

## **CPM и DATA INSIGHT представляют аналитику онлайн продаж**

Одно из ведущих межотраслевых аналитических агентств Data Insight, являющееся участником Бизнес-форума выставки CPM – Russian Fashion Retail Forum, представило свежие данные по объему онлайн продаж одежды и обуви. По информации аналитиков, за первое полугодие 2024 года товаров указанных категорий продано на 875 млрд рублей, по году прогнозная цифра составит 2,2 трлн рублей.

За первое полугодие 2024 года онлайн-продажи одежды на четырех основных неспециализированных маркетплейсах составили около 700 млрд рублей. Это объем продаж без учета невыкупа и возвратов после покупки. Еще 90 млрд рублей выручки у специализированных маркетплейсов и магазинов, входящих в топ-100, из которых 75% приходится на Lamoda, без учета кросс-продаж крупнейших магазинов на маркетплейсах. Иными словами, только магазины и маркетплейсы из топ-100 продали на сумму чуть меньше 800 млрд рублей, без учета покупок одежды и обуви на всех этих площадках из-за рубежа (в основном из ближнего зарубежья).

У одежды и обуви, в отличие почти ото всех других категорий, очень высока доля небольших магазинов – самое большое количество из всех категорий D2C, и почти все они не входят в топ-100 онлайн-магазинов России. При этом, количество D2C-магазинов в одежде растет и будет расти, но не доля продаж, потому что продажи через маркетплейсы и Lamoda растут быстрее.

Специализированные магазины и маркетплейсы данной категории (за пределами топ-100) за первое полугодие текущего года продали чуть меньше, чем на 90 млрд, то есть почти столько же, сколько магазины, которые входят в топ-100. Итого всего за первое полугодие онлайн-продажи одежды и обуви в России совершены на сумму в 875 млрд рублей.

Первое полугодие в этой категории в прошлом 2023 году составило 37% от всего года, а в 2024 году, по прогнозу, составит 39%. Это приличный рост, обусловленный двумя составляющими:

1. Канал онлайн-продаж растет. Это не значит, что растет рынок, но это точно означает перераспределение продаж в сторону онлайн. Динамика составляет примерно +30% в год, что дает долю первого полугодия в районе 44% от года только за счет роста.
2. В одежде и обуви большая сезонность, причем разная в деньгах и единицах. Например, летом мы покупаем много дешевой одежды, а зимой не очень много, но существенно более дорогой. С обувью чуть проще, но также большая разница в стоимости зимнего и летнего ассортимента. Это еще 5% разницы между полугодиями для 2024 года.

Это дает объем около 2,2 трлн рублей выручки по одежде и обуви в течение 2024 года.

Рост онлайн-продаж в секторе моды и изменение потребительских предпочтений в эпоху цифровизации требуют глубокого понимания целевой аудитории. А расширение ассортимента

**ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА**

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

[OberemovaE@expo-fusion.ru](mailto:OberemovaE@expo-fusion.ru)

и услуг на платформах e-Commerce меняет критерии выбора между офлайн и онлайн покупками. Появляется необходимость в адаптации маркетинговых стратегий под различные сегменты потребителей, их предпочтения и ожидания.

Поведение потребителей в покупке одежды и обуви можно изучить в этом исследовании [https://datainsight.ru/DI\\_Consumer\\_behaviors\\_fashion\\_2024](https://datainsight.ru/DI_Consumer_behaviors_fashion_2024)

**Предстоящий сезон крупнейшего в индустрии моды Бизнес-форума выставки CPM – Russian Fashion Retail Forum состоится с 18 по 21 февраля 2025 года в Международном выставочном центре Крокус Экспо.**

***Следите за новостями на официальных сайтах и в соцсетях:***

*CPM: [cpm-moscow.ru](http://cpm-moscow.ru) / [telegram](#) / [vk](#)*

*dreams by CPM: [dreams-moscow.ru](http://dreams-moscow.ru) / [telegram](#) / [vk](#)*

**ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА**

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

[OberemovaE@expo-fusion.ru](mailto:OberemovaE@expo-fusion.ru)