

Fashion online: 2020-ый в цифрах и трендах

DA
TA
insight



1

Для контекста:
рынок eCommerce в целом

Внутрироссийский рынок eCommerce: рекорды скорости роста

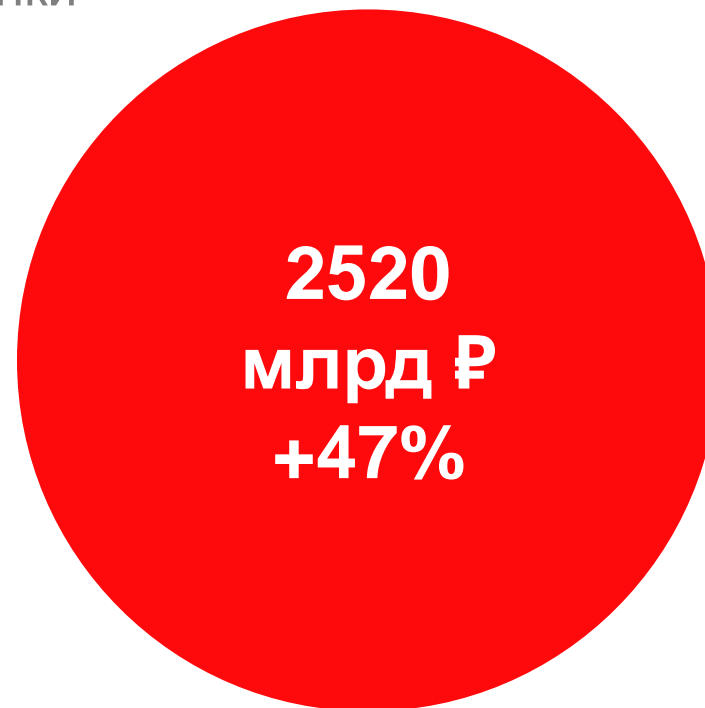
Заказы



+50%

(предварительные оценки
от декабря 2020 г.)

Объем онлайн-продаж



+28%

год назад (2019 к 2018)

Что входит и не входит в ~2520 млрд

Включает:

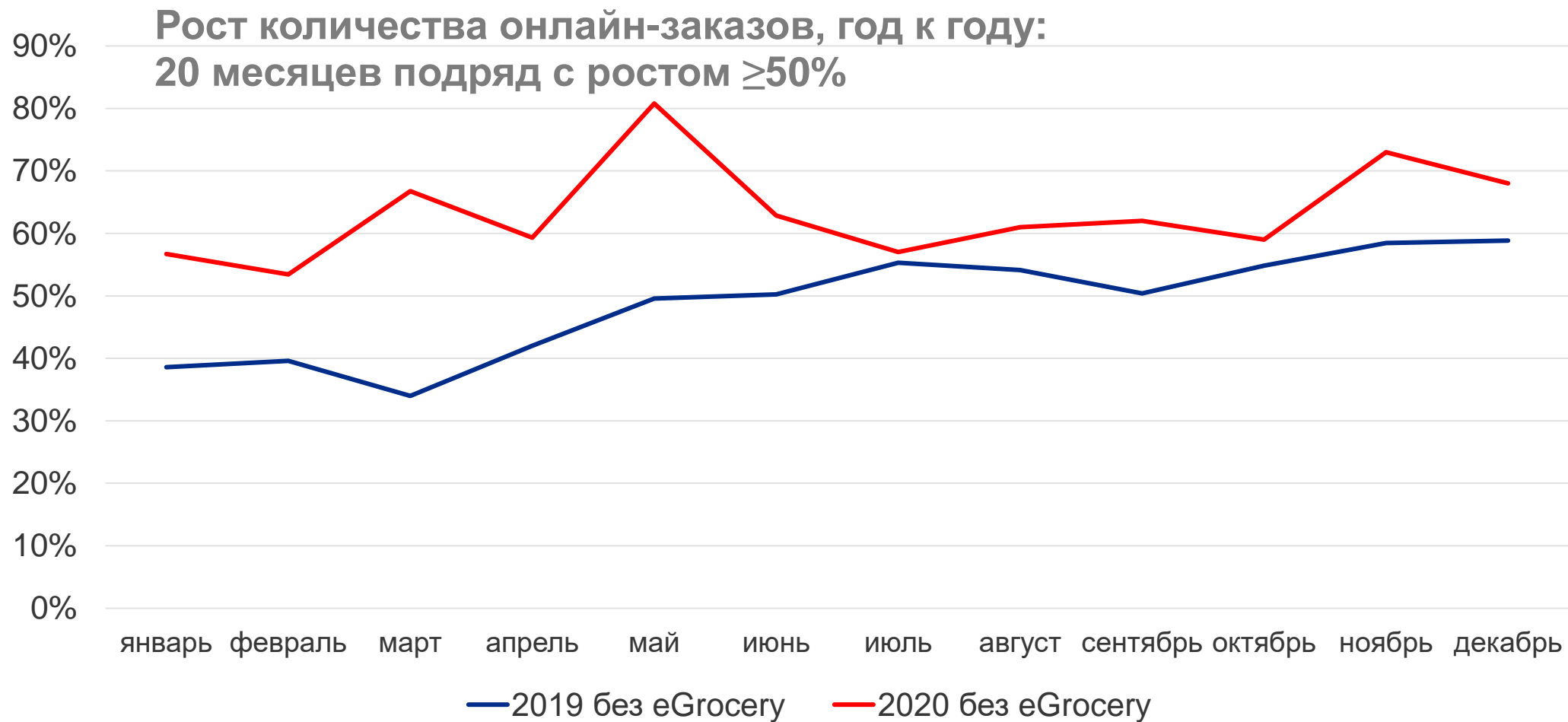
- все дистанционные онлайн-заказы материальных товаров в российских интернет-магазинах
- ... независимо от способа оплаты и доставки
- ... а также независимо от канала заказа (сайт, приложение, сайт+телефон) и места продажи (собственный сайт или маркетплейс)
- полную стоимость заказа, в т.ч. НДС и стоимость доставки
- оплаченные и полученные (в т.ч. и позже возвращенные) товары

Не включает:

- кросс-бордер (и входящий, и исходящий)
- доставку готовой еды
- продажу услуг, туристических услуг/продуктов и билетов на мероприятия
- продажи через социальные сети, мессенджеры и C2C платформы
- продажи оптовых и b2b интернет-магазинов
- продажи через терминалы в магазинах

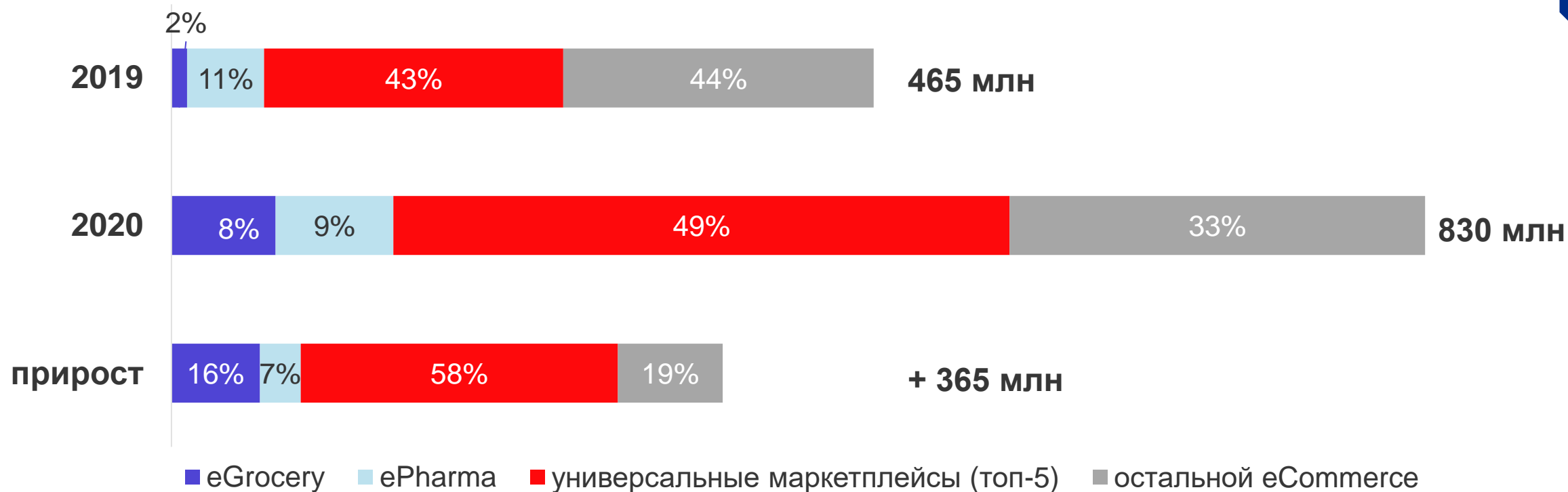
Оценки DI по рынку eCommerce основаны на мониторинге тысяч интернет-магазинов и совмещают данные, получаемые от самих интернет-магазинов, с собственными данными и оценками DI по посещаемости, конверсии, количеству заказов, их выполняемости и среднему чеку

Ковид продлил быстрый рост (а не создал его)



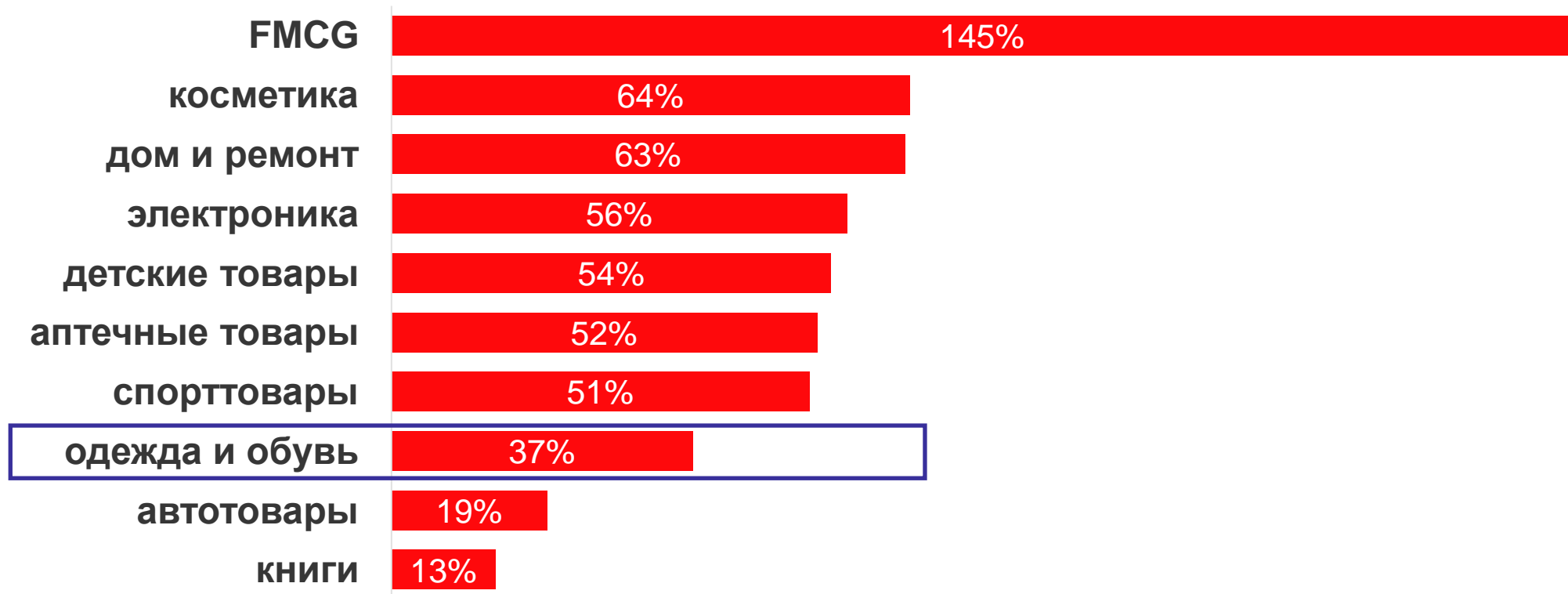
Неравномерный рост

Количество заказов, млн. штук



Динамика по категориям

Рост онлайн-продаж (включая продажи через маркетплейсы), 2020 к 2019



Продажи спортивной одежды и обуви и детской одежды и обуви учтены и в динамике сегмента «одежда и обувь», и в динамике сегментов соответственно «спорттовары» и «детские товары»

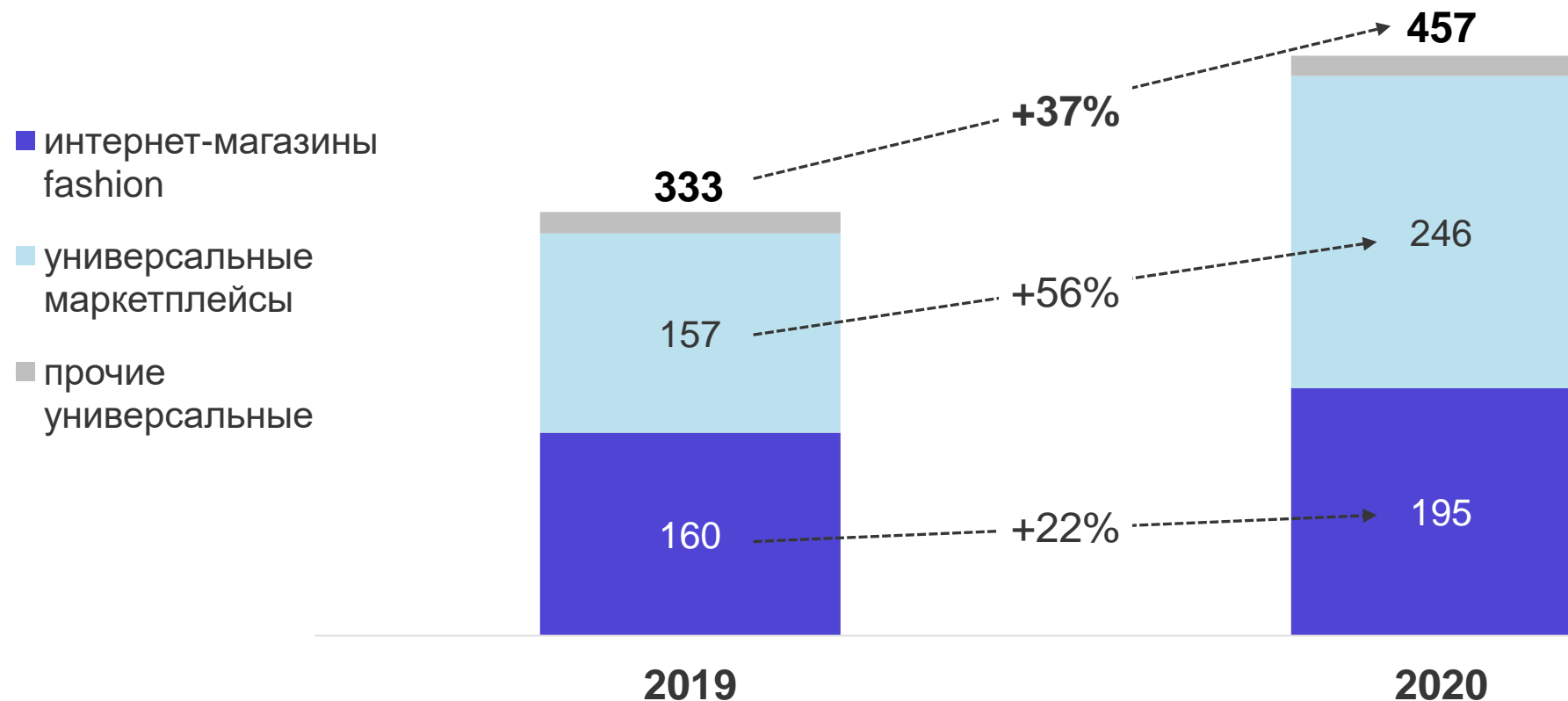


2

Фокус на Online Fashion

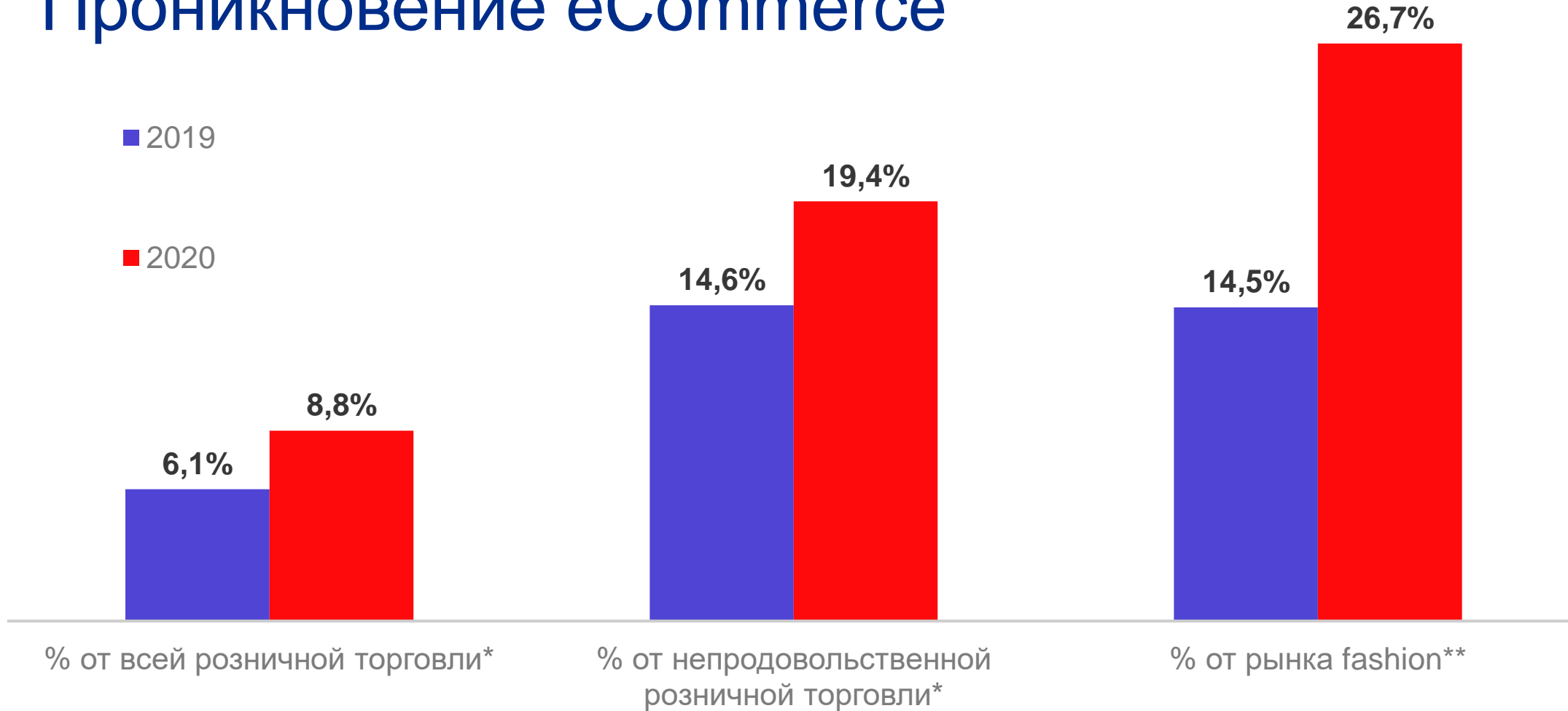
Темпы роста: смотря как считать

Объем онлайн-продаж одежды, обуви и аксессуаров, млрд рублей



Оценка сегмента не включает продажи спортивной и детской одежды и обуви в соответствующих магазинах широкого профиля (например, *detmir.ru*, *sportmaster.ru*). Оценка по интернет-магазинам *fashion* – с учетом их продаж товаров других категорий (напр., косметика в *lamoda.ru*, мебель в *laredoute.ru*)

Проникновение eCommerce



* Объем рынка розничной торговли – данные Росстата за вычетом продаж автомобилей и топлива

** Объем рынка fashion – оценки Fashion Consulting Group

Топ-5 по объему продаж в сегменте fashion*

1. Wildberries

2. Lamoda

3. Ozon

Разрыв между I и II местом - ~4 раза
Аналогично между II и III местом
Самые быстрорастущие в топ-10 –
Ozon и AliExpress

4. Aliexpress**

5. Bonprix

* Предварительные оценки за 2020 г.

** Продажи российских селлеров

Жизнь (и рост) продолжается и за пределами маркетплейсов

- Доля маркетплейсов (включая Lamoda) выросла всего на 6 п.п. (2019 – 59%, 2020 – 65%)
- Сегмент одежды и обуви вырос на 124 млрд рублей. 52% из этой прибавки «забрал» Wildberries, 30% - другие маркетплейсы...
- ... но еще 18% прибавки (22 млрд) – получили «обычные» интернет-магазины одежды и обуви

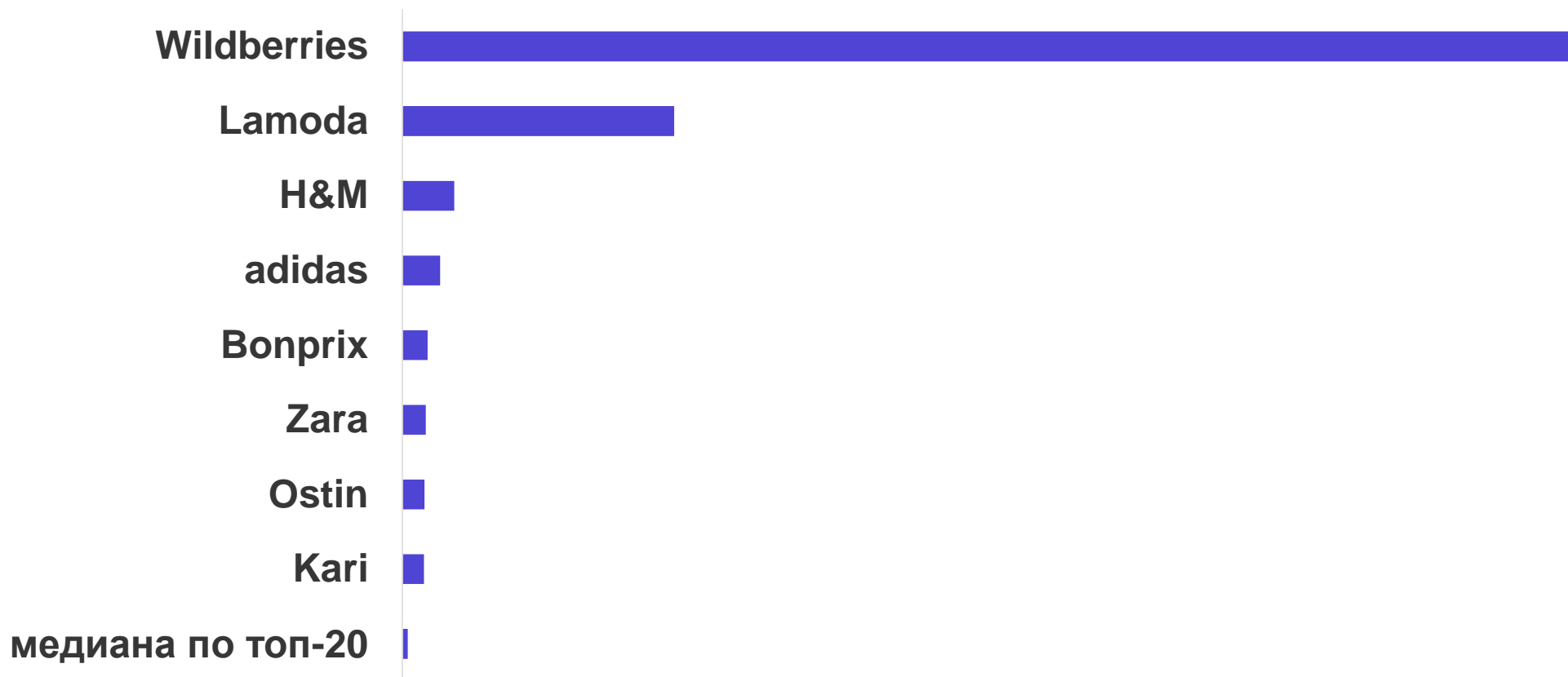
Квадрат моделей

	Online only	Offline + online
Монобрендовые	Доля в топ-100*: 15% Пример: bonprix.ru Медианный рост в 2020: +25%	Доля в топ-100*: 49% Пример: oodji.ru Медианный рост в 2020: +47%
Мультибрендовые	Доля в топ-100*: 21% Пример: wildberries.ru Медианный рост в 2020: +4%	Доля в топ-100*: 14% Пример: rendez-vous.ru Медианный рост в 2020: +23%

* Доля по количеству проектов в топ-100 онлайн-продавцов одежды и обуви

Приложения: история для избранных?

DAU Android-приложения, январь 2021, Россия, SimilarWeb



Что изменилось в 2020 г.?

- Рост гибкости логистических систем
- Смещение (небольшое) структуры спроса с одежды для офиса и праздников на одежду «для жизни» / Нарушение традиционной сезонности рынка
- Рост спроса на доставку на дом (+ смещение географии доставок и самовывоза из ПВЗ в сторону спальных районов и пригородов)
- **Превращение предоплаты в норму**
(в т.ч. массовое приобретение опыта возврата средств)

Что дальше?

- Закрепление и развитие революционных изменений 2020 г.:
 - для работы не нужен офис
 - одежду можно покупать в разы реже
 - одежду можно сначала купить, а потом померять
- Деградация предложения со стороны оффлайновой розницы
- Рост конкуренции **между** маркетплейсами
- Плюс растущий сегмент direct-to-customer

Data Insight

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

Наши публичные **исследования** – datainsight.ru/public

Связаться с нами:



a@datainsight.ru



+7 (495) 540 59 06



datainsight.ru



t.me/DataInsight



Facebook.com/DataInsight



Slideshare.net/Data_Insight



Zen.yandex.ru