

# 2024

## 欧洲社交电商洞察报告

【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

- 2017-2027年选定欧洲国家的电子商务用户
- 2018-2027年英国社交电商收入：按平台划分
- 2018-2027年德国社交电商收入：按平台划分
- 2018-2027年德国社交电商收入：按平台划分
- 2022-2028年比利时的社交电商市场规模
- 2022-2028年比利时的社交电商市场规模

# 目录



扫描领取报告

## 01 概述

- 社交媒体：2023 年全球渗透率：按地区划分
- 使用社交媒体进行品牌研究的互联网用户（2022 年）：按国家/地区划分
- 2017-2027年选定欧洲国家的电子商务用户
- 全球社交电商收入（2022-2030）
- 2022 年全球社交电商买家份额：按国家/地区划分

## 02 英国

- 2018-2027 年英国社交电商收入：按平台划分
- 2021-2023 年英国电子商务网站的社交推荐（按设备）
- 2022 年英国受社交媒体影响者的消费者，按世代划分
- 2022 年英国在社交媒体上购买商品的消费者：按世代划分
- 2022 年英国领先的购物社交网络：按世代划分

## 03 德国

- 2018-2027 年德国社交电商收入：按平台划分
- 2021-2023 年德国电子商务网站的社交推荐（按设备）
- 2022 年德国受社交媒体影响因素影响的消费者：按世代划分
- 2022 年德国在社交媒体上购买商品的消费者：按世代划分
- 2022 年德国领先的购物社交网络：按世代划分

## 04 法国

- 04 2018-2027 年德国社交电商收入：按平台划分 22
- 05 2021-2023 年法国电子商务网站的社交推荐（按设备） 23
- 06 2022 年法国社交电商渗透率 24
- 07 2022 年法国社交电商的平均消费者支出 25
- 08 2022年法国在社交媒体上购买的主要动机 26

## 05 比利时

- 10 2022-2028年比利时的社交电商市场规模 28
- 11 2021-2023 年比利时电子商务网站的社交推荐：按设备 29
- 12 2023 年比利时 用户关注/购买的社交媒体帐户（按世代） 30
- 13 2023 年比利时领先的购物社交网络 31
- 14 2022 年比利时领先的购物社交网络：按世代划分 32

## 06 意大利

- 16 2022-2028年比利时的社交电商市场规模 34
- 17 2023年意大利电子商务公司在社交媒体上的投资意向 35
- 18 2021-2023 年意大利电子商务网站的社交推荐：按设备 36
- 19 2023 年意大利用户关注/购买的社交媒体帐户（按世代） 37
- 20 2022 年意大利领先的购物社交网络：按世代划分 38



扫描领取报告

## 07 西班牙

2018-2027年西班牙社交电商收入：按平台	40
2021-2023 年西班牙电子商务网站的社交推荐：按设备	41
2022 年西班牙在社交媒体上购买商品的消费者：按世代划分	42
2023 年西班牙用户关注/购买的社交媒体帐户，按世代划分	43
2023 年西班牙在线市场购物者最常用的社交网络	44
2023 年西班牙用于商业目的的主要社交网络	45

WEZO 维卓

# 第01章

概述

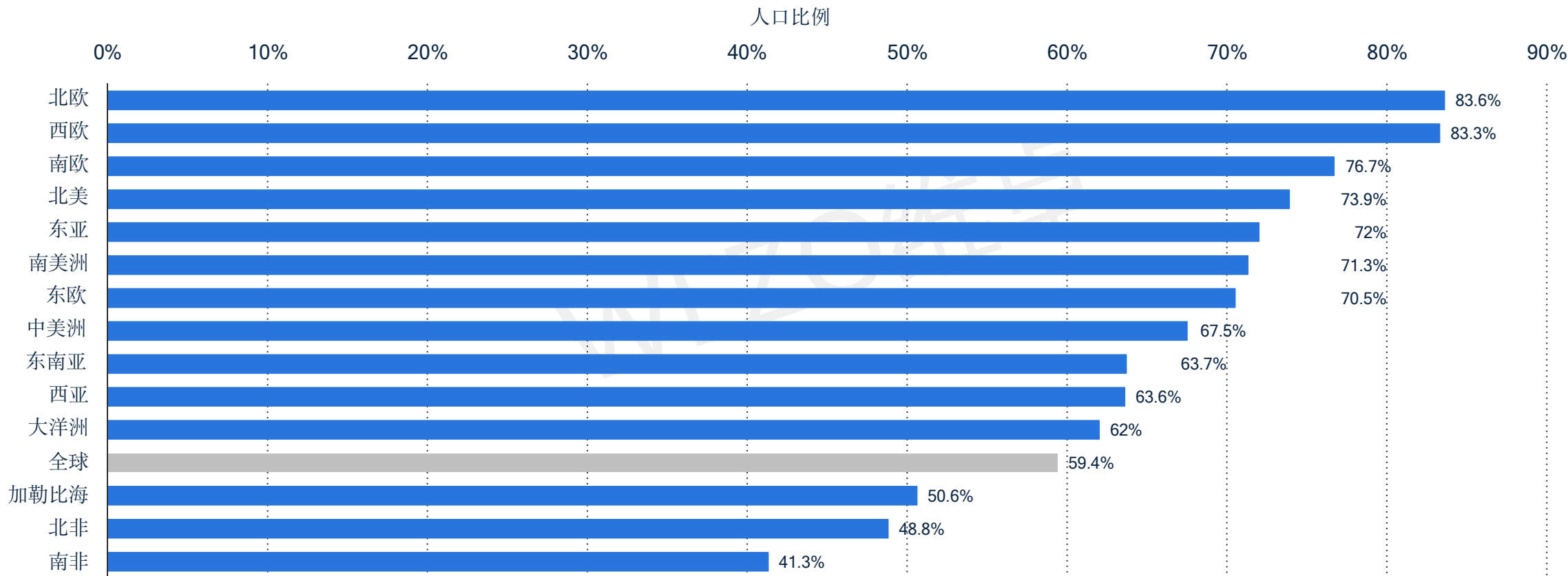


# 截至 2023 年 1 月的全球社交网络渗透率：按地区划分

截至 2023 年 1 月，北欧是社交网络普及率最高的地区，覆盖率为 83.6%。西欧以 83.3% 紧随其后，南欧以 76.7% 的渗透率排名第三。在东非和中非，社交媒体渗透率分别为 8.4% 和 7.4%。在全球范围内，大约十分之六的人使用社交媒体。



扫描领取报告



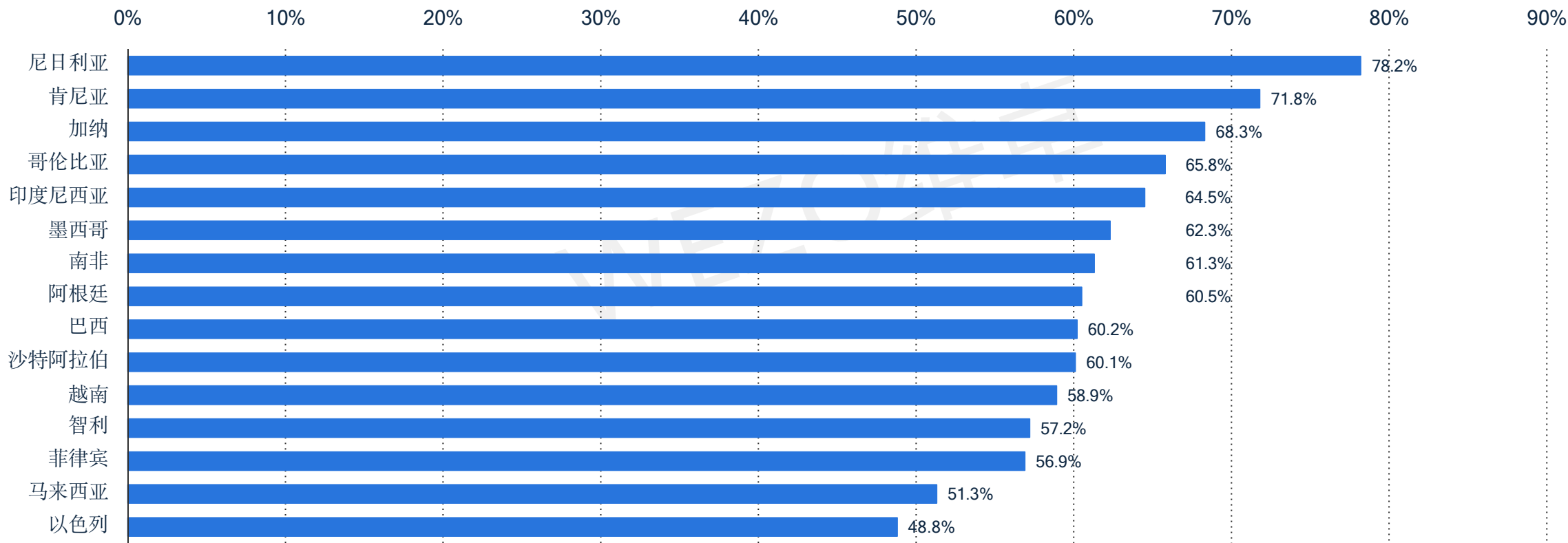
# 截至 2022 年Q3，全球选定国家/地区使用社交媒体进行品牌研究的互联网用户比例



扫描领取报告

根据 2022 年第三季度对全球互联网用户进行的一项调查，43.1% 的全球受访者表示他们使用社交媒体平台对品牌进行研究。互联网用户使用社交媒体进行品牌研究比例最高的前三个国家都是非洲国家：尼日利亚以78.2%的受访者排名第一，肯尼亚以71.8%排名第二，加纳以68.3%排名第三。

受访者比例



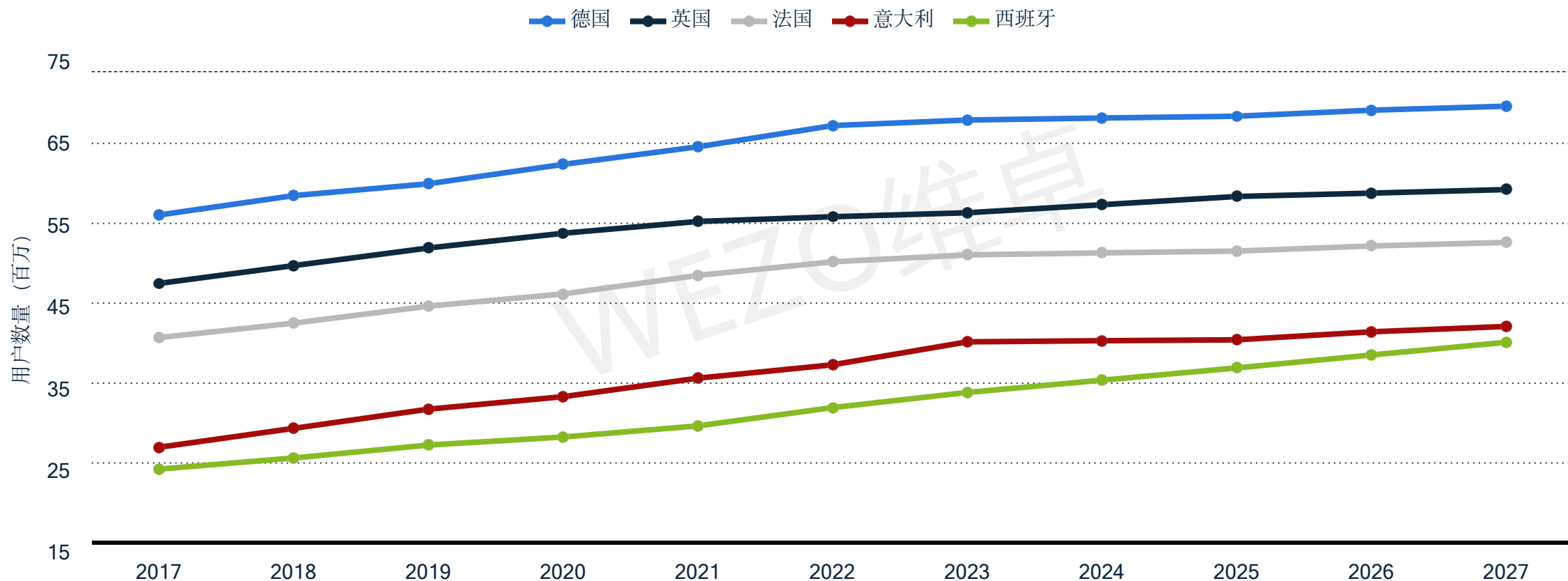
注：全球;2022 年第三季度;16-64岁;在互联网用户中  
资料来源：DataReportal; GWI; Meltwater; We Are Social

# 2017年至2027年选定欧洲国家的电子商务用户数量（百万）

预计 2027 年，所有地区的用户数量都将大幅增长。从选定的地区来看，电子商务市场的用户数量排名预计将由德国领先，为6966万用户。相比之下，排名落后于西班牙，为4010万用户，与德国相差2956万用户。



扫描领取报告



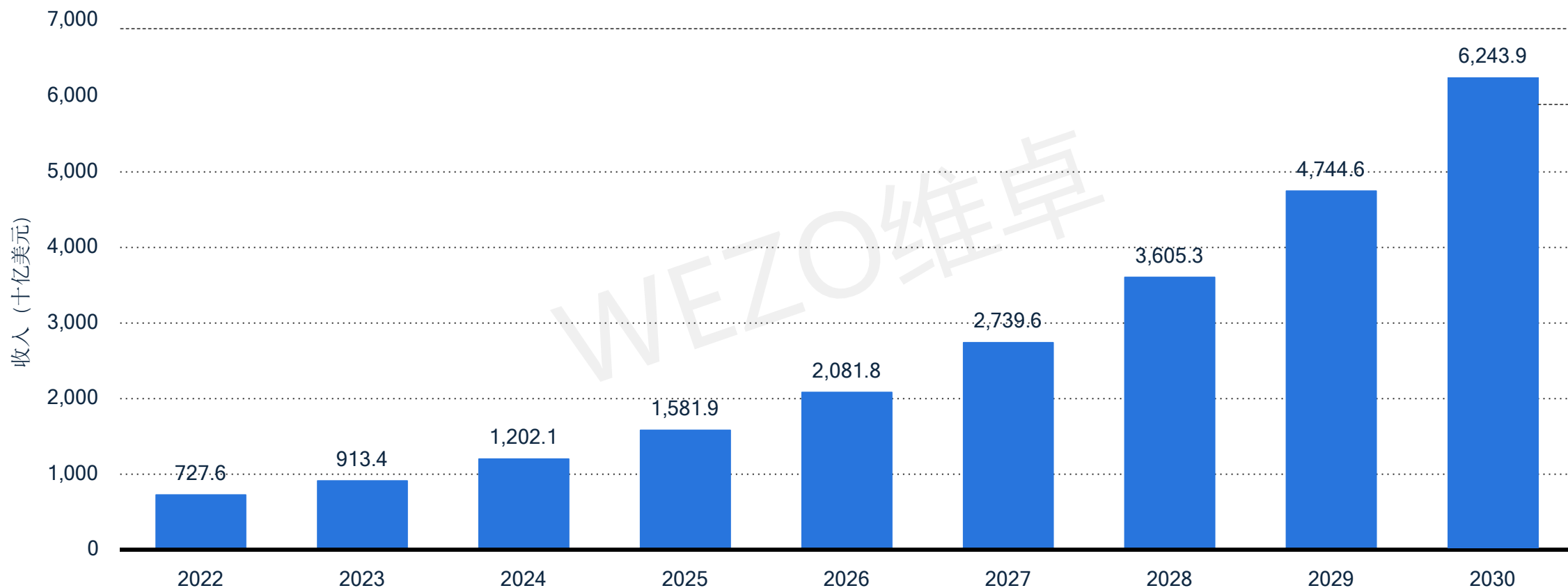
注：2017年至2027年：所有数字均为估计值  
资料来源：Statista; Statista Digital Market Insights



扫描领取报告

## 2022 年至 2030 年全球社交电商收入 (单位: 十亿美元)

2022 年, 在全球范围内, 社交电商创造了约 7280 亿美元的收入。从2023年到2030年, 预计复合年增长率 (CAGR) 为31.6%, 预计该领域的收入将在第二年达到约6.2万亿美元。



注: 全球; 2022 年 12 月  
资料来源: Grand View Research; Statista



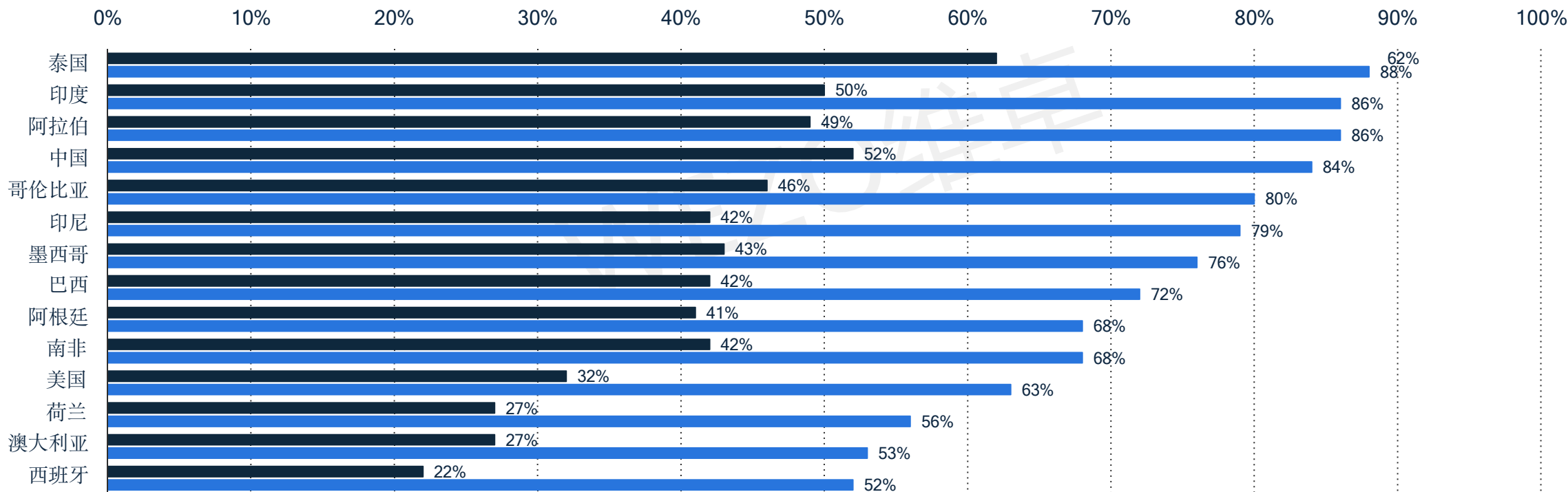
扫描领取报告

# 2022 年全球选定国家/地区的在线消费者从社交网络购买的百分比

泰国是全球社交电商买家比例最高的国家之一。2022 年，近十分之九的在线购物者已经通过社交媒体平台购买，而大约 62% 的人表示他们直接“在平台上”完成了交易。印度和阿拉伯联合酋长国的社交电子商务采用率排名第二，各为86%。在这些国家，平台购买占有所有订单的近一半。

受访者比例

■ 平台内社交电商 ■ 社交电商



注：全球:2022年3月25日至4月7日;购物者每月至少在线购买一次  
资料来源: Wunderman Thompson Commerce

# 第02章

英国

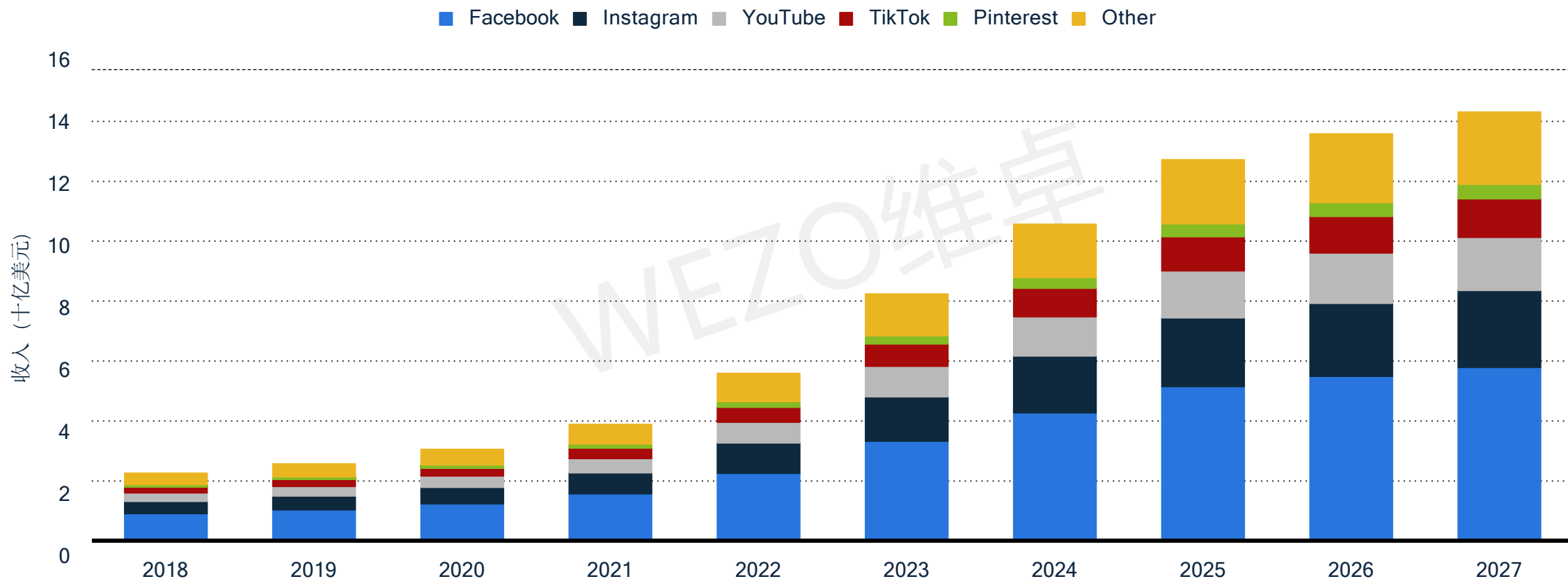


# 2018年至2027年英国（UK）按平台划分的社交电商收入（单位：十亿美元）

Meta 处于英国社交媒体购物的最前沿，据估计，到 2023 年，Instagram 和 Facebook 合计将占英国社交电商收入的 58%。预测表明，Meta 的地位将在未来继续加强。然而，YouTube 将继续占据空间，成为购物领域不断增长的竞争对手。



扫描领取报告



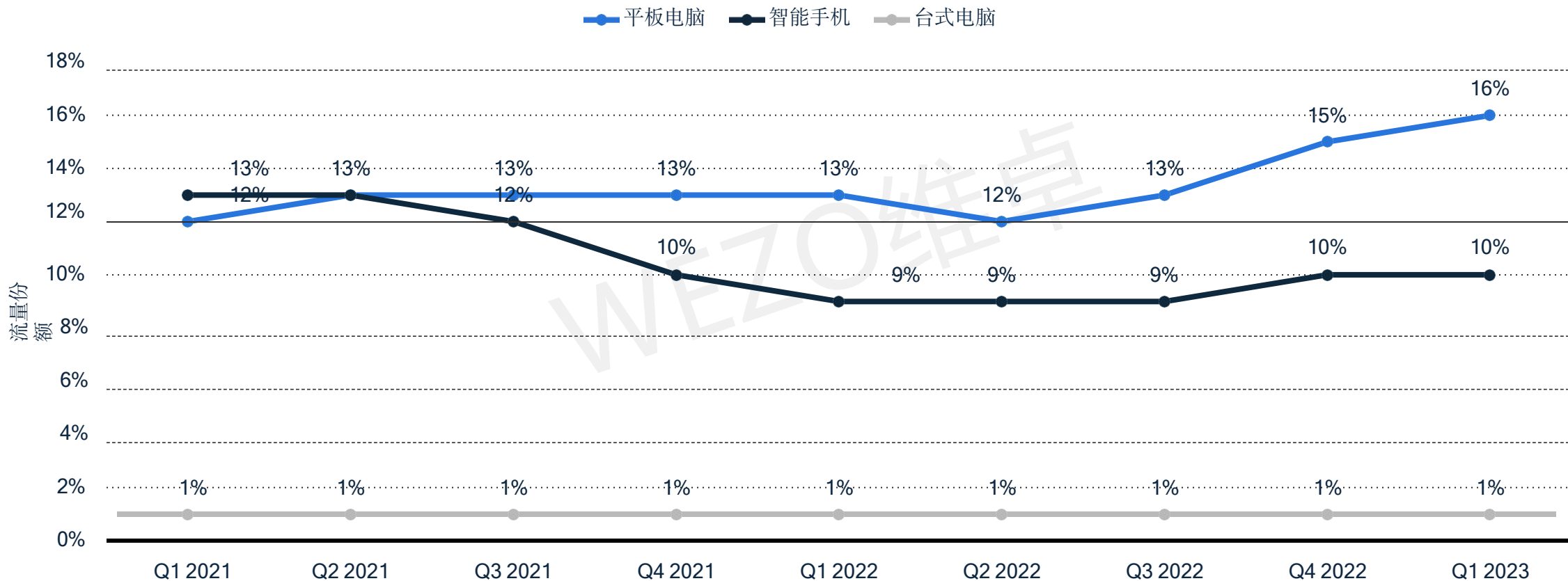
注：英国；所有数字均为估计值  
资料来源：Statista; Statista Digital Market Insights



扫描领取报告

# 从 2021 年第 1 季度到 2023 年第 1 季度，英国社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额（按设备）

描述：2021 年至 2023 年间，英国社交媒体平台在桌面设备上访问电子商务网站的比例保持稳定。然而，自 2022 年第三季度以来，智能手机和平板电脑上的社交推荐略有增加。



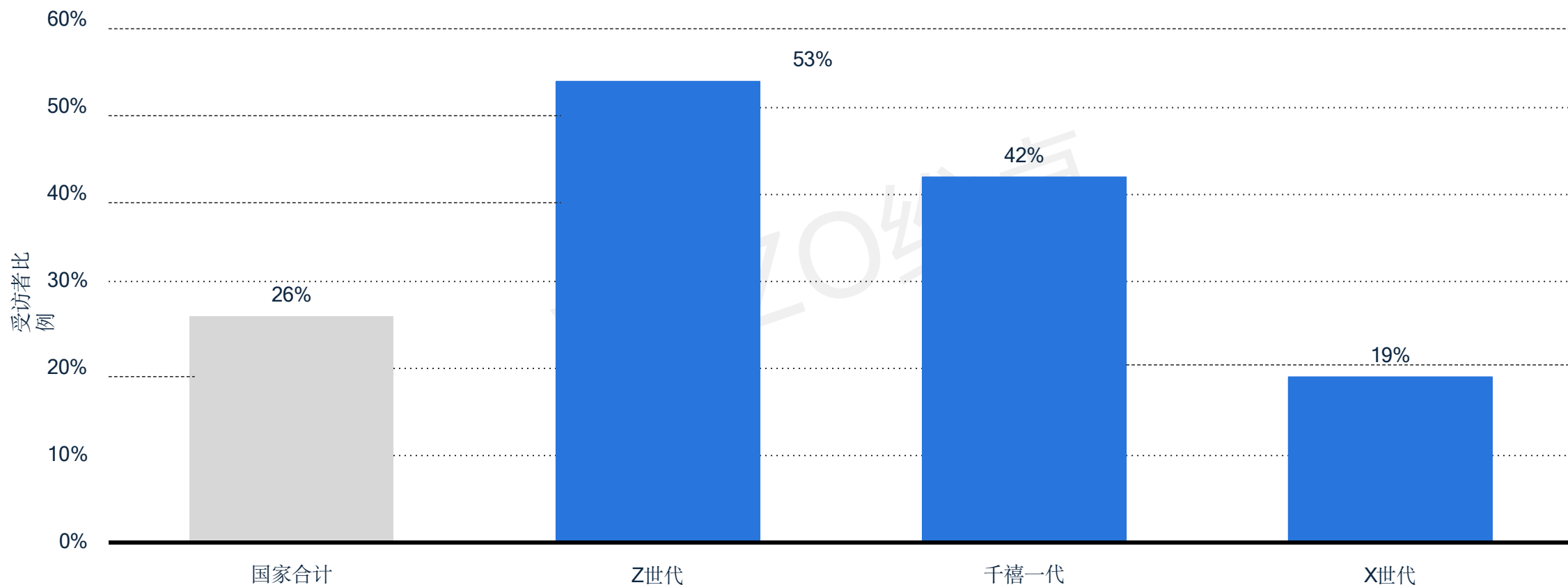
注：英国;2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度  
资料来源：Salesforce Research

## 2022 年英国 购买决策受社交媒体影响因素影响的消费者比例：按世代划分

英国接受调查的消费者中约有四分之一表示，社交媒体影响者完全或在某种程度上影响了他们的购买决定。Z世代最容易受到内容创作者的影响，其次是千禧一代。相反，社交媒体影响者对X世代购物者的影响较小，低于该国的平均水平



扫描领取报告



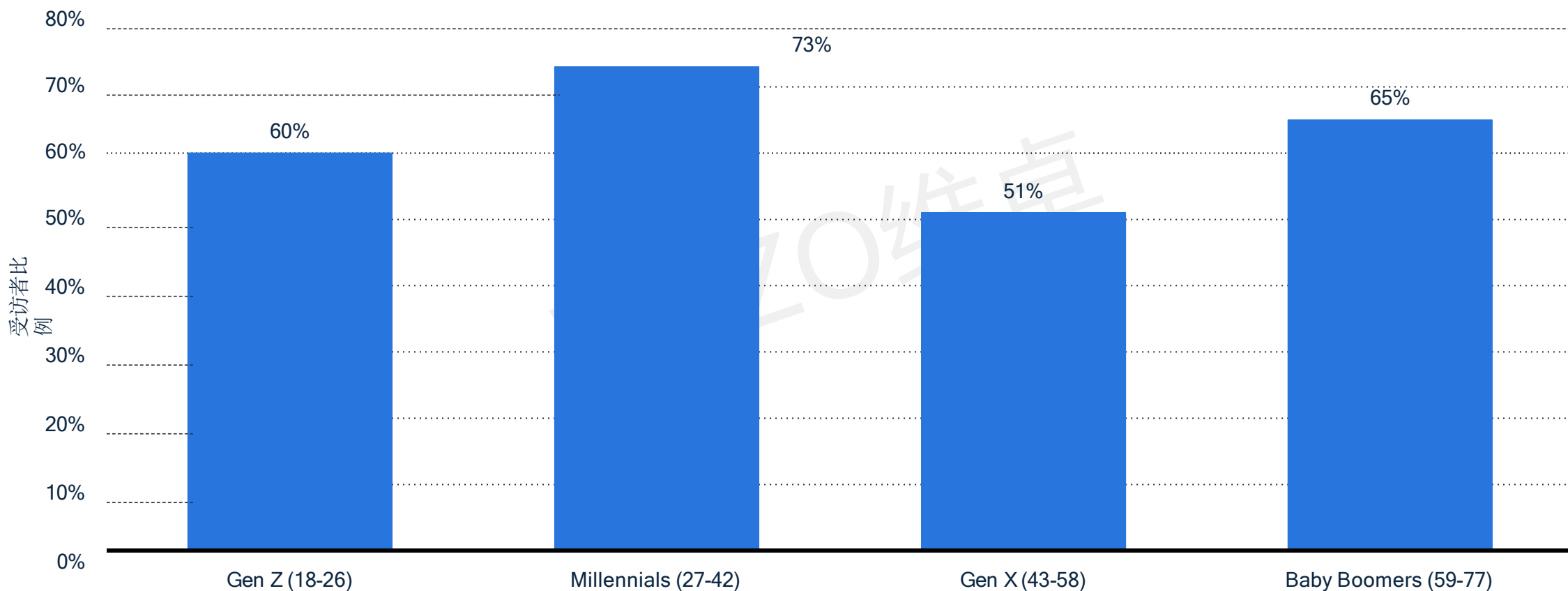
注：英国；三月 28，2022；1,000名受访者；18岁及以上  
资料来源：Deloitte

# 2022 年第 4 季度直接从英国社媒平台购买商品的购物者比例：按世代划分

截至 2022 年底，英国每 10 名 18 至 26 岁的在线购物者中就有 6 名通过社交网络直接购物。在英国的世代群体中，千禧一代对社交购物的采用率最高，近四分之三的受访买家，其次是婴儿潮一代，占65%。



扫描领取报告



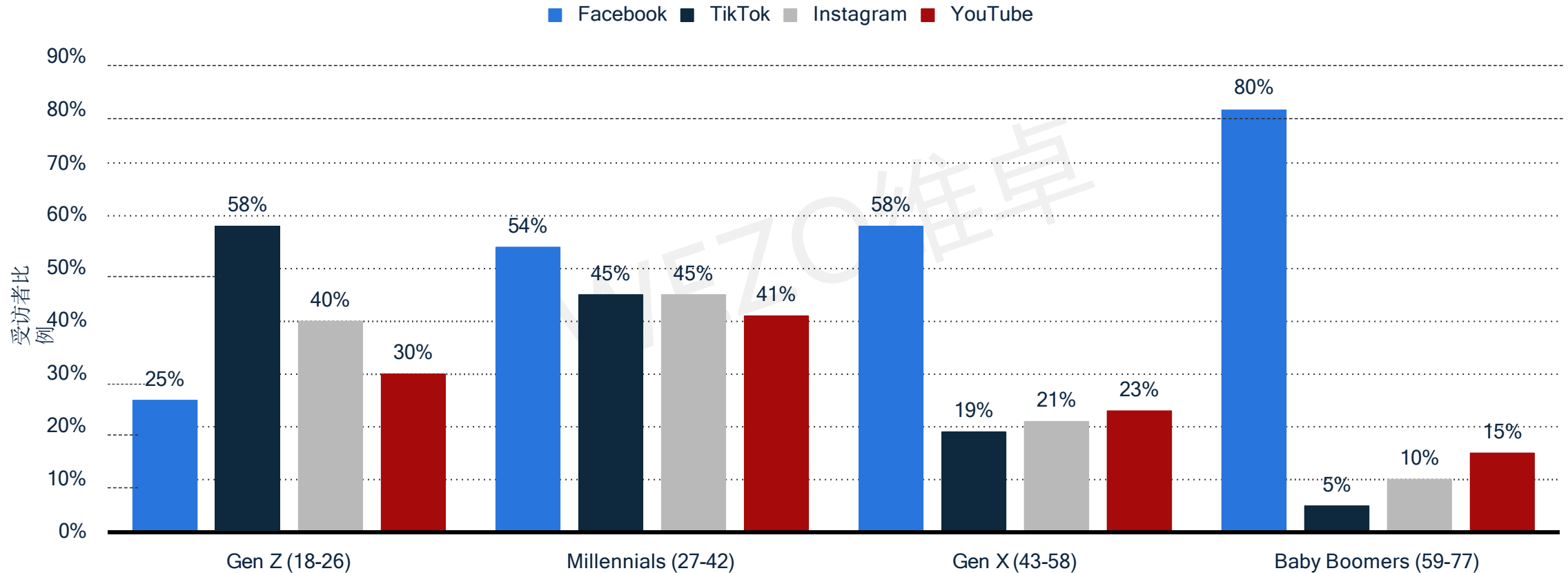
注：英国;2022 年第 4 季度;1,000 名受访者;18 岁及以上;上个月的购买  
资料来源：Klarna; Nepa



扫描领取报告

# 2022 年第 4 季度英国最受欢迎的购物社媒平台：按世代划分

在 2022 年第四季度，TikTok 是 Z 世代消费者从英国购买产品的最受欢迎的社交媒体平台。与此同时，Facebook 仍然是老一辈人的首选。此外，千禧一代对 TikTok 和 Instagram 表现出同等的偏好，45% 的受访者表示他们已经通过每个平台购物。



注：英国；2022 年第 4 季度；1,000 名受访者；18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 第03章

德国

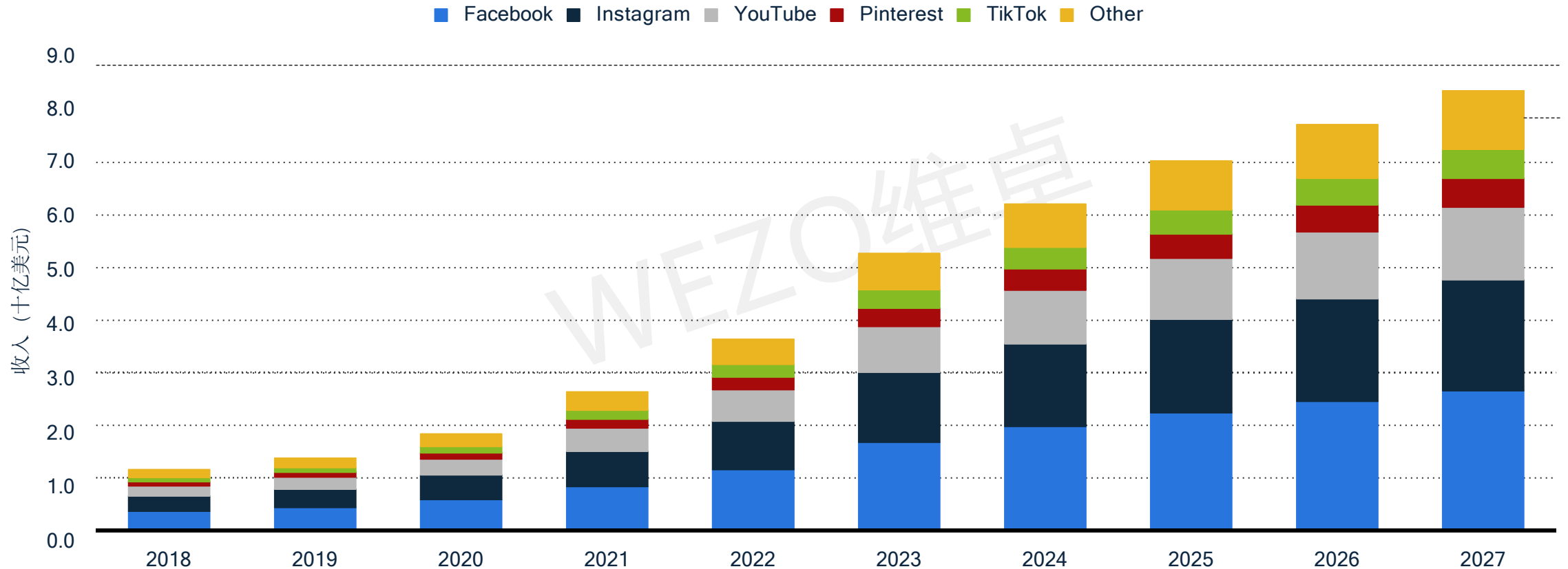


# 2018年至2027年德国按平台划分的社交电商收入（单位：十亿美元）

Meta 处于德国社交媒体购物的最前沿，据估计，到 2023 年，Instagram 和 Facebook 合计将占据德国市场社交电商收入的 57%。预测表明，Meta 的地位将在未来继续加强。然而，YouTube 正在成为购物领域日益增长的竞争对手。



扫描领取报告



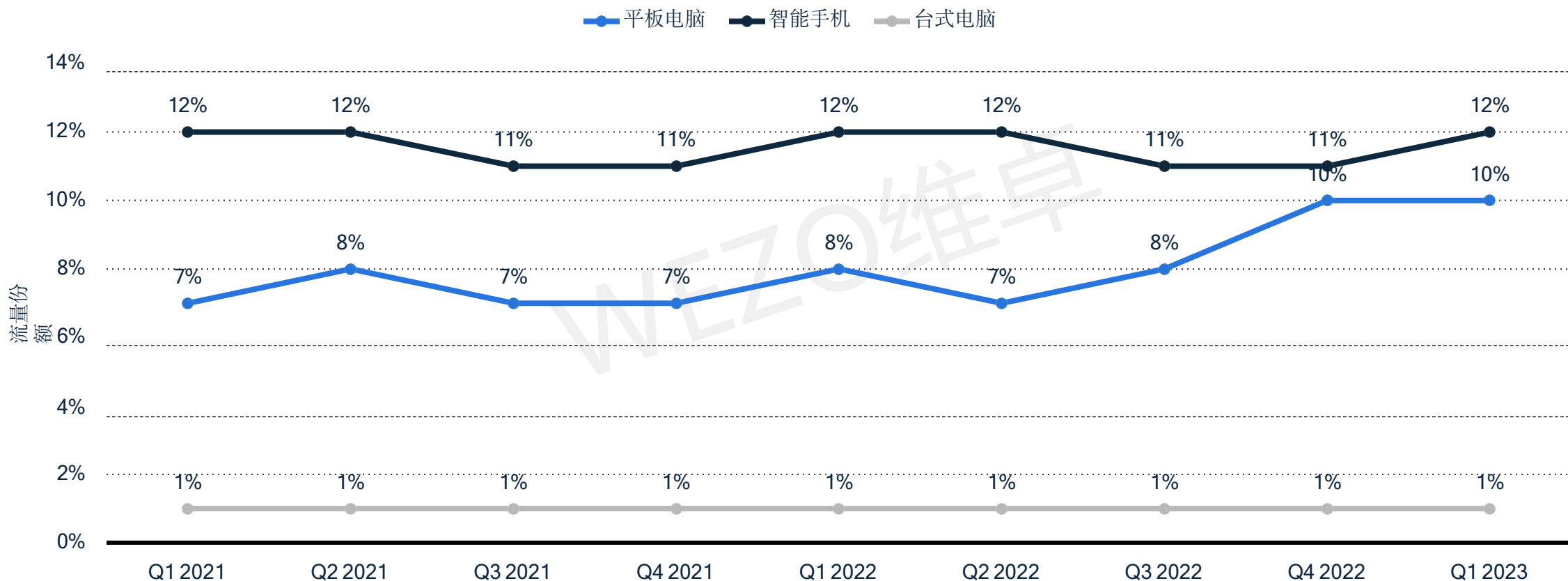
注：德国；所有数字均为估计值  
资料来源：Statista; Statista Digital Market Insights

# 2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度德国社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额：按设备



扫描领取报告

2023 年第一季度，德国电子商务网站 9% 的访问来自社交媒体推荐。智能手机的贡献最大，因为其电子商务网站的流量中有 12% 来自社交媒体链接。与此同时，所有台式电脑访问中只有百分之一来自社交媒体。



注：德国；2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度  
资料来源：Salesforce Research

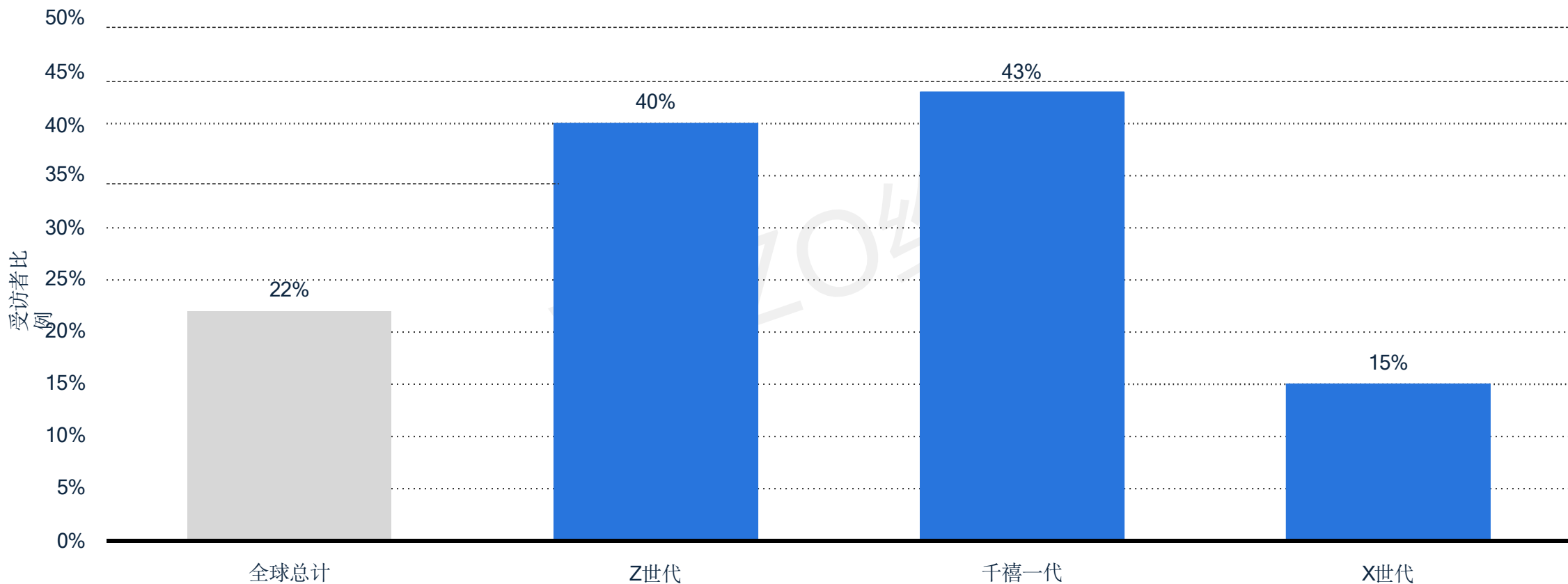


扫描领取报告

# 2022 年德国购买决策受社交媒体影响因素影响的消费者比例

## 按世代群体划分

在德国接受调查的消费者中，只有不到四分之一的人表示社交媒体影响者完全或在某种程度上影响了他们的购买决定。千禧一代最容易受到内容创作者的影响，其次是Z世代，相反，社交媒体影响者对X世代购物者的影响较小，低于全国平均水平。



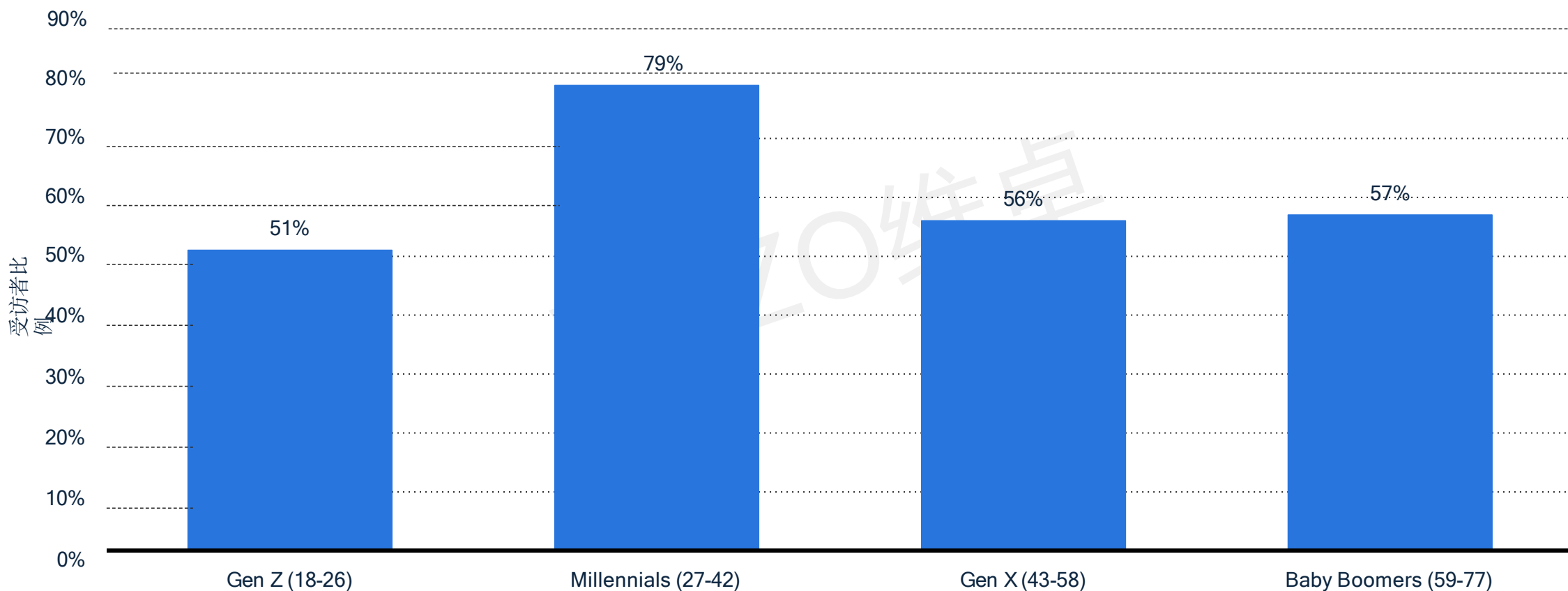
注：德国；三月 28，2022；1,000名受访者；18岁及以上  
资料来源：Deloitte

# 2022 年第 4 季度直接从德国社交媒体平台购买商品的购物者比例：按世代划分



扫描领取报告

截至 2022 年底，近十分之八的德国千禧一代购物者通过社交网络直接购物。此外，略多于一半的 Z 世代、X 世代和婴儿潮一代在德国接受了社交电商。



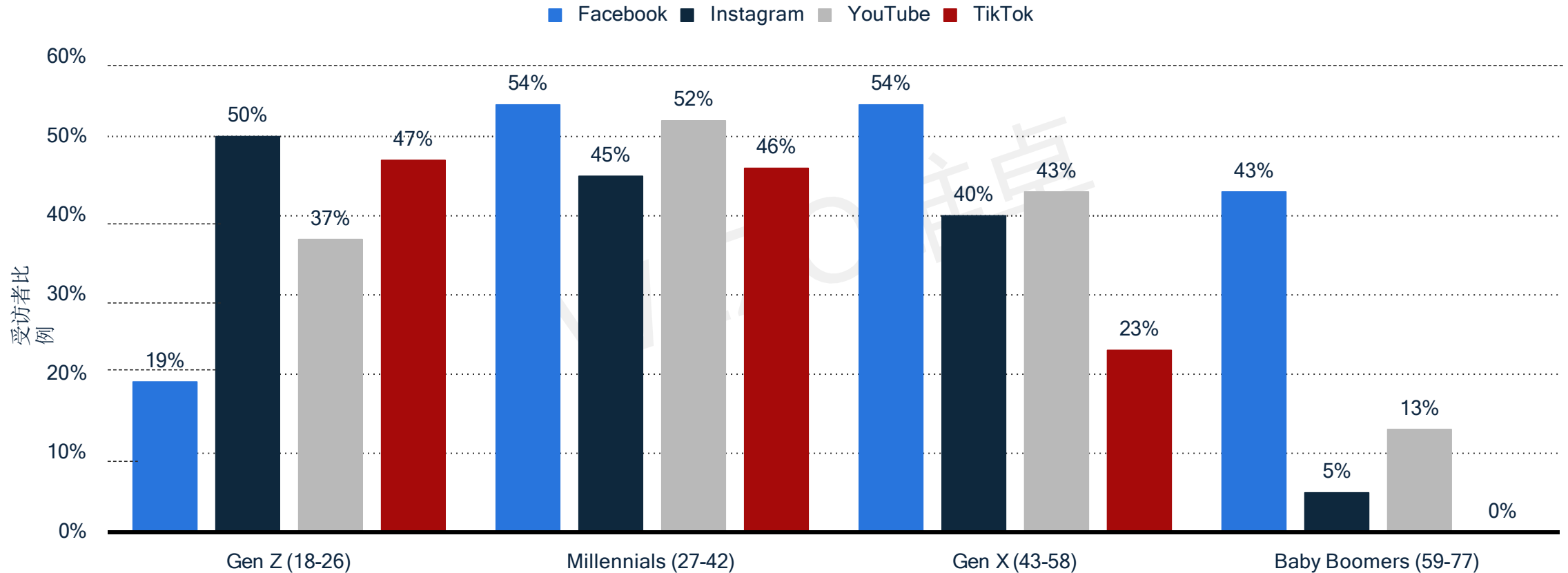
注：德国；2022 年第 4 季度；1,000 名受访者；18 岁及以上；上个月的购买  
资料来源：Klarna; Nepa



扫描领取报告

# 2022 年第 4 季度德国最受欢迎的购物社交媒体平台：按世代划分

2022 年第四季度，Instagram 和 TikTok 是德国 Z 世代消费者购买产品最受欢迎的社交媒体平台。根据一项调查，50%的18至26岁的受访者表示他们在Instagram上购物，紧随其后的是TikTok，占47%。另一方面，在老一辈人中，Facebook是进行购买的首选社交媒体网络。



注：德国;2022 年第 4 季度;1,000 名受访者;18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 第04章

法国

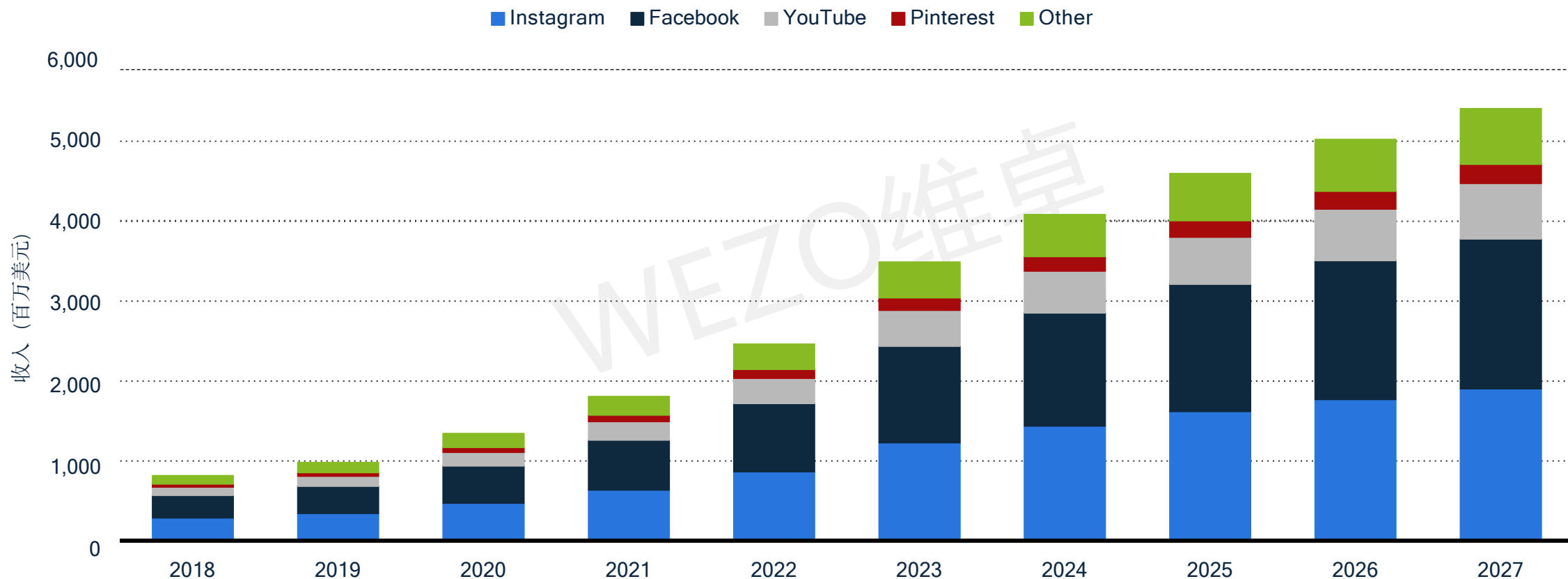


# 2018年至2027年法国社交电商收入（按平台划分）（单位：百万美元）



扫描领取报告

Meta 成为法国社交媒体购物的领导者。据估计，到2023年，Instagram和Facebook将共同占据法国市场约70%的社交电商收入。根据预测，这一地位将在未来几年得到加强，超过YouTube和Pinterest等平台。



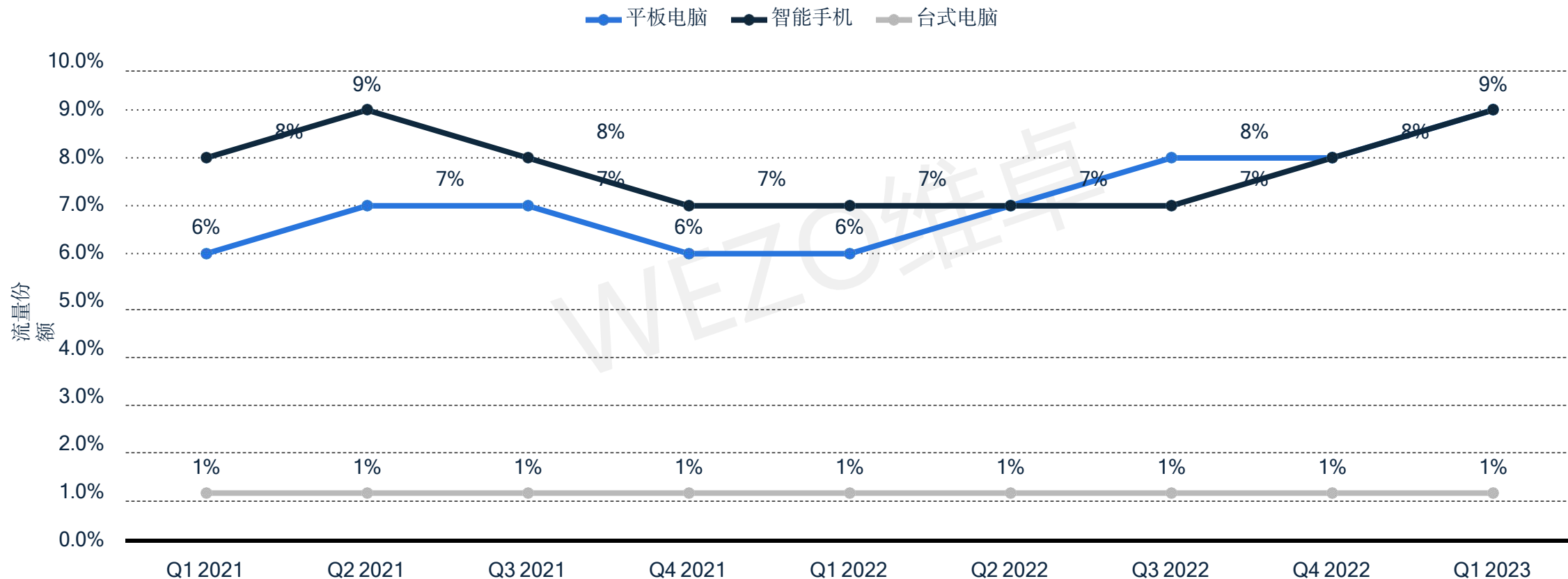
注：法国；所有数字均为估计值  
资料来源：Statista; Statista Digital Market Insights

# 从 2021 年第 1 季度到 2023 年第一季度，法国社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额：按设备



扫描领取报告

在 2023 年第一季度，法国电子商务网站访问量的 7% 来自社交媒体推荐。智能手机和平板电脑的贡献相同，电子商务网站 9% 的流量来自社交媒体链接。与此同时，所有台式电脑访问中只有百分之一来自社交媒体。



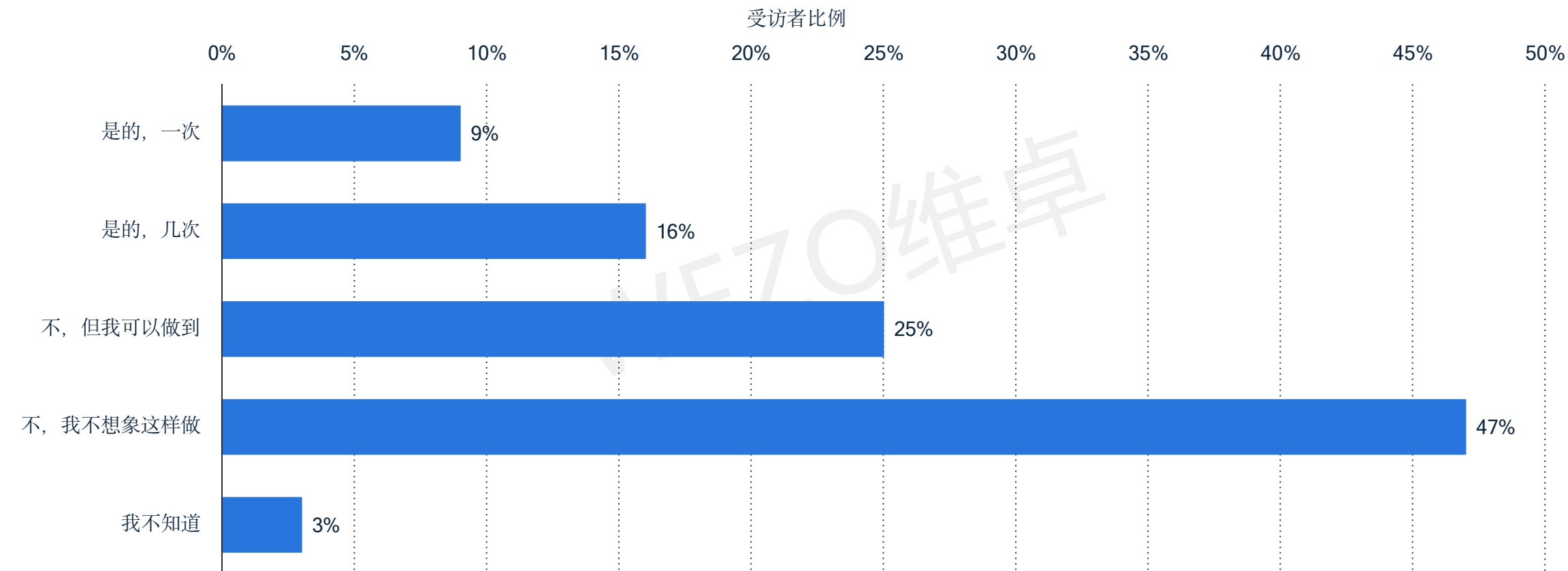
注：法国；2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度  
资料来源：Salesforce Research

# 2022 年法国在社交网络上购物的消费者比例

截至 2022 年 1 月，在接受调查的法国消费者中，有四分之一的消费者至少在社交网络上进行过一次购买，另有 25% 的消费者表示他们尚未转向社交电商，但可以想象这样做。Facebook 是当年法国最常用的购物社交网络。



扫描领取报告



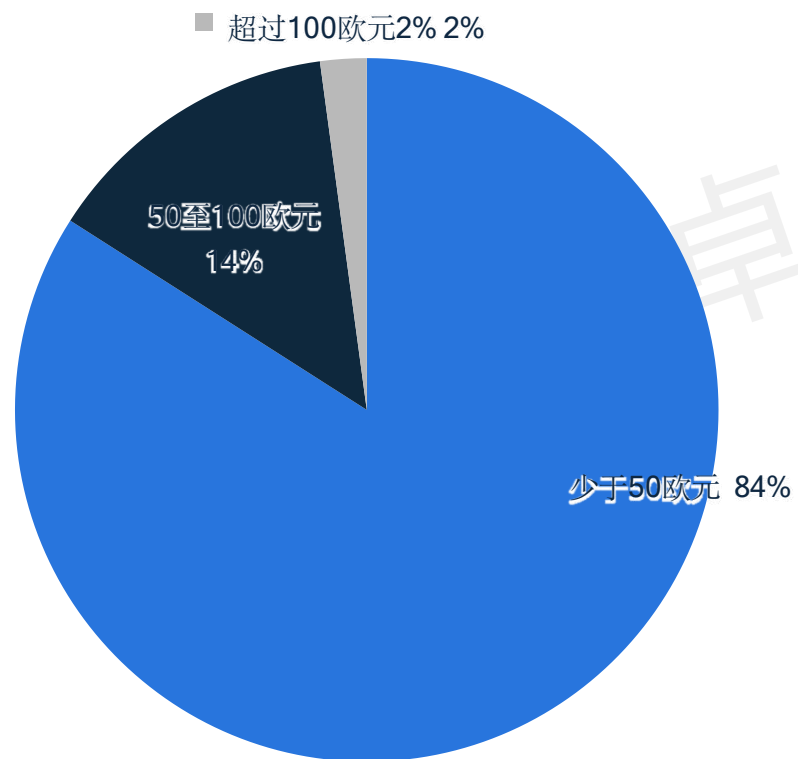
注意：2022 年 1 月 5 日和 6 日;1,007 名受访者  
资料来源：LSA; YouGov

# 2022 年法国在社交媒体平台上购买的平均消费者支出

正如 2022 年的一项调查显示的那样，法国近十分之八的社交媒体购物者通过该渠道购物的消费不到 50 欧元。那一年，只有 2% 的受访者在社交电商上购物超过 100 欧元。



扫描领取报告



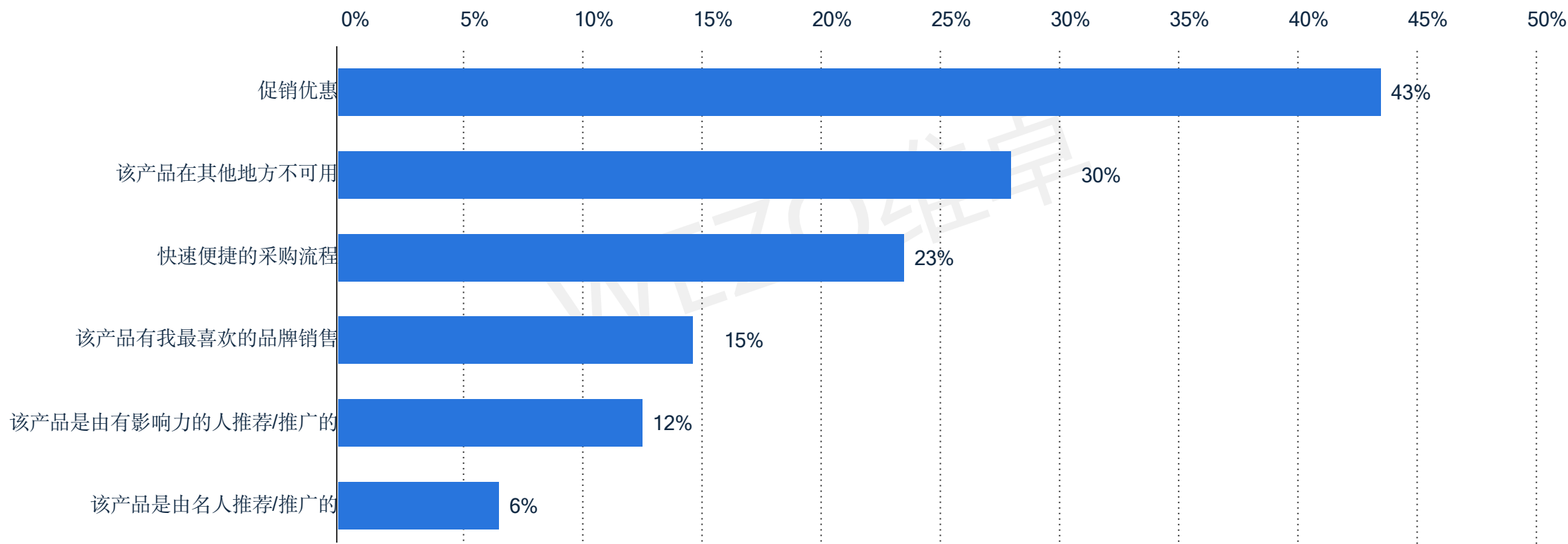
# 2022 年法国社交网络购物的主要动机

根据 2022 年的一项调查，大约 43% 的法国受访者表示，促销优惠是在社交媒体上购买的主要动机。此外，30% 的人表示他们感兴趣的产品在其他地方买不到，而 23% 的人强调了购买过程的速度和便利性。尽管在较小程度上，名人和有影响力的人的产品代言也促使消费者选择这种在线购物。



扫描领取报告

受访者比例



# 第5章

比利时

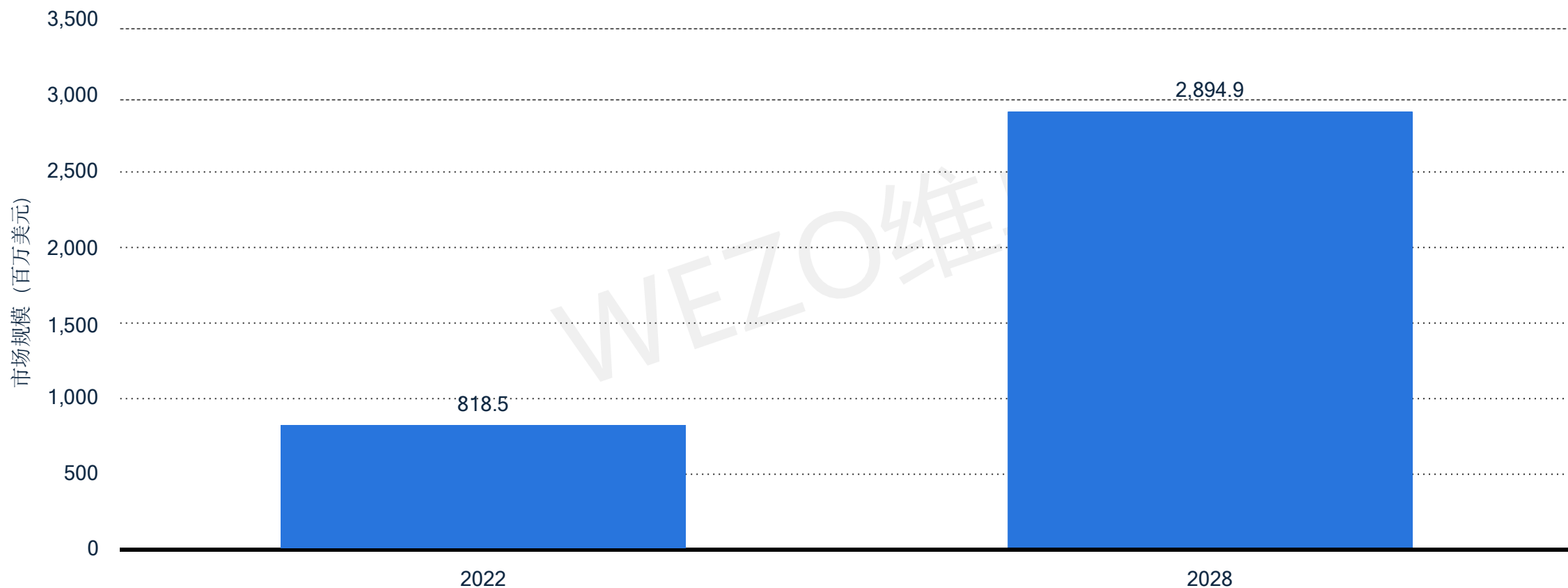


# 2022 年和 2028 年比利时社交电商商品总额 (GMV) (单位: 百万美元)

到 2022 年, 比利时社交电商的市场规模估计为 8.185 亿美元。到2028年, 商品总额 (GMV) 预计将增长三倍以上, 达到29亿美元。



扫描领取报告



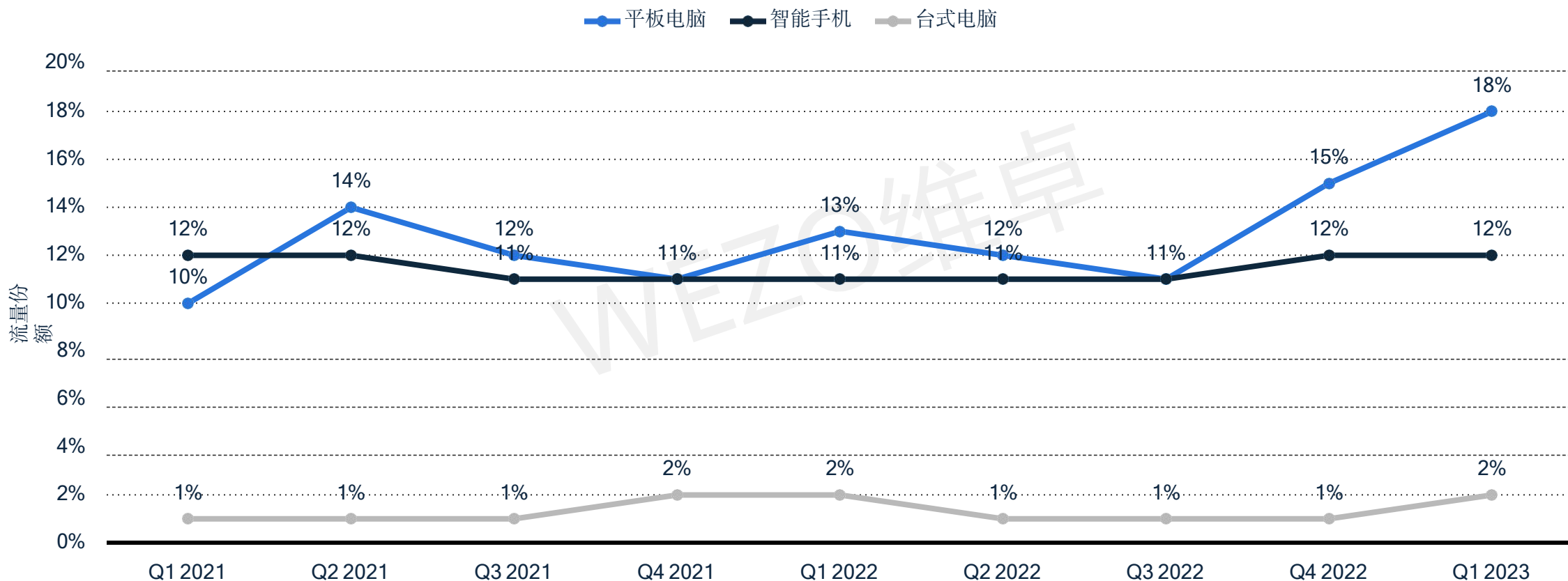
注: 比利时:2022年和2028年:预测  
资料来源: GlobeNewswire; Research and Markets

# 2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度比利时社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额：按设备



扫描领取报告

从 2021 年到 2023 年，比利时在桌面设备上对电子商务网站的社交推荐比例相对稳定。2023 年第一季度，社交媒体平台推动了 18% 的电子商务网站访问量，与 2022 年第三季度相比增长了 7 个百分点。



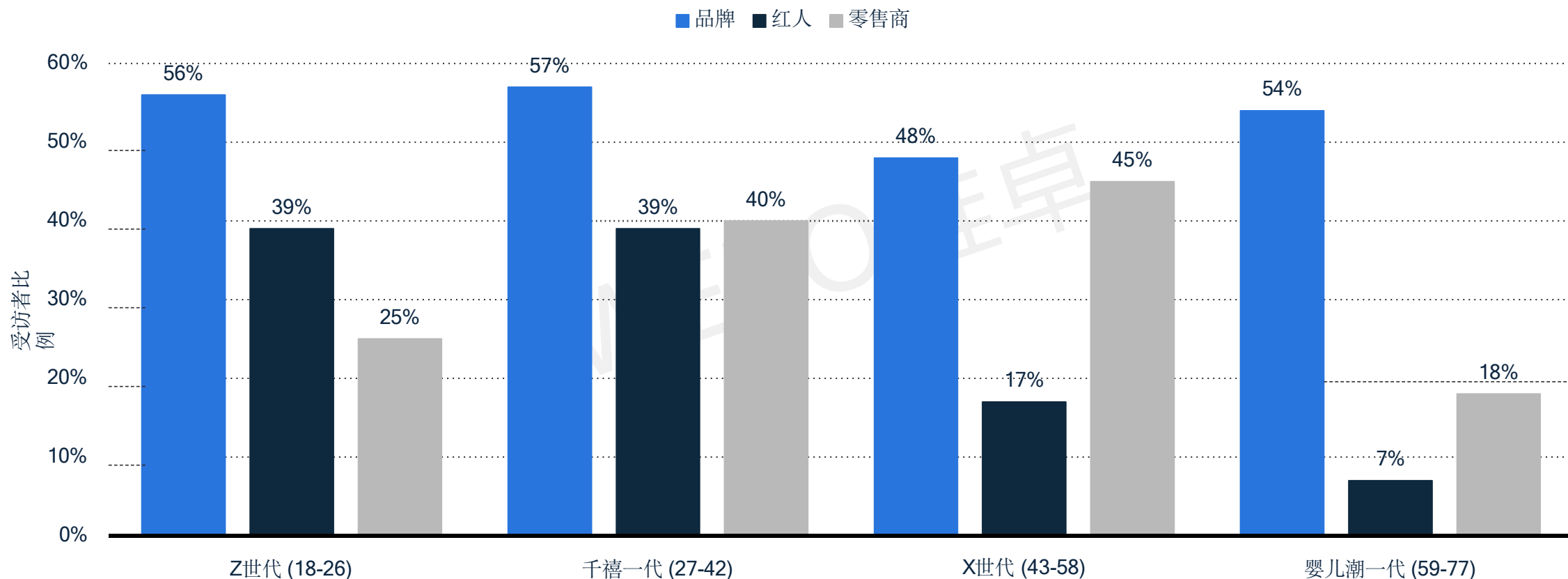
注：比利时:2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度  
资料来源：Salesforce Research

# 2023 年第一季度购物者在比利时关注和购买的社交媒体帐户类型（按世代划分）

根据 2023 年的一项调查，Z 世代（18 至 26 岁）和千禧一代（27 至 41 岁）最倾向于关注和购买比利时网红的社交媒体账户。无论年龄大小，品牌帐户都是比利时社交电商用户中最受欢迎的。



扫描领取报告



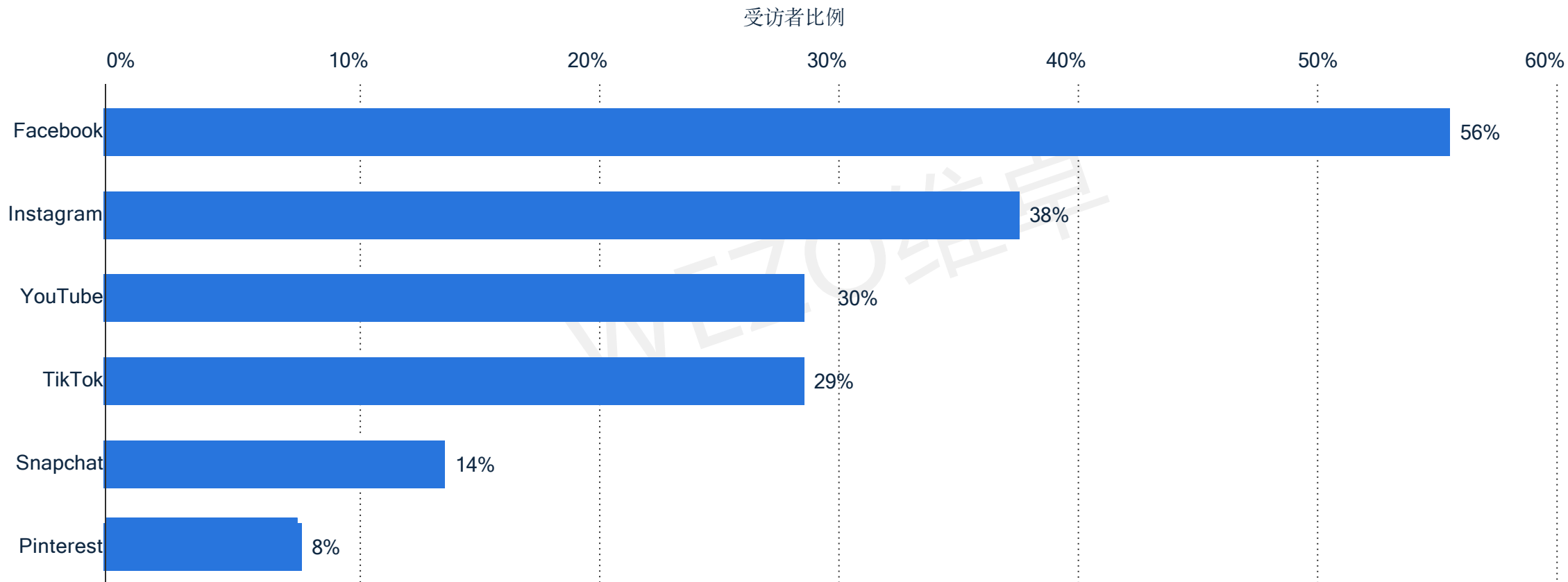
注：比利时;2023 年第一季度;1,000 名受访者;18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 2023 年第一季度比利时最受欢迎的购物社交媒体平台



扫描领取报告

Meta 的平台 Facebook 和 Instagram 是比利时电子商务的两大社交网络。调查显示，56%的比利时购物者更喜欢Facebook，而38%的人更喜欢Instagram。紧随其后的是YouTube，29%的参与者表示他们在该平台上购买过。



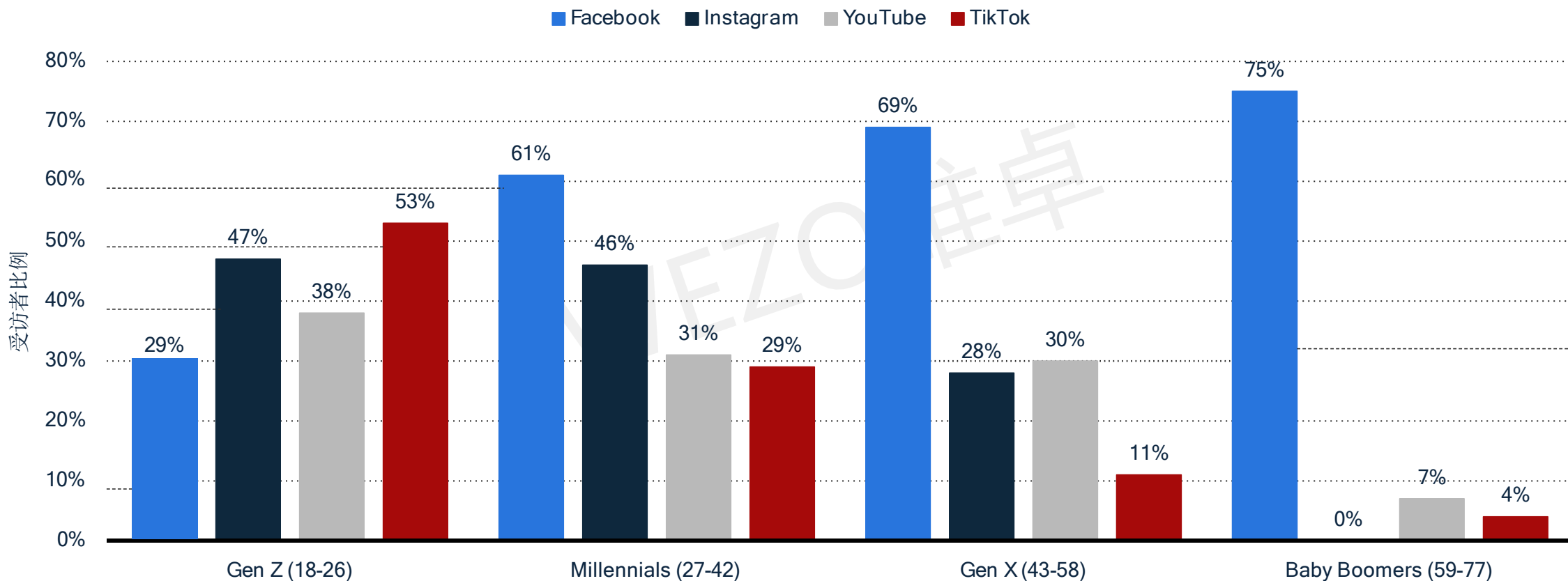
注：比利时;2023 年第一季度;1,000名受访者;18岁及以上  
资料来源： Klarna; Nepa



扫描领取报告

## 2022 年第 4 季度比利时最受欢迎的购物社交媒体平台：按世代划分

截至 2022 年第四季度，Facebook 是千禧一代、X 世代和婴儿潮一代在线购物的顶级社交网络，分别有 61%、69% 和 75% 的受访者使用。相反，Z 世代受访者更倾向于在其他社交媒体平台上购买产品，而不是 Facebook。



注：比利时;2022 年第 4 季度;1,000 名受访者;18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 第6章

意大利

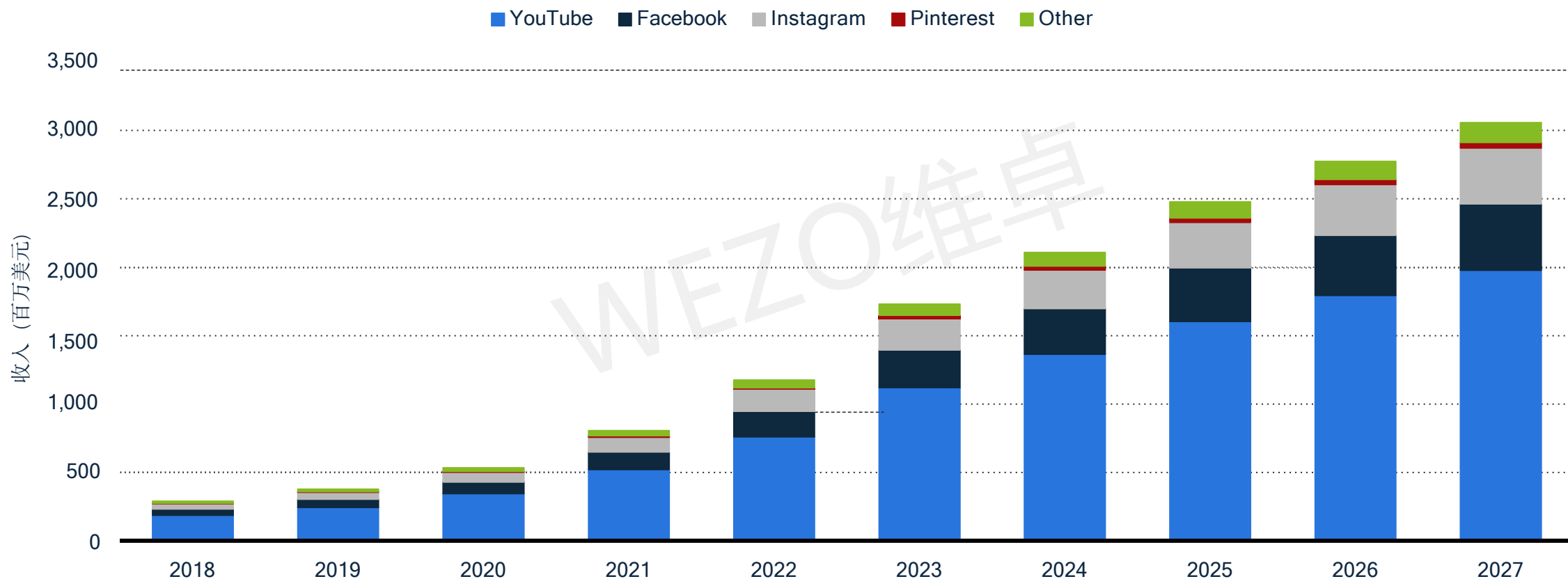


# 2018 年至 2027 年按平台划分的意大利社交电商收入 (单位: 百万美元)



扫描领取报告

2023 年, YouTube 被评为意大利领先的购买社交媒体平台, 占该国所有社交电商收入的近三分之二。预测表明, 尽管其他社交网络将在未来几年实现收入增长, 但视频平台将保持其在市场上的主导地位。



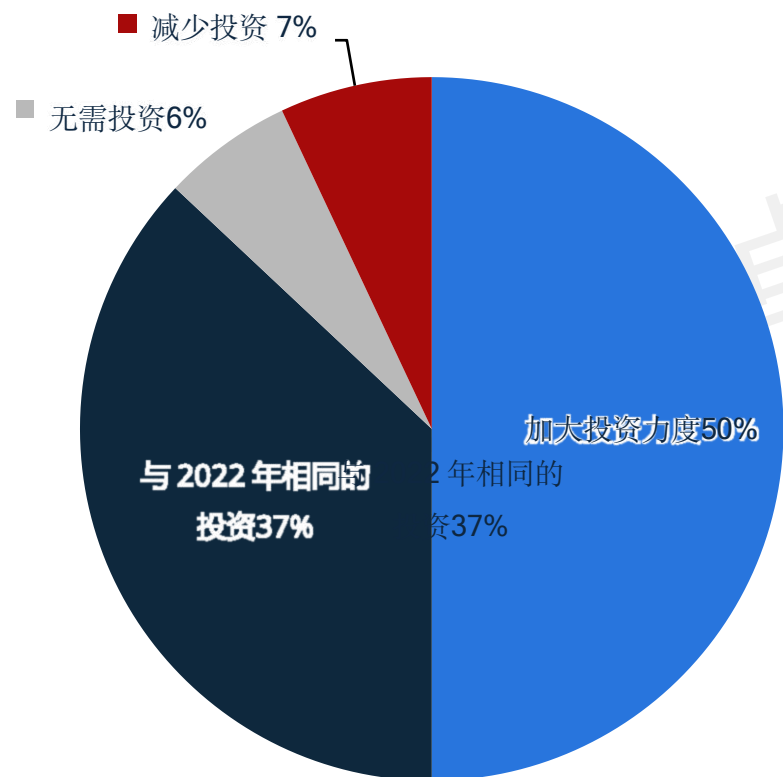
注: 意大利;所有数字均为估计值  
资料来源: Statista; Statista Digital Market Insights

# 计划在2023年投资意大利社交媒体的电子商务公司比例

2023年的一项调查显示，二分之一的意大利电子商务公司打算增加对社交媒体的投资。大约37%的受访电子商务专业人士表示，他们的公司计划分配相同的资源，而6%的意大利在线零售商则完全没有计划投资。



扫描领取报告

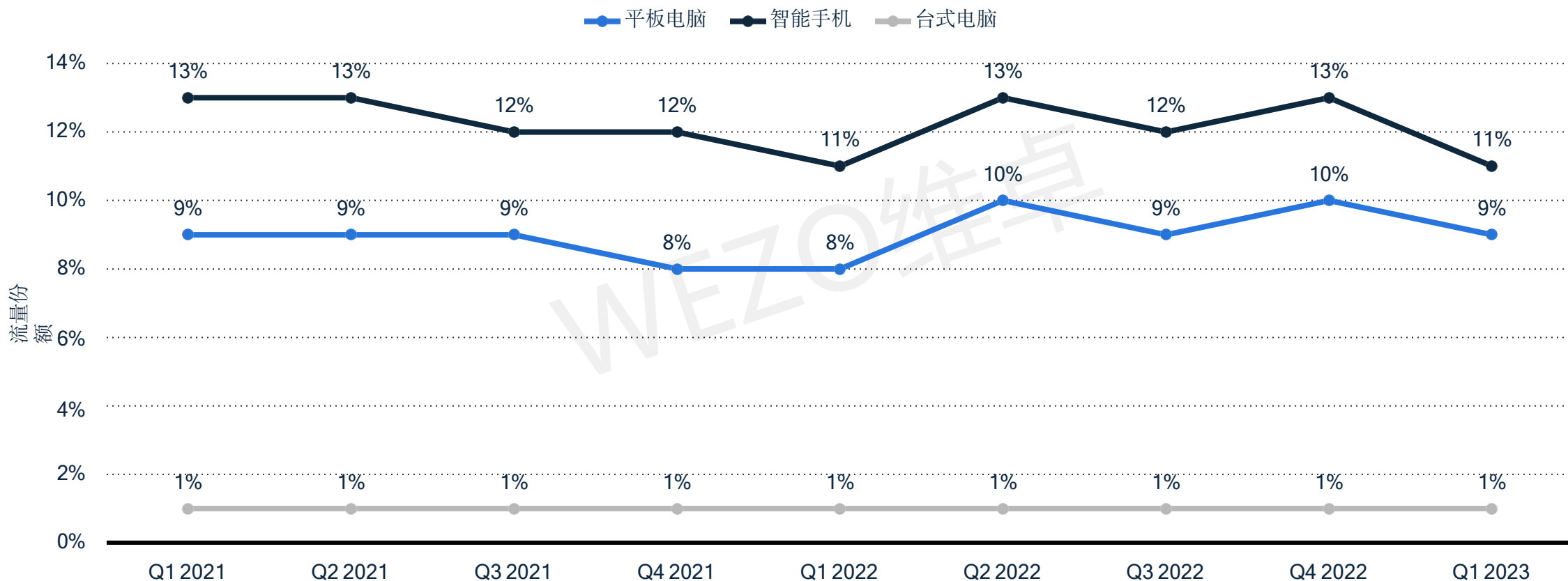


# 2021年第1季度至2023年第1季度意大利社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额：按设备



扫描领取报告

2023年第一季度，意大利电子商务网站9%的访问来自社交媒体推荐。智能手机的贡献最大，因为其电子商务网站流量的11%来自社交媒体链接。同时，在通过台式电脑进行的所有访问中，只有1%以社交网络为来源。



注：意大利:2021年第1季度至2023年第1季度  
资料来源：Salesforce Research

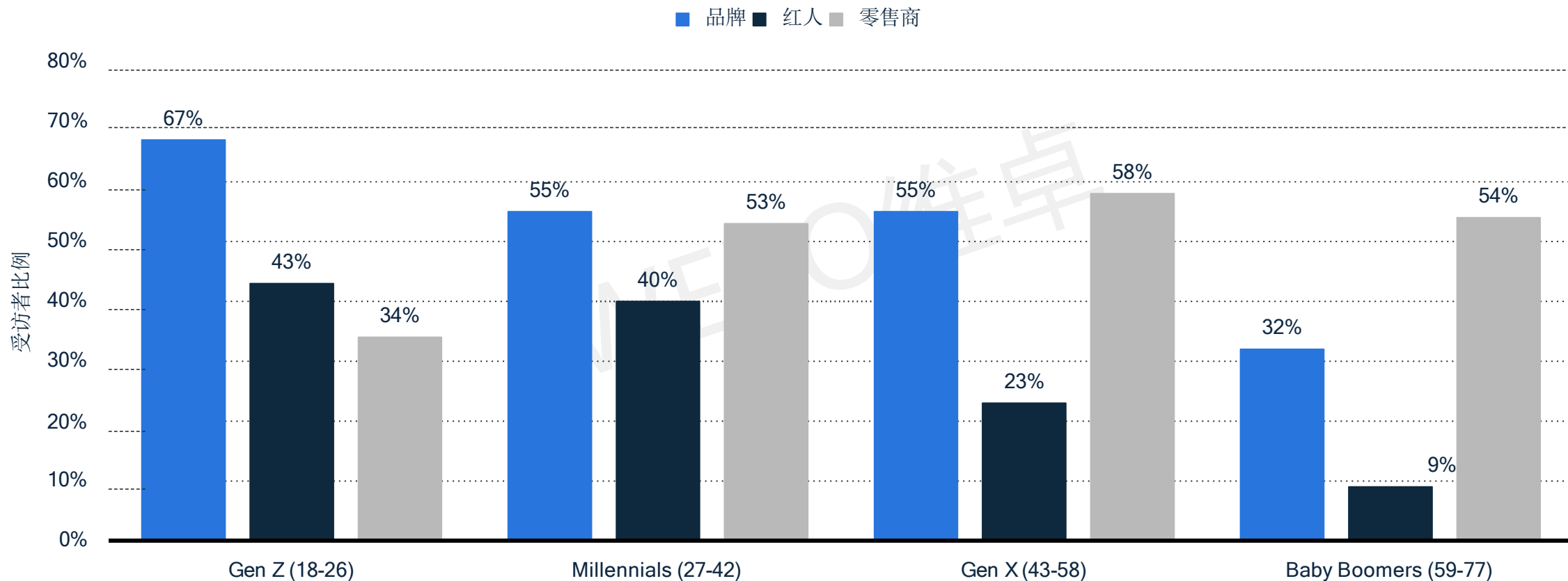
# 2023 年第一季度购物者在意大利关注和购买的社交媒体帐户类型 (按世代划分)

根据 2023 年的一项调查，意大利的 Z 世代购物者（即 18 至 26 岁的购物者）最倾向于在社交媒体上关注并购买有影响力的人。

一般来说，品牌和零售商账户是意大利社交电商用户中最受欢迎的选择。



扫描领取报告



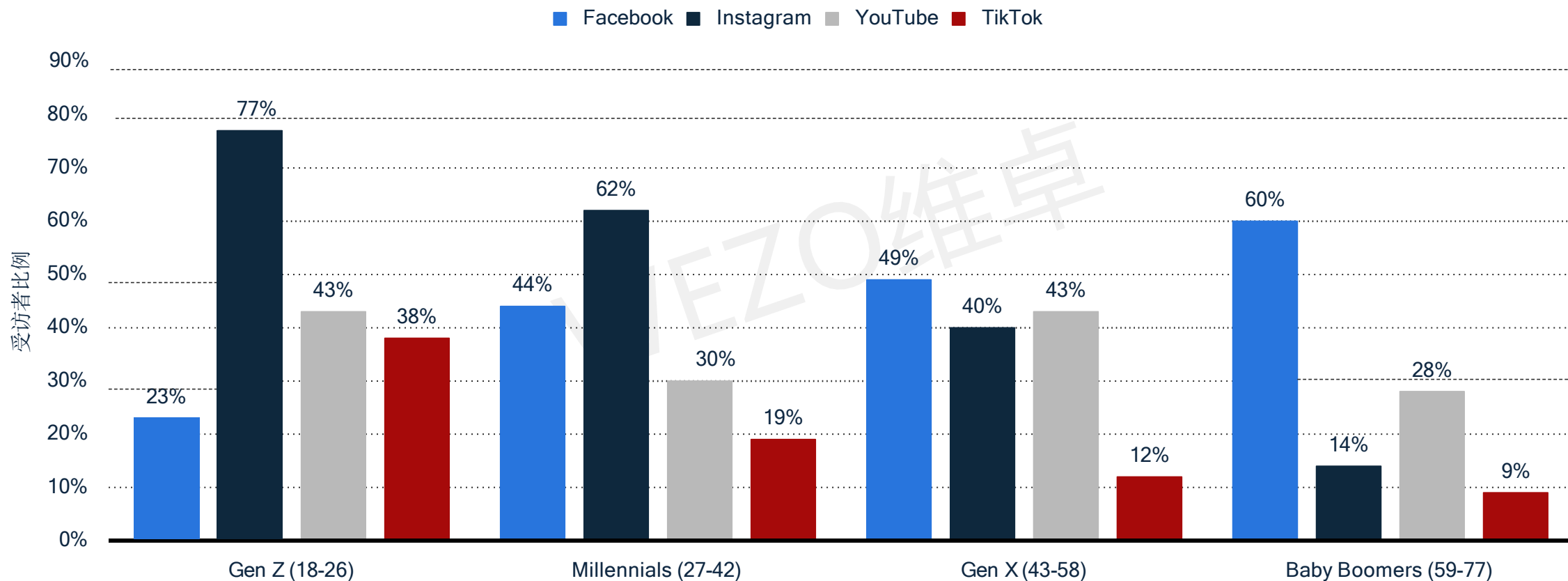
注：意大利;2023 年第一季度;1,000 名受访者;18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 2022 年第 4 季度意大利最受欢迎的购物社交媒体平台：按世代划分

截至 2022 年第四季度，Facebook 是 X 世代和婴儿潮一代在线购物的顶级社交网络，分别有 49% 和 60% 的受访者使用。另一方面，Z 世代和千禧一代的受访者更倾向于在 Instagram 上购买产品。



扫描领取报告



注：意大利;2022 年第 4 季度;1,000 名受访者  
资料来源：Klarna; Nepa

# 第7章

西班牙



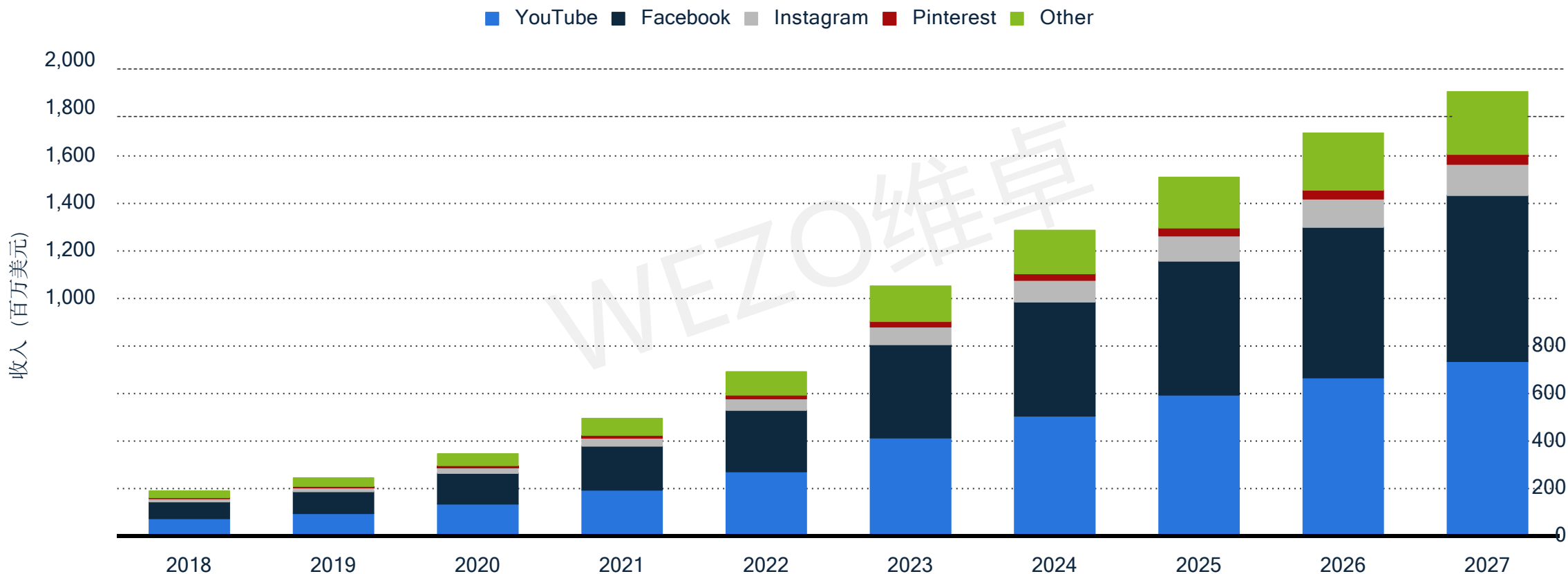
# 2018年至2027年西班牙按平台划分的社交电商收入（单位：百万美元）

2023年，YouTube和Facebook是西班牙领先的销售社交网络，通过社交电商分别创造了约4.14亿美元和3.93亿美元的收入。

预测表明，这种情况将在未来几年继续下去，他们将继续超越Instagram和Pinterest等公司。



扫描领取报告



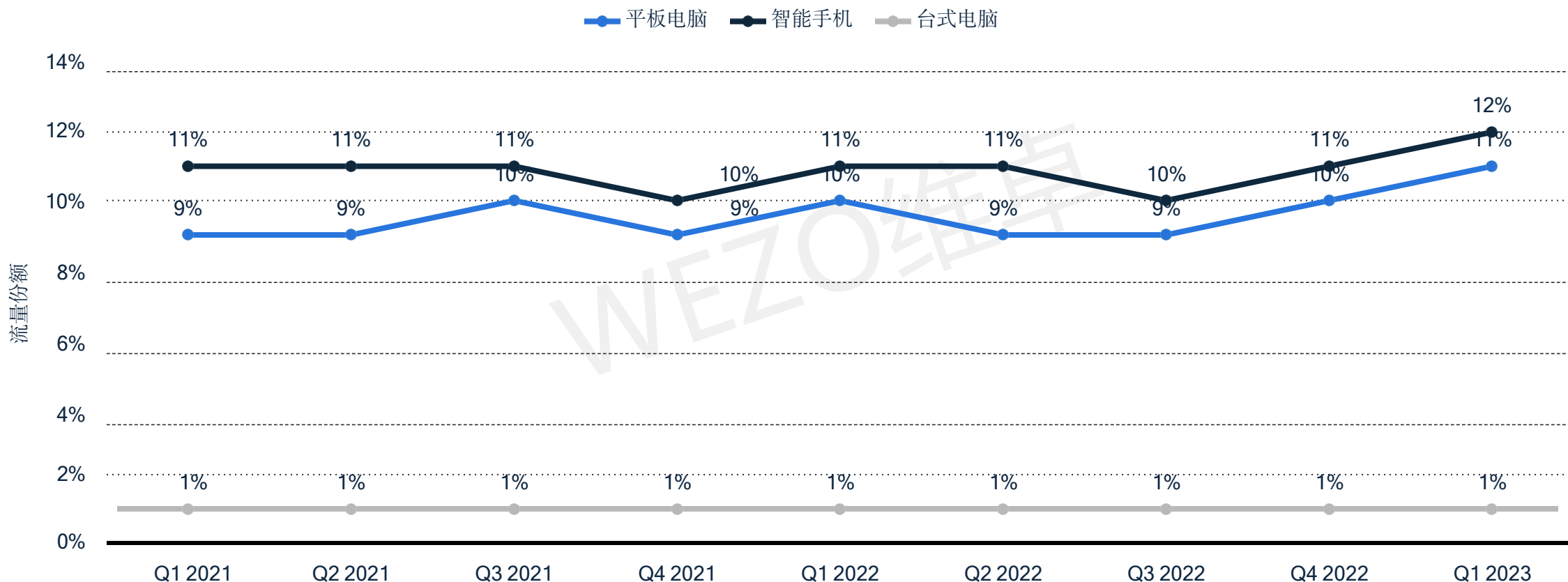
注：西班牙;2023年3月;所有数字均为估计值  
资料来源：Statista; Statista Digital Market Insights

# 从 2021 年第 1 季度到 2023 年第一季度，西班牙社交媒体推荐对电子商务网站的访问份额：按设备



扫描领取报告

在 2021 年至 2023 年期间，西班牙的桌面社交媒体平台访问电子商务网站的比例保持稳定。然而，自 2022 年第三季度以来，智能手机和平板电脑上的社交推荐略有增加。



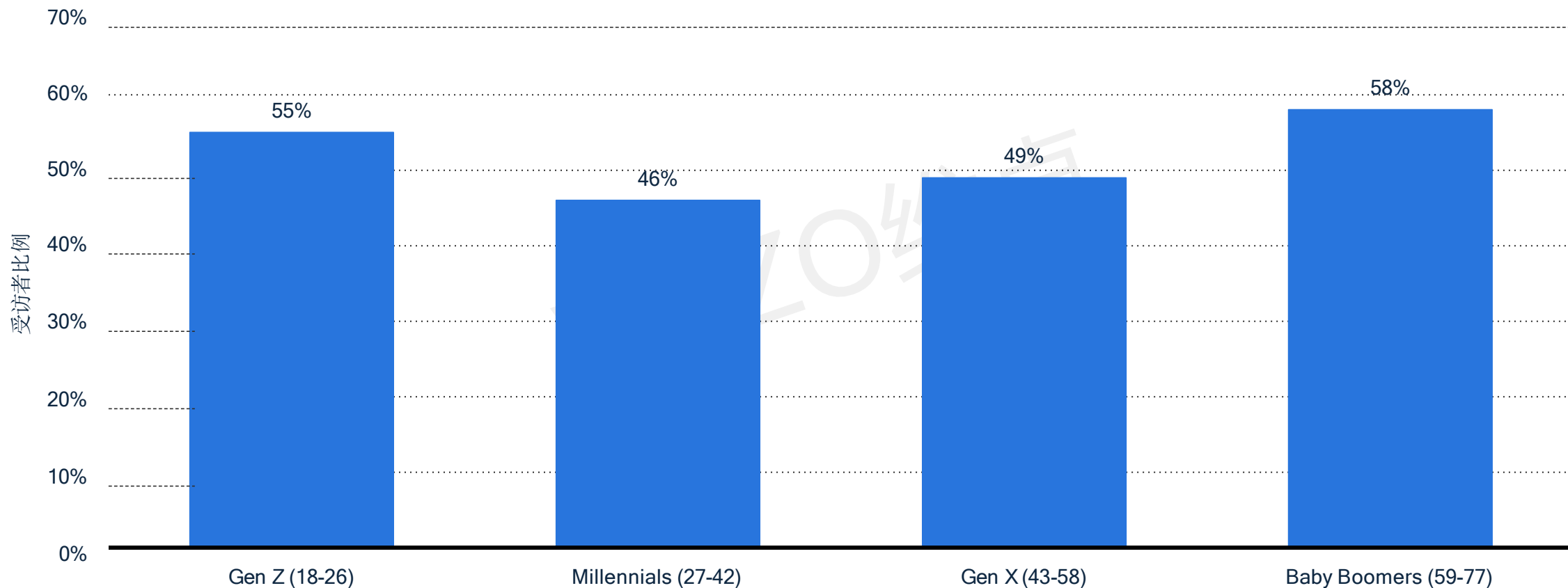
注：西班牙:2021 年第 1 季度至 2023 年第 1 季度  
资料来源：Salesforce Research

# 2022 年第 4 季度直接从西班牙社交媒体平台购买商品的购物者比例：按世代划分



扫描领取报告

根据 2022 年的一项调查，超过 55% 的 18 至 26 岁的西班牙在线购物者通过社交网络直接购物。有趣的是，婴儿潮一代在西班牙的世代群体中表现出最高的社交购物使用率。



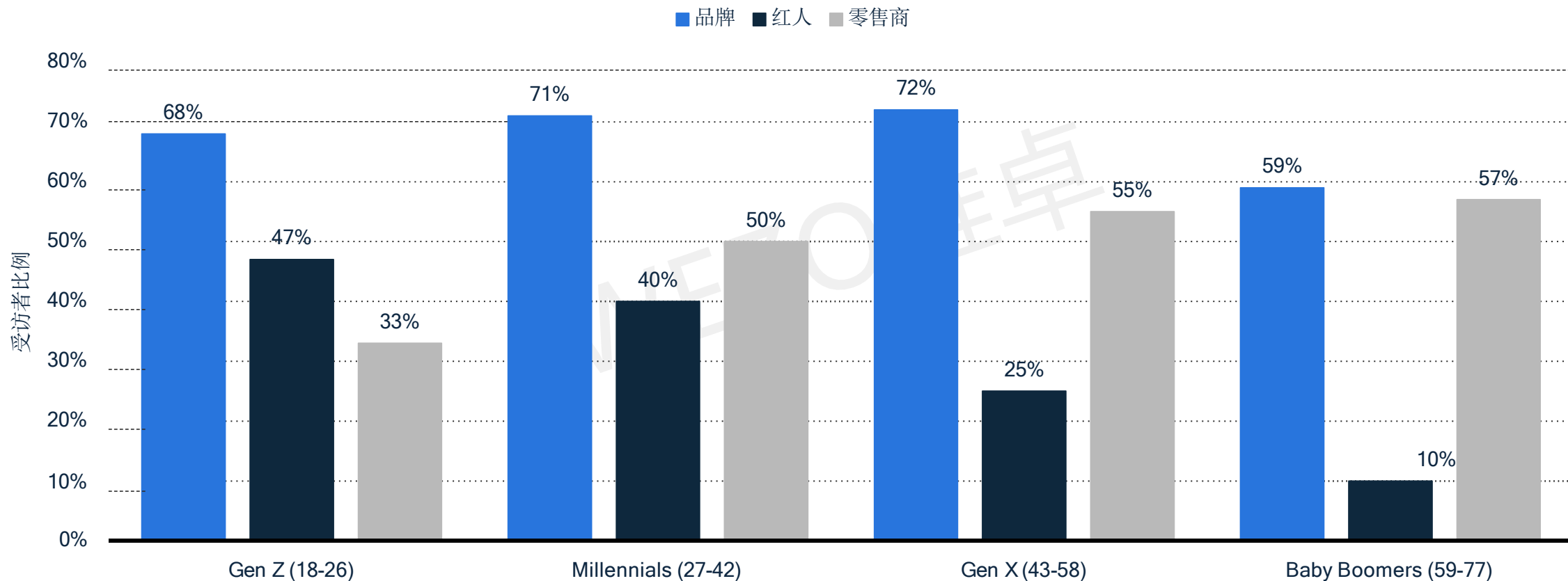
注：西班牙;2022 年第 4 季度;1,000 名受访者;18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa



扫描领取报告

## 2023 年第一季度购物者在西班牙关注和购买社交媒体帐户类型 (按世代划分)

根据 2023 年的一项调查，西班牙的 Z 世代购物者（即 18 至 26 岁的购物者）最倾向于在社交媒体上关注并购买有影响力的人。总的来说，西班牙社交商务用户对品牌和零售商账户表现出强烈的偏好。



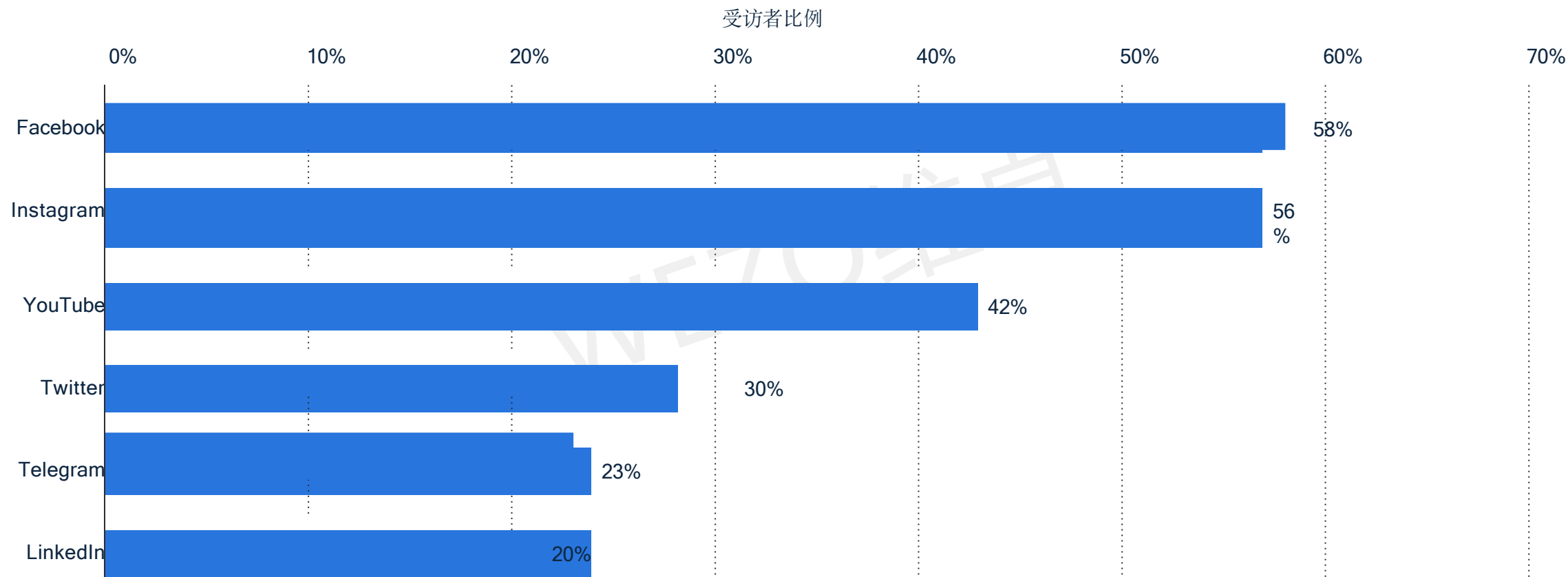
注：西班牙；2023 年第一季度；1,000 名受访者；18 岁及以上  
资料来源：Klarna; Nepa

# 2023 年买家在西班牙在线市场上最常用的社交网络

根据一项调查，2023 年，Facebook 是西班牙在线市场购物者的首选社交网络，其中 58% 的人使用。同样由Meta拥有的 Instagram 紧随其后，拥有56%的市场用户。



扫描领取报告



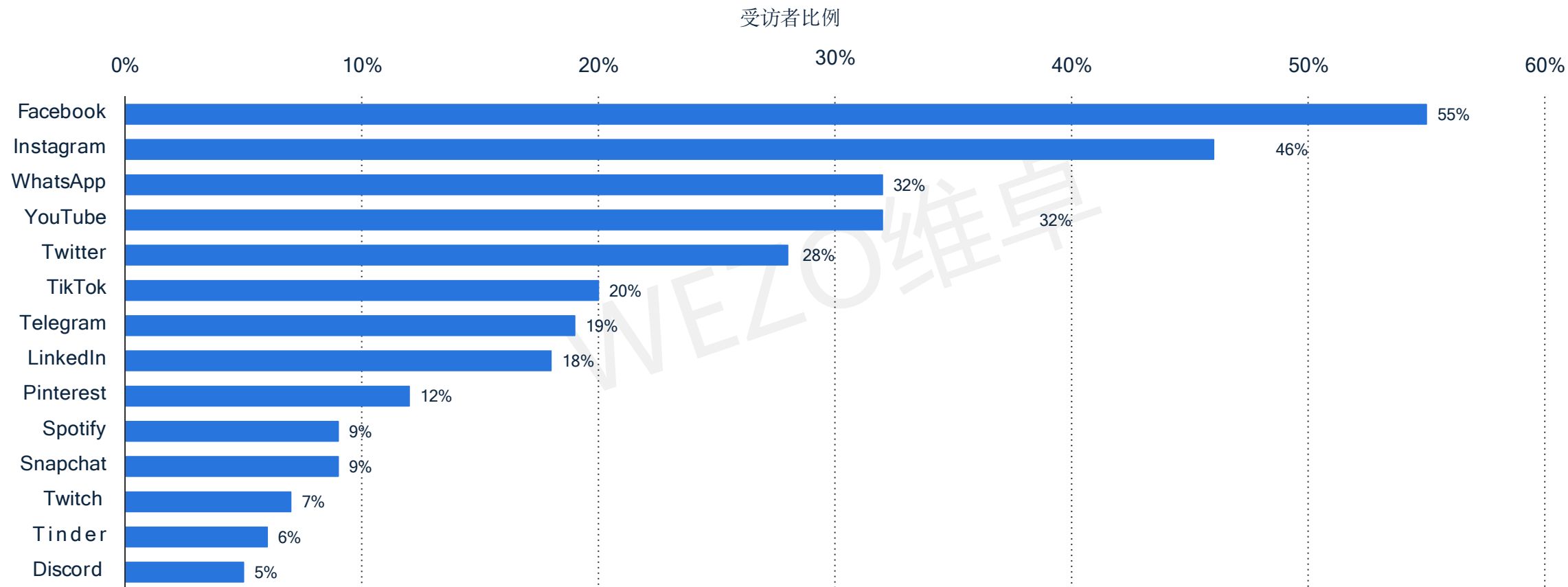
注：2023年2月28日至3月13日;605名在线购物者;18-65岁  
资料来源：Tandem Up



扫描领取报告

## 2023 年西班牙电子商务专业人士使用的领先社交网络

2023 年，西班牙约有 55% 的电子商务专业人士使用 Facebook 作为商业媒介。Instagram 排名第二，46% 的在线商家声称为此目的使用该平台。WhatsApp 和 YouTube 紧随其后，32% 的受访者以相同的方式使用 WhatsApp 和 YouTube。



注：西班牙;2023年4月至5月;201名电子商务专业人士  
资料来源：Elogia; IAB Spain

# 数据来源



扫描领取报告

Casaleggio Associati  
DataReportal  
Deloitte  
Elogia  
GlobeNewswire  
Grand View Research  
GWI  
IAB Spain  
Klarna  
L'Officiel des Réseaux Commerciaux  
LSA  
Meltwater  
Nepa  
Research and Markets  
Salesforce Research  
Statista  
Statista Digital Market Insights  
Tandem Up  
We Are Social  
Wunderman Thompson Commerce  
YouGov

WEZO 维卓

# 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（WEZO维卓公众号），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，发掘商机

服务客户



扫描领取报告

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

