

Докладчик: Бурмистров Михаил,
генеральный директор INFOLine-Аналитика

INFO *Line*

ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ
E-COMMERCE И
E-GROCERY

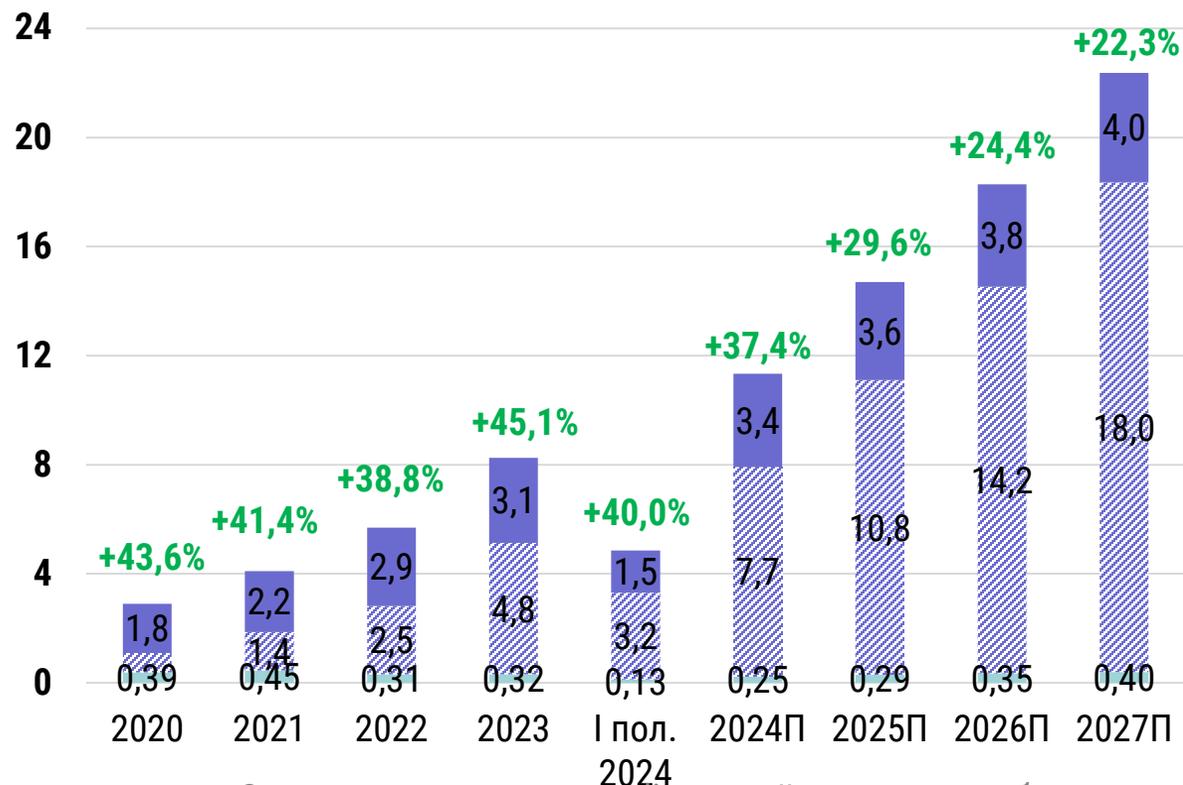
ПОЛУЧИТЬ



ОКТАБРЬ 2024 ГОДА

Россия – страна с преобладающей омниканальной моделью потребления

Рынок online-продаж материальных товаров в России, трлн руб. с НДС



- Омниканальные сети и online-ритейлеры, млрд руб.
- ▨ Маркетплейсы на локальном рынке, млрд руб.
- Рынок трансграничной online-торговли, млрд руб.

Доля online-продаж в РТО

	2020	2022	2023	I пол. 2024	2024П	2025П	2027П
Розничная торговля	8,6%	13,4%	17,1%	18,8%	20,6%	24,2%	30,9%
Food	0,9%	3,0%	4,0%	4,9%	5,3%	6,8%	9,8%
Non-food	15,9%	23,5%	29,2%	31,4%	34,1%	39,3%	48,6%
Non-food (без нецелевых*)	21,6%	34,2%	42,6%	47,2%	50,7%	57,1%	68,7%

*автомобили и моторное топливо. Источник: INFOLine

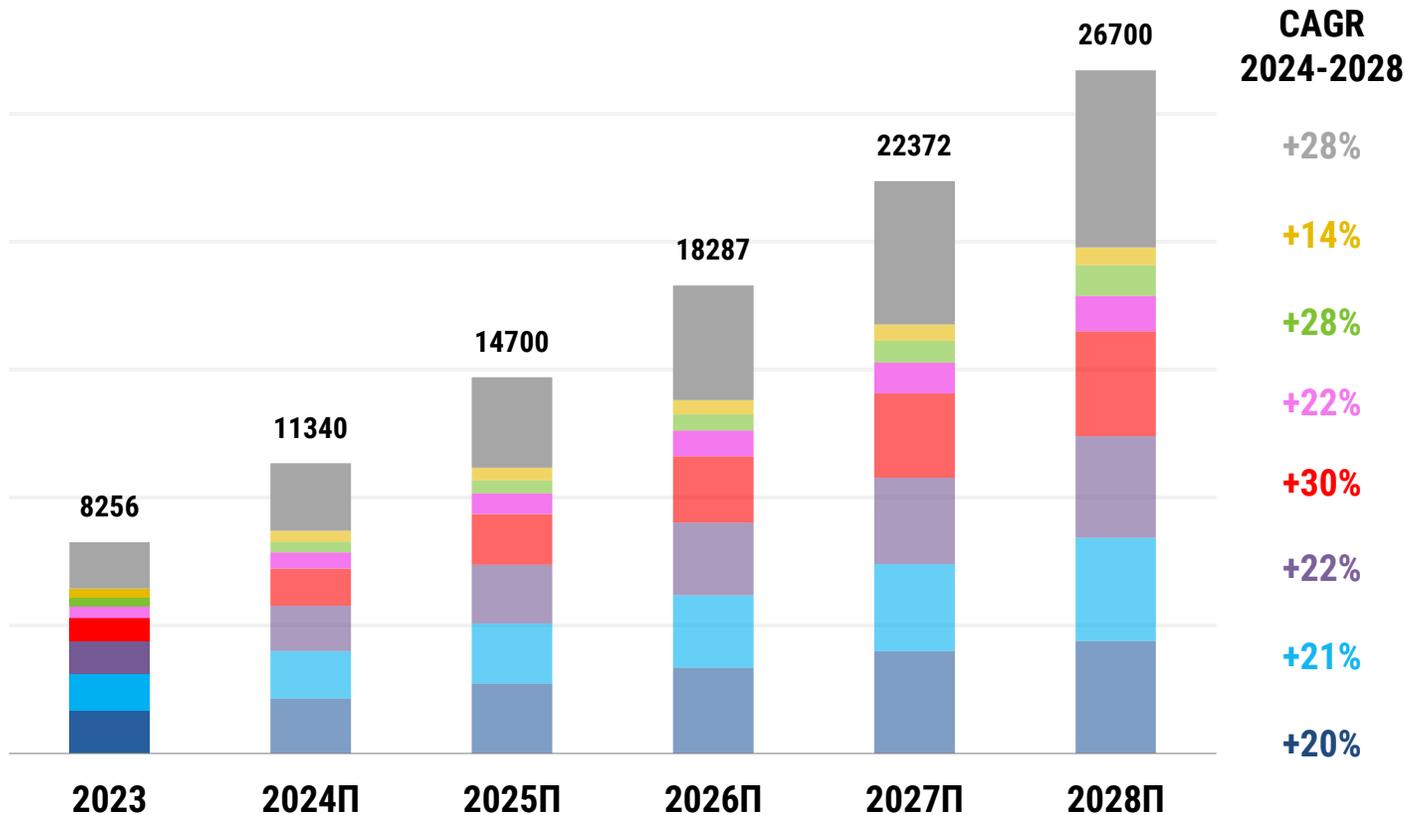


Доля онлайн-продаж по всем категориям (в скобках Non-Food без нецелевых)

Источник: INFOLine

Non-Food в основном будет продаваться online (кроме крупнейших омниканальных сетей)

Динамика и структура online-продаж по категориям в РФ, млрд руб. с НДС



Доля online-продаж в РТО по категориям

	2021	2022	2023	2024П	2028П
Прочие	16,7%	22,2%	27,6%	34,6%	60%
Детские товары	30,9%	43,0%	52,3%	57,5%	70%
Фармацевтика	13,3%	15,0%	18,3%	20,2%	40%
Косметика, парфюмерия	19,0%	35,8%	49,5%	58,3%	≈80%
Food	2,1%	3,0%	4,0%	5,3%	11,3%
DIY, Garden, Household и Мебель	13,8%	23,4%	33,4%	41,4%	55%
Fashion	29,7%	42,3%	48,8%	55,2%	≈80%
БиКТ	38,5%	52,7%	60,9%	67,2%	≈80%

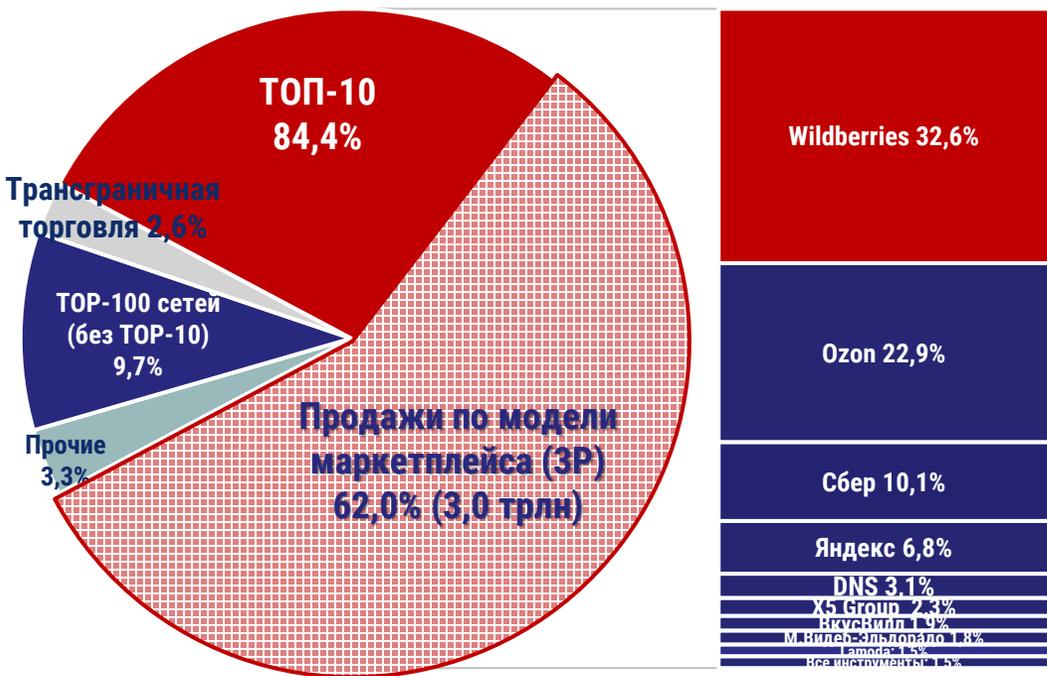
Источник: прогноз INFOLine

Прочие: книги, товары для авто, ювелирные изделия, транспортные средства, бытовая химия, интимные товары, туризм, охота и рыбалка, канцелярские товары и т.д.
БиКТ – с учетом B2B продаж у ритейлеров, Fashion – с учетом B2C на классифайдах, DIY&Household и Мебель – очищено от B2B-продаж

Конкуренцию маркетплейсам по темпам роста оказывают только омниканальные сети FMCG

Рейтинг INFOLine online Retail Russia TOP по итогам I полугодия 2024 года, млрд руб. с НДС

Структура online-продаж материальных товаров России, %



- ✓ Avito
- ✓ Все инструменты
- ✓ Lamoda
- ✓ М.ВидеоЭльдорадо
- ✓ ВКУСВИЛЛ
- ✓ X5Group
- ✓ DNS
- ✓ Яндекс Маркет
- ✓ Яндекс
- ✓ мегамаркет
- ✓ купер самокат
- ✓ OZON
- ✓ wildberries
- ✓ Клиент INFOLine



Ключевые вызовы:
 Рост з/п курьеров и сборщиков
 Конкуренция за молодых клиентов
 Эксклюзивные товары (СТМ и ЭТМ)
 Рекламные доходы
 Финансовые сервисы (рассрочка)

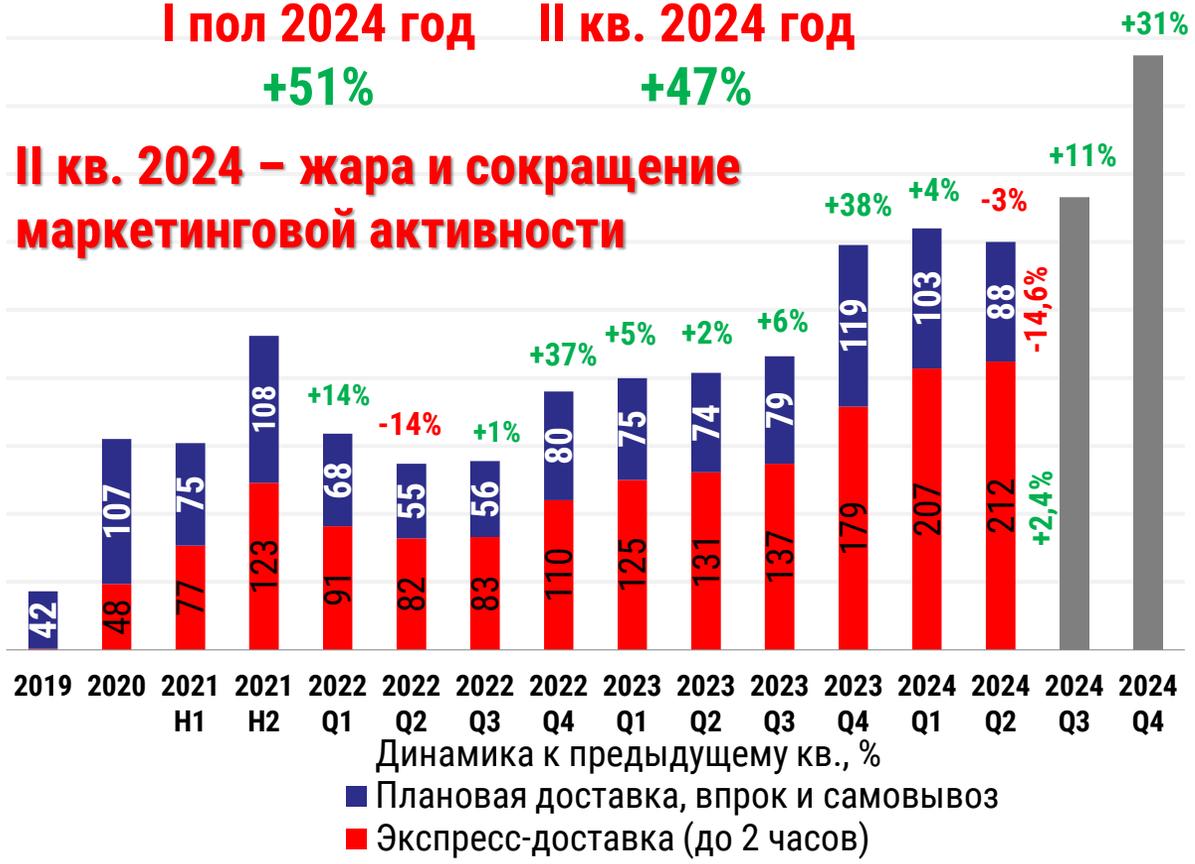
Динамика рынка по online-продаж продовольственных товаров, млрд руб. с НДС

I пол 2024 год II кв. 2024 год

+51%

+47%

II кв. 2024 – жара и сокращение маркетинговой активности



Источник: Обзор INFOLine E-grocery Russia TOP

Возможности

Вызовы

- Развитие B2B-продаж
- Рост значимости факторов цены (СТМ и ЭТМ) и скорости
- Переход на dark store, самовывоз, DBS
- Развитие продаж и экспресс-доставка Non-Food

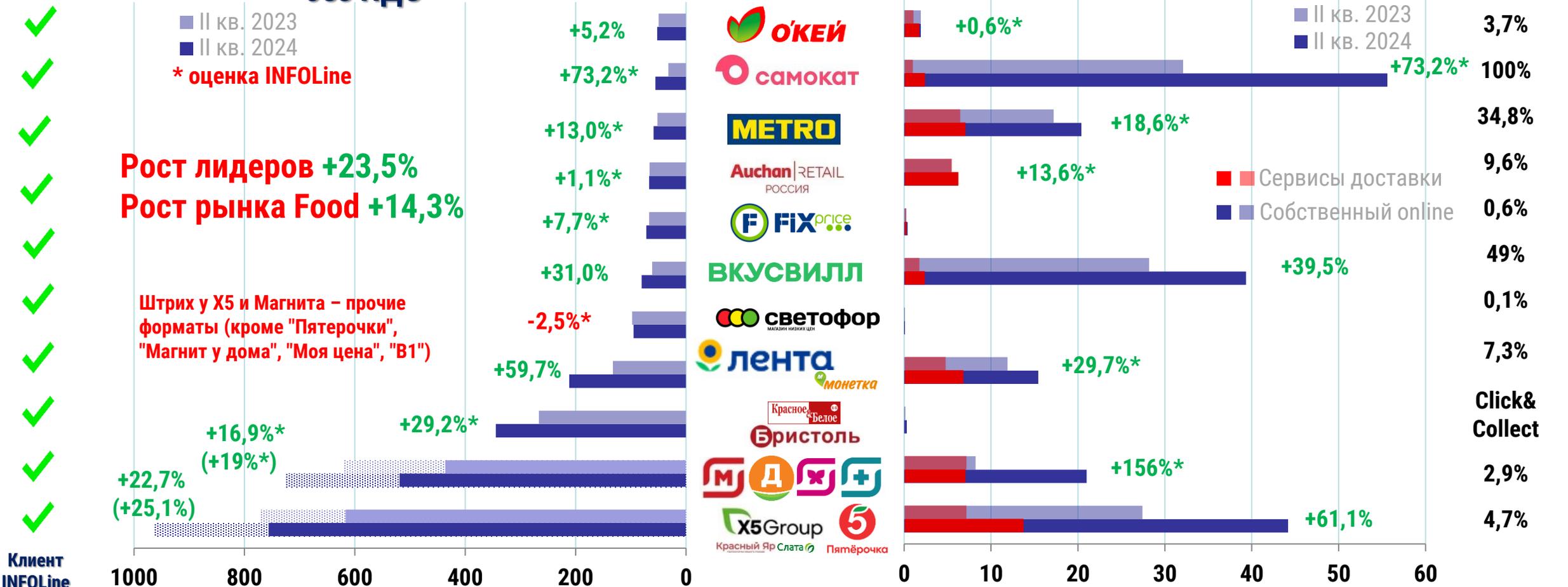
- Интеграция offline и online
- Привычка потребителей к бесплатной доставке
- Рост расходов на "последнюю милю" и дефицит кадров



Рейтинг крупнейших ритейлеров FMCG Оmnиканальные итоги II квартала 2024 года

TOP-10 сетей FMCG по розничной выручке, млрд руб. без НДС

Online-продажи TOP-10, млрд руб. без НДС



Источник: INFOLine (* – оценки), Fix Price – продажи собственных и франчайзинговых объектов в РФ, Metro – в B2B, "Магнит" с учетом "Магнит Маркет", X5 Digital без 5Post

Рейтинг лидеров рынка E-grocery во II квартале 2024 года

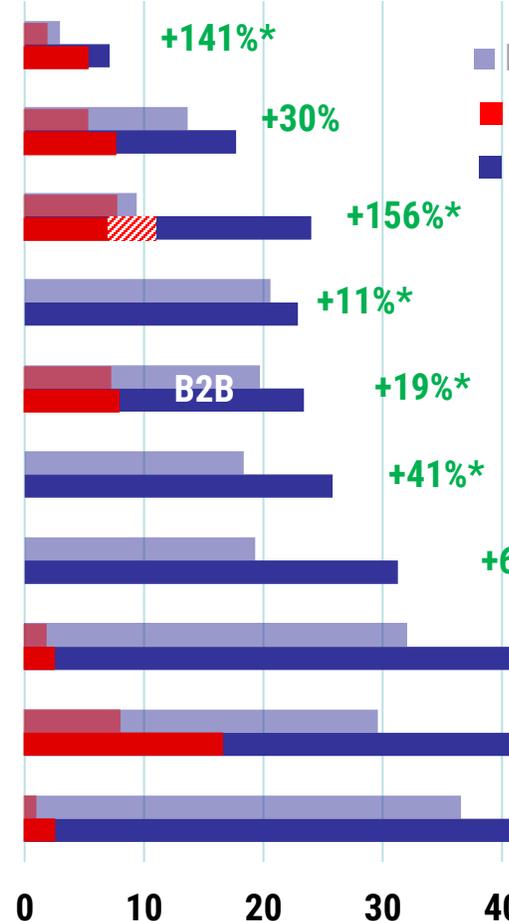
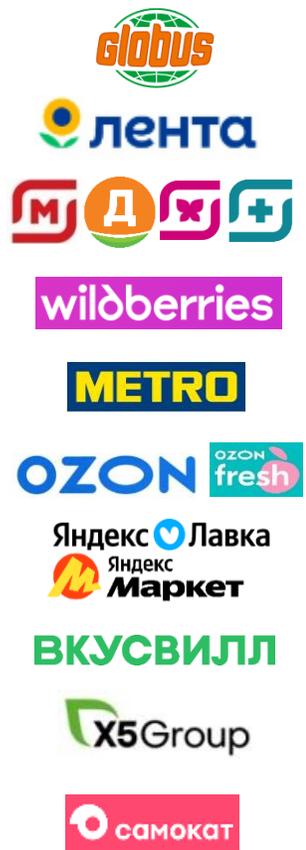
Доля в online Food I пол. 2024

1,7%
5,1%
5,4%
8,6%
3,9%
(9,7% с B2B)
8,8%
9,1%
14,4%
15,6%
17,4%
90,0% (95,8%) с B2B METRO

I пол. 2023 I пол. 2024
Сервисы доставки
Собственный online

Рынок +51%
Лидеры +59%
Сервисы +46%
Маркетплейсы +35%

Рейтинг сетей FMCG по online-продажам, млрд руб. с НДС (оборот ритейлеров по FMCG с учетом сервисов доставки, маркетплейсы – оборот только по Food)



Рынок +47%
Лидеры +53%
Сервисы +49%
Маркетплейсы +24%

Доля в online Food II кв. 2024

2,1%
5,0%
5,9%
7,6%
4,1%
(10,1% с B2B)
8,6%
9,2%
14,3%
15,6%
17,7%
90,1% (96,1%) с B2B METRO

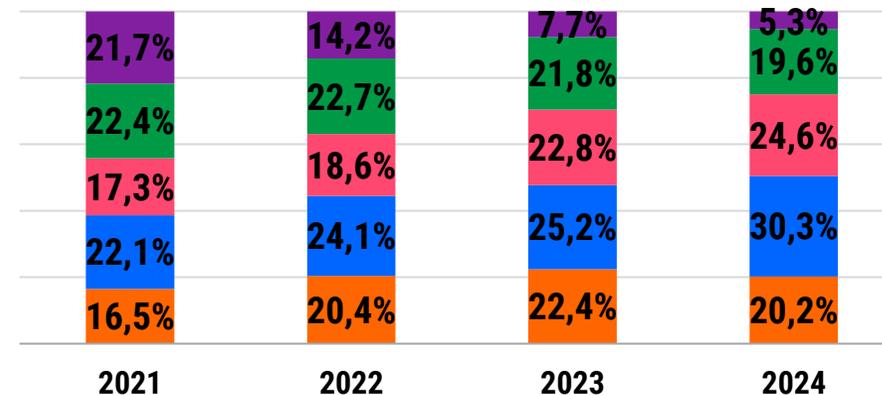
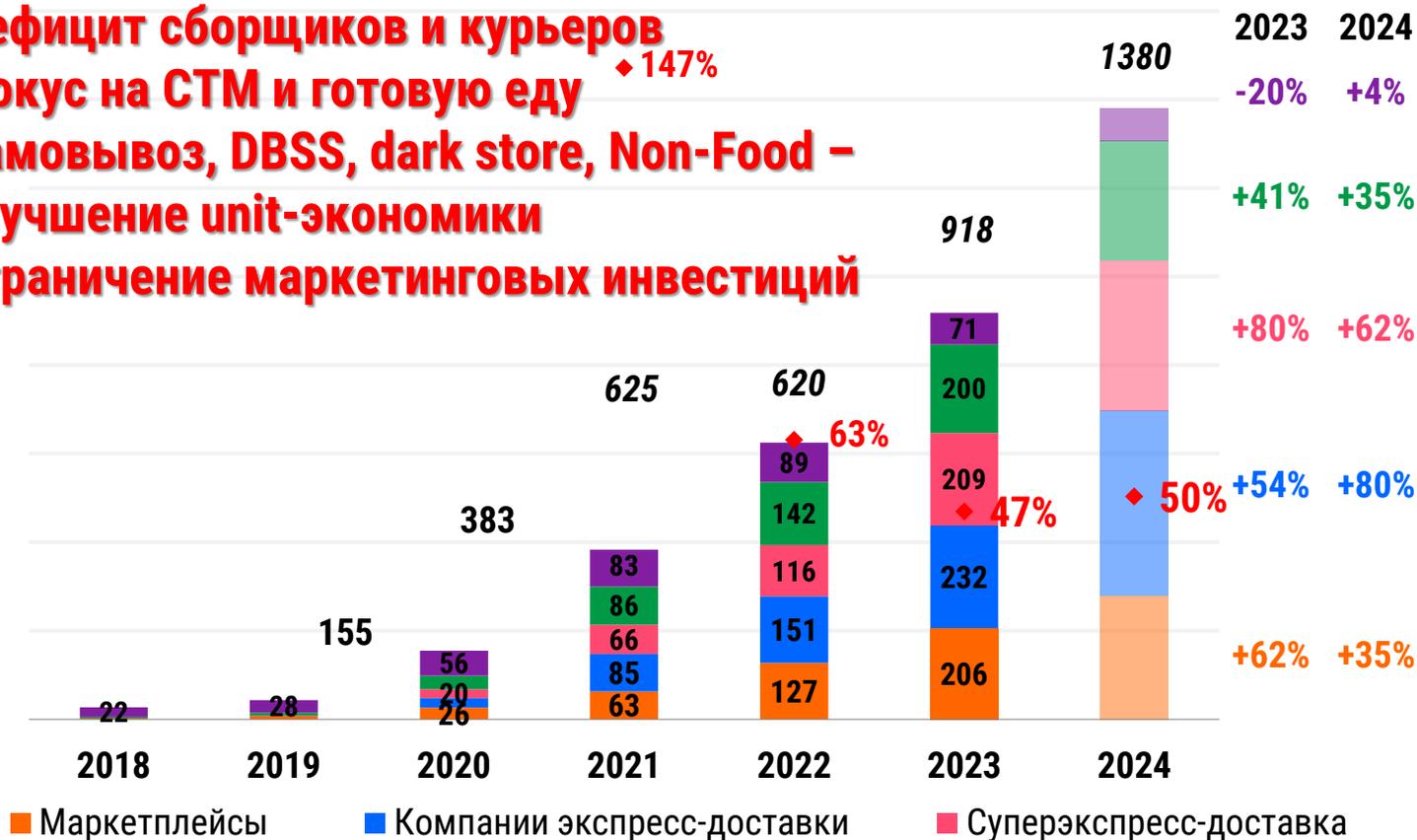
II кв. 2023 II кв. 2024
Сервисы доставки
Собственный online

Источник: INFOLine (* – оценки), "Магнит" – без "Магнит Косметик", штриховая заливка - "Магнит Маркет" (все категории)

Драйвер рынка online-продаж Food – омниканальные ритейлеры с доставкой за 1 час

Динамика и структура online-продаж Food по группам игроков, млрд руб. с НДС

Дефицит сборщиков и курьеров
Фокус на СТМ и готовую еду ♦ 147%
Самовывоз, DBSS, dark store, Non-Food –
улучшение unit-экономики
Ограничение маркетинговых инвестиций



Доля online в PTO Food

	2021	2022	2023	I пол. 2024	2024
Россия	2,1%	3,0%	4,0%	4,9%	5,3%
Москва и МО	4,8%	6,9%	8,6%	10,2%	10,8%
Прочие регионы	1,2%	1,8%	2,7%	3,5%	3,8%

Источник: INFOline (продажи Яндекс Маркета через Яндекс Лавку отнесены к Яндекс Лавке; продажи Ozon Fresh отнесены к Ozon, без B2B-продаж Metro)

ПОЛУЧИТЬ



Бурмистров Михаил,
генеральный директор
INFOLine-Аналитика



Тел. +7(812) 322-6848 или +7(495) 772-7640
мобильный телефон +79111782780
research@advis.ru и burmistrovmb@infoLine.spb.ru
www.infoLine.spb.ru