

中国のソーシャル EC 取引規模 (2021 年予測)

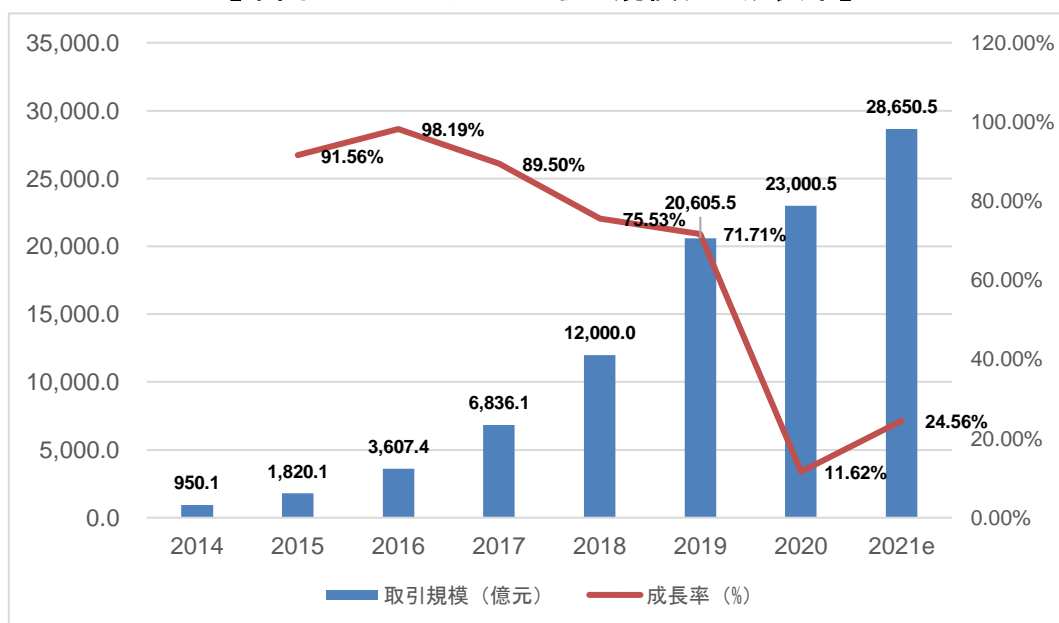
網経社の E コマースビッグデータベース「電数宝」によると、2021 年のソーシャル EC 取引規模は 2 兆 8,650.5 億元となる見込み。3 兆元に近づいている。

ソーシャル EC とは、狭義ではソーシャルネットワーク、微博（ウェイボー）、ソーシャルメディア、ネットメディアなどを通じ、インタラクティブ機能などを活用して行う商品の売買行為。

広義では、共同購入、アフィリエイト、社区（コミュニティ）販売、導購（購入案内）、SaaS ツール、コンテンツによるライブコマースなどの形式もソーシャル EC に含まれる。それぞれの代表的な存在は以下の通り。

- 1) 共同購入：拼多多（ピンドードー）、京東拼購、京喜、淘宝（タオバオ）特価版、小鵝拼拼
- 2) アフィリエイト：愛庫存、斑馬會員、貝店、芬香
- 3) コミュニティ販売：小紅書商城、宝宝樹、年糕媽媽、有好東西
- 4) 導購：什麼值得買、一淘網、返利網、55 海淘網
- 5) SaaS ツール：有贊、微盟
- 6) コンテンツライブコマース：小紅書（RED）、抖音（ドウイン）、快手（クアイショウ）、淘宝直播（タオバオライブ）など。

【中国のソーシャル EC 取引規模及び成長率】



出典：網経社