

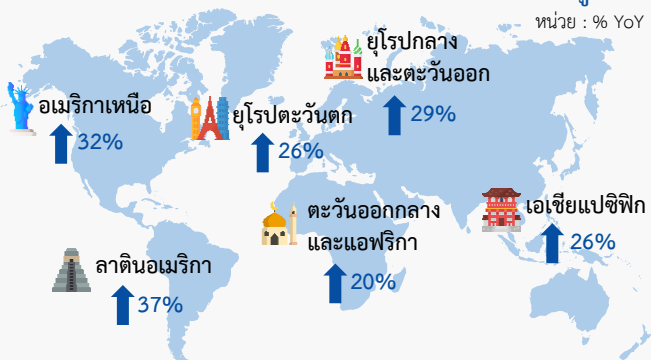


E-Commerce โลกโตไม่รอใคร ... ถนนสายหลักของโลกการค้ายุคใหม่

ปี 2563 นับเป็นปีที่จุดให้เศรษฐกิจและการค้าทั่วโลกซบเซาอย่างไม่เคยเป็นมาก่อนจากผลกระทบของวิกฤต COVID-19 แต่ในทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส โดยเฉพาะ E-Commerce ที่มาแรงแซงทางโค้งและเติบโตอย่างก้าวกระโดดท่ามกลางกระแส Social Distancing และมาตรการ Lockdown เมื่อประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยียิ่งทำให้ E-Commerce จะทวีความสำคัญและเปลี่ยนโฉมหน้าการค้าโลกยุคใหม่ไม่ช้านี้

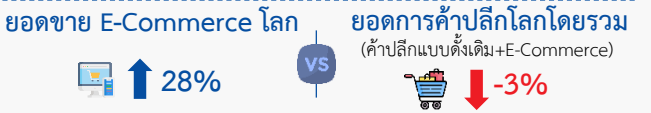
E-Commerce โลกโตก้าวกระโดด

อัตราขยายตัวของยอดขาย E-Commerce ปี 2563 รายภูมิภาค



สถานการณ์ตลาด E-Commerce ปี 2563

- ยอดขาย E-Commerce โลกปี 2563 ขยายตัว 28%** อยู่ที่ 4.3 Tri.USD เทียบกับยอดการค้าปลีกโลกโดยรวมที่หดตัว 3% โดยได้อานิสงส์จากมาตรการ Lockdown และ Social Distancing ที่ทำให้ผู้บริโภคทั่วโลกต้องหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และ Ecosystem ที่ครบวงจรช่วยสร้างความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม ช่วยสนับสนุนให้ตลาด E-Commerce ขยายตัวอย่างร้อนแรง
- ตลาดโตเร็วสุด : ลาตินอเมริกา** ขยายตัว 37% โดยนอกเหนือจากอานิสงส์ของ COVID-19 ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากวิธีชำระรูปแบบใหม่ เช่น Digital Wallets รวมถึงเครือข่าย 4G/5G ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วภูมิภาคมากขึ้น เพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาด E-Commerce ได้เร็วและสะดวกขึ้น ทำให้เกิดผู้ซื้อหน้าใหม่เพิ่มขึ้นถึงกว่า 50 ล้านราย (ราว 8% ของประชากรทั้งภูมิภาค)
- ตลาดใหญ่สุด : จีน** มีมูลค่าตลาดกว่าครึ่งหนึ่งของ E-Commerce โลก อยู่ที่ 2.3 Tri.USD ขยายตัว 28% โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก Ecosystem ของการค้าออนไลน์ที่ครบวงจร ทั้งจากระบบชำระเงินออนไลน์ที่สะดวกรวดเร็ว เช่น WeChat Pay รวมถึงการเติบโตของ Social Commerce ใหม่ ๆ เช่น TikTok, Pinduoduo ช่วยกระตุ้นตลาด ส่งผลให้มีผู้ซื้อออนไลน์เกือบ 800 ล้านคน



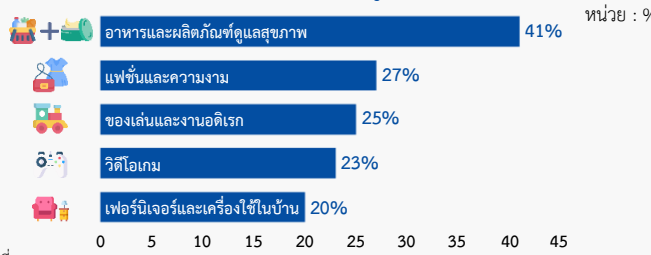
แนวโน้มตลาด E-Commerce โลกปี 2564

ปี 2564 E-Commerce โลกยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องแม้ชะลอความรุนแรงลงเหลือขยายตัว 14% หลังจากสถานการณ์ COVID-19 มีทิศทางดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มกล้าออกมาจับจ่ายใช้สอยตามร้านค้าและห้างสรรพสินค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม เทรนด์การบริโภคยุคใหม่และ Ecosystem ที่ครบวงจร ของ E-Commerce ทำให้ตลาด E-Commerce ยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะจีน ล่าสุด eMarketer คาดการณ์ว่ายอดขาย E-Commerce ของจีน ปี 2564 จะอยู่ที่ระดับ 2.8 Tri.USD คิดเป็นสัดส่วน 52% ของยอดค้าปลีกทั้งประเทศ และจะทำให้จีนก้าวขึ้นเป็นประเทศแรกของโลกที่ตลาด E-Commerce แซงการค้าย่อยแบบดั้งเดิม

ที่มา : eMarketer, LABS, Multichannel Merchant, Worldometer, Statista, South China Morning Post

สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมาแรงยุค New Normal

อัตราขยายตัวของยอดขายสินค้าที่เติบโตสูง 5 อันดับแรกของโลกปี 2563



ที่มา : Digital Information World, William Reed

- สินค้าที่เติบโตสูงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุค New Normal** โดยเฉพาะอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ได้อานิสงส์จากเทรนด์ดูแลสุขภาพและสุขอนามัย ถัดมาเป็นกลุ่มสินค้าที่เชื่อมโยงกับการทำกิจกรรมที่บ้านทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ กลุ่มแฟชั่นและความงาม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการติดตาม Social Media และ Influencers ผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มของเล่น เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้ในบ้าน ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่ต่อใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านรวมถึงการ Work from Home มากขึ้น

แพลตฟอร์มดาวรุ่งโตเร็วจาก COVID-19

นอกเหนือจากแพลตฟอร์มชั้นนำ เช่น Amazon, eBay, Alibaba ยังมีแพลตฟอร์มดาวรุ่งที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น



หมายเหตุ : ตัวเลขหมายถึงจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในปี 2563 (% YoY)
ที่มา : Statista, Mercado Libre, Etsy, Wayfair, RIS, Multichannel Merchant, Oxford Business Group

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยธนาคารไม่มีการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด
Icon made by Freepik, monnik, Roundicons, Flat Icons, Smashicons, Vectors Market, Wayfair, Awin, Wikipedia

