



ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ В РОССИИ

ОПЕРАТИВНАЯ СТАТИСТИКА
ПО ИТОГАМ 2 КВАРТАЛА 2013 ГОДА

СЕНТЯБРЬ 2013 Г.





ЦЕНТР СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ **ENTER VISION**

был создан в 2011 году на базе компании Enter.

Ключевой целью команды является увеличение прозрачности рынков розничной торговли и интернет-коммерции для его игроков.

Агрегируя экспертизу и исследуя рыночную конъюнктуру, Enter Vision предлагает аналитику в трех ключевых форматах:

1. Готовые исследования рынков
2. Готовые исследования конкурентного окружения
3. Уникальные исследования на заказ (Ad-hoc)

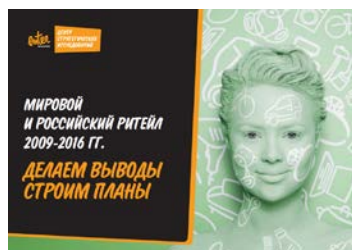
НАШИ КОНТАКТЫ:

Сайт: WWW.ENTER.RU/RESEARCH

Электронная почта: RESEARCH@ENTER.RU

Facebook: WWW.FACEBOOK.COM/RESEARCH.ENTER

SlideShare: WWW.SLIDESHARE.NET/RESEARCH_ENTER



Июнь 2013

«МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ 2009-2016»

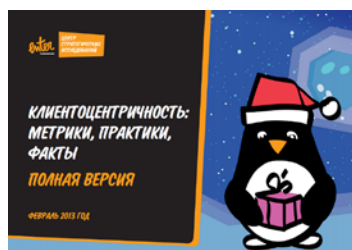
- Ритейл и e-commerce в России, США, Китае: объемы, темпы роста, прогнозы 2009-2016
- Рынки парфюмерии и косметики, ювелирных украшений, мебели: ключевые игроки, ассортимент и посещаемость онлайн-ритейлеров



Июль 2013

«МЕЖДУНАРОДНЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ: БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 1КВ. 2013 Г.»

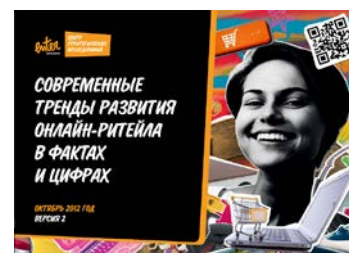
- Ежеквартальный индекс 75 международных и российских компаний: выручка, рентабельность, оборачиваемость, капитализация



Февраль 2013

«КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ: МЕТРИКИ, ПРАКТИКИ, ФАКТЫ»

- Метрики клиентского сервиса: NPS, CSI, TLR, FCR, TRI*M
- Мировые практики клиентского сервиса: USAA, Zappos, Costco, Edward Jones, Starbucks и др.



Октябрь 2012

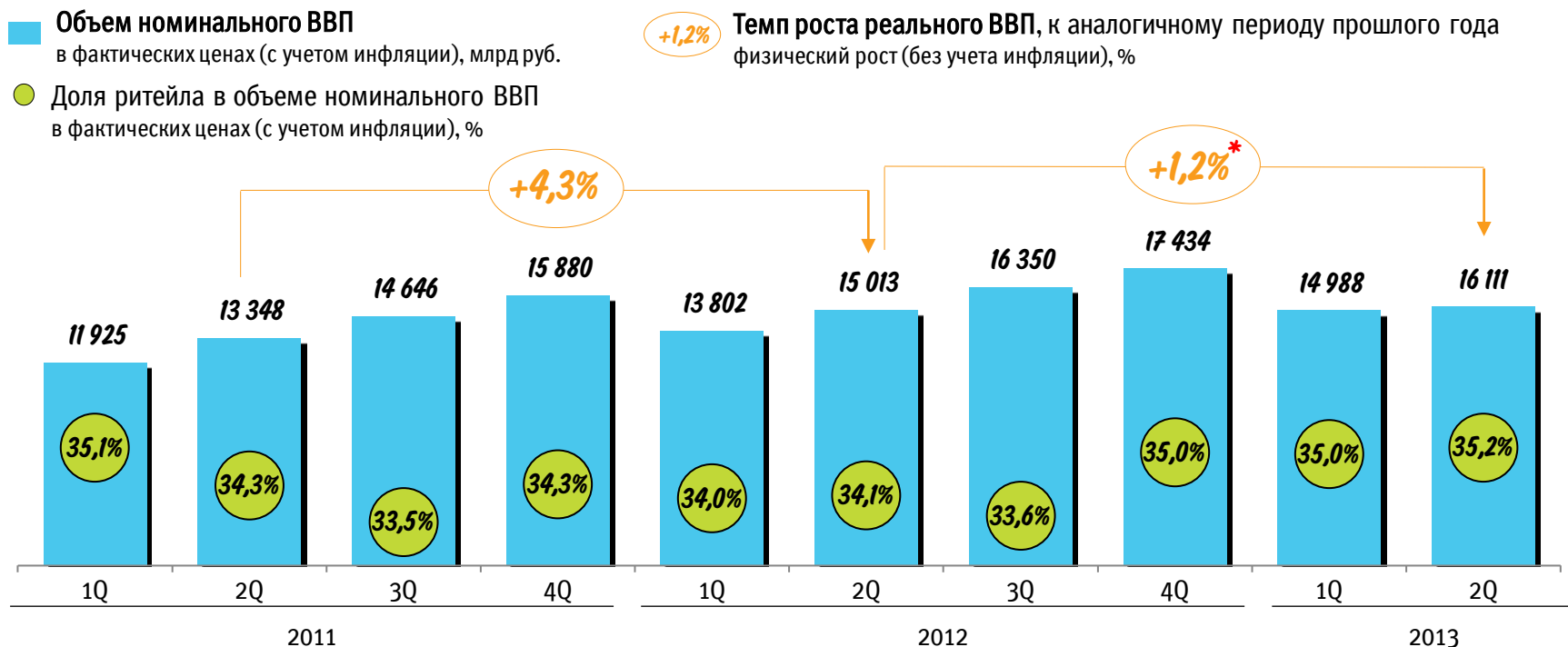
«СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА»

- Индексы онлайн-ритейла в России: сроки и стоимость доставки, способы оплаты, ассортимент и средние цены онлайн-ритейлеров

РОССИЯ: МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ



ВВП



**МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ О ЗАМЕДЛЕНИИ
ТЕМПОВ РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

* - предварительная оценка Росстата от 06.09.2013

Источники: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата.

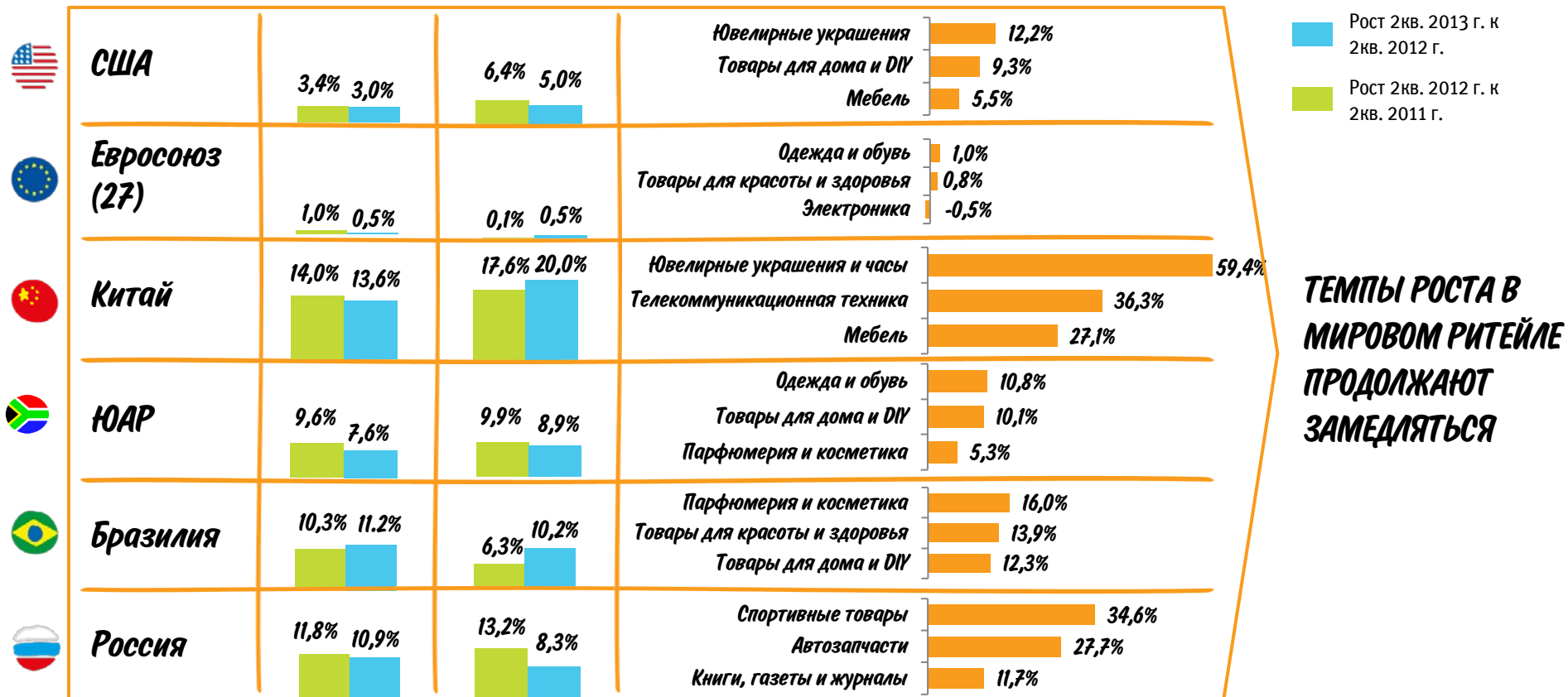
РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И МИРЕ

ТЕМПЫ РОСТА ПРОДАЖ ПО ИТОГАМ 2 КВАРТАЛА 2013 Г.



Ритейл Non-food Ритейл *

Топ-3 сегмента non-food ритейла
по темпам роста продаж 2Q 2013 к 2Q 2012



**ТЕМПЫ РОСТА В
МИРОВОМ РИТЕЙЛЕ
ПРОДОЛЖАЮТ
ЗАМЕДЛЯТЬСЯ**

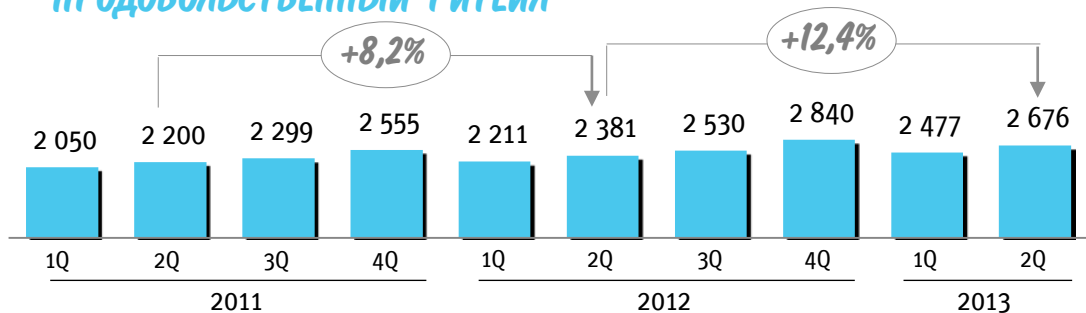
* Non-food ритейл не включает в себя продажи автомобилей и бензина.

Источники: Центр Стратегических Исследований Enter Vision по данным US Census, Eurostat, NBSC, IBGE, Statistics South Africa, Росстат

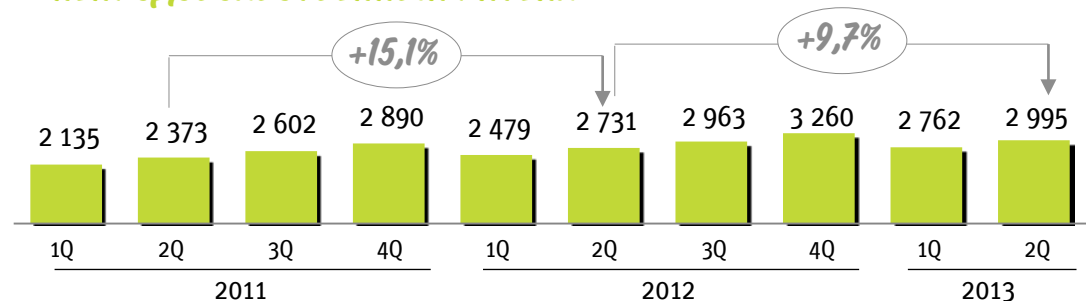
РОССИЯ: ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РИТЕЙЛА



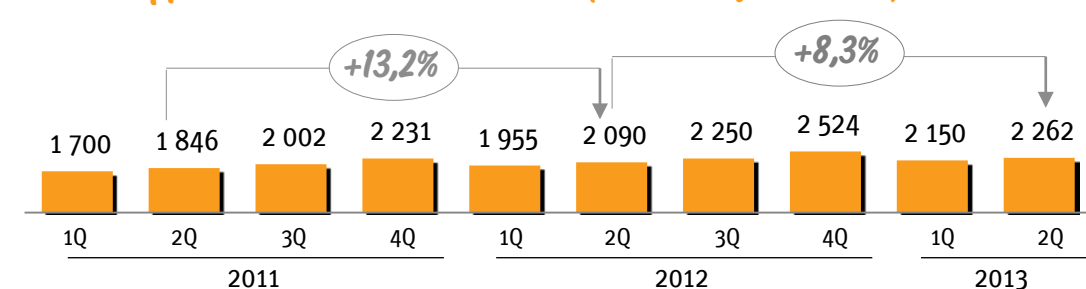
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ



НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ



НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ (без авто, бензина)



- Объем продовольственного ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд руб.
- Объем непродовольственного ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд руб.
- Объем непродовольственного ритейла без учета авто, бензина в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд руб.

ЗАМЕДЛЕНИЕ РОСТА РИТЕЙЛА В РОССИИ СИЛЬНЕЕ ВСЕГО ПРОЯВИЛОСЬ В ТОРГОВЛЕ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата.
Показан фактический рост (с учетом инфляции).

РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА



ОБОРОТ РИТЕЙЛА ВО 2 КВАРТАЛЕ 2013 Г.

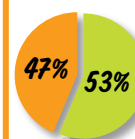
- Менее 300 млрд. руб
- От 300 до 499 млрд. руб
- От 500 до 999 млрд. руб
- От 1000 до 1499 млрд. руб
- Более 1500 млрд. руб



- Доля продовольственного ритейла в регионе, %
- Доля непродовольственного ритейла в регионе, %



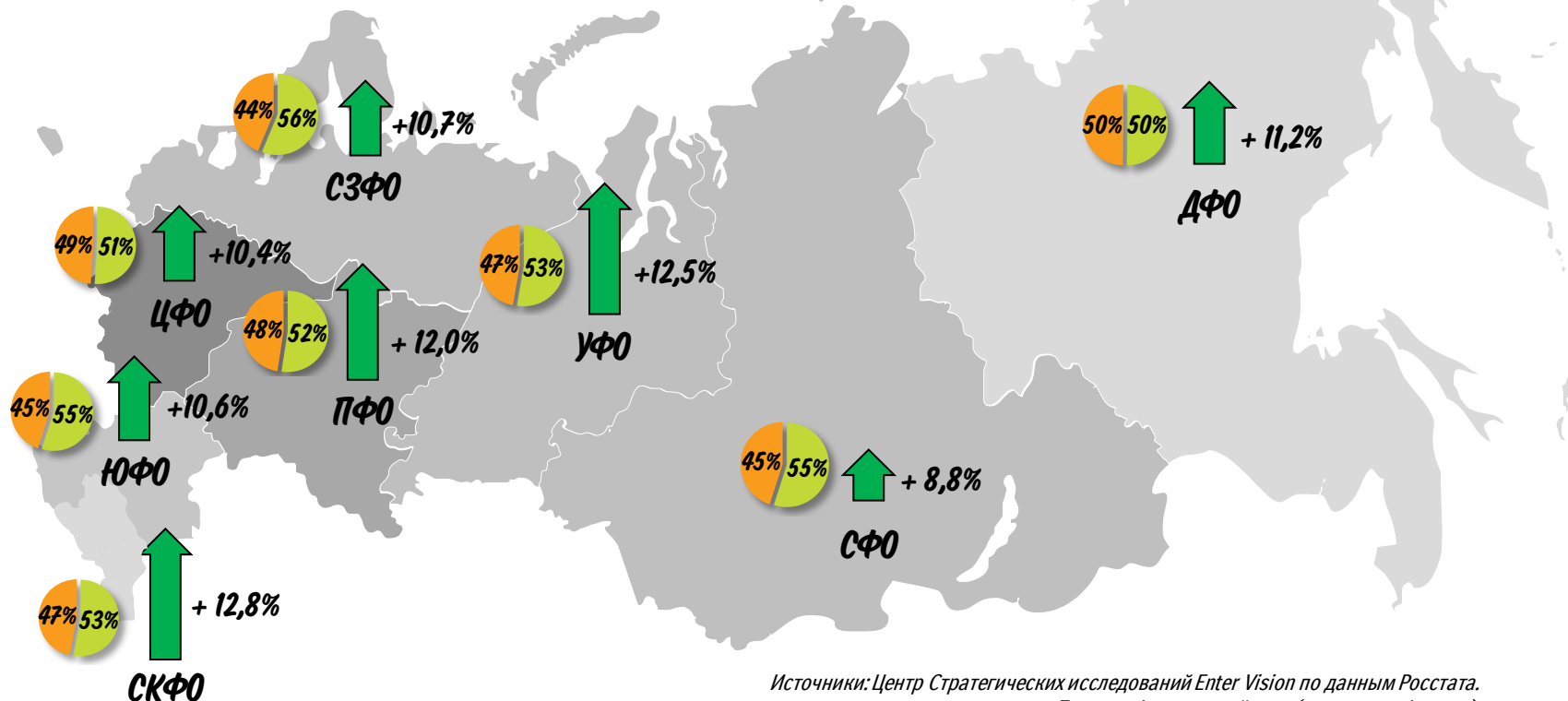
**ТЕМП РОСТА ОБОРОТА РИТЕЙЛА В РЕГИОНЕ,
2 кв. 2013 к 2 кв. 2012, %**



- Доля продовольственного ритейла в регионе, %
- Доля непродовольственного ритейла в регионе, %



**В ЦЕЛОМ ПО СТРАНЕ
+ 10,9%**



Источники: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата.
Показан фактический рост (с учетом инфляции).



РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ

ТОП-10 РЕГИОНОВ РОССИИ ПО ОБОРОТУ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА ВО 2 КВ. 2013 Г. *

Регион	Оборот non-food** млрд. руб.	Общий прирост оборота non-food ритейла, 2Q 2013 к 2Q 2012	Топ-3 сегмента non-food ритейла по темпам роста 2Q 2013 к 2Q 2012	
#1 Московская область	166	-0,1%	Ювелирные украшения и часы	53%
			Товары для детей	25%
			Бытовая Техника и Электроника	17%
#2 Свердловская область	124	+12,1%	Мебель	27%
			Книги, газеты и журналы	18%
			Товары для детей	18%
#3 Краснодарский край	99	+9,0%	Ювелирные украшения и часы	54%
			Товары для детей	41%
			Книги, газеты и журналы	39%
#4 Республика Татарстан	94	+3,3%	Автозапчасти	45%
			Одежда и обувь	35%
			Бытовая Техника и Электроника	27%
#5 Тюменская область	92	+15,3%	Спортивные товары	24%
			Фармацевтика	15%
			Одежда и обувь	9%

* За исключением Москвы и Санкт-Петербурга

** Розничная продажа основных категорий товаров во 2 кв. 2013 г, за исключением автомобилей и бензина

Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата. Показан фактический темп роста (с учетом инфляции).



РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ

ТОП-10 РЕГИОНОВ РОССИИ ПО ОБОРОТУ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА ВО 2 КВ. 2013 Г. *

Регион	Оборот non-food** млрд. руб.	Общий прирост оборота non-food ритейла, 2Q 2013 к 2Q 2012	Топ-3 сегмента non-food ритейла по темпам роста 2Q 2013 к 2Q 2012	
#6 Ростовская область	91	+9,3%	Бытовая Техника и Электроника	27%
			Одежда и обувь	12%
			Книги, газеты и журналы	10%
#7 Республика Башкортостан	84	+14,4%	Автозапчасти	42%
			Товары для дома и DIY	36%
			Бытовая Техника и Электроника	34%
#8 Самарская область	76	+21,4%	Мебель	64%
			Товары для детей	43%
			Книги, газеты и журналы	35%
#9 Нижегородская область	68	+11,9%	Автозапчасти	20%
			Косметика и парфюмерия	13%
			Фармацевтика	13%
#10 Челябинская область	67	-3,6%	Косметика и парфюмерия	29%
			Фармацевтика	6%
			Товары для дома и DIY	6%

* За исключением Москвы и Санкт-Петербурга

** Розничная продажа основных категорий товаров во 2 кв. 2013 г, за исключением автомобилей и бензина

Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата. Показан фактический темп роста (с учетом инфляции).



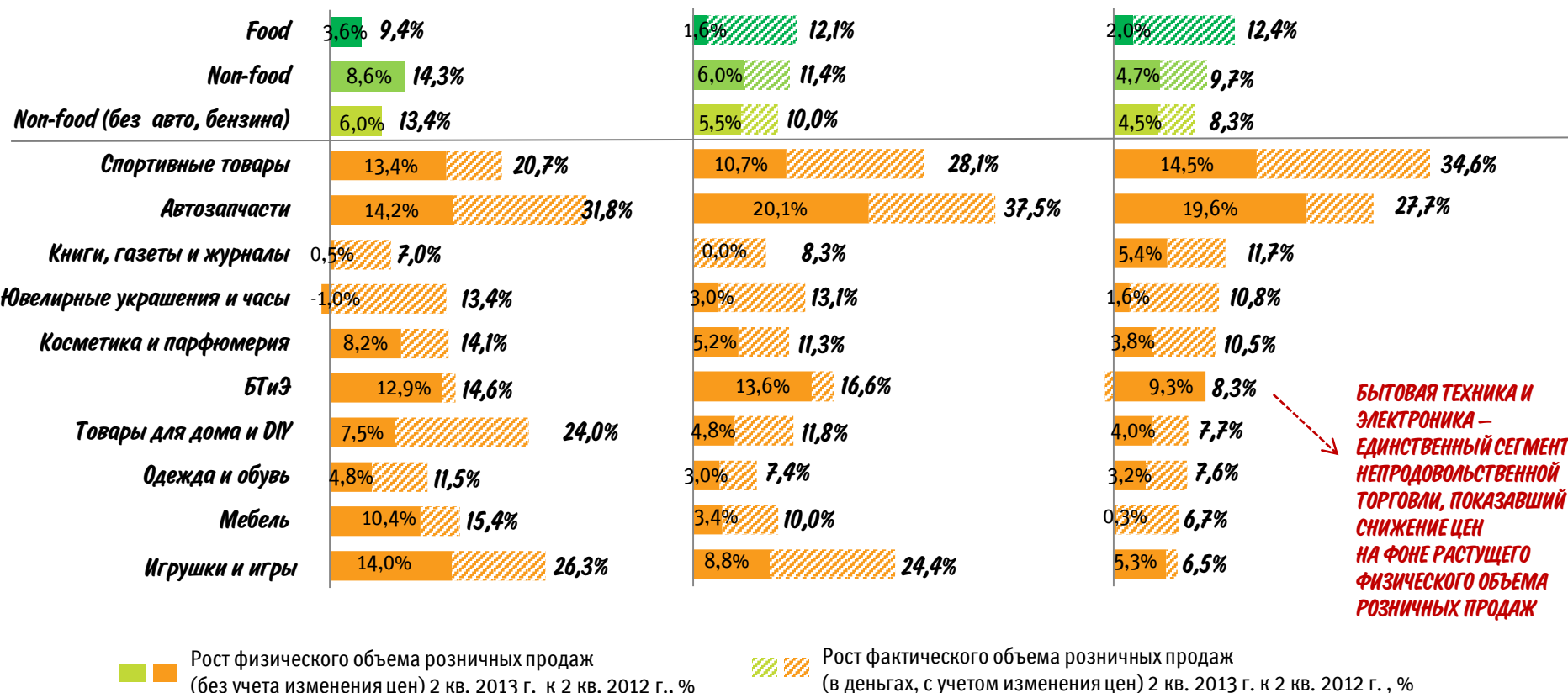
РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ: ТЕМПЫ РОСТА ПРОДАЖ В СЕГМЕНТАХ РИТЕЙЛА



2012 ГОД К
2011 ГОДУ

1 КВ. 2013 К
1 КВ. 2012

2 КВ. 2013 К
2 КВ. 2012 ↓



БЫТОВАЯ ТЕХНИКА И
ЭЛЕКТРОНИКА –
ЕДИНСТВЕННЫЙ СЕГМЕНТ
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ
ТОРГОВЛИ, ПОКАЗАВШИЙ
СНИЖЕНИЕ ЦЕН
НА ФОНЕ РАСТУЩЕГО
ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА
РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ

* В направление «Товары для дома и DIY» входят категории Росстата «Ткани», «Моющие средства», «Туалетное и хоз. мыло», «Посуда металлическая и из стекла», «Строительные материалы», «Напольные покрытия».

В «БТиЭ» входят «Компьютеры», «Моб. телефоны», «Аудио, видео- и фотоаппаратура», «Телевизоры», «Холодильники», «Стиральные машины» и «Носители информации».

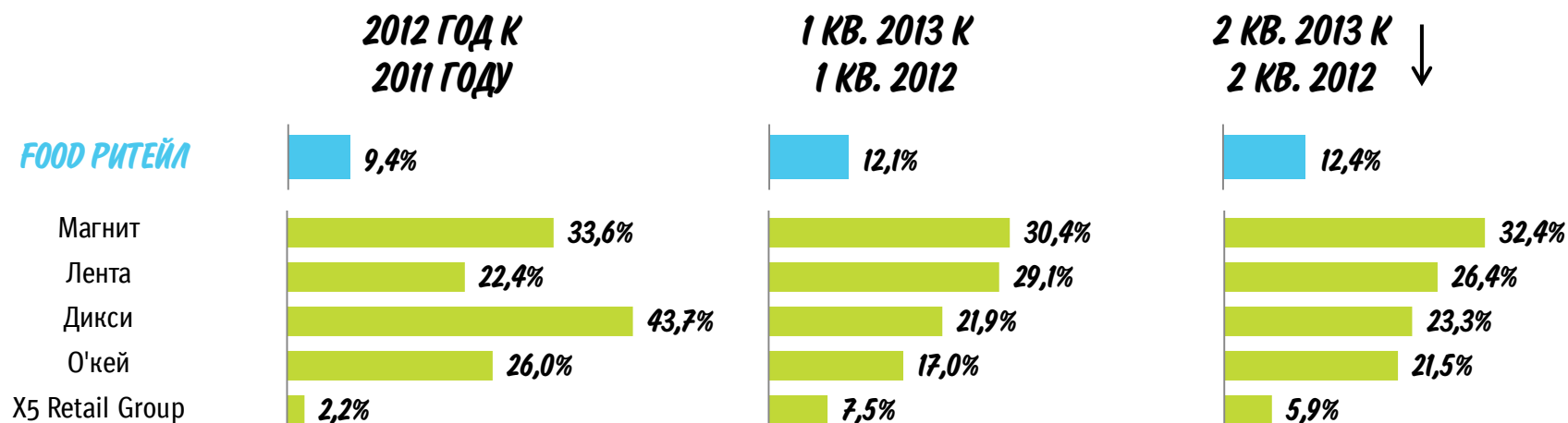
Источник: Центр Стратегических Исследований Enter Vision по данным Росстата

РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ:

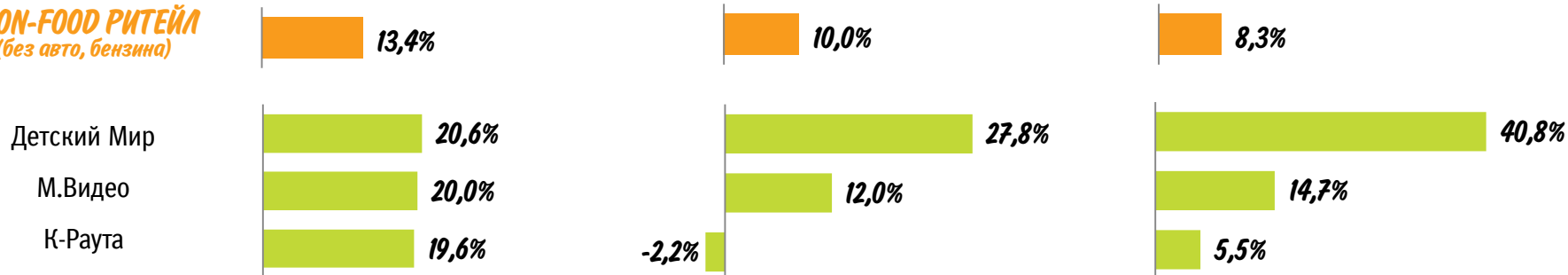
ПРИМЕРЫ ТЕМПОВ РОСТА НЕКОТОРЫХ ИГРОКОВ РЫНКА



FOOD РИТЕЙЛ



NON-FOOD РИТЕЙЛ (без авто, бензина)

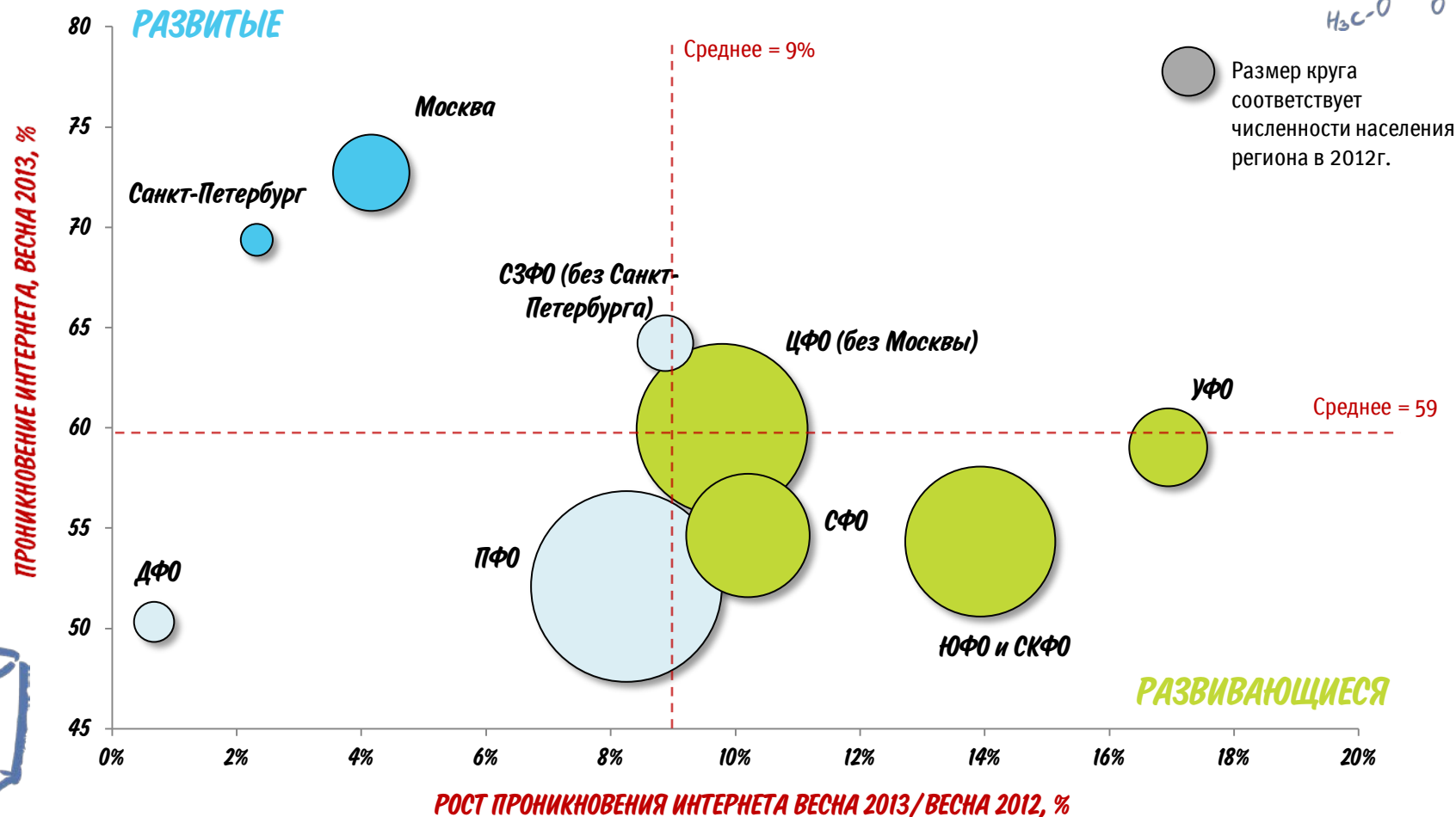
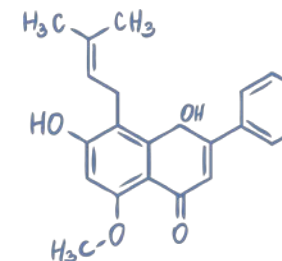


- Рост фактического объема розничных продаж продовольственных товаров (с учетом изменения цен) к аналогичному периоду прошлого года, %
- Рост фактического объема розничных продаж непродовольственных товаров (с учетом изменения цен) к аналогичному периоду прошлого года, %
- Рост выручки компаний к аналогичному периоду прошлого года, %

Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным Росстата, финансовой отчетности компаний и СМИ.

РОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

РЕГИОНАЛЬНОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА



РОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

ТОП-30 ОНЛАЙН РИТЕЙЛЕРОВ ПО ПОСЕЩАЕМОСТИ ВО 2 КВ. 2013 Г.

УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В НЕДЕЛЮ В ПЕРИОД С 1 АПРЕЛЯ ПО 30 ИЮНЯ 2013 Г.

Компания	Направление	Средняя недельная посещаемость, тыс. чел.,	Рост 2 кв. к 1 кв. 2013 г.	Компания	Направление	Средняя недельная посещаемость, тыс. чел.	Рост 2 кв. к 1 кв. 2013 г.
#1 Sotmarket.ru	БТИЭ	3 798	17%	#16 Quelle.ru	Одежда и обувь	584	20%
#2 Wildberries.ru	Одежда и обувь	3 437	-2%	#17 Foto.ru	БТИЭ	539	-25%
#3 Ozon.ru	Смешанный	3 040	-16%	#18 Utinet.ru	БТИЭ	503	23%
#4 Svyaznoy.ru	БТИЭ	2 251	-21%	#19 Sapato.ru	Одежда и обувь	497	17%
#5 Ulmart.ru	БТИЭ	1 709	1%	#20 Sportmaster.ru	Спорт и отдых	477	14%
#6 Mvideo.ru	БТИЭ	1 647	-5%	#21 Yves-rocher.ru	Парфюмерия и косметика	420	-3%
#7 Lamoda.ru	Одежда и обувь	1 504	30%	#22 Euroset.ru	БТИЭ	416	-11%
#8 Dns-shop.ru	БТИЭ	1 462	-14%	#23 Vseinstrumenti.ru	Сделай сам (DIY)	411	48%
#9 Wikimart.ru	Смешанный	1 165	-11%	#24 Butik.ru	Одежда и обувь	399	130%
#10 Kupivip.ru	Одежда и обувь	1 137	-19%	#25 Pler.ru	БТИЭ	382	-19%
#11 Eldorado.ru	БТИЭ	1 051	-16%	#26 Holodilnik.ru	БТИЭ	333	-8%
#12 Exist.ru	Автозапчасти	994	15%	#27 Bay.ru	Трансграничная торговля	314	-14%
#13 Enter.ru	Смешанный	716	1%	#28 E96.ru	Смешанный	307	-6%
#14 Citilink.ru	БТИЭ	715	-19%	#29 Rutaobao.com	Трансграничная торговля	280	-18%
#15 E5.ru	Смешанный	682	-9%	#30 Klubkrasoti.ru	Парфюмерия и косметика	276	-19%

Источники: Центр Стратегических Исследований Enter Vision на основании систематизированных данных интернет-статистики.

РОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

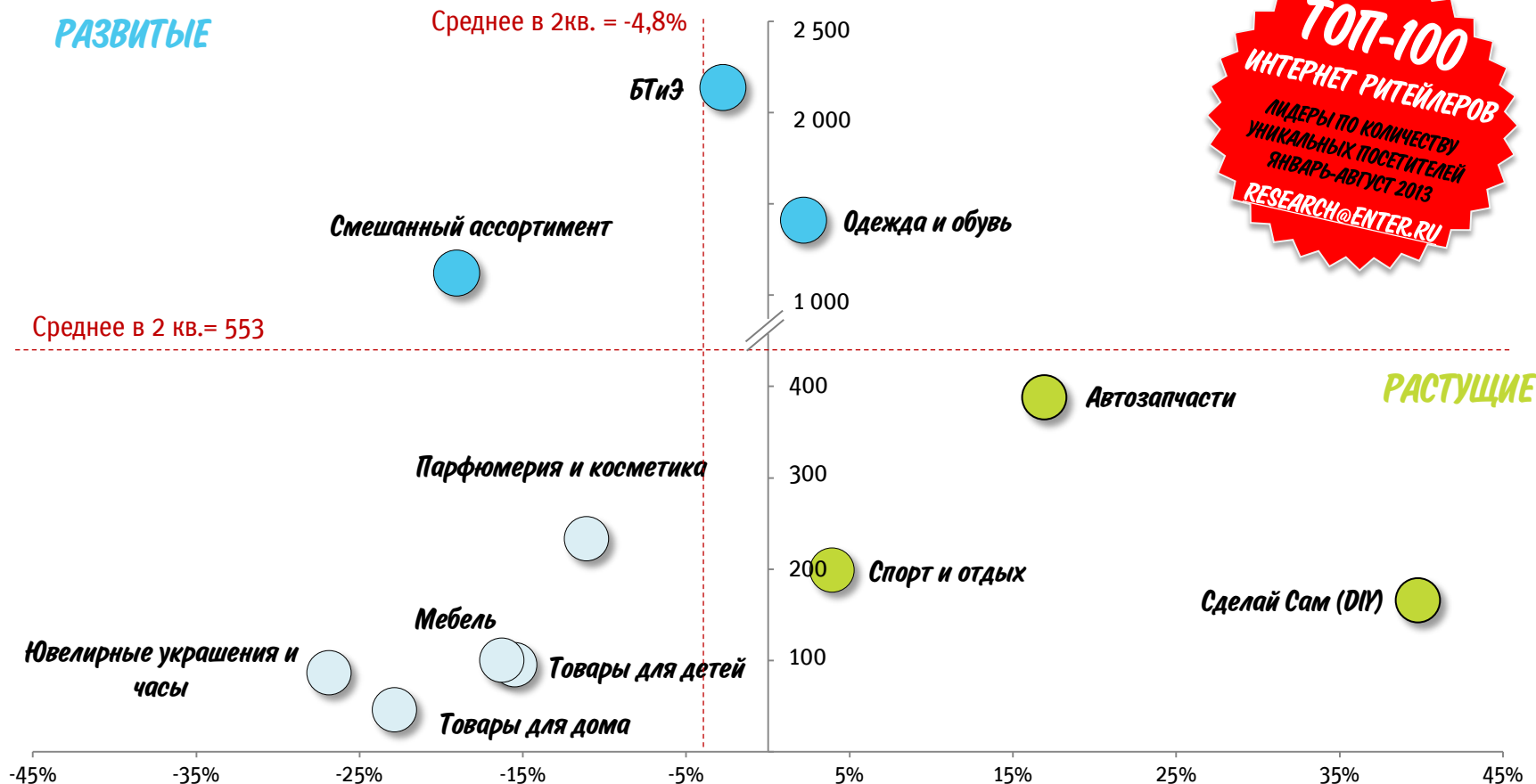
РОСТ ПОСЕЩАЕМОСТИ СЕГМЕНТОВ ТОРГОВЛИ (2 КВ. К 1 КВ. 2013 Г.) *

СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В НЕДЕЛЮ ЗА 2 КВ. 2013 Г., ТЫС.

РАЗВИТЫЕ

Среднее в 2 кв. = -4,8%

Среднее в 2 кв. = 553



ТОП-100
ИНТЕРНЕТ РИТЕЙЛЕРОВ
ЛИДЕРЫ ПО КОЛИЧЕСТВУ
УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2013
RESEARCH@ENTER.RU

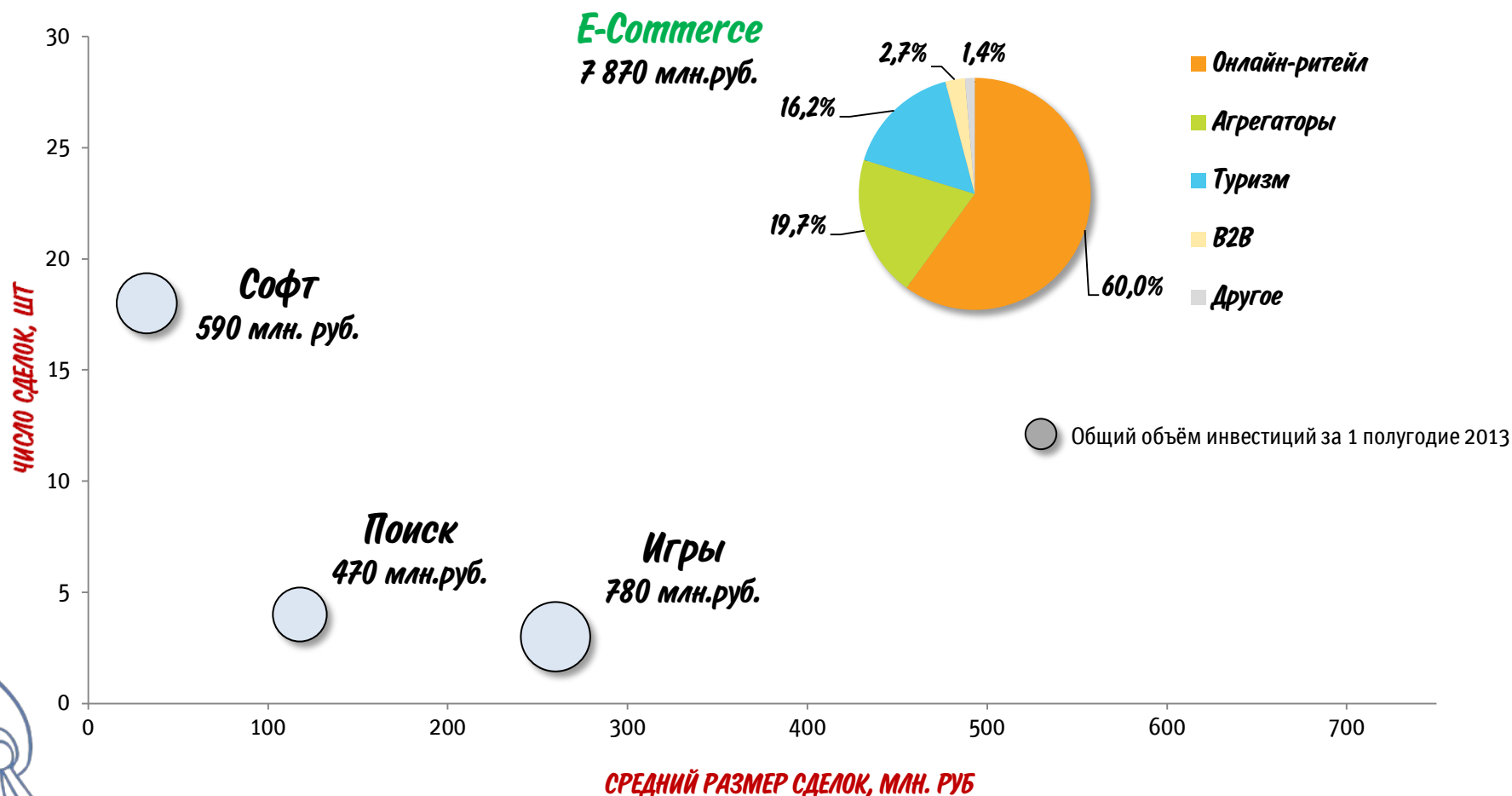
РОСТ СРЕДНЕЙ НЕДЕЛЬНОЙ ПОСЕЩАЕМОСТИ 2 КВ. К 1 КВ. 2013 Г., %

Источники: Центр Стратегических Исследований Enter Vision на основании систематизированных данных интернет-статистики.

* В каждом сегменте взяты 5 лидирующих по посещаемости компаний за 1 полугодие 2013 года (за исключением сегмента «Автозапчасти» - вывод сделан на основании посещаемости 3 компаний: Exist.ru, 4tochki.ru, Emex.ru и «Товаров для дома» - на основании 4 компаний: domosti.ru, Yuterra.ru, Mrdom.ru, Redcube.ru)

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В E-COMMERCE

ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2013 Г.



Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным СММ, Startupafisha.ru

КРУПНЕЙШИЕ ИНВЕСТИЦИИ В ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2013 Г. И 2012 Г.

1 ПГ 2013

Компания	Специализация	Инвестор	Инвестиции, \$млн.
Lamoda	Одежда и обувь	Access Industries, Summit Partners, Tengelmann	130
Holodilnik.ru	БТИЗ	Медиа Капитал	~ 10-15
Esky.ru	Товары для детей	Ru-Net	6
Trendsbrands.ru	Одежда и обувь	Ventech	3

ИТОГО Объем крупнейших сделок за 1 ПГ. 2013 г.:

\$154 млн.

2012 ГОД

Lamoda	Одежда и обувь	JP Morgan	~ 55-80
Shoptime	Одежда и обувь	KupiVIP	50
Юлмарт	БТИЗ	Svoboda Corp., Koshigi Ltd.	45
KupiVIP	Одежда и обувь	Accel Partners	38
Всеинструменты.ру	DIY	Zoom Capital	30
Wikimart	Смешанный	Tiger Global Management	30
Obuv.com	Одежда и обувь	Д. Костыгин, А. Мейер	25
Сотмаркет	Смешанный	IQ One (Управляющая компания Ютинет)	~ 15-20
KupiVip	Одежда и обувь	MCI Management	15,5
Mebelrama	Мебель	Rocket-Internet	10
003.py	Смешанный	Media-Saturn	6,5
HomeMe.ru	Мебель	AddVenture, ABRT, Mangrove Capital Partners	5

ИТОГО Объем крупнейших сделок за 2012 г.:

\$340 млн.

Источники: Анализ
Центр Стратегических
исследований Enter
Vision по данным СММ,
Startupafisha.ru, Capital
IQ, GP Bullhound



ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

ДАРИМ ВРЕМЯ ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО. ЧЕСТНО. С ЛЮБОВЬЮ. КАК ДЛЯ СЕБЯ.

Данное исследование было подготовлено командой Enter Vision.
Его авторы: Александр Прохоров, Игорь Кулюхин, Жанна Богдашина и Владимир Титов.

Электронное издание ENTER.RU «Розничная торговля и онлайн-ритейл в России. Оперативная статистика по итогам 2 квартала 2013 года»

Адрес редакции: Москва, ул. Орджоникидзе, 11, с. 10. Главный редактор: Колотенко Андрей Владимирович.

Авторы: Центр стратегических исследований Enter Vision. Дата выхода: 13.09.2013

Свидетельство о регистрации средства массовой информации: Эл. №ФС77-48467, выдано 06.02.2012 г.

Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Данное Исследование было подготовлено ООО «Энтер» исключительно в целях информирования и предназначено для частного использования. Любое копирование и использование материалов Исследования приветствуется и допускается без письменного согласия ООО «Энтер», но при условии упоминания «Enter Vision» или «Центр Стратегических исследований Enter Vision» в качестве источника. Информация, представленная в настоящем Исследовании, получена из открытых источников. Редакцией были приняты все разумные меры к тому, чтобы обеспечить точность и актуальность использованной в Исследовании информации.

Редакция не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем Исследовании.

Дополнительная информация может быть предоставлена по запросу. Все товарные знаки принадлежат их правообладателям и используются в соответствии с законодательством РФ.

Copyright © ООО «Энтер»

