

قطاع: التجارة الإلكترونية

تجارة التجزئة الإلكترونية في إيران

ملخص عربي لتقرير «گزارش تجارت الکترونیک ایران ۱۴۰۳» معدّ لقارئ الأعمال في العراق

25%

حصة الشراء الآجل من قيمة مبيعات المنصات
صفحة 45 و 6

89.5

مبيعات المنصات الحقيقية، ألف مليار تومان
صفحة 79

4.8%

حصة البيع عبر الإنترنت مع الذهب، 1403
صفحة 36

الناشر

جمعية التجارة الإلكترونية في طهران

الرابط

etchamber.ir/1403-2

المصدر

تقرير التجارة الإلكترونية في إيران 1403

سنوات البيانات

2018/19-2024/25 ≈ 1397-1403

ملخص عربي من إعداد جسر — السنة المحورية 1403 ≈ 2024/25. المبالغ تبقى بالتومان.

01 الملخص التنفيذي

قاست جمعية التجارة الإلكترونية في طهران، لأول مرة بهذا التفصيل، حجم تجزئة السلع في إيران وحصة منصات أعضائها منه بين 1397 و1403. القياس يستند إلى تسع شركات كبرى في لجنة التجزئة، وإلى تقدير منفصل لمتاجر إنستغرام.

إجمالي التجزئة المقاسة — إنفاق الأسر والشركات ونقابات السوق (الأصناف) والتعاونيات والحكومة، مع إخراج الأغذية والخدمات — بلغ 1857.7 ألف مليار تومان في 1403، بعد أن كان 144.5 في 1397 بالأسعار الجارية. الجمعية تشير إلى أن جزءاً مهماً من هذا الصعود الاسمي يتصل بارتفاع الأسعار.

حصة المنصات من هذا الإجمالي، مع احتساب الذهب، انتقلت من 1.7% في 1397 إلى 4.8% في 1403، ومن 2.3% إلى 5.6% إذا استبعد الذهب. بالأسعار الثابتة لسنة 1403 بلغت مبيعات المنصات 89.5 ألف مليار تومان، والتقدير الوسطي للتجارة عبر إنستغرام 88.8.

89.5

ألف مليار تومان

مبيعات المنصات الحقيقية، بأسعار 1403 ومع الذهب

جدول 14 · صفحة 79 PDF

4.8%

5.6% دون الذهب

حصة المنصات من إجمالي التجزئة في 1403

صفحة 36 PDF

1857.7

ألف مليار تومان

إجمالي التجزئة المقاسة في 1403، دون الغذاء والخدمات

جدول 10 · صفحة 29 PDF

47.7%

من مبيعات المنصات

حصة محافظة طهران في 1403، وهي ما زالت مركز الثقل

صفحتا PDF و40 6

25%

كانت 2% في 1399

حصة الشراء الآجل (BNPL) من قيمة مبيعات المنصات في 1403

صفحتا PDF و81 45

88.8

ألف مليار تومان

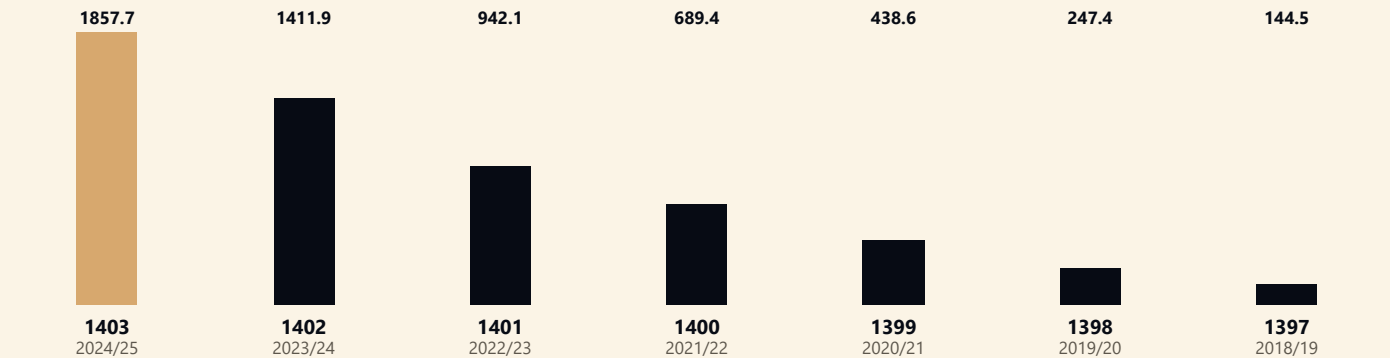
التقدير الوسطي لتجارة متاجر إنستغرام في 1403

جدول 14 · صفحة 79 PDF

الوحدة: في المصدر «همت» = هزار ميليارد تومان، أي ألف مليار تومان. السنة الشمسية 1403 تمتد تقريباً من آذار/مارس 2024 إلى آذار/مارس 2025. المبالغ في هذا الملخص تبقى بالتومان كما وردت.

02 حجم السوق وحصة البيع عبر الإنترنت

السلسلة أدناه اسمية، من الجدول 10. كل عمود يجمع خمسة أبواب: الأسر، والشركات، ونقابات السوق (الأصناف)، والتعاونيات، والحكومة. الأغذية والمطاعم وخدمات السكن والاتصال خارجة من هذا المقام. الصعود من 144.5 إلى 1857.7 ألف مليار تومان محسوب بالقيم الجارية.



ألف مليار تومان، أسعار جارية. طول العمود نسبة من سنة 1403 فقط.

الشكل 1 — إجمالي التجزئة المقاسة في إيران. المصدر: جدول 10، تقرير التجارة الإلكترونية في إيران 1403، صفحة 29 PDF.

02.1 حصة المنصات ما زالت خانة واحدة

بين 1397 و1403 ارتفعت الحصة في التعريفين معاً. مع الذهب بلغت 4.8% في 1403، ودونه 5.6%.



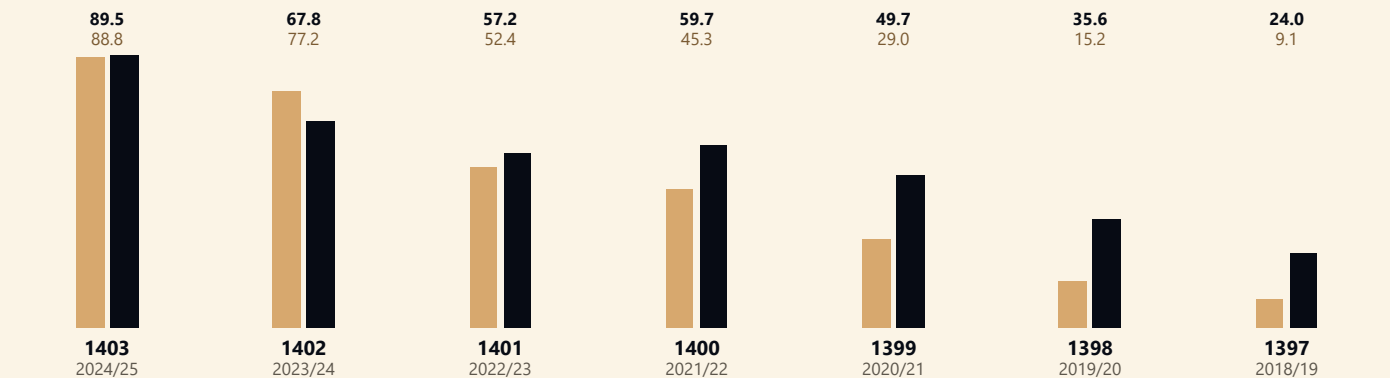
الشكل 2 — حصة منصات الجمعية من إجمالي التجزئة (المقام دون السلع سريعة الاستهلاك). المصدر: صفحة 36 PDF. في مقارنة السنة 2023 داخل التقرير: إيران 4.5% دون الذهب، الإمارات 10.5%، الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 6%؛ والمتوسط العالمي في 2024 بلغ 22.5% (صفحة 38 PDF).

03 النمو والسداد والجغرافيا

بالأسعار الثابتة لسنة 1403، صعدت مبيعات المنصات من 24.0 ألف مليار تومان في 1397 إلى 89.5 في 1403، والتقدير الوسطي لإنستغرام من 9.1 إلى 88.8. في مطلع الفترة كانت المنصات نحو 2.7 أضعاف ذلك التقدير. النمو السنوي المركب نحو 24.5% للمنصات (مع الذهب) و46.3% للتجارة الاجتماعية.

سنة 1401 كسرت المسار: المنصات -4.2%، والتجارة الاجتماعية 15.6%. في 1402 نما الطرفان 18.5% و47.4% في 1403 انقلب الترتيب: المنصات 32.0% وإنستغرام 15.0%. دون الذهب، كان نمو المنصات في 1402 ثم 1403 هو 14% ثم 23%.

■ منصات الجمعية ■ متاجر إنستغرام



الرقم الأعلى للمنصات والأسفل لإنستغرام. ألف مليار تومان، أسعار ثابتة لسنة 1403. طول العمود نسبة من 89.5.

الشكل 3 — مبيعات حقيقية. المصدر: جدول 14، صفحة 79 PDF. نطاق تقدير إنستغرام في 1403 هو 76.6 إلى 100.9، والعمود الذهبي يعرض الوسط 88.8 (صفحة 89 PDF).

03.1 الشراء الآجل والجغرافيا

حصة BNPL من قيمة مبيعات المنصات صعدت من 2% في 1399 إلى 25% في 1403، وبلغ القفز الواضح من 1402. الهاتف والذهب من أبرز فئات هذا السداد. نحو 47.7% من المبيعات وقعت في طهران. إجمالي شراء طهران عبر المنصات نحو 9 أضعاف ألبرز، بينما نصيب الفرد حوالي ضعفين فقط (2.9 مقابل 1.48 مليون تومان)، أي أن السكان يفسرون كثيراً من الفجوة. جيلان ثلاثة بنصيب 1.03 مليون تومان. أسر طهران تخصص أكثر من 5% من إنفاقها لهذه المنصات، وهي الأولى بين المحافظات.

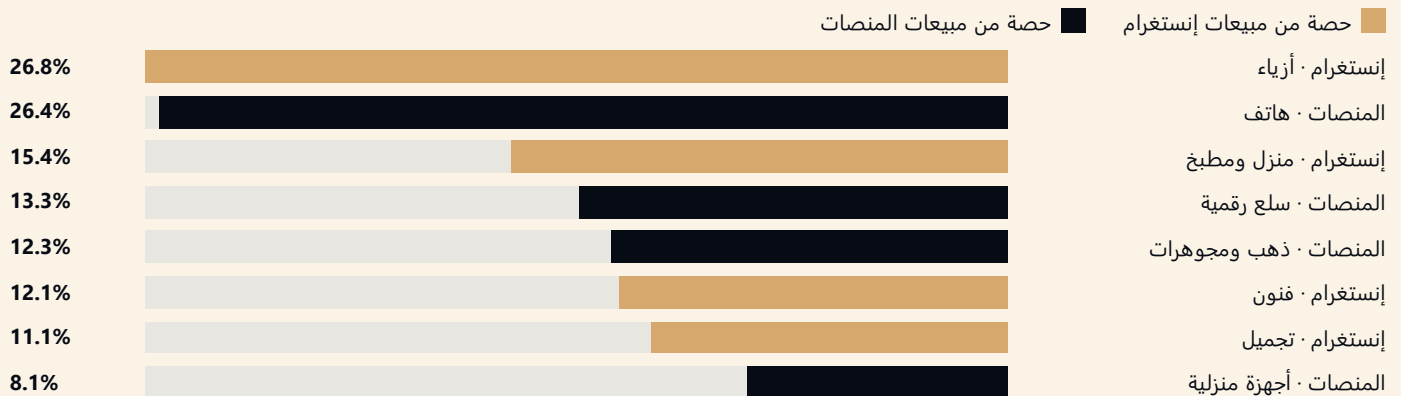


الشكل 4 — متوسط شراء الفرد من منصات الجمعية في 1403، مليون تومان. المصدر: صفحات 41 و 6. بعد طهران تأتي ألبرز وأصفهان وخراسان الرضوية في حجم المبيعات (صفحة 40 PDF).

04 التجارة الاجتماعية وإنستغرام

رصدت الدراسة نحو 130 ألف متجر إنستغرام ناشط بالفارسية بين 1397 و1403. التقرير يذكر أكثر من 31 مليون مستخدم نشط للمنصة، أي أكثر من 50% ممن بلغوا 18 عاماً. الطلب يُكتشف داخل الشبكة، والدفع يتم غالباً خارجها. القيمة الوسطية للسوق في 1403 هي 88.8 ألف مليار تومان داخل نطاق 76.6-100.9.

الأزياء أكبر فئة: 24.1 ألف مليار تومان (26.8% من مبيعات المتاجر)، أي أكثر من خمسة أضعاف مبيعات الأزياء على المنصات (4.4). أربع فئات — الأزياء، المنزل والمطبخ، المنتجات الفنية والخيالية، والتجميل — تبلغ معاً 58.8 ألف مليار تومان، أي 65.4% من سوق إنستغرام. على المنصات المحرّك مختلف: الهاتف المحمول نحو 23.6 ألف مليار تومان (26.4% من 89.5).



الشكل 5 — أكبر الفئات داخل كل قناة في 1403، لا حصصاً من سوق واحدة. المصدر: جدول 15، صفحة 82 PDF.

04.1 من يدير هذه المتاجر

57.3% من الأعمال لديها محل أو نقطة حضورية، و42.7% تعمل عبر الإنترنت فقط. نحو 33% من الصفحات في طهران، ثم خراسان الرضوية نحو 6.5%، وأصفهان نحو 5.7%، وأذربيجان الشرقية نحو 4.6%، وفارس نحو 4.5%. النساء 51.7% من أصحاب المتاجر في المسح والرجال 48.3%. أكثر من 80% من المجيبين وُلدوا في عقدي 1360 و1370، ونحو 51% في عقد 1360. نحو 50% يحملون بكالوريوس أو أعلى. 1% الأكبر من المتاجر يستأثر بـ14.2% من المبيعات.

05 دلالة النتائج

تحليل مركز الابتكار والتيسير جسر — مستقل عن نص الجمعية

لماذا يهتم هذا قطاع الأعمال العراقي؟

القارئ العراقي يجد هنا قياساً إيرانياً للقناتين اللتين يلتقيهما التاجر عند الحدود: منصة مركزية كبيرة، وطبقة واسعة من متاجر التواصل. الحجمان الحقيقيان في 1403 شبه متساويين (89.5 و 88.8 ألف مليار تومان)، والسلعة التي تتحرك في كل قناة مختلفة. هذا فرق تشغيلي، لا مجرد فرق في حجم السوق.

الشراكة والمخاطر

47.7% من مبيعات المنصات ما زالت في طهران، مع إشارة إلى تراجع في التركيز. 57.3% من متاجر إنستغرام لها نشاط حضوري، فالنموذج الشائع هجين. القياس يغطي تسع شركات أعضاء ونطاقاً لا نقطة واحدة لإنستغرام (76.6-100.9). أي شراكة تُسعر بهذه الأرقام تبدأ بسؤال عن التغطية.

شركات الدفع

BNPL صار 25% من قيمة مبيعات المنصات في 1403 بعد أن كان 2% في 1399. الجمعية تعرضه عاملاً ممكناً في تعافي البيع، وتذكر ميزة المنصة الرسمية في الربط بشبكة الدفع. لجسر، هذا مؤشر لمن يصمم شراكة تقسيط مع بائع إيراني: التقسيط حاضر في الرقم، وإثبات أنه سبب النمو وحده غير وارد في المصدر.

تجار التجزئة والاستيراد

الأزياء على إنستغرام 24.1 ألف مليار تومان، أكثر من خمسة أضعاف الفئة نفسها على المنصات (4.4). من يصدر ملابساً أو تجميلاً أو سلعاً منزلية بصرية يجد الطلب موصوفاً داخل المتاجر الاجتماعية. الهاتف والسلع الرقمية والذهب أثقل على المنصة. اتفاق التوزيع يُبنى على القناة لا على «السوق الإلكتروني» ككتلة واحدة.

منهج المصدر وحدود هذا الملخص

الأرقام من تقرير الجمعية عن السنوات 1397-1403، بتصنيف من 15 مجموعة سلعية وبيانات تسع شركات. الإجمالي الاسمي من الجدول 10 (صفحة 29). جملة الخلاصة في صفحة 5 PDF تذكر إجماليتين 1648.6 و 1219.2 — يُرجى التحقق من الرقم في المصدر — وهما لا يطابقان جدول 10، لذلك لم يُعتمد رقمياً للنشر في الأشكال. حصة الإنترنت من صفحة 36 (4.8% و 5.6%)، لا من رقم صفحة 5 الذي سقطت فاصلته. سلسلة الشكل 3 حقيقية بأسعار 1403، ووسط إنستغرام متوسط حدّين. المسح هاتفي ورسائلي مع نمذجة إحصائية، والصفحات التي أغلقت قبل الجمع قد لا تظهر في السلسلة القديمة. جسر نقل الأرقام المنشورة وأبقى الوحدة: ألف مليار تومان.

گزارش تجارت الکترونیک ایران ۱۴۰۳

تقرير التجارة الإلكترونية في إيران 1403

الناشر: انجمن تجارت الکترونیک تهران — جمعية التجارة الإلكترونية في طهران · سنوات البيانات 1397-1403

الرابط: <https://etchamber.ir/1403-2>

ملخص عربي من إعداد جسر — مركز الابتكار والتيسير، jisr.ir. هذا الموجز لقارئ الأعمال العراقي، وهو ليس الترجمة الحرفية للتقرير الأصلي.