

Российский рынок маркетплейсов:

Итоги 2019 г., прогноз до 2022 г.

г. Москва, 2021 г.



Аналитический отчёт

Этот отчет был подготовлен NeoAnalytics исключительно в целях информации. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена из источников, которые, по мнению NeoAnalytics, являются надежными, однако NeoAnalytics не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. Все мнения и оценки, содержащиеся в настоящем материале, отражают мнение авторов на день публикации и подлежат изменению без предупреждения. NeoAnalytics не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников либо предоставлена упомянутыми в отчете компаниями. Дополнительная информация предоставляется по запросу. Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения NeoAnalytics либо тиражироваться любыми способами. Copyright © NeoAnalytics

Полное оглавление

Полное оглавление	2
Список диаграмм	4
Список таблиц	6
Аннотация	7
Макроэкономические показатели России в 2019 г.	8
Оборот розничной торговли	8
Оборот, динамика и структура оборота	8
Товарная структура оборота	10
Покупательская активность	13
Конъюнктура российского рынка	17
Общие данные	17
Основные понятия и определения	18
Рынок Интернет-торговли в России	20
Интернет-активность населения РФ	23
Объем рынка маркетплейсов	26
Специфика работы маркетплейсов	29
Примеры зарубежного опыта	31
Amazon.com	31
Ebay.com	32
AliExpress.com	33
Характеристика участников рынка	35
Tmall	42
Профили участников рынка	44
wildberries.ru (ООО «Вайлдберриз»)	44
Основные показатели деятельности компании	44
Финансовые показатели	45
ozon.ru (ООО «Интернет решения»)	46
Основные показатели деятельности компании	46
Финансовые показатели	47

Беру (beru.ru) (ООО «Яндекс.Маркет»)	48
Основные показатели деятельности компании	48
Финансовые показатели	49
Goods.ru (ООО «Маркетплейс»)	50
Основные показатели деятельности компании	50
Финансовые показатели	51
Lamoda (ООО «Купишуз»)	52
Основные показатели деятельности компании	52
Финансовые показатели	53
Tmall (ООО «Алибаба.ком (ру)»)	54
Основные показатели деятельности компании	54
Финансовые показатели	56
Joom (ООО «Джум»)	56
Основные показатели деятельности компании	56
Satom.ru (ИП Томащук Г. В.)	58
Основные показатели деятельности компании	58
Тенденции и перспективы развития российского рынка	59
О компании NeoAnalytics	61

Список диаграмм

Рис. 1. Динамика общего оборота розничной торговли, 2010-2019гг., млрд. руб., %	8
Рис. 2. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ, 2019г., %	9
Рис. 3. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли по федеральным округам РФ, 2019г., %	10
Рис. 4. Динамика товарной структуры оборота розничной торговли, 2010-2019гг., %	11
Рис. 5. Товарная структура оборота розничной торговли продовольственными товарами, 2019г., %	11
Рис. 6. Товарная структура оборота розничной торговли непродовольственными товарами, 2019 г., %	12
Рис. 7. Динамика объема среднедушевых денежных доходов населения, 2013-2019гг., руб/чел., %	14
Рис. 8. Рейтинг ФО по объему денежных доходов населения, 2019г., руб/чел., %	15
Рис. 9. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, 2019 г., руб/чел.	16
Рис. 10. Динамика объема рынка Интернет-торговли в РФ, 2014-2019гг., млрд. руб., %	20
Рис. 11. Динамика структуры рынка Интернет-торговли в РФ в разрезе внутренней/трансграничной торговли, 2015-2019гг., %	21
Рис. 12. Структура объема рынка Интернет-торговли по видам товаров, 2019г., %	22
Рис. 13. Динамика проникновения Интернета в РФ, 2000-2019гг., %	23
Рис. 14. Проникновение Интернета в РФ в разрезе возрастных групп, 2019г., %	24
Рис. 15. Доля пользователей интернетом на мобильных устройствах, 2013-2019гг., %	25
Рис. 16. Количество абонентов мобильного Интернета, 2009-2019гг., млн. абонентов, %	25
Рис. 17. Динамика доли российского рынка маркетплейсов в общем объеме Интернет-торговли, 2015-2019гг., %	26
Рис. 18. Динамика объема российского рынка маркетплейсов на фоне основных макроэкономических показателей, 2015-2019гг., %	27

Рис. 19. Динамика объема российского рынка маркетплейсов, 2015-2019гг., млрд. руб., %	28
Рис. 20. Динамика прироста выручка по основным участникам рынка 2018-2019 гг., %	28
Рис. 21. Выручка компании Amazon, 2014-2019гг., млрд. долл., %	32
Рис. 22. Выручка компании eBay, 2014-2019гг., млрд. долл., %	33
Рис. 23. Рейтинг маркетплейсов России по посещаемости, декабрь 2019г., чел в день	36
Рис. 24. Рейтинг маркетплейсов России по посещаемости, декабрь 2019г., чел в месяц	37
Рис. 25. Рейтинг маркетплейсов России по посещаемости, декабрь 2019г., чел в год	37
Рис. 26. Рейтинг ведущих маркетплейсов по количеству поставщиков товаров, 2019г., %	38
Рис. 27. Динамика выручки ООО «Вайлдберриз», 2011-2019гг., млрд. руб., %	45
Рис. 28. Динамика чистой прибыли ООО «Вайлдберриз», 2013-2019гг., млн. руб., %	45
Рис. 29. Динамика выручки ООО «Интернет решения», 2013-2019гг., млрд. руб., %	47
Рис. 30. Динамика чистой прибыли ООО «Интернет решения», 2013-2019гг., млн. руб., %	47
Рис. 31. Динамика выручки ООО «Яндекс Маркет», 2016-2019гг., млрд. руб., %	49
Рис. 32. Динамика чистой прибыли ООО «Яндекс Маркет», 2016-2019гг., млн. руб., %	49
Рис. 33. Динамика выручки ООО «Маркетплейс», 2017-2019гг., млн. руб., %	51
Рис. 34. Динамика чистой прибыли ООО «Маркетплейс», 2016-2019гг., млн. руб., %	51
Рис. 35. Динамика выручки ООО «Купишуз», 2013-2019гг., млрд. руб., %	53
Рис. 36. Динамика чистой прибыли ООО «Купишуз», 2013-2019гг., млн. руб., %	53
Рис. 37. Динамика выручки ООО «Алибаба.ком (ру)», 2015-2019гг., млрд. руб., %	55
Рис. 38. Динамика чистой прибыли ООО «Алибаба.ком (ру)», 2015-2019гг., млн. руб., %	55
Рис. 39. Прогноз динамики прироста объема рынка маркетплейсов на фоне основных макроэкономических показателей в России, 2020-2022гг., %	59
Рис. 40. Прогноз динамики объема рынка маркетплейсов в России, 2020-2022гг., млрд. руб., %	60

Список таблиц

Табл. 1. Схемы работы маркетплейсов	29
Табл. 2. Характеристика популярных маркетплейсов в России, декабрь 2019г.	39

Аннотация

Настоящее исследование посвящено анализу динамики российского рынка маркетплейсов. Основной целью исследования является предоставление объективной оценки конъюнктуры и перспектив дальнейшего развития российского рынка маркетплейсов.

В отчете представлены проанализированные итоги развития рынка в 2019г., а также построены прогнозы до 2022 г.

Детальным образом проанализированы такие данные, как:

- Показатели рынка
- Анализ участников рынка
- Тенденции и прогнозы развития

Данное исследование предназначено для ряда специалистов, в частности:

- маркетологи-аналитики, менеджеры по маркетингу, менеджеры по маркетинговым исследованиям, работающие в сфере деятельности маркетплейсов;
- директора по маркетингу, директора по продажам компаний, работающих в сфере деятельности маркетплейсов;
- коммерческие директора компаний, работающие в сфере деятельности маркетплейсов;
- частные инвесторы, планирующие приобрести акции предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере деятельности маркетплейсов.

Исследование проведено в декабре 2020 года.

Объем отчета – 61 стр.

Отчет содержит 2 таблицы и 40 графиков.

Язык отчета – русский.

Конъюнктура российского рынка

Общие данные

.....

В 2018-19 гг. одним из актуальных трендов в развитии Интернет-торговли стала бизнес-модель маркетплейса. Данная

Основные понятия и определения

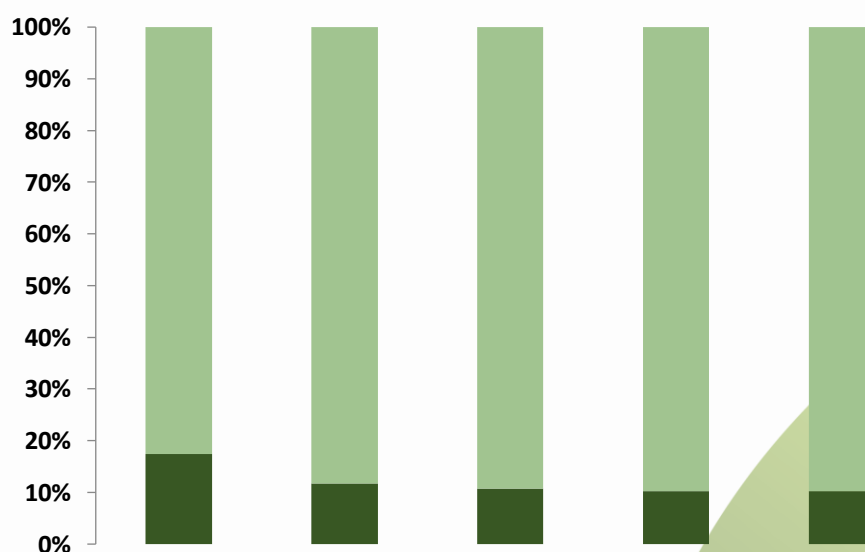
Маркетплейс -

В 20... г. трансграничная Интернет-торговля впервые

Объем рынка маркетплейсов

Доля маркетплейсов в общем обороте внутренней Интернет-торговли составляет около

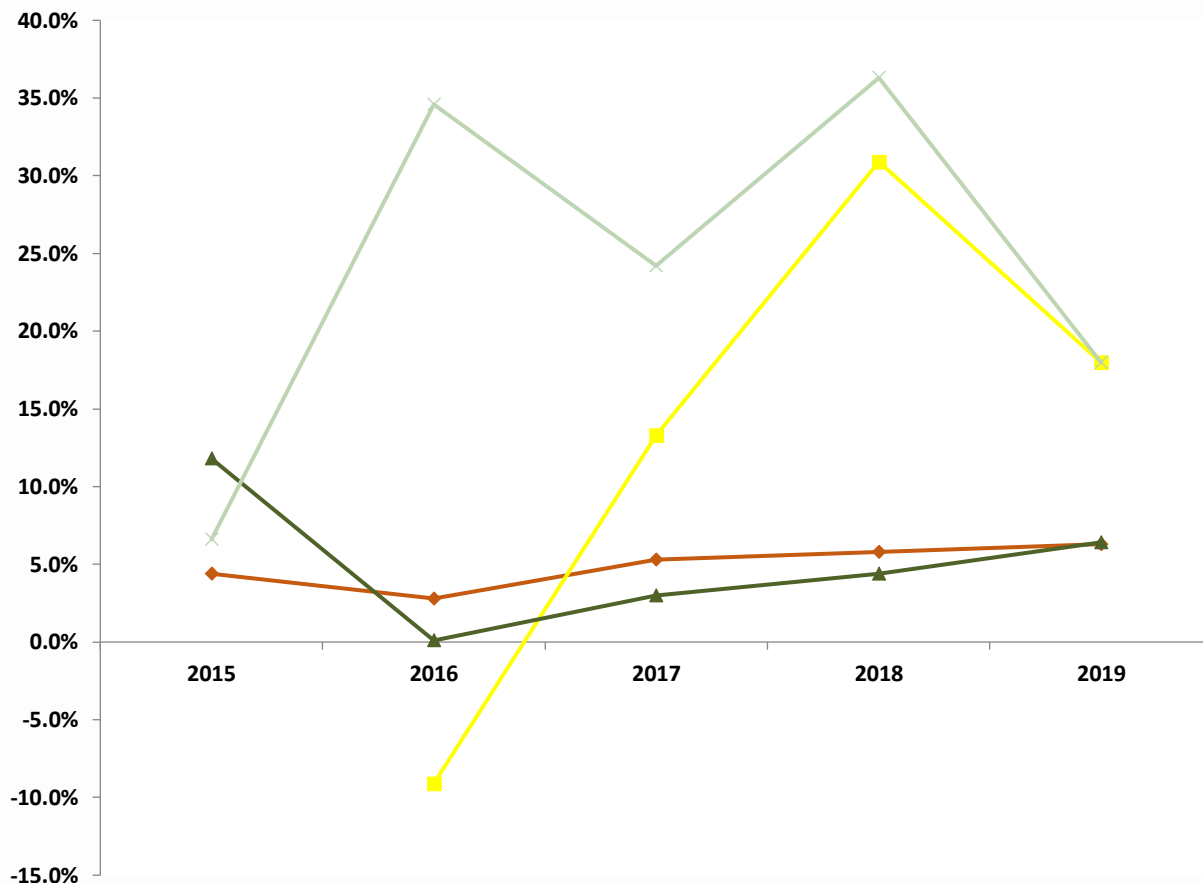
Рис. 1. Динамика доли российского рынка маркетплейсов в общем объеме Интернет-торговли, 2015-2019гг., %



Источник: Росстат, расчеты NeoAnalytics

В целом 2019 г. был ...

Рис. 2. Динамика объема российского рынка маркетплейсов на фоне основных макроэкономических показателей, 2015-2019гг., %

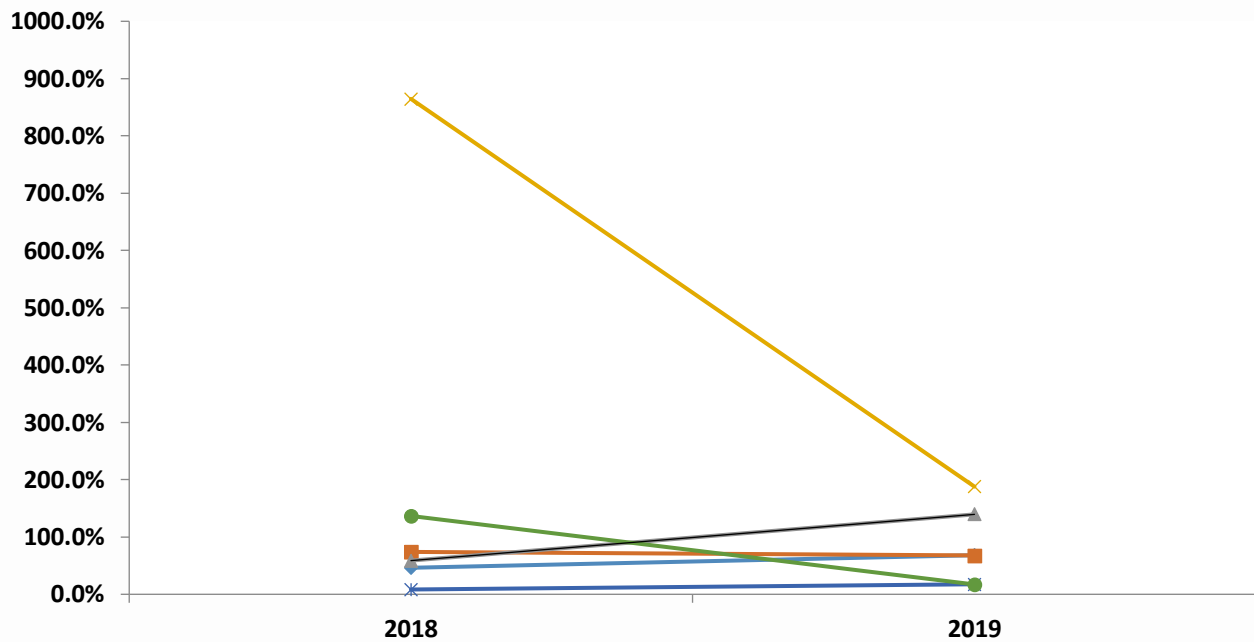


Источник: Росстат, расчеты NeoAnalytics

По расчетам NeoAnalytics, в 2019 году объем выручки маркетплейсов составил

Для основных участников 2019 г. был вполне

Рис. 3. Динамика прироста выручка по основным участникам рынка 2018-2019 гг., %



Источник: ФНС, Росстат, расчеты NeoAnalytics

Беру (beru.ru) (ООО «Яндекс.Маркет»)

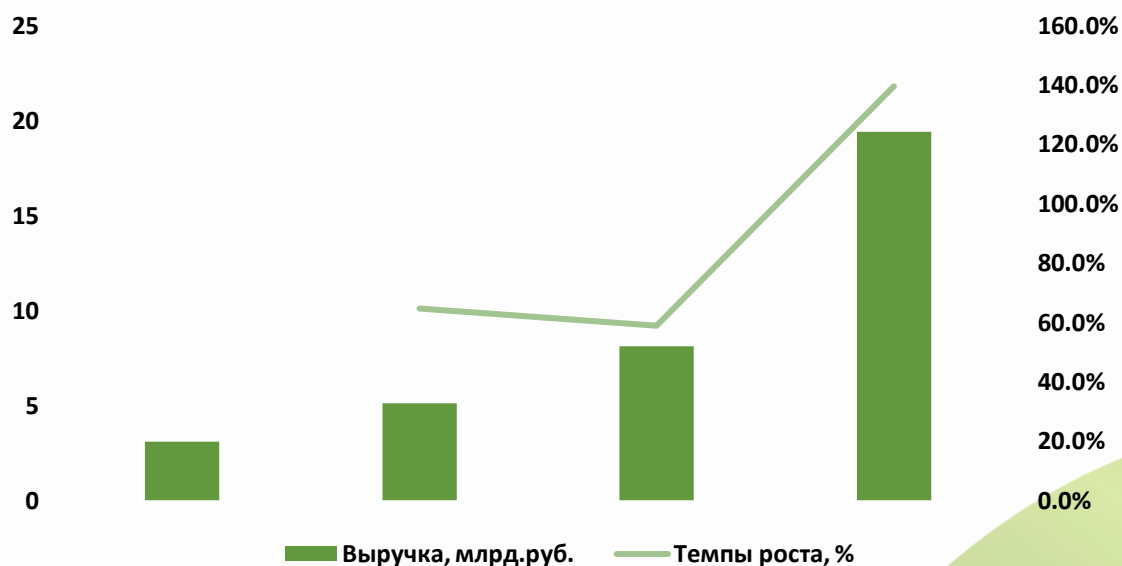


Основные показатели деятельности компании

Наименование показателя	Данные
Год основания	•
Товарная категория	•
Показатели деятельности	•
Ключевые фигуры	•

Финансовые показатели

Рис. 4. Динамика выручки ООО «Яндекс Маркет», 2016-2019гг., млрд. руб., %



Источник: ФНС, данные компании



О компании *NeoAnalytics*



Штат компании *NeoAnalytics* - это команда профессионалов с разносторонним опытом деятельности в области маркетинга, маркетинговых коммуникаций и маркетинговых исследований, а также консалтинговых услуг, брендинга, PR и рекламы.

География наших исследований включает в себя все регионы России. На сегодняшний день мы наладили устойчивые партнерские отношения с маркетинговыми компаниями стран СНГ, Центральной и Восточной Европы, США.

Сотрудничая с международными компаниями, мы перенимаем передовой опыт и исследовательские методики, которые используем в работе для наших клиентов.

В 2010 г. мы присоединились к Европейской ассоциации изучения общественного мнения и маркетинговых исследований ESOMAR.

Наши ценности

- ✓ Мы практикуем индивидуальный подход к каждому клиенту и его ситуации, что позволяет нам подобрать оптимальное сочетание методов маркетинга и консалтинговых подходов для эффективного решения его бизнес-задач.
- ✓ Мы соблюдаем фундаментальные исследовательские принципы, следуя ценностям и интересам своих клиентов.
- ✓ Мы постоянно растем, совершенствуясь в своем профессионализме
- ✓ Мы любим свою работу!