

2023

澳大利亚社交电商趋势

【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

- 2023 年全球领先的社交电商平台
- 2023 年澳大利亚各品牌的社交网络使用情况



扫描领取

目录

01 全球概况

2023 年全球领先的社交商务平台，按国家/地区划分	
2022 年提供全球最佳社交商务体验的社交网络	
2022 年全球社交商务买家份额（按国家/地区）	
2023 年在社交媒体上看到商品后购买商品的消费者，按国家/地区划分	
2022 年全球社交媒体购买量增加的主要驱动因素	
2022 年社交商务参与度最高和最低的国家/地区	

02 社交媒体的使用

2015-2022 年社交媒体用户占澳大利亚总人口的百分比	
2023 年澳大利亚各品牌的社交网络使用情况	
2022 年在澳大利亚下载的领先社交媒体应用程序	
2020-2024 年使用社交媒体进行在线购物的消费者	
2020 年澳大利亚社交媒体上关注企业和品牌的消费者原因	

03 社交商务的使用

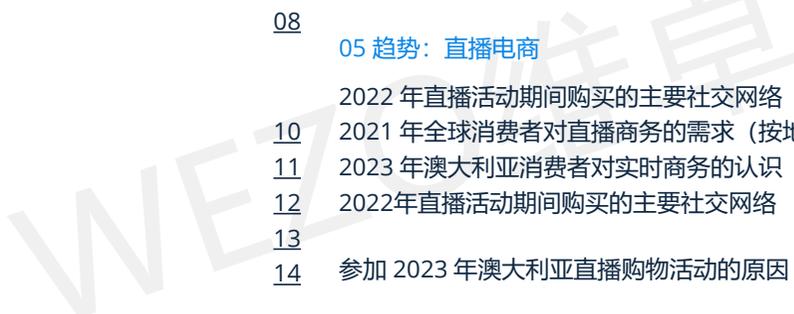
2022 年亚太地区社交商务购物者份额（按国家/地区）	16
2023 年澳大利亚社交商务使用情况，按社交媒体平台划分	17
2023 年澳大利亚领先的社交商务类别	18
2023 年澳大利亚社交媒体购物者比例（按世代）	19
2020 年澳大利亚社交商务购物者的性别细分	20

04 社交买家行为

2023 年澳大利亚社交媒体购物者购买的频率	22
2023 年澳大利亚社交商务的主要驱动力	23
2022 年澳大利亚社交媒体上从国际品牌购物的购物者（按年龄划分）	24
2023 年澳大利亚购物者用于产品研究的领先在线资源	25
用于在在线购物者中发现产品和品牌的来源 澳大利亚 2023	26

05 趋势：直播电商

2022 年直播活动期间购买的主要社交网络	28
2021 年全球消费者对直播商务的需求（按地区）	29
2023 年澳大利亚消费者对实时商务的认识	30
2022 年直播活动期间购买的主要社交网络	31
参加 2023 年澳大利亚直播购物活动的原因	32



第01章

全球概览



2023 年在全球特定国家/地区用于购买产品的主要社交平台

根据 2023 年的一项调查，全球最受欢迎的购买产品的社交媒体平台是 Facebook 和 Instagram。这两个网络都属于母公司 Meta。在选定的国家中，捷克共和国（64%）和美国（62%）使用 Facebook 购买产品最多。与此同时，西班牙和葡萄牙在 Instagram 上的社交购物者最多（各占 57%）。



扫描领取

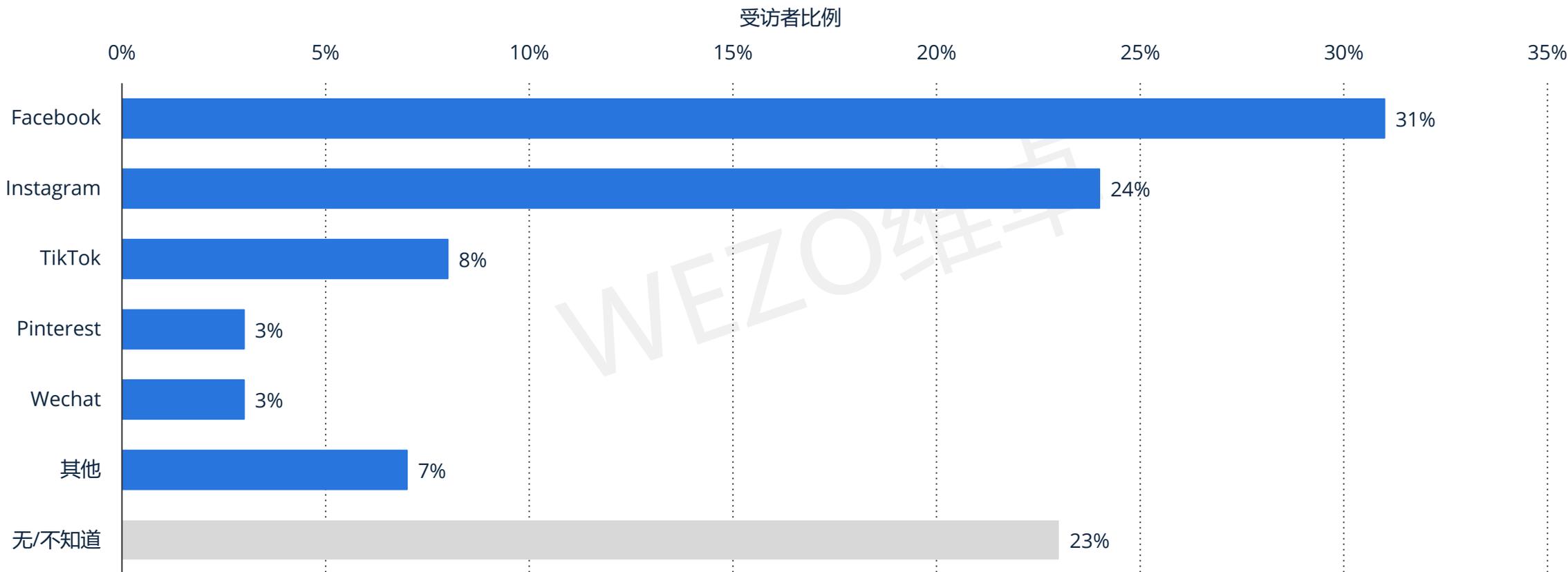
Countries	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
澳大利亚	60%	39%	42%	47%
奥地利	39%	42%	23%	27%
比利时	53%	44%	35%	36%
捷克共和国	64%	32%	14%	32%
芬兰	47%	41%	28%	30%
法国	53%	43%	35%	52%
德国	56%	48%	42%	56%
希腊	59%	41%	20%	38%
意大利	46%	47%	23%	35%
荷兰	47%	48%	32%	37%
新西兰	58%	42%	42%	37%
挪威	55%	47%	32%	30%
波兰	50%	37%	35%	31%
葡萄牙	54%	57%	16%	29%



扫描领取

2022 年在全球范围内提供最佳社交商务体验的社交媒体平台

在 2022 年的一项调查中，近三分之一（31%）的全球消费者将 Facebook 评为为提供最佳社交商务体验的社交媒体平台。Instagram排名第二，占24%，其次是TikTok，占8%。然而，23%的人表示，要么没有发现任何社交网络在这方面最强大，要么不知道。

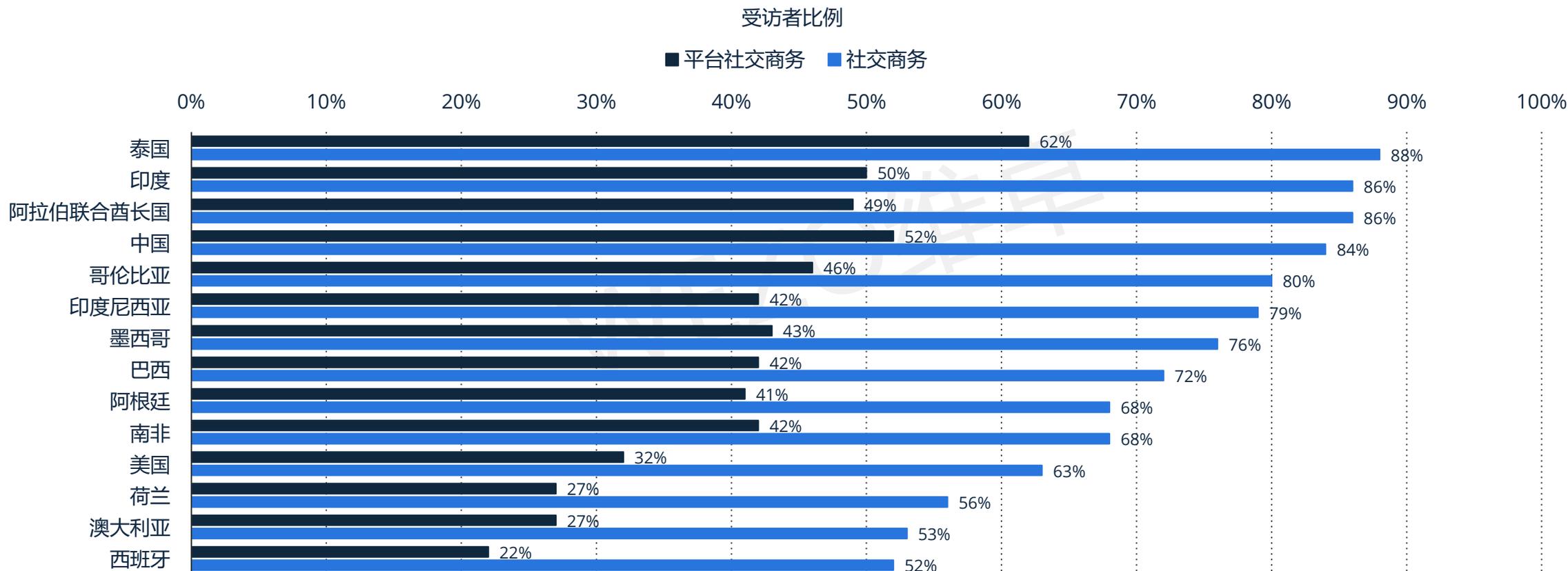




扫描领取

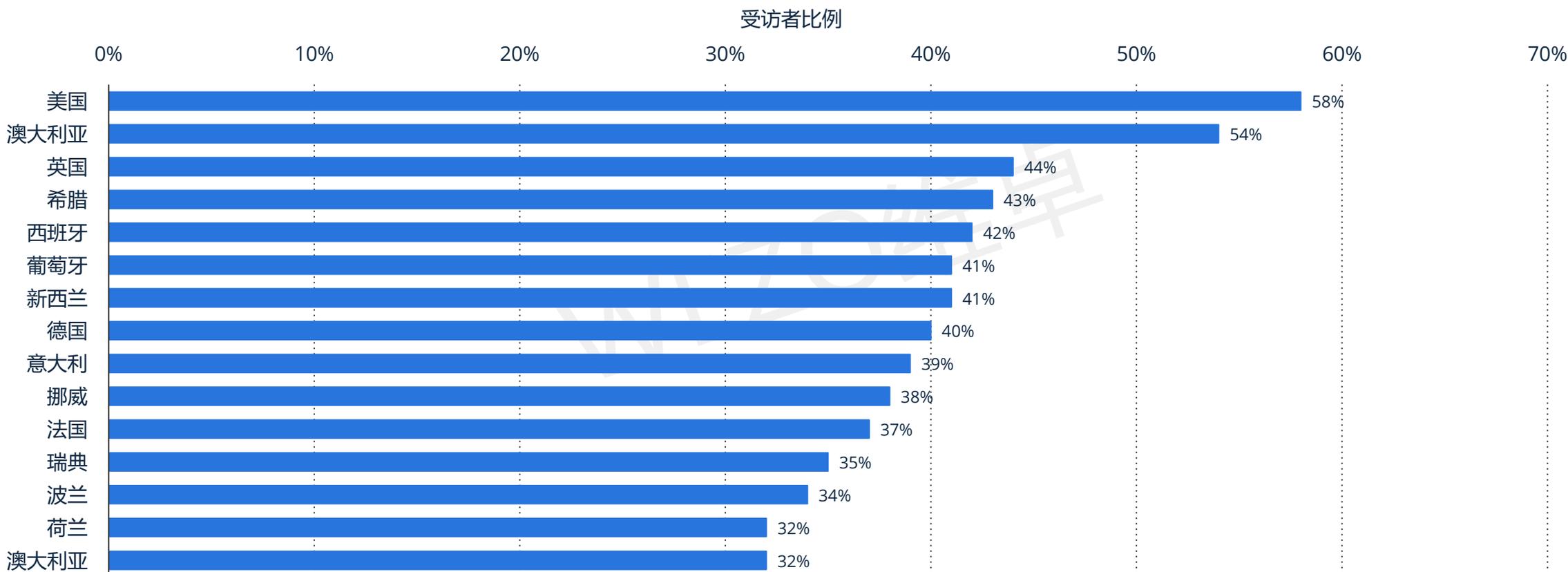
2022 年全球部分国家/地区从社交网络购买的在线消费者百分比

泰国是全球社交商务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物，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位居第二，均为86%。在这些国家/地区，平台内购买占有所有订单的近一半。



2023年，在全球部分国家/地区，在社交媒体上看到产品后购买产品的购物者

在2023年的一项调查中，大约58%的美国购物者表示，他们在社交媒体平台上看到产品后在某个时候购买了该产品。另一方面，在英国和德国，分别有44%和40%的受访者表示，他们在社交网络上发现东西后购买了东西。

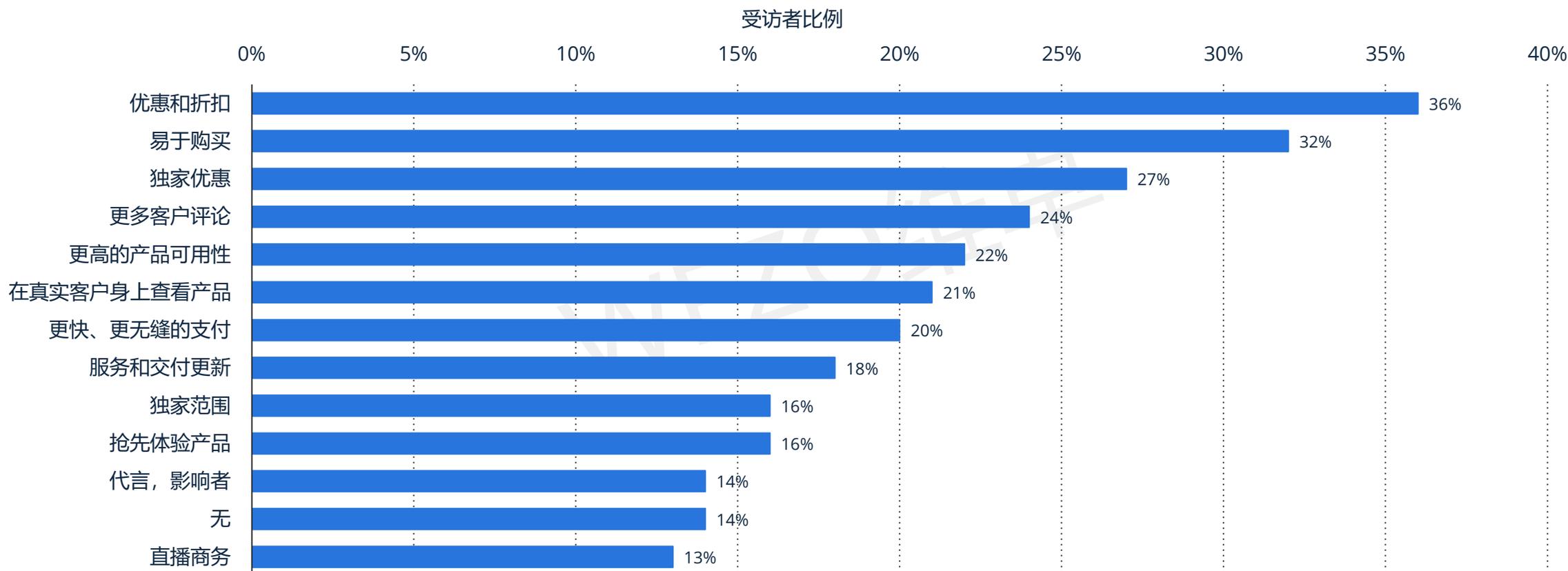




扫描领取

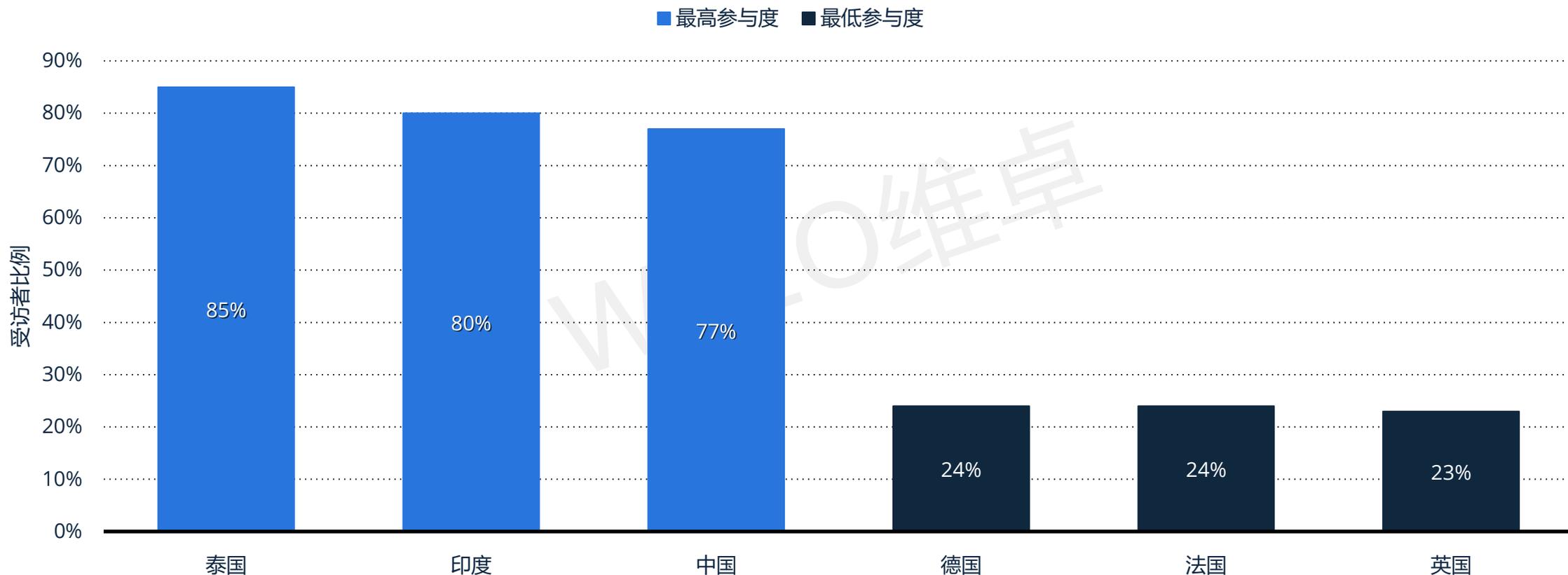
2022 年推动全球在线购物者增加使用社交商务的主要因素

2022 年，优惠和折扣是促使全球在线购物者增加使用社交商务的首要因素。根据一项调查，36%的受访者表示这将是社交购物的驱动力。紧随其后的是易购性和独家优惠，分别为32%和27%。



2022 年打算通过社交商务购物的消费者比例最高和最低的国家/地区

根据一项研究，大约85%的泰国消费者打算在未来通过社交商务进行更多消费。在接受调查的国家中，泰国在 2022 年的社交买家数量也最多。此外，英国 (UK) 的社交商务参与度最差。只有23%的英国在线购物者计划通过社交平台购买更多商品。德国和法国紧随其后，占消费者的24%。



注：全球;2022年3月25日至4月7日;16岁及以上
资料来源：Censuswide;Wunderman Thompson 商业



扫描领取

第02章

社交媒体使用

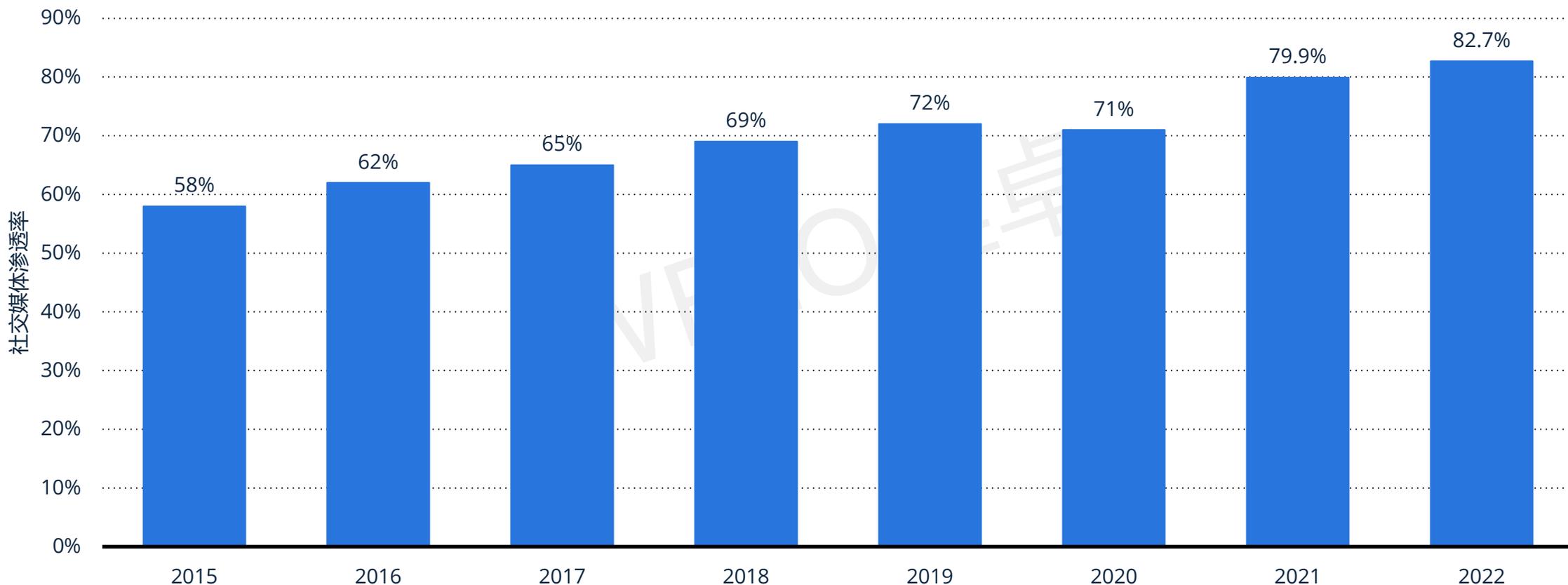




扫描领取

2015 年至 2022 年活跃社交媒体用户占澳大利亚总人口的百分比

澳大利亚活跃社交媒体用户的人口比例呈持续上升趋势。截至 2022 年 2 月，大约 82.7% 的澳大利亚人口是活跃用户，而 2015 年这一比例仅为 58%。

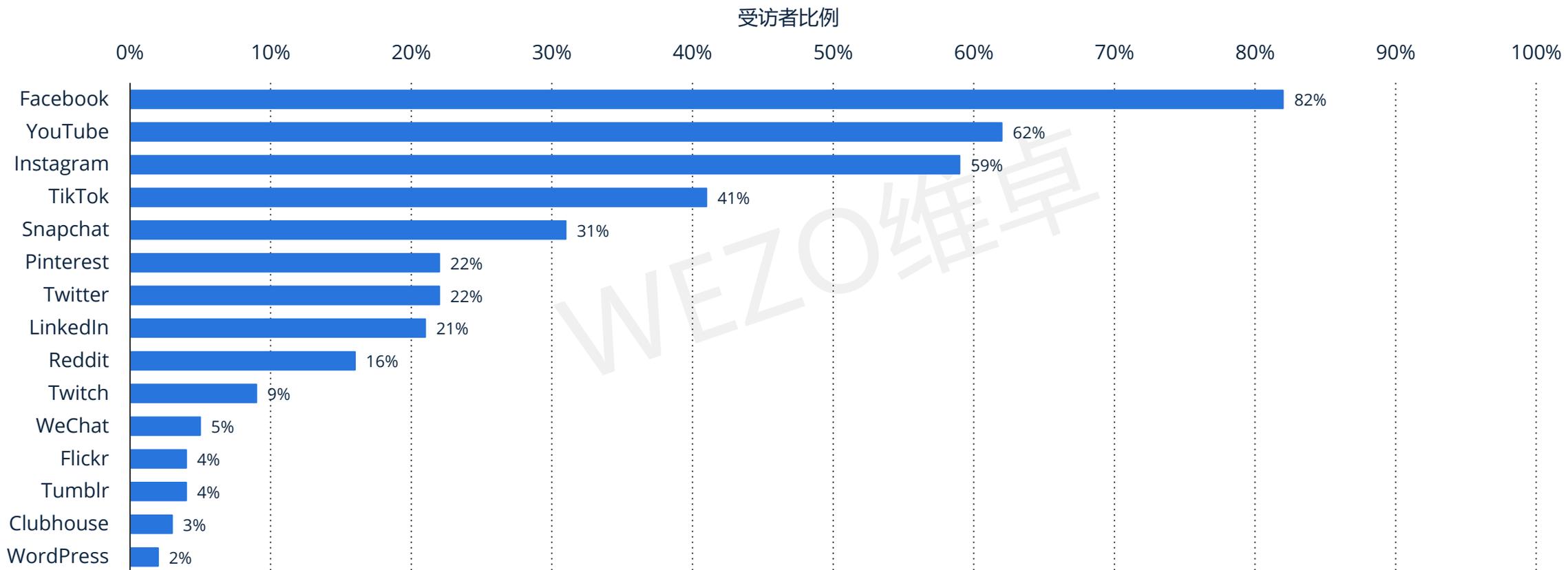




扫描领取

截至 2023 年 6 月，澳大利亚各品牌的社交网络使用情况

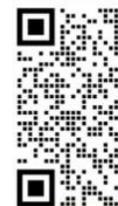
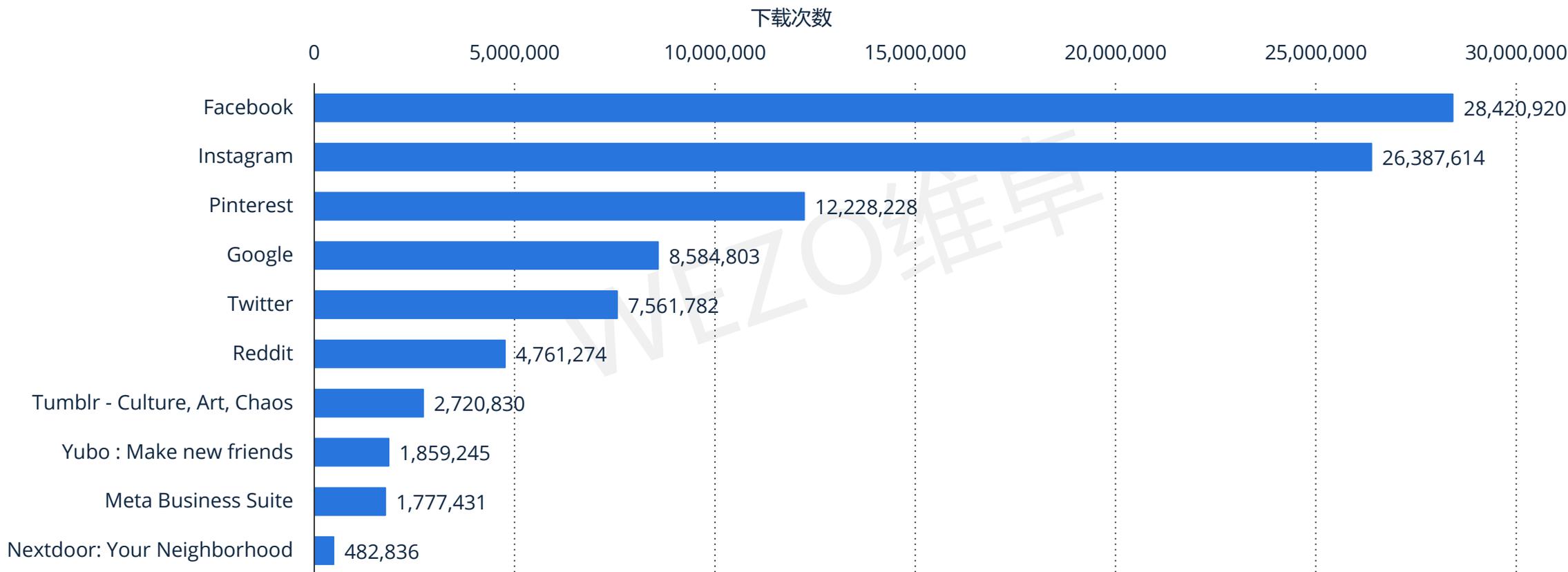
我们向澳大利亚消费者询问了“按品牌划分的社交网络使用情况”，发现“Facebook”位居榜首，而“Yelp”则位居榜尾。



注：澳大利亚；2022 年 7 月至 2023 年 6 月；6066 名受访者；18-64 岁；经常使用任何类型的社交媒体（即时通讯工具除外）的受访者
来源：Statista Consumer Insights

截至 2022 年 1 月，澳大利亚领先的社交媒体应用程序

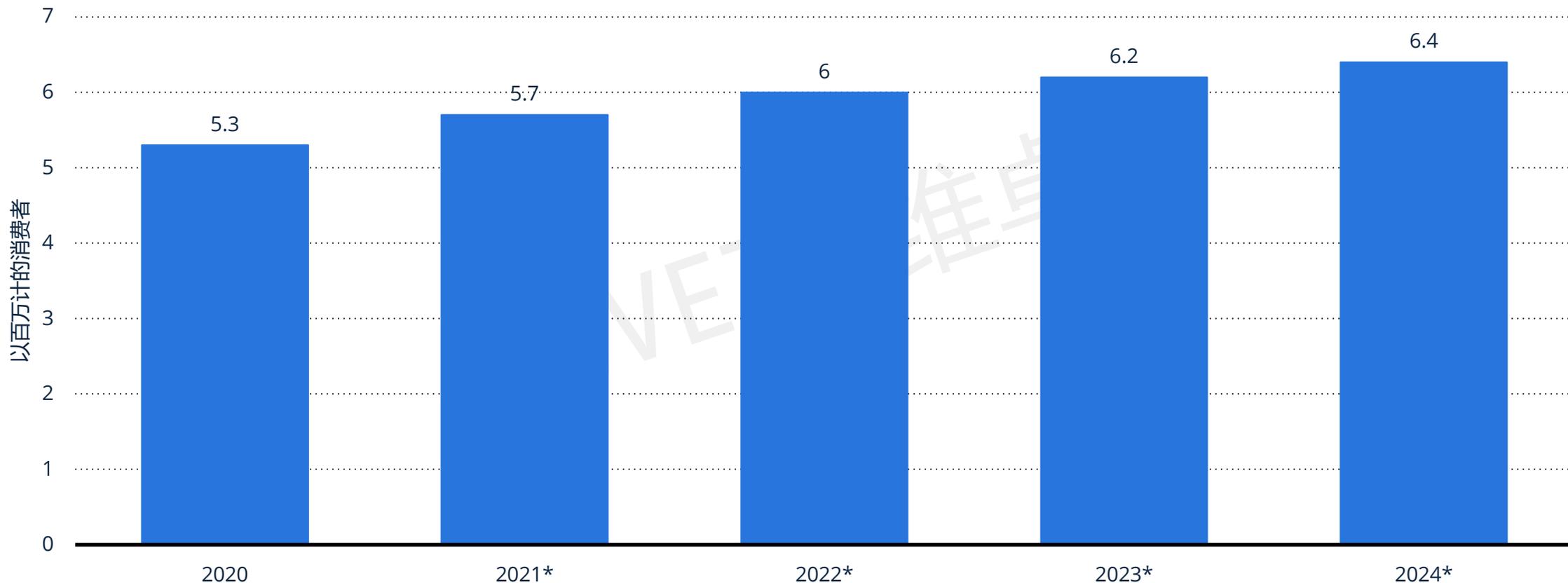
AppMagic 的研究表明，截至 2022 年 1 月，Facebook 拥有两个下载量最大的社交媒体应用程序，继续主导澳大利亚社交媒体领域。Facebook 的下载量超过 2800 万次，其次是 Instagram、Pinterest 和 Google。



扫描领取

2020 年澳大利亚使用社交媒体进行在线购物的消费者数量

2020 年通过社交媒体购物的澳大利亚消费者数量为 530 万，约占所有互联网用户的 28%。预测显示，到 2024 年，澳大利亚使用社交媒体进行在线购物的消费者数量将增加到 640 万。



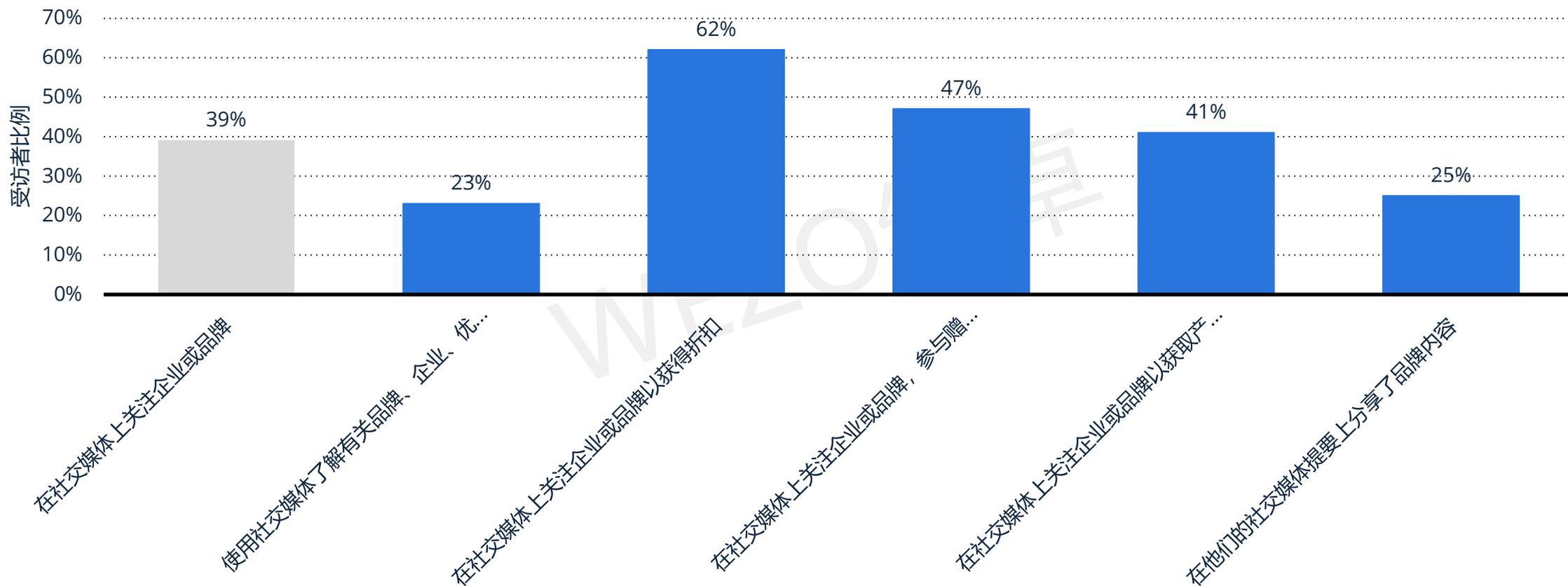
扫描领取



扫描领

截至 2020 年，消费者在澳大利亚社交媒体平台上关注企业和品牌的原因

2020 年在澳大利亚社交媒体用户中进行的一项调查显示，只有不到 40% 的受访者在社交媒体上关注了企业或品牌。大约 62% 的受访者在社交媒体上关注企业或品牌，以留意折扣。参加赠品活动和寻找产品信息也是澳大利亚社交网络用户在社交媒体上关注企业或品牌的常见原因。



第03章

社交商务使用

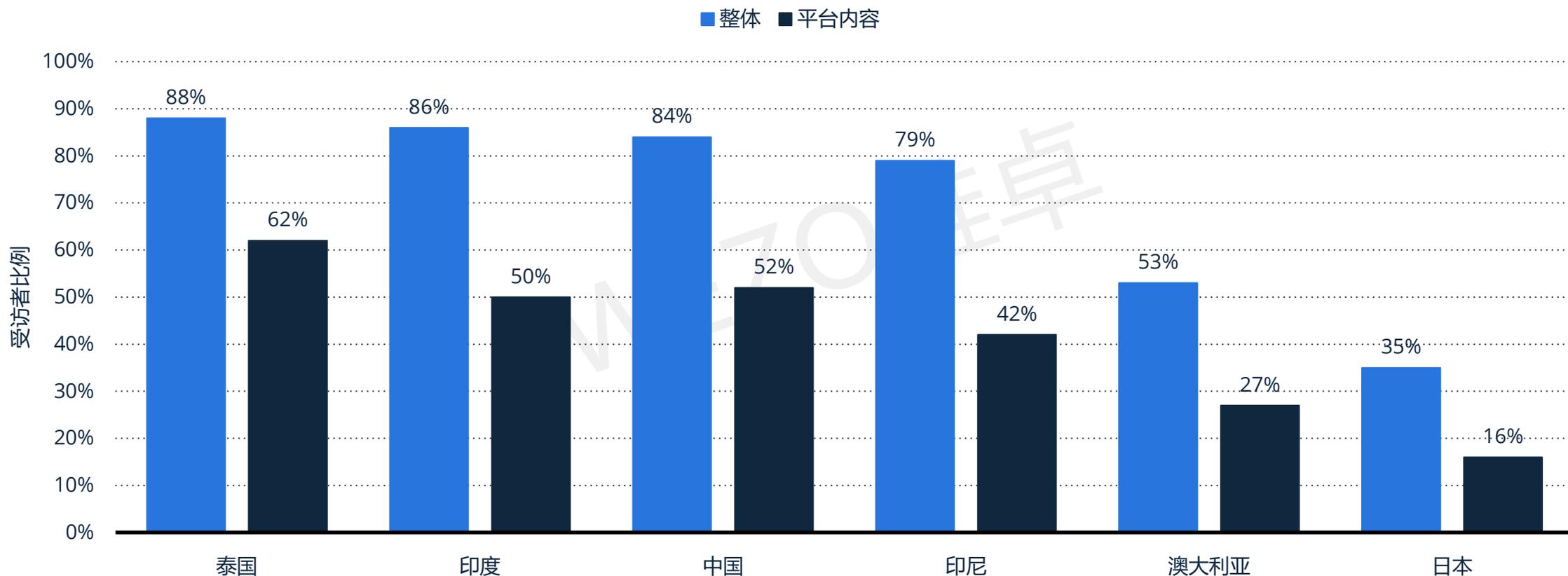




扫描领取

2022 年亚太地区社交商务购物者的份额

根据 2022 年对亚太地区在线购物者的调查，88% 的泰国受访者在社交媒体上购物，其中 62% 在平台上完成了交易。相比之下，截至 2022 年，35% 的日本受访者在社交媒体平台上购物，其中 16% 的受访者使用平台支付。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/615133303124011034>