

## 2022年全球移动电商应用下载量增长7.1%至59亿次 预计2023年下载量增长达65亿次

随着电子商务在全球不同市场的普及，2022年全球移动电商应用下载量达到59亿次，相比2021年增长7.1%。本报告将介绍移动电商应用全球下载量趋势，以及不同市场头部电商应用及发行商表现，同时针对中国移动电商出海赛道进行深入分析。请点击“阅读原文”下载完整的报告内容。



全球移动电商应用下载量持续攀升

2022年全球移动电商应用下载量环比增长7.1%至59亿次，其中65%的移动电商应用下载量来自Google Play平台。预计2023年全球移动电商应用下载量继续增长，达到65亿次。

## 全球移动电商应用 下载量持续增长

2022年全球移动电商应用下载量为59亿次，相对2021年增长7.1%。其中65%的移动电商应用下载量来自Google Play平台。

预计2023年全球移动电商应用下载量继续增长，达到65亿次。

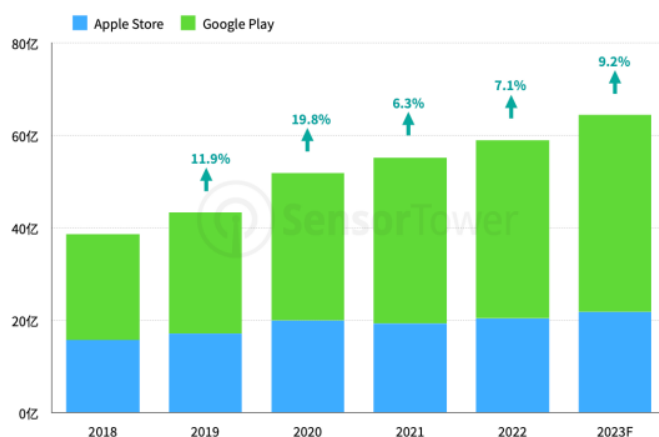
### 关于下载量统计的说明

Sensor Tower统计的数据为App Store和Google Play应用商店中的下载预估值，数据不包括预下载、重复下载和第三方安卓市场的下载量。Google Play未在中国大陆开放。

说明：2023年下载量为预测值  
数据来源：Sensor Tower 商店情报



全球移动电商应用年度下载量趋势



2018年至2022年，欧洲市场移动电商应用下载量持续攀升，其中2020年欧洲电商应用环比增长27%至13亿次，2022年下载量已突破14亿次。印度市场移动电商应用在2021年爆发式增长38%至10亿次，2022年印度电商应用下载量增长35%达到13.4亿次。

## 欧洲与印度移动电商应用下载量持续攀升

2018年至2022年，俄罗斯、土耳其、英国等欧洲市场移动电商应用下载量持续攀升。在疫情的推动下，2020年欧洲移动电商应用环比增长27%至13亿次，2022年突破14亿次。

2021年，印度市场移动电商应用迎来爆发式增长，下载量环比激增38%，逼近10亿次。2022年印度电商应用下载量继续增长35%，达到13.4亿次。

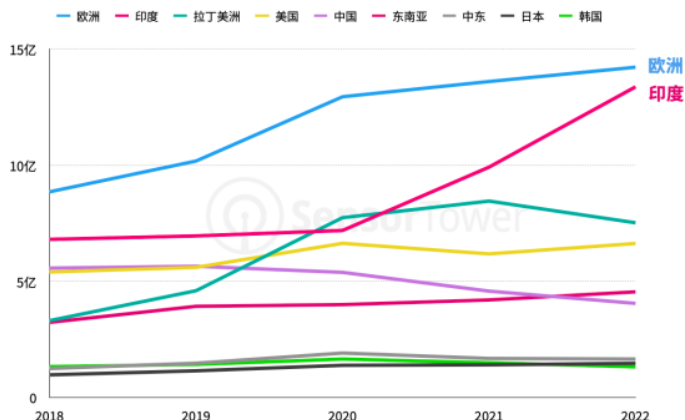
### 关于下载量统计的说明

Sensor Tower统计的数据为App Store和Google Play应用商店中的下载预估，数据不包括预下载、重复下载和第三方安卓市场的下载量。Google Play未在中国大陆开放。

数据来源: Sensor Tower 商店情报



全球热门市场移动电商应用下载量年度趋势



Sensor Tower Copyright Reserved 2023 | 6

## 《Shopee》蝉联全球电商下载冠军、《SHEIN》登顶日本电商应用下载榜

2022年，东南亚电商应用《Shopee》以近2.5亿次下载量，再次超越《Amazon》蝉联全球电商应用下载冠军，其中印度尼西亚、印度和巴西是下载量最大的市场。

## 《Shopee》蝉联下载量冠军、《Shopsy》跃居增长榜榜首

2022年全球电商应用下载榜与下载增长榜Top10



2022年《Shopee》全球下载量逼近2.5亿次，再次超越《Amazon》蝉联全球电商应用下载量冠军，其中印度尼西亚、印度和巴西是下载量最大的市场，三个市场贡献了《Shopee》超过60%的全球下载量。

Flipkart推出的印度本土社交电商应用《Shopsy》，自2021年7月上线以来下载量不断攀升，2022年下载量突破1.5亿次，是2021年的6倍之多，跃居2022年全球电商应用下载增长榜榜首。

说明：数据统计截至2022年12月  
数据来源：Sensor Tower 商店情报

© 2023 Sensor Tower Inc. - All Rights Reserved



来自中国的快时尚出海电商《SHEIN》成为2022年日本市场下载量最大的电商应用，与此同时《SHEIN》在美国、东南亚和拉丁美洲等多个海外市场表现突出。



## 《SHEIN》稳居出海电商下载冠军、《Temu》成电商出海赛道黑马

中国快时尚出海电商应用《SHEIN》下载量依旧强劲，2022年以超过1.7亿次下载量稳居出海电商下载榜冠军。自2022年8月底正式登陆海外市场以来，拼多多旗下出海电商《Temu》美国市场下载量迅速攀升，跻身增长榜第2名，成为2022年中国移动电商出海赛道的黑马。

## 《SHINE》 稳居海外下载冠军、《AliExpress》和《Temu》海外表现突出

2022年中国电商应用海外下载榜与下载增长榜Top10



2022年，中国快时尚出海电商应用《SHEIN》海外下载量依旧强劲，以超过1.7亿次下载量，稳居中国电商应用海外下载榜冠军。

拼多多出海电商应用《Temu》于2022年8月底正式登陆海外市场，Sensor Tower商店情报数据显示，11月以来《Temu》已成为美国下载量最大的购物应用。

阿里巴巴旗下五款出海电商应用《Alibaba.com》、《Lazada》、《AliExpress》、《AliExpress: интернет магазин》和《淘宝》入围2022年中国电商应用海外下载榜前10名。其中专注俄罗斯市场的《AliExpress: интернет магазин》(中文：全球速卖通) 2022年下载量急速攀升，跃居下载增长榜榜首。

面向海外Z世代年轻女性的时尚购物应用《CIDER》在欧美市场下载量增长亮眼，跻身增长榜第5名。

说明：数据统计截至2022年12月  
数据来源：Sensor Tower 商店情报

© 2023 Sensor Tower Inc. - All Rights Reserved



欧洲、拉丁美洲、东南亚和北美成为中国电商应用出海的热门市场，2022年热门出海电商应用总下载量中，分别有24%、24%、19%和14%的下载量来自以上市场。《Temu》在北美市场的快速走红，使得2022年出海电商应用在该市场的下载量环比增长56%。



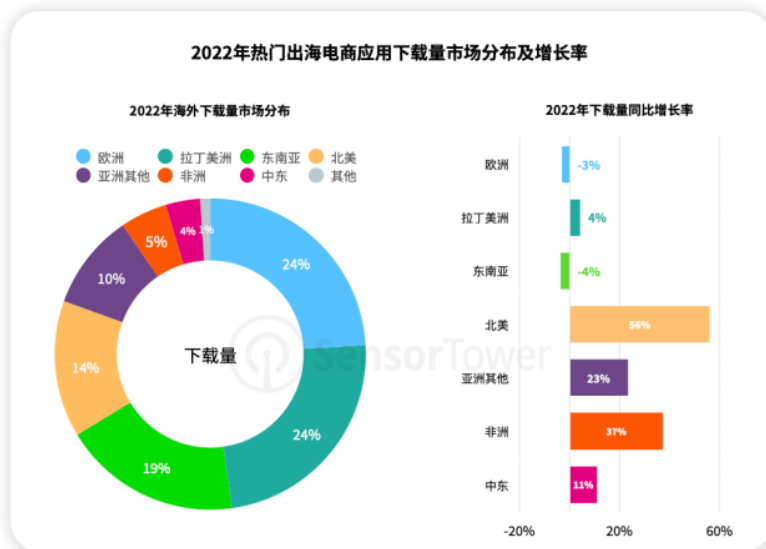
## 欧洲、拉美市场庞大 北美下载量增长显著

欧洲、拉丁美洲、东南亚和北美是中国电商应用出海的热门市场，2022年热门出海电商应用总下载量中，欧洲和拉美分别贡献了24%的下载量，东南亚和北美下载量占比达到19%和14%。

得益于《Temu》成功打开北美市场，2022年出海电商应用在北美的下载量较上年增长56%。非洲市场同样显示出不俗的增长趋势。

说明：数据统计海外下载量Top10的中国移动电商应用；亚洲其他市场不包含中国大陆和东南亚。

数据来源：Sensor Tower 商店情报



Sensor Tower Copyright Reserved 2023 | 15

## 全球电商应用广告形式多样、Youtube和Admob成重要投放平台

2022年，Youtube和Admob成为全球电商应用广告的重要投放平台，其中接近32%的iOS设备电商应用广告投放在Youtube平台，40%的安卓设备电商应用广告投放在Admob平台。

## 电商应用广告主要投放 Youtube和Admob等平台

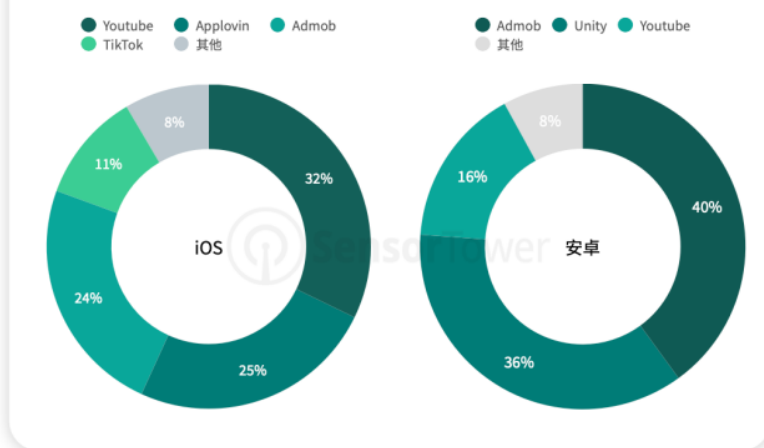
2022年全球iOS设备电商应用广告投放集中在Youtube、AppLovin和Admob平台，其中接近32%的iOS设备电商应用广告投放放在Youtube平台。

2022年全球安卓设备电商应用广告主要投放在Admob和Unity平台，两个平台上安卓设备电商应用广告份额分别为40%和36%。

说明：Sensor Tower从2019年开始统计AppLovin、Unity以及Vungle平台的可试玩广告数据。



2022年全球iOS与安卓设备电商应用广告平台SoV分布



Sensor Tower Copyright Reserved 2023 | 18

与移动游戏主流广告形式不同，电商应用广告形式多样。2022年，Youtube平台iOS设备电商应用广告主要为视频广告和横幅广告。Admob平台安卓设备电商应用广告中，横幅广告SoV高达41%。



## 全球移动电商应用广告形式多样

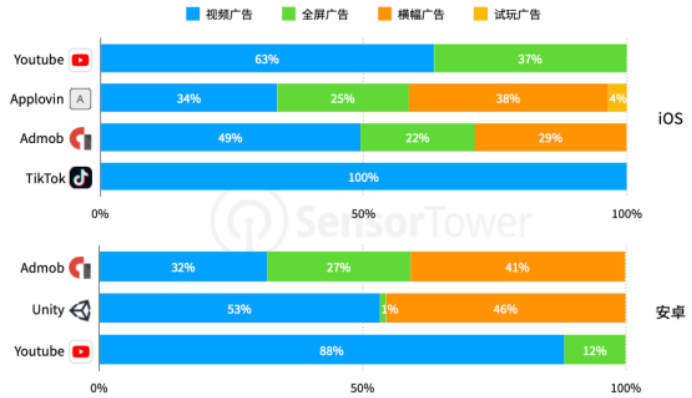
2022年全球iOS设备电商应用广告形式多样，其中Youtube平台主要为视频广告和横幅广告，AppLovin平台横幅广告、视频广告和全屏广告份额分别为38%、34%和25%。

2022年全球安卓设备电商应用主要投放平台Admob上，横幅广告、视频广告和全屏广告份额为41%、32%和27%。

说明：Sensor Tower从2019年开始统计AppLovin、Unity以及Vungle平台的可试玩广告数据。



2022年全球iOS与安卓设备电商应用广告类型SoV分布



本文链接：<https://dqcm.net/zixun/167781496910914.html>