

И С С Л Е Д О В А Н И Е

Д Е М О - В Е Р С И Я

РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ В РОССИИ В СЕГМЕНТАХ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ

Итоги 2021 года и I полугодия 2022 года

INFO *Line*

информационное агентство

information agency

- ДИНАМИКА РЫНКА ONLINE-ПРОДАЖ
- РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ ONLINE-ПРОДАЖ
- КАТЕГОРИЙНАЯ СТРУКТУРА ONLINE-ПРОДАЖ
- ДИНАМИКА РЫНКА ONLINE-ПРОДАЖ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ
- РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ ONLINE-ПРОДАЖ НА РЫНКАХ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ

СОДЕРЖАНИЕ

- **ЧАСТЬ I. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ**
 - 1.1. Тенденции развития рынка online-продаж
 - 1.2. Рейтинг крупнейших игроков на рынке online
 - 1.3. Категорийная структура рынка online-продаж

- **ЧАСТЬ II. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ В СЕГМЕНТАХ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ**
 - 2.1. Динамика оборота розничной торговли в сегментах
 - 2.2. Online-продажи в сегментах DIY, Household и мебели
 - 2.3. Online-продажи в сегменте DIY
 - 2.4. Online-продажи в сегментах Household и мебели

- **ПРИЛОЖЕНИЯ**
 - Методология рейтинга online-продаж ритейлеров в сегментах DIY, Household и мебели
 - Перечень ассортиментных групп товаров, относимых к сегментам Hard и Soft DIY, Household и Garden

- **ОБ АВТОРЕ-INFOLINE**

Прогнозы подготовлены в первой половине сентября 2022 г. и приведены для России в границах по состоянию на 1 сентября 2022 года.

В прогнозах не учтено появление в составе Российской Федерации 4 новых субъектов (Донецкая и Луганская республики, Херсонская и Запорожская области), а также влияние объявленной во второй половине сентября 2022 г. частичной мобилизации.

ЧАСТЬ I. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ

- Тенденции развития рынка online-продаж
- Рейтинг крупнейших игроков на рынке online
- Категорийная структура рынка online-продаж

1.1.1. ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РЫНКА ONLINE-ПРОДАЖ

- В 2021 г. динамичный рост online продаж материальных товаров продолжился, несмотря на эффект высокой базы 2020 года, причем локальный рынок вырос на ******* до **** руб.** В 2022 г., несмотря на локальное ухудшение динамики во II кв. (к I кв. 2022 г.) ожидается рост около *******. до **** руб.** Факторами роста являются снижение трафика в ТЦ и сокращение ассортимента в offline-торговле в результате приостановки деятельности и ухода с рынка РФ ряда международных компаний, а также развитие логистической инфраструктуры online-ритейлеров.
- Уровень проникновения online в РТО в 2021 г. вырос на **** п.п.** до *******, в продажах Non-Food – на **** п.п.** до *******, а Food – на **** п.п.** до *******. В некоторых категориях Non-Food доля online-продаж существенно выше, например, на рынке Fashion она приближается к *******, а бытовой техники, электроники и мобильных устройств – к *******.
- В I кв. 2022 г. проникновение online в РТО выросло на **** п.п.** до *******, а во II кв. – на **** п.п.** до ******* год к году. В 2022 г., по оценкам INFOLine, проникновение online в РТО вырастет на **** п.п.** до *******, в том числе Non-Food – на **** п.п.** до ******* (без учета автомобилей и моторного топлива – на **** п.п.** до *******), а Food – почти на **** п.п.** до *******.

Объем рынка online-продаж материальных товаров в России, трлн руб.



Источник: прогноз INFOLine от августа 2022 года (без доставки еды из ресторанов)

Проникновение Интернета в России

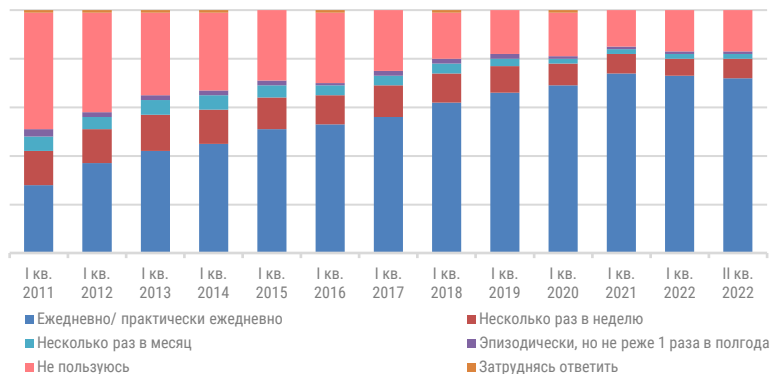


Источник: ФCGC, Euromonitor, прогноз INFOLine от августа 2022 года

1.1.2. ПОПУЛЯРНОСТЬ ИНТЕРНЕТА И МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

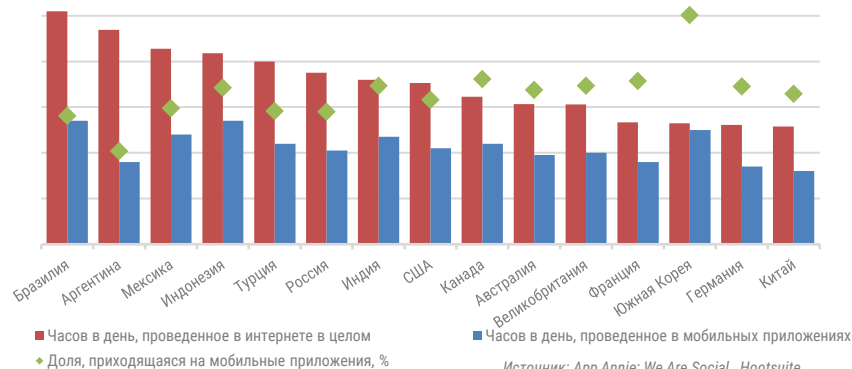
- Мобильные приложения с учетом расширения их функционала и существенно большего удобства, чем при покупке через сайты, уже стали основным каналом продаж для большинства ритейлеров и маркетплейсов. По данным исследований рост расходов на online-покупки через мобильные приложения составил в 2021 г. порядка ****%**.
- Согласно данным опроса "ВЦИОМ", на начало сентября 2022 г. ****%** опрошенных отметили факт использования интернета с периодичностью не менее нескольких раз в месяц, при этом ****%** - пользуются им ежедневно.
- По данным **DataReportal**, в I кв. 2022 г. на мобильные телефоны приходилось порядка ****%** половины времени, которое люди проводят в сети по всему миру (против ****%** в I кв. 2021 г.). В России по состоянию на июль 2022 г. доля мобильных устройств в web-трафике составила почти ****%**.
- По данным **App Annie**, в России на начало 2022 г. среднее время, проведенное пользователем в мобильных приложениях, выросло до **** часа** в день (против **** часов** в 2020 г.). В 2022 г. рост продолжился и во II кв. этот показатель вырос еще на ****%** и превышает **** часа** в день.

Частота использования интернета, %



Источник: ВЦИОМ, ответ на вопрос "Пользуетесь ли Вы Интернетом, и если да, то как часто?"

Среднее количество часов в день, проведенных пользователями в мобильных приложениях

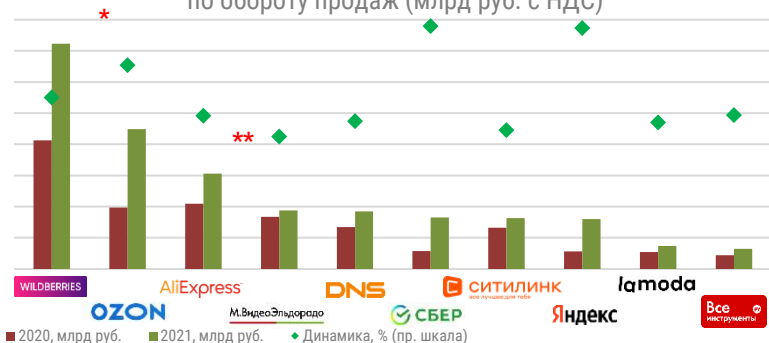


Источник: App Annie; We Are Social, Hootsuite

1.2.1. РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ ONLINE-ПРОДАЖ: ИТОГИ 2021 ГОДА

- Оборот TOP-10 крупнейших игроков на локальном рынке online-продаж в России вырос на ****%** до **** руб.**, а их совокупная доля с учетом трансграничных продаж AliExpress выросла на **** п.п.** до ****%**.
- В 2021 г. **Wildberries** и **Ozon** остались лидерами по обороту: по оценкам INFOline, оборот **Wildberries** в России (без учета услуг) в 2021 г. вырос на ****%** до **** руб.**, а **Ozon** (с учетом услуг) – на ****%** до **** руб.** **Aliexpress** сохранил третье место, увеличив оборот в России (с учетом трансграничных продаж) в 2021 г. на ****%** до **** руб.**
- Среди омниканальных компаний лидером в online-сегменте является ГК **"М.Видео-Эльдорадо"**, нарастившая online-продажи (без учета продаж через устройства продавцов в торговых объектах) в 2021 г. на ****%** до **** руб.** Аудитория пользователей мобильного приложений **"М.Видео"** и **"Эльдорадо"** увеличилась в ****** раза (до **** руб.**).
- Оборот всех ритейл-активов экосистемы **"Сбера"** (**"СберМегаМаркет"**, **"СберМаркет"**, **"Самокат"**, **"Сбер Аптека"**, доставка **Delivery Club** из торговых сетей) за 2021 г. вырос на ****%** до **** руб.**, а всех ритейл-активов **Яндекса** (**"Яндекс.Маркет"**, **"Яндекс.Лавка"**, доставка **"Яндекс.Еды"** из торговых сетей) – на ****%** до **** руб.**

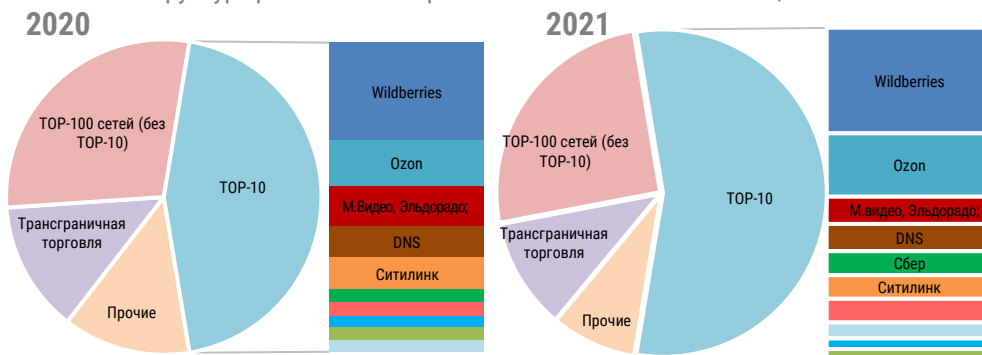
Рейтинг INFOline Online Retail Russia TOP-10 по обороту продаж (млрд руб. с НДС)



** с учётом трансграничной торговли
* оборот по России без учета услуг

Источник: данные компаний, оценки INFOline

Структура рынка online-торговли России в 2020 и 2021 гг., %



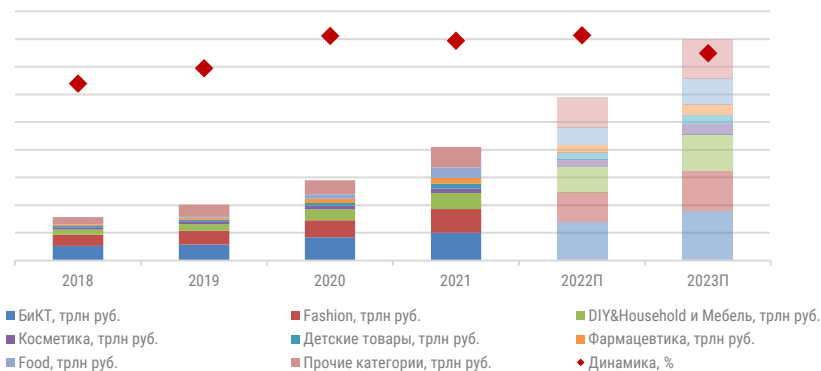
2021 г. (2020 г.) ■ - Сбер; ****% (***)**, ■ - Яндекс; ****% (***)**, ■ - Aliexpress; ****% (***)**, ■ - Lamoda; ****% (***)**, ■ - Все инструменты; ****% (Аптека.ru; ****%**)**

Источник: INFOline (AliExpress – только локальный бизнес), доля Ozon и Wildberries без учёта услуг

1.3.1. ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ONLINE-ПРОДАЖ ПО КАТЕГОРИЯМ ТОВАРОВ

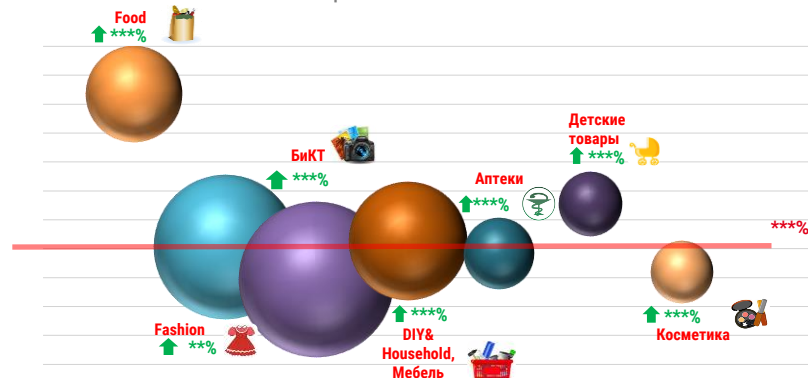
- По итогам 2021 г. оборот локального рынка в связи с активным расширением ассортимента вырос на **, а трансграничной online-торговли на фоне повышения значимости фактора скорости доставки – всего на **%. Рост конкурентоспособности локальных операторов приближает структуру рынка России к показателям развитых стран.
- В 2021 г. продолжился динамичный рост доли мультикатегорийных маркетплейсов (**Ozon, Wildberries, "Яндекс.Маркет", Aliexpress, "СберМегаМаркет"**): их доля на локальном рынке выросла на ** п.п. до **%, а в I пол. 2022 г. на ** п.п. год к году до **%. К их основным преимуществам (широкий ассортимент, развитая логистическая инфраструктура и комплекс услуг для клиентов, в т. ч. финансовых) в 2022 г. добавился эффект от схемы параллельного импорта.
- Ограничение деятельности и уход из России в 2022 г. ряда международных поставщиков и ритейлеров привели к сокращению трафика в ТЦ, что в сочетании с развитием параллельного импорта, ростом проникновения мобильного интернета и расширением инфраструктуры online-торговли (сортировочных центров, ПВЗ и постаматов) сформировало потенциал для ускорения роста электронной коммерции, особенно мультикатегорийных маркетплейсов.

Online-продажи материальных товаров по категориям



Источник: прогноз INFOLine от августа 2022 года

Динамика и емкость рынка online-продаж материальных товаров по категориям в 2021 г.



Источник: INFOLine

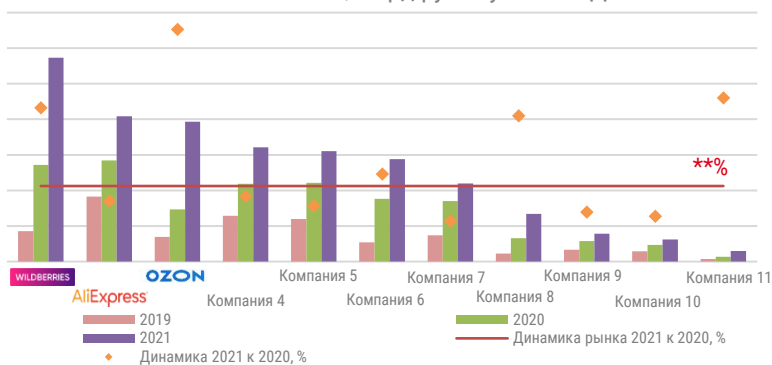
ЧАСТЬ II. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ONLINE-ПРОДАЖ В СЕГМЕНТАХ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ

- **Динамика оборота розничной торговли**
- **Динамика online-продаж**
- **Доля крупнейших ритейлеров на рынке**
- **Рейтинги крупнейших ритейлеров на рынке online**

2.2.2. РЕЙТИНГ ONLINE-ПРОДАЖ НА РЫНКЕ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ

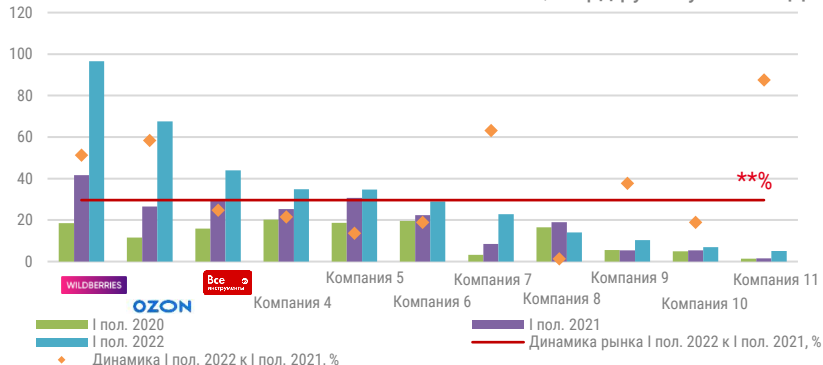
- По итогам I пол. 2022 г. доля крупнейших операторов превысила **% российского рынка совокупных online-продаж в сегментах DIY, Household и мебели, которые увеличились почти на **% до ** руб.
- Темпы роста online-продаж крупнейших омниканальных сетей оказались несколько ниже, чем по рынку в целом: так, online-продажи **Leroy Merlin** выросли на **% до ** руб., а у **СТД "Петрович"** – на **% до ** руб.
- Лидер на рынке продаж мебели **ИКЕА** в начале марта закрыла все гипермаркеты в России. Online-продажи **ИКЕА** в I пол. 2022 г. осуществляла в январе-феврале и начале марта и они сократились до ** руб. (распродажа остатков в online также осуществлялась в июле и августе). **Hoff** ускорил рост online-продаж до **% (продажи выросли до **руб.).
- Маркетплейсы наращивали продажи быстрее, чем рынок в целом. Наиболее динамичный рост показал **Сбермегамаркет**, увеличив продажи в **раза до **руб. Продажи в категории "товары для дома и дачи" (с услугами) **Wildberries** выросли на **% до **руб., у **Яндекс.Маркет** – на **%, а у **Ozon** – на **%. Рост **AliExpress** резко замедлился: продажи маркетплейса в связи с сокращением масштабов локального бизнеса выросли всего на **% до **руб.

Online-продажи крупнейших сетей и маркетплейсов в сегментах DIY, Household и мебели, млрд руб. с учетом НДС



Источник: данные компаний (Wildberries – с учетом экспорта и услуг), оценки INFOLine

Online-продажи крупнейших сетей и маркетплейсов в сегментах DIY, Household и мебели в I пол.2020-I пол. 2022 гг., млрд руб. с учетом НДС



Источник: данные компаний (Wildberries – с учетом экспорта и услуг), оценки INFOLine

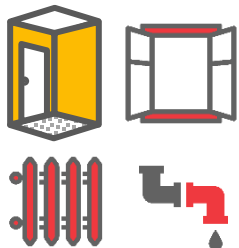
МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЙТИНГА ONLINE-ПРОДАЖ РИТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТАХ DIY, HOUSEHOLD И МЕБЕЛИ

- При составлении рейтинга крупнейших розничных операторов специалисты INFOLine анализируют финансовые показатели ритейлеров, основным видом деятельности которых является розничная реализация товаров в сегментах DIY, Household и мебели.
- Основным параметром ранжирования компаний являются выраженные в рублях online-продажи товаров в сегментах DIY, Household и мебели на территории России с учетом НДС (оборот от online-продаж).
- При расчете оборота от online-продаж учитываются стоимость доставки клиенту и промокоды для клиентов. В GMV в online включаются продажи по схеме click&collect.
- При составлении рейтинга учитываются компании, осуществляющие торговлю в товарных категориях DIY, Household и мебели только через online-каналы (интернет-магазины и маркетплейсы).
- При расчете оборота от online-продаж ритейлеров учитываются их продажи в том числе на площадках маркетплейсов.
- При оценке online-продаж учитываются продажи юридическим лицам, однако не учитываются компании, которые осуществляют торговлю в основном в сегменте B2B (например, "КОМУС" и аналогичные компании).
- При оценке online-продаж не учитываются продажи физических лиц физическим лицам (в том числе товаров бывших в использовании) - то есть в C2C-сегменте (например, на таких площадках как AVITO, ЮЛА и т. д.)
- Все online-продажи DIY-ритейлеров относятся к сегменту DIY, все online-продажи Household-ритейлеров относятся к сегменту "Household и мебель". Online-продажи маркетплейсов разделены на две категории: DIY, "Household и мебель".

МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ ДАННЫХ

Данные и оценки для формирования рейтинга были получены путем:

- опроса и анкетирования компаний;
- оценок INFOLine по комплексной методике с последующим согласованием оценок с компаниями.

ПЕРЕЧЕНЬ АССОРТИМЕНТНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ, ОТНОСИМЫХ INFOLINE К СЕГМЕНТАМ HARD И SOFT DIY, HOUSEHOLD.**HARD DIY**

Внутренняя обшивка пола, гидро- и пароизоляция, гипсокартон, деревянные панели, дорожки, тротуары, изоляция, кирпичи и блоки, кровля, фасованные строительные материалы, наружное освещение, электроинструмент и станки, канализация, фитинги, метизы, клей, скобяные изделия, межкомнатные двери, окна (в т.ч. мансардные), погонаж, центральное отопление, кабель.



Плитка, ковролин, линолеум, деревянные и ламинированные покрытия, ванны, раковины, унитазы, смесители для ванной, душевое оборудование, аксессуары для душа, обшивка, облицовка, стекло, обои/настенные покрытия, жалюзи, карнизы, дверные ручки/кнобы, краска для внутренних работ, краска для наружных работ, мойки, смесители для кухни, аксессуары для кухни, ручной инструмент и оснастка, водоснабжение, настенные и потолочные панели, защита электрических цепей, электротовары для дома.

SOFT DIY**HOUSEHOLD**

Посуда, столовые приборы, кухонные принадлежности, текстиль, постельное белье и принадлежности, полотенца, шторы и аксессуары, предметы интерьера, зеркала, часы, ковры и коврики, люстры, светильники, товары для уборки, хранения, сушилки/глажки/стирки белья, аксессуары для хранения одежды, коробки и корзины.

GARDEN

Растения и семена, парники и теплицы, садовый инвентарь, зимний инвентарь, садовая мебель, заборы, грунты и удобрения, горшки и садовый декор, уход за растениями, обустройство сада и огорода, садовая техника и комплектующие к ней, насосы для дачи, шланги, системы хранения, комплектующие, товары для консервирования и виноделия.

ОБ АВТОРЕ – INFOLine



В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в РФ и мире. Решение данной задачи невозможно без профессионального и высокоэффективного информационного отдела.

INFOLine – это **Ваш информационный отдел**, который будет работать на пользу и развитие вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы.

INFOLine является независимой компанией и работает на рынке исследований различных отраслей экономики и потребительского рынка РФ с 2001 г. Проведенные специалистами INFOLine в 2001-2022 гг. исследования инвестиционных процессов в различных отраслях экономики **высоко оценены** многочисленными клиентами и партнерами и **эффективно используются** ими в своей работе.

199155, Санкт-Петербург, пр. КИМа, 28

www.infoline.spb.ru | www.advis.ru | +78123226848 | +74957727640

mail@advis.ru | mail@infoline.spb.ru

Спасибо за внимание!