



2025全球电子商务手册-transcosmos

报告解读

2025 全球电子商务手册-transcosmos

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	transcosmos（株式会社トランスコスモス）
样本数量	报告未明确说明样本数量，但覆盖全球 30 个国家与地区的电商市场数据。
研究时间范围	以 2024 年数据为主，部分预测延伸至 2034 年；调查数据截至 2025 年 5 月及之后发布。
权威性评估	transcosmos 是一家全球知名的数字营销与电商运营服务商，长期为跨国企业提供电商解决方案，其数据来源包括 Statista、eMarketer、McKinsey 等权威机构，具备较强的行业可信度。
时效性评估	报告基于 2024 年最新市场数据，并对 2025 年及未来趋势进行分析，具有较高的时效性和前瞻性。

二、范围与边界确认

维度	具体内容
细分行业	B2C 电商（含实物商品、服务类）、跨境电商、社交电商、直播电商、AI 电商应用
地域市场	全球 30 个国家与地区，分为： - 亚太地区（12 个） - 北美地区（2 个） - 中南美地区（3 个） - 欧洲地区（8 个） - 中东与非洲地区（5 个）
用户群体	全球电商消费者，特别是关注社交电商、跨境电商、理性消费趋势的 Z 世代与α世代用户

三、核心摘要提炼

核心观点总结：

全球电商市场持续增长但增速趋稳，新兴市场（印度、东南亚、拉美）成为主要增长动力。

社交电商与 AI 技术重塑消费体验，TikTok Shop 等平台推动“社群传导型消费”普及。

理性消费趋势兴起，消费者更注重性价比，替代品消费（Dupe/平替）成为新常态。

跨境电商面临监管与关税挑战，SHEIN、Temu 等平台加速本地化履约与合规转型。

生成式 AI 与 AI 客服提升个性化购物体验，成为电商增长的新引擎。

关键结论	说明
市场增长	2024 年全球 B2C 电商规模约 7.5 万亿美元，预计 2034 年达 15.57 万亿美元，CAGR 7.6%。
区域格局	亚太地区占全球 52% 份额，印度、墨西哥、越南等新兴市场增速领先。
社交电商	2024 年规模达 6,839 亿美元，中国大陆占 76% 份额，TikTok Shop 增长显著。
跨境电商	规模约 1.5 万亿美元，亚太占比 41%，新加坡、印尼等市场增速突出。
技术驱动	AI 与社交电商成为提升用户体验与增长的关键动力。

四、关键数据抓取与呈现

数据指标	数值	数据来源
2024 年全球 B2C 电商市场规模	约 7.5 万亿美元 (同比增长 11.5%)	数据来源：Statista B2C 电商市场规模(统计范围为电商、旅游、食品外卖及线上服务的合计线上销售额；至 2034 年的预估数据由 transcosmos 测算)，电商用户数(2025 年 5 月及之后发布
2034 年预测市场规模	15.5692 万亿美元 (CAGR 7.6%)	数据来源：Statista B2C 电商市场规模(统计范围为电商、旅游、食品外卖及线上服务的合计线上销售额；至 2034 年的预估数据由 transcosmos 测算)，电商用户数(2025 年 5 月及之后发布
2024 年跨境电商市场规	约 1.5 万亿美元	数据来源：Statista B2C 电商市场规模 (Cross border

数据指标	数值	数据来源
模	(同比增长 10.8%)	e-commerce market (2025/06))
2024 年社交电商市场规模	6,839 亿美元(同比增长 19.6%)	数据来源: Statista 社交电商市场规模(e-commerce (2024/11))
中国大陆社交电商份额	76%	数据来源: Statista 社交电商市场规模(e-commerce (2024/11))
印度电商增长率 (2024)	24.1%	数据来源: Statista B2C 电商市场规模 (Cross border e-commerce market (2025/06))
亚太地区电商市场份额	52%	数据来源: Statista B2C 电商市场规模(统计范围为电商、旅游、食品外卖及线上服务的合计线上销售额; 2034 年预估数据由 transcosmos 测算), 电商用户数(2025 年 5 月及之后发布)

五、风险与机遇诊断

类型	具体内容
主要挑战与风险	- 监管收紧: 各国针对跨境电商的税务、环保、数据安全监管加强 (如美国终止小额免税制度、欧洲快时尚法案)。 - 关税与贸易政策变化: 特朗普政府关税调整影响 SHEIN、Temu 等平台。 - 数据隐私与安全争议: TikTok 在欧美面临数据流向风险与罚款。 - 知识产权侵权争议: 替代品消费趋势引发品牌维权与合规压力。 - 增长放缓: 成熟市场 (如日本、英国) 电商渗透率接近高位, 增速下降。
潜在增长机会	- 社交电商与直播电商: 尤其在东南亚、拉美等新兴市场增长空间大。 - AI 与个性化体验: 生成式 AI 在推荐、客服、营销环节的应用刚起步。 - 新兴市场电商渗透: 印度、印尼、尼日利亚等市场用户基数大、增速高。 - 可持续与理性消费: 环保商品、高性价比平替品牌受青睐。 - 本地化履约与区域中心: 跨境电商向本地库存模式转型, 提升物流体验。