

# 2024

## 拉丁美洲数字零售广告市场

【出海广告 就选维卓】

关注我们，获取最新出海营销干货报告



### 报告要点

- 2018 - 2028年全球数字零售媒体广告支出及变化率
- 2021 - 2027年拉丁美洲数字零售媒体广告收入
- 2023年拉丁美洲主要电商平台数字零售媒体广告收入
- 截至2023年6月拉美各国的数字广告接触点



扫描领取报告

## 1. 市场概况

- 全球数字零售市场概况
- 全球数字零售媒体广告概况
- 拉美数字零售媒体广告概况

## 2. 拉美电子零售数字广告平台

- 数字零售广告平台

## 3. 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

- 拉美数字媒体广告接触点

# 第01章

市场概况

WEZQ 维卓



# 市场概况

## 全球数字零售市场概况



扫描领取报告

### 2016-2027年全球零售电子商务销售额与实体零售销售额的百分比变化



零售电子商务包括使用互联网订购的产品或服务，无论付款方式或履行方式如何；实体零售包括通过实体渠道购买的产品或服务（例如，商店、电视广告、印刷目录、自动售货机）；不包括旅行和活动门票，付款，如账单支付，税收，或汇款，餐厅销售，食品服务和饮酒场所销售，赌博和其他不良物品销售

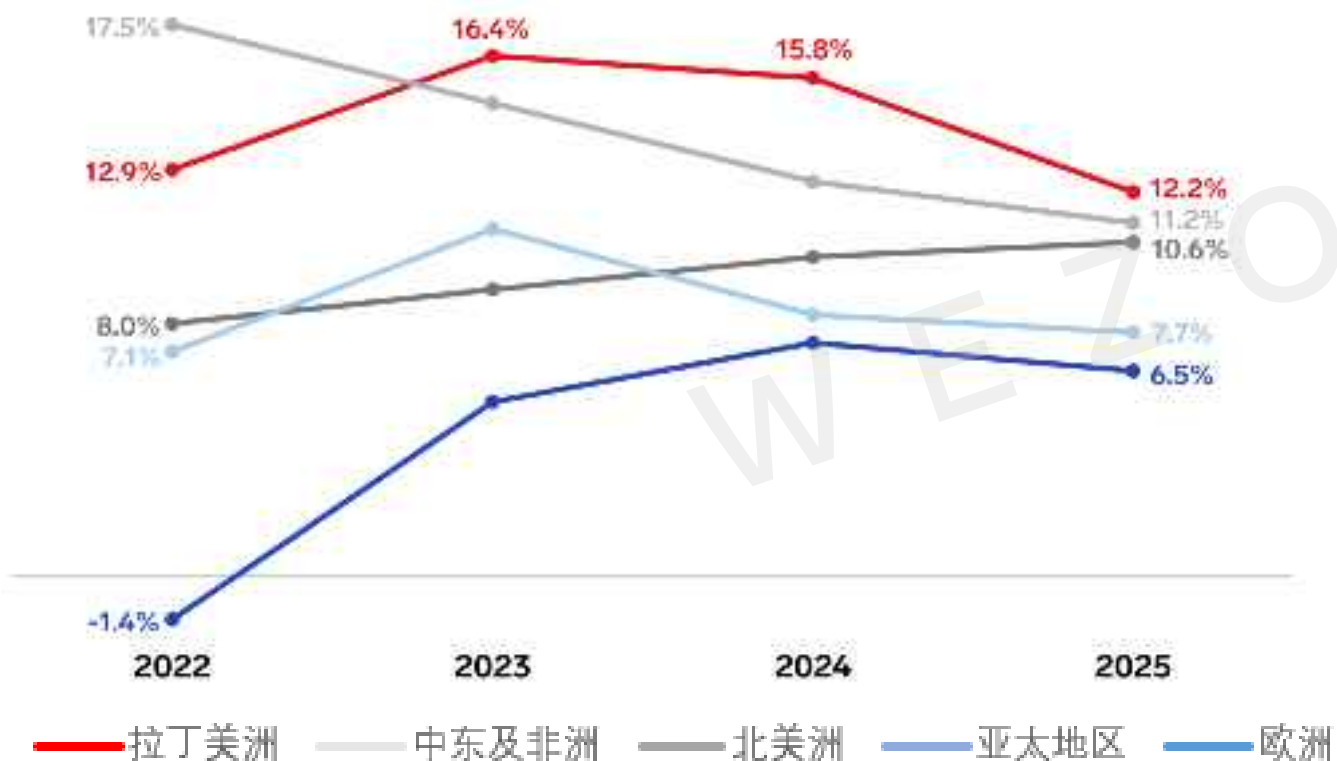
# 市场概况

## 全球数字零售市场概况



扫描领取报告

### 2022-2025年全球各地区零售电子商务销售额变化百分比



包括使用互联网订购的产品或服务，无论付款或履行方式如何；不包括旅行和活动门票，付款，如账单支付，税收，或汇款，餐厅销售，食品服务和饮酒场所销售，赌博和其他不良物品销售

# 市场概况

全球数字零售市场概况

> 60%

2024年一月全球数字买家渗透率超过60%。

+ 68.9%

2024年一月巴西数字买家渗透率达到68.9%。

+ 63%

2024年一月印度数字买家渗透率达到63%。

+ 91.5%

2024年一月中国数字买家渗透率达到91.5%。

Note: 14岁以上;在日历年内通过任何数字渠道至少进行一次购物的互联网用户,包括台式机/笔记本电脑、手机和平板电脑购物

Source(s): EMARKETER Forecast

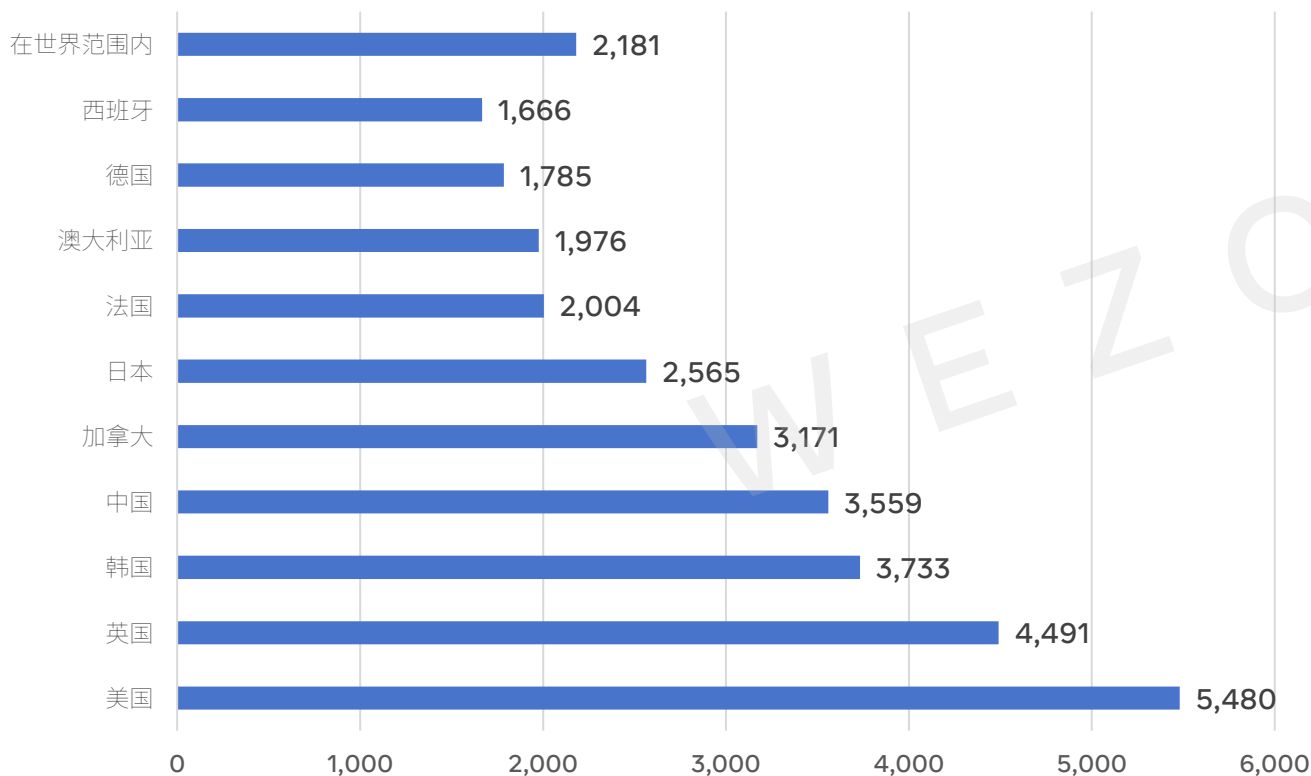
# 市场概况

## 全球数字零售市场概况



扫描领取报告

### 2024年各国每个数字买家的平均零售电子商务销售额（单位：美元）



从**2010**年到**2027**年，全球每位数字买家的平均零售电子商务销售额经历了显著增长。

**2010**年，每位数字买家的销售额为**607**美元，到**2024**年急剧增长至**2181**美元，并预计在**2027**年将达到**2553**美元。

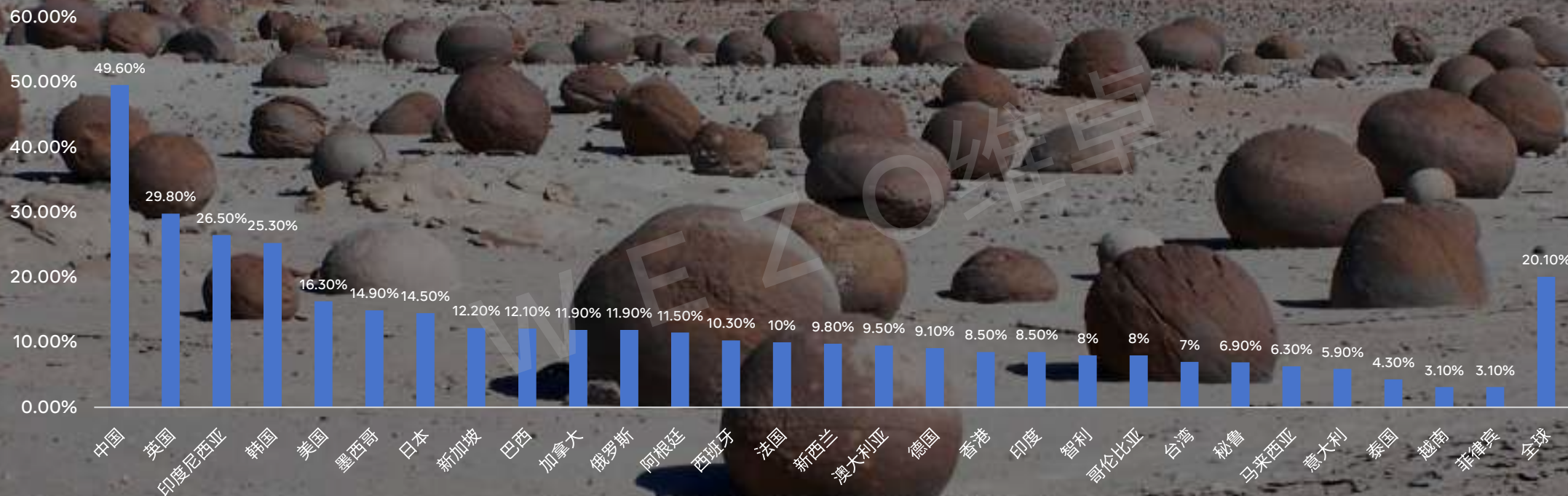
Note: 14岁以上;在日历年内通过任何数字渠道至少进行一次购物的互联网用户，包括台式机/笔记本电脑、手机和平板电脑购物

Source(s): EMARKETER Forecast

# 市场概况

## 全球数字零售市场概况

### 2024年各国家/地区零售电子商务占零售额的百分比



2024年全球零售电子商务占总零售额的统计中，中国、英国、印尼位居前三，拉美国家的占比整体较低，但是增速十分迅速，全球整体平均为**20.1%**，预计拉美国家将会在未来几年内飞速达到这一水平。

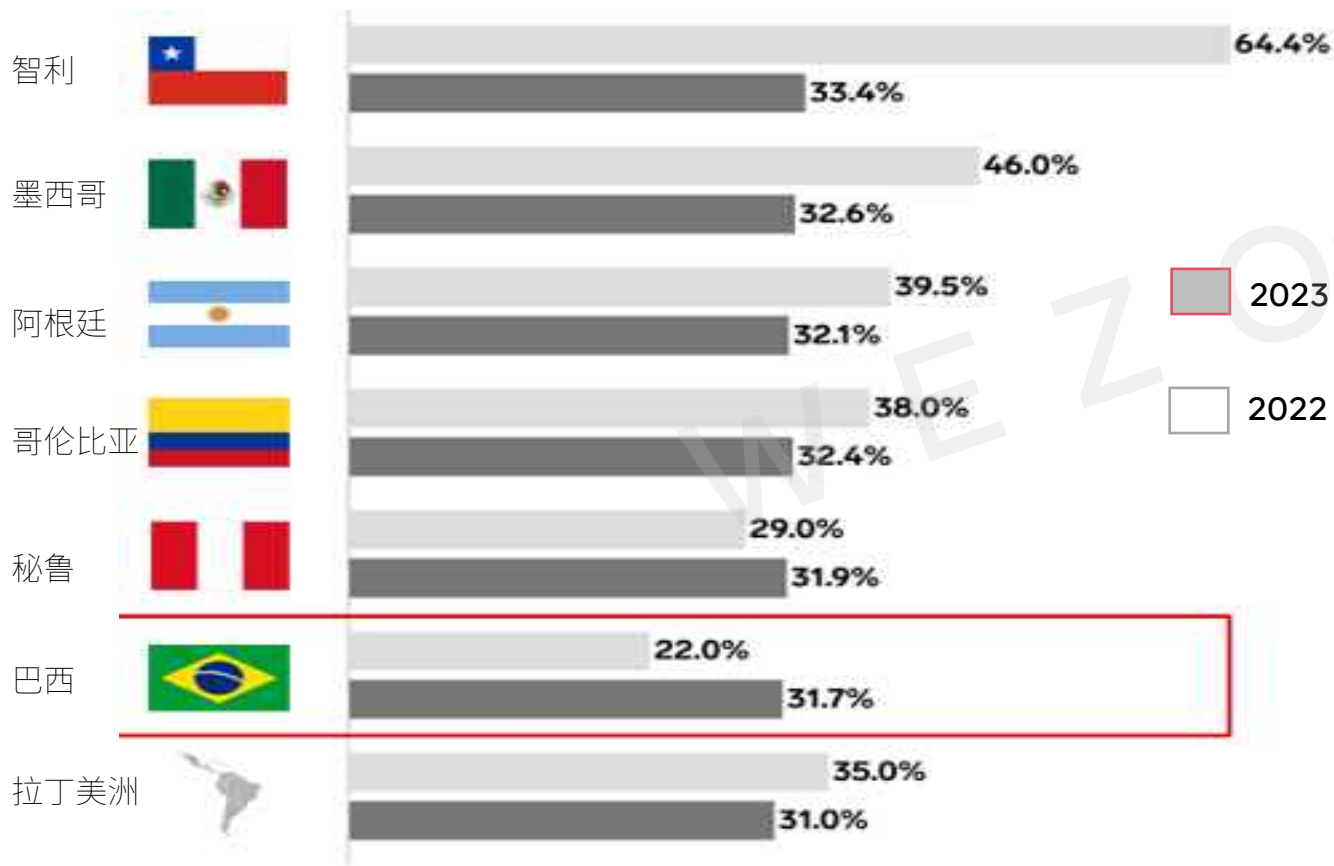
# 市场概况

## 全球数字零售市场概况



扫描领取报告

### 2022-2023年拉美消费者使用传统搜索引擎搜索购买的产品占比



根据2022年1月和2023年5月的EMARKETER调查数据显示，巴西和秘鲁的消费者在智能手机上使用传统搜索引擎的频率显著增加，而其他类似地区则表现出稳定或下降的趋势。传统搜索引擎包括谷歌、Bing以及雅虎等。

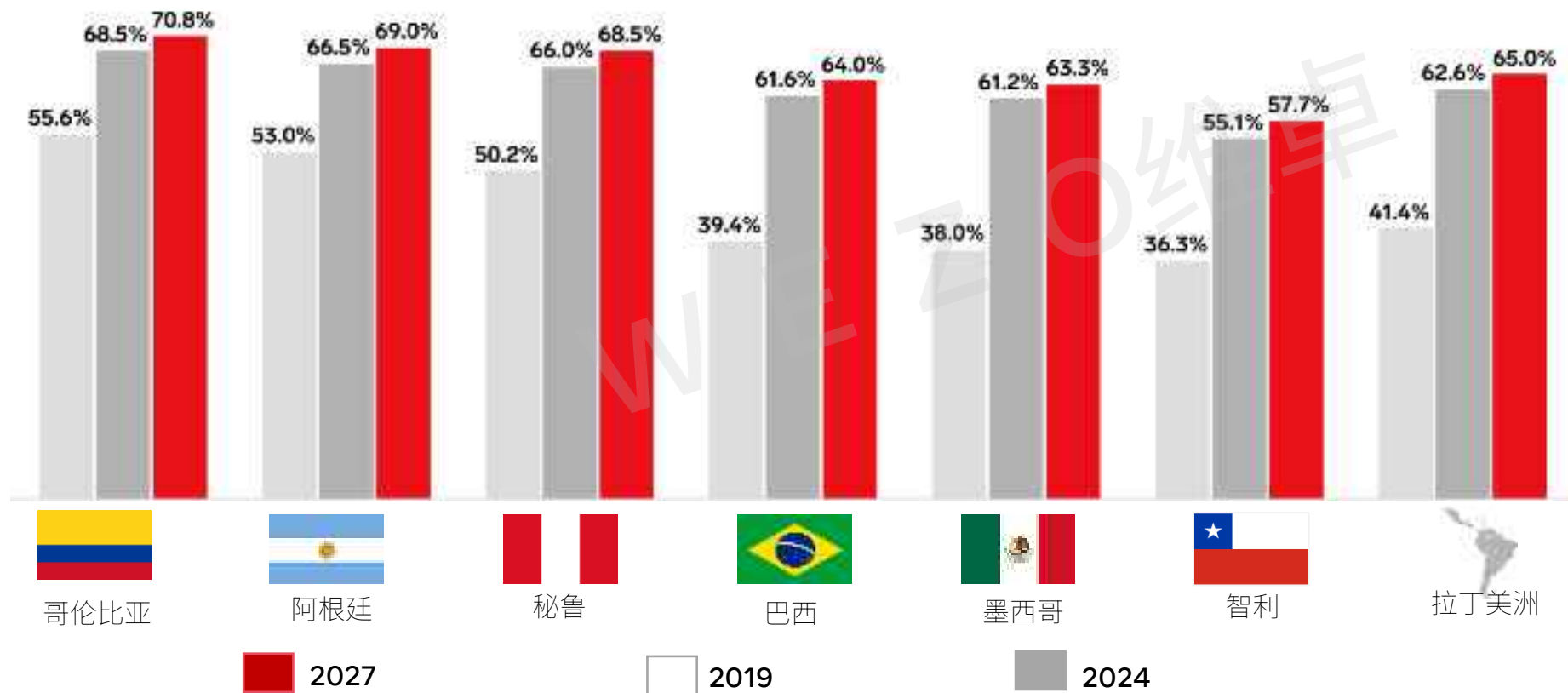
# 市场概况

## 全球数字零售市场概况



扫描领取报告

### 2019年、2024年和2027年拉丁美洲各国零售电子商务销售占零售电子商务销售总额百分比



移动商务将主导巴西的数字零售生态系统，每5美元零售电子商务支出中就有3美元以上来自移动商务。

未来拉丁美洲的移动商务系统总体较为发达

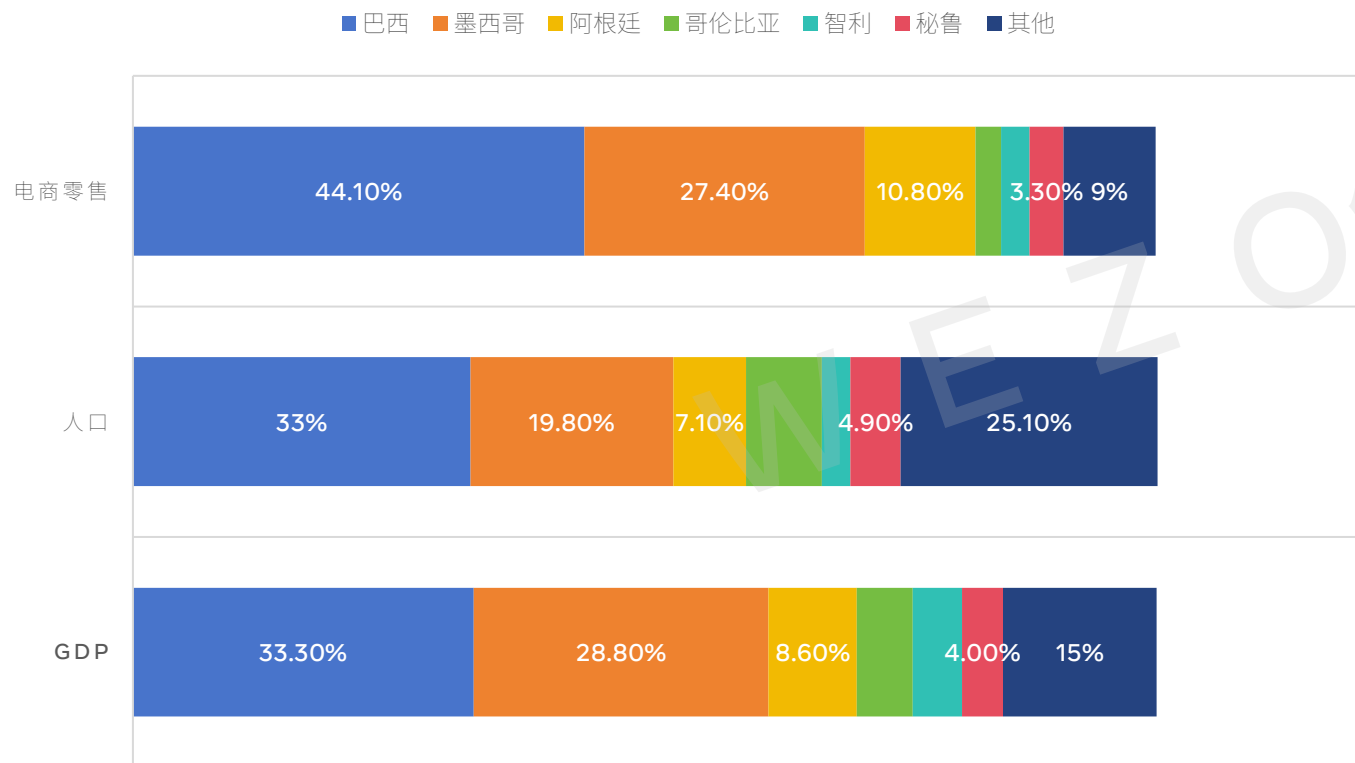
# 市场概况

## 全球数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2024年拉丁美洲各国GDP、人口和零售电子商务销售额的百分比



图中拉美各国GDP总额：**7.004**万亿美元，人口总额：**6.675**亿人，电商零售总额：**1852**亿美元，巴西以及墨西哥是主要国家

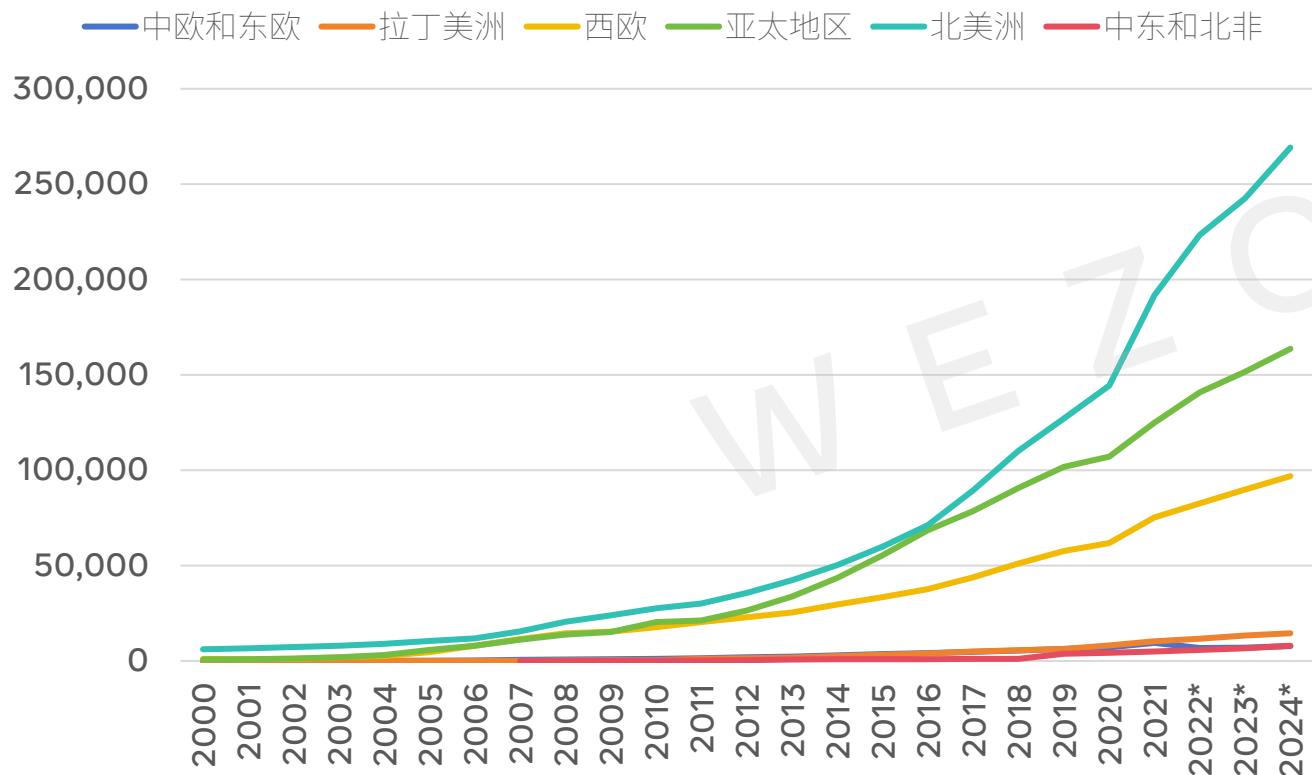
# 市场概况

## 全球数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2000-2024年按地区分列全球互联网广告支出（单位：百万美元）



在过去的二十年里，全球范围内的互联网广告支出一直在增长，尽管增长速度各不相同。

北美仍然是全球最大的数字广告市场，**2022**年的支出将超过**2230**亿美元，而拉丁美洲、中东和北非等其他地区则紧随其后。

Note: \*为预测值

Source(s): Zenith

# 市场概况

全球数字零售媒体广告概况

**+2438.9亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中，美国以**2438.9**亿美元领先

**+1556.7亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中**中国**广告支出金额

**+100亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中**法国**广告支出金额

**+378亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中**英国**广告支出金额

**+239亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中**日本**广告支出金额

**+153亿美元**

2022年在数字广告市场的广告支出排名中**德国**广告支出金额

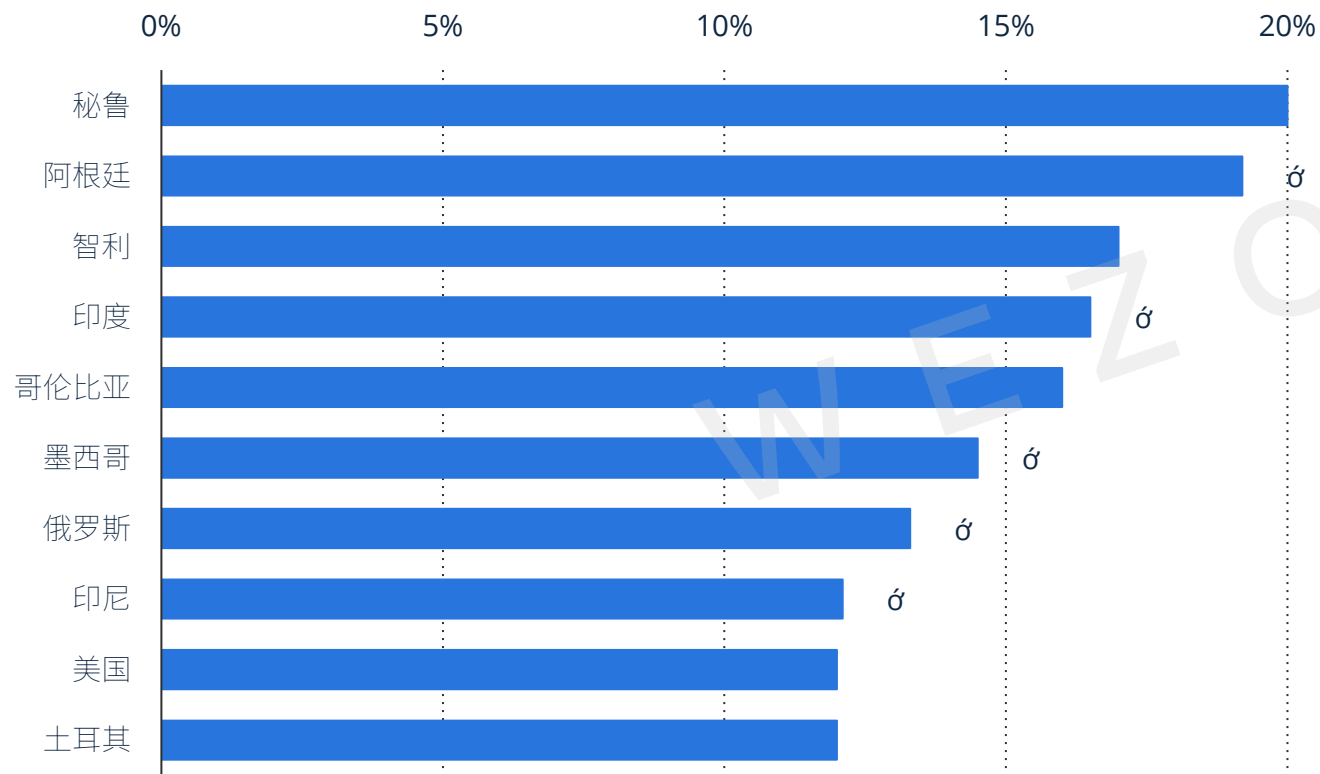
# 市场概况

## 全球数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2023全球增长最快的数字广告市场增长率



到**2023**年，秘鲁预计将成为世界上增长最快的数字广告市场，年增长率约为**20%**。阿根廷和智利紧随其后，年增长率分别约为**19%**和**17%**。

# 市场概况

## 全球数字零售媒体广告概况

在经济衰退的讨论中，约三分之一的全球品牌计划在**2023**年削减媒体预算：

**+32.5%**

2023年欧洲、中东和非洲计划削减广告和营销支出预算的品牌占比

**+29.3%**

2023年全球整体计划削减广告和营销支出预算的品牌占比

**+22.2%**

2023年拉丁美洲计划削减广告和营销支出预算的品牌占比

**+20.6%**

2023年北美洲计划削减广告和营销支出预算的品牌占比

**+14.7%**

2023年亚太地区计划削减广告和营销支出预算的品牌占比

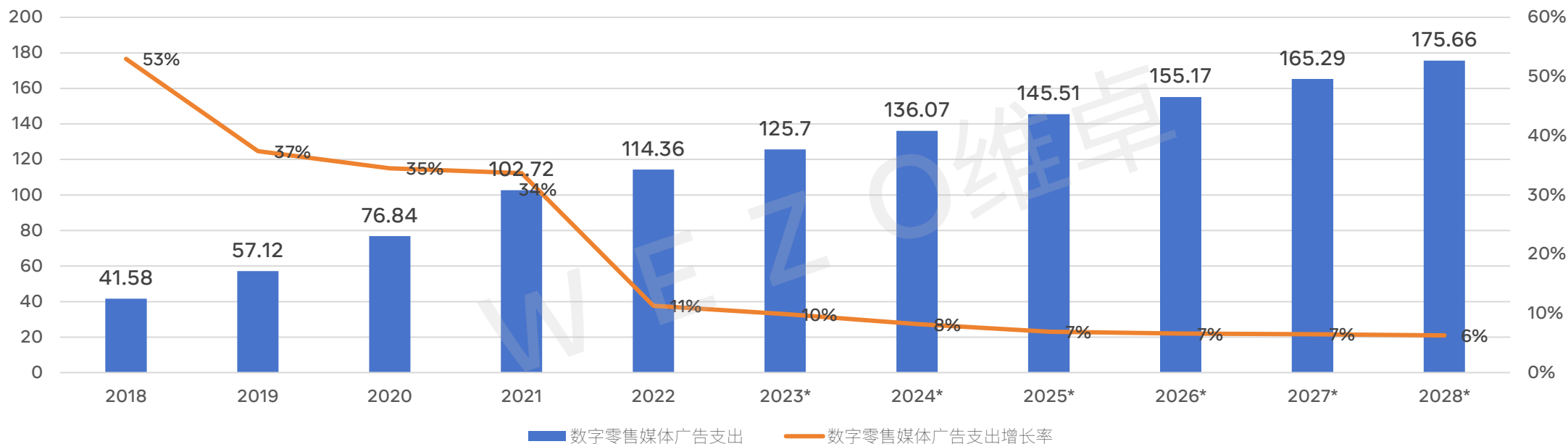
# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2018 - 2028年全球数字零售媒体广告支出及变化率 (单位：十亿美元)



过去几年中，全球数字零售媒体增速飞快，于**2018**年达到顶峰直到**2021**年保持**34%**的广告支出增长。于**2022**年达到顶峰后随即增速稳定至**11%**，增长率预计至**2028**年逐年下降，全球数字零售媒广告支出整体预计逐年增加，**2023**年为**1257**亿美元增长至**2028**年的**1756.6**亿美元。

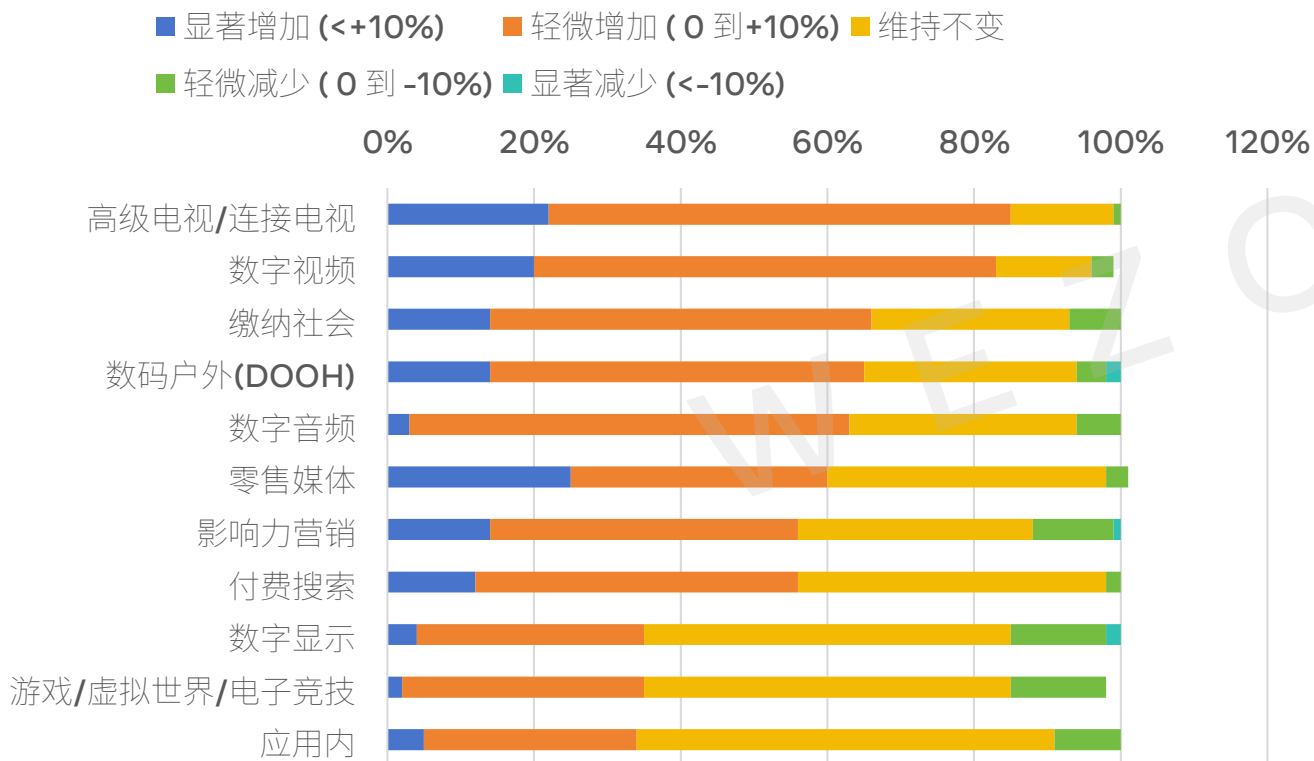
# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2024年全球数字媒体预算增长(按广告种类)



在**2023年11月**发布的一项调查中，**25%**的受访全球品牌表示，他们计划**2023年**大幅增加零售媒体预算。

另有**35%**的人表示，他们计划略微提高工资。

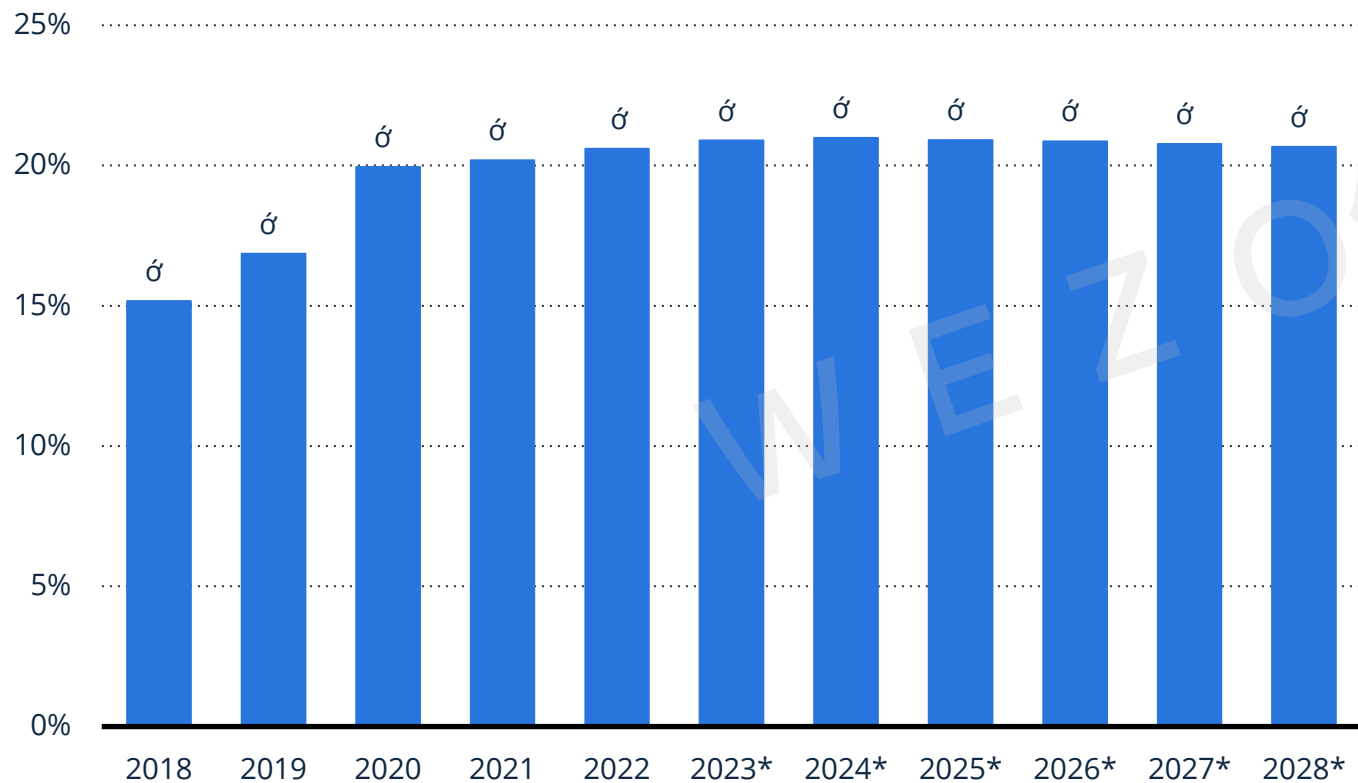
# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2018年至2028年全球零售媒体在数字广告支出中的份额



2022年，零售媒体广告将占全球数字广告支出的21%左右，预计到2028年这一数字将会稳定到20%左右。2022年全球数字零售媒体支出为1140亿美元。

# 市场概况

拉美数字零售媒体广告概况

**+596.1亿美元**

2024年美国的数字零售媒体广告支出预测值

**+40.3亿美元**

2024年英国的数字零售媒体广告支出预测值

**+24.2亿美元**

2024年加拿大的数字零售媒体广告支出预测值

**+13.9亿美元**

2024年法国的数字零售媒体广告支出预测值

**+7.3亿美元**

2024年巴西的数字零售媒体广告支出预测值

**+5亿美元**

2024年墨西哥的数字零售媒体广告支出预测值

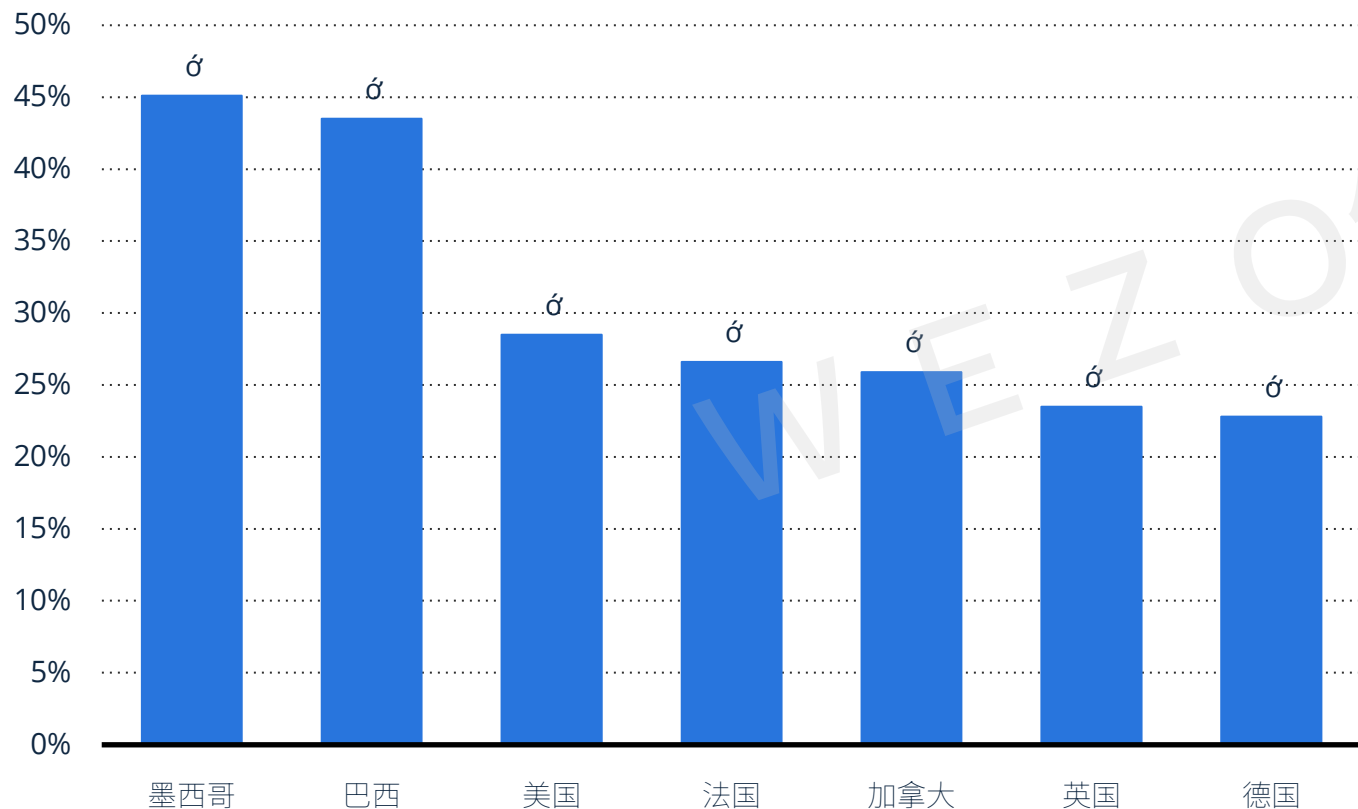
# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

### 2024年全球选定国家数字零售媒体广告支出增长率



2024年，美国的数字零售媒体支出预计将同比增长**28.5%**。在这七个国家中，墨西哥的数字零售媒体市场预计将以**45%**的速度增长，其次是巴西，增长率为**29%**。在所显示的欧洲国家中，预计法国的增长率最高，为**27%**。

# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况

### 2021 - 2027年拉丁美洲数字零售媒体广告收入(单位:十亿美元)



到**2024**年，拉丁美洲的零售媒体广告支出预计将达到**18.4**亿美元，比去年的**13**亿美元增长**40%**以上。预计这一数字将继续增长，到**2028**年将远远超过**50**亿美元。

拉丁美洲的数字零售媒体广告支出将飙升**49%**以上，与去年的估计增长率相似。

巴西、墨西哥和阿根廷是拉丁美洲广告支出最多的市场。

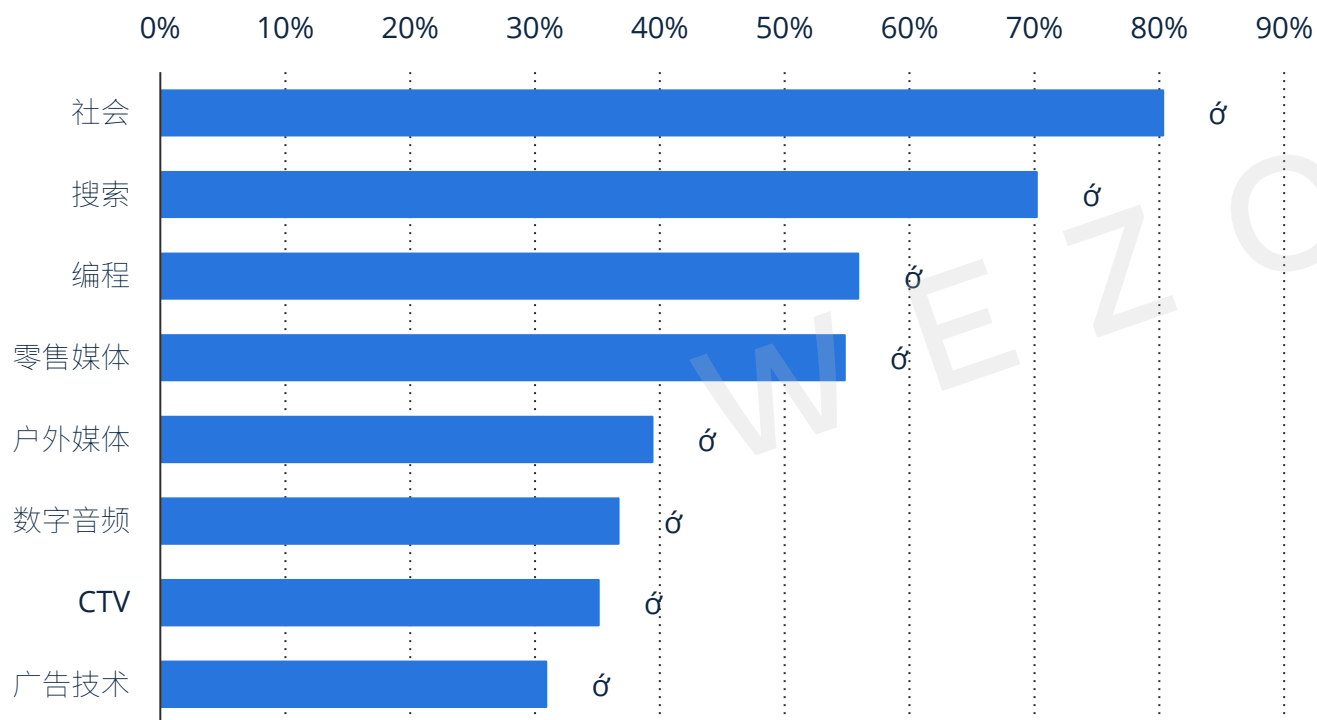
# 市场概况

## 拉美数字零售媒体广告概况



扫描领取报告

截至**2023年6月**拉美广告商最想在接下来的**12个月**内插入广告的付费数字媒体



在**2023**年中期发布的一项针对拉丁美洲广告买家的调查中，大约**80%**的受访者表示他们希望在接下来的**12个月**内在社交媒体上做广告。

大约**70%**的受访者提到了搜索引擎，而程序化媒体和在线零售媒体分别被**56%**和**55%**的受访者提到。

据预测，到**2024**年，拉丁美洲的数字广告支出将增长近**20%**，达到近**260**亿美元。

# 第02章

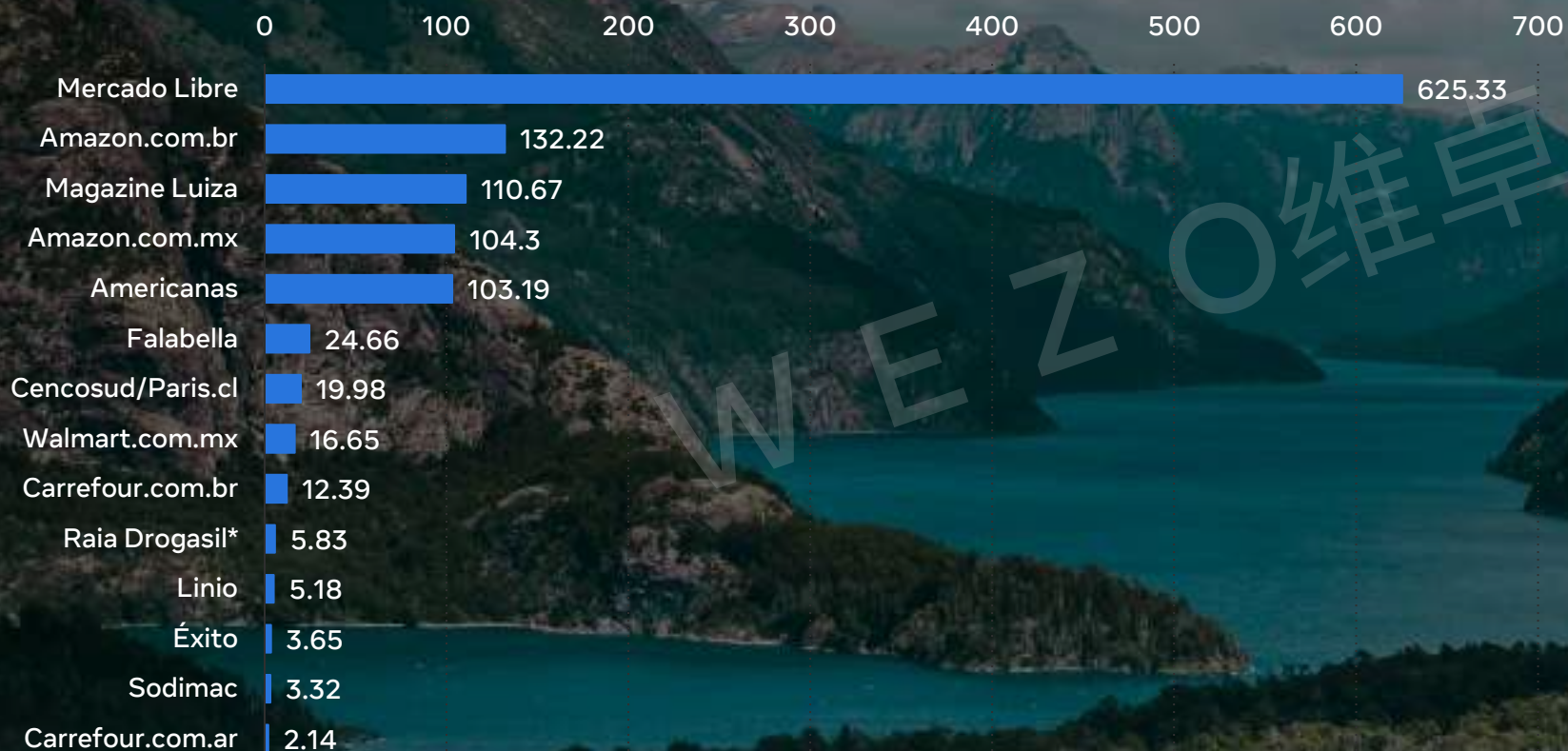
拉美电子零售数字广告平台



# 拉美电子零售数字广告平台

## 数字零售广告平台

### 2023年拉丁美洲部分电商平台数字零售媒体广告收入(单位:百万美元)



2023年，Mercado Libre在拉丁美洲的数字零售媒体广告收入预计达到**6.25**亿美元，占据了拉丁美洲数字零售媒体广告收入的近**48.5%**，凭借这一成绩，它成为了该地区主导的在线零售媒体网络。

相比之下，亚马逊在拉丁美洲的业务，在该地区最大的两个经济体——巴西和墨西哥——共创造了约**2.37**亿美元的零售媒体广告收入。这表明亚马逊在这些关键市场的存在，尽管其份额相对较低，占拉丁美洲在线零售媒体广告收入的**18%**左右。

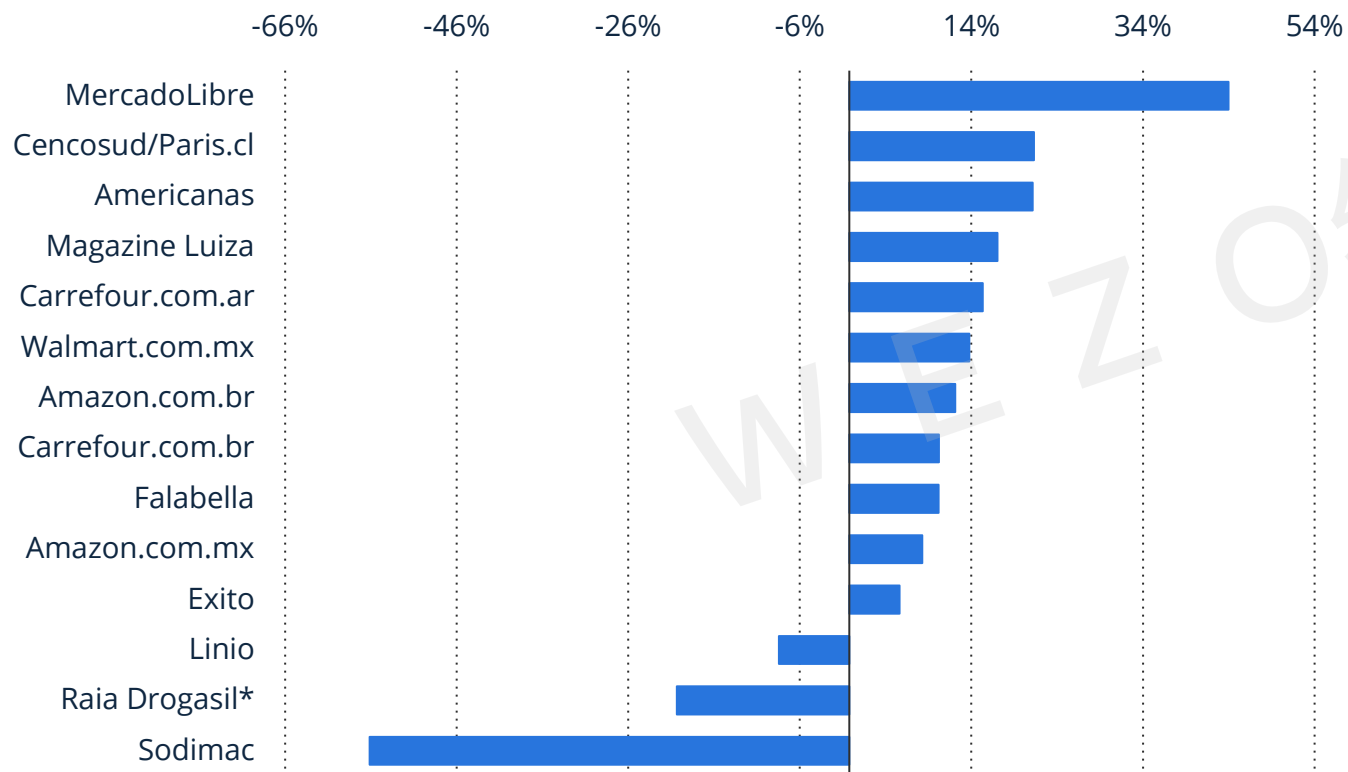
# 拉美电子零售数字广告平台

数字零售广告平台



扫描领取报告

## 2023年拉丁美洲部分电商平台数字零售媒体广告收入变化



2023年，Mercado Libre的数字零售媒体广告收入预计将增长**44%**以上，使其成为当年拉丁美洲增长最快的在线零售媒体网络。

与此同时，亚马逊在拉丁美洲最大的两个经济体——巴西和墨西哥——的数字零售媒体广告收入增长了**8.5%至12.4%**。

# 拉美电子零售数字广告平台

数字零售广告平台

**+4.48亿美元**

2022年a ŠoĎ ĚŮ [ᄀošĶLŬŬŬ公司]的全球广告服务收入

**+7.15亿美元**

2023年a ŠoĎ ĚŮ [ᄀošĶLŬŬŬ公司]的全球广告服务收入

**+1.3%**

MercadoLibre, Inc.的广告服务收入占其2022年全球商品交易总额(GMV)的百分比

**+1.6%**

MercadoLibre, Inc.的广告服务收入占其2023年全球商品交易总额(GMV)的百分比

Note: 14岁以上;在日历年内通过任何数字渠道至少进行一次购物的互联网用户,包括台式机/笔记本电脑、手机和平板电脑购物

Source(s): MercadoLibre; Statista

# 第03章

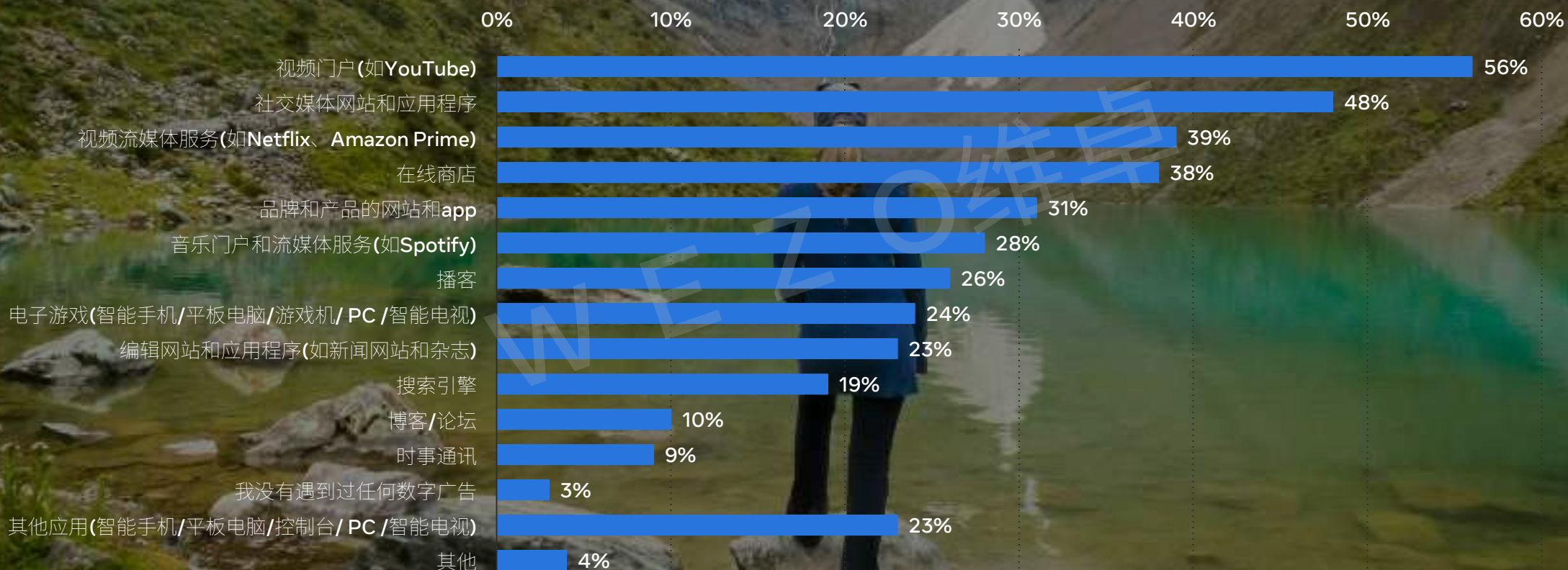
拉美数字媒体广告用户接触平台分析



# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点

截止**2024年3月**，巴西的数字广告接触点



“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中巴西消费者的前两个答案。

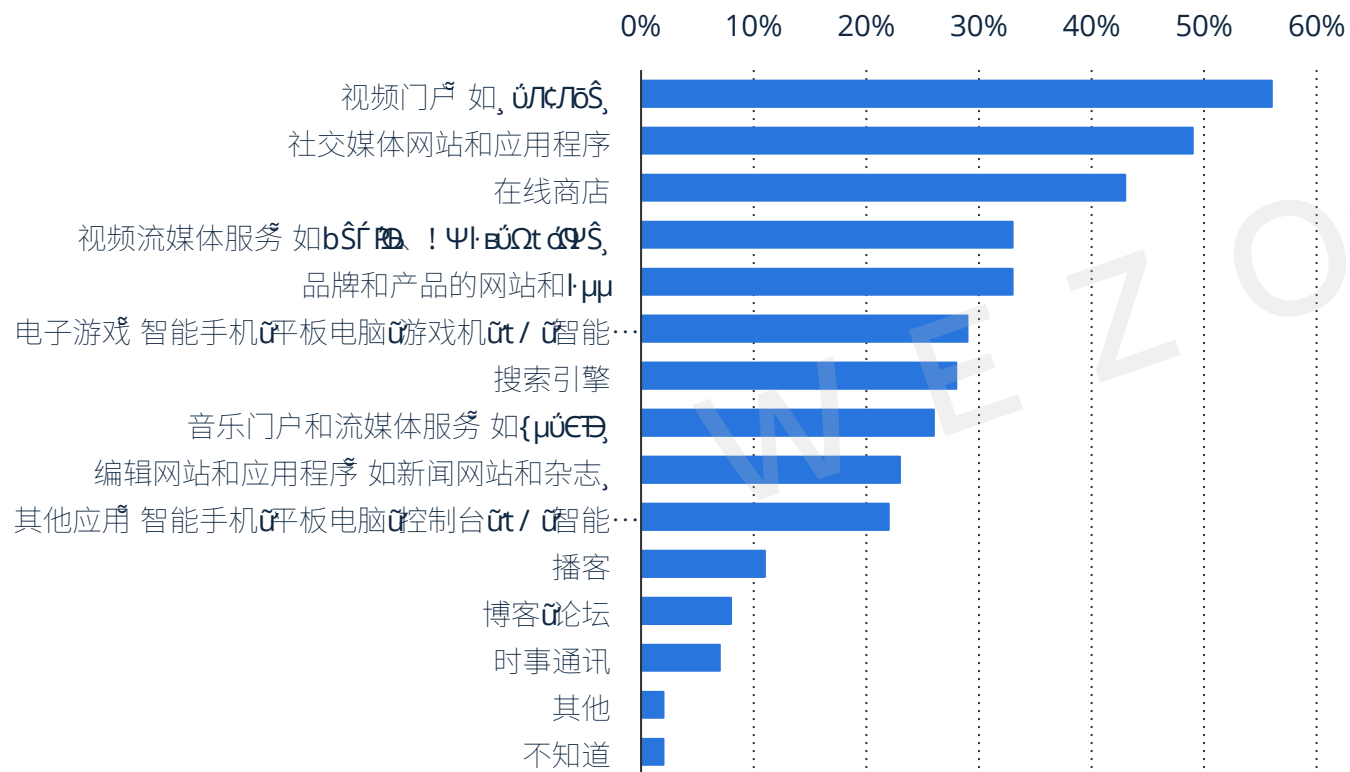
# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点



扫描领取报告

截至2023年3月，智利的数字广告接触点



“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中智利消费者的前两个答案。

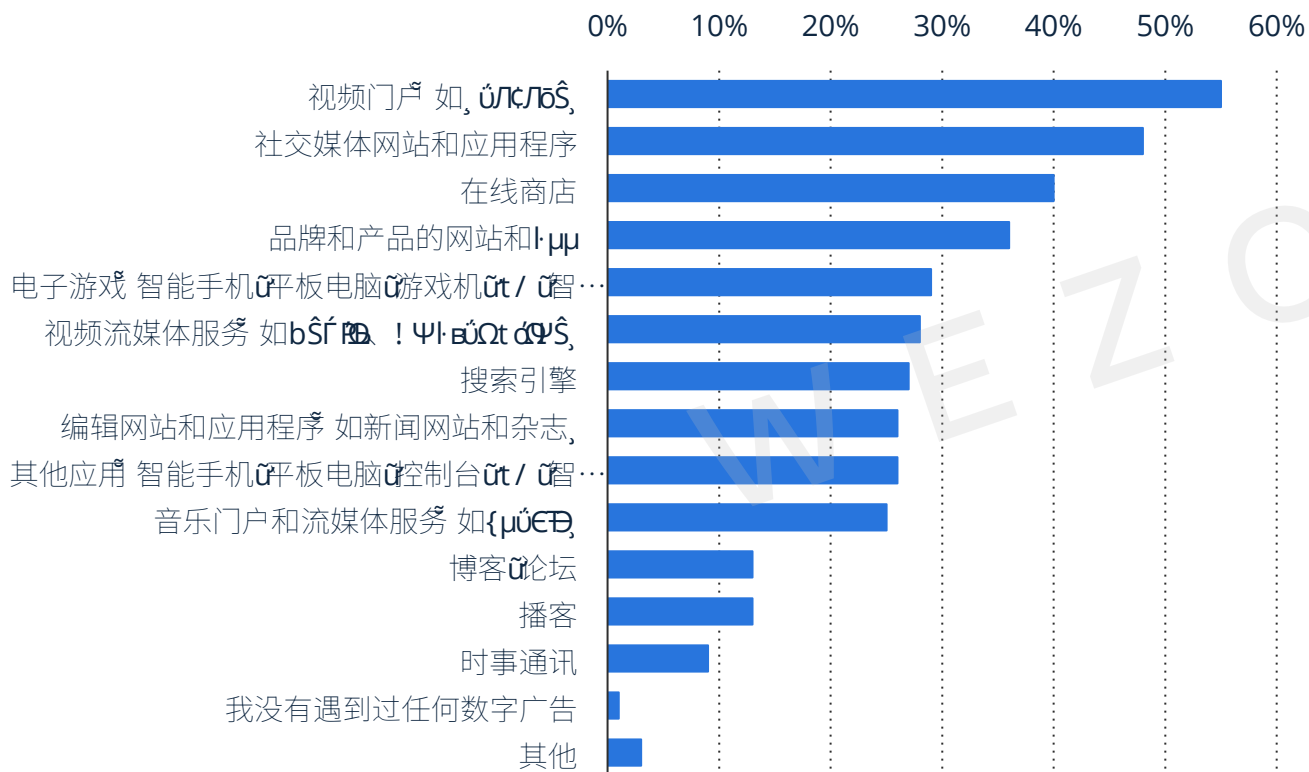
# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点



扫描领取报告

截至2023年6月，秘鲁的数字广告接触点

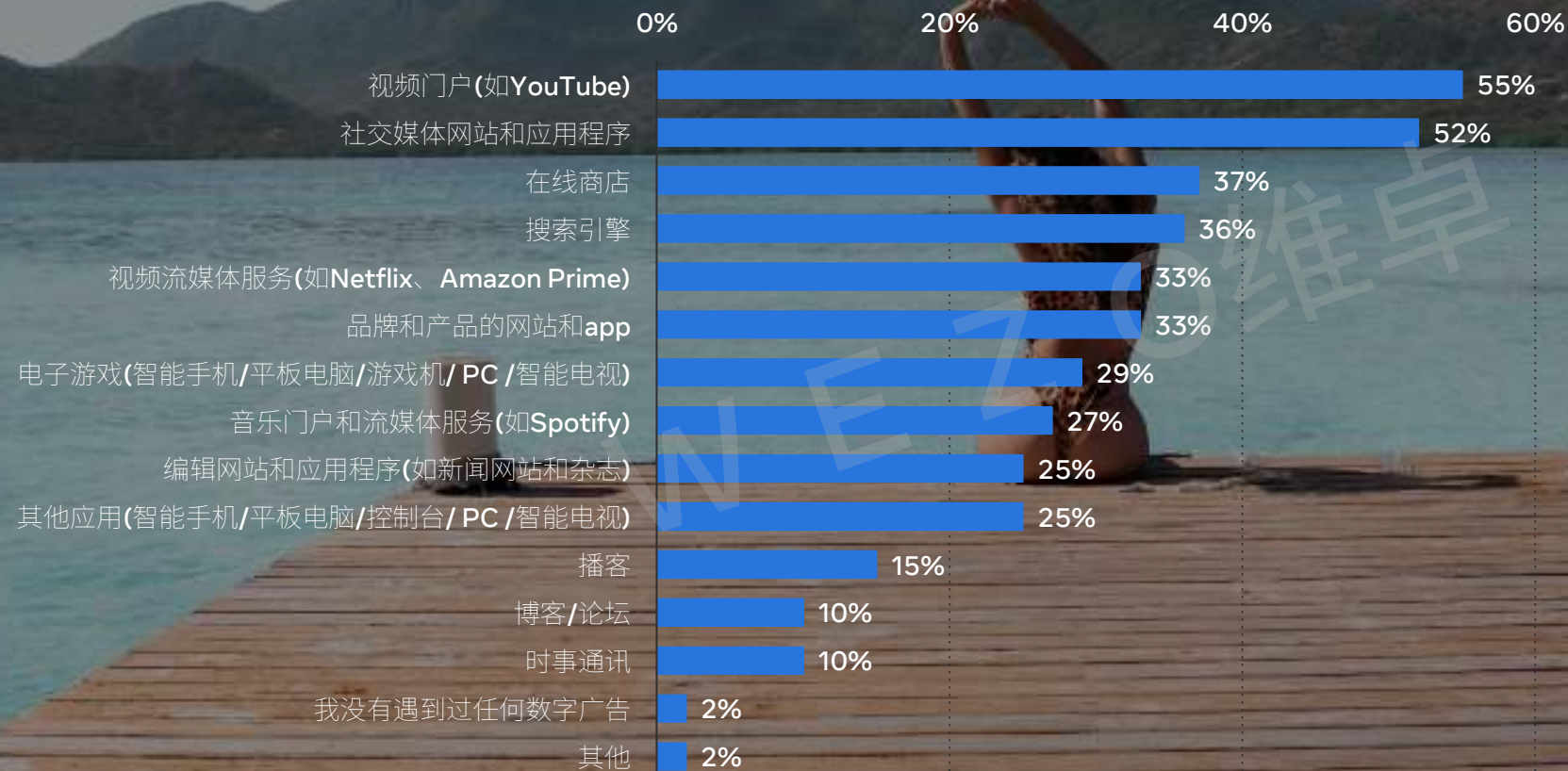


“视频门户网站(如 YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中秘鲁消费者的前两个答案。

# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点

截至2023年6月，哥伦比亚的数字广告接触点



“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中哥伦比亚消费者的前两个答案。

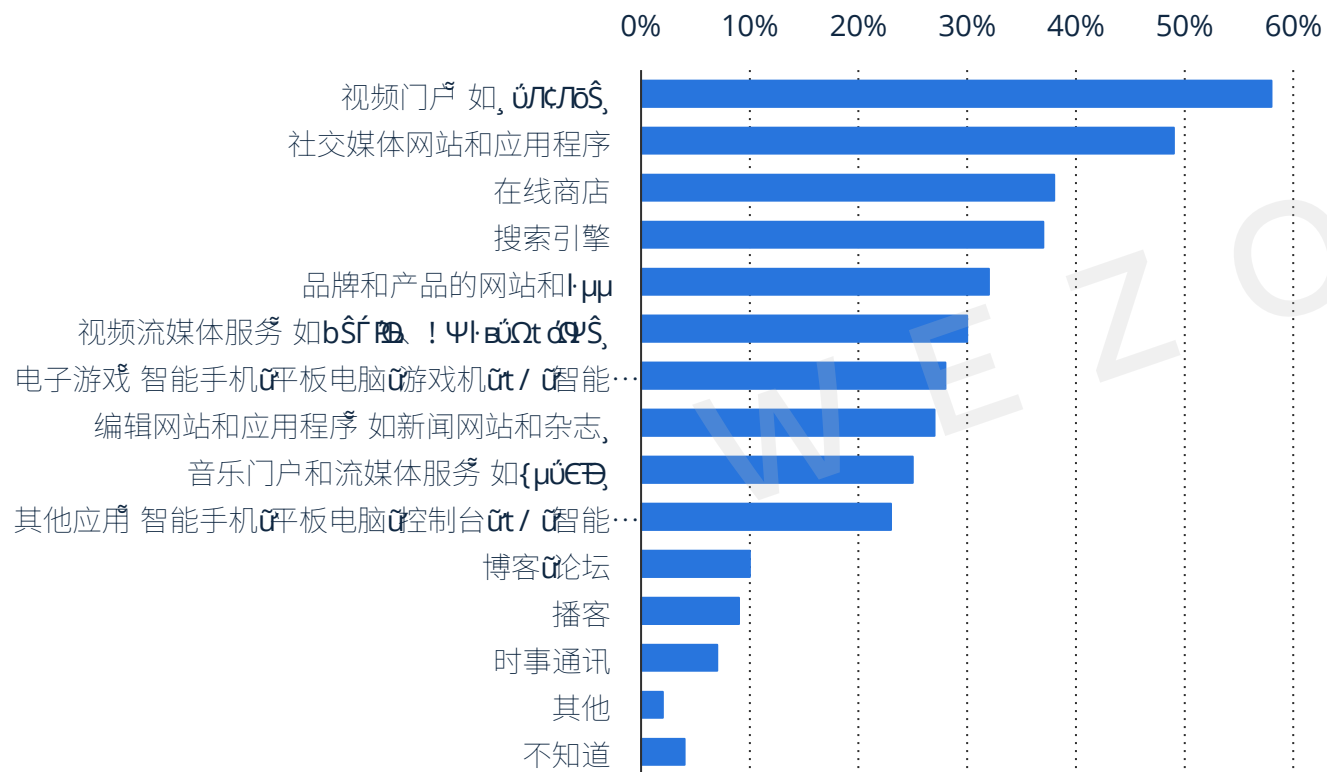
# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点



扫描领取报告

截至2023年3月，阿根廷的数字广告接触点

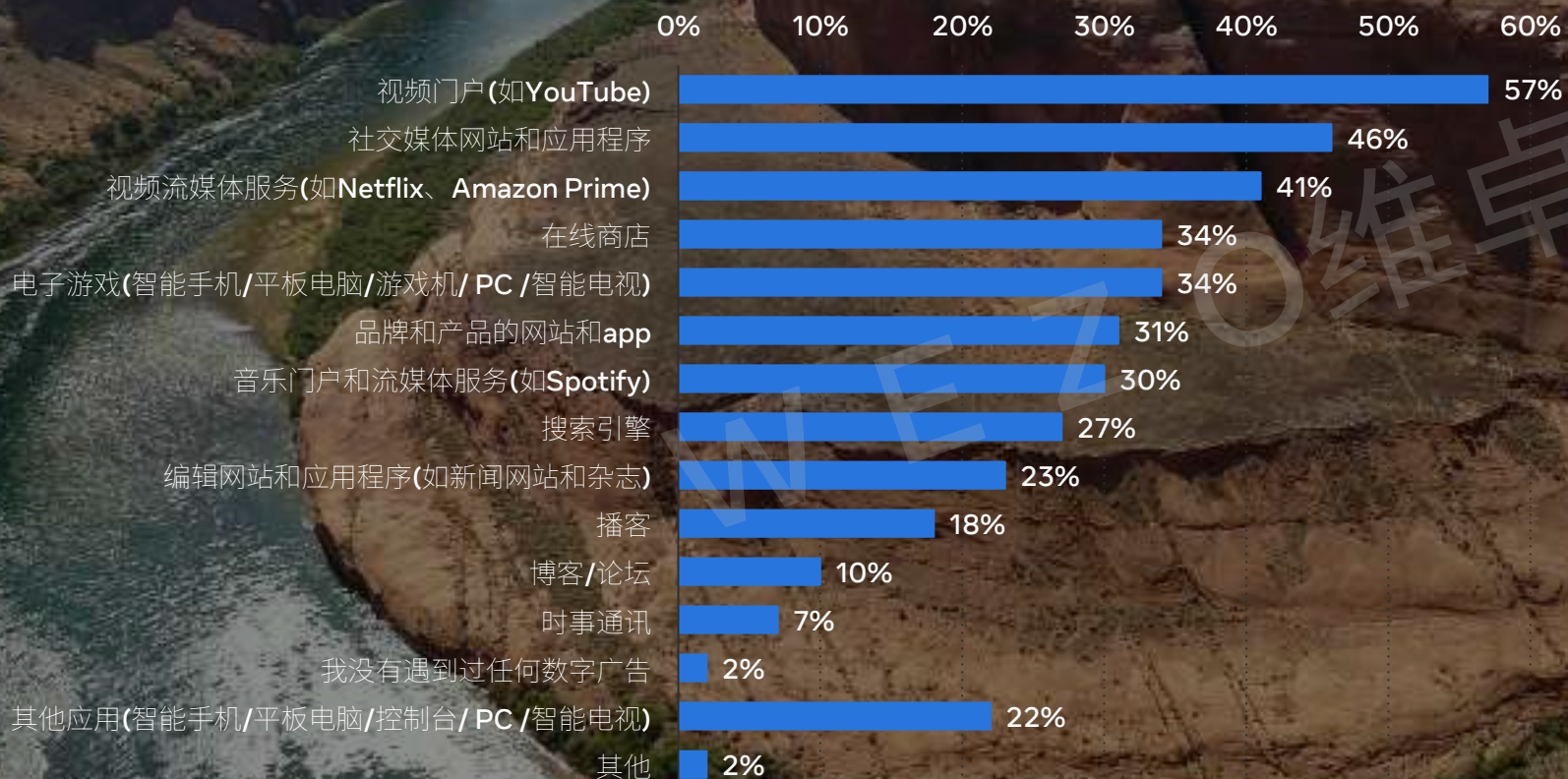


“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中阿根廷消费者的前两个答案。

# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点

截至**2024年3月**，墨西哥的数字广告接触点



“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中墨西哥消费者的前两个答案。

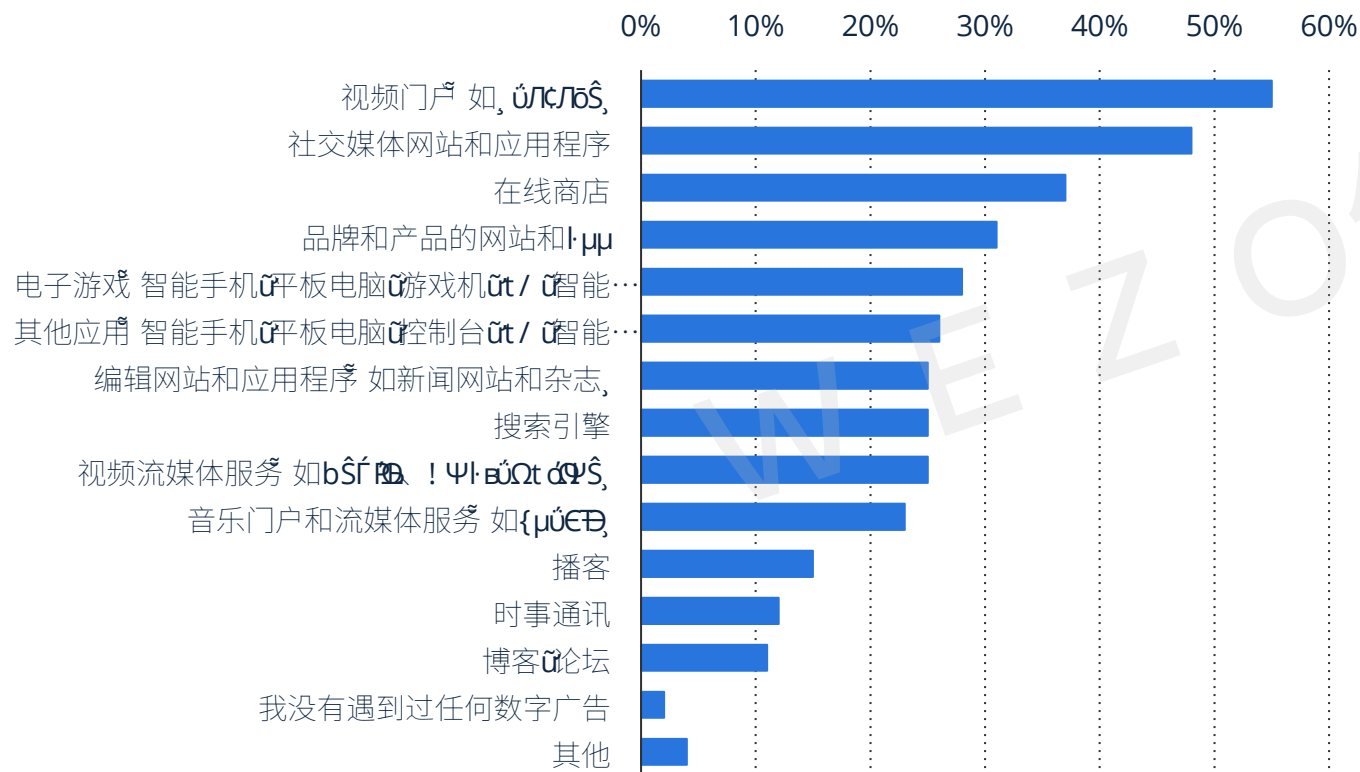
# 拉美数字媒体广告用户接触平台分析

## 拉美数字媒体广告接触点



扫描领取报告

截至2023年6月，多米尼加共和国的数字广告接触点



“视频门户网站(如YouTube)”和“社交媒体网站和应用程序”是我们对“数字广告接触点”这一主题的调查中多米尼加消费者的前两个答案。

## 数据来源

Brands Vietnam  
Consumidor Moderno  
ecommerceDB.com  
ecommerceIQ  
eMarketer  
GroupM  
IAB Brasil  
Insider Intelligence  
matteoceurvels.com  
MercadoLibre  
SimilarWeb  
Statista  
Statista Consumer Insights  
Various sources (IABs across Latin America)  
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE),  
International Monetary Fund (IMF),  
EMARKETER Forecast

Adweek  
DataReportal  
Ebiquity  
eMarketer  
GWI  
IAB Europe  
World Federation of Advertisers  
Market2Marketers  
Meltwater  
MMA  
ON24  
salaryexplorer.com  
Zenith  
Statista Digital Market Insights  
Tyto PR  
WARC  
We Are Social



扫描领取报告

## 版权声明



扫描领取报告

- 本报告著作权由维卓出海研究院整理而成，部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有
- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源（维卓出海研究院公众号），同时不能删减或改写内容
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据
- 若有业务输出需求，欢迎联系维卓商务经理：**18630366650**（郭先生）

WEZO 维卓

# 关于维卓出海研究院

洞悉全球 挖掘商机



扫描领取报告

## 服务客户

WEZO维卓旗下行业研究分析品牌，致力于通过科学、有效的研究体系，帮助中国出海企业洞察全球数字营销行业发展脉络，把握出海增长机遇，为出海企业提供持续、长效的发展价值

目前，我们已成功发布**20+**份精心打造的行业报告，涵盖了电商、游戏、移动应用、品牌客户等多个领域欢迎下载报告，与我们一同探索全球市场的机遇与未来！



# 出海广告 就选维卓

【智慧营销 驱动未来】

关注我们，获取最新出海营销干货报告

