

we  
are  
social

# DIGITAL2023

خلاصه گزارش دیجیتال 2023

 **Lavan**  
Lavan Bekridea Marketing Agency

آیمارکتور 

جهان

ورود به

۲۰۲۳  
;) Lavan

## نکات مهم دیجیتال

جمعیت کل

8.01  
BILLION

URBANISATION

57.2%

افراد دارای تلفن همراه

5.44  
BILLION

vs. POPULATION

68.0%

کاربران اینترنت

5.16  
BILLION

vs. POPULATION

64.4%

کاربران فعال فضای مجازی

4.76  
BILLION

vs. POPULATION

59.4%

## رشد دیجیتال

جمعیت کل



+0.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+67 MILLION

افراد دارای تلفن همراه



+3.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+168 MILLION

کاربران اینترنت



+1.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+98 MILLION

کاربران فعال فضای مجازی



+3.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+137 MILLION

## دنیای دیجیتال در ۲۰۲۳

جمعیت جهان در ۱۵ نوامبر ۲۰۲۲ از ۸ میلیارد نفر گذشت و در آغاز سال ۲۰۲۳ به ۸.۰۱ میلیارد نفر رسید. اکنون کمی بیش از ۵۷ درصد از جمعیت جهان در مناطق شهری زندگی می کنند.

در مجموع ۵.۴۴ میلیارد نفر در اوایل سال ۲۰۲۳ از تلفن همراه استفاده می کنند که معادل ۶۸ درصد از کل جمعیت جهان است. کاربران منحصر به فرد تلفن همراه در سال گذشته با ۱۶۸ میلیون کاربر جدید در طول ۱۲ ماه، بیش از ۳ درصد افزایش یافته اند.

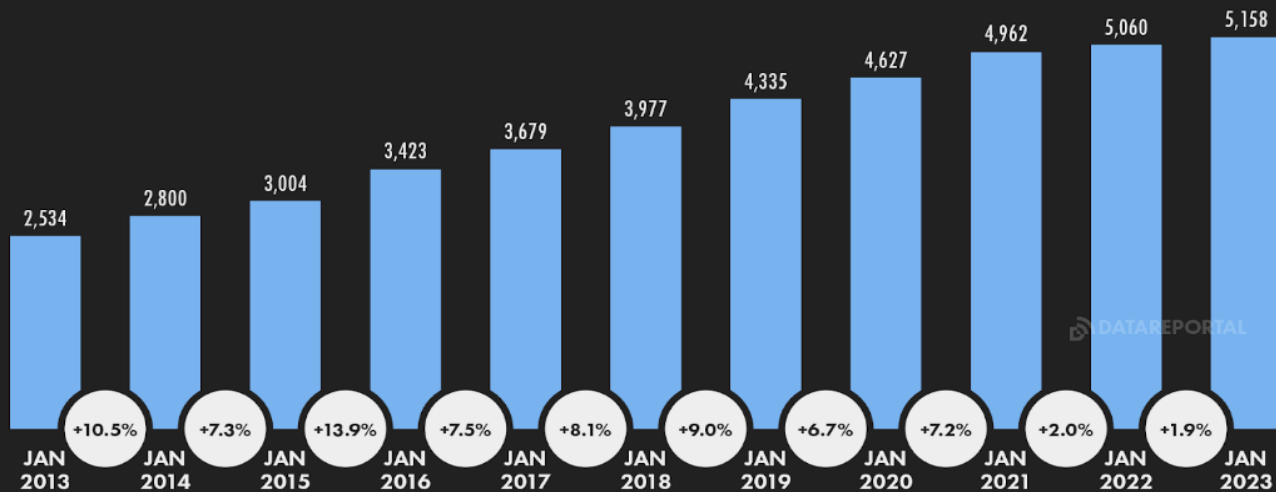
امروزه ۵.۱۶ میلیارد کاربر اینترنت در جهان وجود دارد، به این معنی که ۶۴.۴ درصد از کل جمعیت جهان اکنون آنلاین هستند. که این آمار در ۱۲ ماه گذشته ۱.۹ درصد افزایش یافته است. در حال حاضر ۴.۷۶ میلیارد کاربر شبکه های اجتماعی در سراسر جهان وجود دارد که معادل ۶۰ درصد از کل جمعیت جهان است. رشد کاربران رسانه های اجتماعی در ماه های اخیر کند شده است، با اضافه شدن خالص ۱۳۷ میلیون کاربر جدید در سال جاری که معادل رشد سالانه تنها ۳ درصد است.

JAN  
2023

## کاربران اینترنت در طول زمان



GLOBAL OVERVIEW

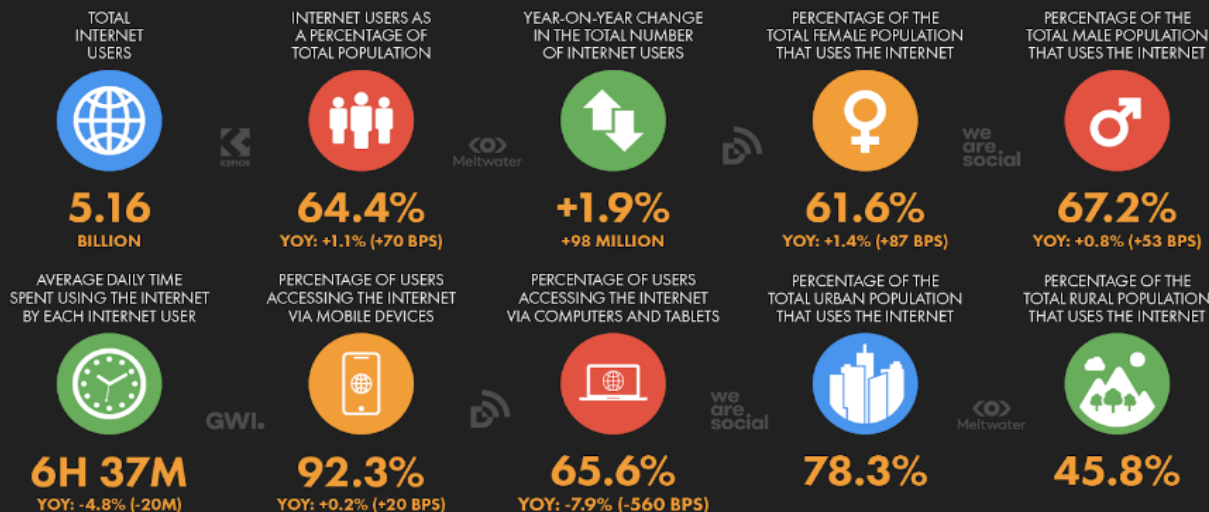


JAN  
2023

## بررسی کاربران اینترنت



GLOBAL OVERVIEW



## دنیای دیجیتال در ۲۰۲۳

آخرین آمار جهانی اینترنت به ۵.۱۶ میلیارد کاربر رسیده است که معادل ۶۴.۴ درصد از کل جمعیت جهان است؛ در واقع تنها ۹۸ میلیون نسبت به سال ۲۰۲۲ افزایش یافته است.

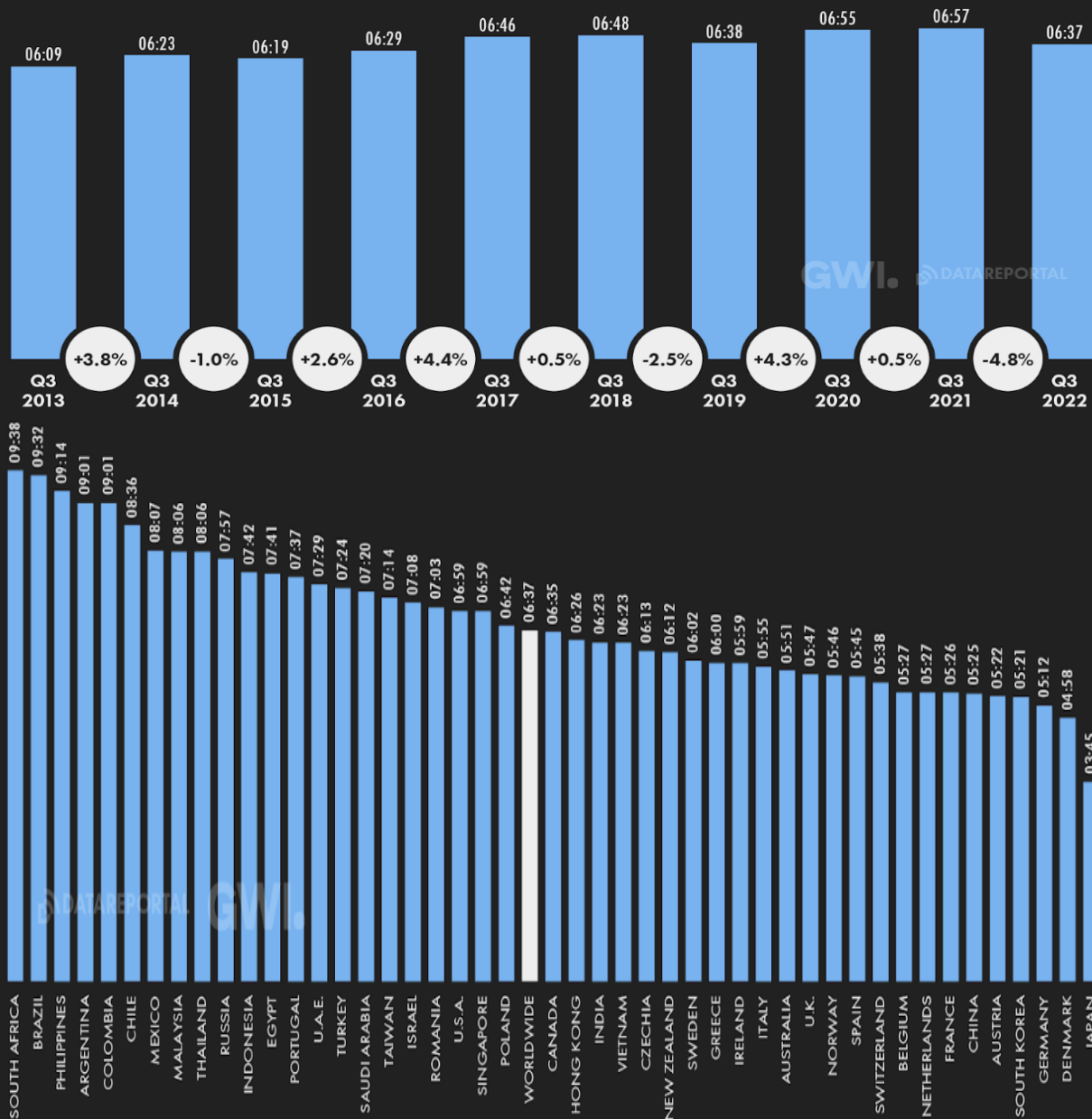
این به معنای رشد سالانه کمتر از ۲ درصد است که به طور قابل توجهی کندتر از نرخ رشدی است که در طول دهه ۲۰۱۰ شاهد بودیم.

روندهای فعلی نشان می دهد که نزدیک به دو سوم جمعیت جهان باید تا پایان سال ۲۰۲۳ آنلاین باشند. حدود ۶۵.۶ درصد از کاربران اینترنت در حال حاضر از دسکتاپ و تبلت استفاده می کنند با اینکه مالکیت کامپیوتر رو به کاهش است ولی دو سوم جمعیت جهان هنوز از آن استفاده می کنند و ۹۲.۳ درصد از تلفن همراه استفاده می کنند.

# کاهش زمان صرف شده در آنلاین

میزان زمانی که ما آنلاین هستیم ۴.۸ درصد سال به سال کاهش یافته است. کاربر معمولی، میزان زمانی را که صرف استفاده از اینترنت می‌کند، ۲۰ دقیقه در روز کاهش داده است.

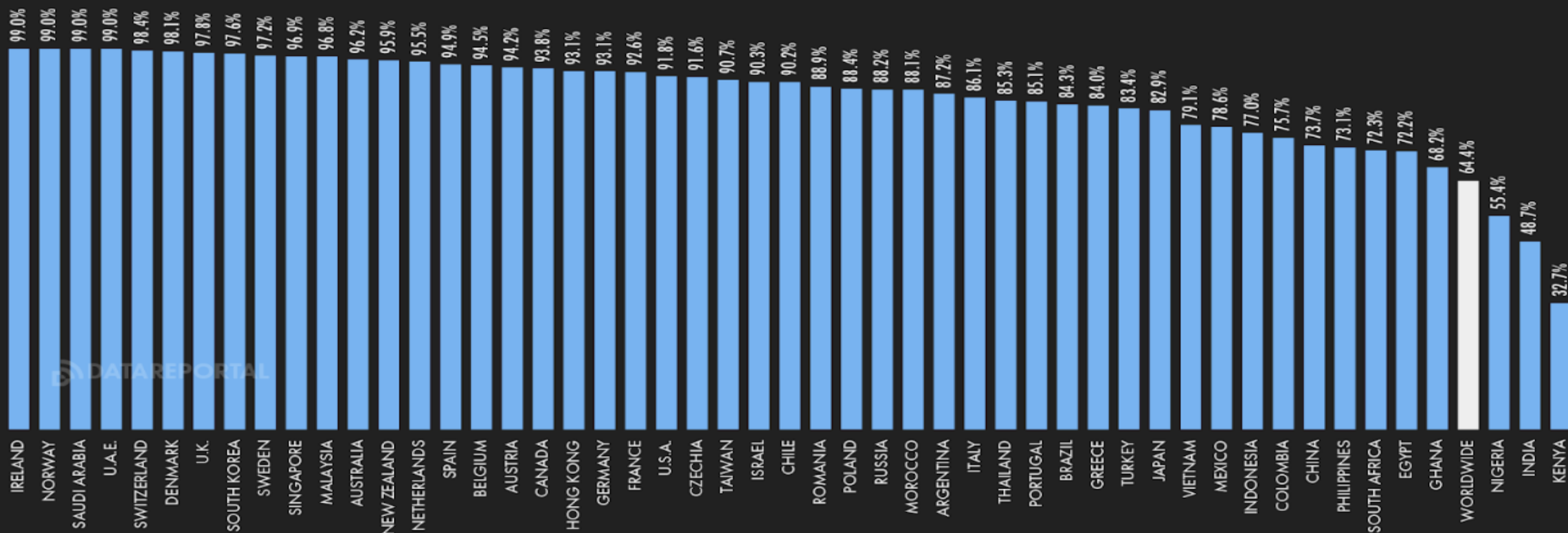
سال پیش، داده‌ها نشان داد که کاربران اینترنت به طور متوسط تقریباً ۷ ساعت در روز را آنلاین می‌گذرانند، اما در آخرین موج تحقیقات این میزان به ۶ ساعت و ۳۷ دقیقه در روز کاهش یافته است. با ۹ ساعت و ۳۸ دقیقه، بیشترین زمان را آفریقای جنوبی به خود اختصاص داده است و شاید جالب باشد که این عدد برای ژاپن تنها ۳ ساعت و ۴۵ دقیقه است.



# بیشترین نفوذ اینترنت در کشورهای جهان ۲۰۲۳

استفاده از دیجیتال هنوز در سراسر جهان به طور معناداری متفاوت است. ۵۵ کشور اکنون بیش از ۹۰ درصد از نرخ پذیرش اینترنت برخوردار هستند. اما آنچه عجیب است، پذیرش اینترنت در سراسر آمریکای شمالی در واقع کمتر از پذیرش اینترنت در سراسر اتحادیه اروپا و بریتانیا است.

تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که ۹۱.۸ درصد از جمعیت ایالات متحده امروز آنلاین هستند که این کشور را در رده ۴۵ در سطح جهانی قرار می‌دهد. علاوه بر این، آمریکای شمالی تنها ۶.۷ درصد از کل جمعیت اینترنت جهان را تشکیل می‌دهد.



# کمترین نفوذ اینترنت در کشورهای جهان ۲۰۲۳

کره شمالی در رتبه آخر این رتبه بندی جهانی قرار دارد و اینترنت همچنان برای شهروندان عادی در این ایالت منزوی آسیای شمالی مسدود است. داده ها نشان می دهد که کمتر از ۱۰ درصد از جمعیت سودان جنوبی و سومالی امروزه از اینترنت استفاده می کنند و این کشورها را بالاتر از کره شمالی قرار می دهد.

هند بزرگترین جمعیت بدون ارتباط اینترنتی جهان را در خود جای داده است و داده ها نشان می دهد که ۷۳۰ میلیون نفر در هند هنوز در آغاز سال ۲۰۲۳ از اینترنت استفاده نمی کنند و چین دومین جمعیت بدون ارتباط اینترنتی بزرگ جهان است با نرخ پذیرش اینترنت بیش از ۷۰ درصد ، تقریباً ۳۷۵ میلیون نفر در سراسر کشور چین هنوز آنلاین نیستند.

## کشور های پر جمعیت بدون ارتباط اینترنتی

01	INDIA	730,027,000	51.3%
02	CHINA	374,709,000	26.3%
03	PAKISTAN	150,779,000	63.3%
04	BANGLADESH	105,138,000	61.1%
05	ETHIOPIA	104,073,000	83.3%
06	NIGERIA	98,635,000	44.6%
07	DEM. REP. OF THE CONGO	77,568,000	77.1%
08	INDONESIA	63,514,000	23.0%
09	TANZANIA	45,456,000	68.4%
10	KENYA	36,699,000	67.3%

## کمترین نفوذ اینترنت در کشورها

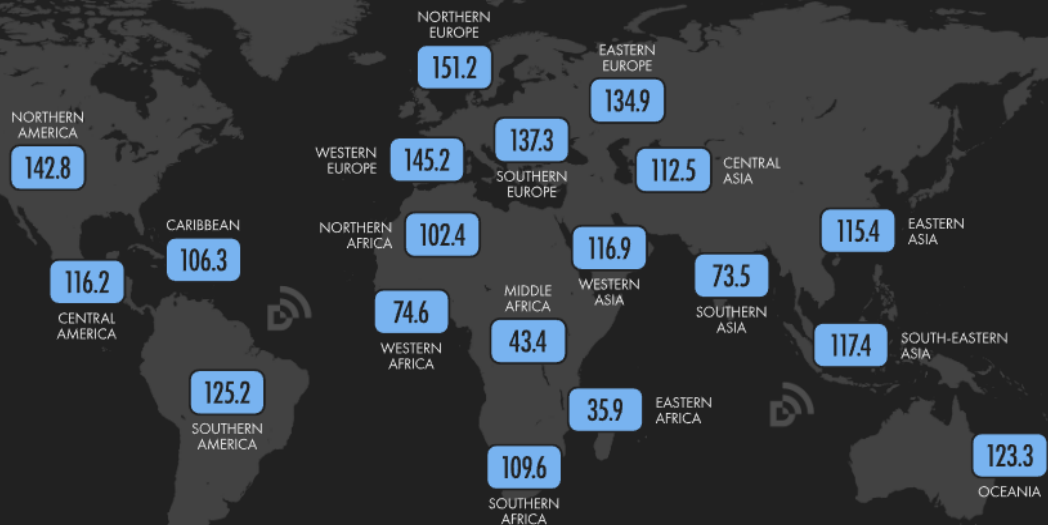
01	NORTH KOREA <sup>1</sup>	>99.9%	[BLOCKED]
02	SOUTH SUDAN	93.0%	10,223,000
03	SOMALIA	90.2%	16,108,000
04	BURUNDI	89.8%	11,734,000
05	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	89.4%	5,058,000
06	ETHIOPIA	83.3%	104,073,000
07	CHAD	82.1%	14,776,000
08	AFGHANISTAN	81.6%	34,008,000
09	MADAGASCAR	80.3%	24,061,000
10	MOZAMBIQUE	79.3%	26,504,000

JAN 2023

# INTERNET ADOPTION: INDEXED SHARE

COMPARING EACH REGION'S SHARE OF GLOBAL INTERNET USERS WITH EACH REGION'S RESPECTIVE SHARE OF THE GLOBAL POPULATION

GLOBAL OVERVIEW

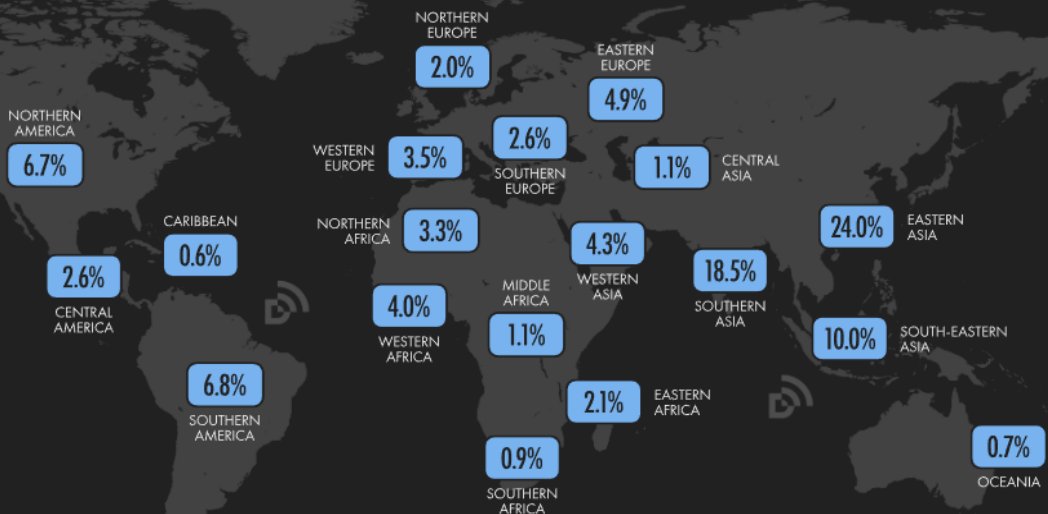


JAN 2023

# SHARE OF GLOBAL INTERNET USERS

INTERNET USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL GLOBAL INTERNET USERS

GLOBAL OVERVIEW



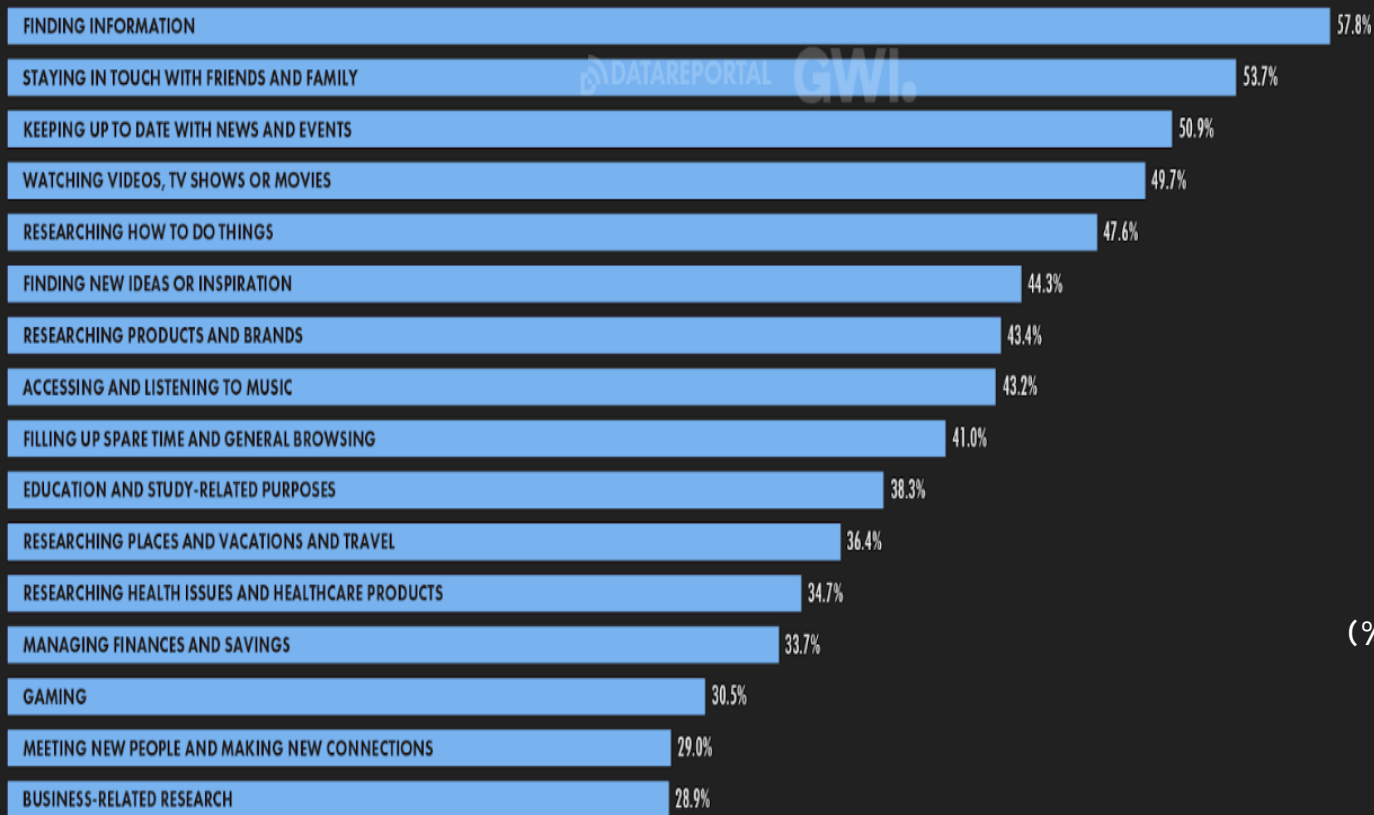
## نفوذ اینترنتی جهانی

کشورهای آسیای شرقی با ۲۴ درصد ، بیشترین نفوذ اینترنت را داشته اند و بسیار عجیب است که آمریکای شمالی در حالی که بیشترین سهم عددی بازار که ۱۴۲.۸ است تنها ۶.۷ درصد را به خود اختصاص داده است



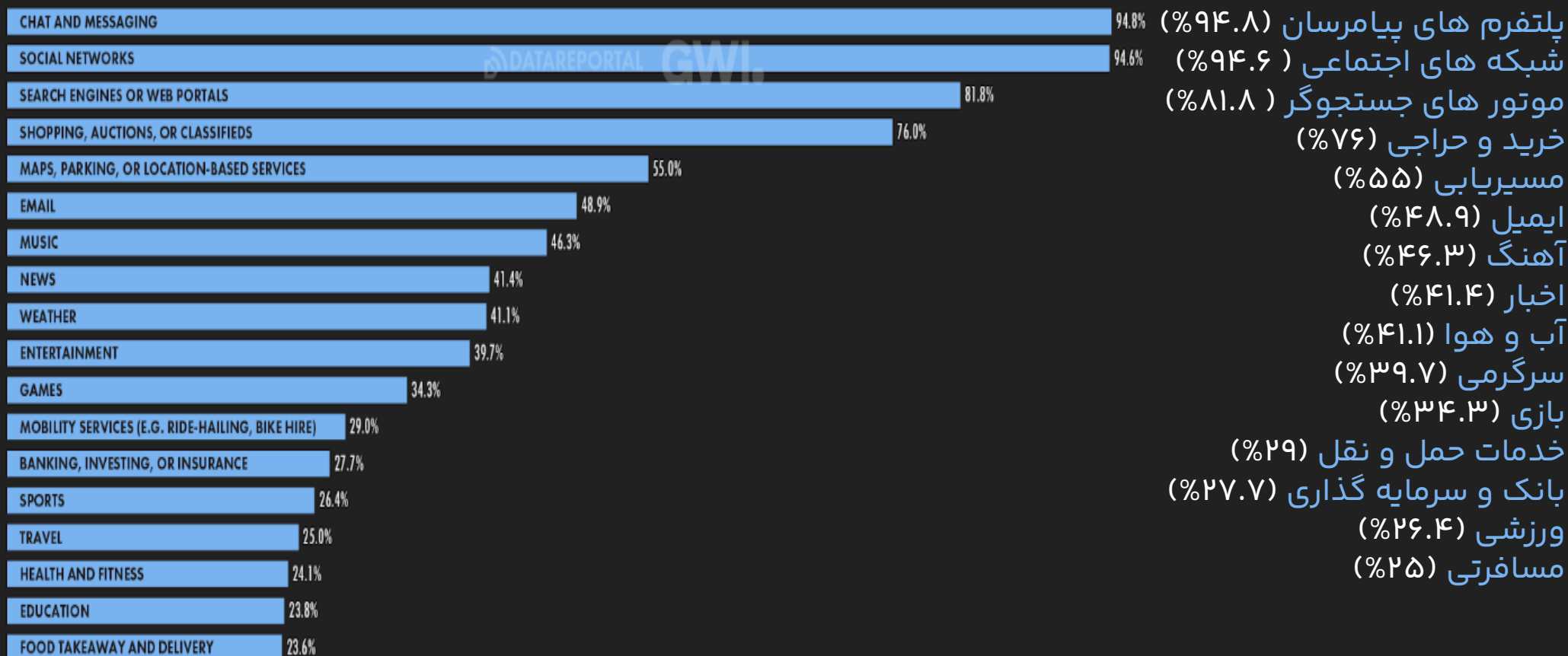


# اصلی ترین دلایل استفاده از اینترنت



جستجوی اطلاعات (۵۷.۸ درصد)  
برقراری ارتباط با دوستان و خانواده (۵۳.۷٪)  
به روز ماندن از اخبار و رویدادهای جاری (۵۰.۹٪)  
تماشای فیلم (۴۹.۷٪)  
تحقیق راجع به چگونگی انجام کارها (۴۷.۶٪)  
پیدا کردن ایده و الهامات جدید (۴۴.۳٪)  
جستجوی محصول و برند (۴۳.۴٪)  
گوش دادن موزیک (۴۳.۲٪)  
سرگرمی و پر کردن وقت (۴۱٪)  
تحصیل و یادگیری دروس (۳۸.۳٪)  
جستجوی مکان برای سفر (۳۶.۴٪)  
تحقیق درباره مشکلات سلامتی و محصولات (۳۴.۷٪)  
مدیریت مالی و سرمایه گذاری (۳۳.۷٪)  
بازی (۳۰.۵٪)  
ملاقات با افراد جدید (۲۹٪)

# پرکاربردترین وبسایت های مشاهده شده و اپلیکیشن ها در ۲۰۲۳



# تغییر در رفتارهای خرید آنلاین

داده ها نشان می دهد از تعداد جمعیت ۴.۱۱ میلیارد نفری که در سال ۲۰۲۲ خرید های خود را آنلاین انجام داده اند کانال های آنلاین تنها ۱۷.۱ درصد از هزینه های خرده فروشی جهانی را در سال گذشته به خود اختصاص داده اند.

اکنون که اکثر مردم در انتخاب کانال های خرده فروشی آزادی بیشتری دارند، می توانیم انتظار داشته باشیم که ترکیبی از خرید آنلاین و آفلاین را بپذیرند.

بیشترین خرید آنلاینی که مشتری انجام داده است در رتبه اول ، فشن با ۸۷۱.۲ میلیارد است و کمترین سهم را رسانه های فزیک با ۱۴۳.۸ میلیارد به خود اختصاص داده است.

JAN  
2023

## بررسی محصولات مصرفی



NUMBER OF PEOPLE PURCHASING CONSUMER GOODS VIA ONLINE CHANNELS IN 2022



4.11  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+8.3% (+315 MILLION)

ESTIMATED TOTAL ANNUAL SPEND ON ONLINE CONSUMER GOODS PURCHASES (USD, 2022)



\$3.59  
TRILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-6.5% (-\$250 BILLION)

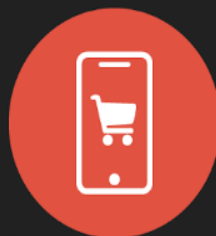
AVERAGE ANNUAL REVENUE PER CONSUMER GOODS ECOMMERCE USER (USD, 2022)



\$873

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-13.7% (-\$138)

SHARE OF 2022 CONSUMER GOODS ECOMMERCE SPEND ATTRIBUTABLE TO PURCHASES MADE VIA MOBILE PHONES



59.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+1.2% (+71 BPS)

2022 ONLINE PURCHASES vs. TOTAL CONSUMER GOODS PURCHASE VALUE ACROSS ALL RETAIL CHANNELS



17.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+4.4% (+72 BPS)

JAN  
2023

# دسته‌بندی کالاهای مصرفی

ESTIMATED ANNUAL SPEND IN EACH CONSUMER GOODS ECOMMERCE CATEGORY (B2C ONLY, U.S. DOLLARS, FULL-YEAR 2022)



GLOBAL OVERVIEW

## فشن و مد



statista

**\$871.2**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-2.4% (-\$21 BILLION)

## الکترونیک



**\$765.7**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-17.1% (-\$158 BILLION)

## اسباب بازی و سرگرمی



statista

**\$601.7**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-2.7% (-\$17 BILLION)

## مبلمان



**\$387.7**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-12.3% (-\$54 BILLION)

## مراقبت های شخصی و خانگی



Meltwater

**\$368.2**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-1.7% (-\$6.3 BILLION)

## غذا



statista

**\$244.0**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+6.9% (+\$16 BILLION)

## نوشیدنی



we are social

**\$207.9**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+0.5% (+\$1.1 BILLION)

## رسانه های فیزیکی



**\$143.8**  
BILLION

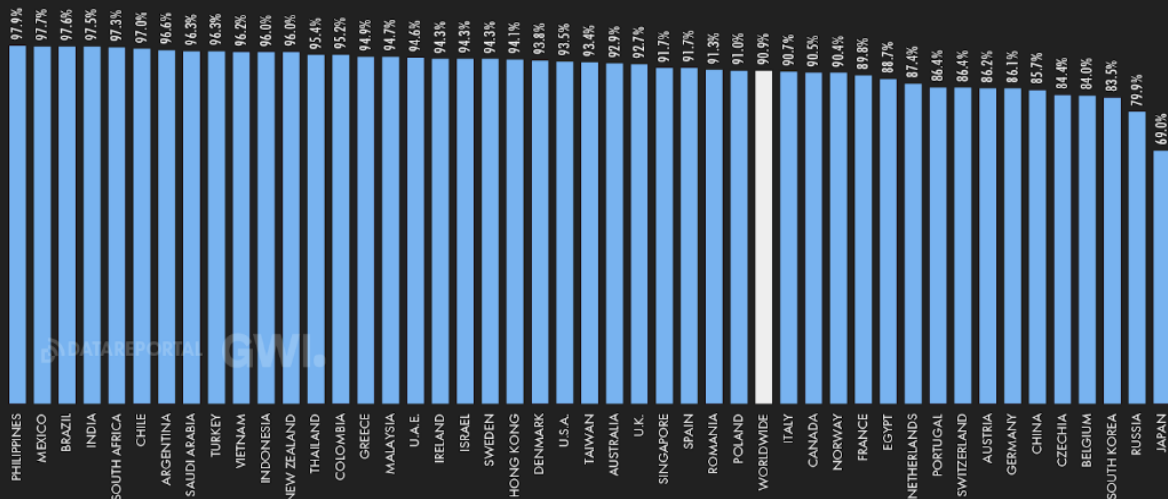
YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-7.2% (-\$11 BILLION)

JAN  
2023

## تماشای محتوای تلویزیونی با اینترنت



GLOBAL OVERVIEW

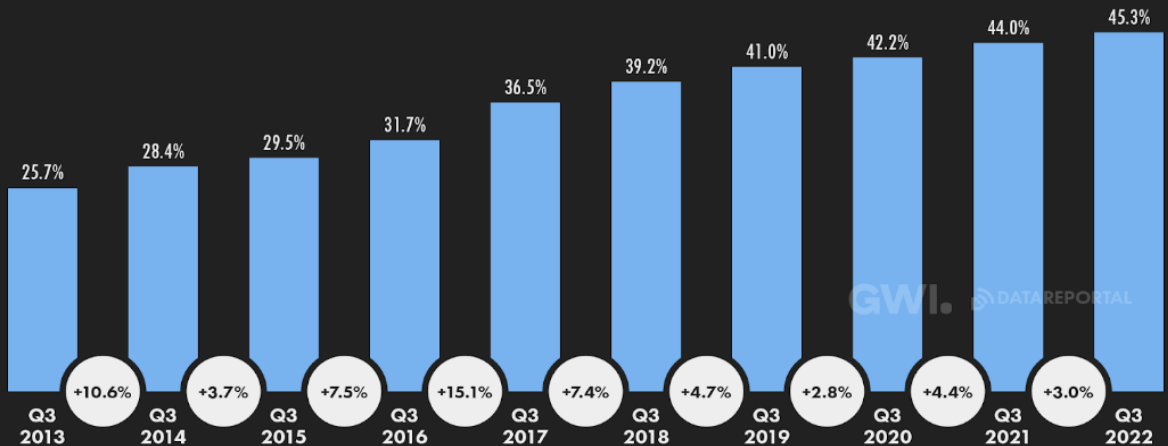


JAN  
2023

## تماشای تلویزیون در طول زمان



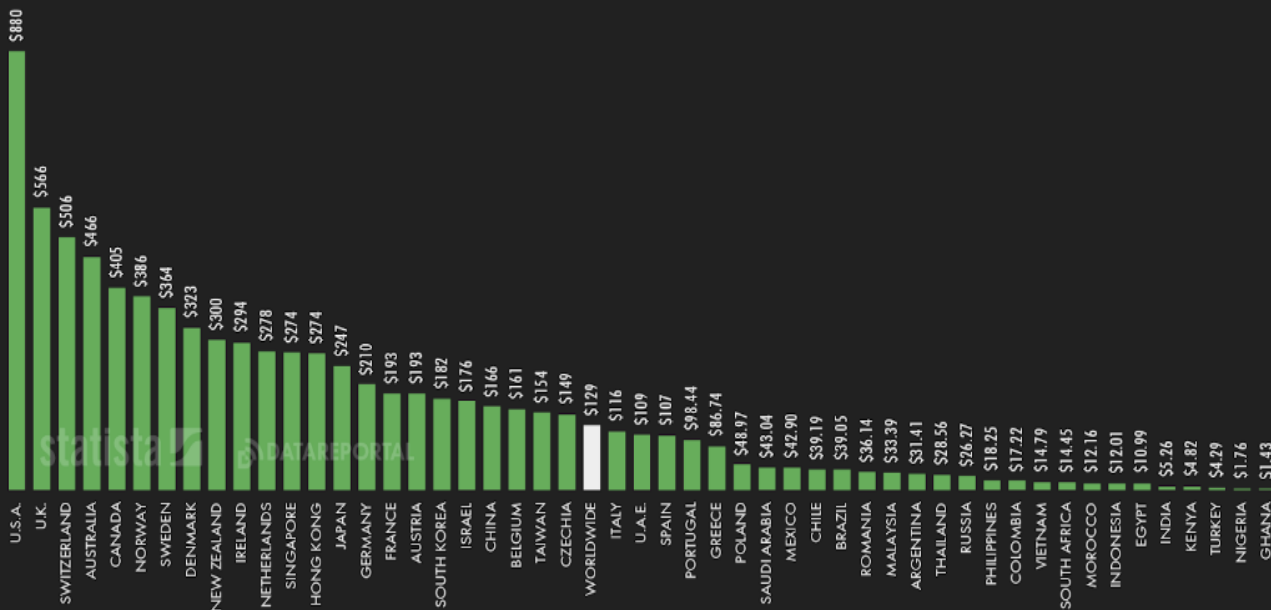
GLOBAL OVERVIEW



## تغییرات در تبلیغات تلویزیونی

در سن ۱۶ تا ۶۴ در اقتصادهای بزرگ جهانی ، محتوای تلویزیونی و فیلم‌ها را از طریق اینترنت تماشا می کنند که با رشد ۳٪ سال به سال به ۴۵.۳٪ رسیده است.

تحقیقات نشان می دهد که کمتر از ۱ از هر ۳ کاربر اینترنت بین ۱۶ تا ۶۴ سال در حال حاضر هر ماه هزینه اشتراک پخش فیلم یا تلویزیون را پرداخت می کند.



## افزایش بودجه تبلیغات دیجیتال

سهم دیجیتال از کل هزینه تبلیغات جهانی نسبت به سال ۲۰۱۹، ۲۷.۷ درصد افزایش یافته است. از ۵۷.۴ درصد در سال ۲۰۱۹ به ۷۳.۳ درصد در سال ۲۰۲۲ رسیده است که از عمده دلایل آن کوید ۱۹ بوده است.

درآمد تبلیغات دیجیتال در طول ۳ سال گذشته به میزان ۷۸ درصد افزایش یافته است، از کمتر از ۳۷۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹، به بیش از ۶۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسید.

هزینه تبلیغات دیجیتال بین کشورها به طور قابل توجهی متفاوت است تجزیه و تحلیل از داده‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌ها مجموعاً سالانه ۸۸۰ دلار برای هر کاربر اینترنت برای دستیابی به مخاطبان آنلاین در ایالات متحده در سال ۲۰۲۲ هزینه می‌کنند.

برندها سال گذشته تنها ۵.۲۶ دلار به ازای هر کاربر اینترنت برای دستیابی به مخاطبان آنلاین در هند سرمایه گذاری کردند و این رقم به ۱.۴۳ دلار برای هر کاربر در غنا کاهش یافت.

# زمان سپری شده روزانه در رسانه‌ها

به طور میانگین روزانه در جهان ۶ ساعت و ۳۷ دقیقه در اینترنت می‌گذرد.



۳ ساعت و ۲۳ دقیقه را روزانه به طور میانگین در حال تماشای تلویزیون هستند.



روزانه میانگین ۲ ساعت و ۳۱ دقیقه در رسانه های اجتماعی می‌گذرد .



به طور میانگین روزانه در جهان ۱ ساعت و ۱۴ دقیقه را با کنسول های بازی می‌گذرانند .



۱ ساعت و ۳۸ دقیقه را روزانه به طور میانگین در حال گوش دادن به آهنگ هستند.



۱ ساعت و ۲ دقیقه را روزانه به طور میانگین در حال شنیدن پادکست هستند.



# ابزارهایی که دسترسی به اینترنت دارند

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH KIND OF DEVICE TO ACCESS THE INTERNET



## تلفن همراه



92.3%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+0.2% (+20 BPS)

GWI.

## کامپیوتر و دسکتاپ



65.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-7.9% (-560 BPS)

Meltwater

## تلفن همراه هوشمند

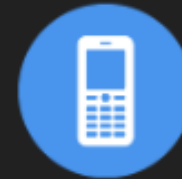


91.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+0.3% (+30 BPS)

GWI.

## تلفن همراه غیر هوشمند



5.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+4.0% (+20 BPS)

KEPIOS

## تبلت



27.3%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-3.2% (-90 BPS)

## لپ تاپ شخصی



59.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-8.4% (-540 BPS)

we are social

## لپ تاپ کاری



28.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-2.7% (-80 BPS)

GWI.

## تلویزیون هوشمند



31.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+4.9% (+150 BPS)

GWI.

## ابزار های هوشمند خانگی



15.4%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+11.6% (+160 BPS)

GWI.

## کنسول های بازی

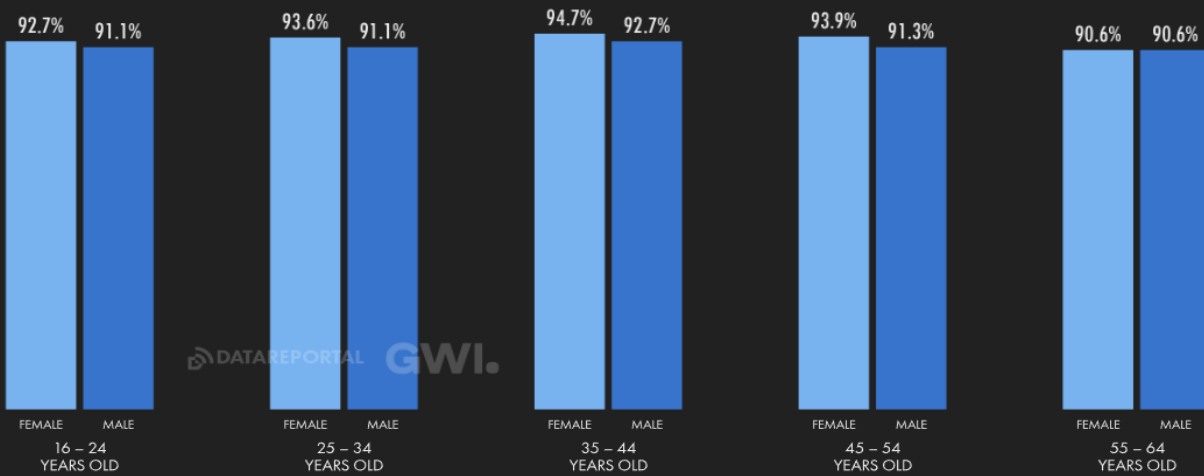


12.7%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+0.8% (+10 BPS)



**JAN 2023** استفاده از تلفن همراه متصل به اینترنت در سنین مختلف

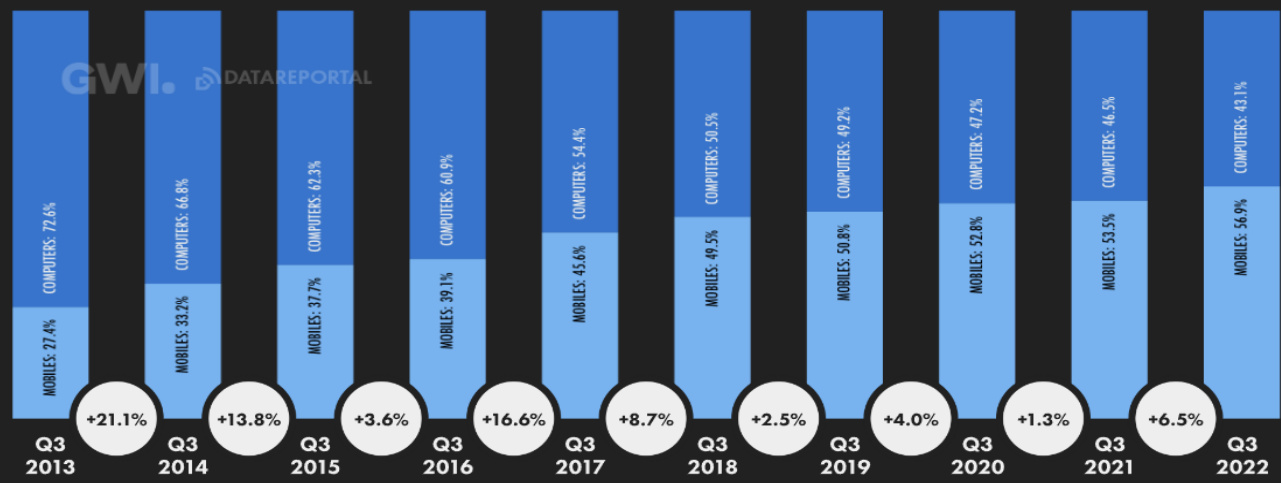


## دسترسی به اینترنت با تلفن همراه

زنان در سنین ۳۵ تا ۴۴ بیشترین استفاده از اینترنت را با تلفن همراه دارند و بعد از آن زنان ۴۵ تا ۵۴ ساله هستند و در مردان بیشترین استفاده را مردان ۳۵ تا ۴۴ ساله دارند و کمترین مقدار را افراد ۵۵ تا ۶۴ ساله به خود اختصاص داده اند.

با گذشت سال به سال، در ۲۰۲۲ با افزایش ۳ درصدی استفاده از موبایل و کاهش ۳ درصدی در استفاده روزانه کامپیوتر همراه بوده است.

**JAN 2023** فعالیت اینترنت روزانه بر اساس دستگاه ها



# سرعت اینترنت جهانی

## سریع ترین کشورها از نظر سرعت اینترنت تلفن همراه

01	QATAR	176.18	+79.6%	25.13	19
02	UNITED ARAB EMIRATES	139.41	+2.3%	21.60	20
03	NORWAY	131.54	+12.8%	18.81	27
04	SOUTH KOREA	118.76	+13.1%	16.19	44
05	DENMARK	113.44	+39.1%	18.89	19
06	CHINA	109.40	+12.7%	24.82	27
07	NETHERLANDS	109.06	+14.9%	16.15	23
08	MACAU	106.38	+159.0%	34.22	15
09	BULGARIA	103.29	+22.1%	20.15	20
10	BRUNEI	102.06	+64.5%	32.64	16

## کندترین کشورها از نظر سرعت اینترنت تلفن همراه

142	AFGHANISTAN	5.27	0%	2.10	31
141	VENEZUELA	5.71	-0.9%	3.32	37
140	CUBA	5.74	-62.8%	3.70	123
139	HAITI	6.30	-41.2%	4.53	26
138	PAPUA NEW GUINEA	6.75	[N/A]	8.14	42
137	GHANA	7.90	-2.1%	7.21	29
136	TAJIKISTAN	8.17	+7.9%	4.91	25
135	SYRIA	9.27	-18.9%	6.29	28
134	YEMEN	9.63	[N/A]	6.09	22
133	BELIZE	9.73	[N/A]	7.38	26

## ترافیک سایت‌ها با انواع دستگاه‌ها



### تلفن همراه

۵۹.۰۰٪ که نسبت به سال‌های گذشته ۹.۳٪ رشد کرده است



### لپ‌تاپ و دسکتاپ

۳۸.۹۹٪ که نسبت به سال‌های گذشته ۱۰.۴٪ کاهش کرده است



### تبلت

۱.۹۸٪ که نسبت به سال‌های گذشته ۱۹.۸٪ کاهش کرده است



### سایر ابزارها

۰.۰۲٪ که نسبت به سال‌های گذشته ۳۳.۳٪ کاهش کرده است

## رتبه بندی بهترین سایت های مشابه



#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	87.1 B	3.11 B	11M 09S	9
02	YOUTUBE.COM	34.3 B	1.94 B	21M 32S	12
03	FACEBOOK.COM	19.4 B	1.61 B	9M 58S	9
04	TWITTER.COM	6.91 B	966 M	10M 45S	10
05	INSTAGRAM.COM	6.39 B	1.04 B	7M 46S	11
06	BAIDU.COM	5.40 B	253 M	5M 43S	8
07	ALIEXPRESS.COM	5.08 B	156 M	3M 54S	3
08	WIKIPEDIA.ORG	5.02 B	1.03 B	7M 44S	6
09	YAHOO.COM	3.41 B	411 M	3M 44S	2
10	XVIDEOS.COM	3.08 B	408 M	9M 42S	9
11	WHATSAPP.COM	2.86 B	420 M	7M 15S	2
12	PORNHUB.COM	2.69 B	401 M	8M 21S	9
13	AMAZON.COM	2.49 B	473 M	8M 37S	11
14	XNXX.COM	2.45 B	308 M	8M 36S	11
15	YAHOO.CO.JP	2.24 B	93.1 M	5M 41S	5
16	REDDIT.COM	1.82 B	234 M	9M 36S	7
17	LINKEDIN.COM	1.60 B	298 M	9M 44S	8
18	OFFICE.COM	1.58 B	148 M	9M 44S	7
19	VK.COM	1.43 B	118 M	2M 06S	2
10	SAMSUNG.COM	1.41 B	328 M	2M 39S	2

## رتبه بندی جستجوها در گوگل



#	SEARCH QUERY	INDEX	▲ 1 YEAR	▲ 5 YEAR
01	GOOGLE	100	0%	-33%
02	YOUTUBE	75	-12%	-44%
03	VIDEO	68	+11%	-4%
04	FACEBOOK	62	-21%	-69%
05	WEATHER	58	-8%	+4%
06	TRANSLATE	46	+16%	+62%
07	WHATSAPP	44	+10%	+162%
08	NEWS	38	-20%	-29%
09	AMAZON	37	+6%	+16%
10	INSTAGRAM	33	+12%	+42%
11	WHATSAPP WEB	28	+23%	+515%
12	VIDEOS	28	+3%	-18%
13	GMAIL	25	+2%	-47%
14	TIEMPO	25	0%	+38%
15	AS	23	+22%	+20%
16	TRADUCTOR	21	+14%	+8%
17	SATTA	19	+27%	+178%
18	GOOGLE TRANSLATE	18	+8%	+22%
19	TWITTER	18	+3%	+29%
20	SAMSUNG	18	+11%	0%

## رتبه بندی سایت ها

به طور گسترده ، شواهد زیادی وجود دارد که نشان می دهد مردم محتوای اجتماعی را از داخل مرورگرهای وب و همچنین در برنامه های تلفن همراه تماشا می کنند.

گوگل با ۳.۱۱ میلیارد بازدیدکننده در رتبه اول و یوتیوب در رتبه دوم با ۱.۹۴ میلیارد بازدیدکننده قرار دارد و فیس بوک با ۱.۶۱ میلیارد در رتبه سوم قرار دارد.

JAN  
2023

# میزان محبوبیت موتور های جستجوگر

PERCENTAGE OF TOTAL WEB TRAFFIC REFERRED BY SEARCH ENGINES THAT ORIGINATED FROM EACH SEARCH SERVICE



GOOGLE



92.21%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+0.9% (+79 BPS)

BING



3.42%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+8.9% (+28 BPS)

YAHOO!



1.23%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-19.6% (-30 BPS)

YANDEX



0.97%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+5.4% (+5 BPS)

BAIDU



0.78%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-55.4% (-97 BPS)

DUCKDUCKGO



0.60%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-9.1% (-6 BPS)

NAVER



0.17%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+54.5% (+6 BPS)

OTHER

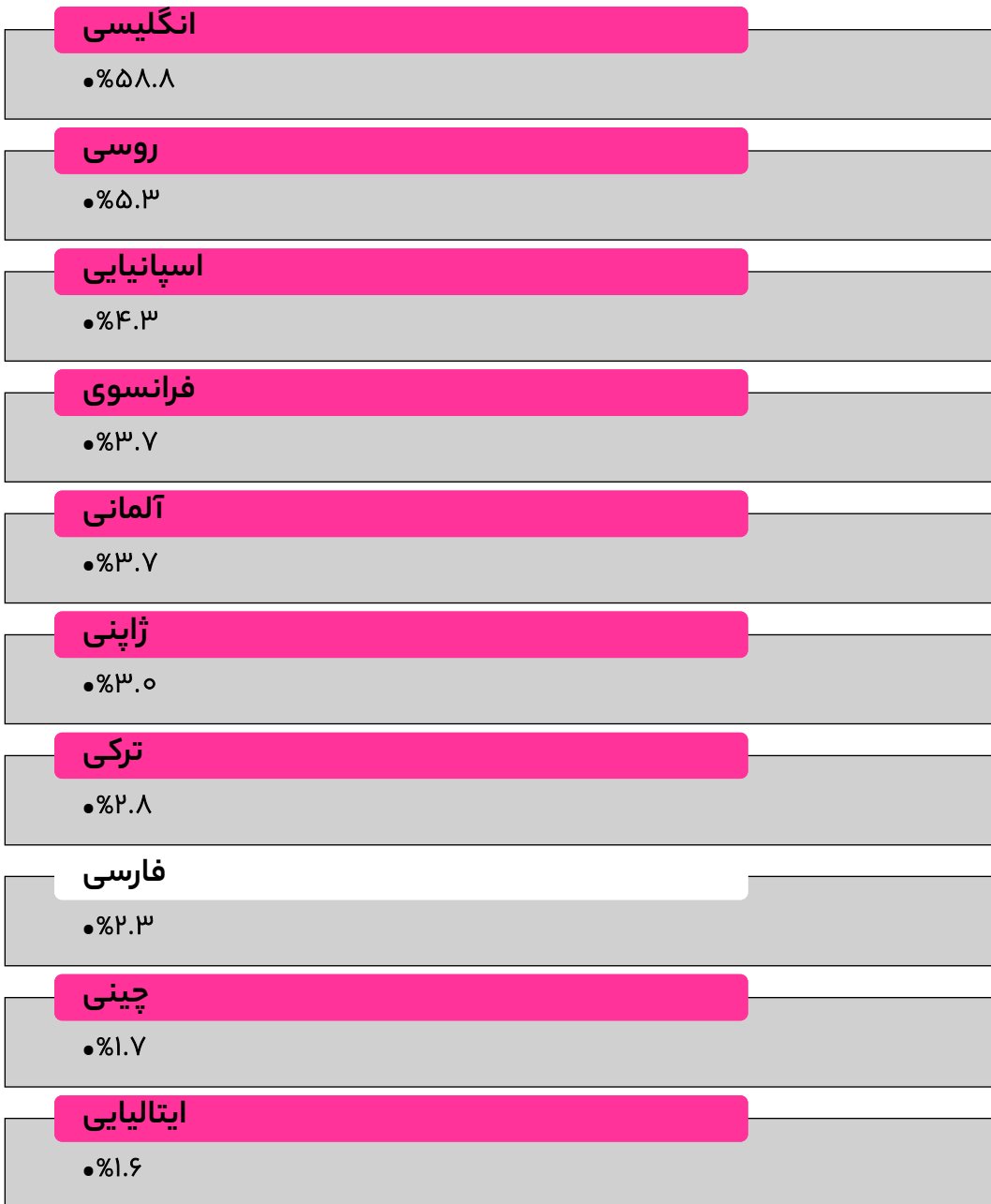


0.62%

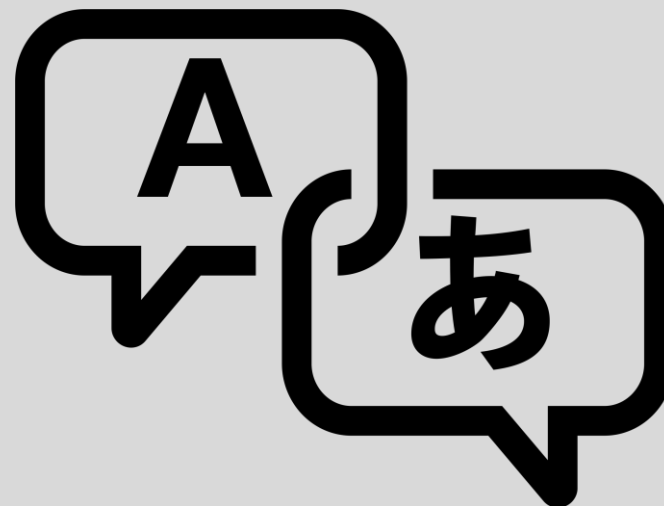
YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+31.9% (+15 BPS)



SOURCE: STATCOUNTER. NOTES: FIGURES REPRESENT THE NUMBER OF PAGE VIEW REFERRALS ORIGINATING FROM EACH SERVICE AS A PERCENTAGE OF TOTAL PAGE VIEW REFERRALS ORIGINATING FROM SEARCH ENGINES IN NOVEMBER 2022. PERCENTAGE CHANGE VALUES REPRESENT RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE. FIGURES MAY NOT SUM TO 100% DUE TO ROUNDING.



## رایج‌ترین زبان‌های زنده دنیا در محتوای وبسایت‌ها



زبان انگلیسی با ۵۸.۸ درصد در رتبه اول زبان محتوایی در دنیای آنلاین است در حالی که نسبت تعداد جمعیت آن ۱۸.۱% است و نکته ی جالب آن است که با سهم ۲.۳% زبان فارسی در رتبه ۸ ام قرار دارد با نسبت جمعیت ۱% نسبت به کل جمعیت جهان.

JAN  
2023

# تماشای محتوای ویدئویی آنلاین

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO WATCH EACH KIND OF VIDEO CONTENT VIA THE INTERNET EACH WEEK



GLOBAL OVERVIEW

هر نوع ویدئویی



GWI.

92.8%

YOY: +1.0% (+90 BPS)

موزیک ویدئو



KEPIOS

50.0%

YOY: -2.7% (-140 BPS)

ویدئوهای خنده دار  
و میم و وایرال شده



GWI.

35.8%

YOY: -3.5% (-130 BPS)

ویدئوهای راهنما



we are social

28.7%

YOY: -8.3% (-260 BPS)

ویدئوهای زنده و لایو



29.7%

YOY: -2.3% (-70 BPS)

ویدئوهای آموزشی



Meltwater

27.1%

YOY: -9.1% (-270 BPS)

ویدئوهای نقد و بررسی



GWI.

26.4%

YOY: -4.7% (-130 BPS)

ویدئوهای ورزشی



GWI.

26.7%

YOY: -6.3% (-180 BPS)

بازی های ویدئویی



GWI.

26.2%

YOY: -4.4% (-120 BPS)

ویدئوهای ولاگ و  
اینفلوئنسری



25.5%

YOY: -4.5% (-120 BPS)

# بهترین ویدئو های سرگرمی در برنامه های تلفن همراه

بهترین ویدئوهای سرگرمی در اپلیکیشن ها در مجموع زمان پخش شده برای کاربران فعال

01	YOUTUBE	GOOGLE
02	TIKTOK	BYTEDANCE
03	NETFLIX	NETFLIX
04	MX PLAYER	TIMES GROUP
05	AMAZON PRIME VIDEO	AMAZON
06	MI VIDEO – VIDEO PLAYER	XIAOMI
07	HOTSTAR	DISNEY
08	GOOGLE PLAY MOVIES AND TV	GOOGLE
09	VLC MEDIA PLAYER	VIDEOLAN
10	DISNEY+	DISNEY

بهترین ویدئوهای سرگرمی در اپلیکیشن ها در مجموع زمان پخش شده

01	YOUTUBE	GOOGLE
02	TIKTOK	BYTEDANCE
03	NETFLIX	NETFLIX
04	MX PLAYER	KUAISHOU
05	HOTSTAR	DISNEY
06	KWAI	KUAISHOU
07	VLC MEDIA PLAYER	VIDEOLAN
08	AMAZON PRIME VIDEO	AMAZON
09	PLAYIT	PLAYIT
10	TWITCH	AMAZON



JAN  
2023

# دستگاه‌ها مورد استفاده بازی‌های ویدئویی

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO PLAY VIDEO GAMES ON EACH KIND OF DEVICE



هر نوع دستگاهی



GWl.

**81.9%**

YOY: -2.0% (-170 BPS)

تلفن همراه هوشمند



we  
are  
social

**66.2%**

YOY: -2.8% (-190 BPS)

لپتاپ و دسکتاپ



GWl.

**37.9%**

YOY: +3.0% (+110 BPS)

کنسول بازی



**25.3%**

YOY: -1.9% (-50 BPS)

تبلت



Meltwater

**16.5%**

YOY: -4.1% (-70 BPS)

دسته‌های بازی



GWl.

**13.1%**

YOY: -3.7% (-50 BPS)

رسانه‌های پخش



KEPIOS

**9.4%**

YOY: -3.1% (-30 BPS)

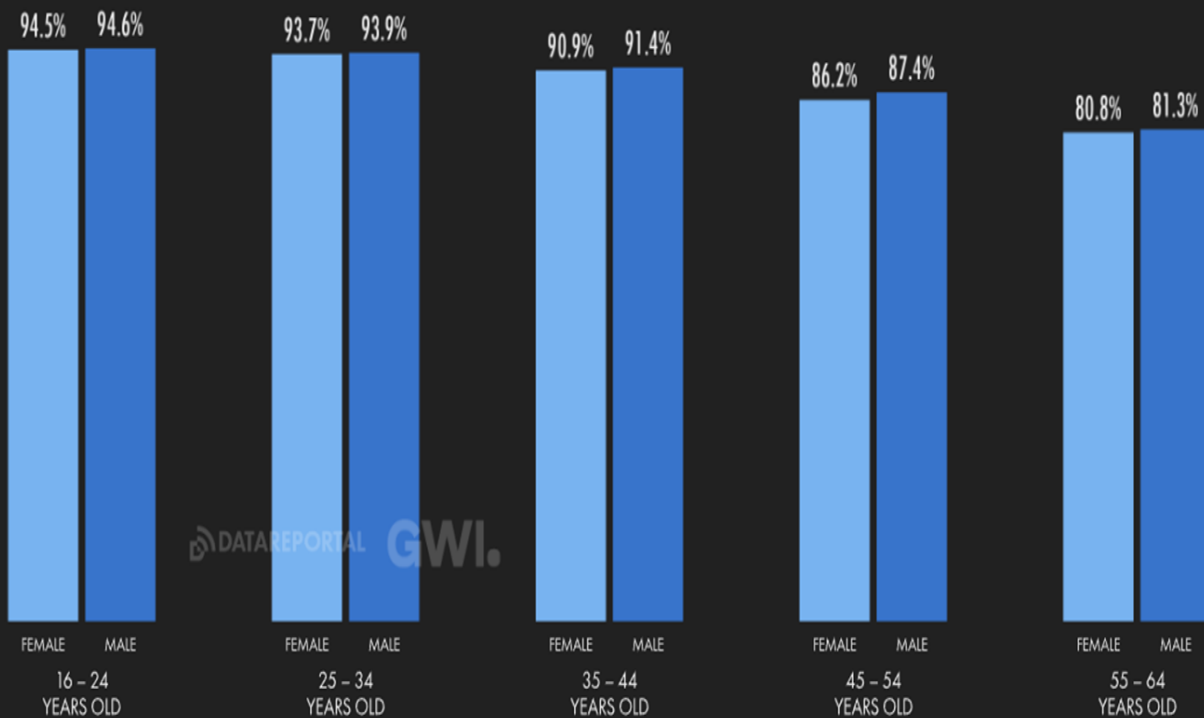
هدست واقعیت مجازی



**8.7%**

YOY: UNCHANGED

## چه سنینی بیشتر محتوای تلویزیونی تماشا می کنند؟



بیشترین مخاطبان محتوای تلویزیونی در محدوده سنی ۱۶ تا ۲۴ سال هستند

## کاربران اینترنت ، چگونه تلویزیون تماشا می کنند ؟

۹۵.۵% کاربران ، محتوای تلویزیونی را با هر ابزاری برای ارائه محتوا تماشا می کنند که نسبت سال به سال ۲.۲% - کاهش داشته است



۸۷.۱% برنامه های تلویزیونی را آنلاین تماشا می کنند .



۹۰.۹% برنامه ها را از پلتفرم های پخش فیلم می بینند



۲۳.۷% از کاربران برنامه ها را از ابزارهای قابلیت ضبط کردن تماشا می کنند



۴.۵% از کاربران هیچ گونه محتوای تلویزیونی را تماشا نمی کنند .

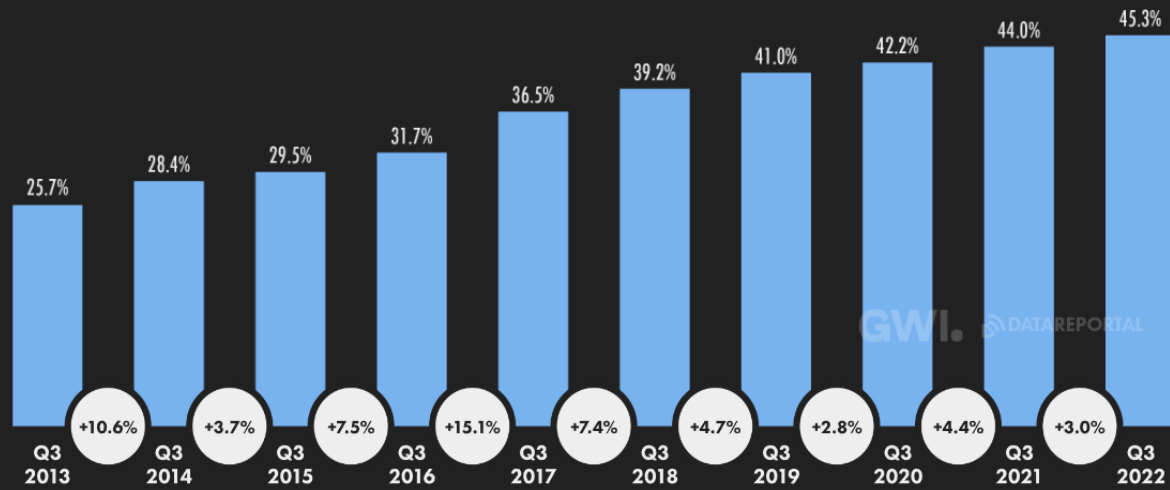


JAN  
2023

## روند تماشای محتوای تلویزیونی سال به سال



GLOBAL OVERVIEW



## روند تماشای برنامه های تلویزیونی

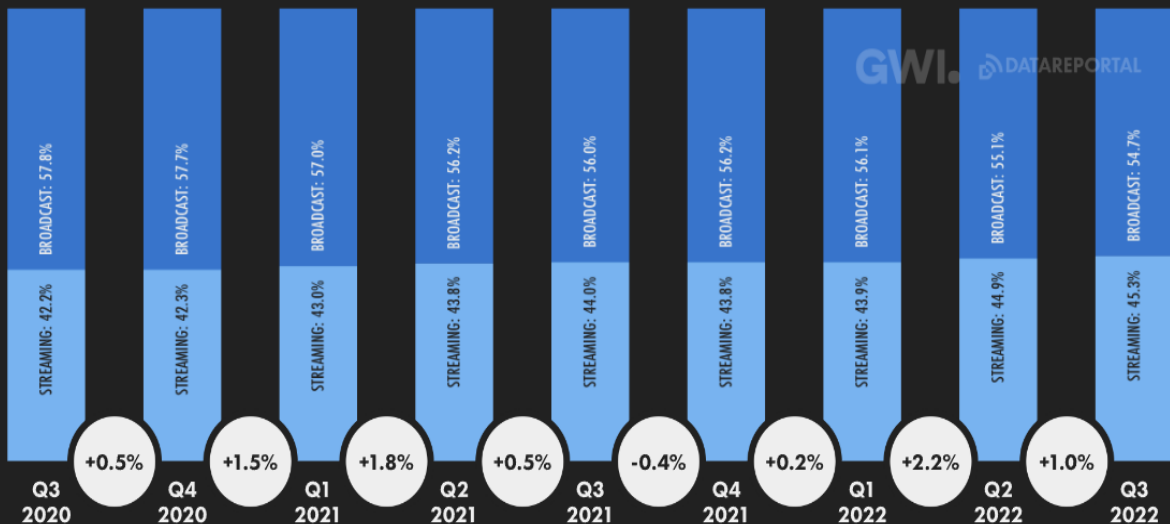
تماشای برنامه های تلویزیونی سال به سال رشد کرده است و با رشد ۳٪ نسبت به سال گذشته به ۴۵.۳٪ در سال ۲۰۲۲ رسیده است و پخش آنلاین و پخش ویدئو در سال ۲۰۲۳ با رشد ۱٪ افزایش پیدا کرده است.

JAN  
2023

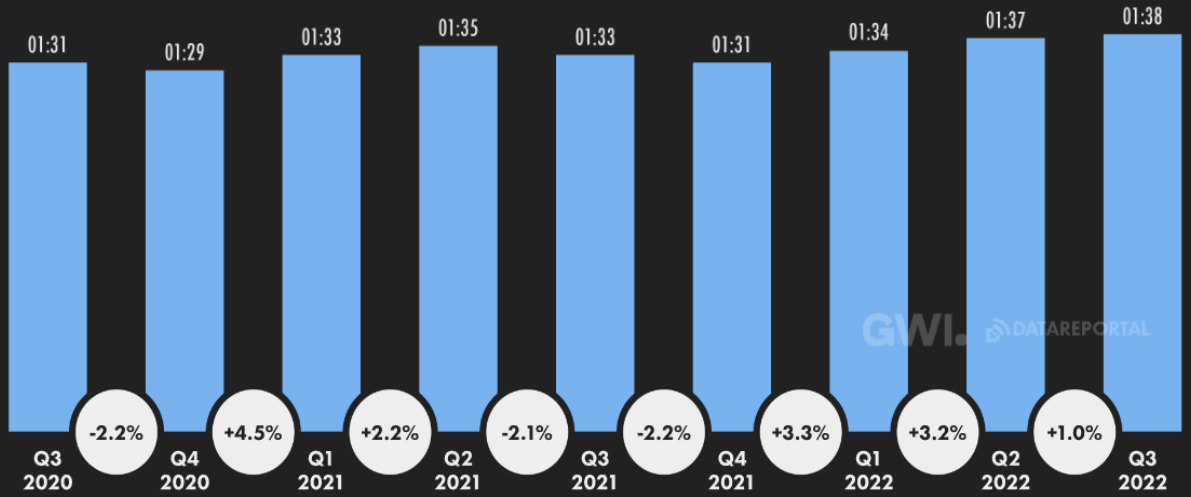
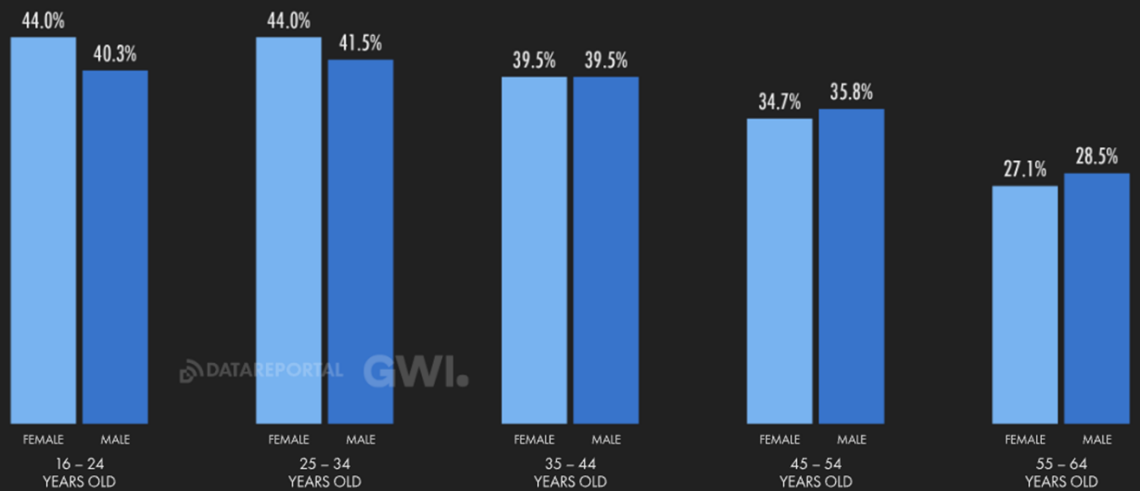
## روند تماشای محتوای تلویزیونی فصل به فصل



GLOBAL OVERVIEW



بیشترین سنینی که به موسیقی گوش می دهند زنان ۱۶ تا ۳۴ ساله هستند و به طور میانگین زمان سپری شده برای گوش دادن به موسیقی به طور میانگین در فصل سوم سال ۲۰۲۲ ، ۰۱:۳۸ ساعت بوده است که رشد ۱ درصدی داشته است



# گوش دادن به محتوای صوتی

## گوش دادن به آهنگ از سرویس های پخش موسیقی

۳۹.۱% که ۱.۳%- نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرده است .



## گوش دادن به رادیو و برنامه های در حال پخش

۲۱.۹% که ۴.۴%- نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرده است .



## گوش دادن به پادکست

۲۱.۲% که ۳.۹%+ نسبت به سال گذشته افزایش پیدا کرده است .



## گوش دادن به کتاب صوتی

۱۹.۸% که ۲.۵%- نسبت به سال گذشته کاهش پیدا کرده است .





# تفاوت جستجوی متاورس و دنیای مجازی

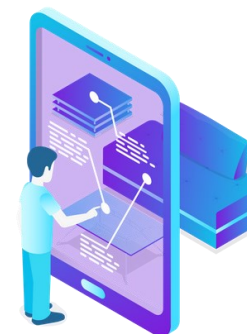
متاورس از اکتبر ۲۰۲۱ تا ژانویه ۲۰۲۲ یک سیر صعودی داشته و اوج واقعیت مجازی ژانویه ۲۰۲۲ بوده است.

واقعیت مجازی و متاورس هر دو از آپریل ۲۰۲۲ تا اکتبر ۲۰۲۲ افت شدیدی داشته اند. متاورس به این سقوط ادامه داده است ولی واقعیت مجازی دوباره در حال رشد است.



# خانه هوشمند

درصد سهم ابزار های خانه هوشمند در دنیا ۱۶.۴% است و بیشترین سهم به انگلستان با ۲۴.۹% تعلق دارد.



تعداد خانه ها با امکانات هوشمند



statista

**307.8**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+17.2% (+45 MILLION)**

ارزش کل سالانه خانه های هوشمند



KEPIOS

**\$115.7**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+10.8% (+\$11 BILLION)**

ارزش لوازم خانگی خانه های هوشمند



statista

**\$44.25**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+12.4% (+\$4.9 BILLION)**

ارزش ابزار های کنترل و ابزار های اجتماعی



**\$23.18**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+11.7% (+\$2.4 BILLION)**

ارزش امنیت خانه های هوشمند



we are social

**\$17.41**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+10.8% (+\$1.7 BILLION)**

ارزش ابزار های سرگرمی خانه های هوشمند



statista

**\$12.11**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+4.4% (+\$510 MILLION)**

ارزش ابزار های روشنایی و راحتی



Meltwater

**\$9.65**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+10.4% (+\$911 MILLION)**

ارزش ابزار های الکترونیکی و مدیریت انرژی



**\$9.07**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+10.3% (+\$845 MILLION)**

JAN  
2023

# میانگین ارزش سالانه به ازای هر خانه هوشمند

AVERAGE ANNUAL SPEND ON SMART HOME DEVICES PER SMART HOME (U.S. DOLLARS)



نفوذ دستگاه های خانه های هوشمند



14.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+15.3% (+189 BPS)

statista

تمام هزینه صرف شده خانه های هوشمند



\$375.80

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-5.4% (-\$21.60)

Meltwater

لوازم خانگی خانه های هوشمند



\$370.60

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-13.4% (-\$57.50)

statista

ابزار های کنترل و ابزار های اجتماعی خانه های هوشمند



\$156.20

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-12.3% (-\$21.90)

ابزار های امنیت خانه های هوشمند



\$126.20

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-13.7% (-\$20.10)

KEPIOS

ابزار های سرگرمی خانه های هوشمند



\$96.37

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-17.0% (-\$19.73)

statista

ابزار های روشنایی

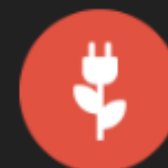


\$67.34

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-14.0% (-\$10.94)

we are social

ابزار های مدیریت انرژی

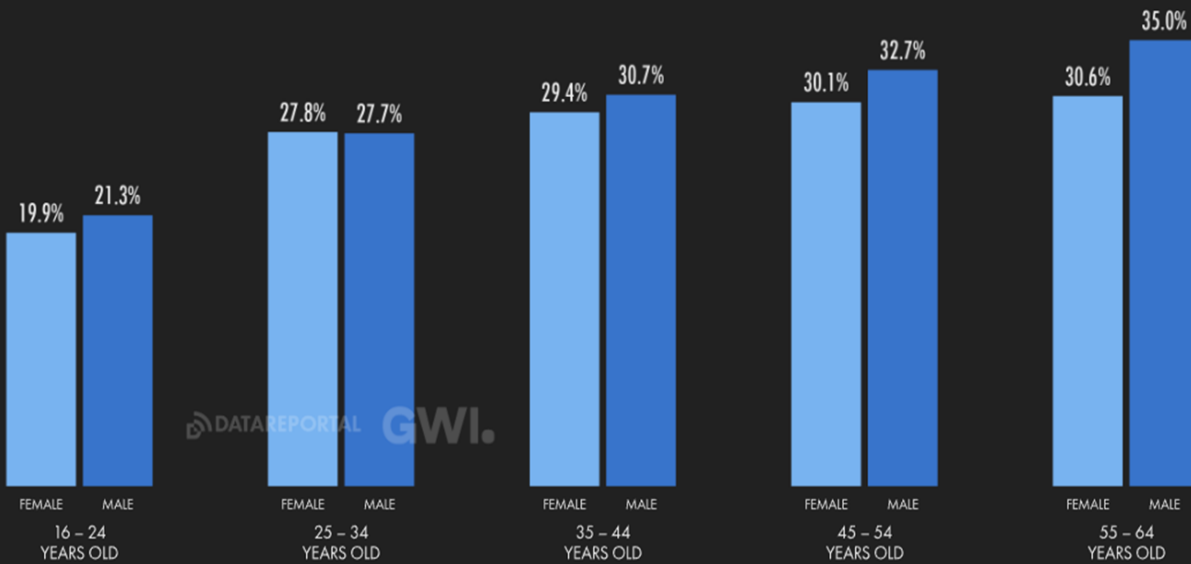
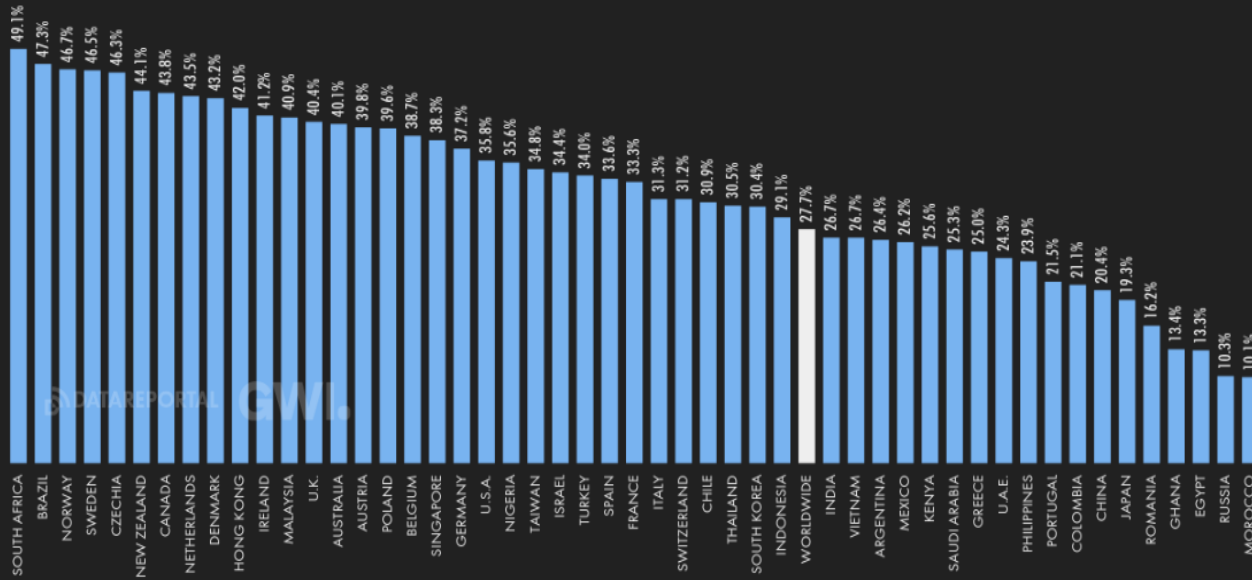


\$77.82

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-15.8% (-\$14.58)

# سرویس های مالی آنلاین

میانگین استفاده مردم جهان از این سرویس های مالی ۲۷.۷% است و بیشترین سهم به آفریقای جنوبی با ۴۹.۱% تعلق دارد و اکثر افرادی که از آن استفاده می کنند در محدوده سنی ۵۵ تا ۶۴ سال سن دارند .

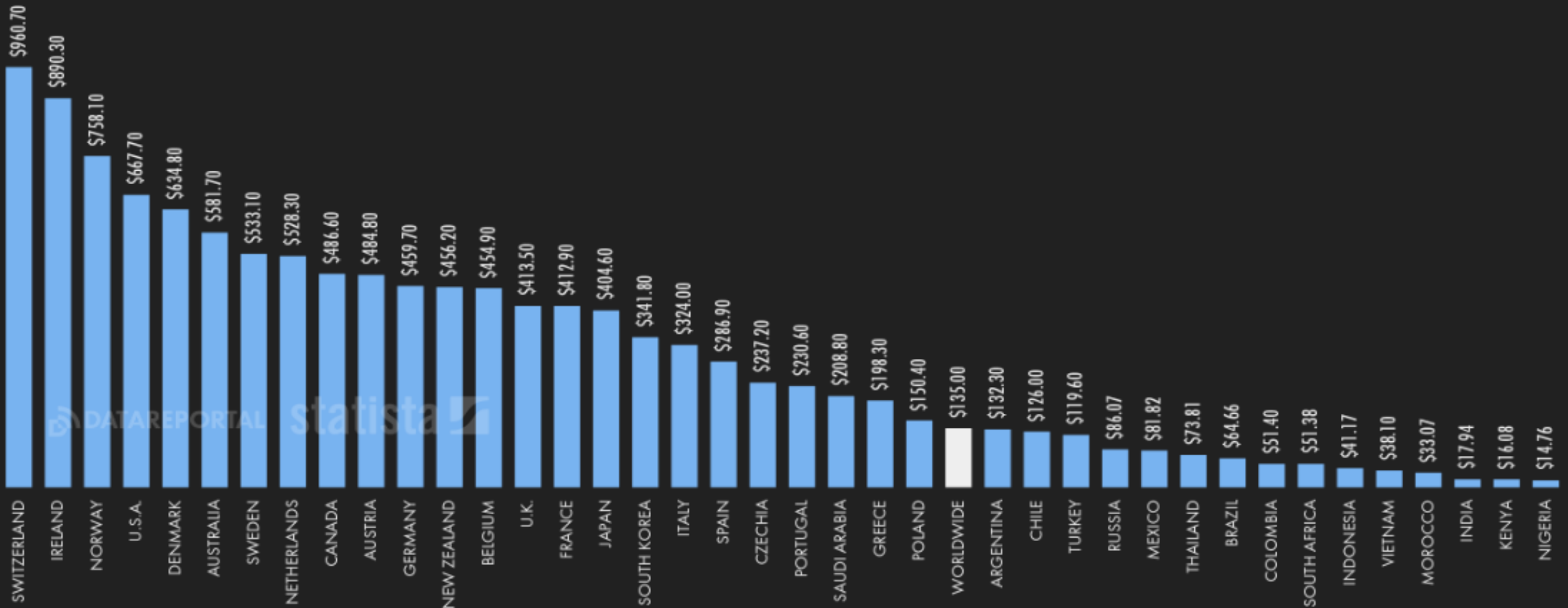






# میانگین ارزش سالانه پرداخت شده کریپتو به ازای یک کاربر

سوئیس به ازای هر کاربر کریپتو ۹۶۰.۷۰ دلار پرداخت می کند و بعد از آن ایرلند به ازای پرداخت ۸۹۰.۳۰ دلار در رتبه دوم قرار دارد



# بررسی اجمالی بر استفاده از رسانه های اجتماعی

تعداد کاربران رسانه های اجتماعی



**4.76**  
BILLION

بران رسانه های اجتماعی نسبت به جمعیت کل



**59.4%**

تغییر فصل به فصل در تعداد کاربران



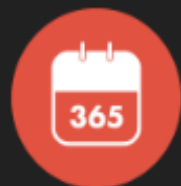
**+0.5%**  
+23 MILLION

کاربران رسانه های اجتماعی به جمعیت کل بیش از 18 سال



**77.8%**

تغییر سال به سال در تعداد کاربران



**+3.0%**  
+137 MILLION

کاربران رسانه های اجتماعی نسبت به کل کاربران اینترنت



**92.3%**

میانگین زمان سپری شده روزانه



**2H 31M**  
YOY: +2.0% (+3M)

درصد کاربران زن در رسانه های اجتماعی



**46.3%**

میانگین زمان سپری شده ماهانه



**7.2**  
YOY: -4.6%

درصد کاربران مرد در رسانه های اجتماعی



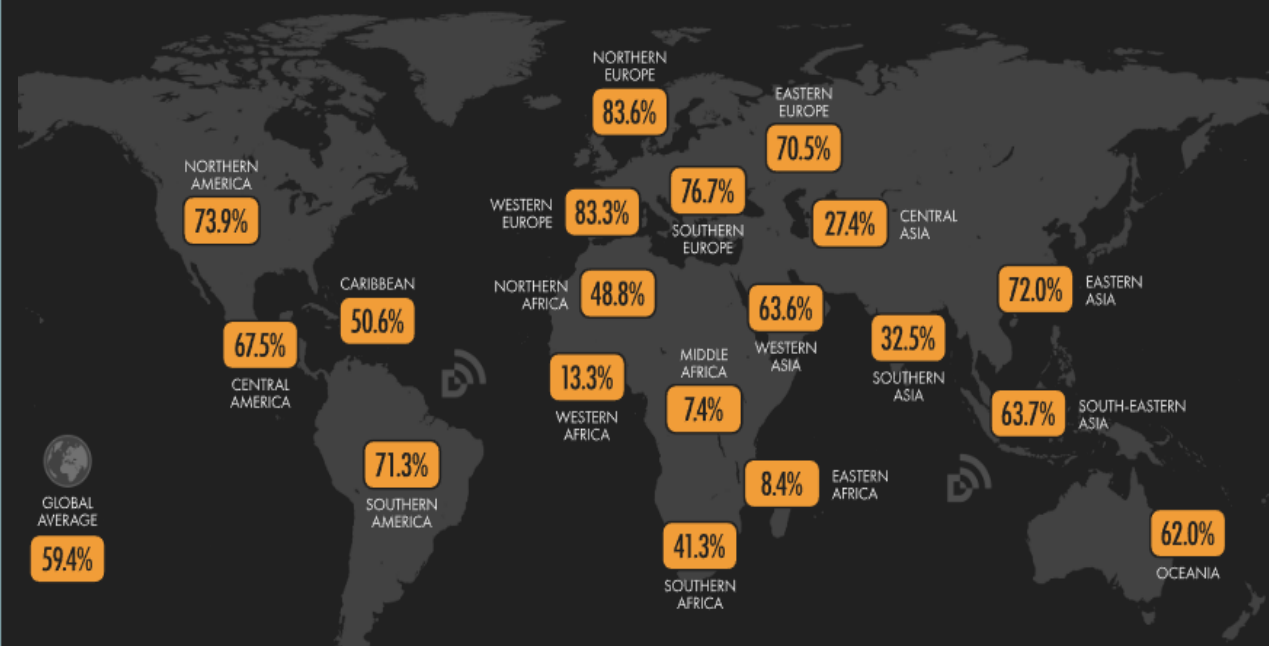
**53.7%**

# بیشترین اموجی های استفاده شده

01		11		21		31		41		51		61		71		81		91	
02		12		22		32		42		52		62		72		82		92	
03		13		23		33		43		53		63		73		83		93	
04		14		24		34		44		54		64		74		84		94	
05		15		25		35		45		55		65		75		85		95	
06		16		26		36		46		56		66		76		86		96	
07		17		27		37		47		57		67		77		87		97	
08		18		28		38		48		58		68		78		88		98	
09		19		29		39		49		59		69		79		89		99	
10		20		30		40		50		60		70		80		90		100	

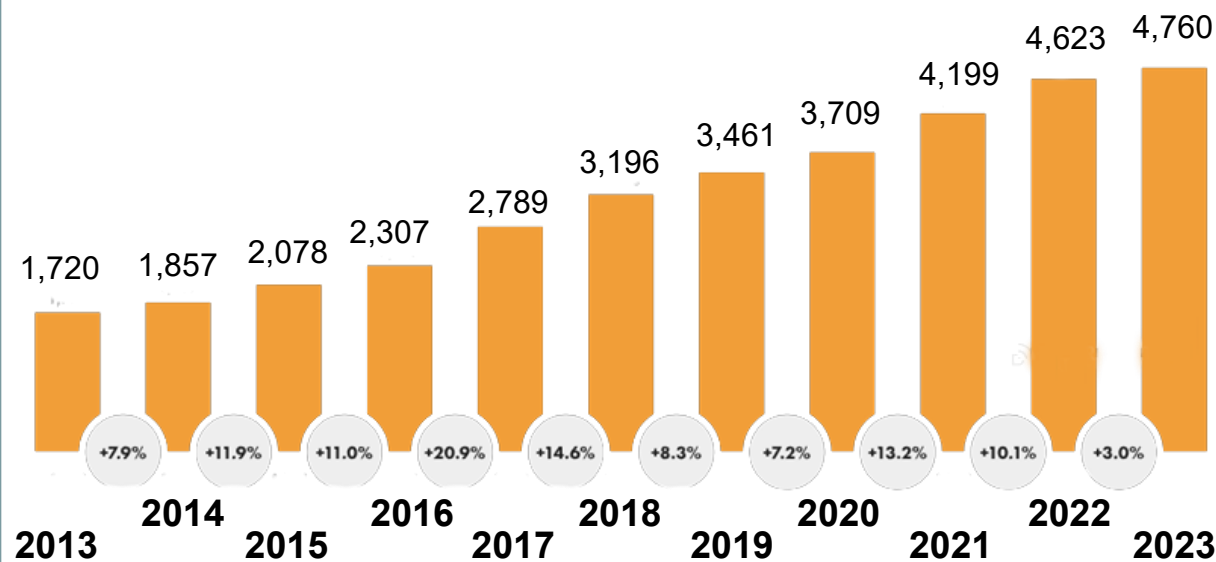
# کاربران رسانه های اجتماعی و جمعیت کل

غرب اروپا با ۸۳.۳٪ بیشترین نسبت را به خود اختصاص داده است و کمترین آن به کشورهای میانی آفریقایی با ۷.۴٪ تعلق دارد.



# کاربران رسانه های اجتماعی بر اساس زمان

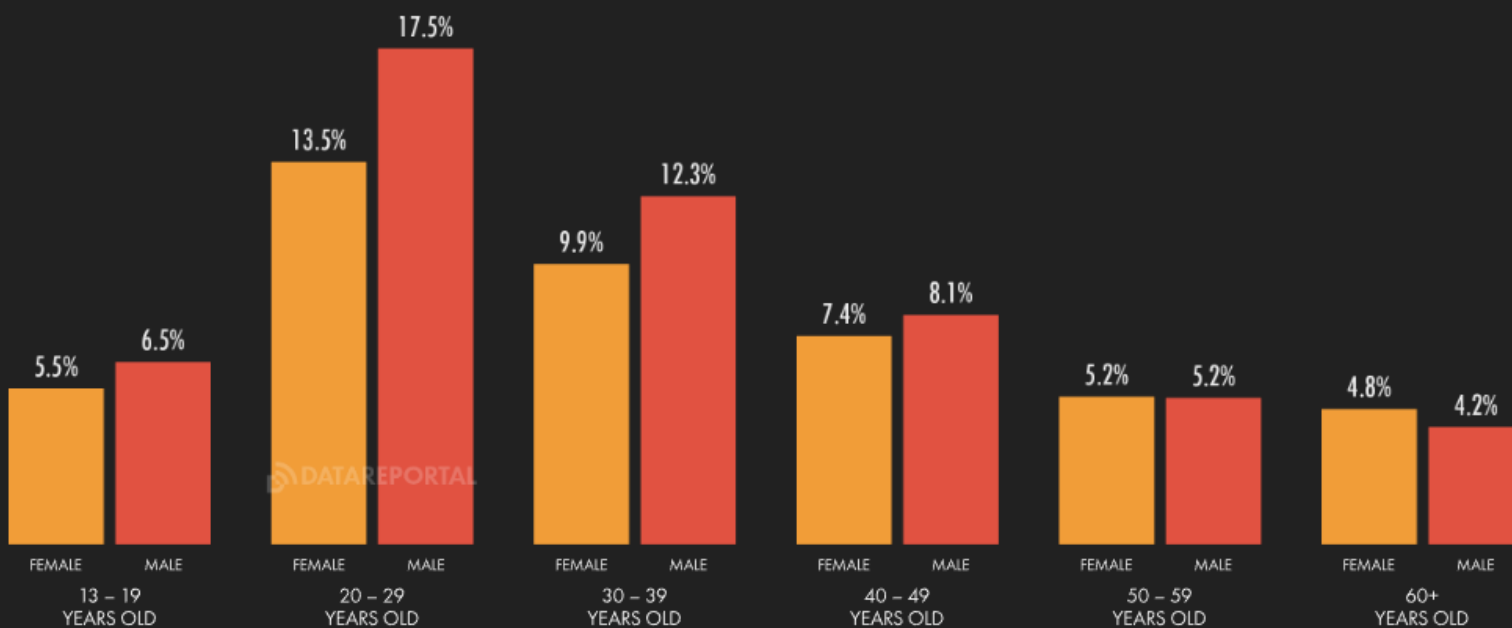
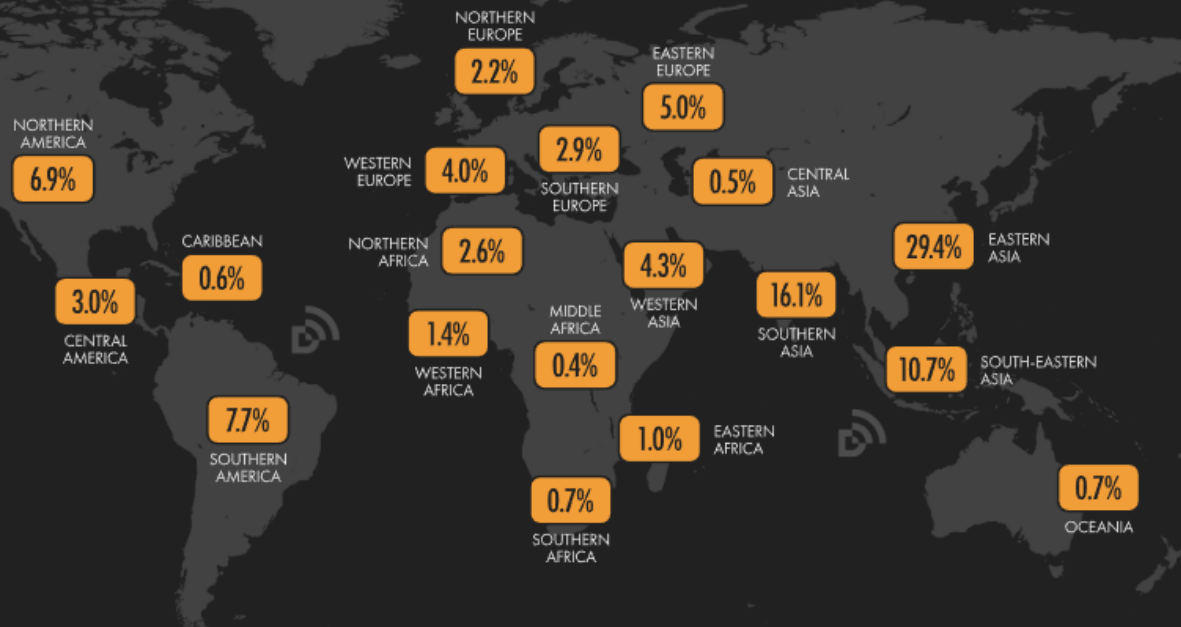
کاربران رسانه های اجتماعی رو به رشد است در سال ۲۰۲۳ با رشد ۳ درصدی نسبت به ۲۰۲۲ به تعداد کاربر ۴,۷۶۰ میلیون رسیده است.



# کاربران رسانه های اجتماعی

بیشترین تعداد کاربران در آسیای جنوبی با ۱۶.۱% قرار دارد.

بیشترین محدوده سنی در ۲۰ تا ۲۹ سال است که نسبت مردان آن ۱۷.۵% و در صدر استفاده کنندگان هستند.



# کاربران رسانه‌های اجتماعی تعداد جمعیت کشورها

## بیشترین نفوذ استفاده از رسانه‌های اجتماعی

01	UNITED ARAB EMIRATES	105.5%*	10,000,000
02	BAHRAIN	98.7%	1,460,000
03	QATAR	96.8%	2,620,000
04	BRUNEI	94.4%	425,600
05	SOUTH KOREA	92.0%	47,637,000
06	LEBANON	90.5%	4,910,000
07	OMAN	90.5%	4,170,000
08	HONG KONG	89.9%	6,730,000
09	NETHERLANDS	88.1%	15,500,000
10	CAYMAN ISLANDS	88.0%	60,750

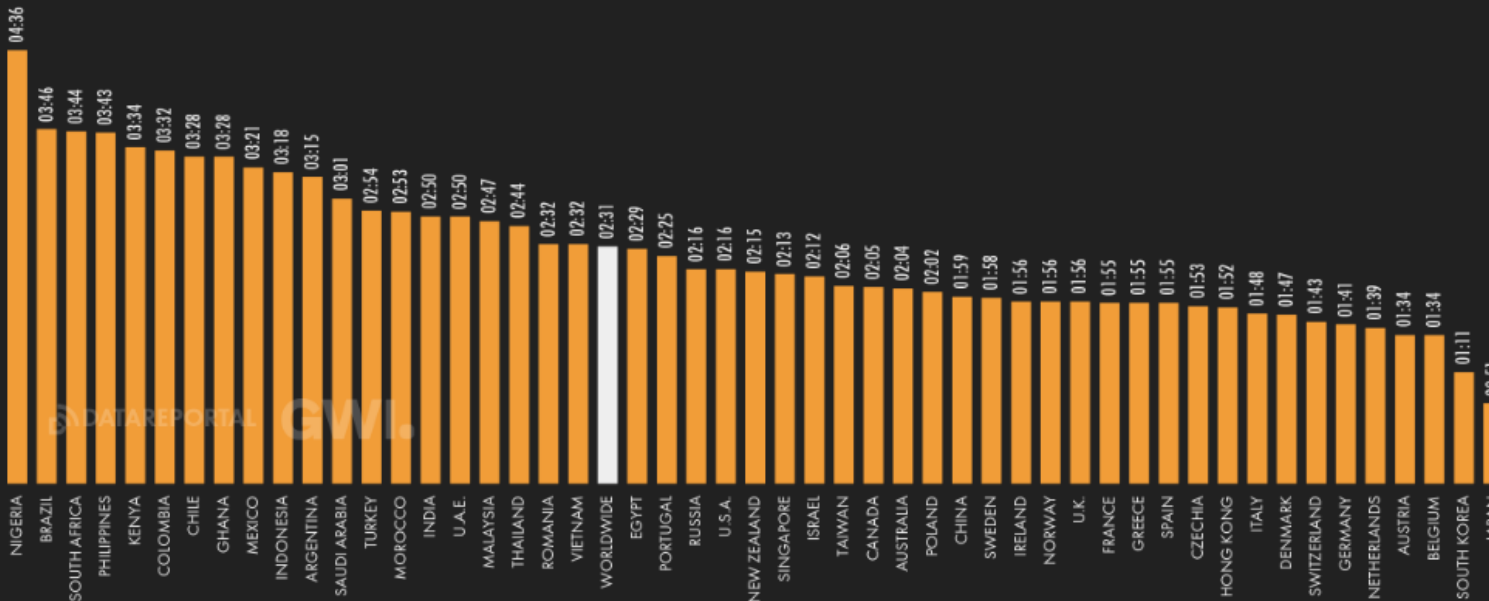
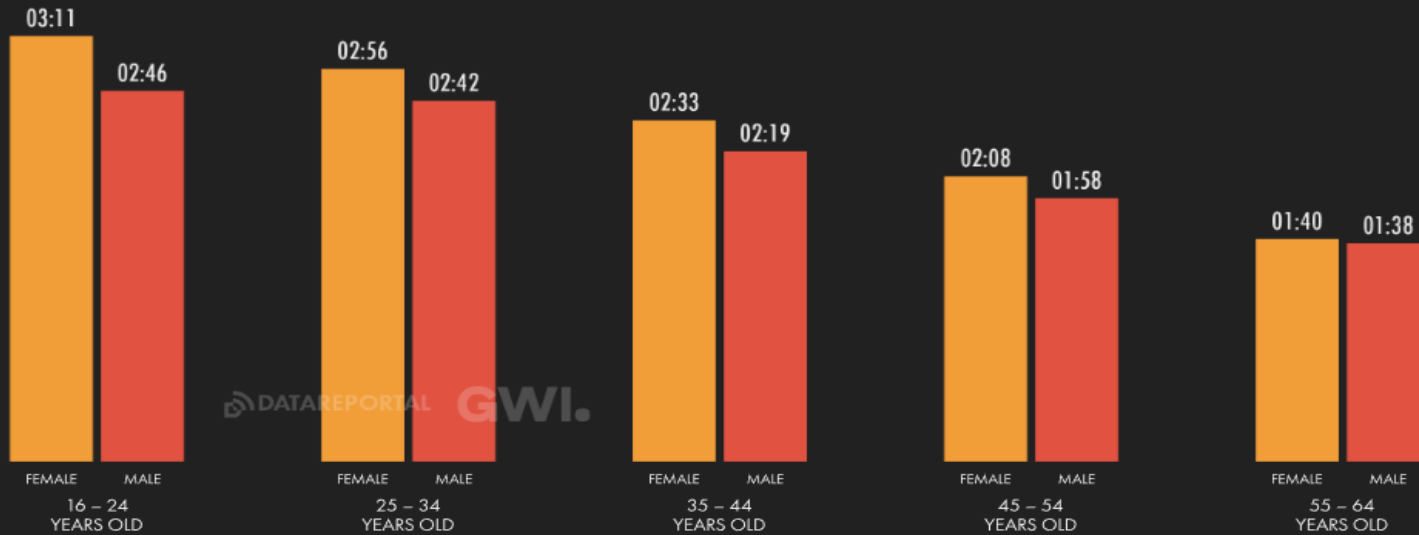
## کمترین نفوذ استفاده از رسانه‌های اجتماعی

231	NORTH KOREA <sup>1</sup>	[N/A]	[BLOCKED]
230	ERITREA	0.3%	10,000
229	NIGER	1.8%	467,850
228	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	2.1%	117,000
227	CHAD	2.7%	491,650
226	TURKMENISTAN	2.8%	180,350
225	MALAWI	3.8%	783,750
224	SOUTH SUDAN	4.3%	470,350
223	UGANDA	4.3%	2,050,000
222	DEM. REP. OF THE CONGO	4.9%	4,900,000

# زمان سپری شده روزانه در رسانه های اجتماعی

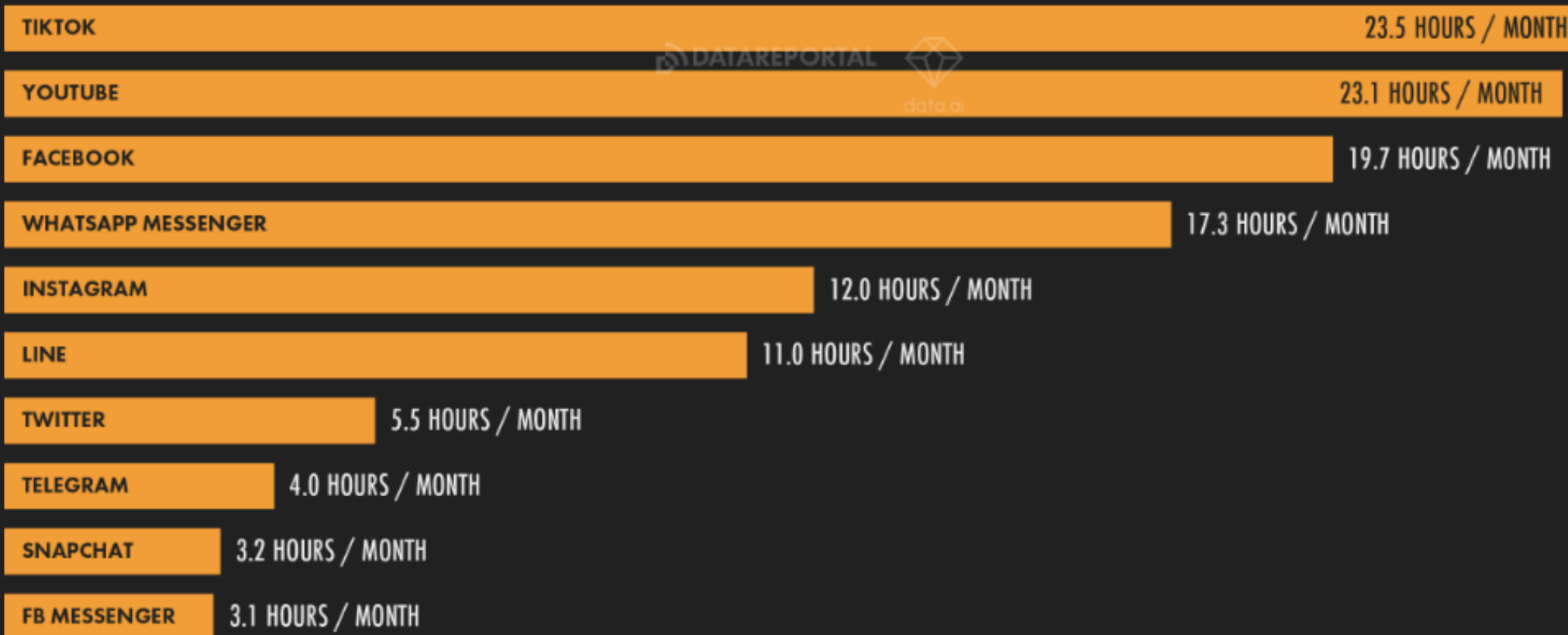
زمانی که در رسانه های اجتماعی در سال ۲۰۲۲ سپری شده بود ۲ ساعت و ۳۱ دقیقه است که رشد ۲ درصدی داشته است و کشور نیجریه با ۴ ساعت و ۳۶ دقیقه در رتبه اول کشورها قرار دارد.

بیشترین زمانی که از این رسانه ها استفاده می کنند زنان ۱۶ تا ۲۴ سال هستند که میانگین ۳ ساعت و ۱۱ دقیقه را در این رسانه ها می گذرانند



JAN  
2023

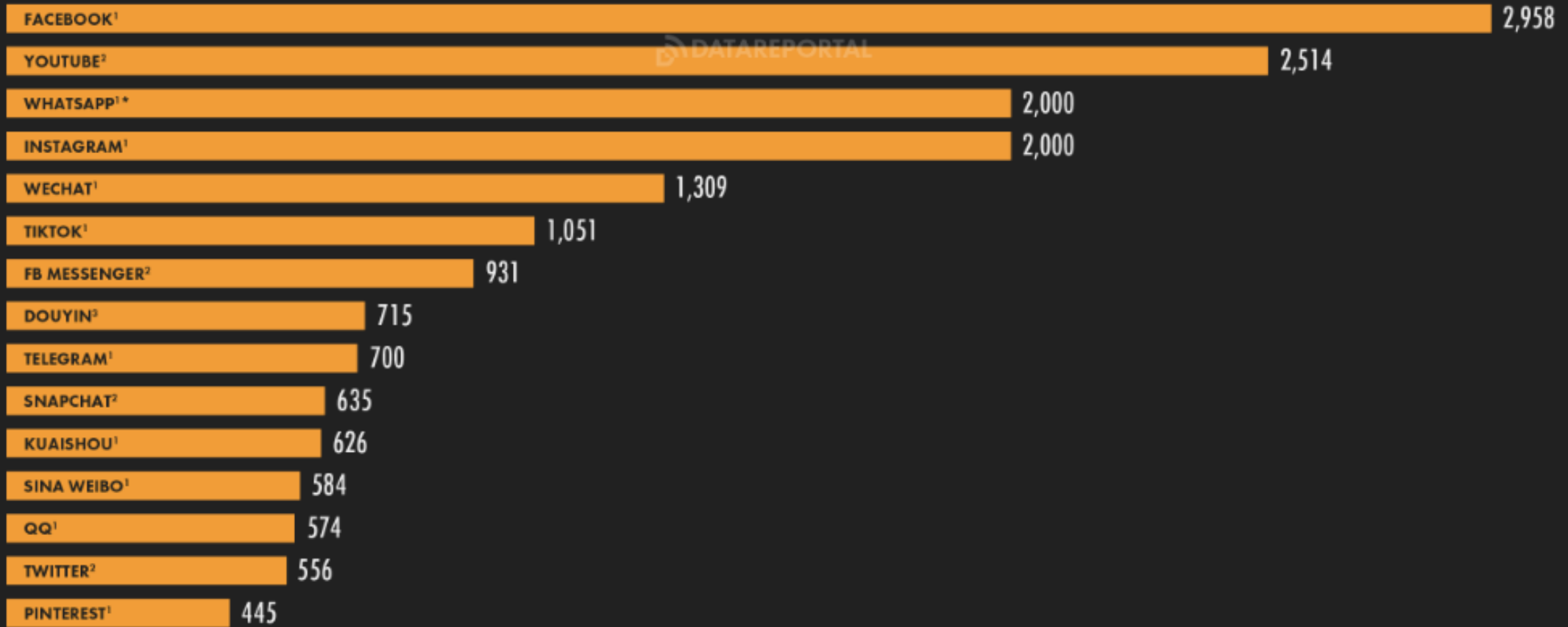
# زمان سپری شده در اپلیکیشن های رسانه های اجتماعی





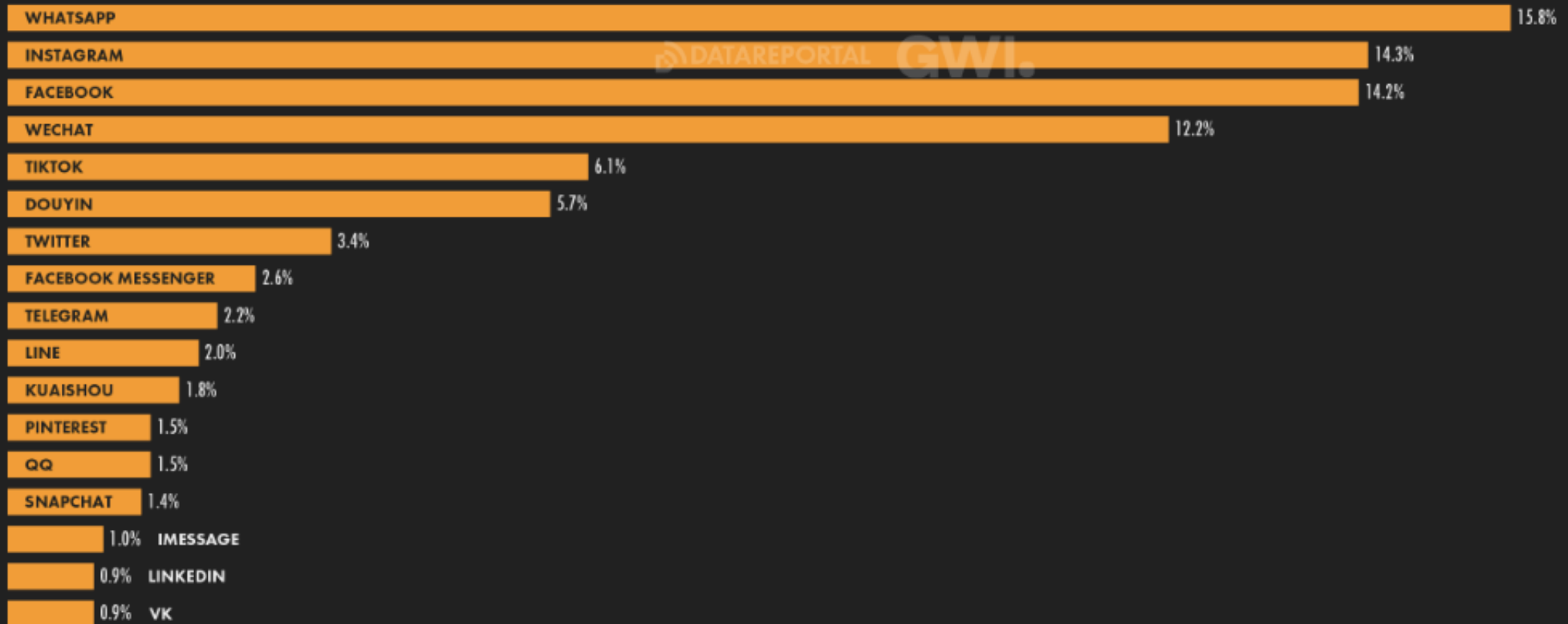
JAN  
2023

# کاربران بیشتر از چه پلتفرمی استفاده می کنند



JAN  
2023

# محبوب ترین پلتفرم های رسانه های اجتماعی در جهان



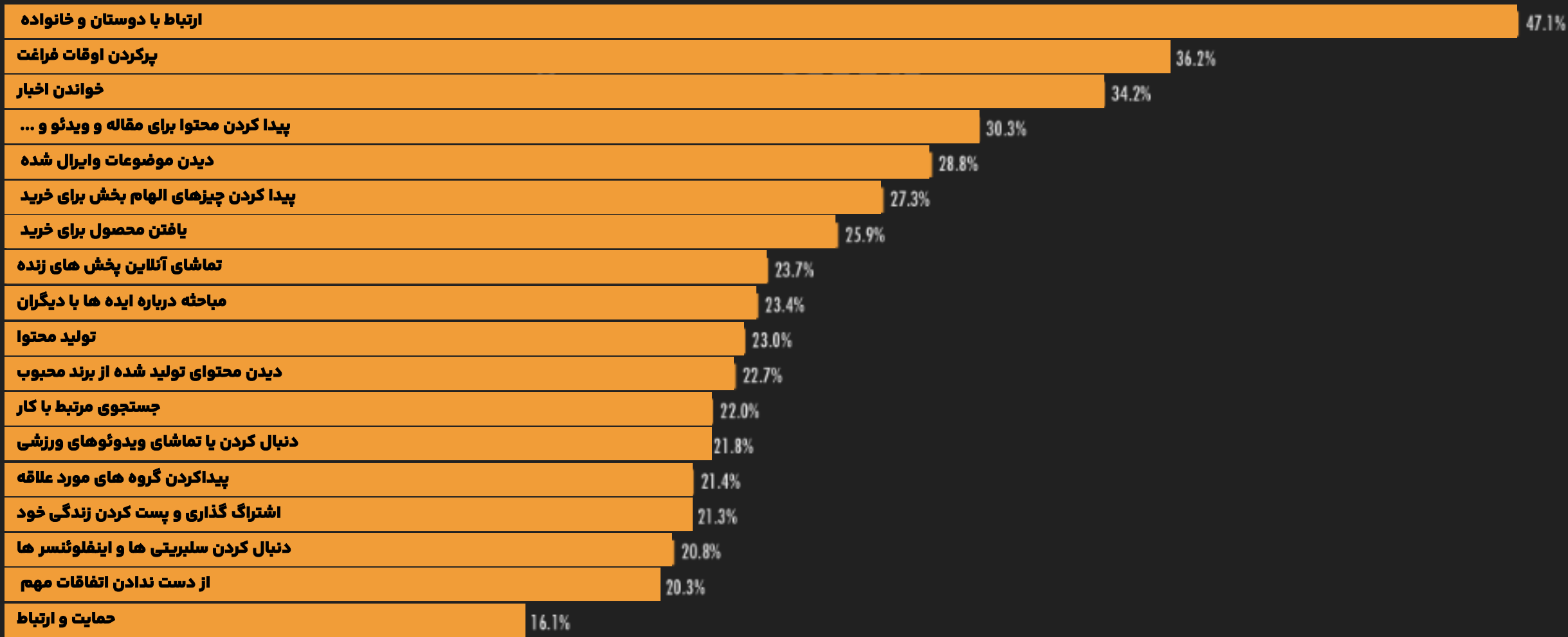
JAN  
2023

# اصلی‌ترین دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



GLOBAL OVERVIEW



we  
are  
social

Lavan

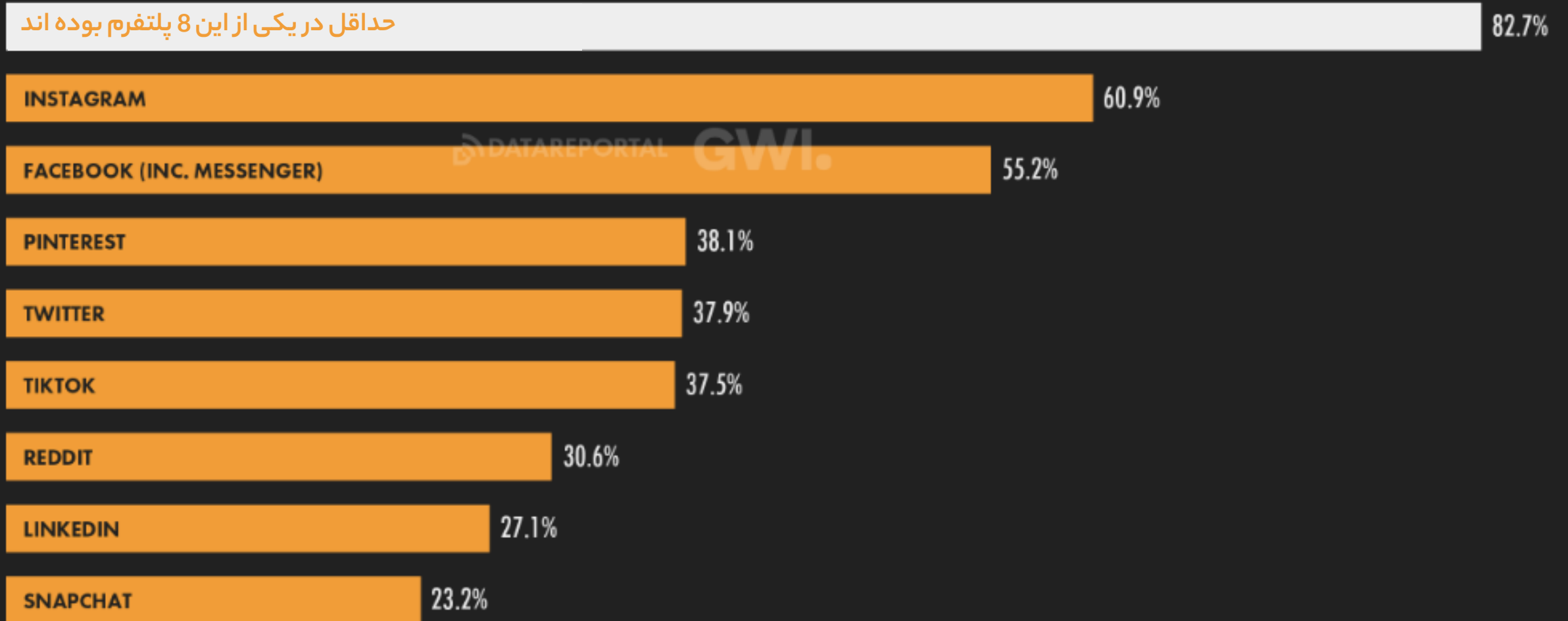
Lavan Marketing Agency

© 2023

# فعالیت رسانه‌های اجتماعی در پلتفرم‌ها

پلتفرم	پیدا کردن محتوای سرگرمی و خنده دار	پیدا کردن برند ها و محصولات	اطلاعات به روز و اخبار و اتفاق های مهم	پیام دادن به دوستان و خانواده	به اشتراک گذاری عکس ها و ویدئو ها
FACEBOOK <sup>1</sup>	54.5%	55.2%	59.5%	<b>71.1%</b>	62.9%
INSTAGRAM	59.9%	60.9%	49.2%	49.7%	<b>67.9%</b>
LINKEDIN	13.6%	27.1%	<b>29.7%</b>	14.6%	17.4%
PINTEREST	23.3%	<b>38.1%</b>	15.5%	8.7%	16.8%
REDDIT	<b>36.9%</b>	30.6%	34.1%	13.4%	19.1%
SNAPCHAT	35.4%	23.2%	21.9%	36.6%	<b>42.6%</b>
TIKTOK	<b>78.9%</b>	37.5%	33.5%	17.5%	37.4%
TWITTER	36.2%	37.9%	<b>61.2%</b>	22.4%	30.7%

# پیدا کردن برندها در پلتفرم های اجتماعی



# استفاده از رسانه های اجتماعی برای یافتن برند

## ترافیک سایت های هر رسانه اجتماعی



توییتر  
%۱۰.۳۸  
+%۳۴.۳



اینستاگرام  
%۹.۶۵  
+%۱۱۴.۴



پینترست  
%۷.۴۴  
-%۲.۷



یوتیوب  
%۳.۳۸  
-%۱۲.۹



فیسبوک  
%۶۷.۱۳  
-%۹.۴



رددیت  
%۱.۰۲  
-%۳.۸



لینکداین  
%۰.۳۵  
+%۶.۱



سایر  
%۰.۱۲  
+%۹.۱

از هر پلتفرمی (۷۴.۷%)



شبکه های اجتماعی (۴۳.۱%)



سایت های پرسش و پاسخ (۲۰.۶%)



انجمن ها و تابلو های حاوی پیام (۱۵.۷%)



سرویس های پیام آنلاین (۱۶.۲%)



بلاگ های کوتاه (۱۵.۴%)

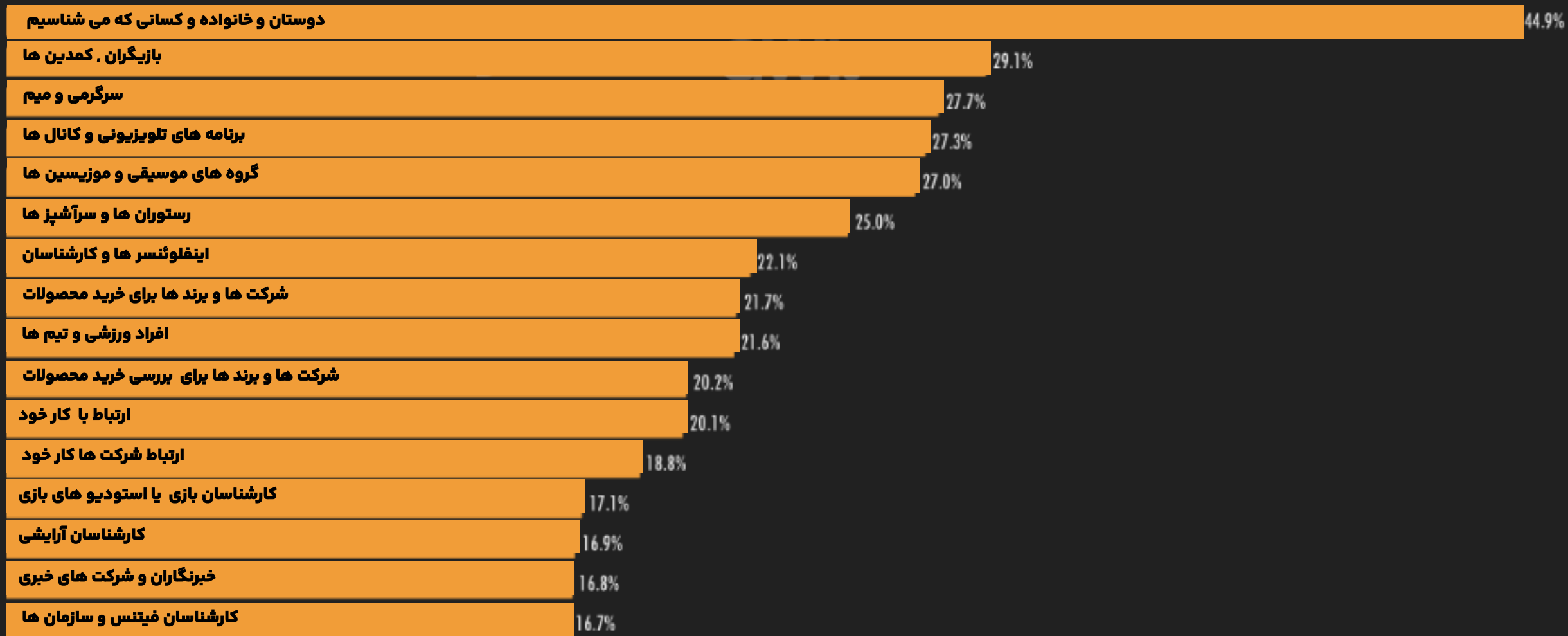


ولاگ در قالب ویدئو (۱۳.۶%)



تابلو اعلانات آنلاین (۱۰.۵%)





## بررسی مخاطبان تبلیغاتی فیسبوک



۱.۹۸ میلیارد نفر  
دسترسی  
بالقوه به  
تبلیغات



۲۴.۸% نسبت  
تبلیغات به  
جمعیت کل



۹۶ میلیون نفر  
فصل به فصل  
کاهش پیدا  
کرده است



۱۲۷ میلیون نفر  
سال به سال  
کاهش پیدا  
کرده است



۳۸.۴% نسبت  
کاربران فیسبوک  
و کاربران  
اینترنتی



۳۱.۷% از کاربران  
فیسبوک و  
جمعیت بالای ۱۳  
سال

## کاربران فعال ماهانه فیسبوک



فیسبوک  
۲.۹۶ میلیارد  
کاربر فعال



۳۶.۹% نسبت  
جمعیت و کاربران  
فیسبوک



۲۴ میلیون  
تغییرات فصل  
به فصل



۴۸ میلیون  
تغییرات  
سال به سال



۵۷.۳% نسبت  
کاربران  
فیسبوک و  
کاربران اینترنت



کاربران  
فیسبوک و  
جمعیت بالای  
۱۳ سال



۶۷.۱% نسبت  
کاربران فعال  
روزانه و ماهانه



۶۷% تبلیغات  
فیسبوک  
نسبت به تمام  
جمعیت



# معیار جهانی پست های تعاملی در فیسبوک

میانگین پست های تعاملی فیسبوک نسبت به پست های مختلف



locowise

0.07%

میانگین پست های تعاملی فیسبوک نسبت به پست های دارای عکس



we are social

0.12%

میانگین پست های تعاملی فیسبوک نسبت به پست های دارای ویدئو



locowise

0.08%

میانگین پست های تعاملی فیسبوک نسبت به پست های دارای لینک



Meltwater

0.03%

میانگین پست های تعاملی فیسبوک نسبت به پست های دارای توضیحات کوتاه



0.11%

# بررسی اجمالی به مخاطبان تبلیغات در یوتیوب

۲.۵۱ میلیارد نفر  
دسترسی بالقوه به تبلیغات



**2.51**  
BILLION

۳۱.۴٪ نسبت تبلیغات به  
جمعیت کل



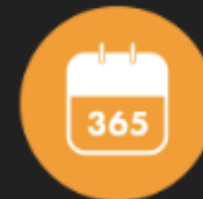
**31.4%**

۴۸.۷٪ نسبت کاربران  
فیسبوک و کاربران اینترنتی



**48.7%**

۴۸ میلیون نفر سال به سال  
کاهش پیدا کرده است



**-1.9%**  
-48 MILLION

۲.۰۷ میلیارد نفر از کاربران  
یوتیوب بالای ۱۸ سال



**2.07**  
BILLION

۳۶.۸٪ از کاربران یوتیوب و  
جمعیت کل بالای ۱۸ سال



**36.8%**

۳۶.۸٪ از کاربران زن یوتیوب و  
جمعیت کل بالای ۱۸ سال



**45.6%**

۳۶.۸٪ از کاربران مرد یوتیوب و  
جمعیت کل بالای ۱۸ سال



**54.4%**

# بررسی اجمالی به مخاطبان تبلیغات در اینستاگرام

۱.۳۲ میلیارد نفر  
دسترسی بالقوه به تبلیغات



**1.32**  
BILLION



۱۶.۵% نسبت تبلیغات به  
جمعیت کل



**16.5%**



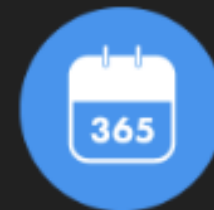
۶۸ میلیون نفر فصل به فصل  
کاهش پیدا کرده است



**-4.9%**  
-68 MILLION



۱۶۰ میلیون نفر سال به سال  
کاهش پیدا کرده است



**-10.8%**  
-160 MILLION

۲۵.۶% نسبت کاربران  
اینستاگرام و کاربران اینترنتی



**25.6%**



۲۱.۱% از کاربران اینستاگرام و  
جمعیت کل بالای ۱۳ سال



**21.1%**



۴۸.۲% از کاربران زن اینستاگرام و  
جمعیت کل



**48.2%**



۵۱.۸% از کاربران مرد  
اینستاگرام و جمعیت کل



**51.8%**

## بررسی مخاطبان ریلز در اینستاگرام

۷۲۶.۸ میلیون به ریلز های اینستاگرامی تبلیغاتی دسترسی دارند .



۵۵.۱% تبلیغات استوری های اینستاگرامی از کل جمعیت تبلیغاتی



۱۱.۶% تبلیغات استوری های اینستاگرامی از کل جمعیت تبلیغاتی بالای ۱۳ سال

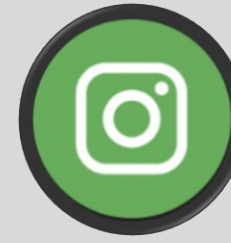


## بررسی مخاطبان استوری در اینستاگرام

۹۵۹.۷ میلیون به استوری های اینستاگرامی تبلیغاتی دسترسی دارند .



۷۲.۸% تبلیغات استوری های اینستاگرامی از کل جمعیت تبلیغاتی



۱۵.۳% تبلیغات استوری های اینستاگرامی از کل جمعیت تبلیغاتی بالای ۱۳ سال



# معیار جهانی صفحه های کاری در اینستاگرام

رشد ماهانه تعداد صفحه های دنبال کننده



locowise

**+0.79%**

میانگین تعداد پست ها در هر روز



we are social

**1.77**

درصد پست های عکسی نسبت به تمام پست ها



locowise

**45.3%**

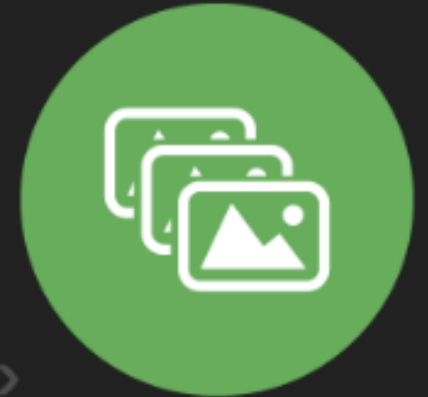
درصد پست های ویدئویی نسبت به تمام پست ها



Meltwater

**35.9%**

درصد پست های عکس دار پیوسته نسبت به تمام پست ها



**18.9%**

# معیار جهانی پست های تعاملی در اینستاگرام

میانگین پست های تعاملی اینستاگرامی  
نسبت به پست های مختلف



0.65%

locowise

میانگین پست های تعاملی  
فیسبوک نسبت به پست های  
دارای عکس



0.59%

Meltwater

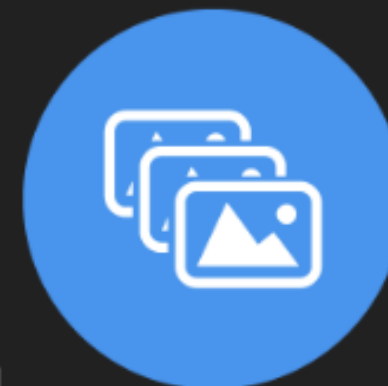
میانگین پست های تعاملی  
فیسبوک نسبت به پست های  
دارای ویدئو



0.66%

we  
are  
social

میانگین پست های تعاملی  
فیسبوک نسبت به پست های به  
هم پیوسته



0.76%

# محبوبترین صفحات اینستاگرام به همراه پرستفاده‌ترین هشتگ‌ها

#	ACCOUNT HOLDER	HANDLE	FOLLOWERS
01	INSTAGRAM	@INSTAGRAM	587,200,000
02	CRISTIANO RONALDO	@CRISTIANO	529,400,000
03	LIONEL MESSI	@LEOMESSI	415,200,000
04	KYLIE JENNER	@KYLIEJENNER	377,600,000
05	SELENA GOMEZ	@SELENAGOMEZ	367,900,000
06	DWAYNE JOHNSON	@THEROCK	356,900,000
07	ARIANA GRANDE	@ARIANAGRANDE	348,100,000
08	KIM KARDASHIAN	@KIMKARDASHIAN	339,600,000
09	BEYONCÉ	@BEYONCE	289,700,000
10	KHLOÉ KARDASHIAN	@KHLOEKARDASHIAN	287,600,000

#	ACCOUNT HOLDER	HANDLE	FOLLOWERS
11	JUSTIN BIEBER	@JUSTINBIEBER	272,400,000
12	KENDALL JENNER	@KENDALLJENNER	269,300,000
13	NIKE	@NIKE	261,200,000
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	@NATGEO	254,500,000
15	TAYLOR SWIFT	@TAYLORSWIFT	239,400,000
16	JENNIFER LOPEZ	@JLO	230,700,000
17	VIRAT KOHLI	@VIRAT.KOHLI	230,500,000
18	KOURTNEY KARDASHIAN	@KOURTNEYKARDASH	208,500,000
19	NICKI MINAJ	@NICKIMINAJ	207,700,000
20	NEYMAR	@NEYMARJR	200,800,000

#	HASHTAG	POSTS
01	#LOVE	2,147,500,000
02	#INSTAGOOD	1,586,000,000
03	#FASHION	1,073,000,000
04	#PHOTOOFTHEDAY	1,010,400,000
05	#INSTAGRAM	972,100,000
06	#ART	964,400,000
07	#PHOTOGRAPHY	958,400,000
08	#BEAUTIFUL	803,100,000
09	#NATURE	748,100,000
10	#PICOFTHEDAY	703,200,000

#	HASHTAG	POSTS
11	#HAPPY	683,500,000
12	#FOLLOW	673,000,000
13	#TRAVEL	662,100,000
14	#CUTE	654,600,000
15	#STYLE	617,800,000
16	#INSTADAILY	603,500,000
17	#TBT	580,300,000
18	#FOLLOWME	555,100,000
19	#REPOST	550,800,000
20	#SUMMER	536,000,000

#	HASHTAG	POSTS
21	#BEAUTY	509,700,000
22	#FITNESS	502,600,000
23	#LIKE4LIKE	502,400,000
24	#FOOD	492,000,000
25	#INSTALIKE	475,100,000
26	#PHOTO	466,700,000
27	#SELFIE	451,300,000
28	#ME	450,100,000
29	#FRIENDS	432,500,000
30	#FUN	427,300,000

صفحه‌های پرمخاطب اینستاگرام:

Instagram (۵۸۷M) (۱)

Cristiano Ronaldo(۵۲۹M) (۲)

Lionel Messi (۴۱۵M) (۳)

محبوبترین هشتگ‌ها:

Love (۱)

Instagood (۲)

Fashion (۳)

Photopftheday (۴)

Instagram (۵)

## بررسی اجمالی مخاطبان تبلیغات تیک تاک



تیک تاک  
۱.۰۵ میلیارد  
کاربر فعال



۱۳.۱% نسبت  
جمعیت و  
کاربران تیک  
تاک



۱۰۶ میلیون  
افزایش تغییرات  
فصل به فصل



۱۶۶ میلیون  
افزایش  
تغییرات سال  
به سال



۲۰.۴% نسبت  
کاربران تیک تاک و  
کاربران اینترنت



۱۸.۷% کاربران  
تیکتاک و جمعیت  
بالای ۱۸ سال

## بررسی اجمالی مخاطبان تبلیغات لینکدین



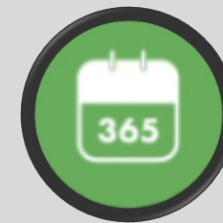
لینکداین  
۹۰۰.۲ میلیون  
کاربر فعال



۱۱.۲% نسبت جمعیت  
و کاربران لینکداین



۴۳ میلیون  
افزایش تغییرات  
فصل به فصل



۹۲ میلیون  
افزایش تغییرات  
سال به سال



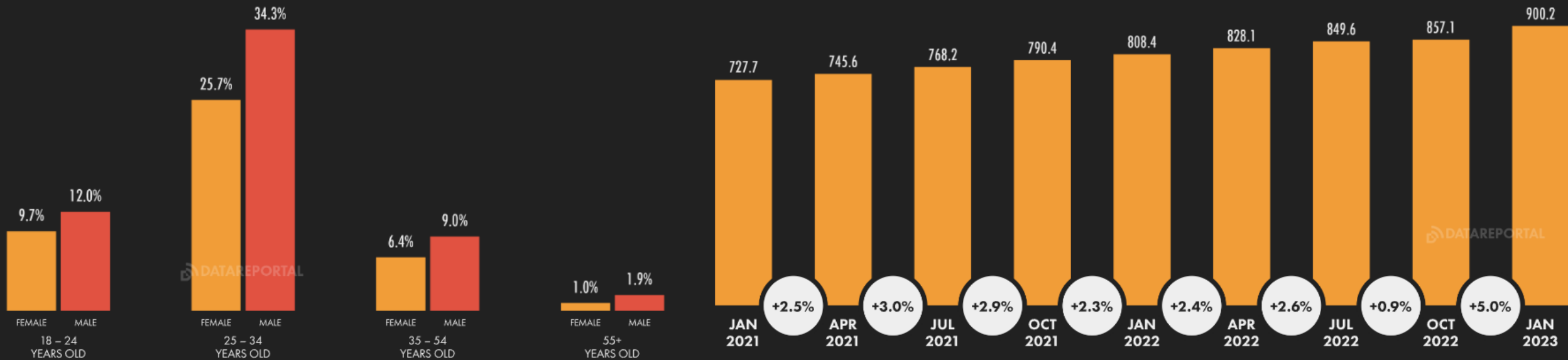
۱۷.۵% نسبت  
کاربران لینکداین  
و کاربران  
اینترنت



۱۶% کاربران  
لینکداین و  
جمعیت بالای ۱۸  
سال



# مخاطبان تبلیغات در لینکداین



مخاطبان لینکداین سال به سال با رشد ۵ درصدی نسبت به ۲۰۲۲، به ۹۰۰٫۲ میلیون کاربر رسیده است و بیشترین محدوده سنی در لینکداین با ۳۴٫۳٪ مردان ۲۴ تا ۳۴ سال سن دارند و افراد بیش از ۵۵ سال سن کمترین تعامل را در این برنامه دارند.

#	ACCOUNT HOLDER	FOLLOWERS
01	BILL GATES	36,120,000
02	RICHARD BRANSON	19,770,000
03	JEFF WEINER	10,750,000
04	SATYA NADELLA	10,260,000
05	ARIANA HUFFINGTON	10,200,000
06	MARK CUBAN	7,630,000
07	TONY ROBBINS	7,300,000
08	MELINDA FRENCH GATES	7,220,000
09	JACK WELCH	7,160,000
10	SIMON SINEK	6,540,000

#	ORGANISATION	FOLLOWERS
01	AMAZON	29,040,000
02	GOOGLE	27,390,000
03	LINKEDIN	24,240,000
04	TED CONFERENCES	23,160,000
05	MICROSOFT	18,680,000
06	UNILEVER	18,360,000
07	APPLE	17,970,000
08	FORBES	17,960,000
09	IBM	14,880,000
10	NESTLÉ	14,160,000

#	ACCOUNT HOLDER	FOLLOWERS
11	DEEPAK CHOPRA	5,820,000
12	DANIEL GOLEMAN	5,730,000
13	JUSTIN TRUDEAU	5,490,000
14	GARY VAYNERCHUK	5,370,000
15	ADAM GRANT	5,030,000
16	ANTHONY J JAMES	4,070,000
17	NARENDRA MODI	3,940,000
18	BRENÉ BROWN	3,900,000
19	IAN BREMMER	3,800,000
20	KEVIN O'LEARY	3,760,000

#	ORGANISATION	FOLLOWERS
11	HARVARD BUSINESS REVIEW	13,960,000
12	THE ECONOMIST	13,110,000
13	TATA CONSULTANCY SERVICES	11,630,000
14	DELOITTE	11,440,000
15	INSIDER BUSINESS	11,350,000
16	TESLA	10,980,000
17	ACCENTURE	10,030,000
18	THE WALL STREET JOURNAL	9,590,000
19	META	9,510,000
20	NETFLIX	9,400,000

## محبوب ترین صفحه های شخصی و شرکت ها در لینکداین

صفحه های پرمخاطب لینکداین:

- 1) Bill Gates (۳۶M)
- ۲) Richard Branson (۲۰M)
- ۳) Leff weiner (۱۱M)

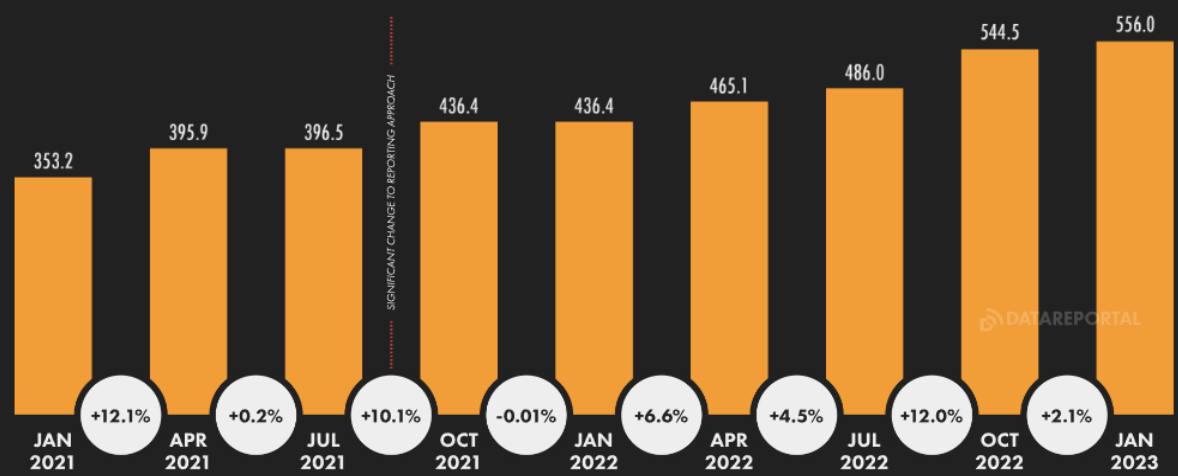
شرکت های پرمخاطب در

لینکداین:

- ۱. Amazon (۲۹M)
- ۲. Google (۲۷M)
- ۳. LinkedIn (۲۴M)

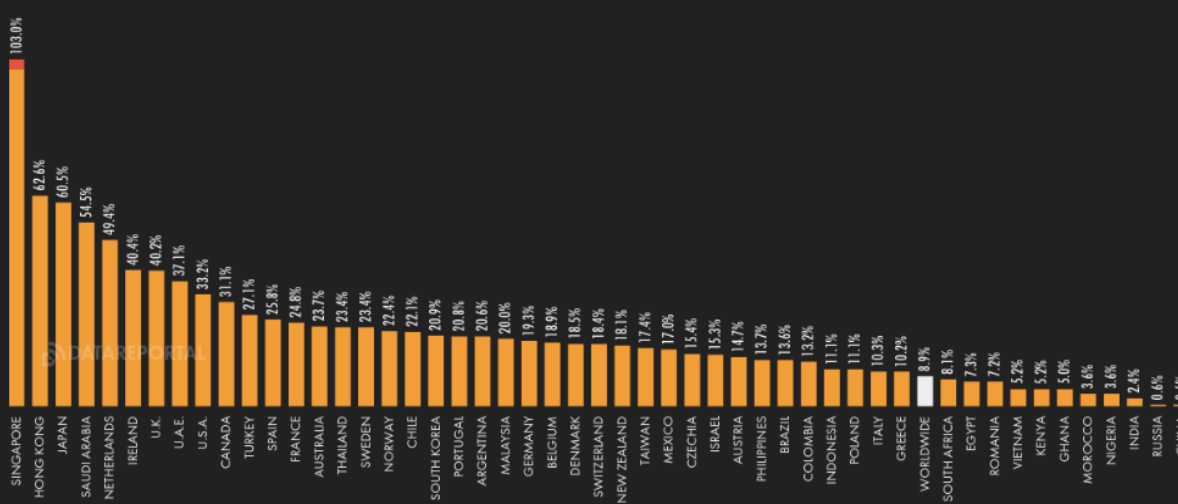
JAN 2023

## تبلیغات در توییتر



JAN 2023

## نرخ تبلیغات واجد شرایط در توییتر



**Lavan**  
Lavan Marketing Agency

سنگاپور با نرخ ۱۰۳٪ در رتبه اول تبلیغات در توییتر است

## بررسی اجمالی مخاطبان تبلیغات توییتر



توییتر  
۵۵۶ میلیون  
کاربر فعال



۶.۹٪ نسبت جمعیت  
و کاربران توییتر



۱۲ میلیون  
افزایش تغییرات  
فصل به فصل



۱۲۰ میلیون  
افزایش  
تغییرات سال  
به سال



۱۰.۸٪ نسبت  
کاربران توییتر و  
کاربران اینترنت



۸.۹٪ کاربران  
لینکداین و  
جمعیت بالای ۱۳  
سال

we  
are  
social

© 2023

## بررسی اجمالی تلگرام



۷۰۰ میلیون کاربر  
فعال ماهانه



۸.۷٪ کاربران  
ماهانه بسبب به  
جمعیت کل



۱۱.۹٪ کاربران ماهانه  
بسبب به جمعیت  
بالای ۱۳ سال

## بررسی اجمالی واتساپ



۲ میلیارد کاربر فعال  
ماهانه



۲۵٪ کاربران  
ماهانه بسبب به  
جمعیت کل



۳۱.۹٪ کاربران ماهانه  
بسبب به جمعیت  
بالای ۱۳ سال

## بررسی اجمالی مخاطبان تبلیغات پینترست



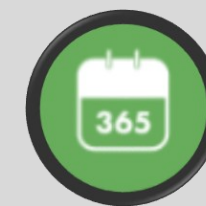
پینترست  
۲۴۹.۷ میلیون  
کاربر فعال



۳.۱٪ نسبت  
جمعیت و کاربران  
پینترست



۲۱ میلیون  
کاهش  
تغییرات فصل  
به فصل



۲۴ میلیون  
افزایش  
تغییرات سال  
به سال



۴.۸٪ نسبت  
کاربران پینترست و  
کاربران اینترنت



۴٪ کاربران  
لینکداین و جمعیت  
بالای ۱۳ سال

JAN  
2023

# اتصال به تلفن همراه



GLOBAL OVERVIEW

تعداد کاربران  
تلفن همراه



**5.44**  
BILLION



درصد تعداد کاربران  
تلفن همراه به جمعیت کل



**68.0%**  
YOY: +2.8% (+182 BPS)



تغییرات سالانه تعداد  
مشترکین تلفن همراه



**+3.2%**  
+168 MILLION

we  
are  
social

میانگین تعداد اتصال به ازای  
هر مشترک تلفن همراه



**1.55**  
YOY: -1.0%

اتصالات تلفن همراه



**8.46**  
BILLION



تغییرات سالانه در تعداد  
اتصالات تلفن همراه



**+2.2%**  
+180 MILLION



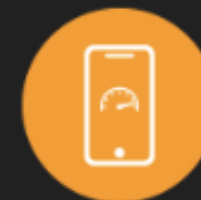
پهنای باند اتصالات  
تلفن همراه



**7.41**  
BILLION



درصد تعداد پهنای باند به کل  
اتصالات تلفن همراه



**87.6%**  
YOY: +3.1% (+236 BPS)

we  
are  
social

**Lavan**  
Lavan Marketing Agency

© 2023

## دستگاه های متصل

۰.۸۵ میلیارد از تلفن ثابت استفاده می شود



۷.۹۸ میلیارد از تلفن همراه استفاده می شود



۱.۶۴ میلیارد لپتاپ و تبلت استفاده می شود



۱۰.۲۹ میلیارد اینترنت اشیا و وسایل استفاده می شود



۲.۸۶ میلیارد اینترنت محیطی استفاده می شود



## دستگاه های تلفن همراه متصل

۷۸.۷% (۶.۶۰ میلیارد کاربر)  
میزان اتصالات وابسته به تلفن همراه  
های هوشمند



۱۶.۵% (۱.۳۸ میلیارد کاربر)  
میزان اتصالات وابسته به تلفن همراه های  
غیرهوشمند

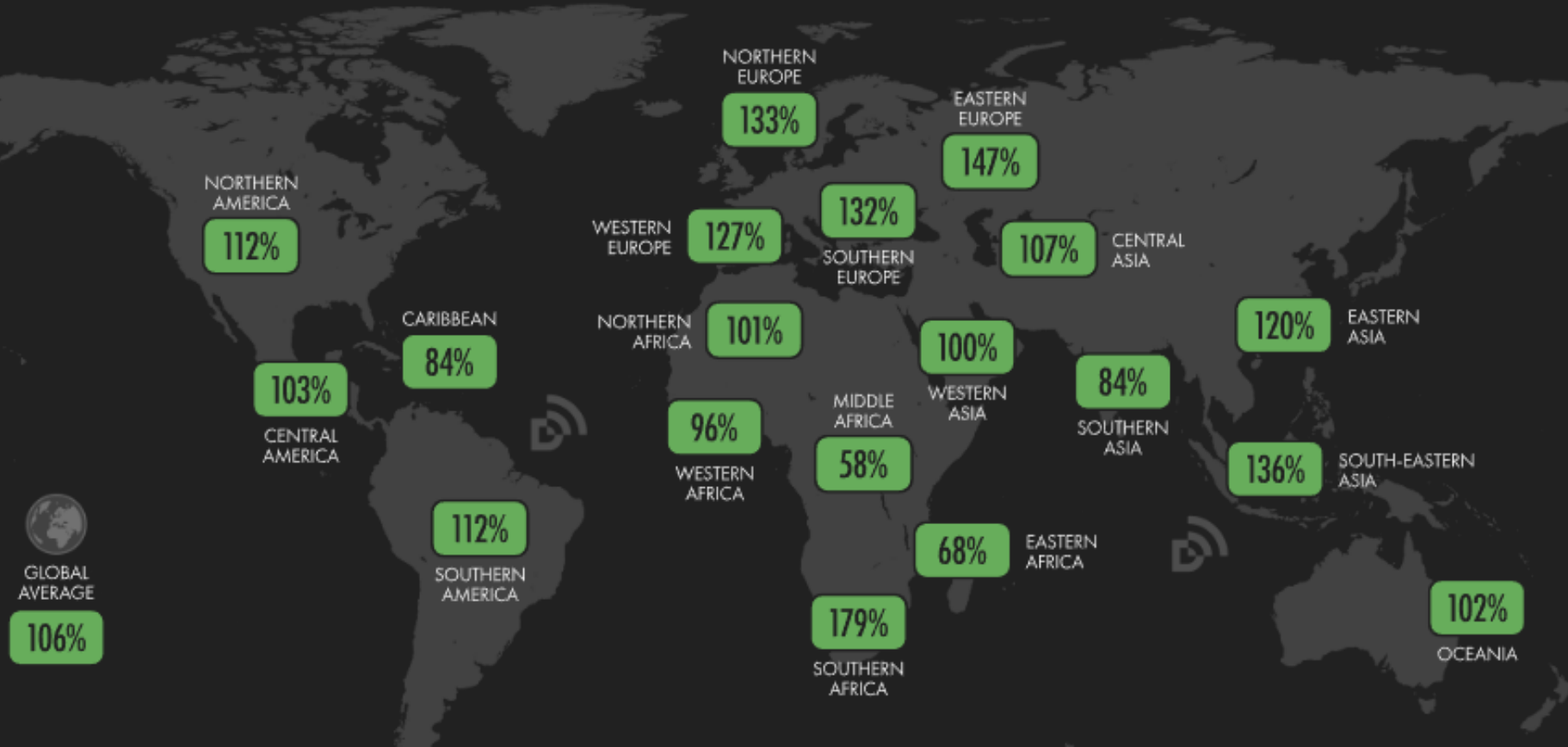


۴.۹% (۴۰۸ میلیون کاربر)  
میزان اتصالات وابسته به تبلت های هوشمند



JAN  
2023

# اتصالات تلفن همراه در قاره های مختلف



شاید جالب به نظر برسد که بیشترین اتصالات تلفن همراه در آفریقای جنوبی با ۱۷۹٪ است که سومین کشور پرجمعیت آفریقا است و کمترین آنها به آفریقای مرکزی با ۵۸٪ تعلق دارد.

## ترافیک وبسایت ها براساس سیستم عامل تلفن های همراه

۷۱.۹۶٪ از ترافیک وبسایت ها از گوشی های اندروید است .



۲۷.۴۸٪ از ترافیک وبسایت ها از گوشی های آی او اس است .



۰.۳۴٪ از ترافیک وبسایت ها از گوشی های سامسونگ است .



۰.۰۷٪ از ترافیک وبسایت ها از گوشی های ساده و ارزان است .



۰.۱۵٪ از ترافیک وبسایت ها از دیگر گوشی ها است .



## زمان سپری شده در دسته برنامه ها

۸٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای بازی های موبایلی



۵ ساعت و ۱ دقیقه زمان سپری شده در موبایل هر روز



۳.۱٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای برنامه های سرگرمی



۴۲.۴٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند و کل برنامه های اجتماعی



۲.۷٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای برنامه های خرید



۲۵.۱٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای برنامه های عکس و فیلم



۱۰.۶٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای سایر برنامه ها



۸.۱٪ زمان سپری شده در تلفن های هوشمند برای روزر ها و موتور های جستجو





JAN  
2023

# بهترین دسته بندی برنامه ها در اپ استور و گوگل پلی



## GOOGLE PLAY: DOWNLOADS

#	APP CATEGORY
01	GAMES
02	TOOLS
03	ENTERTAINMENT
04	FINANCE
05	SOCIAL
06	COMMUNICATION
07	SHOPPING
08	VIDEO PLAYERS & EDITORS
09	PRODUCTIVITY
10	MUSIC & AUDIO

## GOOGLE PLAY: CONSUMER SPEND

#	APP CATEGORY
01	GAMES
02	ENTERTAINMENT
03	SOCIAL
04	PRODUCTIVITY
05	DATING
06	HEALTH & FITNESS
07	SPORTS
08	COMICS
09	BOOKS & REFERENCE
10	LIFETSYLE

## IOS APP STORE: DOWNLOADS

#	APP CATEGORY
01	GAMES
02	UTILITIES
03	ENTERTAINMENT
04	PHOTO & VIDEO
05	SHOPPING
06	SOCIAL NETWORKING
07	FINANCE
08	LIFESTYLE
09	PRODUCTIVITY
10	EDUCATION

## IOS APP STORE: CONSUMER SPEND

#	APP CATEGORY
01	GAMES
02	ENTERTAINMENT
03	PHOTO & VIDEO
04	SOCIAL NETWORKING
05	LIFESTYLE
06	BOOKS
07	MUSIC
08	HEALTH & FITNESS
09	EDUCATION
10	PRODUCTIVITY

#	MOBILE APP	COMPANY
01	YOUTUBE	GOOGLE
02	GOOGLE	GOOGLE
03	GOOGLE CHROME	GOOGLE
04	FACEBOOK	META
05	WHATSAPP	META
06	GOOGLE MAPS	GOOGLE
07	GMAIL	GOOGLE
08	INSTAGRAM	META
09	FACEBOOK MESSENGER	META
10	GOOGLE DRIVE	GOOGLE



#	MOBILE GAME	COMPANY
01	ROBLOX	ROBLOX
02	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
03	FREE FIRE	SEA
04	SUBWAY SURFERS	SYBO
05	MINECRAFT POCKET EDITION	MICROSOFT
06	LUDO KING	GAMETION
07	PUBG MOBILE	TENCENT
08	CLASH ROYALE	TENCENT
09	POKÉMON GO	NIANTIC
10	MOBILE LEGENDS: BANG BANG	BYTEDANCE



#	MOBILE APP	COMPANY
01	INSTAGRAM	META
02	TIKTOK <sup>1</sup>	BYTEDANCE
03	FACEBOOK	META
04	WHATSAPP	META
05	SNAPCHAT	SNAP
06	TELEGRAM	TELEGRAM
07	CAPCUT	BYTEDANCE
08	FACEBOOK MESSENGER	META
09	WHATSAPP BUSINESS	META
10	SPOTIFY	SPOTIFY



#	MOBILE GAME	COMPANY
01	SUBWAY SURFERS	SYBO
02	FREE FIRE	SEA
03	LUDO KING	GAMETION
04	STUMBLE GUYS	KITKA GAMES
05	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
06	ROBLOX	ROBLOX
07	BRIDGE RACE	UNITY TECHNOLOGIES
08	RACE MASTER	SAYGAMES
09	MY TALKING TOM 2	JINKE CULTURE – OUTFIT7
10	8 BALL POOL	TENCENT



## محبوبترین برنامه‌ها و بیشترین تعداد دانلود

بهترین برنامه‌های از نظر کاربران فعال ماهانه :

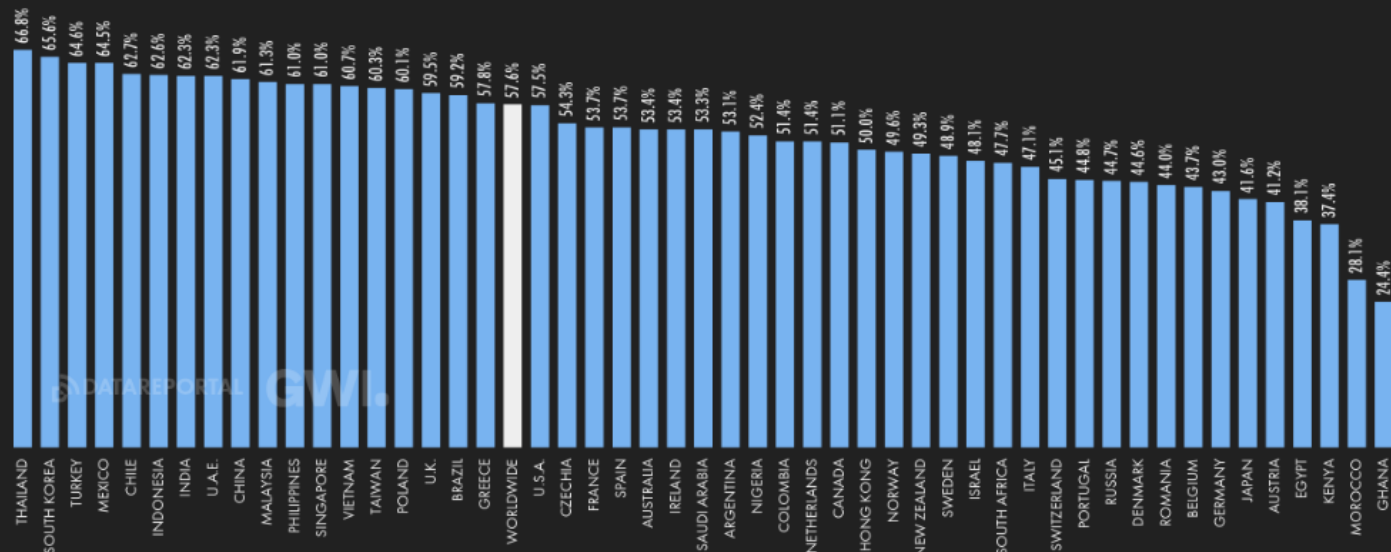
- YOUTUBE (۱)
- GOOGLE (۲)
- GOOGLE CHROME (۳)

بیشترین دانلود برنامه‌ها :

- INSTAGRAM (۱)
- TIKTOK (۲)
- FACEBOOK (۳)

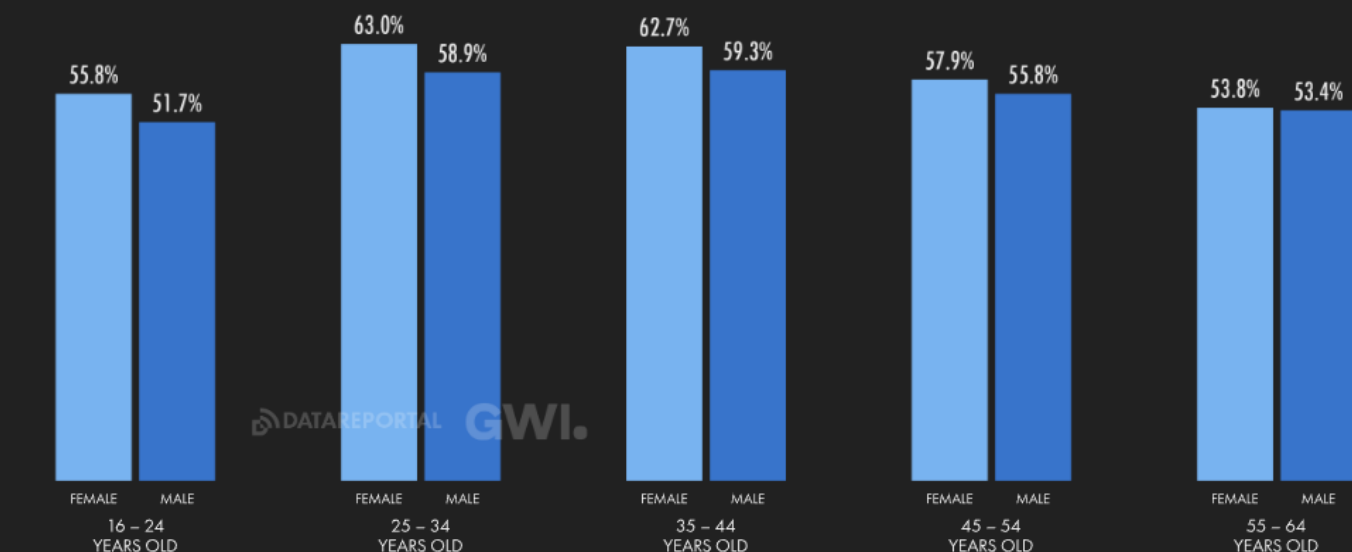
JAN 2023

# خرید هفتگی آنلاین



JAN 2023

# محدوده سنی افرادی که خرید آنلاین می کنند



# فعالیت هفتگی خرید آنلاین

خرید محصولات و سرویس آنلاین **۵۷.۶%**



سفارش مواد غذایی **۲۸.۳%**



خرید کالاهای دست دوم **۱۴.۲%**



استفاده از سرویس مقایسه آنلاین قیمت ها **۲۳.۵%**

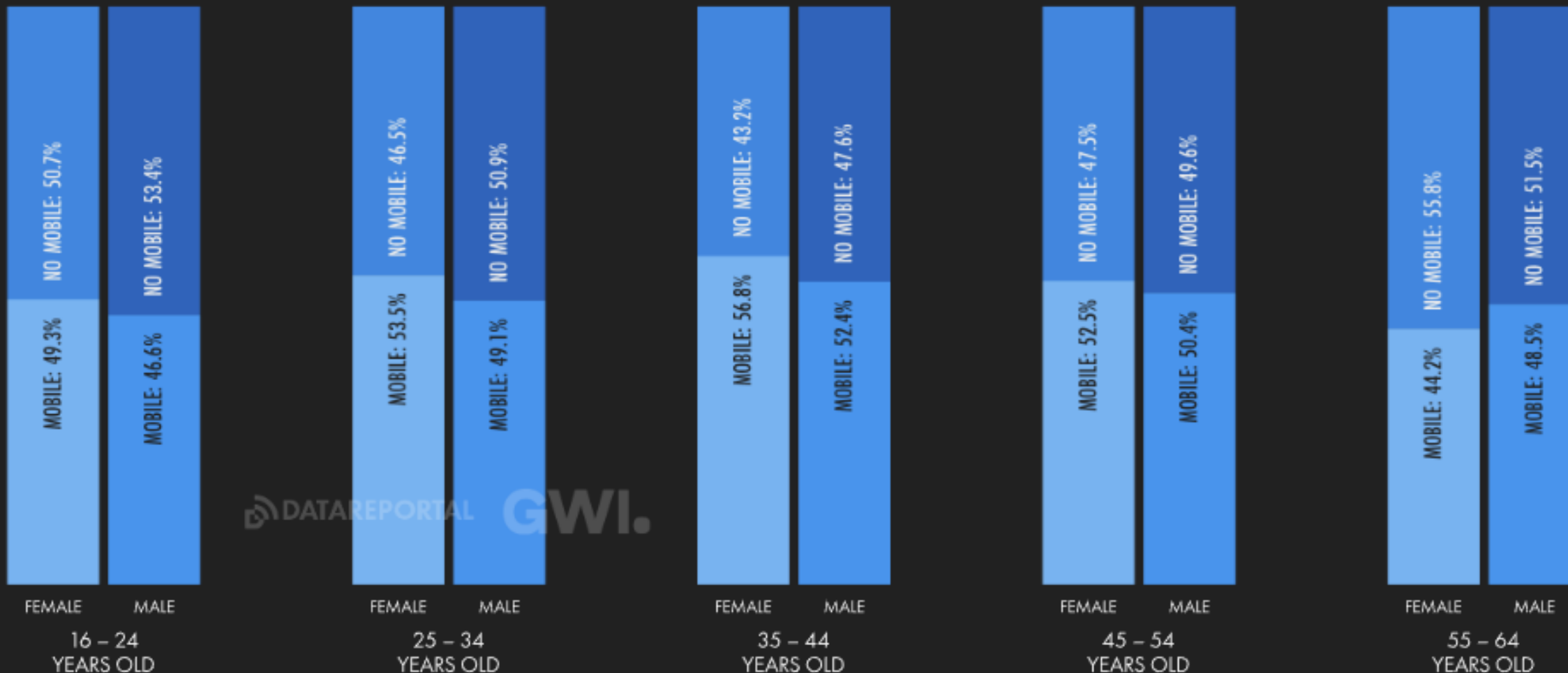


استفاده از سرویس الان بخرید و بعدا پرداخت کنید **۱۸.۴%**



JAN  
2023

# محدوده سنی افرادی که خرید آنلاین خود را با تلفن همراه می‌کنند



DATA REPORTAL GWI.

we  
are  
social

Lavan

Lavan Marketing Agency

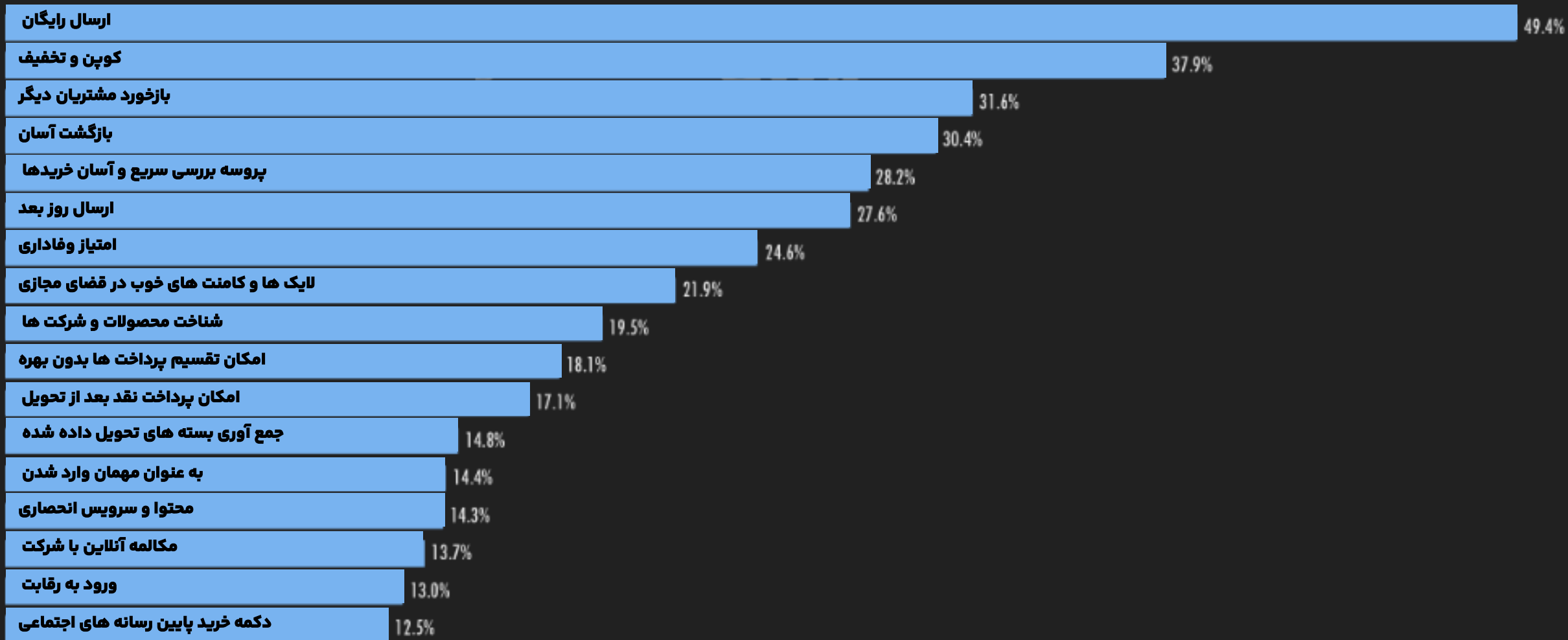
© 2023

JAN  
2023

# عوامل اصلی برای خرید آنلاین



GLOBAL OVERVIEW



we  
are  
social

Lavan

Lavan Marketing Agency

© 2023

# بررسی سفرهای توریستی آنلاین

# بررسی اجمالی تجارت الکترونیک کالاهای مصرفی



۴.۱۱ میلیارد نفر از محصولات و سرویس های آنلاین استفاده می کنند



۳.۵۹ تریلیون دلار تخمین هزینه مصرف شده سالانه در خرید محصولات مصرفی است.



۸۷۳ دلار متوسط درآمد سالانه به ازای هر فرد



۵۹.۸% کالای مصرفی با قابلیت خرید با تلفن همراه



۱۷.۱% کالای مصرفی با خرید از کانال های خرده فروشی



## متوسط درآمد سالانه به ازای هر فرد در رسانه های دیجیتال



### موسیقی دیجیتال      انتشار مجدد



## هزینه های پرداخت شده در رسانه های دیجیتال



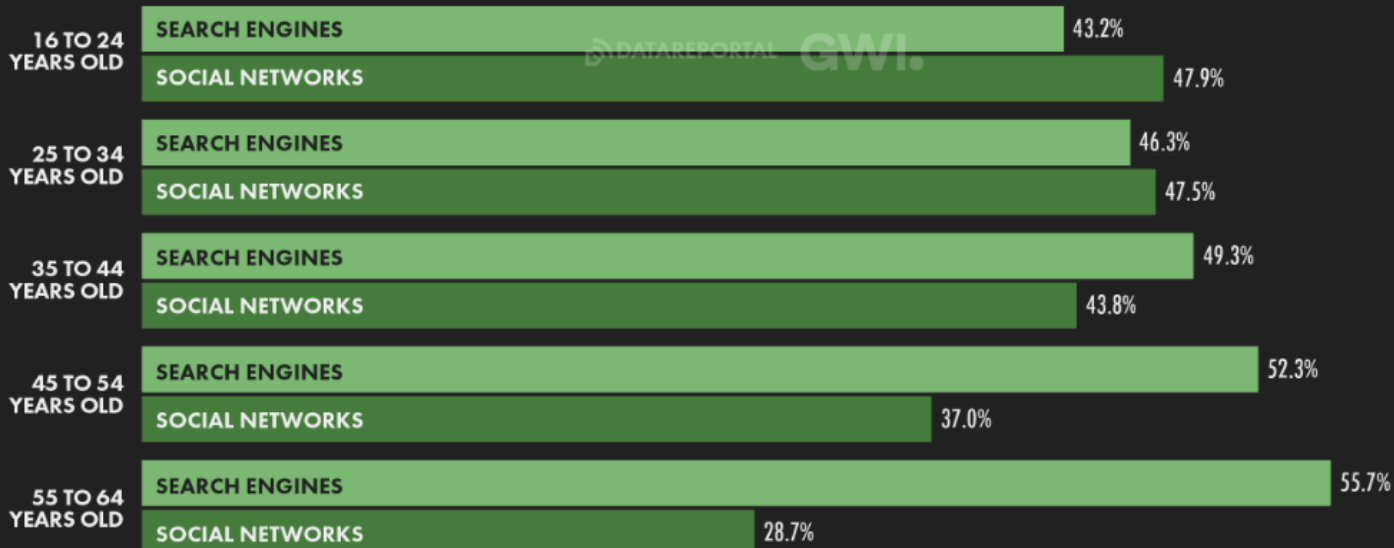
### موسیقی دیجیتال      انتشار مجدد



JAN 2023

## TOP CHANNELS FOR ONLINE BRAND RESEARCH

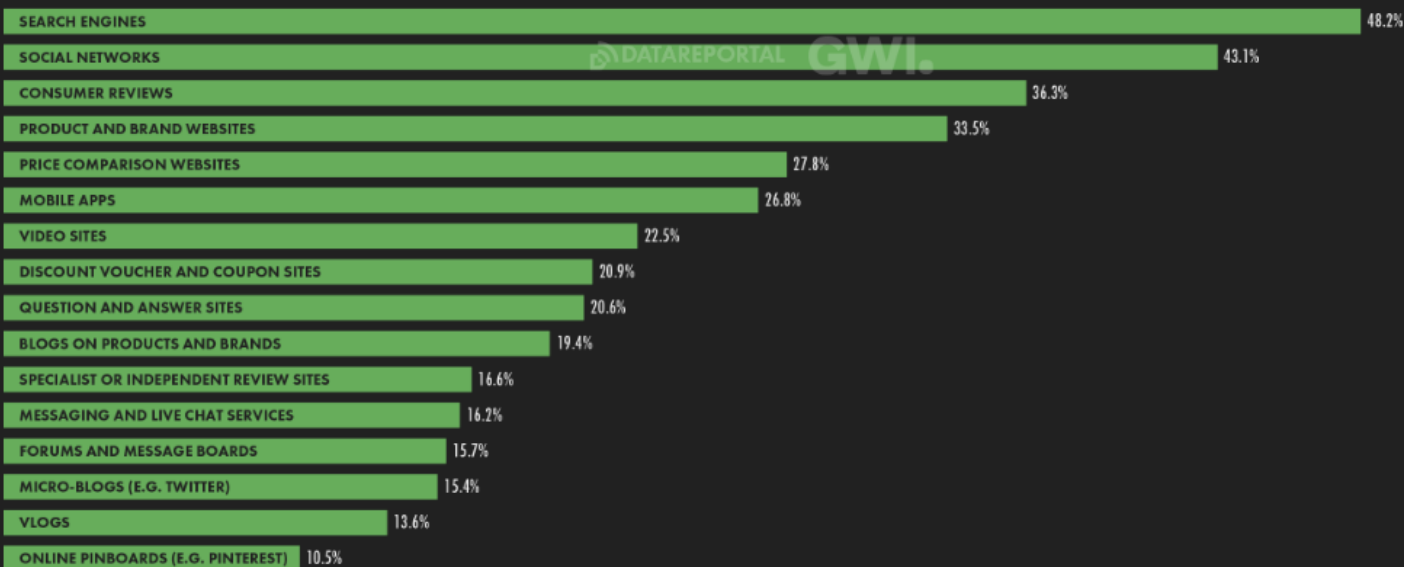
PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO USE EACH CHANNEL AS A PRIMARY SOURCE OF INFORMATION WHEN RESEARCHING BRANDS



JAN 2023

## MAIN CHANNELS FOR ONLINE BRAND RESEARCH

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH CHANNEL AS A PRIMARY SOURCE OF INFORMATION WHEN RESEARCHING BRANDS



## محبوب ترین کانال ها برای یافتن برند ها

بهترین کانال ها برای پیدا کردن برندها در تمامی سنین به جز ۱۶ تا ۳۴ سال موتورهای جستجو بیش از رسانه های اجتماعی استفاده می شود .

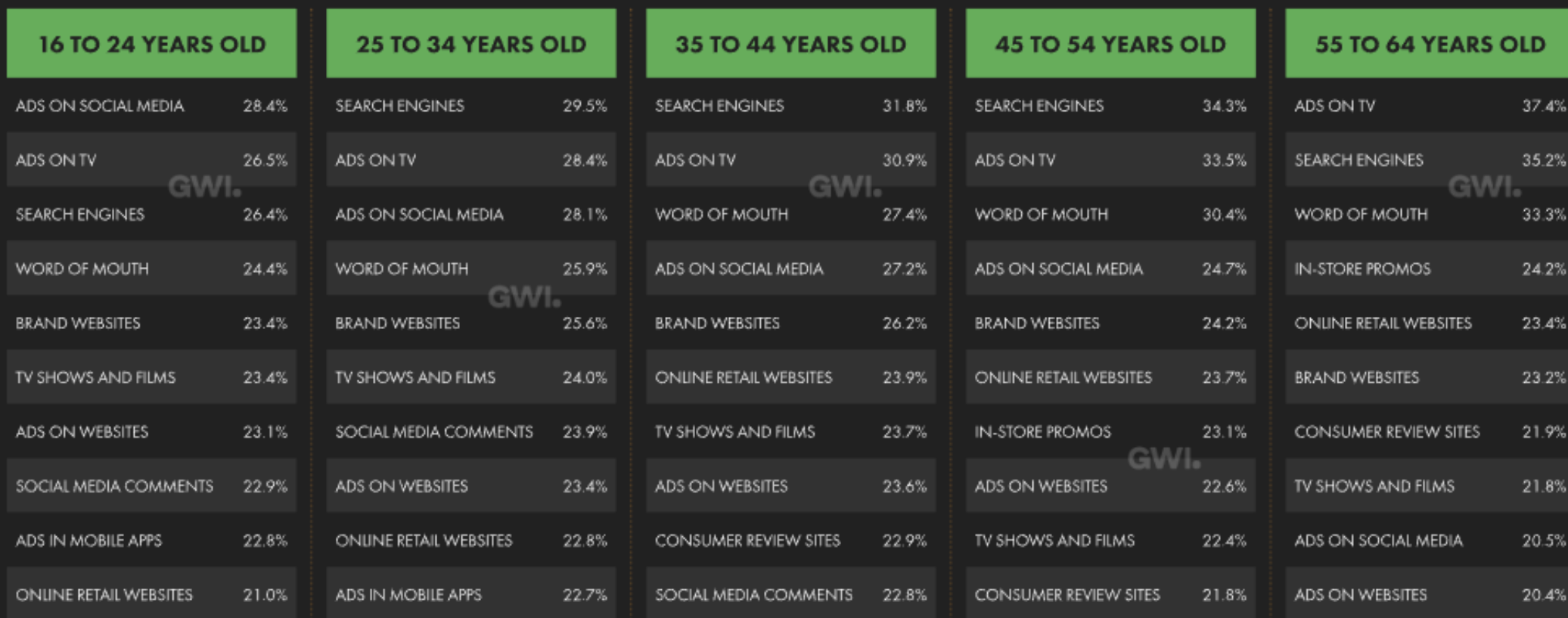
موتورهای جستجو با ۴۸.۲% در رتبه اول و بعد از آن رسانه های اجتماعی با ۴۳.۱% و بعد از آن نظرات کاربران با ۳۴.۳% است.







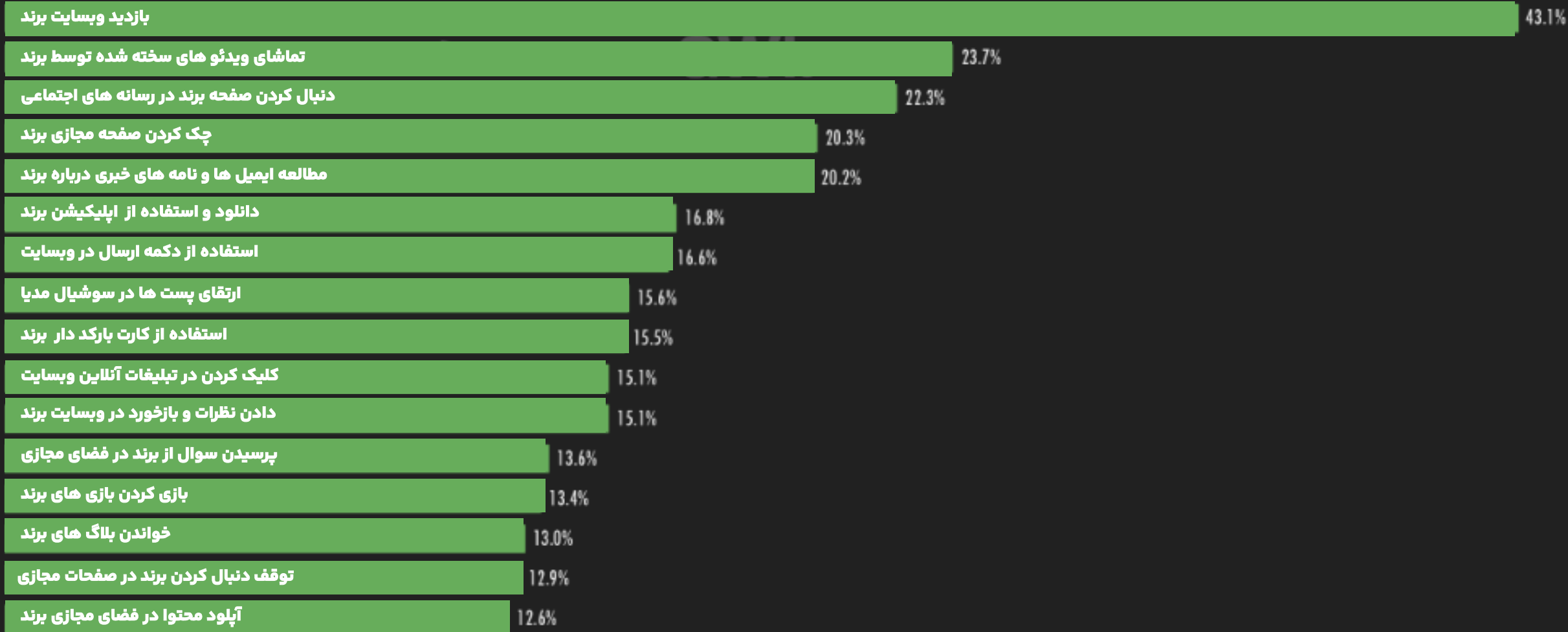
## منابع اصلی برای پیدا کردن برند



JAN  
2023

# رفتارهای متقابل برند آنلاین

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO ENGAGE IN EACH ACTION EACH MONTH



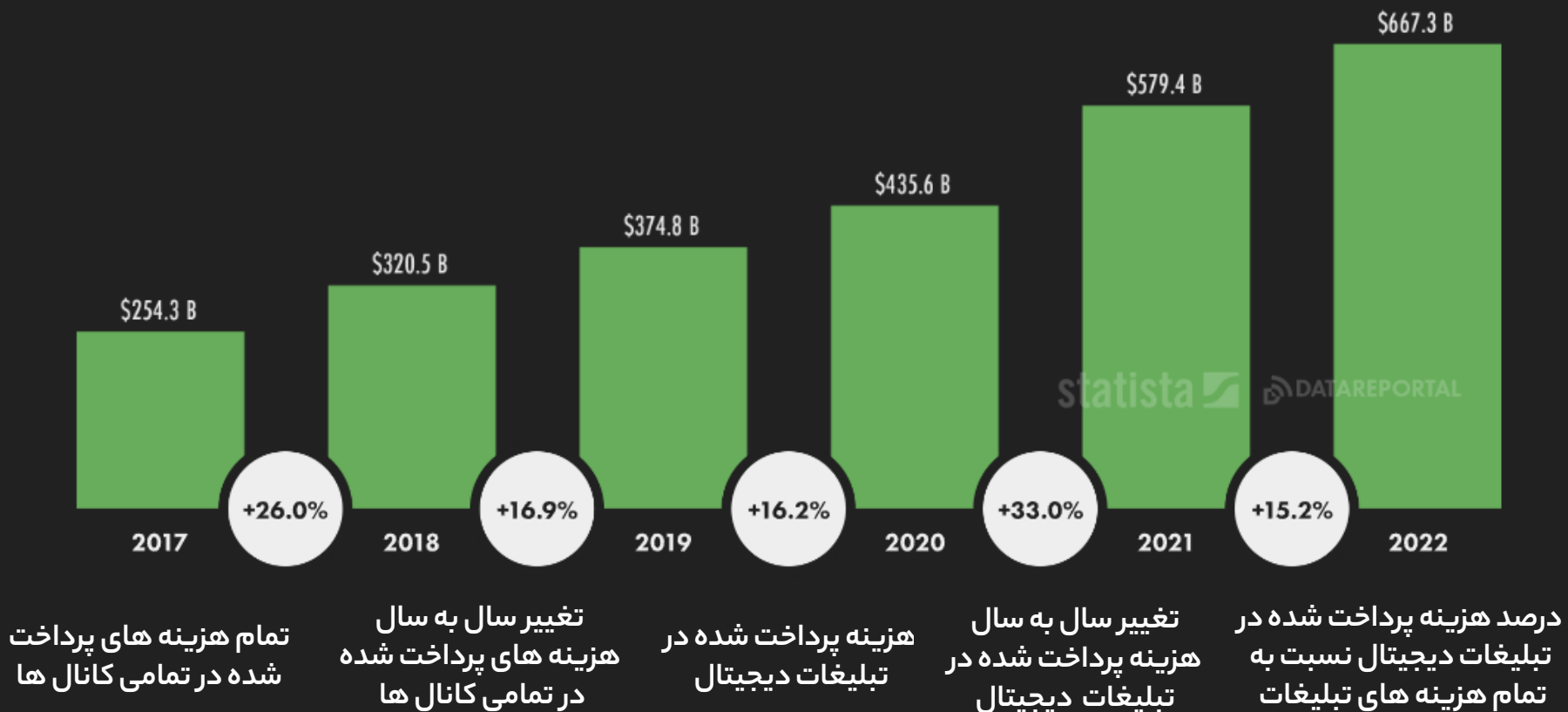
we  
are  
social

**Lavan**  
Lavan Marketing Agency

© 2023

## هزینه‌های پرداخت شده در رسانه‌های دیجیتال

میزان هزینه‌های پرداخت شده در سال ۲۰۲۲، ۶۶۷.۳۸ میلیارد دلار بوده است که با رشد ۱۵.۲٪ همراه بوده است.



**\$910.1**  
BILLION



**+10.1%**  
+\$84 BILLION



**\$667.3**  
BILLION



**+15.2%**  
+\$88 BILLION



**73.3%**  
+4.6% (+322 BPS)

JAN  
2023

# هزینه‌های پرداختی در تبلیغات دیجیتال



GLOBAL OVERVIEW

مجموع هزینه سالانه  
تبلیغات دیجیتال



statista

**\$667.3**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+15.2% (+\$88 BILLION)**

هزینه سالانه در تبلیغات  
جستجوی آنلاین



**\$260.0**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+15.4% (+\$35 BILLION)**

هزینه سالانه در تبلیغات  
ویدئوی آنلاین

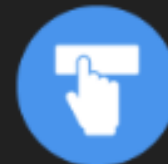


statista

**\$180.4**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+20.1% (+\$30 BILLION)**

هزینه سالانه در تبلیغات  
بهره‌های آنلاین



we  
are  
social

**\$155.0**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+9.7% (+\$14 BILLION)**

ANNUAL SPEND ON ONLINE  
INFLUENCER ACTIVITIES



**\$27.51**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+20.4% (+\$4.7 BILLION)**

هزینه سالانه در طبقه بندی  
های آنلاین



**\$20.52**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+1.5% (+\$310 MILLION)**

هزینه سالانه در تبلیغات  
رادیویی دیجیتال



statista

**\$7.65**  
BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+20.5% (+\$1.3 BILLION)**

تمام هزینه‌های پرداخت  
شده گوشی‌های همراه



**60.8%**  
\$406.0 BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+20.5% (+\$69 BILLION)**

تمام هزینه‌های پرداخت  
شده فضای مجازی



statista

**33.9%**  
\$226.0 BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+23.2% (+\$43 BILLION)**

تمام هزینه‌های پرداخت  
شده برنامه‌های



**81.8%**  
\$545.6 BILLION

Y-O-Y CHANGE IN SPEND  
**+17.7% (+\$82 BILLION)**

we  
are  
social

Lavan

Lavan Marketing Agency

© 2023

تغییرات سال به سال فضای مجازی نسبت به تمام هزینه صرف شده تبلیغات

فضای مجازی نسبت به تمام هزینه های صرف شده در تبلیغات



**+6.9%**  
**+220 BPS**

**33.9%**

هزینه صرف شده سالانه تبلیغات در فضای مجازی

تغییرات سال به سال هزینه های صرف شده در تبلیغات فضای مجازی

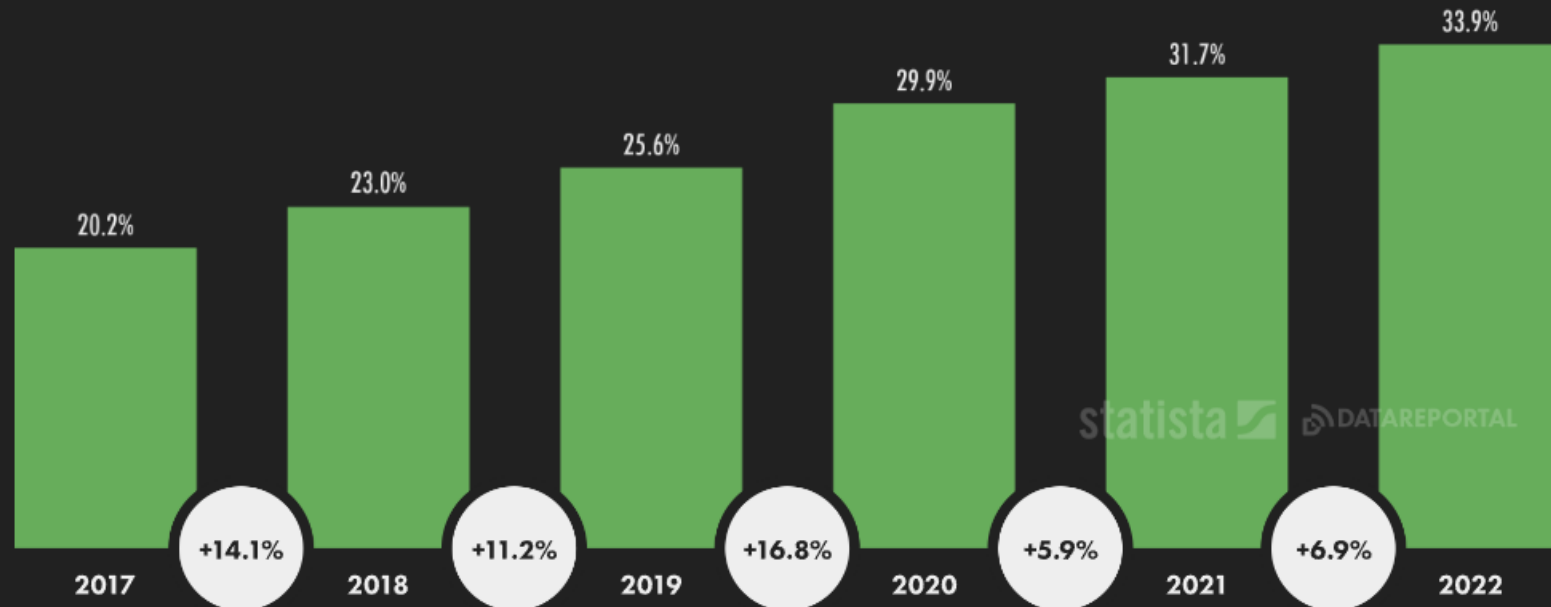


**\$226.0**  
**BILLION**

**+23.2%**  
**+\$43 BILLION**

# بررسی تبلیغات در فضای مجازی

در سال ۲۰۲۲، تبلیغات در فضای مجازی با رشد ۶.۹٪ به ۳۳.۹٪ رسیده است.



JAN  
2023

# درآمد تبلیغات دیجیتال از پلتفرم‌ها



تمام درآمد تبلیغات دیجیتال

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **GOOGLE**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **META**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **ALIBABA**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **AMAZON**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **BYTEDANCE**



**\$567.49**  
BILLION



**\$168.44**  
BILLION



**\$112.68**  
BILLION



**\$41.01**  
BILLION



**\$37.99**  
BILLION



**\$29.07**  
BILLION

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **TENCENT**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **MICROSOFT**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **BAIDU**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **APPLE**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **TWITTER**

ESTIMATED 2022 GLOBAL  
AD REVENUE: **SNAP**



**\$12.51**  
BILLION



**\$12.33**  
BILLION



**\$10.33**  
BILLION



**\$7.06**  
BILLION



**\$4.67**  
BILLION



**\$3.97**  
BILLION

we  
are  
social

**Lavan**

Lavan Marketing Agency

© 2023

JAN  
2023

# دلایل استفاده از مسدودکننده‌های آگهی

PRIMARY REASONS FOR USING AD BLOCKERS AMONGST INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE AD BLOCKERS AT LEAST SOME OF THE TIME



DATA REPORTAL GWI.

تعداد زیاد تبلیغات

60.2%

مانع شدن تبلیغات برای انجام کار

53.1%

برای محافظت و امنیت دستگاه

41.6%

عدم نمایش محتوای نامناسب

38.8%

تبلیغات غیرمرتبط

38.4%

برای ارتقای عملکرد دستگاه

33.8%

جلوگیری از جمع آوری اطلاعات شخصی

27.9%

we  
are  
social

Lavan

Lavan Marketing Agency

© 2023

ایران

ورود به

۱۴۰۲  
;) Lavan



# دنیای دیجیتال در ایران

جمعیت کل ایران در ژانویه ۲۰۲۳، ۸۸.۸۴ میلیون نفر بوده است.

جمعیت ایران بین سال های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۳ به میزان ۵۸۸ هزار نفر (+۰.۷ درصد) افزایش یافته است. ۴۹.۵ درصد جمعیت ایران زن و ۵۰.۵ درصد از جمعیت ایران مرد هستند.

۷۷.۰ درصد از جمعیت ایران در مراکز شهری و ۲۳.۰ درصد در مناطق روستایی زندگی می کردند. در ابتدای سال ۲۰۲۳ که ضریب نفوذ اینترنت به ۷۸.۶ درصد رسیده بود، ۶۹.۸۳ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود داشت. ایران در ژانویه ۲۰۲۳ میزبان ۴۸.۰۰ میلیون کاربر شبکه های اجتماعی بود که معادل ۵۴.۰ درصد از کل جمعیت است.

در اوایل سال ۲۰۲۳، در مجموع ۱۲۶.۹ میلیون اتصال تلفن همراه در ایران فعال بوده که این رقم معادل ۱۴۲.۸ درصد از کل جمعیت است.

میانگین سنی جمعیت ایران ۳۲.۹ سال است.

جمعیت کل جمعیت زنان جمعیت مردان تغییرات سال به سال جمعیت میانگین سنی



88.84  
MILLION

جمعیت شهری



49.5%

تراکم جمعیت



50.5%

سواد کلی جمعیت بالای 15 سال



+0.7%  
+588 THOUSAND

سواد کلی جمعیت زنان بالای 15 سال



32.9

سواد کلی جمعیت مردان بالای 15 سال



77.0%

اتصالات تلفن همراه



54.7

کاربران اینترنت



85.5%

کاربران فعال رسانه های اجتماعی



80.8%

سواد کلی جمعیت زنان بالای 15 سال



90.4%

سواد کلی جمعیت مردان بالای 15 سال



126.9  
MILLION

جمعیت کل رشد دیجیتال



69.83  
MILLION

اتصالات تلفن همراه دیجیتال



48.00  
MILLION

رشد دیجیتال کاربران اینترنت



+0.7%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+588 THOUSAND



+2.5%

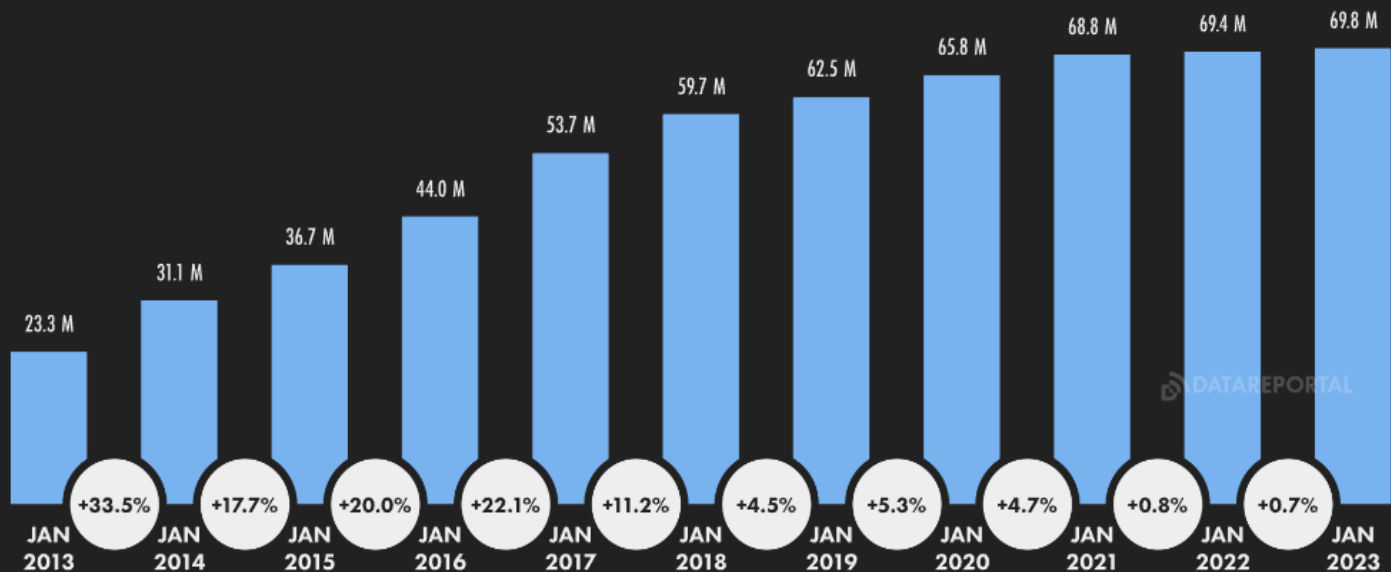
YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+3.1 MILLION



+0.7%

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+462 THOUSAND





## سرعت اینترنت در ایران

میانگین سرعت اینترنت همراه برای دانلود



**40.97**  
MBPS

تغییرات سال به سال میانگین سرعت اینترنت همراه



**+62.7%**

میانگین سرعت اینترنت ثابت برای دانلود



**11.62**  
MBPS

تغییرات سال به سال میانگین سرعت اینترنت ثابت



**+18.0%**

## تعداد کاربران اینترنت ایران

**69.83** میلیون نفر (78.6%)

از دیدگاه اتحادیه بین المللی مخابرات



**75.59** میلیون نفر (85.1%)

از دیدگاه آژانس اطلاعات مرکزی



**78.09** میلیون نفر (87.9%)

از دیدگاه آمار جهانی اینترنت



## بررسی اینترنت استفاده شده توسط افراد

جمعیت کاربران اینترنت



**69.83**  
MILLION

درصد کاربران اینترنت نسبت به جمعیت کل



**78.6%**  
[UNCHANGED]

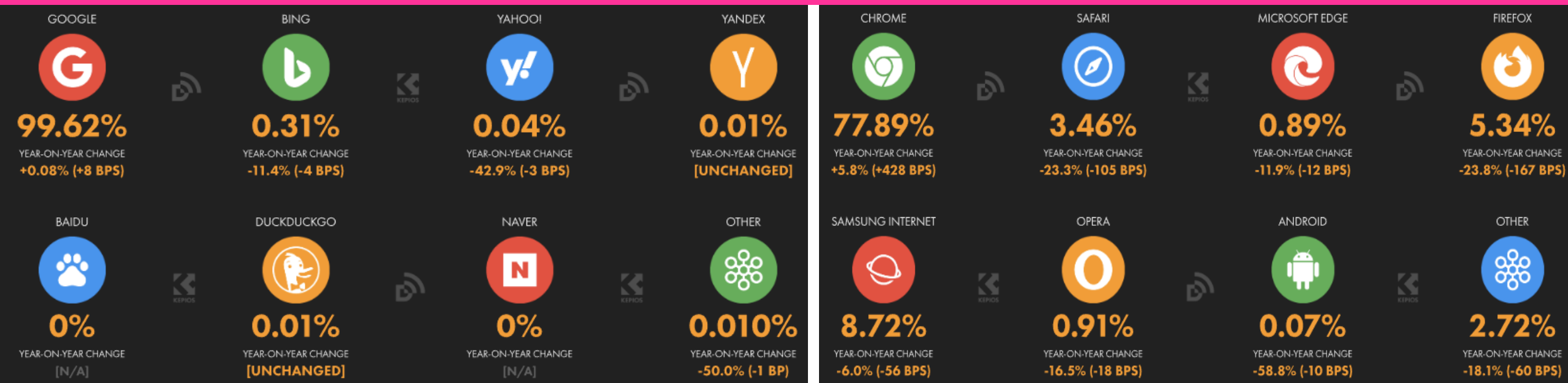
تغییرات سال به سال تعداد کاربران اینترنت



**+0.7%**  
+462 THOUSAND

## بررسی موتورهای جستجو

## ترافیک وب با مرورگرها



بیشترین موتور جستجوگری که در ایران استفاده می شود گوگل با درصد عجیب ۹۹.۶۲ است و بعد از آن با اختلاف زیاد بینگ ، ۰.۳۱% را به خود اختصاص داده است . از میان مرورگرها کروم در صدر با ۷۷.۸۹% قرار دارد .

# ترافیک وب با دستگاه های مختلف

از تلفن همراه استفاده می کنند **۷۵.۴۱%**



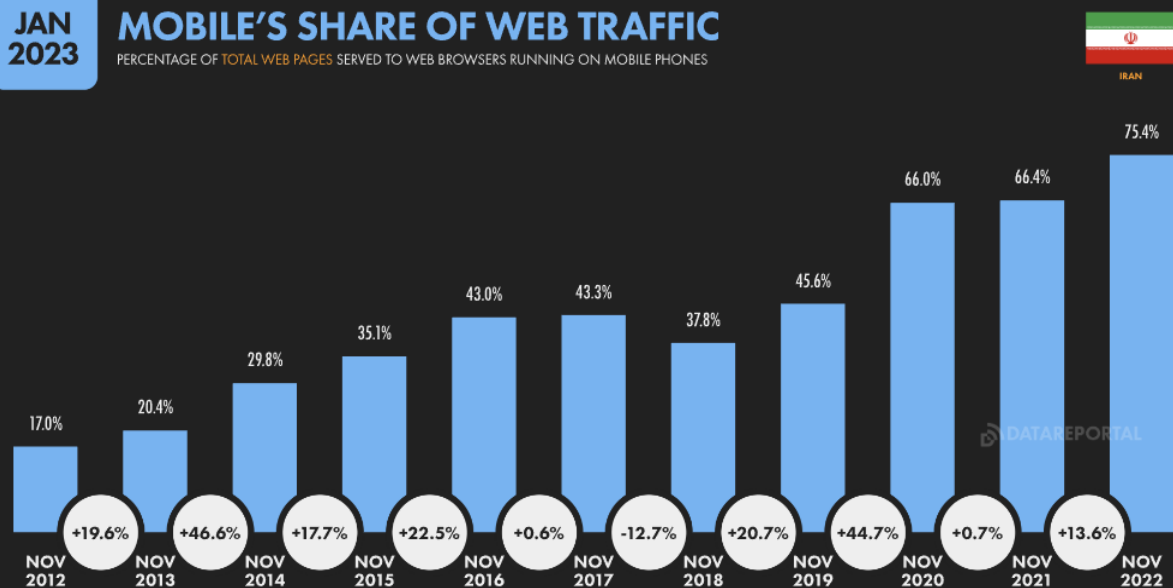
از لپتاپ و کامپیوتر استفاده می کنند **۲۳.۲۱%**



از تبلت استفاده می کنند **۱.۳۷%**



از دیگر دستگاه ها استفاده می کنند **۰.۰۱%**



JAN  
2023

# رتبه‌بندی جستجوهای گوگل در ایران



IRAN

#	SEARCH QUERY	INDEX vs. TOP QUERY
01	دانلود	100
02	آهنگ	93
03	فیلم	75
04	آهنگ	69
05	ایران	39
06	عکس	36
07	بازی	30
08	دانلود آهنگ	23
09	امروز	18
10	ماشین	16

#	SEARCH QUERY	INDEX vs. TOP QUERY
11	کارتون	15
12	دیوار	14
13	طلا	13
14	دانلود فیلم	13
15	گوگل	12
16	ایران خودرو	12
17	ترجمه	11
18	گل	11
19	دیجی کالا	10
20	نقاشی	10

JAN  
2023

# رتبه بندی جستجوها در یوتیوب

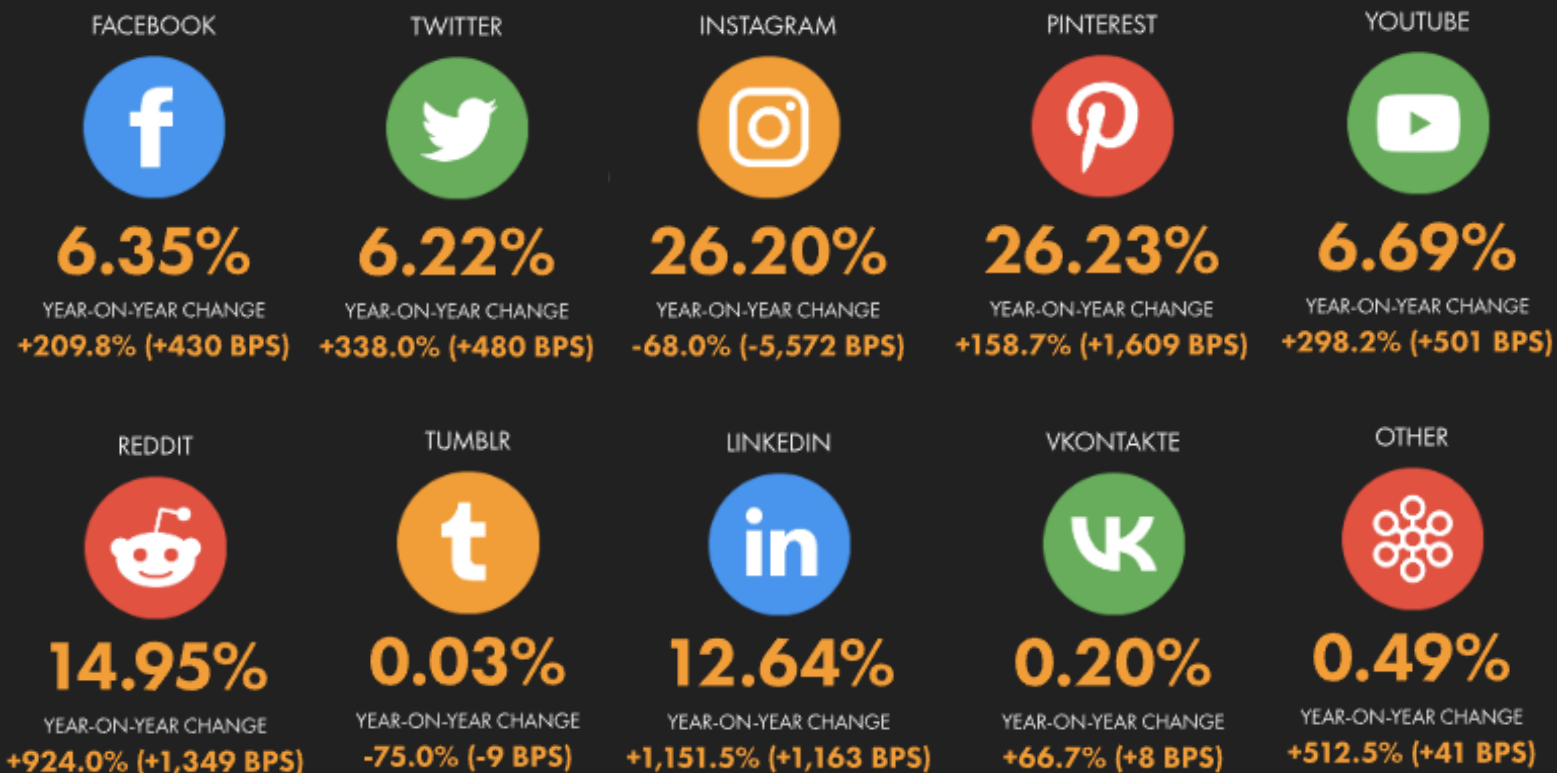


IRAN

#	SEARCH QUERY	INDEX
01	فیلم	100
02	آهنگ	53
03	اهنگ	35
04	TATALOO	20
05	تتلو	19
06	ایران	18
07	MUSIC	17
08	پوٹک	17
09	رقص	16
10	فیلم سینمایی	14

#	SEARCH QUERY	INDEX
11	فیلم هندی	12
12	یاغی	12
13	ASMR	11
14	PUTAK	10
15	فرشاد	9
16	DANCE	9
17	BTS	9
18	فیلم ایرانی	9
19	AMIR TATALOO	8
20	ری اکشن	8

# ترافیک وب ها از رسانه های اجتماعی



# بررسی فضای مجازی

جمعیت کاربران  
فضای مجازی



**48.00**  
MILLION

درصد کاربران فضای مجازی  
نسبت به جمعیت کل



**54.0%**

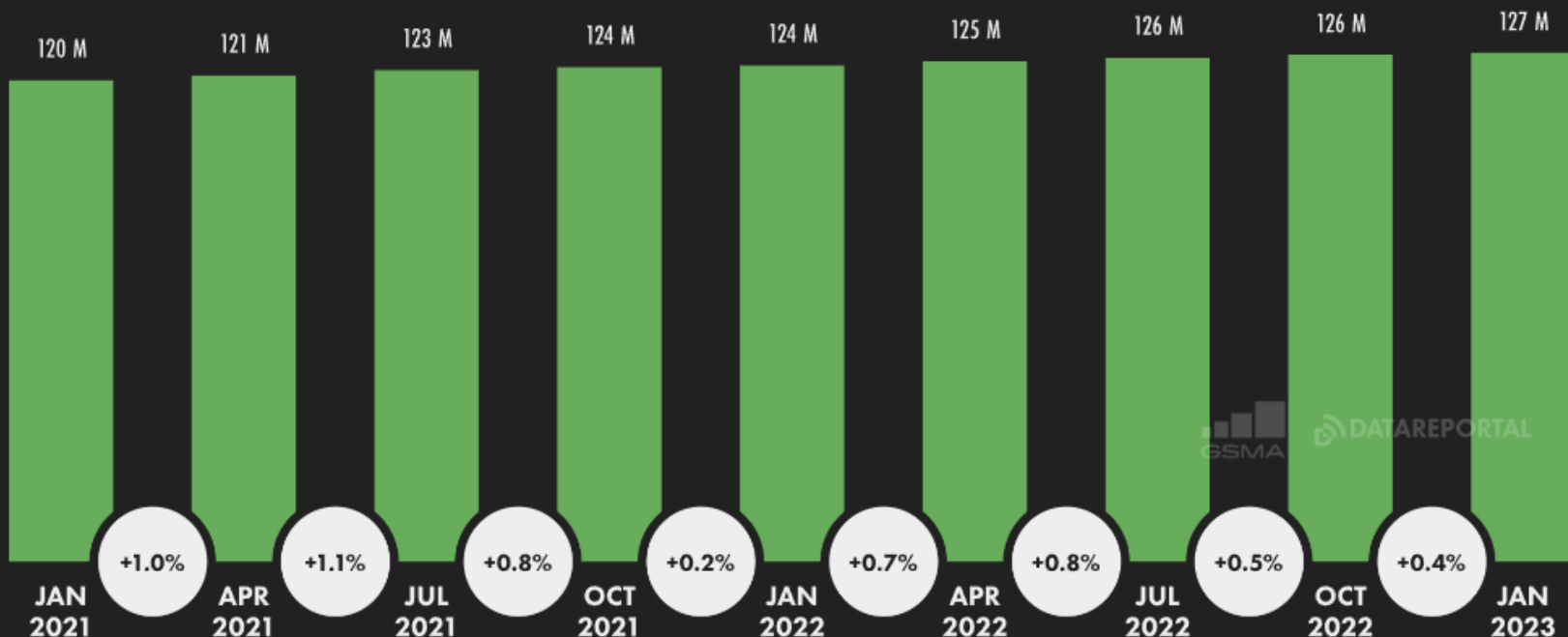
درصد کاربران فضای مجازی نسبت  
به تمام کاربران اینترنت



**68.7%**

JAN  
2023

# تعداد اتصالات تلفن همراه در طول زمان



GSMA DATAREPORTAL

داده ها نشان می دهد که در آغاز سال ۲۰۲۳، ۱۲۶.۹ میلیون اتصال تلفن همراه در ایران وجود داشته است. بسیاری از مردم در سراسر جهان از بیش از یک اتصال تلفن همراه استفاده می کنند (شخصی و کاری)، بنابراین غیرعادی نیست که ارقام اتصال تلفن همراه به طور قابل توجهی از ارقام کل فراتر رود که نشان می دهد که ارتباطات تلفن همراه در ایران معادل ۱۴۲.۸ درصد از کل جمعیت در ژانویه ۲۰۲۳ بوده است.

## اتصالات تلفن همراه

تعداد کاربران  
تلفن همراه



**126.9**  
MILLION

درصد تعداد کاربران  
تلفن همراه به جمعیت کل



**142.8%**

پهنای باند اتصالات  
تلفن همراه



**85.7%**

تغییرات سالانه در تعداد  
اتصالات تلفن همراه



**+2.5%**  
**+3.1 MILLION**

we  
are  
social

**Lavan**

Lavan Marketing Agency



## هزینه های دسترسی به اینترنت

میانگین هزینه هر یک  
گیگابایت اینترنت



**\$1.31**

میانگین هزینه هر یک گیگابایت  
اینترنت و میانگین درآمد



**0.47%**

## ترافیک وبسایت ها براساس سیستم عامل تلفن های همراه

94.65% از ترافیک وبسایت ها از  
گوشی های اندروید است .



5.12% از ترافیک وبسایت ها از گوشی  
های آی او اس است .



0.20% از ترافیک وبسایت ها از  
گوشی های سامسونگ است .



0% از ترافیک وبسایت ها از گوشی  
های ساده و ارزان است .



0.03% از ترافیک وبسایت  
ها از دیگر گوشی ها است .





We currently offer a variety of services to both domestic firms as well as foreign firms which are currently active in Iran such as:

- Digital Marketing** Campaigns
- Gamification** Marketing
- Campaigns **Social Media Marketing** & Strategy
- Content Marketing** & Strategy
- Brand Development** & Strategy
- Web Design** & Development
- SEO** & **SEM** Solution Social
- Media **Advertising**
- POSM** & Retail Solution
- Packaging** & Printing Design

## Our Clients





Panasonic



logitech



nutella



Kinder



Guzel



X-VISION



 **lavan.agency**

 **info@lavan.agency**

 **021 88797047**