



創市際雙週刊 第二五三期

發刊日：2024年09月16日

Comscore 觀點

社群軟體中的購物功能推動電子商務演變

Shopping Features in Social Apps Driving the Evolution of Digital Commerce

By Bo Liu Lead Analyst, Client Insights, Comscore

前言

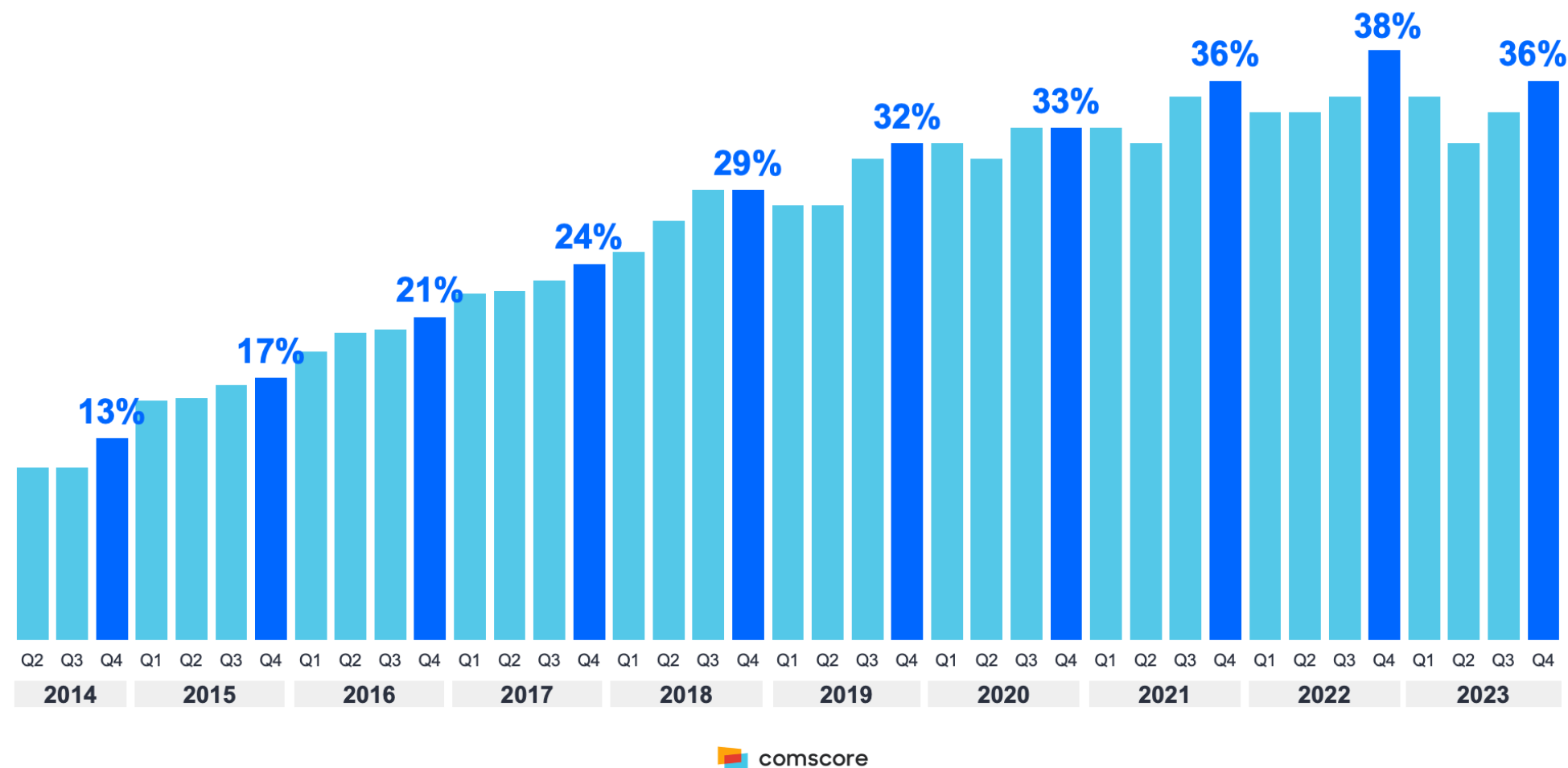
在過去十年中，行動裝置和社群媒體的快速發展，顯著改變了電子商務的格局。

行動商務和社群商務迅速崛起，零售商優化行動購物體驗，社交平台如 YouTube、TikTok 和 Instagram 推出創新的應用程式內商務計劃，讓消費者能夠無縫結帳。應用程式內結帳和直播購物等新興功能，進一步推動了社群商務的成長。

本次創市際精選了 Comscore Blog 上的文章，帶讀者初步了解在美國的社群商務樣貌。

在過去的十年中，行動裝置明顯地改變了電子商務的佈局，時至今日，透過行動裝置完成的交易（即行動商務，m-commerce），已佔據了美國近三分之一的線上零售支出。零售商們不斷優化行動購物體驗，包括推出像亞馬遜虛擬試穿這樣的功能，讓購物者能夠即時看到鞋子的合腳效果。這些做法也帶來了正向的結果：消費者在智慧型手機和平板電腦上的購物體驗變得更加舒適，促使了行動商務的強勁成長。

行動商務消費佔全美整體電子商務消費 %



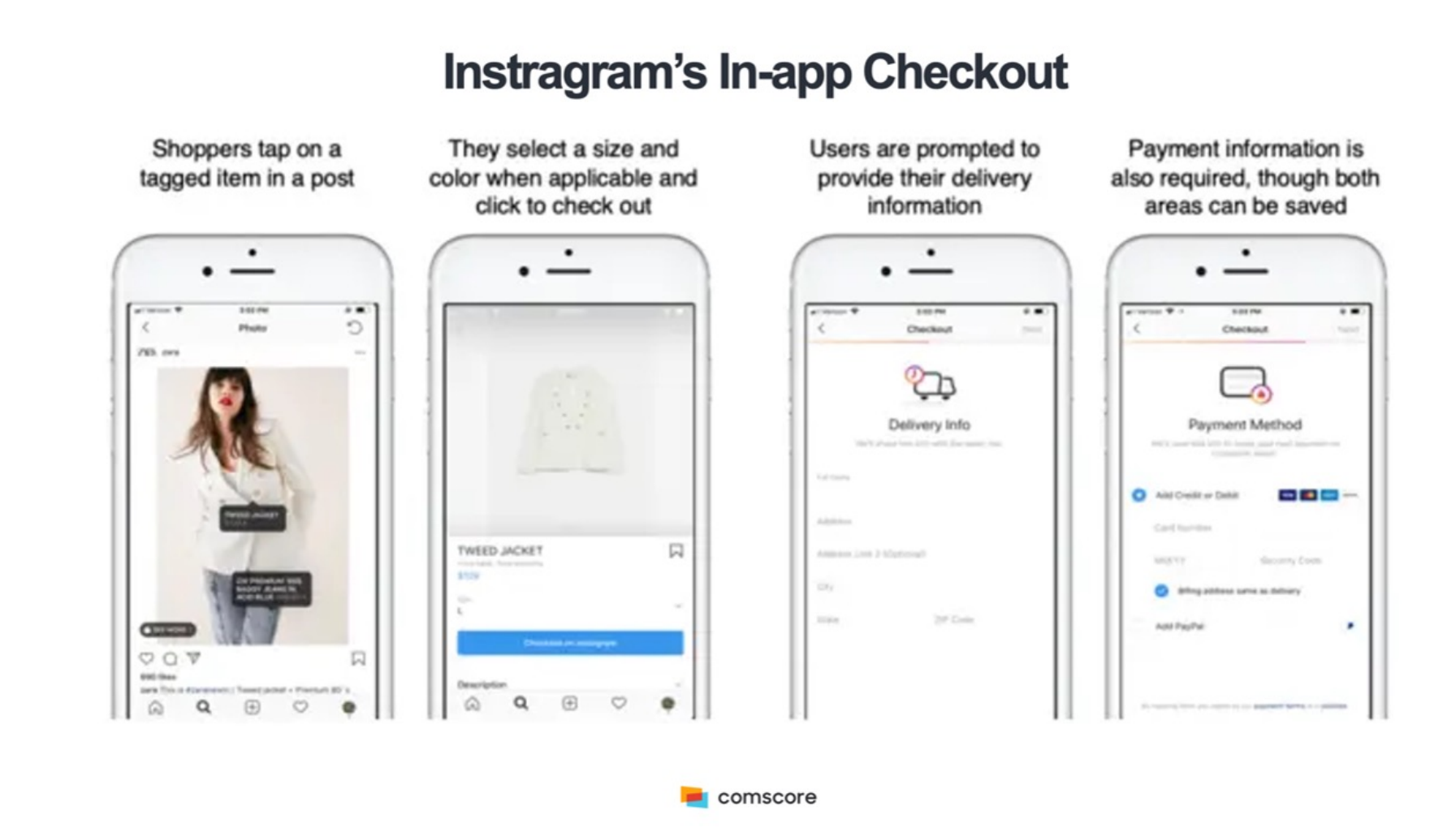
在過去幾年中，社群媒體購物（又稱社群商務，Social Commerce）隨著行動商務的成長而不斷演變。具有高觸及率和高參與度的大型社群平台，為社群商務的蓬勃發展打下了扎實的基礎。Comscore 觀察到像 YouTube、TikTok 和 Instagram 這些主流社群平台都在推出創新的應用程式內商務計劃 (in-app commerce initiatives)，讓社群媒體不僅僅是一個創意發想的來源，更變成了一個可以串聯顧客消費歷程的商務平台。

下方表格中就顯示了社群商務領域中兩個新興功能 -- 「應用程式內結帳 (In-App Checkout)」和「直播購物 (Live Shopping)」-- 目前在各社群應用程式中的整合情況。服裝和配件類別是零售支出中的第二大類別，與社群商務密切相關，並可能在這一領域的成長中發揮巨大作用。

	YouTube	Facebook	Instagram	TikTok	X	Pinterest
In-App Checkout	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Live Shopping	✓	✗	✗	✓	✓	✓

comscore

消費者越來越追求無縫接軌的購物體驗，從瀏覽、購物到結帳，都希望能在同一個應用程式內完成，不必被重新導向外部網站。從 2023 年 6 月開始，Instagram 和 Facebook 商店便要求企業啟用應用程式內結帳功能，才能在其社群媒體平台上展示商品/服務，進一步提升了社群商務的便利性和效率。下方圖片則顯示了 Instagram 上的應用程式內結帳功能如何運作。

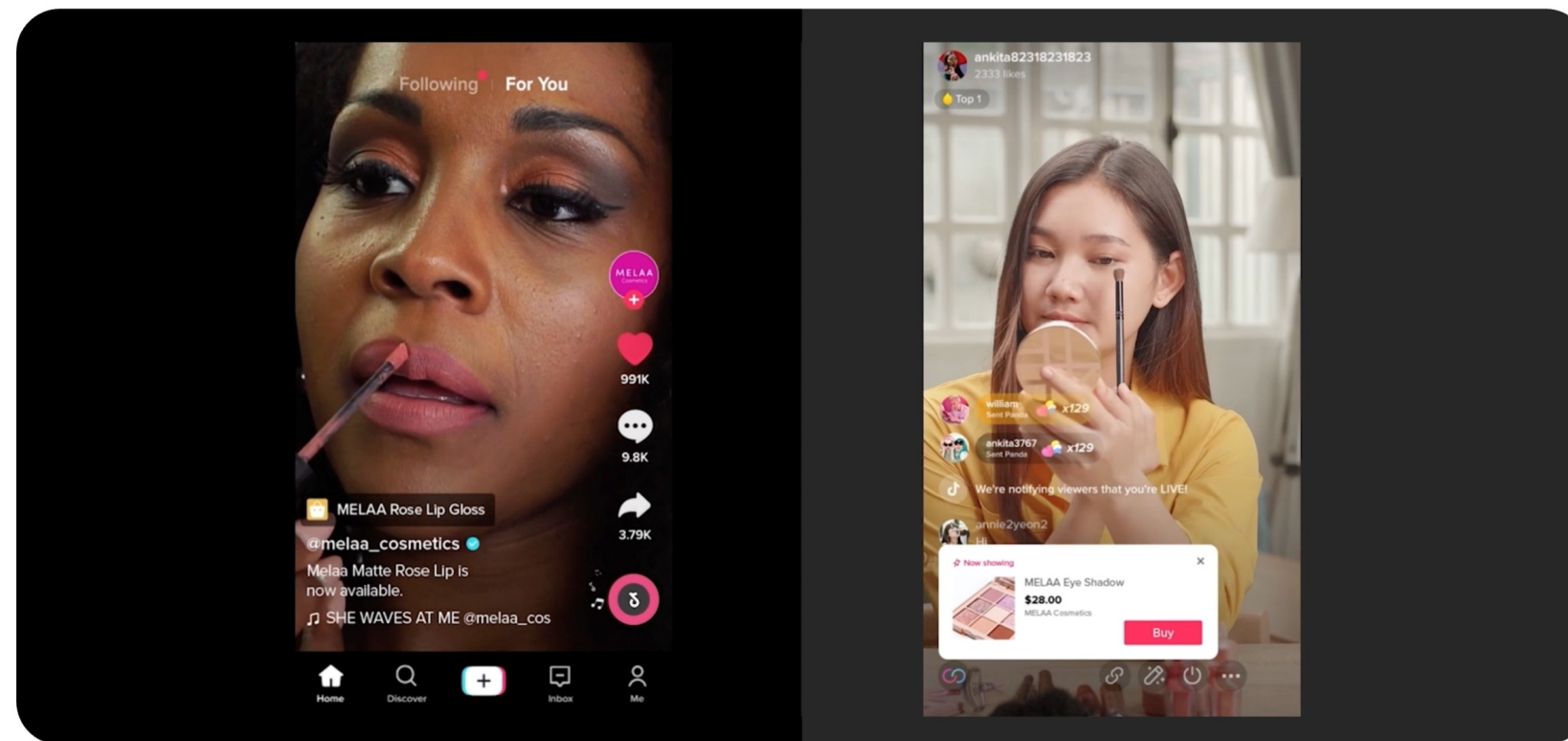


根據 Comscore 在 2023 年在美國進行的一項調查，我們發現 46% 的線上購物者對於在社群媒體上進行一站式購物感興趣，這個比例比 2021 年增加了 21 個百分點。



另一個在社群商務中新興的趨勢是直播購物。TikTok 在 2023 年 9 月推出了 TikTok Shop，其中一個功能讓賣家能夠打造直播購物體驗。YouTube 也與 Shopify 合作，允許創作者在直播中銷售產品。這兩個新計劃都包括應用程式內結帳體驗，讓消費者在下單時避免被導向外部網站結帳。甚至像 Walmart 和 Amazon 這樣的零售業龍頭，也開始利用直播服務的潛力來推廣產品和特別購物活動。

值得注意的是，Walmart 在 2023 年 6 月利用 TalkShopLive 這個動態直播購物解決方案，在 Facebook 上同步直播購物。與此同時，Amazon 利用 Amazon Live 邀請名人和網紅展示 2022 年和 2023 年的獨家 Prime Day 優惠。



隨著行動商務的快速增長、應用程式內結帳和直播購物等可以大規模應用在其他服務中的功能導入，社群商務在未來幾年內有望成為一個新興的購物管道。

這一演變不僅提升消費者的購物靈活性，還能有效將社群媒體平台上的高黏著度轉化為實際銷售，實現社群流量變現的目的。社群商務可能即將在美國建立自己作為主流購物管道的地位，這與其他國家成功的模式相似。對於零售商來說，現在了解更多關於社群商務並開始探索這種相對較新的消費者互動方式，可能還不算太晚。



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com