

Объем продаж б/у вещей в следующие 3 года достигнет

**1.9– 2.2**  
трлн руб.

Доля B2C платформ составит

**>15%**

## Резюме

**Мы оцениваем рынок ресейла в диапазоне 10-20% от общего оборота рынка.**

**Рынок ресейла включает в себя все формы вторичного оборота ранее приобретенных товаров длительного пользования.**

**Наиболее популярные категории товаров:**

- Одежда и обувь
- Детские товары
- Бытовая техника
- Потребительская электроника

**Наиболее распространенные формы оборота:**

- Customer to customer (C2C) – товар реализуется через платформы-классифайды. Наиболее известные примеры Ebay (в мире) и Авито (в России)
- Business to customer (B2C) – товар реализуется через комиссионную торговлю и закупку

C2C платформы несут издержки преимущественно на продвижение и проведение транзакций между участниками, риски асимметрии информации несет покупатель, а продавец и платформа несут репутационные риски. Затраты на логистику так же ложатся на продавца и покупателя.

B2C модель подразумевает дополнительные затраты платформы на определение справедливой цены и качества товара, полностью перенимая на себя эти риски, за что продавец и покупатель платят потенциально менее выгодными ценовыми условиями. Логистика распределяется между продавцом и платформой, но они могут переложить ее стоимость в цену для покупателя.

**Основные продажи в рассматриваемых нами категориях приходятся на люксовый сегмент:**

- По данным Авито, более 54% продаж смартфонов приходились на iPhone
- В категории «одежда» так же наиболее стремительный рост демонстрируют продажи дизайнерских вещей и аксессуаров. Например, продажи в магазинах секонд-хенд в США, где преобладает средний ценовой сегмент, в 2023 году выросли на 4.5%, тогда как ресейл, специализирующийся на люксе, вырос на 23.5%.

В такой ситуации, компетенция B2C платформы по определению справедливой цены использованной вещи (товароведение) и ее репутация выходят на первый план при построении успешного ресейл бизнеса. C2C классифайды не смогут гарантировать схожего качества товара.

**Спрос на ресейл будет поддерживаться трендами на осознанное и экологичное потребление. Наибольшего успеха здесь достигнут те компании, которые смогут предложить максимально удобную доставку от продавца до платформы, гарантию качества и комфортные цены.**

**₽1,32**  
**трлн**

Российский рынок C2C онлайн-продаж в 2021 г.

Наиболее популярные категории C2C продаж:



Взрослая одежда и обувь



Детские товары и одежда



Бытовая техника



Электроника и компьютеры

## Перспективы «Ресейла» в РФ

### Что такое современный «Ресейл»?

В широком смысле – это перепродажа или торговля подержанными вещами. По сути к этому направлению можно отнести все товары длительного пользования, которые покупаются и продаются на вторичном рынке.

Индустрия ресейла состоит как из частных лиц, продающих товары, так и компаний специализирующихся на этом бизнесе:

C2C (customer to customer): сегодня в основном осуществляются через классифайды - специализированные онлайн доски объявлений (Авито, Юла, eBay и т.д..)

B2C (ресейл проекты):

- Комиссионные магазины (берут % с продажи на площадке);
- Обычные онлайн и офлайн магазины (проект выкупает вещи и выставляет на продажу);
- Онлайн платформы разного типа (могут просто выкупать и перепродавать вещи или, например, соединять покупателей и продавцов, осуществляя посредничество путем аутентификации, доставки, верификации подлинности).

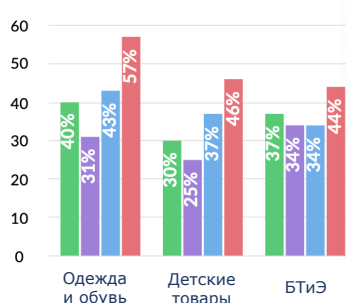
С 2018 г. C2C рынок в России растет очень быстрыми темпами, в среднем по 28% в год. В 2021 г. он составил 1,32 трлн. руб. Количество сделок за этот период выросло с 90 млн. до 514.

### График 1. Динамика рынка C2C онлайн-продаж

Источник: Data Inside



### График 2. Распределение продавцов по товарным категориям



Данные опросов Data Inside показывают, что больше половины продавцов занимаются продажами одежды и обуви для взрослых и детей. Затем следует продажа бытовой техники и электроники.

В 2022 г. лидирующую позицию в покупках среди россиян на [Авито](#) заняла категория одежды, обуви и аксессуаров. Продажи выросли на 83% по сравнению с показателем за прошлый год. **Женская одежда лидирует по доле продаж — 40%**, мужская одежда составила 19%.

## «Ресейл» в индустрии моды

- В 2022 г. мировой рынок перепродажи б/у одежды, обуви и аксессуаров достиг \$177 млрд. Рост относительно прошлого года составил порядка 28%. **Это в 4 раза больше, чем предсказывали аналитики в 2018 г**
- Отмечается быстрый рост ресейла в люксовом сегменте. [По данным Bain&Company](#) в 2022 г. он достиг \$43 млрд
- CAGR до 2027 г. прогнозируется на уровне 17%  
Предполагается, что рынок б/у одежды будет расти в 3 раза быстрее по сравнению со всем рынком одежды
- К 2024 г. ожидается, что 10% всех вещей будет покупаться на вторичном рынке

В индустрии моды термин «ресейл» чаще связывают с продажей б/у дизайнерских вещей. Вещи могут быть как почти новыми, даже с бирками, так и ношенными. Важно именно наличие бренда. Продажа вещей из масс-маркета в большей степени идет через магазины секонд-хенда. На графике 4, на примере американского рынка, видно, что основным драйвером общего рынка б/у вещей является именно ресейл. Прогнозируется, что за 5 лет этот сегмент должен удвоиться. Ключевым драйвером роста ресейла станут специализированные онлайн площадки. Их **CAGR до 2027 г. прогнозируется на уровне 21%**

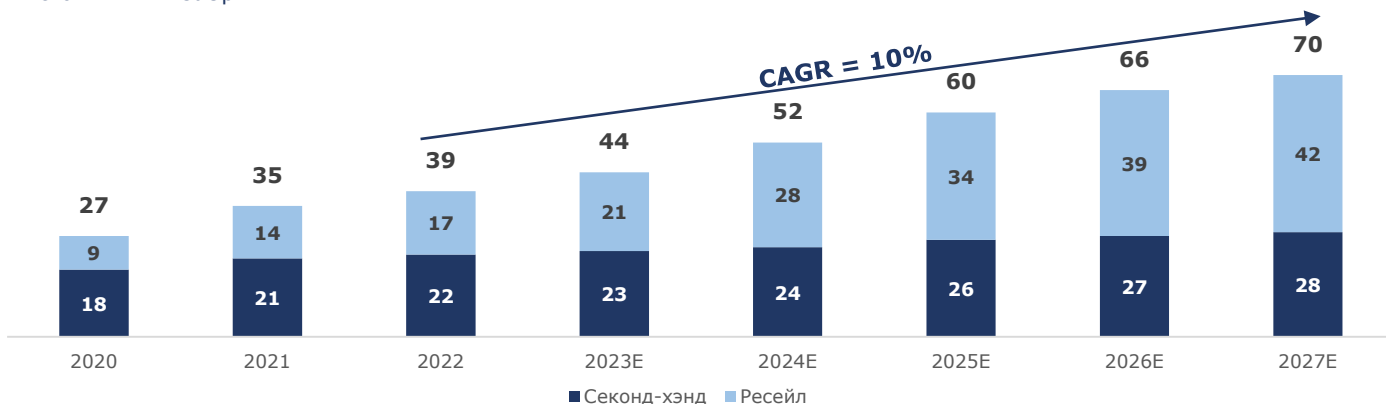
**\$177 млрд** Мировой рынок перепродажи б/у вещей

**17%** Ожидаемый CAGR мирового рынка до 2027 г.

**21%** Ожидаемый CAGR онлайн ресейла до 2027 г. в США

График 4. Рынок б/у вещей в США по типу продаж, млрд USD

Источник: ThredUp



Оценка мирового рынка и рынка США б/у вещей показывает, что в перспективе ресейл ждет крайне позитивная динамика прежде всего в онлайн сегменте. Не смотря на то, что долгое время покупка б/у вещей была вынужденной мерой для бедных слоев населения, тренд меняется. Сегодня звезды и инфлюенсеры начали покупать и продвигать архивные коллекции. Возрастает популярность винтажных вещей. Опросы [GlobalData](#) показывают, что миллениалы и поколение Z более склонны к покупке б/у вещей. Более 80% поколения Z не видят ничего негативного в этом и уже сейчас **40% их гардероба составляют вещи, купленные на вторичном рынке.**



## Рынок ресейла одежды в России

### Основные драйверы роста ресейла:



Более низкая стоимость вещей при хорошем качестве



Осознанное потребление, тренд на экологию и устойчивость в мире моды



Технологичность процесса покупки через онлайн

₽144  
млрд

Российский рынок  
B2C ресейла в  
2022 г.

- В 2020 году объем российского рынка ресейла, [по оценке РБК](#), составлял 100,6 млрд. рублей. [По данным Fashion Consulting Group](#), общий объем рынка одежды в России в том же 2020 году равнялся 1,7 трлн. Из чего следует, что **на долю ресейла пришлось 5,9%**.
- За последние три года ситуация заметно изменилась. Российская индустрия ресейла начала активно развиваться, после COVID-19, в том числе потому, что люди стали больше экономить. Вторая важная причина – снижение доступности новых товаров брендов, покинувших Россию после 24.02.2022. Клиенты, потерявшие возможность купить дизайнерские сумки или одежду в привычных местах, обратили внимание на рынок перепродажи.

Мы предполагаем, что при этом рост российского рынка был сопоставим с общемировым и в 2022 г. составил порядка 144 млрд. рублей. [По прогнозам THE CULTT](#), к 2025 году объем ресейла только люксовых товаров в России составит 68 млрд рублей в год, причем на аксессуары из этого будет приходиться 69%.

### Российские компании в сегменте ресейла:

- **Second Friend Store** первый в России ресейл-сервис для продажи и покупки вещей люксовых и премиальных брендов. Выручка компании за 2022 год — 114,7 млн руб.
- **The Cultt** специализируется на продаже сумок и аксессуаров. К концу 2022-го проект вышел на оборот более 200 млн рублей, показав годовой рост выручки на 210%. В феврале того же года проект привлек \$300 тыс. инвестиций от фонда Zerno Ventures, а в мае 2023 запустил партнерство с «Ламода»
- **Luxxy** – комиссионный маркетплейс для продажи одежды, обуви и аксессуаров. годовой оборот проекта в 2021 году составил 183 млн рублей, а в 2022-м — 115 млн.
- **(Ex)bags** – специализируется на продаже люксовых сумок по модели полного выкупа, реализации на платформе и trade-in. Выручка в 2022 г. 127 млн. руб.
- **Oskelly** – существующий с 2016 года онлайн-маркетплейс, где представлены магазины и частные продавцы брендовых товаров со всей России. Платформа выступает посредником между покупателем и продавцом, беря на себя логистику и экспертную оценку подлинности товара.

В 2022 г. ЦУМ запустил свою ресейл-платформу Tsum Collect. Универмаг принимает на реализацию вещи в хорошем состоянии. За аутентификацию, съемку, хранение и продажу товара предусмотрена комиссия 15–25%.

В 2022 г. раздел ресейла также появился на Lamoda. Однако в этом случае проект реализуется совместно с Second Friend Store и The Cultt. С начала 2023 г. На рынок вышел Яндекс. Маркет, его стала платформа Cloudset, специализирующаяся на аренде и перепродаже брендовых вещей.

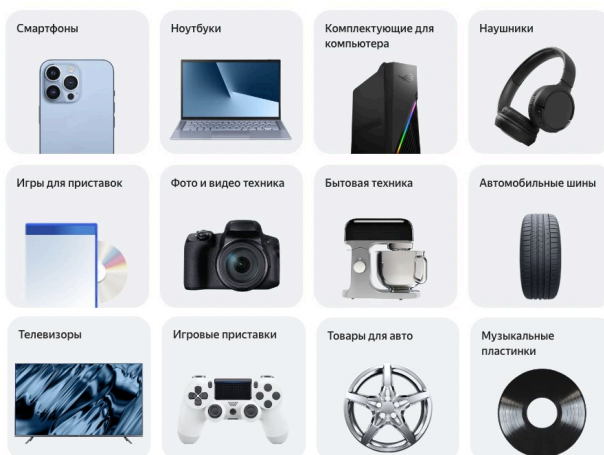
## «Ресейл» электроники и бытовой техники

В Общий объем продаж бытовой техники и электроники в России по итогам 2022 г. составил 2,2 трлн руб. Снижение относительно 2021 г. составило порядка 15%. Точных оценок б/у рынка нет, но всеми основными игроками рынка отмечается тренд на рост этого сегмента. Ключевым фактором для покупателей является возможность сэкономить. Аналогично доле б/у на рынке одежды 6-10%, мы оцениваем объем этого рынка 132-220 млрд. рублей.

Большую часть рынка б/у техники занимают смартфоны. По данным Counterpoint, мировой рынок смартфонов в 2022 г. составил порядка 1,2 млрд. штук. Рынок подержанных смартфонов оценивается в 283 млн. штук, что составляет примерно 19% всего рынка. Ожидается, что рынок новых гаджетов будет постепенно снижаться, в отличии от б/у устройств, рынок которых будет расти по 12% в год. Эта тенденция характерна для всех стран. По разным оценкам, продажи смартфонов в РФ в 2022 г. составили 24-26,5 млн. штук при средней цене 22,5 тыс. рублей. По оценке «Связного», оборот российского рынка подержанных смартфонов по итогам 2021 года достиг 71 млрд руб., а количество проданных устройств — 7,5 млн штук.

В 2022 г. на рынок перепродажи б/у устройств вышли «Яндекс.Маркет», МТС, «Мегафон», «М.Видео-Эльдорадо». «Связной», который реализовывал б/у устройства и до 2022 года, весной запустил полный цикл реализации подобной электроники, включающий оценку и выкуп устройств у частных лиц, предпродажную подготовку и продажу новому владельцу. Платформа частных объявлений Avito, на которой пользователи давно продают и покупают подержанную технику, в рамках общего тренда запустила выкуп смартфонов у пользователей своего сервиса для последующей перепродажи с гарантией.

### Категории на ресейл платформе Яндекс.Маркет



Оценка продаж б/у электроники в России

**132 – 220**  
млрд руб.



## Контакты

---

Москва, Хорошевское шоссе 32А

8 (800) 250-70-10

[solid@solidbroker.ru](mailto:solid@solidbroker.ru)

## Управление Рисков и Аналитики

---

Москва, Хорошевское шоссе 32А

+7 (495) 228-70-10

[d.donetskiy@solidbroker.ru](mailto:d.donetskiy@solidbroker.ru)

2023 АО ИФК «Солид». Представленная информация не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией, ни при каких условиях, в том числе при внешнем совпадении её содержания с требованиями нормативно-правовых актов, предъявляемых к индивидуальной инвестиционной рекомендации. Любое сходство представленной информации с индивидуальной инвестиционной рекомендацией является случайным. Какие-либо из указанных финансовых инструментов или операций могут не соответствовать вашему инвестиционному профилю.

Упомянутые в представленном сообщении операции и (или) финансовые инструменты ни при каких обстоятельствах не гарантируют доход, на который вы, возможно, рассчитываете, при условии использования предоставленной информации для принятия инвестиционных решений. Доходность, полученная в прошлом, не гарантирует доходность в будущем.

АО ИФК «Солид» не несёт ответственности за возможные убытки инвестора в случае совершения операций либо инвестирования в финансовые инструменты, упомянутые в представленной информации.

Во всех случаях определение соответствия финансового инструмента либо операции инвестиционным целям, инвестиционному горизонту и толерантности к риску является задачей инвестора. Документы, содержащие информацию о размещаемых ценных бумагах и размещаемой Компанией не могут рассматриваться в качестве публичной оферты. Информация и мнения, представленные в прилагаемых документах, подготовлены компанией АО ИФК «Солид». АО ИФК «Солид», ее руководство и сотрудники не могут гарантировать абсолютную точность, полноту и достоверность представленной информации и не несут ответственности за возможные потери клиента в связи с ее использованием. АО ИФК «Солид», ее руководство и сотрудники не несут ответственность за инвестиционное решение клиента, основанное на информации, содержащейся в данных документах. АО ИФК «Солид», ее руководство и сотрудники, также не несут ответственность за прямые или косвенные потери или ущерб, возникший в результате использования клиентом информации или какой-либо ее части при совершении операций с ценными бумагами.

Рекомендации и мнения, высказанные в данном материале, являются исключительно мнением АО ИФК «Солид», и не являются предложением о покупке или продаже ценных бумаг, а также не являются индивидуальной инвестиционной рекомендацией. Заявления любых лиц, в том числе сотрудников АО «ИФК Солид», а также информация в рекламных и информационных материалах о возможном увеличении в будущем стоимости инвестированных средств могут рассматриваться не иначе как предположения. Риски инвестирования в пре-IPO и IPO содержатся, в том числе, но не ограничиваясь ими, в Декларации о рисках, связанных с проведением операций на финансовых рынках (Приложение №5 Регламента).

АО ИФК «Солид» уведомляет, что может являться андеррайтером или организатором размещения ценных бумаг, что может привести к возникновению конфликта интересов между АО ИФК «Солид» и Клиентом или между Клиентом и иным Клиентом АО ИФК «Солид», что, в свою очередь, может в результате реализации конфликта интересов привести к убыткам Клиента. При участии в размещении Клиент подтверждает, что он был надлежащим образом уведомлен о возможности возникновения конфликта интересов и не имеет каких-либо претензий или имущественных требований (включая требования о возмещении убытков, возвратом суммы инвестиций) к АО ИФК «Солид», связанных с возникновением и реализацией конфликта интересов. АО ИФК «Солид», в свою очередь, обязуется реализовывать комплекс мер, направленных на предотвращение реализации конфликта интересов.

Лицензии на осуществление работы выданы ФКЦБ России без ограничения срока действия:

- брокерской деятельности – № 045-06790-100000, выдана 24 июня 2003 г.
- дилерской деятельности – № 045-06793-010000, выдана 24 июня 2003 г.
- деятельности по управлению ценными бумагами – № 045-06795-001000, выдана 24 июня 2003 г.
- депозитарной деятельности – № 045-06807-000100, выдана 27 июня 2003 г.

Предоставляемая АО ИФК «Солид» информация об инвестиционных фондах или о специализированном депозитарии не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией, а предоставление такой информации не является инвестиционным консультированием.

Информация о тарифных планах/тарифах опубликована в маркетинговых целях в сокращённом варианте. Полный перечень тарифных планов/тарифов, их содержание и условия применения содержатся на сайте [solidbroker.ru](http://solidbroker.ru) телефон для справок 8 (800) 250-70-10.