



E-commerce в мире & РФ: рынок, прогнозы, тренды, возможности и предупреждения-2024

*Марченкова Валентина
24 октября 2023*

ПЛАН ПРЕЗЕНТАЦИИ



1. E-commerce в РФ и в мире
2. Карта рынка РФ
3. Сводные данные продаж маркетплейсов РФ **1-3 кв 2023 г.**
4. Рынок ОТС*
5. Рынок БАД*
6. Рынок КОСМЕТИКИ*
7. Рынок МИ*
8. Выводы и прогнозы

1. РЫНОК E-COMMERCE в МИРЕ и в РОССИИ -2023

ОБЪЕМ
E-COMM
РЫНКА в МИРе
6,3 трлн.\$

ОБЪЕМ
E-COMM
РЫНКА в РФ
6,5 трлн.руб

Доля онлайн более 20%

Прирост e-commerce рынка к 2022 году составит не менее 12%!!!

Доля МР в E-COMM как в мире так и в РФ уже превышает 50%

Рынок e-commerce в мире продолжит расти за счет:

- Глобализации и развития МетаВселенной
- Геополитических барьеров
- Проникновения интернета и рост доверия к онлайн-шоппингу в развитых странах (пр.Индия /ЮВА/МЕНА/LATAM)
- Слабая стабилизация цепочек оффлайн поставок + рост затрат на логистику после пандемии

Рынок e-commerce в России продолжит расти за счет:

- Сокращения оффлайна
- Роста удаленной работы
- Поколение 20-30 более чем на 80% используют e-commerce
- Санкций/роста внутреннего производства (напр.food)
- Развития собственной логистики у МР
- Роста вариантов оплаты

1. СТАДИИ развития E-COMM в МИРЕ и в РОССИИ



РОССИЯ сейчас на 3-й стадии!!!

3-я стадия характеризуется тем что МР увеличивают свою маржинальность и монетизацию трафика:

- Последняя миля после пожара Озона и увеличенное платное хранение
- Платная регистрация на площадке и платная приемка WB
- Рост комиссий (особенно период распродаж)
- Усложнение взаимозависимости факторов ТОП-выдачи роботов МР
- Рост затрат на РК/привлечение трафика и пр.

1. 4-я СТАДИЯ E-COMMERCE в МИРЕ и в РОССИИ



4-я стадия повлечет за собой:

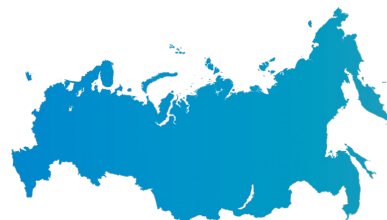
- МУЛЬТИ-платформенность и рост ЭКОСИСТЕМ/СЕРВИСОВ для МР
- **НИШЕВЫЕ маркетплейсы** (ожидается что в РФ к 2030 будет около 150 МР)
- СТМ на маркетплейсах (пример AMAZON и пр.)
- Ренессанс собственных инет-магазинов (баланс маржи)
- Мастер-селлеры для экспорта

1. E-COMM тренды в МИРЕ и в РОССИИ



В МИРЕ:

- Давление мировой инфляции
- Мобильная коммерция
- Омниканальность и social-commerce
- Акцент на защиту природы/разумное потребление
- Персонализация
- Сокращение затрат на маркетинг
- Развитие VR -AI технологий



В РФ:

- Импортозамещение
- Мобильная коммерция
- Омниканальность и попытки найти альтернативу social-commerce
- Персонализация
- Second hand
- Оптимизация конверсии
- Развитие VR -AI технологий
- Расширение способов оплаты и доставки

2. КАРТА РЫНКА

Внутренний рынок РФ

Розничный сегмент

Гос. сегмент

Фармацевтическая розница

НЕ

Фармацевтическая розница

Оффлайн:
ДБ, АС, аптеки

Онлайн:
Интернет-аптеки

Оффлайн:
Ритейл + Нoreca

Онлайн:
MP + e-ритейл

СУММАРНЫЙ ОБЪЕМ РЫНКА TOP-6 MP НЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ РОЗНИЦЫ
по категориям ЛС, БАД, косметики, МИ на TOP-6 MP за **1-3 кв. 2023** года составил:

- ОТС **2,6** млрд. руб.
- БАДы **15,3** млрд. руб.
- Косметика **119** млрд. руб.
- МИ почти **38,2** млрд. руб.

3. ФАРМРЫНОК в не ФАРМ E-COMM

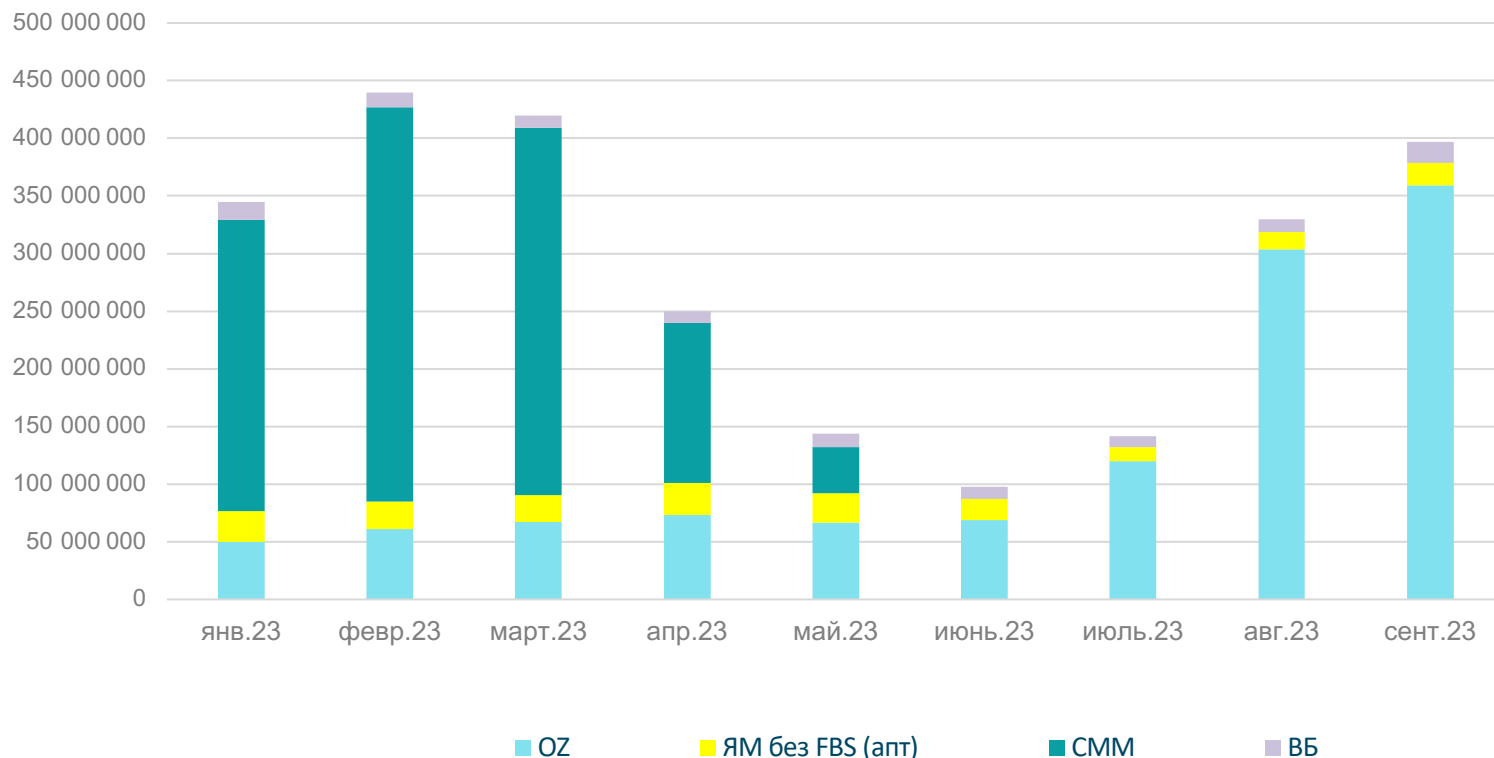
1-3 кв 2022 –2023

Динамика категорий рынка на TOP-6 МР в 1-3 кв 2022-2023

КАТЕГОРИЯ	1-3 кв 2022, МЛРД. РУБ	1-3 кв 2023, МЛРД.РУБ.	ПРИРОСТ 2022-2023, %
БАД	12,2	15,3	+25%
КОСМЕТИКА	93,4	119	+27%
МИ	37,4	38,2	+2%
ЛС	1,1	2,6	136%

4. ОТС, ДИНАМИКА РЫНКА не ФАРМ E-COMM 1-3 кв. 2022-2023

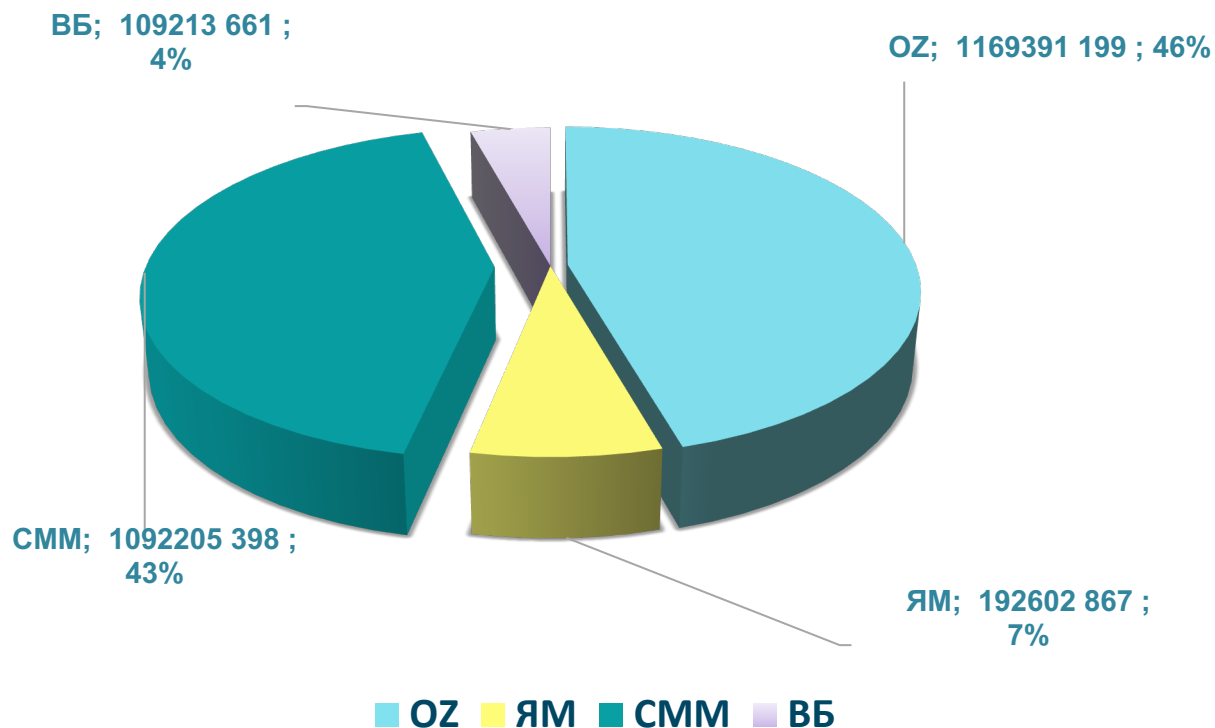
Динамика рынка ОТС, 1-3 кв. 2023, руб.



- Суммарный объем **ОТС** в 1-3 кв **2023 г.** составил почти **2,6 млрд.руб.***
- Продажи выросли в **2,4** раза к аналогичному периоду 2022 года
- Драйвером вновь стал **OZ**
- В **2023** году отмечаются эпизодические продажи лекарств на **ВБ**

4. РЫНОК ОТС В НЕ ФАРМ E-COMM, ДОЛИ МР 1-3 кв 2023

Продажи ОТС, МР, 1-3 кв. 2023 руб.



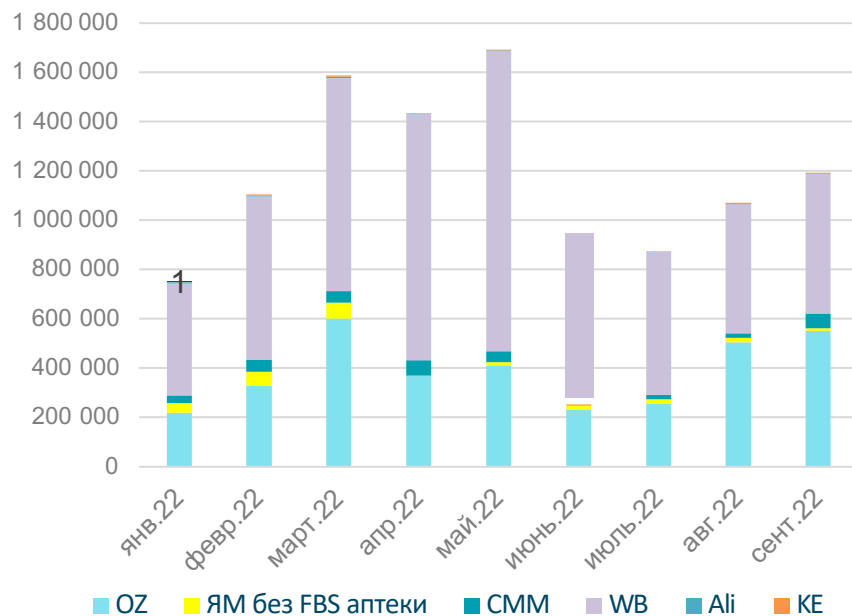
- **В 1-3 кв 2023 года лидер среди МР с долей 46 % в сегменте ОТС – ОЗ**
- Данные не учитывают сумму продаж лекарственных средств (FBS площадки ЯМ и СММ, которые доставляются в точки выдачи аптеки, эти данные продаж **кратно выше**
- Более быстрый рост рынка ОТС происходит по системе доставки с выдачей в аптеке (особенно FBS для СМ и ЯМ), классическая схема с выдачей в ПВЗ явно проигрывает.

5. БАД, ДИНАМИКА РЫНКА не ФАРМ E-COMM

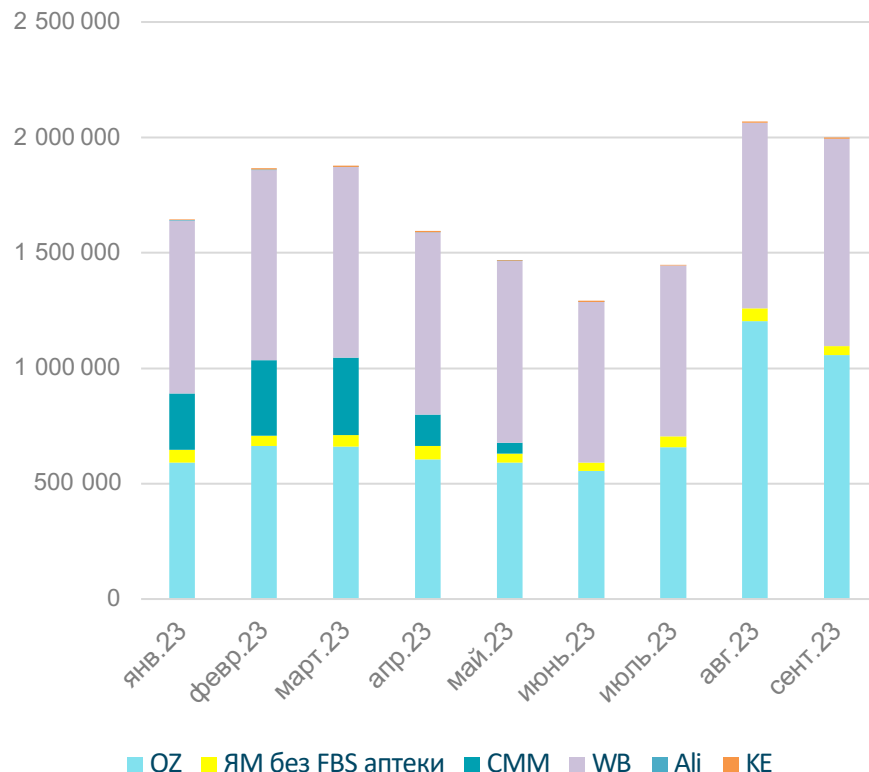
1-3 кв 2022-2023

Динамика рынка БАД, 1-3 кв

2022



2023



- Суммарный объем **БАД** в янв-сен **2023 г.** составил **15,3 млрд.рублей***
- Прирост к аналогичному периоду 2022 года составляет 1,5 раза.
- Лидером среди МП в категории БАД остается **WB**
- **Только в 2023 году** появилась традиционная годовая сезонность продаж

* Источник: AggreGor

5. TOP-20 категорий БАД на TOP-6 МР

1-3 кв 2023

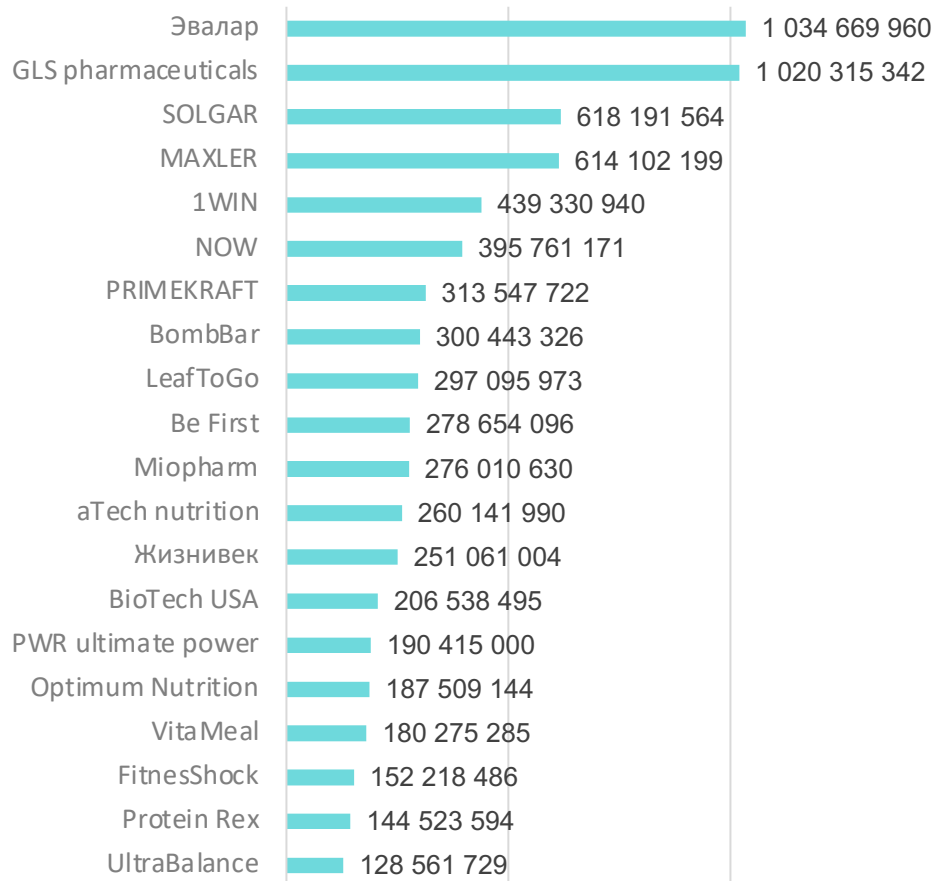
№	КАТЕГОРИЯ	Продажи, шт	Средняя стоимость, руб.	Доля рынка,%
1	Омега	1 972 370	845	13%
2	Аминокислоты	1 413 709	794	9%
3	Коллаген	1 271 858	885	8%
4	Похудение	1 194 813	673	8%
5	Витамин Д	942 417	574	6%
6	Магний	831 689	616	5%
7	ВМК общие	664 222	690	4%
8	Иммунитет	614 306	537	4%
9	Протеин	548 695	1 436	4%
10	Кожа, волосы, ногти	515 542	695	3%
11	ВМК мужские	477 955	918	3%
12	ЖКТ	454 205	624	3%
13	ВМК женские	361 434	744	2%
14	Глюкозамин	316 657	931	2%
15	Нервная система	309 058	591	2%
16	Опорно-двигательный аппарат	269 399	980	2%
17	Спортивное питание	252 735	1 231	2%
18	БАД общеукрепляющие	249 200	765	2%
19	Витамин С	229 217	528	1%
20	Пробиотики и Пребиотики	200 620	738	1%

- Лидером по объему продаж за восемь месяцев 2023 года по прежнему является категория **ОМЕГИ (13% рынка всех БАД)**
- **На 2-е место** вышли продукты с **аминокислотами**
- **Коллаген** был лидером-**2022** спустился на **3-е место**

*Источник: AggreGor

5. TOP-20 ТМ БАД, РЫНОК НЕ ФАРМ E-COMM за 8 мес. 2023, руб.

Маркетплейсы



Аптеки

ТОП-20 брендов БАД по стоимостному объёму продаж в России в августе 2023 года

Рейтинг		Бренд	Производитель	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост Август 2023 / Август 2022
Август 2022	Август 2023					
1	1	Эвалар	Эвалар	1 211,4	11,5%	56,7%
78	2	Полярис	Полярис	860,5	8,1%	5070,5%
13	3	Будь Здоров!	Разные	641,8	6,1%	904,1%
2	4	Solgar	Solgar	623,5	5,9%	23,7%
3	5	Витамир	Квадрат-С	277,9	3,7%	38,9%
4	6	Бак-Сет	PharmaMed	248,2	2,3%	29,6%
7	7	Максилак	Биннофарм Групп	200,2	1,9%	47,5%
6	8	Доппельгерц	Queisser Pharma	179,6	1,7%	30,2%
5	9	Фемибион	Dr.Reddy's	170,4	1,6%	13,4%
8	10	Детримакс	Unipharm	120,7	1,1%	31,5%
15	11	Импловит	Разные	108,6	1,0%	85,2%
10	12	Витрум	Stada	90,2	0,9%	29,1%
117	13	Gross Hertz	Разные	89,6	0,8%	703,8%
9	14	ВТФ	ВТФ	77,5	0,7%	-7,6%
11	15	Natures Bounty	The Bountiful Company (NBTY)	74,8	0,7%	8,8%
25	16	Vificin	Спектрум	70,3	0,7%	69,4%
50	17	PL	Разные	66,6	0,6%	217,8%
20	18	Элевит	Bayer	64,2	0,6%	39,8%
33	19	Омега-3	Разные	62,1	0,6%	115,6%
16	20	Фитомуцил	PharmaMed	60,5	0,6%	12,4%
Итого:				5 298,5	51,2%	

- **ВПЕРВЫЕ ЭВАЛАР** вышел на 1-е место **TOP-20 ТМ** продаваемых на МР

*Источник онлайн: AggreGor

- Лидеры **TOP-20 на МР** и в оффлайне сильно разнятся

Источник оффлайн: DSM group

5. ТОР-УСПЕШНЫХ новинок рынка БАД на TOP-6 МР 1-3 кв. 2023, руб.



Жизнибек



108трав



DebaVit



GOLD'N АПОТЕКА



SunBee

БиоГая / BioGaia

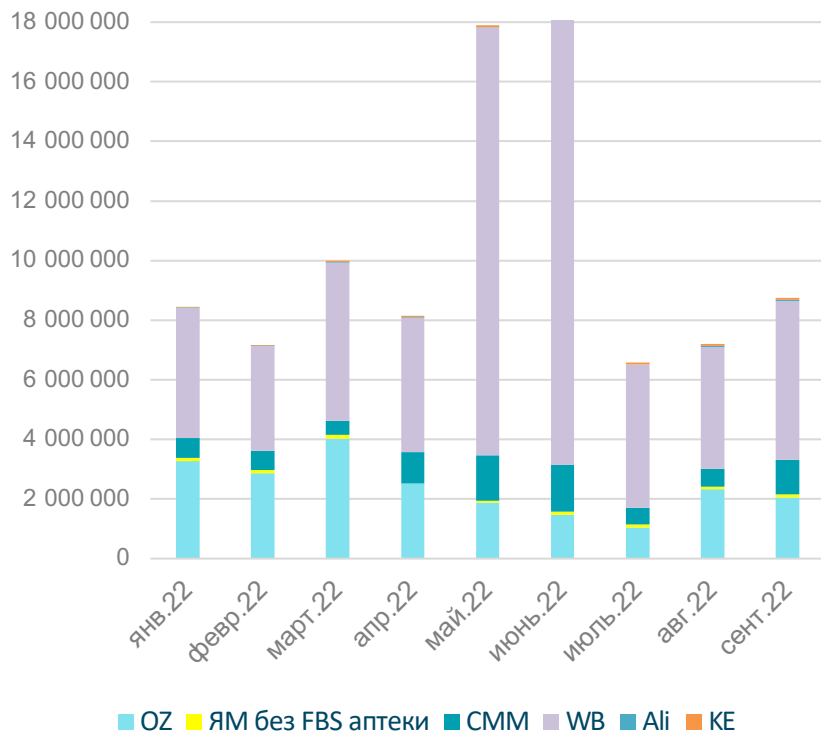
- **НОВИНОК** на МР в 2023 году появилось более 3000 sku, выбраны были те, которые показывают высокие темпы роста и продажи составили более 3 млн.руб. в 2023 году

6. КОСМЕТИКА, ДИНАМИКА РЫНКА не ФАРМ E-COMM

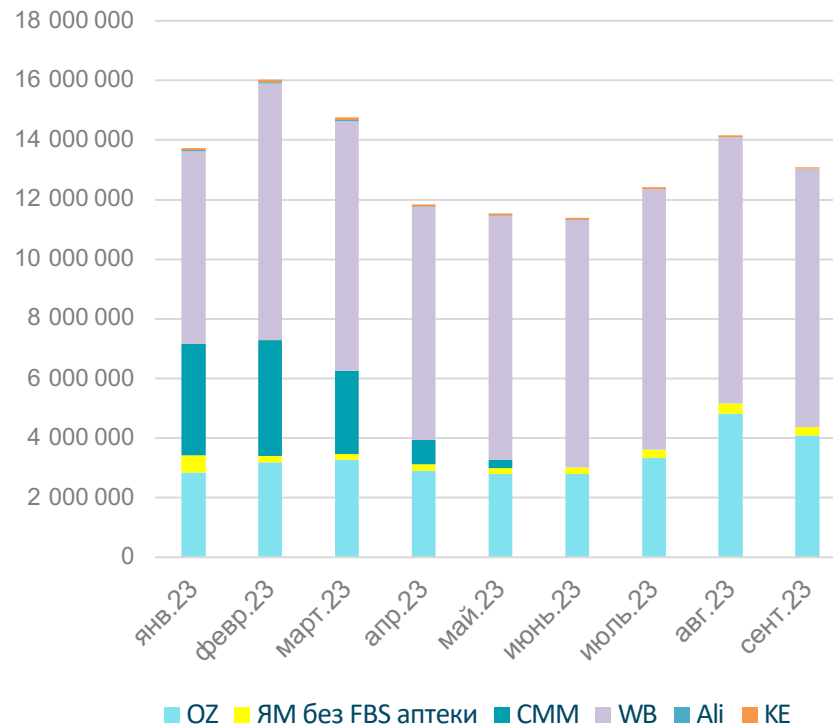
1-3 кв 2022-2023

Динамика рынка косметики, 1-3 кв

2022



2023



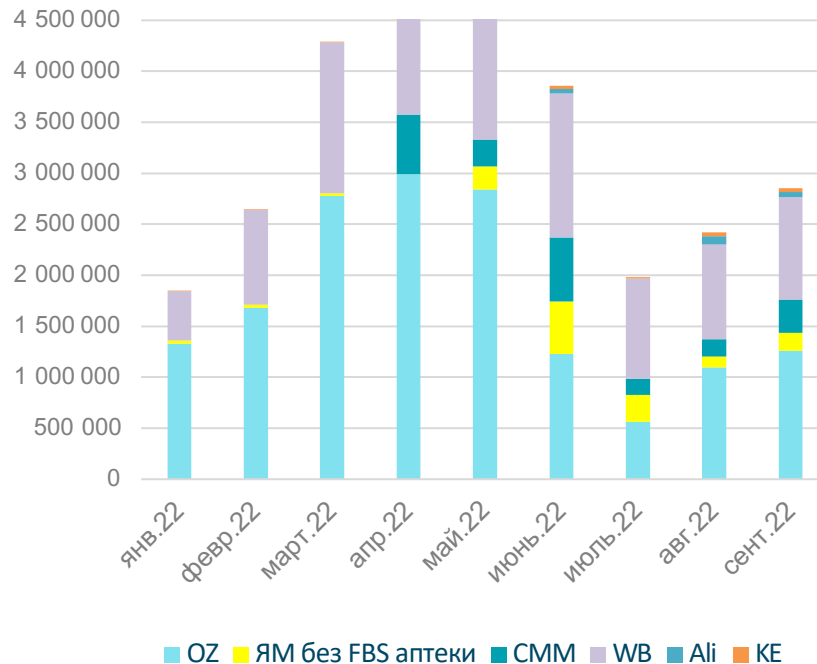
- Суммарный объем **косметики** в 1-3 кв **2023 г.** составил **119 млрд.руб.***
- К аналогичному периоду 2022 года произошел рост на 30%.
- **Лидером** среди МП в категории косметики остается **WB**
- **Только в 2023 году** появилась традиционная годовая сезонность продаж!!!

7. МИ, ДИНАМИКА РЫНКА не ФАРМ E-COMM

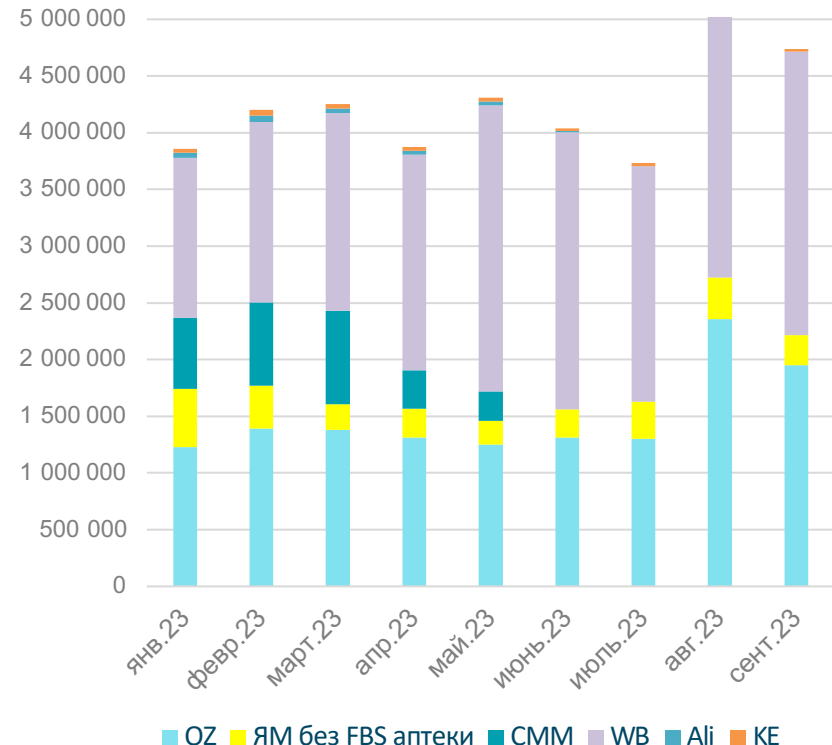
1-3 кв. 2022-2023

Динамика рынка МИ, 1-3 кв

2022



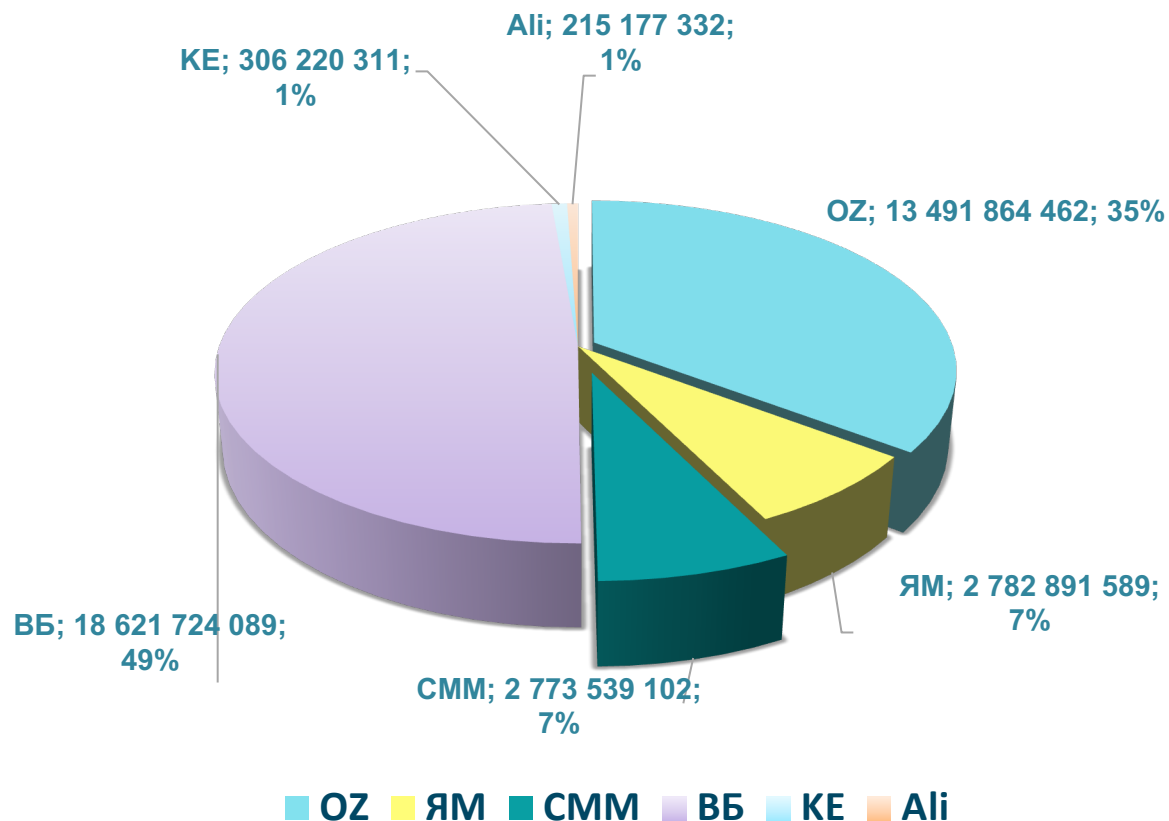
2023



- Суммарный объем **МИ** в янв-сентябре **2023 г.** составил **38,2 млрд.рублей***
- Лидером среди МП в категории МИ стал **WB**, сменив **OZ!!!**
- Только в **2023** году появилась традиционная годовая сезонность продаж!!!

7. РЫНОК МИ В НЕ ФАРМ E-COMM, ДОЛИ МР 1-3 кв 2023

Продажи МИ, МР, 1-3 кв 2023 руб.



- До 2023 года лидером в категории МИ был OZ
- В 1-3 кв 2023 года лидер среди МР с долей 49% в сегменте МИ – WB

8. ИТОГИ 1-3 кв 2023

- Рынок НЕ фармацевтической онлайн розницы продолжает кратный рост по всем категориям
- **Наибольший рост в январе-сентябре 2023** показала категория **ОТС**
- Рынок **ОТС/RX**, в отличие от других категорий, имеет высокий потенциал и емкость в основном за счет продаж **с точкой выдачи в аптеках**
- В категориях БАД, Красота и МИ не фармацевтической розницы лидерство удерживает **WB**
- **Растет количество ТМ** (особенно БАД и косметика) на всех площадках = **РОСТ КОНКУРЕНЦИИ**
- **Кратно увеличилось количество продавцов** на всех площадках = **РОСТ КОНКУРЕНЦИИ = РОСТ ЗАТРАТ В ПРОДВИЖЕНИЕ = СНИЖЕНИЕ МАРЖИ!**
- **Приобретение МР KE** сетью **МАГНИТ** может изменить вектор развития фармы на МР в России

8. ПРОГНОЗЫ 2023-2030

- Изменение логистики МР: в **2021** было **74% собственной**, в **2022** +12%
- Увеличение **автоматизации логистики и упаковки**
- **В течение 10-15 лет процесс будет полностью автоматизирован (дроны)**, что сократит расходы и повысит маржинальность
- **Автоматизация всех процессов МР** (аналитика, контент-менеджмент, продвижение, репутация, цены и пр)
- **Возрастет роль ИИ, роботов**, голосовых помощников, виртуальные рекомендации, рекламы, консультация (виртуальный врач/фармацевт/видео консультации, ЭДО и пр.)
- **Персонализация** во всем
- Рост **social-коммерции** (в мире)
- Оптимизация **конверсии** трафика

Прямые продажи конечному покупателю (D2C)!!!!!!!

Мировой тренд заключается в прямом взаимодействии производителя и покупателя без посредников и дилеров — Direct-to-Consumer (D2C).

Бренды, компании стремятся к непосредственному контакту с розничным потребителем.

Развивая электронную коммерцию самостоятельно и минимизируя посреднические цепочки

МЕТОДОЛОГИЯ ДАННЫХ

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПЛАТФОРМЫ AGGREGOR – ЭТО ДАННЫЕ О ПРОДАЖАХ ОНЛАЙН НЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ РОЗНИЦЫ

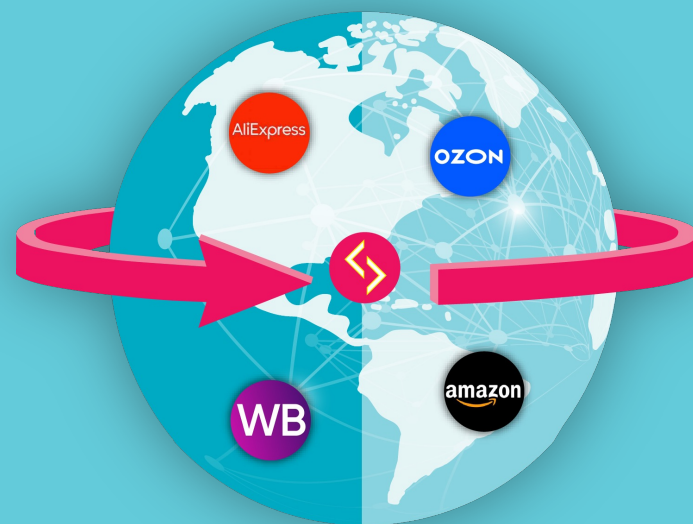
Платформа AggreGor собирает данные путем суммирования продаж всех брендов ОТС, БАД, косметики^{***}, медицинских изделий (далее МИ), функционального и лечебного питания, парафармы, продающихся по системам FBS+FBM (FBO)^{*} на TOP-6 маркетплейсах (далее МР)^{**}:

- Озон (далее **OZ**)
- Вайлдберрис (далее **WB**)
- ЯндексМаркет (далее **ЯМ**)
- Сбермегамаркет (далее **СММ**)
- Алиэкспресс (далее **Ali**)
- КазаньЭкспресс (далее **KE**)

^{*} Без учета данных DBS, которые занимают в структуре продаж менее 1%.

^{**} Система не учитывает продукции, продажи которой составляют менее 5 000 рублей в месяц на 1 МР.

^{***} Косметика учитывается лечебная, аптечная, уходовая, сегмент масс-маркет НЕ учитывается.



www.aggregor.com

МЕТОДОЛОГИЯ ДАННЫХ

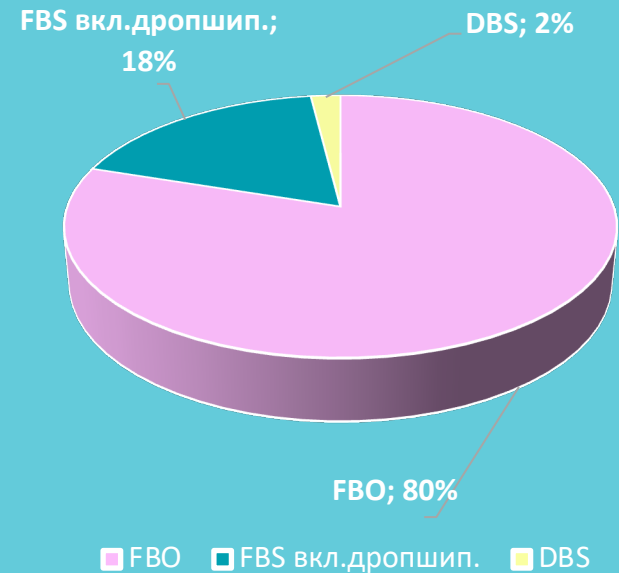
ВАЖНО!:

- В аналитику AggreGor включены данные* только FBO продаж**, продажи MP по системам FBS, платформа видит, **однако мы больше НЕ включаем их**, так как возникает много кривотолков. Продажи DBS платформа не видит, но они занимают в структуре продаж не более 2% рынка
- **FBO занимают 70-80%** (по ряду категорий более 90%) **рынка фармацевтической продукции за исключением ЯМ, поэтому точность наших данных не менее 70%**
- **Самые серьезные расхождения в цифрах могут быть в продажах FBS ЯндексМаркета, так как продажи FBS с доставкой/выдачей в аптеке в структуре продаж ЯМ занимают большую долю, чем продажи FBO ЯМ (FBU)**
- **Мы публикуем данные FBO ЯМ, поэтому цифры, особенно ОТС продукции, меньше**

* Без учета данных FBS и DBS, которые занимают в структуре продаж не более 20%.

** Система не учитывает продукцию, продажи которой составляют менее 5 000 рублей в месяц на 1 MP.

Распределение продаж на MP по всем продуктам между системами доставки, %



- **FBO (FBM)** – система доставки со склада MP
- **FBS** – система доставки со склада продавца через PC маркетплейса
- **DBS** - система доставки со склада продавца напрямую покупателю, минуя PC площадки

AggreGor



**Цель AggreGor –
увеличить продажи через:**

- новые каналы продаж/площадки,
- новые коммуникации и продвижение,
- новые ЦА,
- новые страны и рынки

- ➔ Мы более 17 лет в отрасли и знаем все нюансы и особенности дистрибьюции и продвижения фармацевтической продукции
- ➔ Мы понимаем сложности законной работы (61 ФЗ, закон о рекламе, соблюдение GDP и т.п.)
- ➔ Мы единственные, кто предоставляет аналитику фармацевтической продукции на МР с полными классификаторами категорий, субкатегорий, долей рынка и т.п.
- ➔ Мы работаем по договору купли-продажи, гарантируем планы продаж
- ➔ Мы забираем товар с вашего склада и дальше организуем все сами
- ➔ Мы решаем все вопросы стратегии, регистрации и логистики при выведении на зарубежные МР

Мы –

1-й

МЕЖДУНАРОДНЫЙ

E-COMM

ФАРМДИСТРИБЬЮТОР

1

5 В 1:

- **ДИСТРИБЬЮЦИЯ**
- **ФАРМ. ПРОДВИЖЕНИЕ на НЕ фарм площадках**
- **АНАЛИТИКА**
- +
- **РЕГИСТРАЦИЯ**
- **ЭКСПОРТ**

КОНТАКТЫ



Адрес: 123 112, Пресненская
набережная, д.12, ММДЦ,
Башня Федерация-Запад,
этаж 45, офис 82.

**Наш
ТГ канал**



CEO **Марченкова Валентина**

E-mail: vm@siriuspharma.ru

Web: www.siriuspharma.ru

www.aggregor.ru

Тел: + 7 (495) 369 08 16

Тел: 8 800-100-58- 16

Моб: +7 (916) 988 20 20

