

# Электронная торговля в России. Итоги 2015 года



Data Insight

*Интернет + Логистика / 20 января 2016*

# Внутрироссийские онлайн-продажи

# Коротко

## Внутрироссийские онлайн-продажи:

**160 млн. заказов**

x

средний чек ~**4050 рублей**

=

**650 млрд. рублей**

Рост в рублях **+16%** (+90 млрд. руб.)

# Пояснения

Приведенные оценки (160 млн. заказов и 670 млрд. рублей) **не включают** кроссбордерные покупки, а также (а) доставку готовой еды, (б) билеты на транспорт и мероприятия, (в) цифровые товары, (г) С2С, MLM и групповые закупки, (д) покупки для корпоративного потребления и оптовые покупки

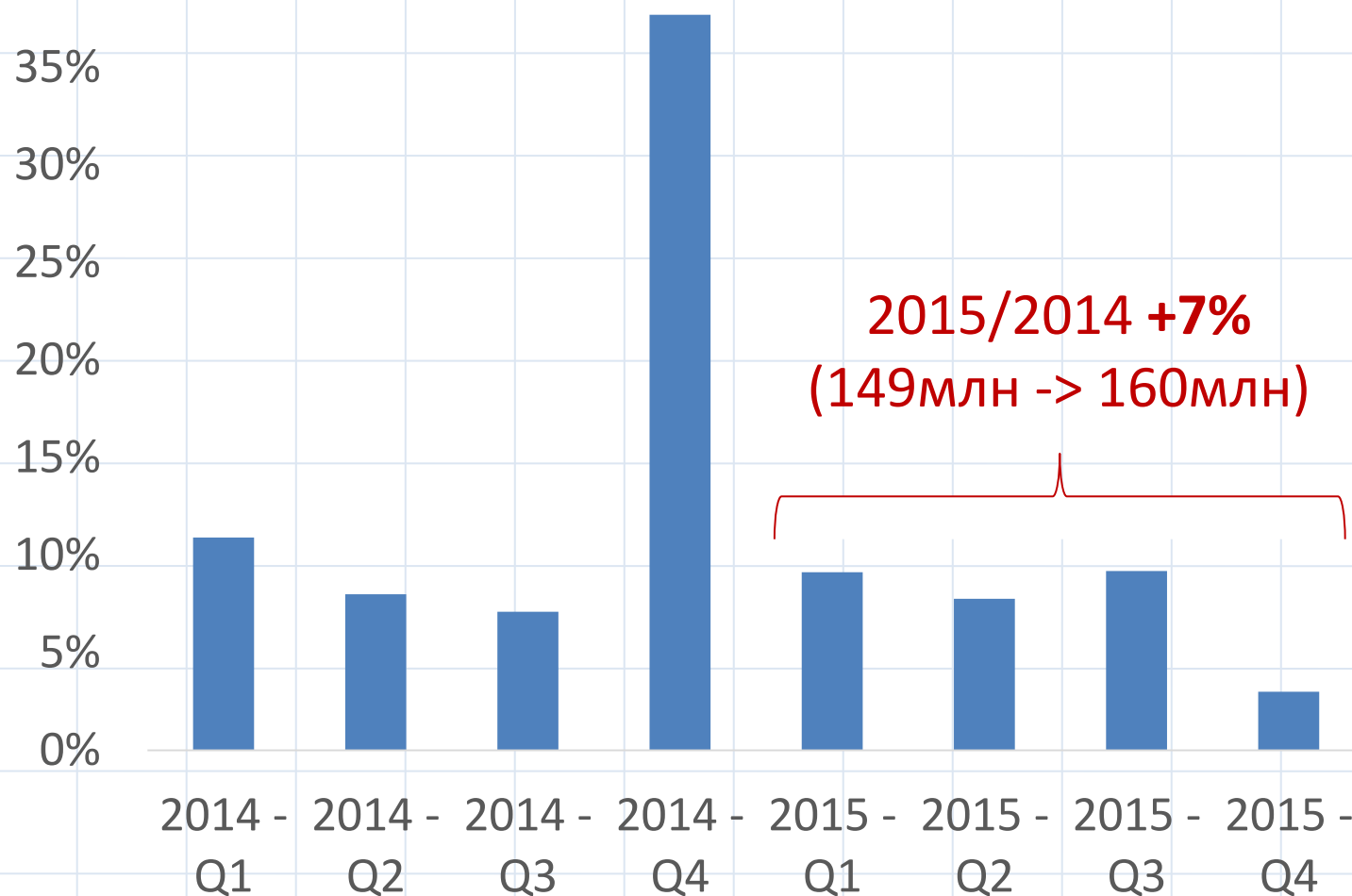
Приведенные оценки основаны на:

- прямых публичных и непубличных данных крупных интернет-магазинов (более 50 магазинов)
- мониторинге DI по количеству заказов (>1000 ИМ)
- мониторинге DI по посещаемости сайтов (>70 тысяч ИМ)

# Динамика по заказам

Рост количества заказов в интернет-магазинах

%% к аналогичному периоду предыдущего года (без кроссбордера)



# Структурные сдвиги

Быстрее среднего росло количество онлайн-покупок:

- товаров для спорта и активного отдыха
- товаров для животных
- товаров для детей
- одежды и обуви
- продуктов питания

Сокращение количества онлайн-покупок электроники и техники (а также косметики и парфюмерии)

# Динамика среднего чека

- Рост цен в интернет-магазинах намного отстает от роста курса доллара
- Снижается доля дорогих покупок (дорогие товары и/или премиальные бренды и модели)
- Как результат, рост среднего чека в 2015 г. в рублях для среднестатистического ИМ – менее 15%
- Дополнительный эффект: сдвиг спроса от дорогих категорий (БТиЭ) к менее дорогим (одежда, FMCG)

# Динамика среднего чека

Средний чек: 2014 – 3750 р., 2015 – 4050 р. **+8%**

*при офиц. инфляции 13% и снижении среднегодового курса рубля к доллару на 32%*

В долларах средний чек упал на 1/4 – с \$90 до \$67





# Объем рынка

Млрд руб.

800

600

400

200

0

2011

2012

2013

2014

2015

235

315

415

560

650

DATA  
insight



# Второй год медленного роста

Если не учитывать IV квартал (аномальный в 2014 г.),  
то динамика рынка в 2015 г. похожа на 2014 г.

	Рост кол-ва заказов	Рост среднего чека	Рост объема продаж (руб.)	с поправкой на инфляцию
<b>2013</b>	+25%	+5%	+32%	+24%
<b>2014</b>	+17%	+15%	+35%	+21%
<b>2014 янв-сен</b>	+9%	+10%	+17%	+8%
<b>2015</b>	+8%	+8%	+16%	+3%
<b>2015 янв-сен</b>	+9%	+13%	+22%	+5%

# География роста

Быстрее среднего в 2015 г. росли онлайн-покупки в:

1. (давний тренд) малых городах и поселках
2. регионах Дальнего Востока  
(Приморский край, Сахалин, Хабаровский край)
3. некоторых «миллионниках»  
(Воронеж, Новосибирск)

# Доместик + кроссбордер

# Динамика кроссбордера

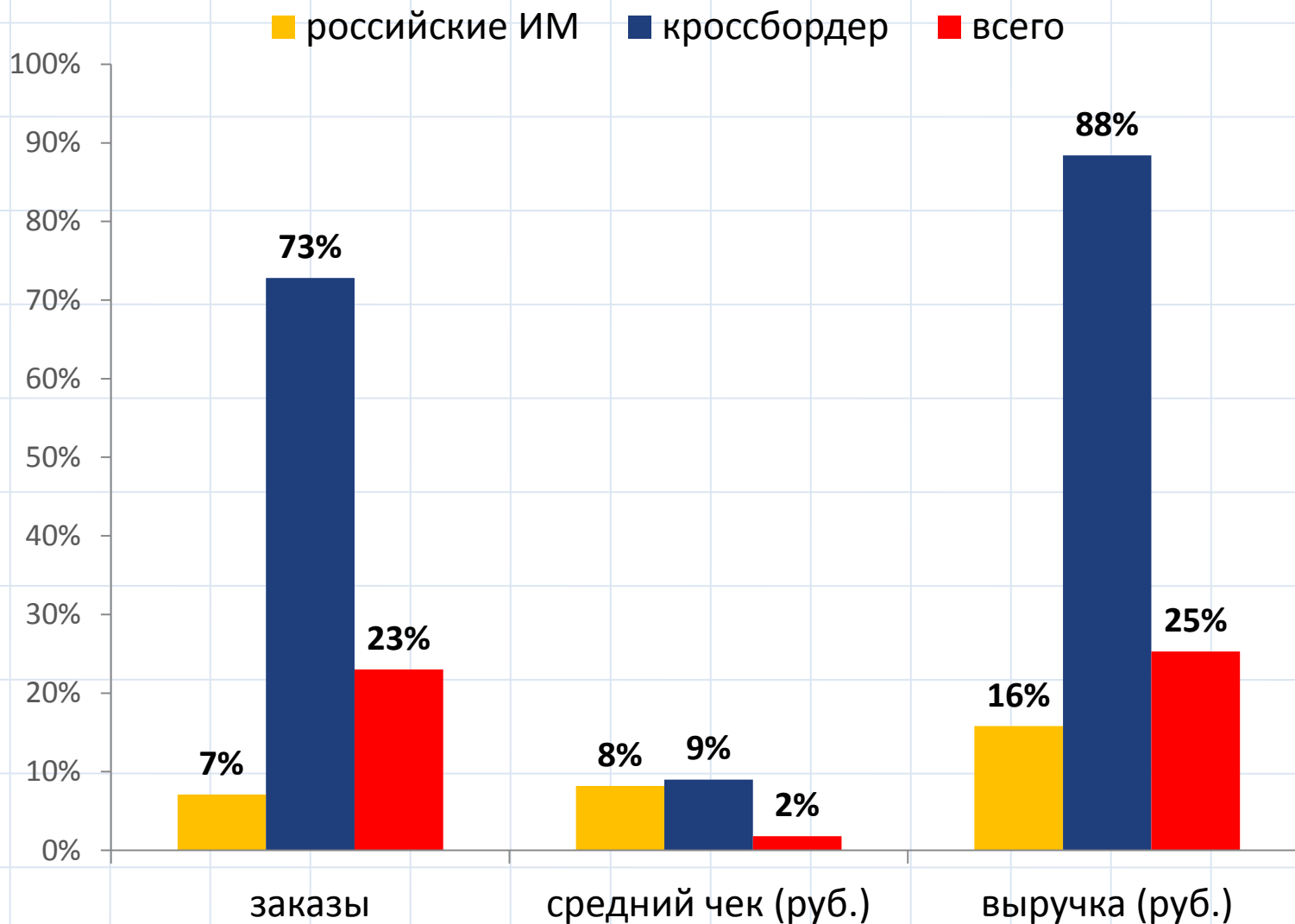
- Рост количества онлайн-заказов в зарубежных интернет-магазинах в 2015 г. на 75% (II пол. 2015 г. +85% у-о-у)
- Снижение среднего чека в долларовом выражении на 25-30% для китайского направления
- ... и более чем на 30% в целом по рынку кроссбордера (сказывается снижение доли европейского и американского направлений)
- в рублях средний чек вырос только на 10-15%

# Входящий кроссбордер в цифрах

- 130 млн. посылок
- 80-85 млн. заказов\*
- средний чек \$31 на заказ или \$18 на посылку
- объем кроссбордерных покупок \$2,6 млрд.
- или 160 млрд. руб. по среднегодовому курсу
  
- рост за год +28% в долларах и +88% в рублях
- во II полугодии ускорение до +47% в долларах

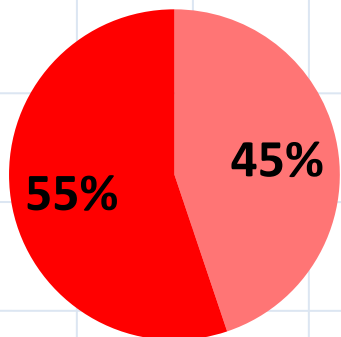
*\* здесь «заказ» - одна успешная (включающая покупку) сессия в интернет-магазине или маркетплейсе; 1 заказ может генерировать несколько посылок*

# Сравнение темпов роста

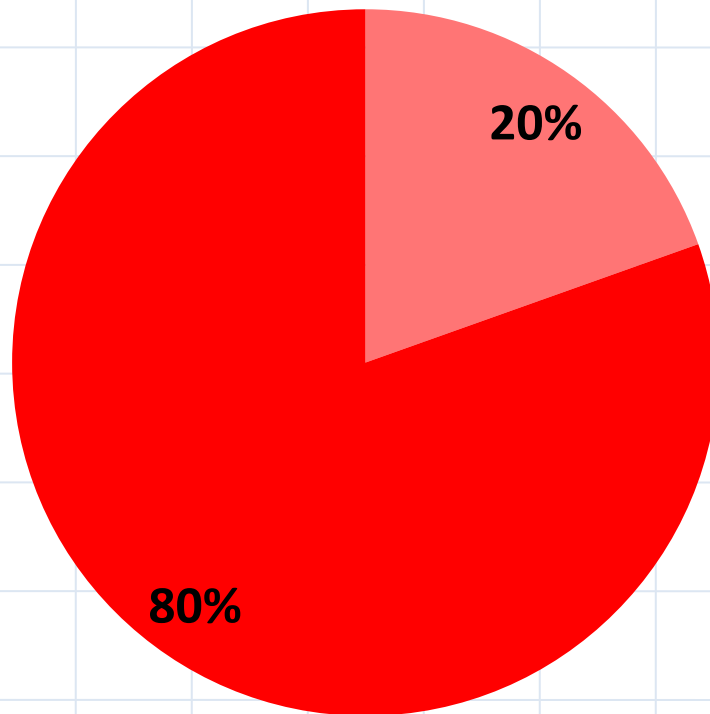


# Российский e-commerce: сумма

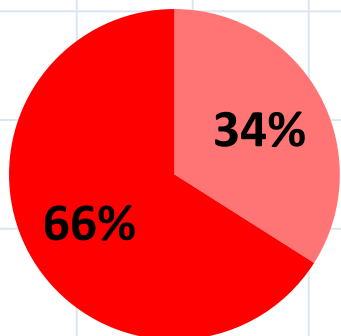
Посылки 290 млн.



Выручка 806 млрд. руб.



Заказы 242 млн.



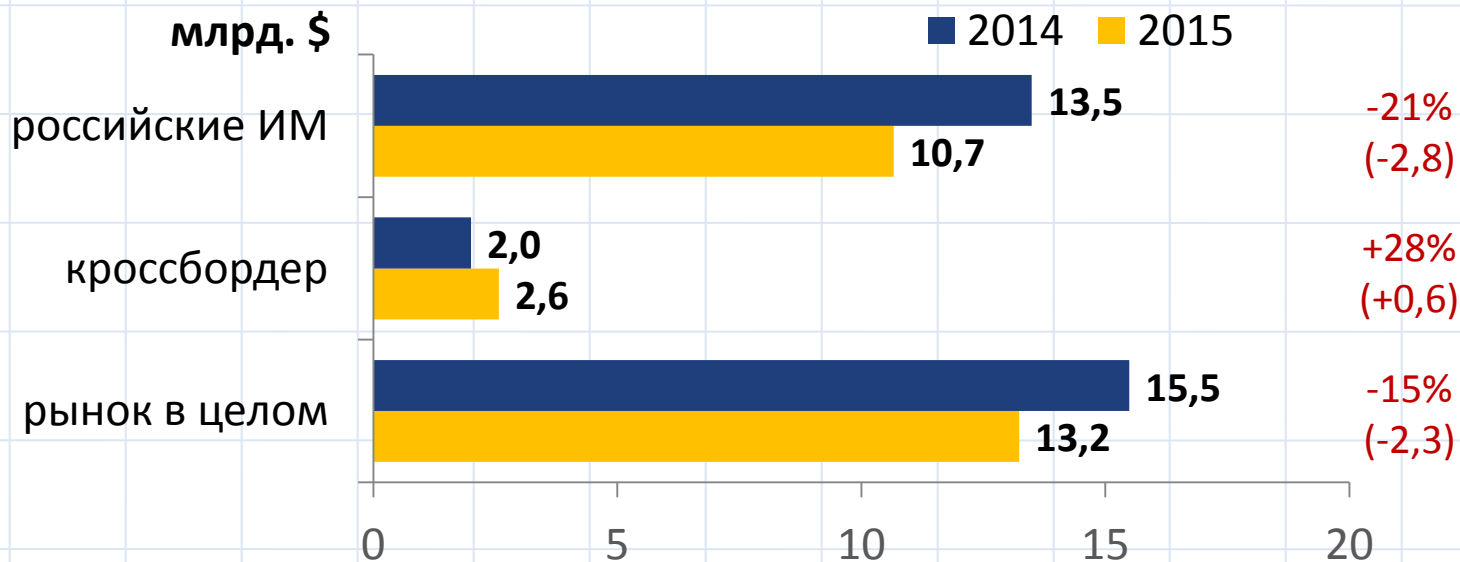
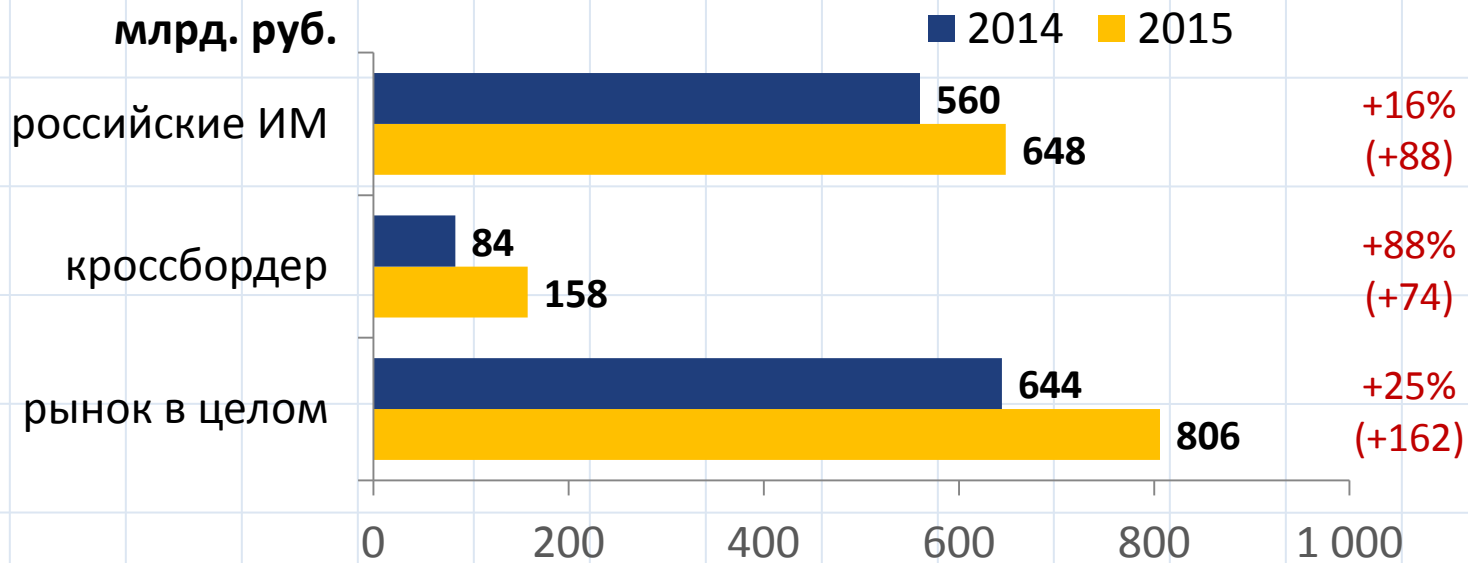
■ кроссбордер ■ российские ИМ

Данные за 2015 г.

Только материальные товары, только B2C продажи



# Сравнение темпов роста

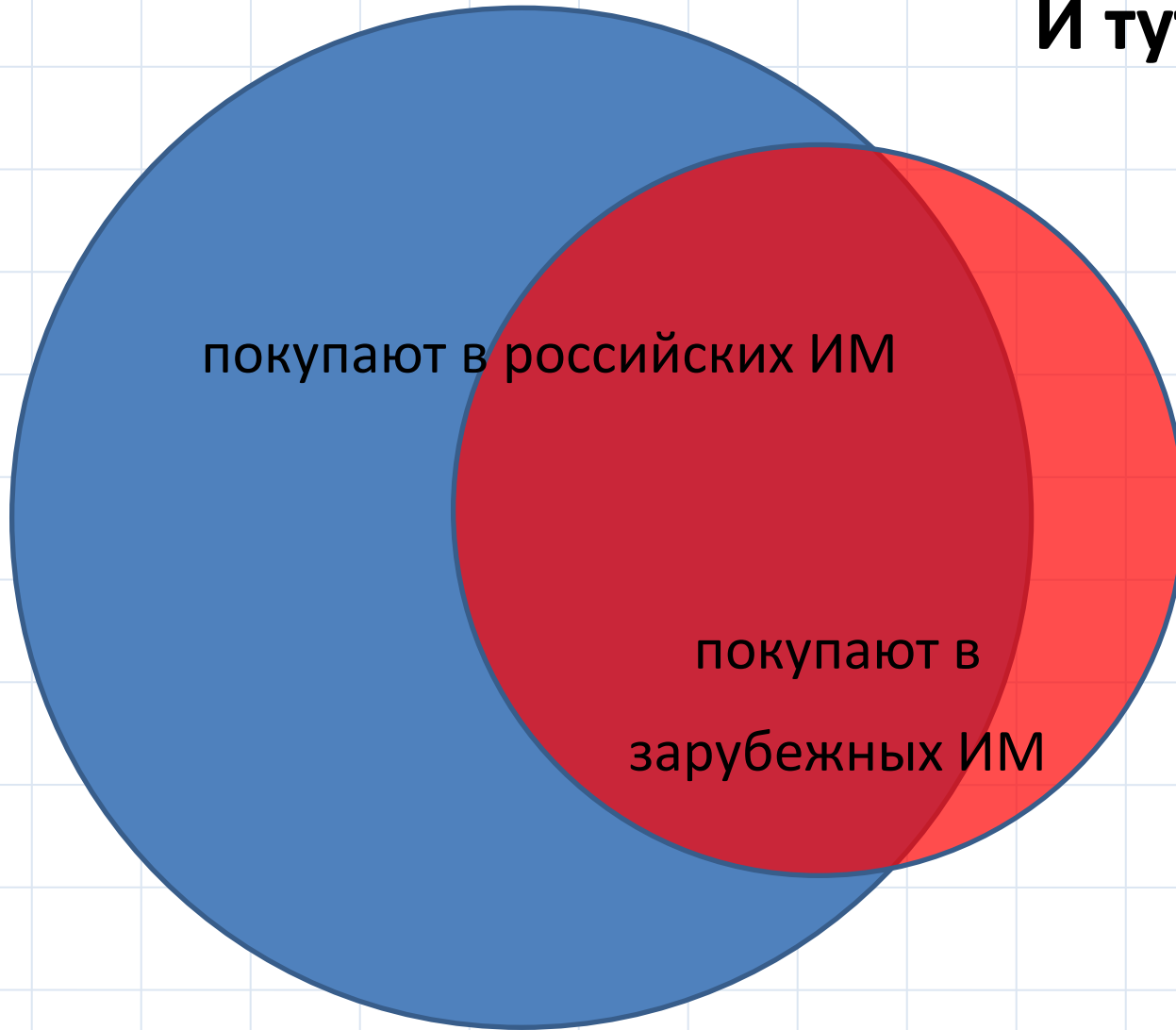


# Вклад кроссбордера

- доля онлайн-покупок (заказов), совершаемых в зарубежных интернет-магазинах, выросла с 24% в 2014 г. до 34% в 2015 г.
- доля кроссбордера в общем объеме онлайн-продаж увеличилась с 13% до 20%
- кроссбордер обеспечил (или аккумулировал?) 3/4 прироста количества онлайн-покупок, совершаемых россиянами

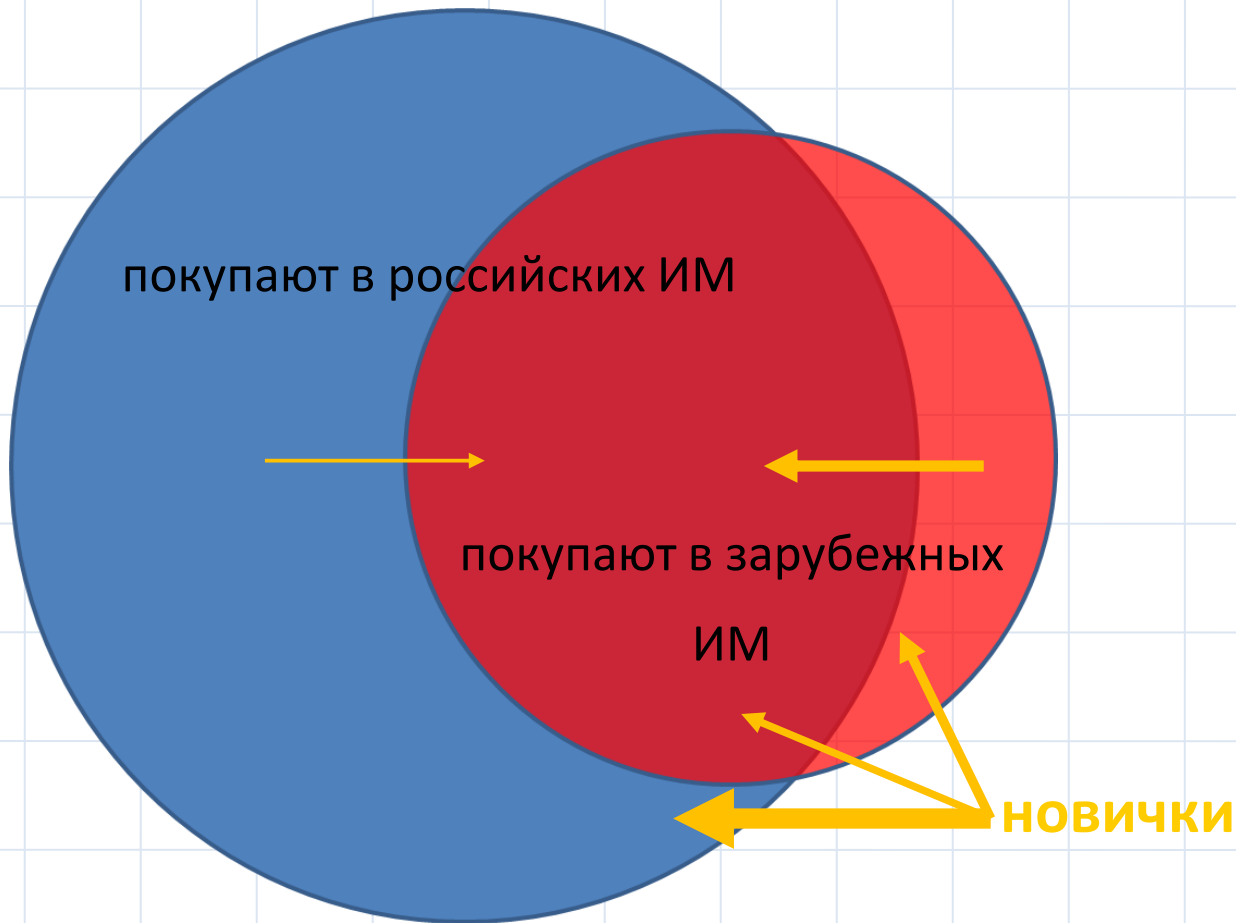
# Покупатели

## И тут, и там



Тренд последних лет: растет доля тех, кто совершает онлайн-покупки и «тут», и «там»

# Расширение опыта



*Модель начала 2015 г. Толщина стрелок примерно пропорциональна масштабу перетока покупателей*

## Вклад кроссбордера (2)

- расширяет покупательскую аудиторию e-commerce
- избавляет от страха перед онлайн-покупками
- приучает к онлайн-платежам (и предоплате!)
- генерирует дополнительный спрос на развитие логистической инфраструктуры
- превращает онлайн-шоппинг в обсуждаемую тему

# Геокейсы

Пример #1. Малые города. Эпицентр популярности AliExpress – и одновременно это сегмент с наиболее высокими темпами роста количества покупок у российских онлайн-ритейлеров

Пример #2. Приграничные регионы (Петербург, Карелия, Калининград, Мурманск, до 2015 г. – также Приморье, Хабаровский край, Амурская область). Низкие темпы роста внутрироссийского e-commerce (из-за доступности оффлайн-ового «кроссбордера»?)

# Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета



Где все это можно узнать:

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

+7 495 5405906

Борис Овчинников

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

Федор Вирин

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