

РЫНОК ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

2019

DATA
insight

Каналы доставки	2019, млн посылок	2019, доля от всех посылок	2018, млн посылок	Прирост 2018 к 2019
Почта России	95	20%	90	6%
Логистические компании, ВСЕГО	141	30%	120	18%
Логистические компании, до двери	54	11%	61	-11%
Логистические компании, в ПВЗ и постаматы	87	18%	59	47%
Собственные службы магазинов (кроме Wildberries), ВСЕГО	82	17%	67	22%
Собственные службы магазинов, до двери	14		48	-71%
Собственные службы магазинов, в ПВЗ и постаматы	68		19	258%
Wildberries, ВСЕГО	153	32%	73	110%
Wildberries, до двери	15		18	-17%
Wildberries, в ПВЗ	138		55	151%
ВСЕГО	471		350	35%

Оценка основана на данных от логистических компаний и Почты России, а также данных компании Data Insight по числу отправок на рынке электронной коммерции.

Учтены продажи материальных товаров российскими интернет-магазинами, в том числе — через сайты, мобильные версии сайтов, мобильные приложения, продажи магазинов на диване и MLM-компаний вне зависимости от каналов продаж.

Данные не включают продажи готовой еды, импорт и экспорт, С2С-продажи, которые осуществляют частные лица через социальные сети или специализированные площадки.

Объём Wildberries и Ozon рассчитан по числу заказов, а не отправок (в некоторых случаях они не совпадают).

” Главным игроком на рынке логистики для онлайн-торговли в 2019 году стала компания Wildberries. Количество доставок до покупателя (или до пункта выдачи) выросло за год в два раза и составило по итогам года треть от всех доставок покупок внутри России. Темпы роста WB таковы, что по итогам 2020 года доля компании должна еще вырасти. До тех пор, пока инфраструктура Wildberries недоступна внешним компаниям (а только тем, кто продает товары на WB), компания не конкурирует с логистами.

Федор Вирин, партнер Data Insight

” В мире маркетплейсов, постоматов и технологий победят люди, отношения, ценности и любовь к клиенту.

Леонид Гольдорт,
генерального директора CDEK

” Курьерская доставка обеспечит себе стабильный спрос, если провайдеры смогут гарантировать получателю возможность выбора времени доставки в 30-ти минутные интервалы. E-commerce сегодня — это рынок потребителя. Побеждает тот, кто играет на опережение, предвосхищая ожидания потребителей. А клиенты интернет-магазинов в первую очередь ценят свое время и независимость. Неспособность большинства игроков рынка курьерской доставки в моменте предоставить услуги в рамках коротких временных слотов ведет к перераспределению потоков в пользу удобно расположенных пунктов выдачи посылок и постоматов.

Сергей Малышев,
генеральный директор Сберлогистики