



ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

Розничная торговля и онлайн-ритейл в России

ОПЕРАТИВНАЯ СТАТИСТИКА
ПО ИТОГАМ 2 КВАРТАЛА 2013 ГОДА

СЕНТЯБРЬ 2013 Г.





О ЦЕНТРЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ «ENTER VISION»



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)



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.»

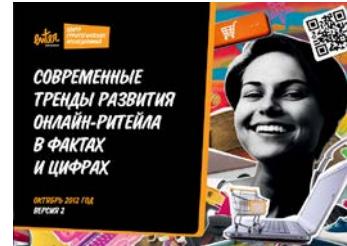
- Ежеквартальный индекс 75 международных и российских компаний: выручка, рентабельность, оборачиваемость, капитализация



Февраль 2013

«КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ: МЕТРИКИ, ПРАКТИКИ, ФАКТЫ»

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



Октябрь 2012

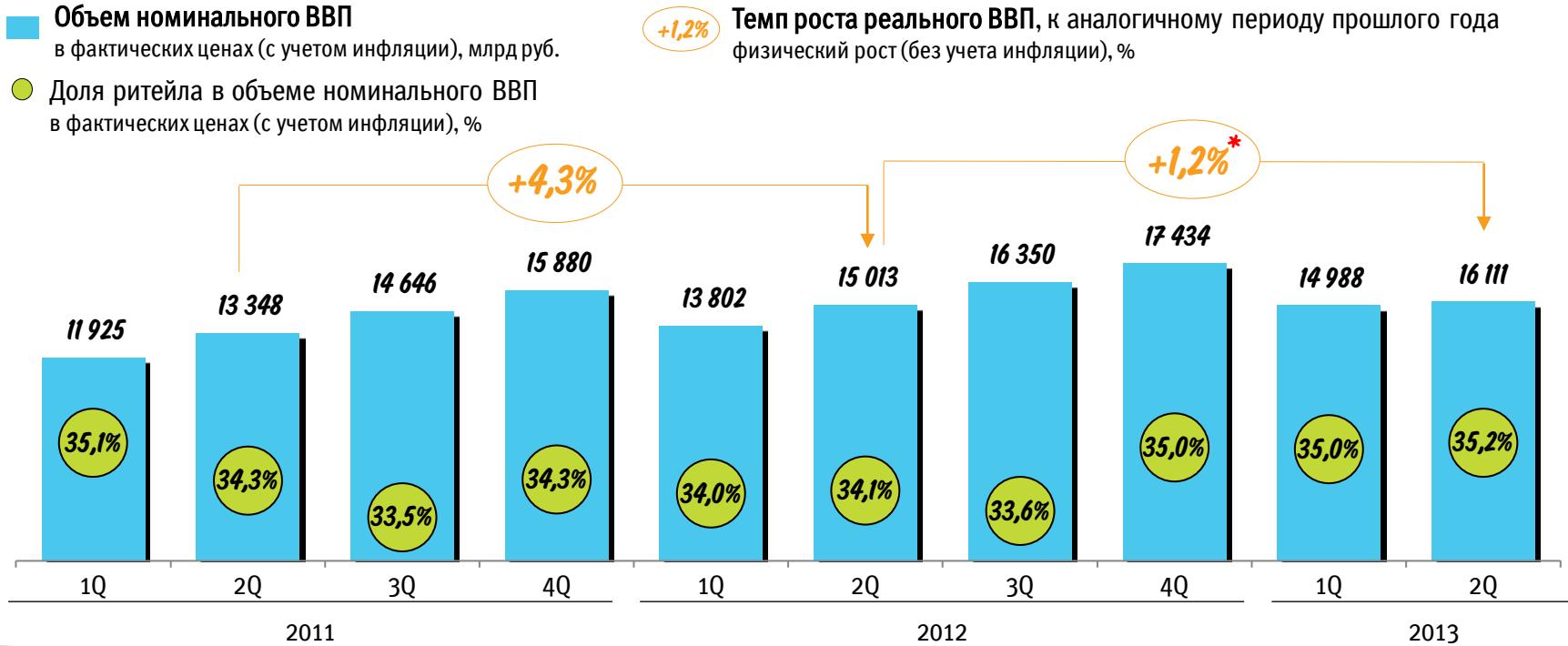
«СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА»

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

РОССИЯ:
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ВВП

- Объем номинального ВВП
в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд руб.
- Доля ритейла в объеме номинального ВВП
в фактических ценах (с учетом инфляции), %



МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ О ЗАМЕДЛЕНИИ
ТЕМПОВ РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

* - предварительная оценка Росстата от 06.09.2013

Источники: Центр Стrатегических исследований Enter Vision по данным Росстата.

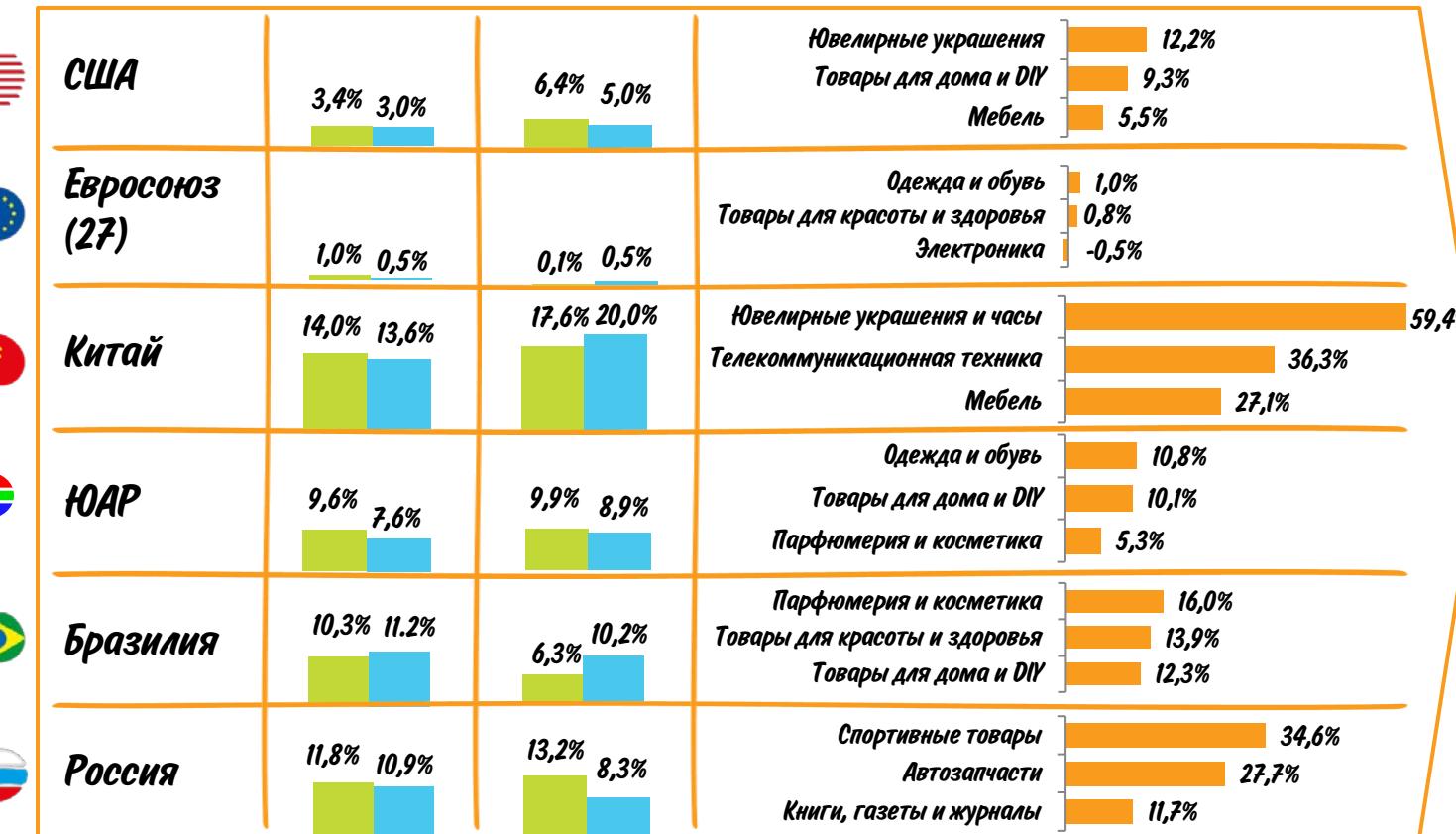
РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И МИРЕ

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



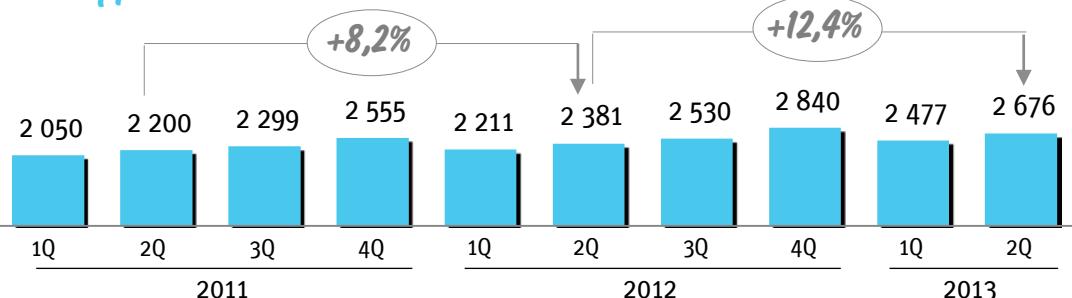
Рост 2кв. 2013 г. к
2кв. 2012 г.
Рост 2кв. 2012 г. к
2кв. 2011 г.

**ТЕМПЫ РОСТА В
МИРОВОМ РИТЕЙЛЕ
ПРОДОЛЖАЮТ
ЗАМЕДЛЯТЬСЯ**

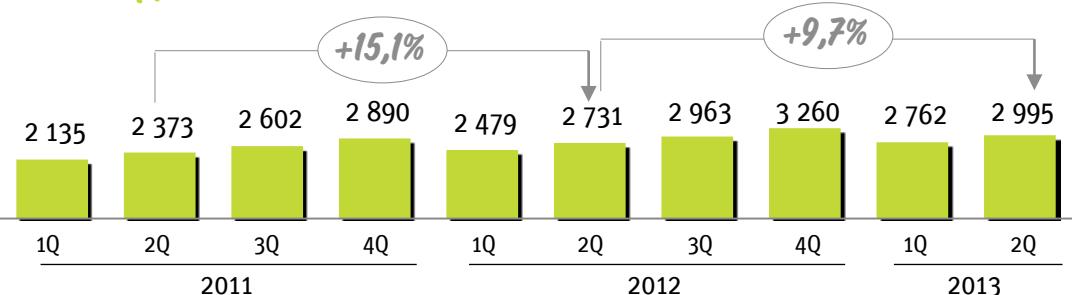
* Non-food ритейл не включает в себя продажи автомобилей и бензина.

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

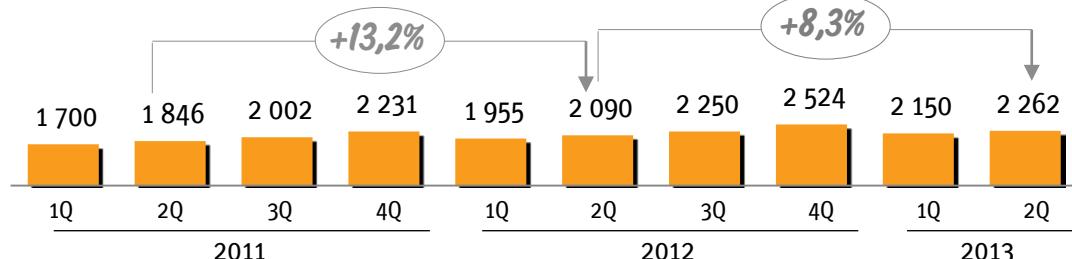
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ



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

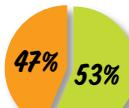
РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА

ОБОРОТ РИТЕЙЛА ВО 2 КВАРТАЛЕ 2013 Г.

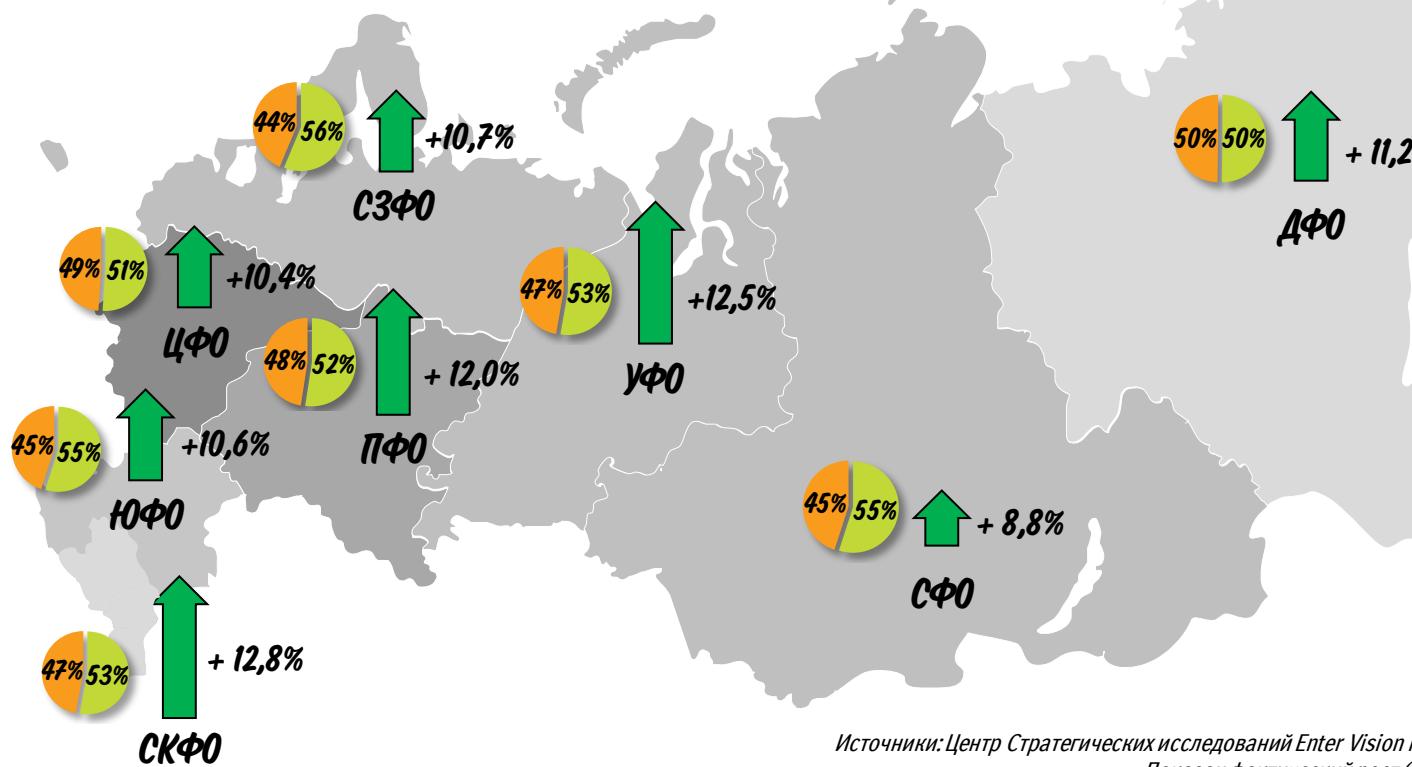
- Менее 300 млрд. руб
- От 300 до 499 млрд. руб
- От 500 до 999 млрд. руб
- От 1000 до 1499 млрд. руб
- Более 1500 млрд. руб



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 Стrатегических исследований Enter Vision по данным Росстата.
Показан фактический рост (с учетом инфляции).



ЦЕНТР
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

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).

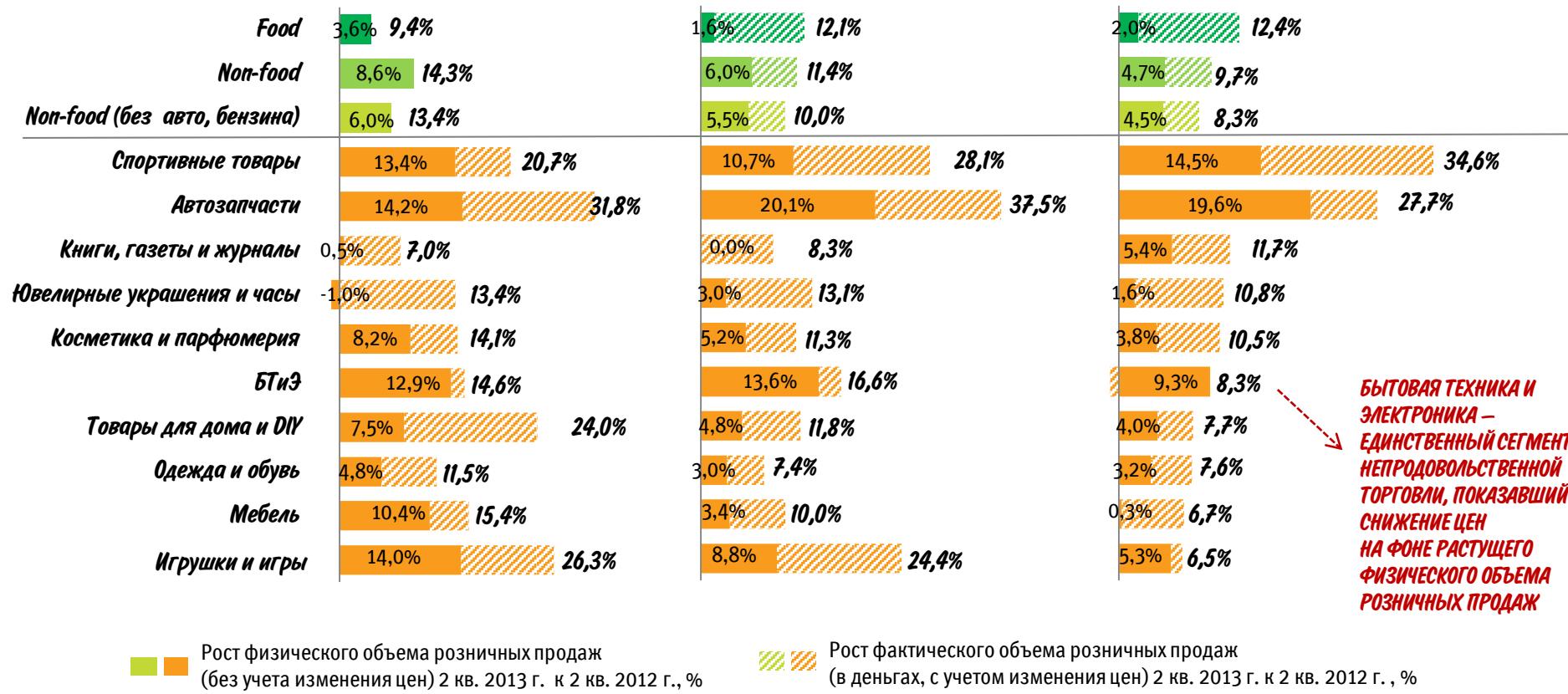
РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ: ТЕМПЫ РОСТА ПРОДАЖ В СЕГМЕНТАХ РИТЕЙЛА



2012 ГОД К
2011 ГОДУ

1 КВ. 2013 К
1 КВ. 2012

2 КВ. 2013 К ↓
2 КВ. 2012



* В направление «Товары для дома и DIY» входят категории Росстата «Ткани», «Моющие средства», «Углолетное 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 Статистических Исследований Enter Vision по данным Росстата

РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ:

ПРИМЕРЫ ТЕМПОВ РОСТА НЕКОТОРЫХ ИГРОКОВ РЫНКА



2012 ГОД К
2011 ГОДУ

1 КВ. 2013 К
1 КВ. 2012

2 КВ. 2013 К
2 КВ. 2012 ↓

FOOD РИТЕЙЛ

Магнит

9,4%

33,6%

12,1%

30,4%

12,4%

32,4%

Лента

22,4%

29,1%

26,4%

Дикси

43,7%

21,9%

23,3%

О'кей

26,0%

17,0%

21,5%

X5 Retail Group

2,2%

7,5%

5,9%

NON-FOOD РИТЕЙЛ (без авто, бензина)

Детский Мир

13,4%

10,0%

8,3%

40,8%

М.Видео

20,6%

27,8%

14,7%

К-Раута

20,0%

12,0%

5,5%

19,6%

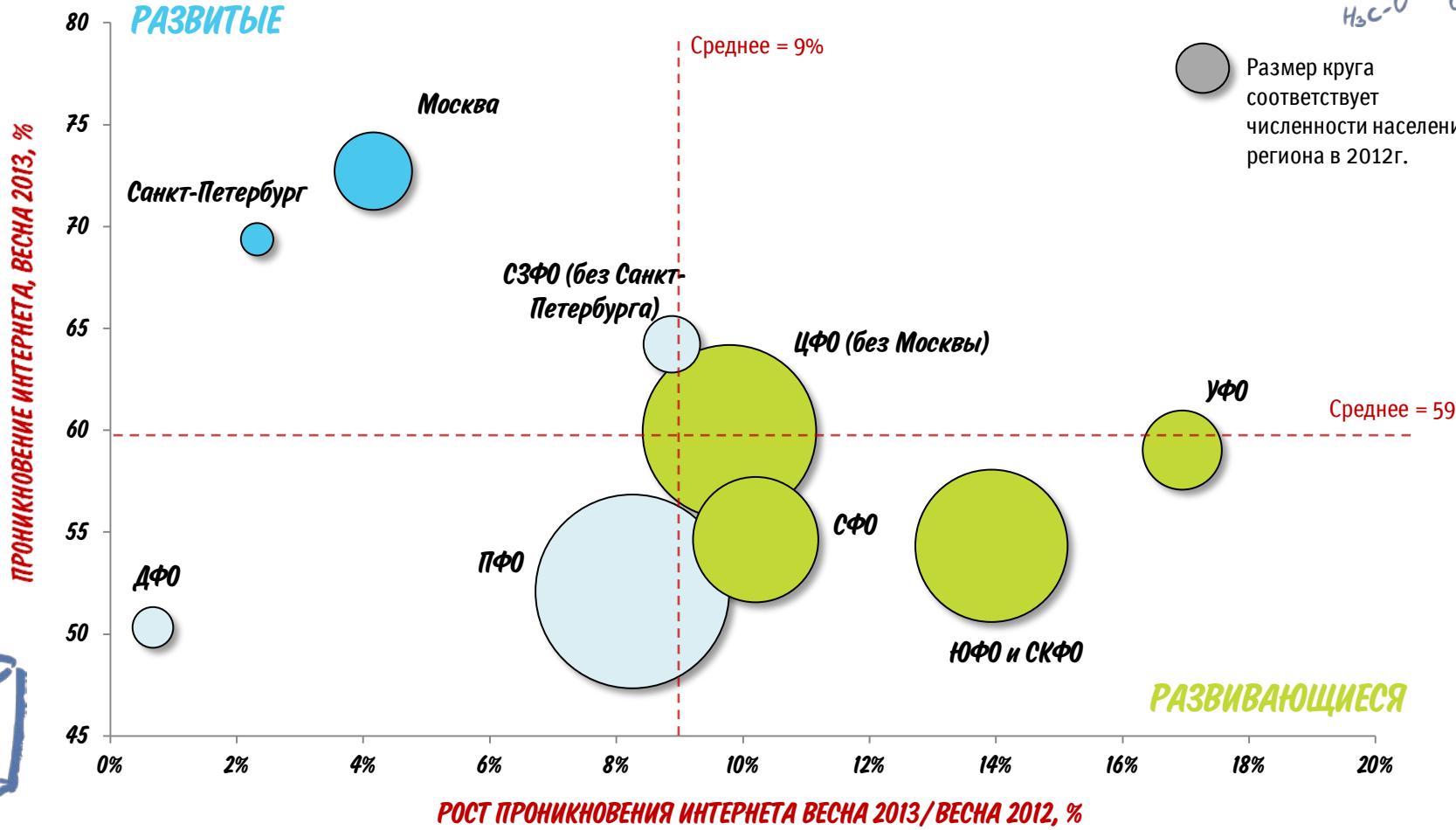
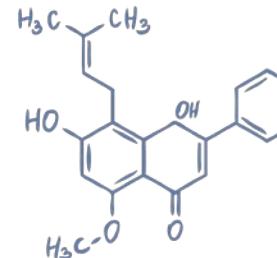
-2,2%

- 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



Источник: Центр Стратегических исследований Enter Vision по данным ФОМ, июнь 2013



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 Pleer.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 Стrатегических Исследований Enter Vision на основании систематизированных данных интернет-статаики.

РОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

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

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

РАЗВИТЫЕ

Среднее в 2кв. = -4,8%

Среднее в 2 кв.= 553

Смешанный ассортимент

БТиЭ

2 500

2 000

1 000

400

300

200

100

Одежда и обувь

Автозапчасти

РАСТУЩИЕ

Парфюмерия и косметика

Ювелирные украшения и часы

Мебель

Товары для детей

Товары для дома

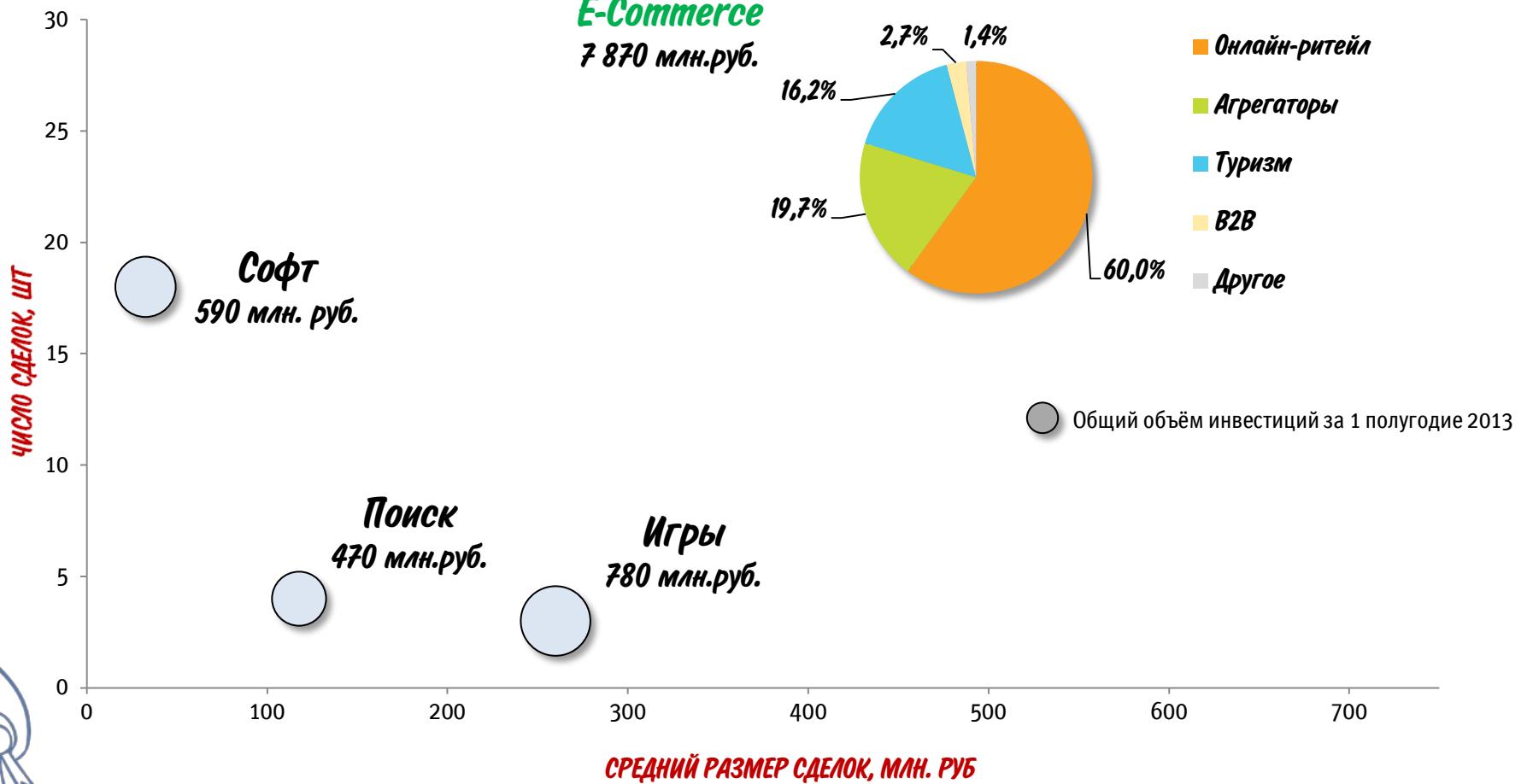
-45% -35% -25% -15% -5% 5% 15% 25% 35% 45%

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



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

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В E-COMMERCE ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2013 Г.



Источник: Центр Стrатегических исследований Enter Vision по данным СМИ, Startupfisha.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	БТиЭ	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	БТиЭ	Svoboda Corp., Koshigi Ltd.	45
KupiVIP	Одежда и обувь	Accel Partners	38
Всенинструменты.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.ru	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 Статистических
исследований Enter
Vision по данным СМИ,
Startupfish.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 Кульхин, 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 © 000 «Энтер»

