainsight.ru



datainsight.ru



facebook.com/DataInsight



[Slideshare.net/Data_Insight](https://slideshare.net/Data_Insight)



t.me/DataInsight



zen.yandex.ru