



الإمارات الرقمية

2023

حقائق وأرقام

الفهرس:

المقدمة	3
ملاح الحياة الرقمية	4
النافذة الرقمية الموحدة للحكومة U.ae	11
مواقع التواصل الاجتماعي	19
الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي	24
الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية	25
الهوية الرقمية	29
النطاق الوطني لدولة الإمارات (ae).	30
التجارة الرقمية	32
التسويق الرقمي	41
الصحة رقمياً	45
المصادر	46

المقدمة:

بينما تؤدي الحكومة الرقمية دور الممكن للمجتمع بقطاعاته المختلفة، فإن المجتمع الرقمي يمثل البيئة المثلى لازدهار التحول الرقمي ووصوله إلى مستوى الريادة. وفي خضم هذه المعادلة تبرز تجربة دولة الإمارات باعتبارها نموذجاً في التناغم الرقمي بين كل من الحكومة والقطاع الخاص وأفراد المجتمع على السواء.

تتجسد هذه المعادلة في الحقيقة التالية: كانت الإمارات من أوائل الدول التي أبدت اهتماماً خاصاً بالبنية التحتية للاتصالات والتحول الرقمي، فكان من نتيجة ذلك أن صارت صاحبة المركز الأول عالمياً في مؤشر توصيل شبكة الألياف الضوئية للمنازل (FTTH)، الأمر الذي سهّل وصولها إلى المركز الأول عالمياً في استخدام الإنترنت. في هذا التقرير الكثير من الأرقام والحقائق التي يمكن أن تقدم صوراً مماثلة لهذه العلاقة السببية. وفي نهاية المطاف، فإن الحياة الرقمية الشاملة والمتكاملة هي جهد مجتمعي شمولي يتشارك فيه الحكومة والقطاع الخاص وأفراد المجتمع، وبطبيعة الحال فإن فوائده تعود على الجميع.





ملاحم الحياة الرقمية



9.38

مليون فرد

عدد مستخدمي الإنترنت
في الإمارات

%99

نسبة مستخدمي الإنترنت في
الإمارات مقابل عدد السكان

استخدامات الإنترنت

(أغراض استخدام الإنترنت في الإمارات)

تتنوع أهداف استخدام الإنترنت في الإمارات من تواصل مع العائلة أو الترفيه أو التعلم، حيث جاءت تلك الأهداف وفقاً للنسب التالية:



البحث عن
المعلومات

%54.1



التواصل مع
العائلة والأصدقاء

%58.8



مشاهدة مقاطع الفيديو
البرامج التلفزيونية - الأفلام

%49.1



استكشاف
أفكار جديدة

%49.2



البحث عن المنتجات
والعلامات التجارية

%45.1



البحث لتعلم
كيفية صنع الأشياء

%45.5



البحث عن مواضيع
تتعلق بقطاع الأعمال

%32.7



التعليم

%41.2



الاستماع
للموسيقى

%35.2



مشاهدة الأخبار
ومتابعة الفعاليات

%44.6



البحث عن صداقات
وعلاقات جديدة

%33.2



البحث عن المواضيع
والمنتجات الصحية

%35.4



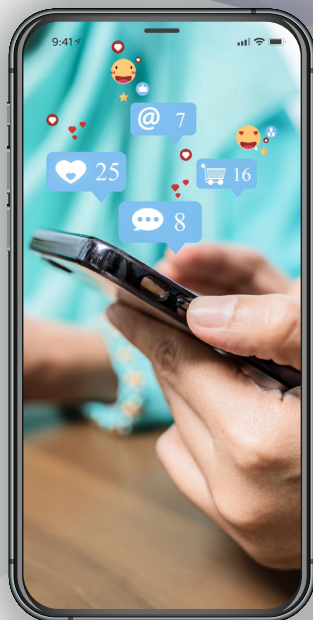
مشاركة
الآراء والأفكار

%32.2



البحث عن: الأماكن
الإجازات - السفر

%33.5



الأجهزة المستخدمة

(نسبة مستخدمي الإنترنت عبر كل أنواع الأجهزة)

تتنوع تفضيلات المستخدمين في الأجهزة التي يدخلون بها إلى الإنترنت وفقاً للنسب التالية:



أجهزة الألعاب

%20.7



الأجهزة اللوحية

%38



أجهزة الكمبيوتر المكتبية أو المحمولة

%60.5



الهواتف الذكية

%96.2

%8.2

أجهزة الواقع الافتراضي



%13.5

تجهيزات المنازل الذكية



%17.7

أجهزة التلفاز



%38.6

الساعات الذكية



سرعة الإنترنت



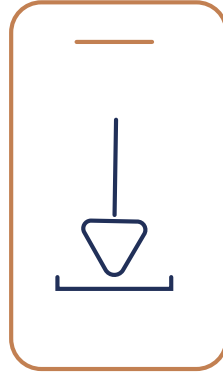
سرعة التحميل في الهواتف الذكية

161.15

(ميغا بايت/ثانية)

نسبة الزيادة السنوية في السرعة

+ 2.3%



سرعة التحميل في الإنترنت الثابت

207.41

(ميغا بايت/ثانية)

نسبة الزيادة السنوية في السرعة

+ 80.1%



متصفحات الإنترنت

(نسبة استخدام المتصفحات في الدخول إلى شبكة الإنترنت من مختلف الأجهزة)

يتصفح مستخدمو الإنترنت في الإمارات الشبكة العنكبوتية عبر عدة متصفحات، وفقاً للنسب التالية:



متصفح كروم

%68.72



متصفح سفاري

%19.16



متصفح سامسونج

%2.34



متصفح فايرفوكس

%1.26



متصفح مايكروسوفت إيدج

%3



متصفحات أخرى

%3.87



متصفح أندرويد

%0.12



متصفح أوبرا

%1.53

زيارة المواقع الإلكترونية

(أكثر المواقع زيارة على أساس شهري)

جاءت أكثر المواقع زيارةً في الإمارات على النحو التالي:

18.8



فيسبوك

129



جوجل

130



يوتيوب

10.4



إنستجرام

11.6



تويتر



عدد الزيارات (مليون/شهرياً)



النافذة الرقمية الموحدة للحكومة U.ae

واجهة الحضور الرقمي للحكومة في دولة الإمارات، وهي تضم كل المعلومات والخدمات المقدمة من الجهات الحكومية. تتولى هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية إدارة البوابة بالتعاون مع الجهات الحكومية كافة.



أصغر نطاق حكومي بالعالم
نطاق من حرف واحد (U)

30

مليون زيارة

19

مليون زائر

(في 2022)

263

ألف عملية بحث على
البوابة (في 2022)

90%

مؤشر السعادة عن
محتوى البوابة

221

جهة حكومية تقدم
خدماتها عبر البوابة

2,630

خدمة رقمية على
البوابة

النافذة الرقمية الموحدة للحكومة U.ae

البحث المدعوم بالذكاء الاصطناعي
التوليدي على النافذة الموحدة
للحكومة U.ae

25 مايو 2023 - تاريخ الإطلاق

98.5%

نسبة رضا المتعاملين عن استخدام
البحث المدعوم بالذكاء الاصطناعي

60,000

عدد عمليات البحث باستخدام خاصية
الذكاء الاصطناعي التوليدي

أهم مجالات البحث:



التأشيرات (السياحة/
الإقامة/الذهبية)



الوظائف وفرص العمل



المواصلات
ورخص القيادة



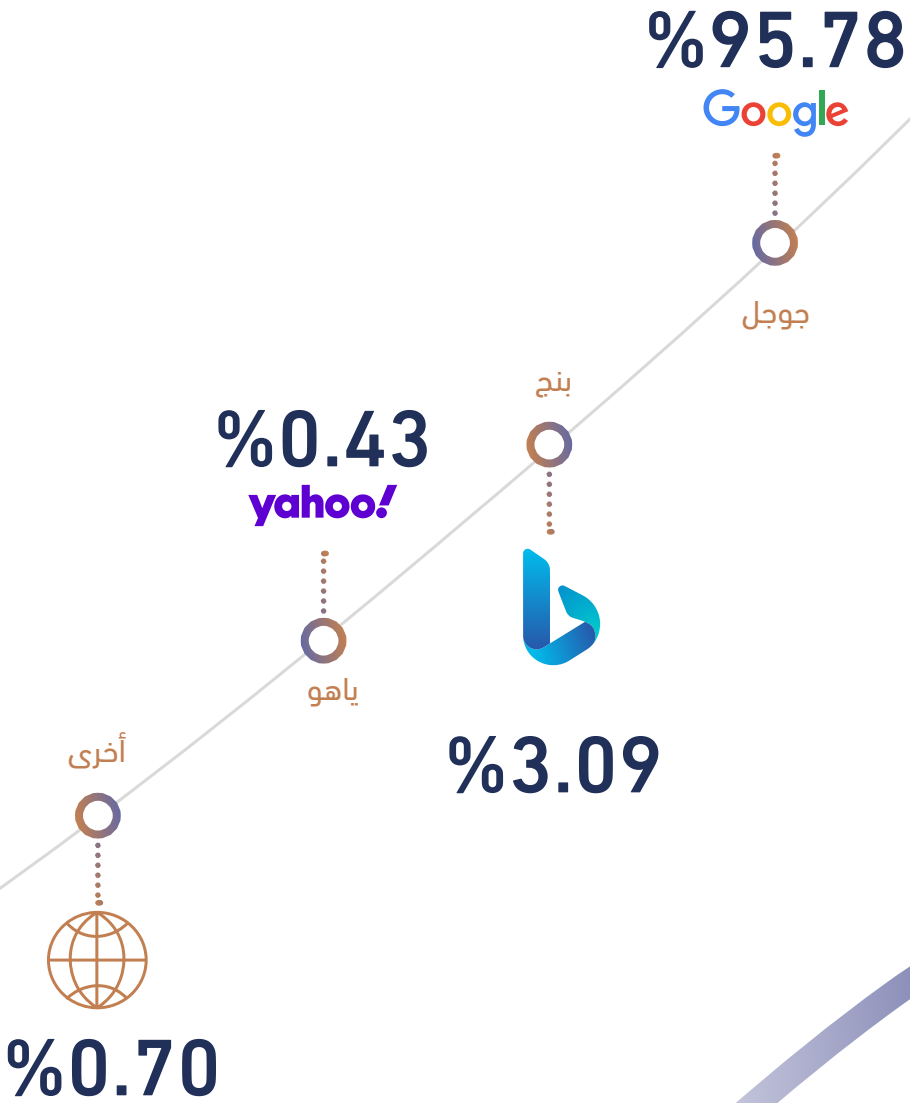
التعليم والمدارس



محركات البحث

(نسب استخدام محركات البحث)

تختلف تفضيلات مستخدمي الإنترنت لمحركات البحث، حيث جاءت النسب على النحو التالي:





البحث عبر الإنترنت

(نسبة مستخدمي الإنترنت الذين استخدموا
طرائق مختلفة في البحث عن المعلومة)

أكد مستخدموا الإنترنت في الإمارات أنهم
استخدموا، إلى جانب طرق البحث المباشرة،
طرق بحث مختلفة أخرى مثل: البحث عن
طريق الصورة.. وغيرها.

%22.7

البحث عن طريق المساعد
الصوتي (أسبوعياً)



%46.7

البحث عن طريق شبكات
التواصل الاجتماعي
(منتجات - علامات تجارية)



%27.3

البحث عن طريق الصورة
(شهرياً)

مشاهدة المحتوى البصري الرقمي

(نسبة مستخدمي الإنترنت الذين شاهدوا مختلف أنواع المحتوى البصري على أساس أسبوعي)



البث التلفزيوني الرقمي

(نسبة مستخدمي الإنترنت ممن شاهدوا أي نوع من أنواع البث التلفزيوني على أساس شهري)

94.6%

نسبة مستخدمي الإنترنت الذين
شاهدوا بث تلفزيوني رقمي

54.1%

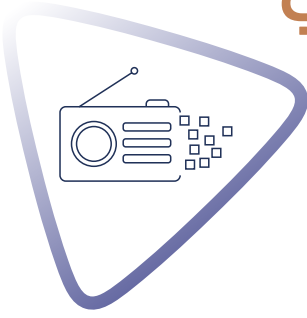
نسبة الوقت المستغرق في
مشاهدة البث التلفزيوني
الرقمي مقابل البث التقليدي

1:40
ساعة

متوسط المشاهدة اليومية
للـبث التلفزيوني الرقمي



البث الإذاعي الرقمي



%26.3

الاستماع إلى الإذاعات الرقمية



%36.5

الاستماع إلى الموسيقى الرقمية



%21.4

الاستماع إلى البودكاست

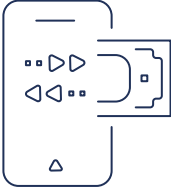


%17.7

الاستماع إلى الكتب الصوتية

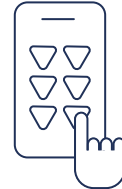
الخدمات المالية الرقمية

(نسبة مستخدمي الإنترنت الذين
استعملوا أي نوع من أنواع الخدمات
المالية الرقمية على أساس شهري)



24.3%

نسبة استخدام: الخدمات
البنكية الرقمية - الاستثمار -
التأمين أو التطبيقات الرقمية



30%

نسبة استخدام خدمات الدفع
عبر الهاتف (مثل: آبل بي،
سامسونج بي .. وغيرها)



19.6%

نسبة ملكية العملات
الرقمية (أي نوع من أنواع
العملات المشفرة)

مواقع التواصل الاجتماعي



10

ملايين

حساب نشط
في الإمارات



حقائق وأرقام

نسبة الحسابات (مقارنةً بعدد السكان)

%105.5

نسبة الحسابات (مقارنةً بمستخدمي الإنترنت)

%106.6



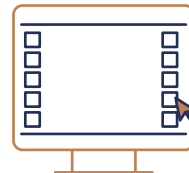
متوسط الوقت المستغرق على
مواقع التواصل الاجتماعي

2:50
ساعة يومياً



متوسط عدد المنصات المستخدمة (شهرياً)

8.2
منصة





غايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



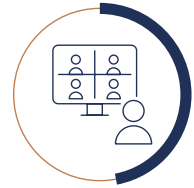
البحث عن أشياء ملهمة
(لمحاكاتها أو شرائها)

%30.4



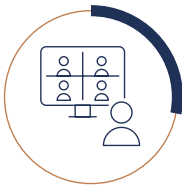
البحث عن قصص
جديدة

%32.3



التواصل مع
العائلة والأصدقاء

%46.8



التعرف إلى
أصدقاء جدد

%28.1



مشاهدة البث
المباشر

%29.2



متابعة أخبار
الرياضة

%29.2



البحث عن محتوى
متنوع

%27.4

غايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



مشاهدة محتوى
العلامات التجارية

%25.2



شراء المنتجات

%26.9



البحث عن مواضيع
متعلقة بالأعمال

%27.1



مشاركة تفاصيل
الحياة اليومية

%21.7



مشاركة الآراء
والأفكار

%22.6



متابعة المؤثرين

%23.1

المنصات الأكثر استخداماً

(نسبة استخدام المنصات المختلفة على أساس شهري)



إنستجرام

%74.4



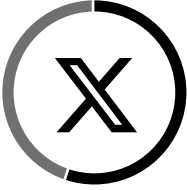
فيسبوك

%78.7



واتس أب

%79.6



تويتر

%55



فيسبوك ماسنجر

%63.2



تيك توك

%67.4



سناب شات

%41.2



تيلغرام

%44.5



لينكدان

%48.1



سكايب

%24.9



بنتريست

%31.9

الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي



يوتيوب

8.99

مليون مستخدم

%95.8



فيسبوك

7.30

مليون مستخدم

%77.8



سناب شات

4

مليون مستخدم

%42.6



لينكدإن

6.6

مليون مستخدم

%70.3



إنستجرام

4.95

مليون مستخدم

%52.7



حجم الوصول الاعلاني

نسبة الوصول الاعلاني (مقارنة بعدد
مستخدمي الإنترنت)



تويتر

3.05

مليون مستخدم

%32.5



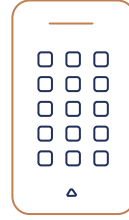
تيك توك

8.23

مليون مستخدم (18+ فقط)

%87.7

الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية



الهواتف الذكية

عدد اشتراكات الهواتف بالإنترنت

19.05
مليون

نسبة اشتراكات الهواتف الذكية (مقارنة بعدد السكان)

%200.9



إجمالي الزيادة السنوية

2.2
مليون اشتراك

نسبة الزيادة

%13.3

نمو اشتراكات الهاتف بالإنترنت



التطبيقات الرقمية

إجمالي عدد مرات تحميل التطبيقات

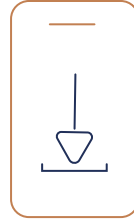
569 مليون

16.4%

نسبة الزيادة

+ 80 مليون تحميل

زيادة سنوية



نمو أرقام التحميل

1.587 مليار درهم

قيمة الإنفاق على شراء التطبيقات

(يشمل شراء مزايا داخل التطبيقات نفسها)

حجم الزيادة السنوية

+ 321

مليون درهم

نسبة الزيادة

25.3%



نمو الإنفاق على التطبيقات



واتس أب



فيسبوك



إنستجرام



فيسبوك ماسنجر



تيك توك

التطبيقات الرقمية الأكثر استخداماً



تيلغرام



تيلغرام

amazon

أمازون



الحصن الإماراتي



تويتر



تيك توك



واتس أب بزنس



بوتيم



إنستجرام



فيسبوك

التطبيقات الرقمية الأكثر تحميلًا



واتس أب



كاب كت



الحصن الإماراتي



الهوية الرقمية
(الإماراتية)



إيمو

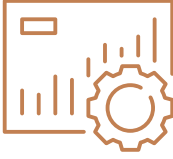
الهوية الرقمية (UAE PASS)

أول هوية وطنية رقمية لجميع المواطنين والمقيمين والزوار، تسمح بوصول المستخدمين إلى خدمات الجهات الحكومية المحلية والاتحادية، ومزودي الخدمات الآخرين. تقدم طويلاً سهولة للدخول إلى الخدمات عبر الهواتف الذكية دون الحاجة إلى كلمة سر أو اسم مستخدم، فضلاً عن إمكانية التوقيع على المستندات رقمياً، والتحقق من صحتها دون الحاجة لزيارة مراكز الخدمة



5

ملايين مستخدم



15,000

خدمة



216

جهة حكومية وشبه حكومية وخاصة

35

جهة حكومية في عام 2023



الهوية الرقمية
UAE PASS

4

مزايا رئيسة

- تعريف رقمي موحد وآمن
- هوية في الهاتف المتحرك
- توقيع رقمي للمستندات والمعاملات
- محفظة رقمية لمشاركة المستندات الرسمية

4

ملايين

عملية تسجيل باستخدام بصمة
الوجه (الذكاء الاصطناعي)



النطاق الوطني لدولة الإمارات (.ae)



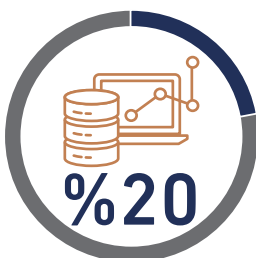
300 ألف

موقع إلكتروني مُسجّل في
النطاق الإماراتي (.ae)



46 ألف

اسم نطاق جديد في 2022



نسبة الزيادة في أسماء النطاق
الإماراتية في 2022

.aeda

إدارة أسماء نطاق الإنترنت
DOMAIN ADMINISTRATION

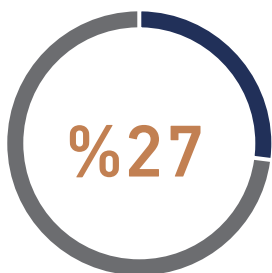
هو النطاق الوطني لدولة الإمارات
العربية المتحدة (.ae)، ويمتاز بأنه
يعزز مصداقية المؤسسة ومكانتها
باعتبارها تنتمي لواحد من أكثر
الاقتصادات ديناميكية.



النطاق الوطني لدولة الإمارات (.ae)

فكرة اسم

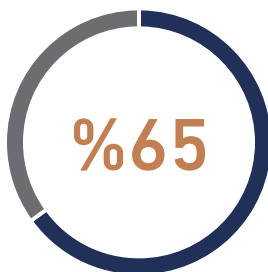
اختيار اسم نطاق باستخدام الذكاء الاصطناعي



نسبة الزيادة الشهرية في تسجيل
أسماء النطاق لشهر إبريل

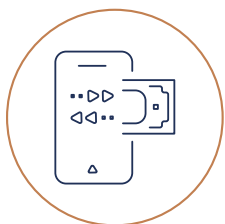


عدد النطاقات المسجلة
بعد إطلاق الخدمة في
إبريل 2023



نسبة الزيادة الشهرية في مايو

التجارة الرقمية



حقائق وأرقام

%15.9

دفع الفواتير عبر الإنترنت

%25.4

المشتريات الرقمية

%75.1

تسديد الدفعات رقمياً

%13.3

ملكية محافظ الهواتف الذكية

%11.5

تحويل الأموال عبر الهاتف



التسوق الرقمي

(على أساس أسبوعي)

%62.3

شراء منتجات أو خدمات عبر الإنترنت

%37

شراء البقالة عبر الإنترنت

%16

شراء أجهزة مستعملة عبر الإنترنت



محفزات الشراء عبر الإنترنت

تتراوح دوافع مستخدمي الإنترنت للشراء عبر منصات التجارة الرقمية بين عدد من العوامل من أهمها:



سرعة وسهولة الدفع إلكترونياً

%24.2



سياسة الإرجاع المرنة

%32



جمع نقاط ولاء العميل

%29.7



التوصيل المجاني

%45.2



تعليقات العملاء على المنتجات

%26.2



الخصومات والعروض

%30



الحصول على محتوى أو خدمات حصرية

%17.5



إمكانية الدفع النقدي عند التسليم

%26.2





حجم تجارة السلع الاستهلاكية عبر الإنترنت

(تقتصر أرقام الإنفاق الرقمي على المنتجات والخدمات المباعة من الشركات إلى المستهلك النهائي فقط، وليس بين الشركات بعضها بعضاً)

42.267

مليار درهم إماراتي

إجمالي الإنفاق على السلع
الاستهلاكية عبر الإنترنت
(عام 2022)

6,000

درهم إماراتي

متوسط إنفاق الفرد رقمياً
على السلع الاستهلاكية

70.5%

نسبة شراء السلع من مجمل
المشتريات الرقمية عبر
الهواتف الذكية

7

ملايين

عدد المشترين الرقميين
(الذين استخدموا الإنترنت لشراء
خدمات أو سلع استهلاكية)



الإلكترونيات

7.081

(مليار درهم إماراتي)



الأثاث

4.197

(مليار درهم إماراتي)



قطاع الأغذية

1.181

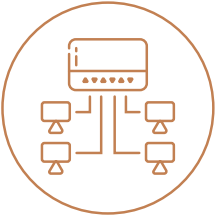
(مليار درهم إماراتي)



الألعاب والهوايات

6.314

(مليار درهم إماراتي)



أجهزة البيانات
والتخزين الرقمية

2.420

(مليار درهم إماراتي)



مستحضرات العناية
الشخصية

4.234

(مليار درهم إماراتي)



الأزياء

16.68

(مليار درهم إماراتي)

حجم قطاعات التجارة الرقمية



طرق الدفع في التجارة الرقمية



المحفظة الرقمية (عبر
الهاتف الذكي)

%23



البطاقات الائتمانية
(الدائن والمدين)

%48



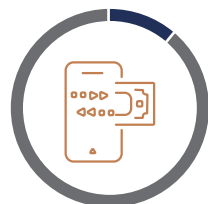
طرق أخرى

%8



إتمام عمليات الشراء
والدفع عند الاستلام

%10



التحويل البنكي
عبر الإنترنت

%11

تداول خدمات السفر والسياحة عبر الإنترنت

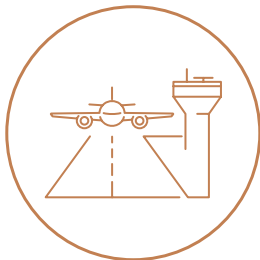
(حجم الإنفاق على قطاعات السياحة والسفر خلال عام 2022)



استئجار المركبات

361

(مليون درهم إماراتي)



رحلات الطيران

1.567

(مليار درهم إماراتي)



حجوزات الفنادق

1.151

(مليار درهم إماراتي)



الرحلات البحرية

8.6

(مليون درهم إماراتي)



باقات العطلات

1.115

(مليار درهم إماراتي)



إيجار منازل للعطلات

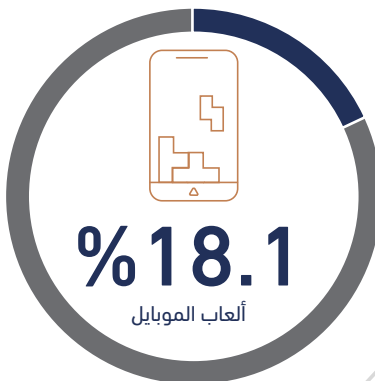
613.5

(مليون درهم إماراتي)



أنواع المحتوى الرقمي المدفوع

(نسبة مستخدمي الإنترنت الذي دفعوا لقاء أي نوع من أنواع المحتوى الرقمي شهرياً)



التطبيقات الرقمية

%21.1

نسبة تحميل المواد
الموسيقية

%11.1

نسبة مستخدمي
خدمات الأخبار

%11.5

نسبة الشراء ضمن
التطبيقات نفسها

%9.7

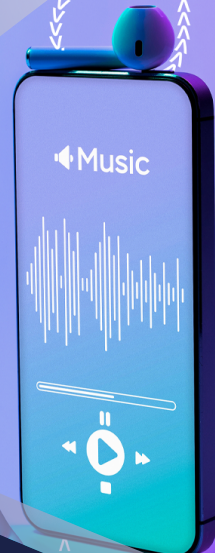
شراء الكتب
الرقمية

%15.8

نسبة تحميل الأفلام
أو البث الحي

%9.6

اشتراكات المجلات
الرقمية



الإنفاق الإعلامي الرقمي

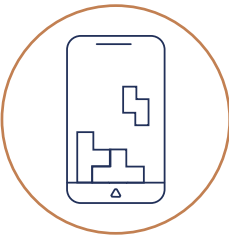
(الإنفاق على التحميل واشتراكات الإعلام الرقمي)



إجمالي الإنفاق الإعلامي الرقمي

1.902

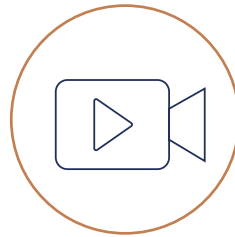
(مليار درهم إماراتي)



ألعاب الفيديو

1.05

(مليار درهم إماراتي)



مقاطع فيديو حسب الطلب

592.7

(مليون درهم إماراتي)



النشر الرقمي

132.16

(مليون درهم إماراتي)



الموسيقى الرقمية

125.8

(مليون درهم إماراتي)

التسويق الرقمي

قنوات التعرف على العلامات التجارية

(نسبة مستخدمي الإنترنت الذين اكتشفوا علامات تجارية جديدة، منتجات أو خدمات عبر القنوات التسويقية المختلفة)

%28.7

الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي



%27.5

محركات البحث



%24.9

مواقع بيع التجزئة عبر الإنترنت



%24.3

الإعلانات عبر المواقع الإلكترونية



%24.1

الإعلانات عبر التلفاز



%24

المواقع الإلكترونية للعلامات التجارية نفسها



%22.4

العروض في المتاجر



%20.7

توصيات من العائلة والأصدقاء



%20.2

الإعلانات على الهواتف الذكية أو التطبيقات الذكية



%19.9

المسلسلات والأفلام



%18.4

مواقع التعليق على المنتجات



%17.3

الإعلانات الخارجية





التفاعل مع التسويق الرقمي



%16.3

يضغطون على بانرات الرعاية في
المواقع الإلكترونية



%48.5

يبحثون عن العلامات التجارية
قبل الشراء



%20.3

يحملون أو يستخدمون التطبيق
الرقمي للعلامات التجارية



%17.4

يضغطون على بانرات الإعلانات
في المواقع الإلكترونية



الإنفاق الإعلاني الرقمي

467

(مليون درهم إماراتي)
نمو حجم سوق الإعلان
(الرقمي والتقليدي)

4.96

(مليار درهم إماراتي)
إجمالي الإنفاق الإعلاني
(الرقمي والتقليدي)

10.4%

نسبة النمو

12.1%

نسبة النمو

401.5

(مليون درهم إماراتي)
نمو قطاع سوق
الإعلان الرقمي

3.72

(مليار درهم إماراتي)
حجم سوق
الإعلان الرقمي

قطاعات الإنفاق الإعلاني



779.6

(مليون درهم إماراتي)

الإنفاق على إعلانات
الفيديو الرقمية



936.5

(مليون درهم إماراتي)

الإنفاق على إعلانات
محركات البحث



175.8

(مليون درهم إماراتي)

الإنفاق على إعلانات
المؤثرين



1.442

(مليار درهم إماراتي)

الإنفاق على بانرات
الدعاية الرقمية



11.9

(مليون درهم إماراتي)

الإنفاق على الإعلانات
الصوتية الرقمية



299.7

(مليون درهم إماراتي)

الإنفاق على الإعلانات
الرقمية المعبوة

الصحة رقمياً

(يشير مصطلح الصحة الرقمية إلى تبني استخدام الأجهزة والخدمات الرقمية في مجال الرعاية الصحية)

حقائق وأرقام



909.2

(مليون درهم إماراتي)

حجم سوق الرعاية الصحية الرقمية
(عام 2022)



4.55

مليون

عدد مستخدمي التطبيقات
والخدمات الصحية



21.6%

نسبة النمو



160.6

(مليون درهم إماراتي)

نمو قطاع خدمات الرعاية
الصحية الرقمية
(على أساس سنوي)



743.5

(مليون درهم إماراتي)

حجم قطاع خدمات الرقابة
والعناية الصحية الرقمية



3.49

مليون

عدد مستخدمي خدمات الرقابة
والعناية الصحية الرقمية



3.3%

نسبة النمو



24.09

(مليون درهم إماراتي)

حجم نمو قطاع خدمات الرقابة
والعناية الصحية الرقمية
(على أساس سنوي)



المصادر:

PPro ●

Ookla ●

GWl ●

Skai ●

Statista ●

Locowise ●

GSMA Intelligence ●

Similarweb ●

Semrush ●

Data.AI ●

