

TikTok **2024** 电商白皮书

Kalodata 战略研究部门出品

2024年1月



郭汉润 Lawrence
Kalodata 创始合伙人

这是东南亚TikTok电商的第二年和美国TikTok电商的第二个季度。在过去的一年我们能看到整个东南亚的电商随着在TikTok平台的崛起，总体GMV快速增长。美国TikTok在9月官方正式宣布公开跨境商家入驻之后，我们也能看到出来爆发性的增长。在11月份的时候美国整体的GMV已经超过了10亿美金了。

当然在10月份的时候，我们印尼市场也迎来了非常沉痛的一击。因为政府的新政策不允许社交平台上进行电商购物，TikTok印尼电商不得不在10月4号下线，然后经过TikTok官方与政府的共同努力下在双12当天以与印尼本土电商巨头Tokopedia合作的方式重新上线。然后我们也能看得出来，双12之后印尼TikTok电商整体的GMV增速也非常的快，很快就达到了封禁前的60%-70%的水平了。

在最近一年时间里，以柔性服装供应链为主的SHEIN和以低价为王的海外版拼多多TEMU独立站全托管模式和TikTok的内容电商席卷全球的电商。而相比之下，过去一年无论是东南亚的Shopee或者Lazada还是美国的亚马逊的增速是远不如去年。在这样的情况下，相对于SHEIN和TEMU来说，TikTok电商主要以商家自营为主导的内容电商平台。TikTok既具有社交媒体的内容传播和品牌宣传属性，又有和货架电商商品销售的属性。这些属性成为了现在跨境商家，特别是亚马逊卖家首选的这个新电商平台。

我们相信在2024年，将会是亚马逊卖家进入TikTok电商的元年。因为亚马逊平台已经没有办法或者挺难保持像过去以往的增长了。而这些全托管或内容电商形式的平台将会继续席卷全球。

Kalodata是一个深耕TikTok电商领域的数据分析工具，在过去1年的时间里面，Kalodata已经帮助很多东南亚本土、美国本土和跨境的卖家在TikTok上赚到了第一桶金。尤其是美国，少数几个卖家的销量就定义了TikTok美国的某些单个类目，这样的流量红利是史无前例的。与此同时，我们也看到了非常多头部大卖已经开始去到美国，建立本地公司，搭建本地的直播间等等。所以在将来一年里，我们相信整体美国的GMV会从短视频带货为主转化为直播带货为主，整体的电商生态会更加丰富与繁华。

在此我们祝各位大卖在新的一年里龙年生意兴隆，TikTok乘风破浪。

如果想经营好TikTok或者有TikTok任何疑问，欢迎与我们交流，我们共同进步。

谢谢大家

目录

第一章 TikTok 电商发展前景

05

1. 专访：深圳市电子商务服务中心 部长洪培林
2. TikTok电商发展前景广阔
3. TikTok 美国/英国/沙特/东南亚发展历程
4. TikTok 电商各国入驻条件
5. TikTok TikTok电商市场增速
6. 专访：TikTok电商头部品牌-TCL Cheryl Chen

第二章 2022 TikTok 电商发展概览

22

1. 专访：美国头部MCN机构-CreatoRev合伙人陈思彪
2. TikTok 美国电商发展情况
3. 专访：TikTok电商卖家&抖音TikTok电商KOL-Sky老思
4. TikTok 印尼电商发展情况
5. 专访：跨境指南Cpsea创始人-林超
6. TikTok 泰国电商发展情况
7. 专访：越南本土头部TSP与MCN机构-Mega One创始人阮文繁
8. TikTok 越南电商发展情况
9. 专访：TT123 联合创始人-Musk
10. TikTok 马来西亚电商发展情况
11. 专访：亿恩网创始人 CEO-鲁泓海
12. TikTok 菲律宾电商发展情况

第三章 TikTok电商经营四步战略

107

1. 专访：36kr全球化内容报道负责人-彭孝秋
2. 在TikTok 获得商业增长的四步战略
3. 步骤一：科学选品
4. 步骤二：店铺分析
5. 步骤三：寻找合作达人
6. 步骤四：打造爆款内容



TikTok 电商发展前景

TikTok作为海外内容电商的典型代表处于爆发增长阶段，拥有巨大的市场前景，发展势头强劲，适合多种类别的业务，并且有着尚未被挖掘的广大用户流量。



洪培林

深圳市电子商务服务中心 部长

“对于新手卖家，一定要熟悉并了解自己即将开展业务的目标市场，要和本地人一样的思考和了解他们的习性，包括使用互联网的习惯。”

Q1：您能对深圳电子商务服务中心做一个简洁明了的介绍吗？

深圳市电子商务服务中心于2010年4月经由深圳市政府批准成立，中心成立以来，一直是深圳市为促进电子商务发展、承接政府外延职能的第三方公共服务机构，目前在市商务局的指导下开展工作。我们承担政策规划与咨询工作、重点电商企业周调度咨询服务、对外合作交流及我市电子商务氛围营造等工作。

Q2：在您眼中，现在的跨境电商与早年间的跨境电商存在哪些最突出的差异？

与早年相比，现阶段跨境电商服务业态更丰富、分工更精细，数据化经营能力强、品牌建设意识强；当然，互联网用户使用习惯的变化，如短视频及直播类应用的普及，让经营者必须注重这方面的创新；与此同时，AIGC的高速发展，会极大的降低卖家的入门门槛，会有更多的创新应用出现；近年来做精品的卖家，很可能需要高度关注低价产品在用户购买需求里的重要性。

Q3：对于跨境商家来说，TikTok电商的出现又将带来哪些独特的机遇？

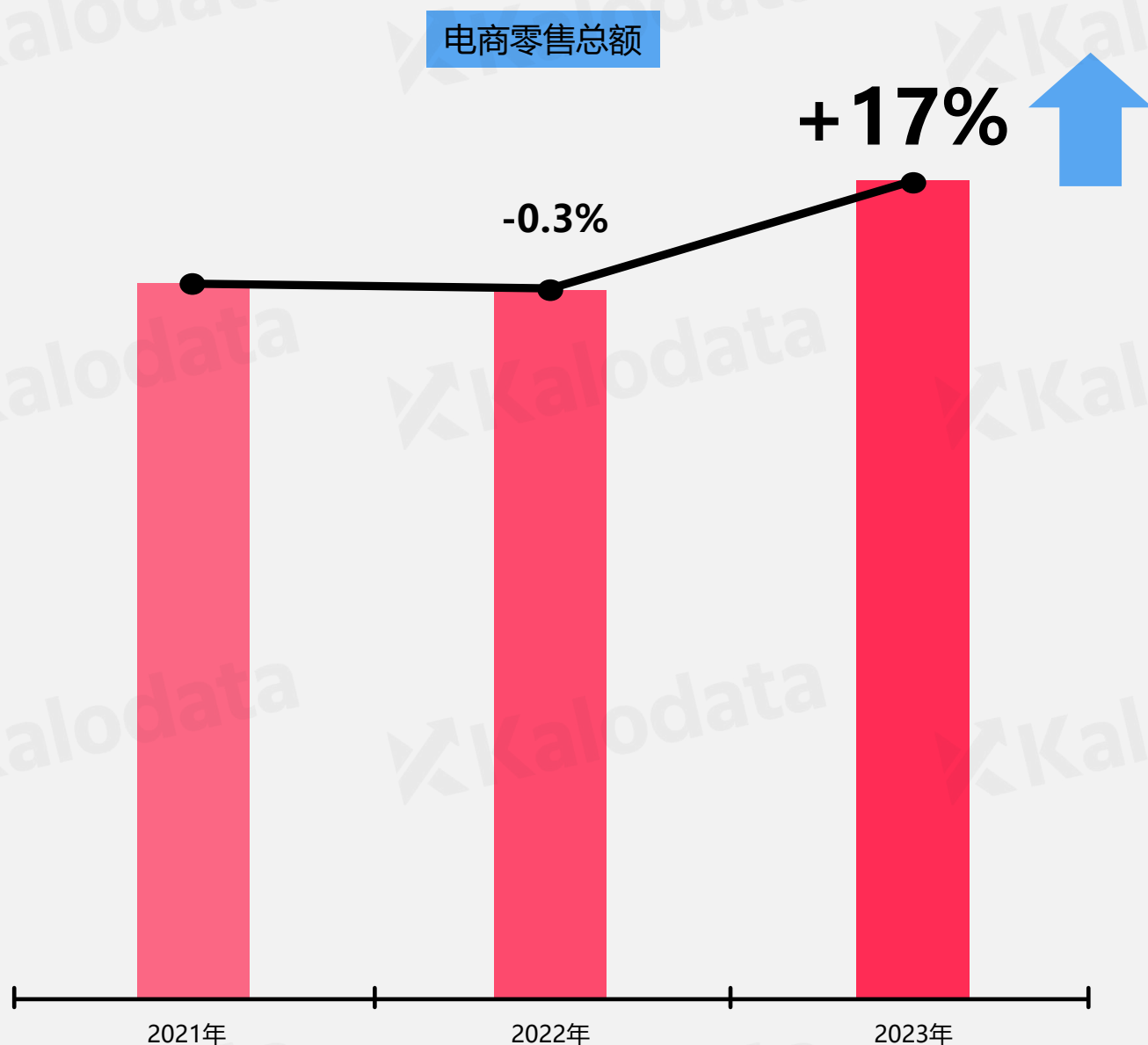
作为全球最热门、也是发展最快的互联网应用平台，对于新进入互联网的用户，它可能意味着是获取信息的最重要途径，这些都是互联网新生代人群，用户的需求亟需被满足，这当然会带来重要的商机。短视频类应用，可以呈现的内容比图文更直观，这会进一步降低电商购物的门槛，能帮助更多的卖家实现品牌化。托管模式，会让更多的工厂型卖家获得成长的机会。

Q4：对于刚踏入跨境电商领域的新手，您有何独到的建议和指导？

对于新手卖家，一定要熟悉并了解自己即将开展业务的目标市场，要和本地人一样的去思考、了解他们的习性，包括使用互联网的习惯；关注并熟练应用AIGC；能发现并和有竞争力产品供应链的厂商深度合作，做好差异化经营；选择物流供应商上，一定要避免仅考虑价格！

全球电商迎来强势复苏

据 Statista 数据显示,全球电商市场在经过 2022 年的短暂低迷后在 2023 年迎来强势复苏, 增长机遇显著。

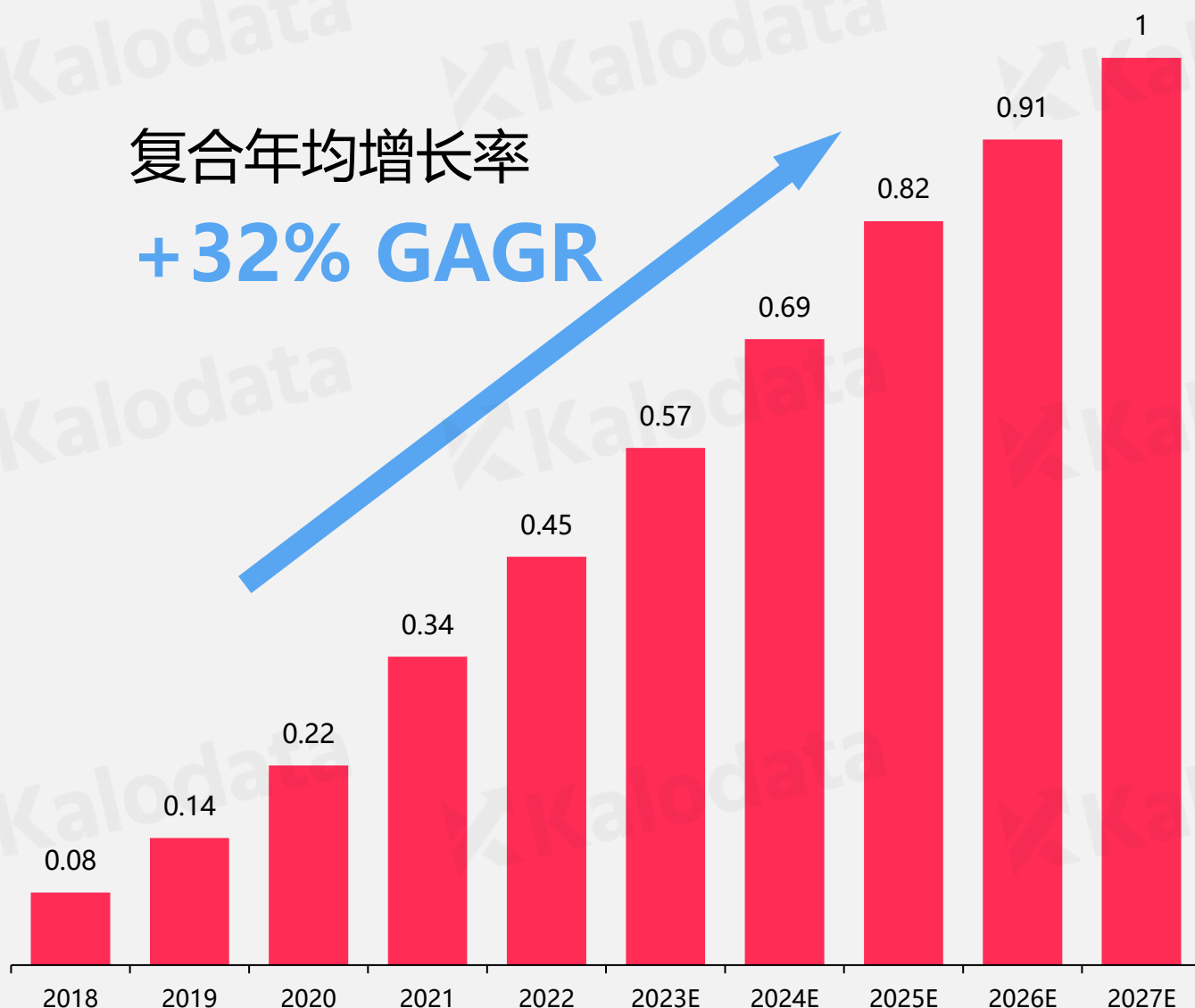


社交电商发展前景广阔

2023 年全球社交属性电商收入规模预计将达**0.57万亿**美元，同比增长**27.2%**，较2022年有显著提升。

社交属性电商凭借创新的消费购物方式，在全球电商整体收入中的份额不断扩大，未来还有很大的潜力空间和增长机遇。

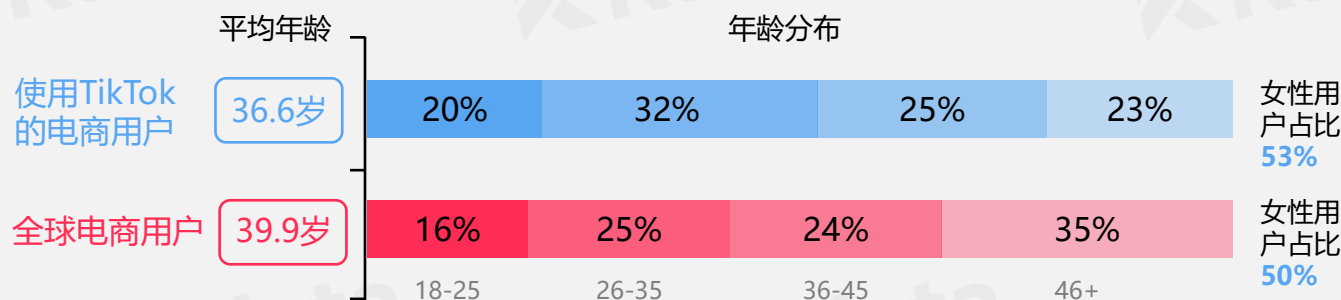
全球社交属性电商收入(万亿美元)



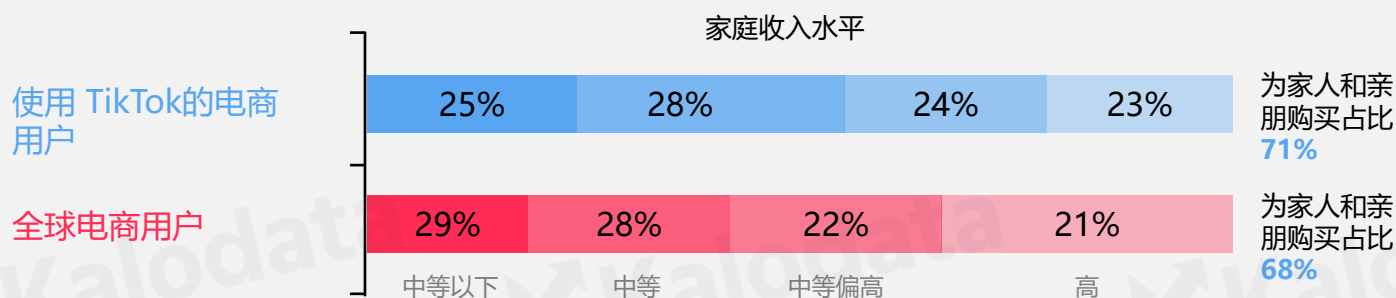
TikTok 是跨境电商企业“构建品牌力经营阵地”不可错失的选择

TikTok 平台是拥有全球**10亿+**月活庞大用户规模的内容娱乐平台，聚集了**较年轻、购买力强、电商消费需求旺盛**的电商消费者。

使用 TikTok 的电商用户较年轻



使用 TikTok 的电商用户拥有较强的购买力



使用 TikTok 的电商用户电商消费旺盛

	使用 TikTok 的电商用户	全球电商用户
● 过去一年个人线上消费次数	38.4次	32.5次
● 过去一年家庭线上消费占收入比例	21%	18%
● 每周至少线上消费一次的用户占比	33%	26%

模式创新

社群电商模式的出现和崛起重新定义了电商消费的体验和经营价值。

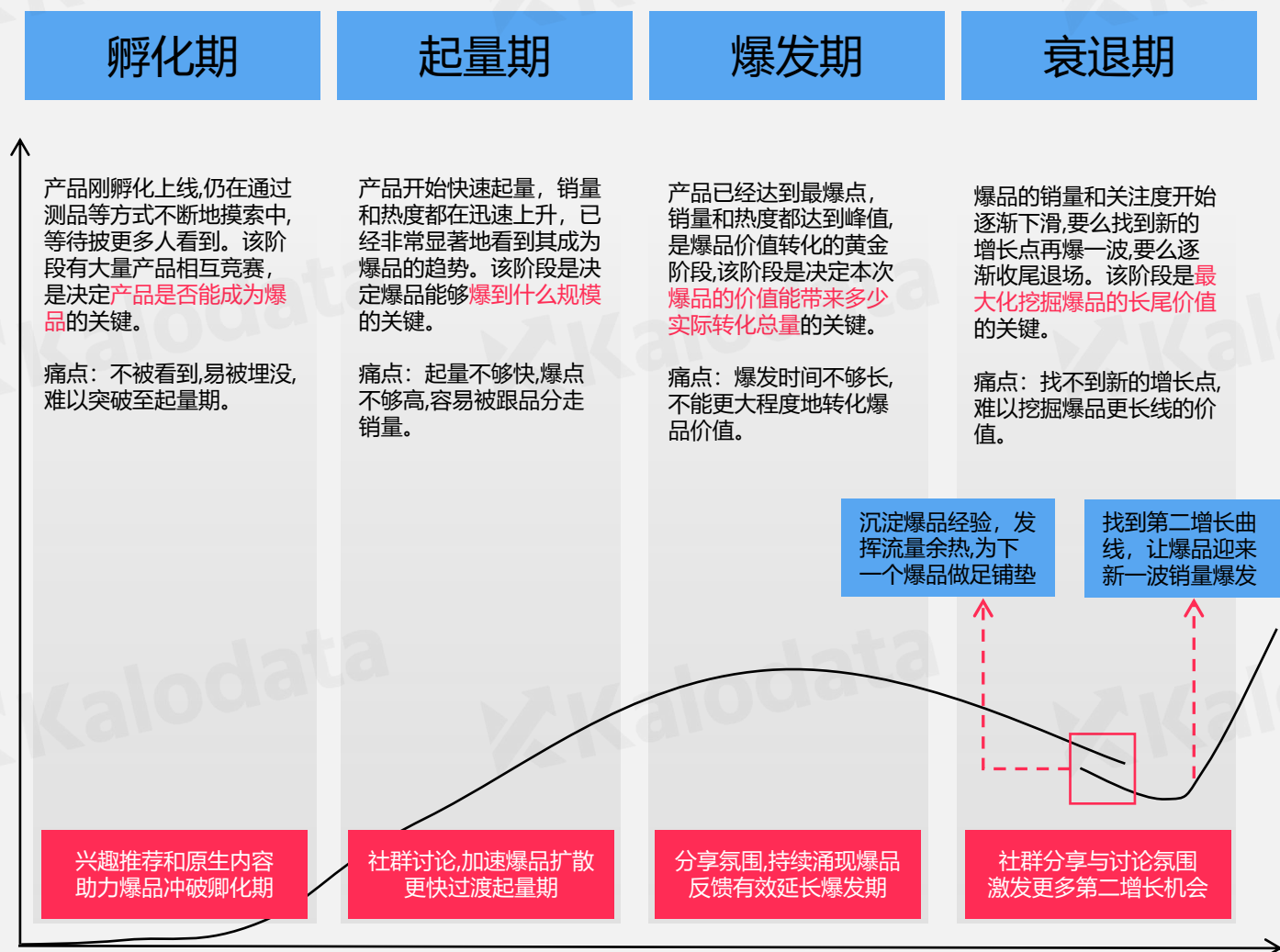
全球电商市场的发展历程

	1.0货架时代 自挑自选	2.0社交时代 流量推荐	3.0社群时代 口碑裂变
模式变化	 仅是把购物渠道搬到线上,消费者需求明确,直接通过传统电商平台进行交易	 社交平台的发展将流量和网红价值放大,通过带货推荐引导消费者购物和交易	 TikTok 带动社群电商崛起,用户在社群创作分享品牌内容,用口碑效应激发购物欲
营销变化	人找货	货找人	人货互找
消费变化	需求驱动 消费者更多凭借个人需求自主进行购物决策	权威驱动 消费者更多听从“权威”和“专家”意见决策	口碑驱动 消费者更多考量社群成员的真实口碑进行决策
经营变化	被动经营 线下店铺经验线上化,被动等待消费者进店购买	短线经营 流量思维主导,以单次投入换取单次效果	长效经营 重视生意的可持续价值,不断积累社群口碑

TikTok 社群电商助力贯穿爆品发展生命周期

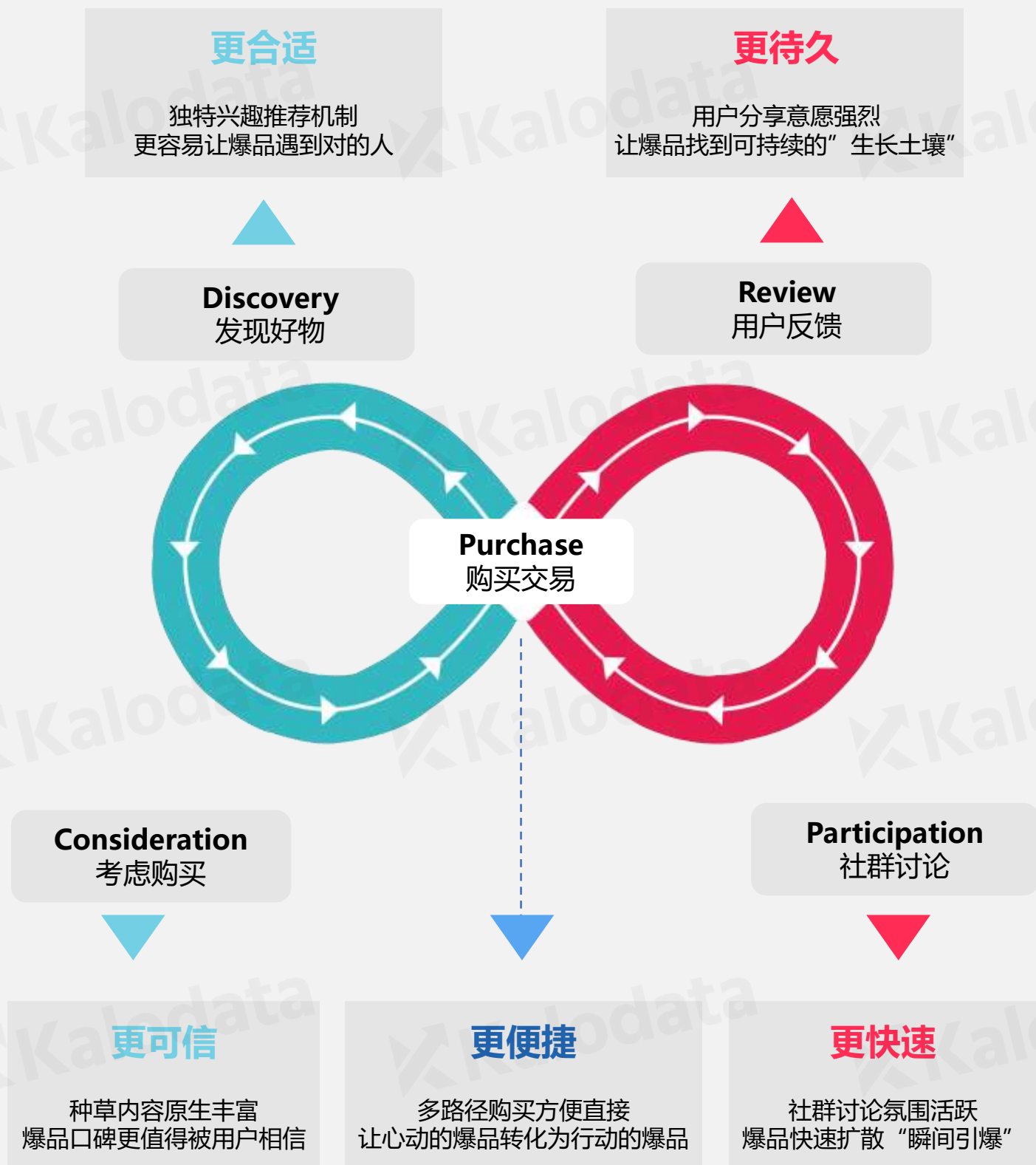
冲破孵化期,快速渡过起量期, 尽量延长爆发期,在衰退期寻找新爆点

多路径购买更便捷, 覆盖全周期, 让每一个阶段的兴趣与热度都能够转化为实实在在的销量



TikTok 社群电商的爆品策略优势

依托社群电商构建的无限循环购物路径TikTok 正在成为全球爆品新阵地



TikTok 美国发展历程

2018年8月

TikTok在全球多国上线

2020年3月

TikTok成为全球单季度
下载量最大的应用

2023年3月

TikTok美国月活达到
1.5亿次，占美国人口的一半

2023年4月

TikTok美国本土店开放入驻

2023年7月

TikTok全托管上线美国

2023年9月

TikTok美国上线
TikTok Shop

2023年10月

TikTok Shop跨境自运营商家店开
放入驻

2023年11月

TikTok美国首次黑五网一大促收官，
支付GMV提升215%

TikTok 英国、沙特发展历程

2018年8月

TikTok在全球多国上线

2021年3月

TikTok英国活跃用户1390万+，
超过英国总人口的1/5

2021年4月

TikTok英国本土小店开放

2021年6月

TikTok英国跨境店开放邀约入驻

2021年12月

TikTok英国站面向
中国卖家全面开放入驻

2022年1月

TikTok英国用户平均使用时长
超27.3h/月，位居全球TikTok
使用时间榜首

2023年5月

TikTok全托管模式上线，
沙特，英国开放入驻

2023年11月

TikTok 宣布TikTok英国电商
超150万卖家入驻

2023年11月

黑五网一大促收官，
整体支付GMV提升191%

TikTok 东南亚发展历程

2018年8月

TikTok在全球多国上线

2021年2月

印尼开通本土店

2022年4月

TikTok正式上线泰国、越南、马来、菲律宾的TikTok Shop跨境电商业务

2022年6月

TikTok 在新加坡上线小店，完成了全球7个国家的电商小店

2022年7月

TikTok印尼月活用户和GMV双双破亿

2022年10月

TikTok Shop 商城首先在印尼落地

2023年2月

TikTok Shop 商城又陆续拓展到泰国、菲律宾、越南和马来西亚

2023年6月

66 大促节当天，东南亚跨境电商 GMV 超平日水位140%

2023年8月

TikTok东南亚跨境小店保证金降低到90美金

2023年10月

印尼TikTok小店暂时关闭

2023年12月

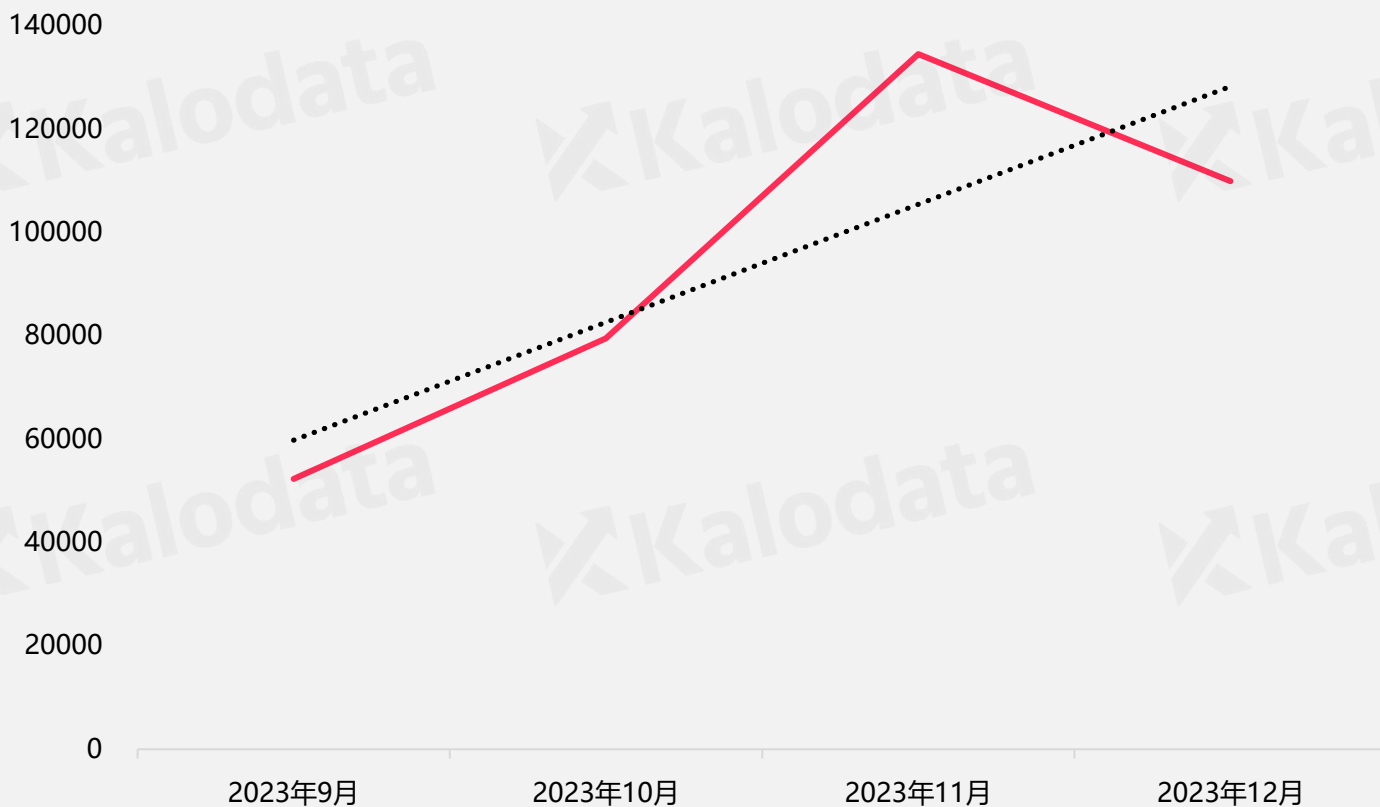
印尼TikTok电商业务重启

TikTok 各国入驻条件

国家	店铺类型	商家自运营		全托管
		企业店	个人店	
东南亚	本土店	本地企业资质，手机号，银行卡，本地仓库	本地人身份证，银行卡，本地仓库	/
	跨境店	1. 有东南亚跨境电商能力的卖家：1-2周内可直播的跨境 a卖家：有做其他跨境平台，且此平台的主体名称要与申请小店的主体一致。（因为需要提供截图证明）； b具备跨境电商平台 Shopee/Lazada/Shopify 的东南亚市场能力；提供商家后台店铺近 3个月 GMV≥5,000 USD 截图证明；综合绩效指标>4.5星>=95%。 2. 国内直播电商优质商家：抖音快手头部商家 a抖音/快手店铺过去三个月销售均≥GMV150,000 RMB,或某单月GMV≥ 300,000 RMB； b抖音/快手店铺体验分≥4.5。	/	/
美国	本土店	美国本土TikTok Shop入驻要求如下（缺一不可）： 1. 有美国资质，美国营业执照，绿卡算美国国籍，中国国籍股东不超过25%； 2. 美国发货，自有美国海外仓优先，亚马逊FBA仓其次； 3. 需要卖家专精模式，垂直经营（不接受铺货，最好有TikTok或者抖音等直播电商经验，做过亚马逊live的优先，推荐个护小家电，家居用品等垂直品类品牌商入驻）； 4. 有英文的运营，开店完成后需要对接美国客户经理团队。	美国SSN，地址与电话等资料	1. 有供应链资源：工贸一体，工厂型商家或贸易商，具备稳定持续上新和交付商品的能力 2. 具备跨境运营或有跨境渠道供货经验的商家优先 3. 同时也欢迎有意向向跨境供货的商家
	跨境店	1. 中国主体，要求中国主体和美国亚马逊主体的店铺一致； 2. 本地备货，或在美国，支持商家海外仓自发货尾程或者平台物流自提； 3. 要求一年单店铺亚马逊美国站总流水大于200万美金以上，且该店铺评价95%以上。	/	
	本土Accu店	1. 美国主体，接受中国籍法人占比25%及以上，以及EIN税号； 2. 本地备货，货在美国，支持商家海外仓发货程或者平台物流自提； 3. 要求一年单店铺亚马逊美国站总流水大于200万美金以上。	/	
	品牌出海店	1. 已出海的品牌在目标国家（如美国）满足以下四个要求之一即可： a. 社交媒体（如 TikTok、Instagram、Facebook 等）粉丝总数达10W及以上； b. 独立站月访问量 PV 达20W及以上； c. SEO 月搜索数达1W及以上； d. 或在目标市场已有线下品牌直营店、或渠道店。 2. 未出海品牌满足以下三个要求之一即可： a. 年营收达1000万美金及以上，或累计融资金额高于150万美金以上，或固定资产高于150万美金以上； b. 上市公司出海项目； c. Brand Z 上榜品牌 / Kantar、胡润榜 Top 100 d. Ryan	/	
	珠宝类目商家	主要是工厂或者资金实力比较强的珠宝供应链卖家（条件比较细，请联系客服获取更多信息）	/	
英国	英国跨境店	1. 至少3个月的欧美主流电商平台经验 2. Shopify欧美独立站，或者Lazada和Shopee的优秀卖家 3. 所售商品符合TikTok小店准入和运输要求 4. 已注册TikTok UK账号 5. 有本地化内容制作和运营能力	/	

TikTok 美国电商市场急速崛起，将带来巨大潜力和机遇

2023年TikTok 美国市场9月至12月GMV趋势图（万美元）

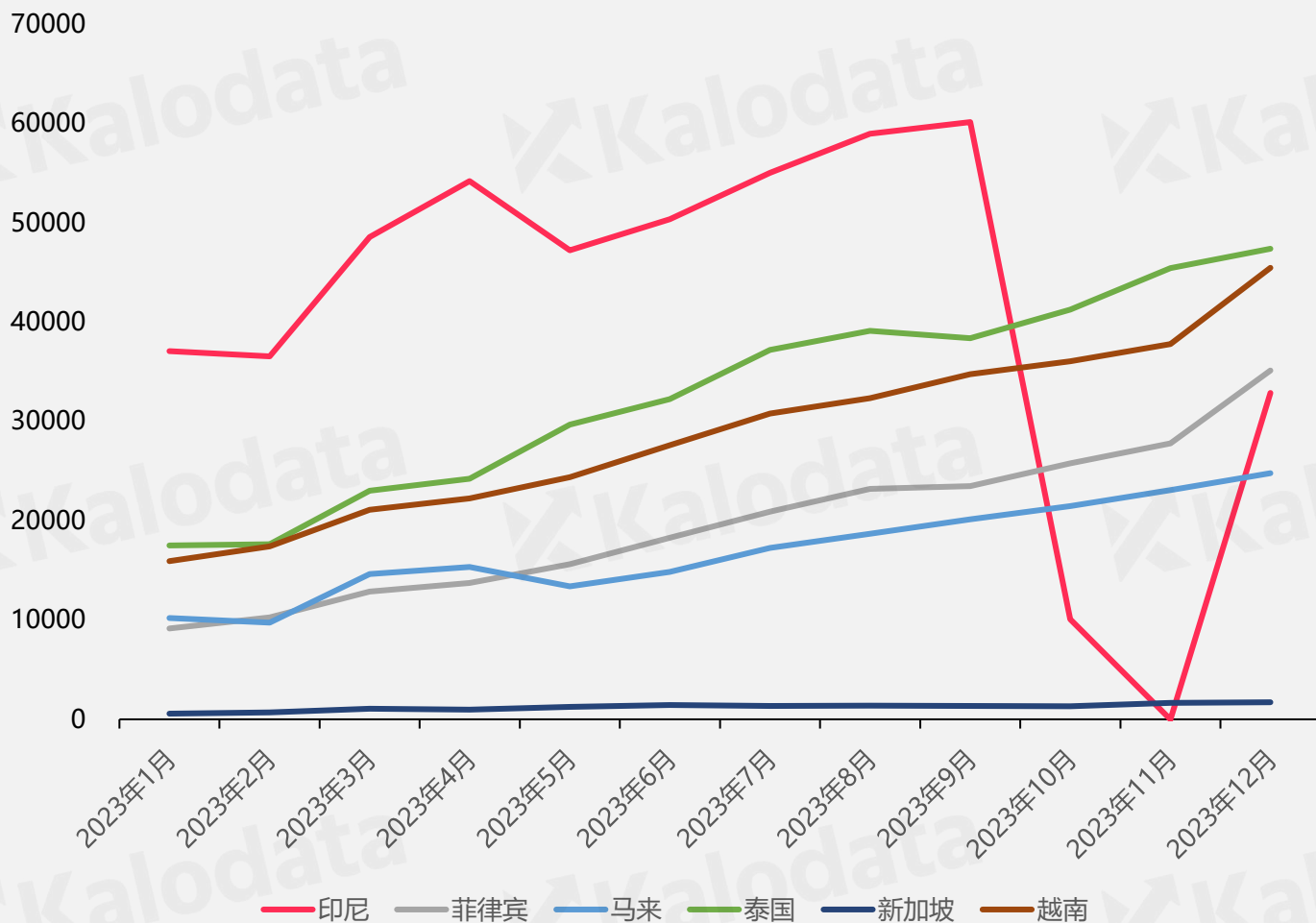


TikTok美国市场，从2023年8月内测开始稳步增长，随着美区首次年末大促活动的开始，美国市场11月份的GMV达到全年峰值，将近14亿美元。黑五当天，交易额将近3500万美元；

据悉2024年TikTok美区目标是500亿美元，未来一段时间内TikTok美区也将会迎来更加快速的增长。

TikTok 东南亚电商市场虽遇波折，但仍呈现高速增长！

2023年TikTok 东南亚市场1月至12月GMV趋势图（万美元）



2023年，TikTok印尼市场在9月份达到GMV峰值，将近6亿美元；随着双12印尼TikTok电商业务重启，大盘GMV快速增长，12月份交易额超3亿美元。

TikTok东南亚市场在2023年度，呈现稳定且快速的增长，印尼、泰国和越南是TikTok GMV的主要贡献力量。



TCL

“

TikTok电商更注重内容创意和娱乐性，通过短视频形式进行产品推广，与传统电商平台的推广方式有所不同。

访谈人：

Cheryl Chen

Head of TCL APSC Ecom SEA Team

Q1：对于TCL来说，您认为TikTok电商与亚马逊或者其它电商平台有何显著的差异？

对于TCL来说，TikTok电商与亚马逊或其他电商平台的显著差异可能在于用户群体和营销方式上。TikTok电商更注重年轻用户群体，通过短视频和社交互动，快节奏地吸引用户，而亚马逊等传统电商平台更注重商品展示和搜索引擎优化。此外，TikTok电商也更注重内容创意和娱乐性，通过短视频形式进行产品推广，与传统电商平台的推广方式有所不同。

Q2：在TikTok电商刚开始时，您有经历过哪些挑战或困难？是如何解决和克服的？

各前端业务单元负责人对于电商认识程度存在差异的情况下，需要推动业务单元下定决心开展TikTok电商业务是比较吃力的，一方面受制于长期的市场投入，一方面碍于现有电商团队对于新兴内容电商认知不深。所以需要前期先通过TikTok渠道获取大量成功案例和渠道规模发展数据佐证，制定相应的开店规划，谈判获得渠道对品牌进驻的特殊利益点，与此同时接触筛选TSP，确认运营合作方案和TikTok营销方案。

Q3：您们是如何准确洞察海外用户的需求，以便在产品研发中做出更迅速的响应？有何独特的策略或方法来保证对海外用户了解的深入？

常规情况会通过市场调研和数据分析，了解海外用户的消费习惯、偏好和行为特点。形式包括调查问卷、用户数据分析工具等方式收集相关信息。此外会不定期进行用户访谈和焦点小组讨论，直接与海外用户沟通交流，了解他们的需求、痛点和期望，从而深入了解他们的心理和行为特征。此外，也需要关注海外用户的社交媒体活动和互动，通过观察他们的言行举止、互动话题和评论反馈，了解他们的兴趣爱好和价值观念。与海外用户建立良好的沟通渠道，积极收集他们的意见和建议，及时调整产品和服务策略，以满足他们的需求和期望。

TikTok 电商 发展概览

在2023年，TikTok平台上的商家数量、类目大盘和市场总GMV均快速增长，TikTok已经成为品牌商家们寻找新的流量和收益来源的重要渠道。在众多商品类目中，美妆个护、手机与数码、家具日用品、运动户外以及厨房用品等类目占据了主要地位。



陈思彪 Sibiao

CreadoRev合伙人
美国头部MCN机构

“始终尝试回应市场需求，不断提高产品质量和推广效果。”

Q1：简单介绍一下您和您公司

A1：我本人是数据科学家+产品经理出身，一直在线上广告行业，也有SaaS和跨境的创业经历。CreadoRev公司成立于2022年底，是最早进入TikTok美国电商的一批公司。主营MCN，也做卖家，TSP，娱乐公会。

Q2：TikTok电商对于内容创作者有哪些新的要求，MCN机构如何配合这些变化进行培训和指导？

A2：起初内容几乎与没有TikTok 电商时期的UGC/种草短视频要求没有什么区别，挂个车拍个开箱就能卖。随着23年内容供给越来越多，对内容的要求也逐渐开始提高。我们现在会根据产品去反推筛选网红，然后参考类似/相关产品的爆款视频去总结脚本与拍法提高成功率。

Q3：您的MCN机构如何利用TikTok来提高品牌知名度和销售额，可以分享一些成功的案例吗？

A3：首先是通过大量发布挂车短视频来博爆款视频的概率；其次是通过加热，投流那些出单但未必爆单的视频来找到ROI在可接受范围内的素材来快速获取基础销量；最后是通过一些头部大v来形成网红社群内部传播；案例：除了食品类目供给很少，我们做的也比较少，其余类目的头部卖家，我们都参与过一点。

Q4：您服务过的品牌商家里面那些较成功的商家有哪些特征？

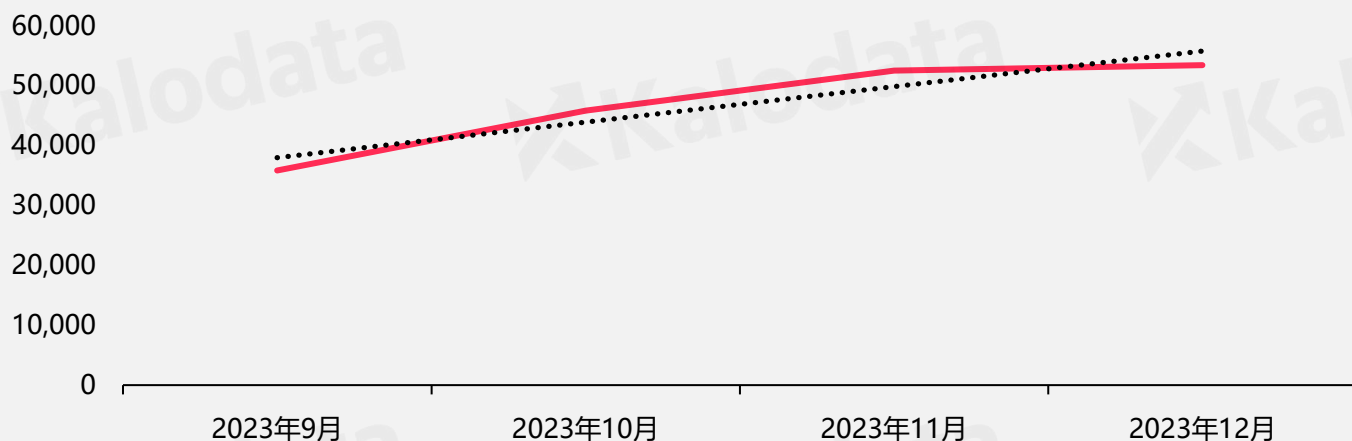
A4：产品质量高，有性价比，适合视频表达，在北美库存充足（或者有跨境发货账号）；一把手高度认可支持TikTok项目，配合度高，舍得给样品。

扫描右侧二维码查看更多美国数据



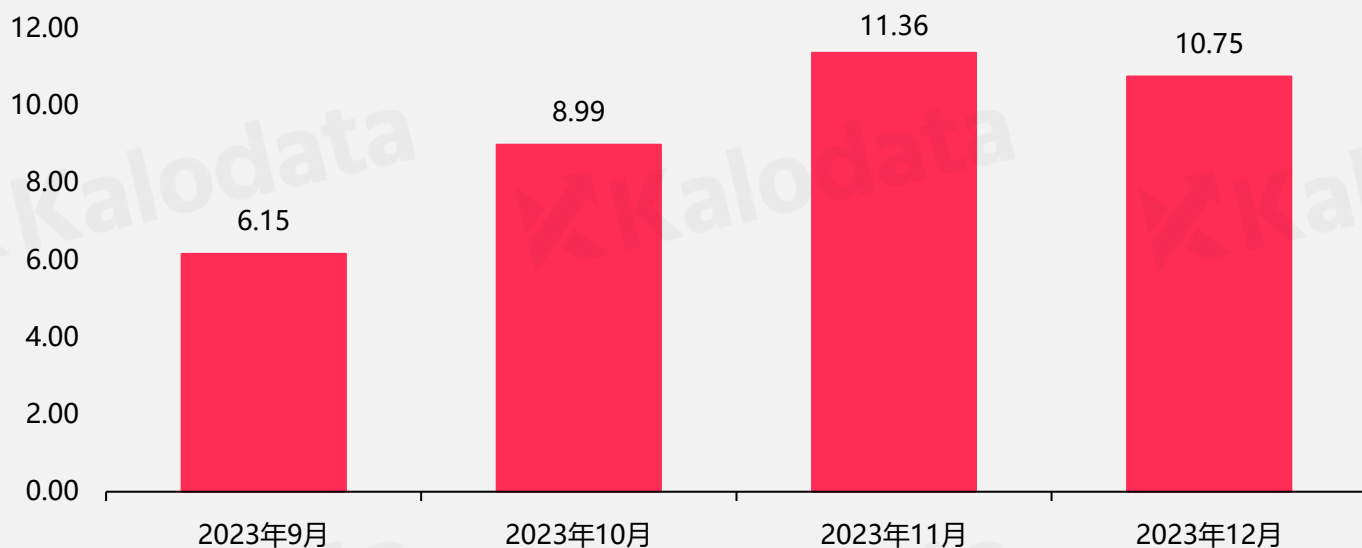
TikTok 美国动销商家数量&GMV

2023年9月-2023年12月TikTok Shop 美国动销商家店铺数量



2023年9月到12月，美国动销商家数量达到**53,464**，增长率为49%。

2023年9月-2023年12月TikTok Shop 美国动销商家GMV (亿美金)



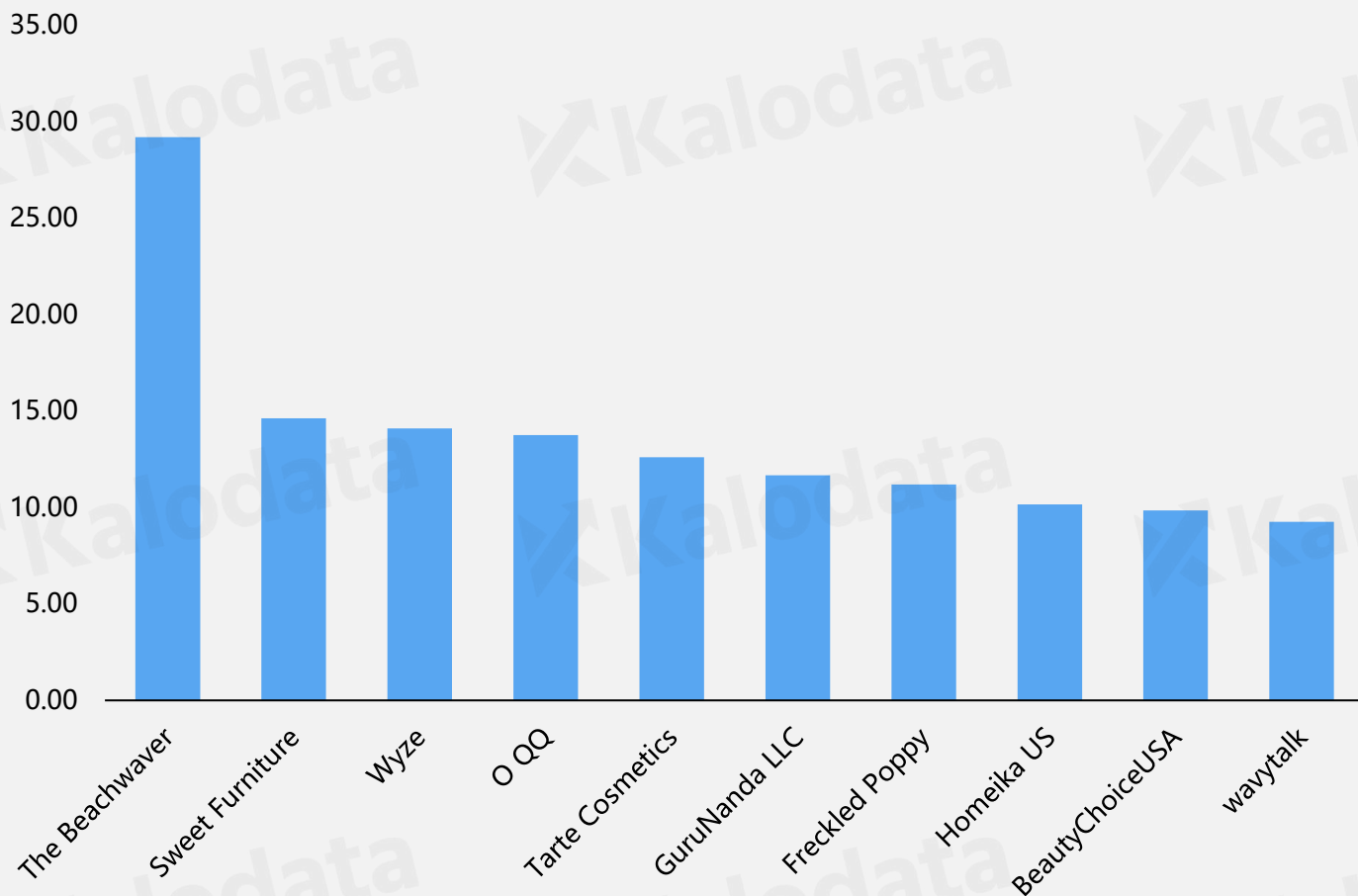
2023年12月美国店铺GMV达到**10.75亿美金**。截至2023年11月美国TikTok Shop 动销商家GMV增长明显，12月GMV有所回落。

扫描右侧二
维码查看更
多美国数据



TikTok 美国TOP10商家GMV

2023年9月-12月美国TOP10商家GMV（百万美金）



2023年12月相比9月，Top10商家的销量有增有减，其中TOP3商家依次为The Beachwaver，Sweet Furniture和Wyze。

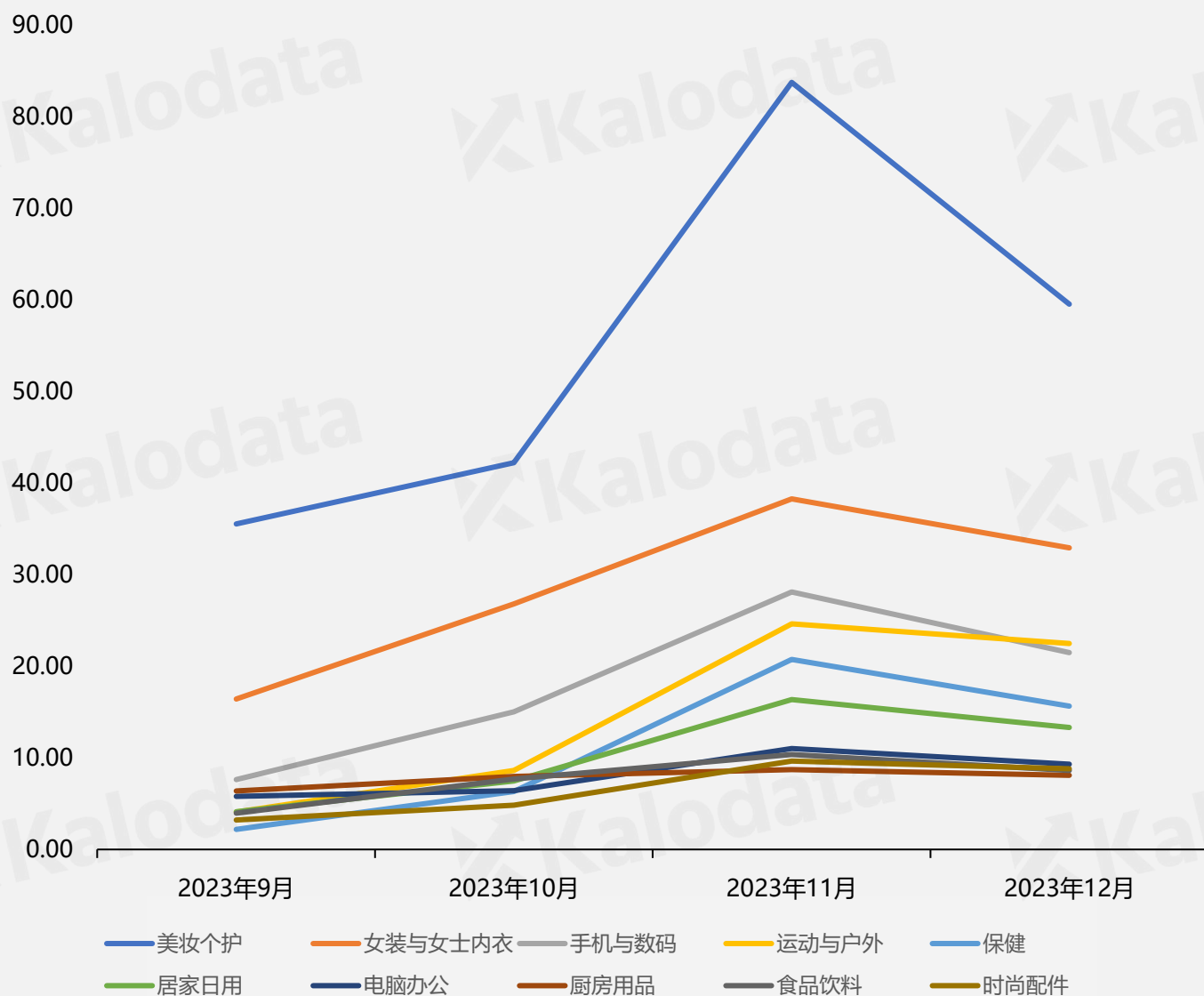
在这些商家中，The Beachwaver成为GMVTop1的商家，2023年9月的销售额为**830万美金**，12月的销售额为**245万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多美国数据



TikTok 美国TOP10类目GMV

2023年9月-12月TikTok 美国Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年12月，TikTok上GMV最高的五大类目分别为**美妆个护、女装与女士内衣、运动与户外、手机与数码、保健**。2023年12月相比9月，每个类目的GMV在TikTok上都有所增长。值得一提的是，11月迎来黑五，Top10类目GMV达到最高值，成果颇丰，12月GMV有所回落。

此外，**保健、运动与户外、居家日用**是增长最快的类目。2023年12月的GMV相较于2023年9月分别增长了611%、448%和222%，说明这些类目在美国TikTok电商中很有潜力。



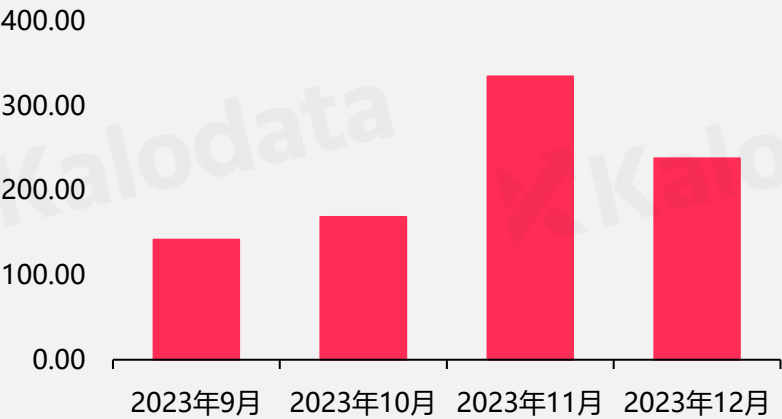
TikTok 美国类目榜单

2023年9月-2023年12月美国 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	885	10%	18%
2	女装与女士内衣	458	10%	20%
3	手机与数码	289	15%	23%
4	运动与户外	240	15%	27%
5	保健	180	17%	36%
6	居家日用	165	15%	24%
7	电脑办公	130	19%	32%
8	厨房用品	125	8%	19%
9	食品饮料	123	9%	21%
10	时尚配件	106	9%	19%

在2023年9月至12月期间，TikTok电商美国小店销量最高的三个类目分别是美妆个护、女装与女士内衣、手机与数码。其中，美妆个护类别的GMV为**8.85亿美金**。GMV TOP10 一级类目中，TOP10商家占比最低的三个类目为美妆个护、时尚配件、厨房用品，说明这些类目还未被头部商家完全占据市场，有机会入局抢占份额。

2023年9月-2023年12月美国 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



从2023年9月到2023年12月的数据来看，TikTok 电商美国GMV第一高的类目是**美妆个护**。这表明美国消费者对于美妆护肤的需求非常强烈，并且愿意为其买单。

扫描右侧二维码查看
更多美国数据



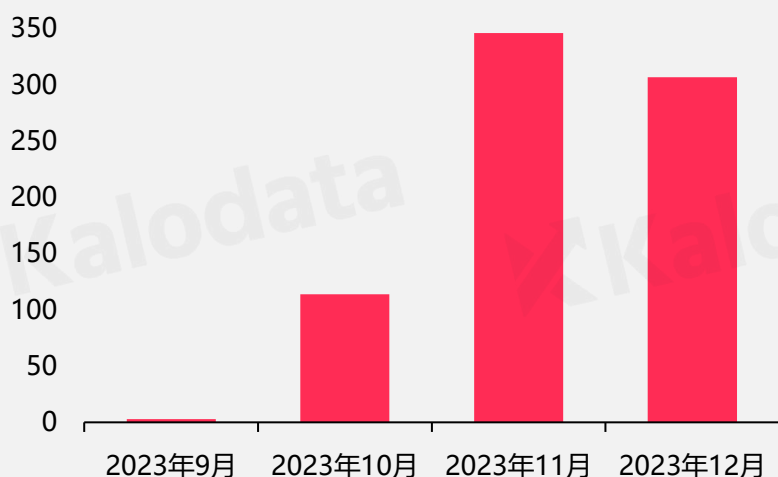
TikTok 美国增速TOP类目榜单

2023年9月-12月美国 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	美容保健食品	10509%	3.1
2	运动外套	10004%	1.2
3	浴室套装	4091%	1.4
4	健身仪器	3728%	2.3
5	架子与置物架	3303%	1.0
6	眼耳护理	2490%	1.9
7	体重管理食品	2421%	3.4
8	橱柜与壁橱	2411%	2.0
9	面部护理工具	2236%	4.6
10	相框	2011%	2.7

通过比较2023年9月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**美容保健食品、运动外套和浴室套装**。

2023年9月-2023年12月美国 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年9月至2023年12月期间，TikTok Shop美国小店的GMV增速最高的类目是美容保健食品，其GMV增长率为**10509%**。

扫描右侧二维码查看更多美国数据



TikTok 美国商家排行榜

2023年9月-2023年12月美国 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

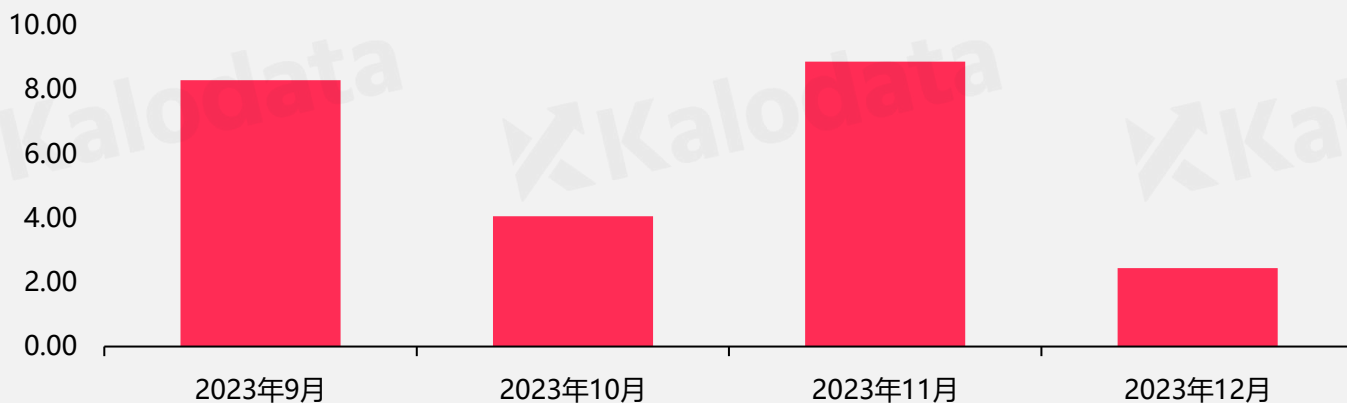
序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	美妆个护	The Beachwaver	21.87
2	手机与数码	Wyze	10.91
3	运动与户外	Halara US	8.21
4	女装与女士内衣	O QQ	7.37
5	居家日用	Hoga Store	6.86
6	保健	rysesupps	5.60
7	电脑办公	Zenfulnote	5.27
8	食品饮料	Bussin Snacks	2.22
9	时尚配件	WestKiss Hair Store	2.05
10	厨房用品	MeokyShop	1.89

美国TikTok Shop的GMV前十类目中，排名前三的店铺分别是 **The Beachwaver**、**Wyze** 和 **Halara US**，它们所属的类目分别是美妆个护、手机与数码、运动与户外。其中排名第一的商家 **The Beachwaver** 在2023年9月至2023年12月的GMV为 **2187万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多美国数据

TikTok 美国优秀商家案例-The Beachwaver

TOP 1 店铺 The Beachwaver 2023年9月-12月收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	3.80	16%
达人收入	19.19	81%
商城收入	0.71	3%
总计	23.70	100%

产品策略

产品数量	159
动销产品数量	150
产品均价	\$47.13

The Beachwaver 销售主要依赖于达人带货，但自营账号销售也很强，占比总收入约为16%。该商家的产品数量为159，动销产品数量占比高达**94.3%**。平均定价为**\$47.13**。



Sky老思

TikTok电商卖家&
抖音TikTok电商KOL

“先确定自己已有的产品是否适合TikTok 电商，其次结合团队自身的能力项，选择短视频或直播或红人营销的形式获取流量，推广商品。”

Q1：简单自我介绍

Sky老思，深耕TikTok电商领域，是一位TikTok电商卖家和自媒体作者，前TikTok Shop官方经理/讲师，曾出版书籍《TikTok运营实战》。目前主营TikTok电商与TikTok培训业务。

Q2：对于新手没有做过跨境电商的卖家来说，应该如何开始TikTok电商？

1. 作为达人从流量端切入，通过拍摄短视频获取TT流量，进而进行转化
2. 作为商家从红人营销切入，通过具有原生感的红人短视频获取流量。

Q3：对于亚马逊或者独立站的卖家来说，应该如何开始TikTok电商？

先确定自己已有的产品是否适合TikTok电商，其次结合团队自身的能力项，选择短视频或直播或红人营销的形式获取流量，推广商品。

Q4：对于亚马逊或者独立站的卖家来说，应该如何开始TikTok电商？

先确定自己已有的产品是否适合TikTok电商，其次结合团队自身的能力项，选择短视频或直播或红人营销的形式获取流量，推广商品。

Q5：要成功经营TikTok电商，您认为需要哪些关键的能力或资源？

1. 超强的执行力
2. 供应链能力或内容能力

扫描右侧二维码查看更多美国数据



TikTok 美国爆款商品榜单

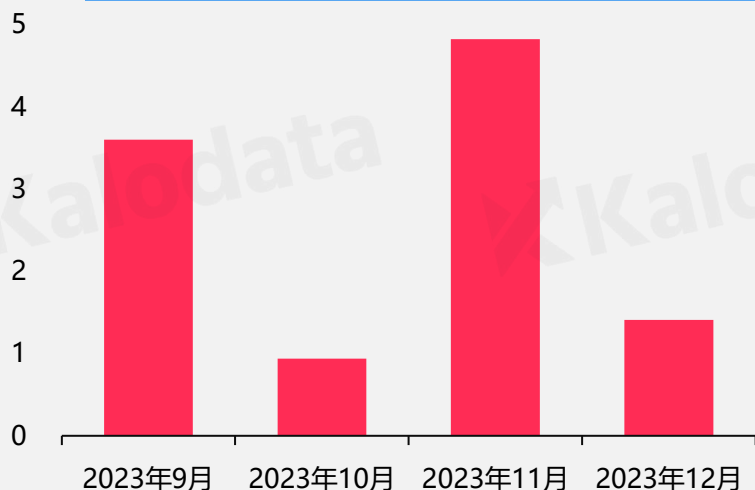
2023年9月至12月，Beachwaver玫瑰金卷发棒销售额达到1千万美金，荣膺销售冠军。

2023年9月-12月美国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Midnight Rose	10.2
2		LABIGO Electric Spin Scrubber LA1 Pro, with 4 Replaceable Brush Heads and Adjustable Extension Handle	6.79
3		The Shadow Work Journal: A Guide to Integrate and Transcend your Shadows	5.01
4		15 Day Cleanse - Gut and Colon Support	4.57
5		Anker 622 Magnetic Battery (MagGo) Foldable Magnetic Wireless Portable Charger and USB-C Wireless Charging	3.88
6		QQQ Women's 3 Piece Bodysuits Sexy Ribbed Sleeveless Square Neck Sleeveless Tank Tops Bodysuits	3.65
7		Women's Solid Ribbed Long Sleeve Sports Second-Skin Feel Tight-Fitting Playsuit Jumpsuit	2.38
8		Dragon Egg	1.55
9		OQ HAIR Wear And Go Glueless Wigs Pre Cut 4x6 HD Straight Lace Human Hair Wigs Beginner Friendly	1.21
10		1 Piece 40oz Tumbler with Handle, Reusable Vacuum Quencher Tumbler Cups, Insulated Tumbler with Lid and Straws, Leak Resistant Lid Water Bottle, 40 Ounce Tumbler, Insulated Cup	1.05

在2023年9月至2023年12月，TikTok Shop美国市场销售额**TOP3产品**分别是Beachwaver玫瑰金卷发棒、电动洗地机和心理疗愈书籍《阴影工作日记》。

2023年9月-12月美国 GMV TOP 1 产品销售额趋势图（百万美金）



可以发现，Beachwaver卷发棒销售额一直**稳定增长**，这款产品不仅快速掌握了市场，并且能够长期维持热销态势，始终占据畅销榜的前列位置。

扫描右侧二维码查看
更多美国数据



TikTok 美国独立达人排行榜

2023年9月至12月，itsmekelsc以412万美金GMV成绩荣获独立达人销售榜首。

2023年9月-12月美国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	itsmekelsc	美妆个护	4.12
2	teddyandbrittney	居家日用	2.81
3	hiddensteals	手机与数码	2.04
4	drchrispharmd	保健	1.90
5	catshrank	女装与女士内衣	1.76
6	vprincemusic	运动与户外	1.32
7	billionairebridgette	食品饮料	1.04
8	girl dadsos	电脑办公	1.03
9	aliiceberg	厨房用品	0.59
10	caileneasely	时尚配件	0.39

2023年9月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别itsmekelsc、teddyandbrittney和hiddensteals。他们主要的带货类目分别是美妆个护、居家日用、手机与数码。其中，GMV排名第一的独立达人itsmekelsc在2023年9月至12月的GMV为**412万美金**。

扫描右侧二维码查看更多美国数据



TikTok 美国直播排行榜

2023年9月至12月：达人highonlaurenalise的直播间获得了直播带货第一名

2023年9月-12月美国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长(小时)	GMV(百万美金)	总观看(万次)
1		Deerrun Cyber Monday	highonlaurenalise	2023/11/27	5.17	0.29	24.05
2		Rotatable tracking phone holder	mronos_trendy_us	2023/11/5	13.02	0.24	1.32
3		(BBC) Buy Blending Cup	onzpo	2023/12/3	1.83	0.16	23.41
4		Black Friday Cyber Monday Sale	newegg	2023/11/27	24.03	0.12	12.27
5		Moist vibes 🧘🏻‍♀️💧❤️	selfdestructking	2023/12/11	2.65	0.12	10.60
6		Black Friday early deal!!!	meowfashion99	2023/11/23	37.07	0.10	1.23
7		XBOX SERIES S BUNDLE FOR \$199.99	gamerkbm	2023/11/24	1.27	0.10	4.96
8		Wig sale! Prices you can't beat!	fdcutewig	2023/12/4	6.78	0.07	1.49
9		Chamoy pickle	itsme.april.1214	2023/12/12	1.15	0.07	51.81
10		#TikTokShopBlackFriday! # #fyp	xanadu_supermarket	2023/10/24	57.97	0.03	180.74

美国 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP 3 直播间来自 highonlaurenalise、mronos_trendy_us和onzpo，它们的类别分别是运动与户外、居家日用和美妆个护。其中，排名第一的 highonlaurenalise 在一场直播中的销售额达到**29万美金**。

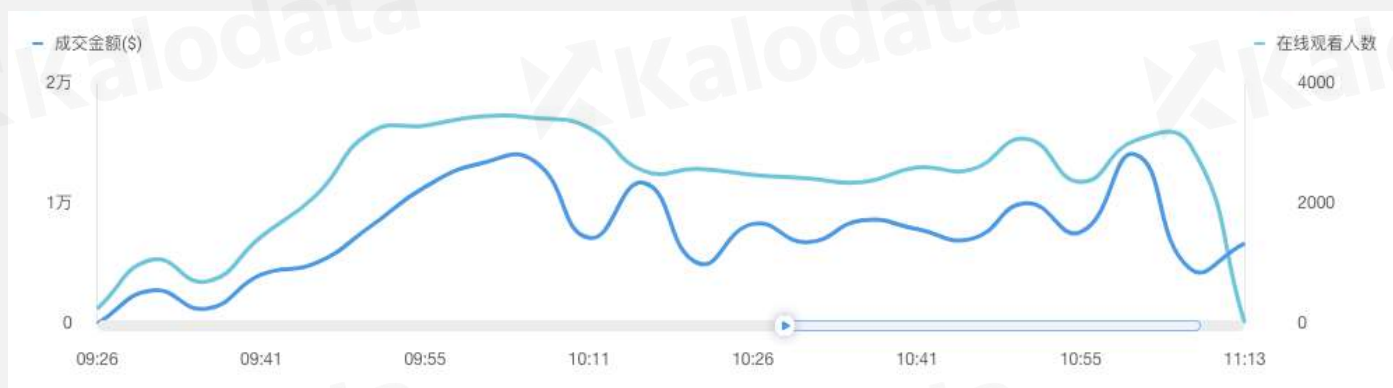
扫描右侧二维码查看
更多美国数据

TikTok 美国优秀直播间案例



直播间名称 : (BBC) Buy Blending Cup
直播日期 : 2023/12/03
直播时长 : 1.8h
收入 : 16.57 万美金
场观 : 23.41万
GPM : 1412美金
销量 : 7525
单价 : 22.01美金
类目 : 美妆个护
达人名称 : onzpo
带货产品 : 2
最高在线 : 3419

流量趋势



商品策略

商品构成上, 该直播间只上架2款产品, 其中仅造型梳这一款就贡献了直播间99%的GMV; 根据Kalodata数据, 该款产品也是TikTok美国12月的热销商品之一, 这也提示我们运营好一个直播间, 商品的数量并不是决定性因素, 选对品和用对方法才是获胜关键!

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	Loaded Protein	35	32430	10.7
2	Homeika Cordless Vacuum Cleaner, 20Kpa Powerful Suction Vacuum with LED Display	5.45	4,810	11.3
3	Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Midnight Rose	0.25	224	11.3

扫描右侧二
维码查看更
多美国数据



TikTok 美国短视频排行榜

2023年9月至12月：Homeika的短视频称霸短视频带货第一名

2023年9月-12月美国 GMV TOP 5 电商短视频榜单

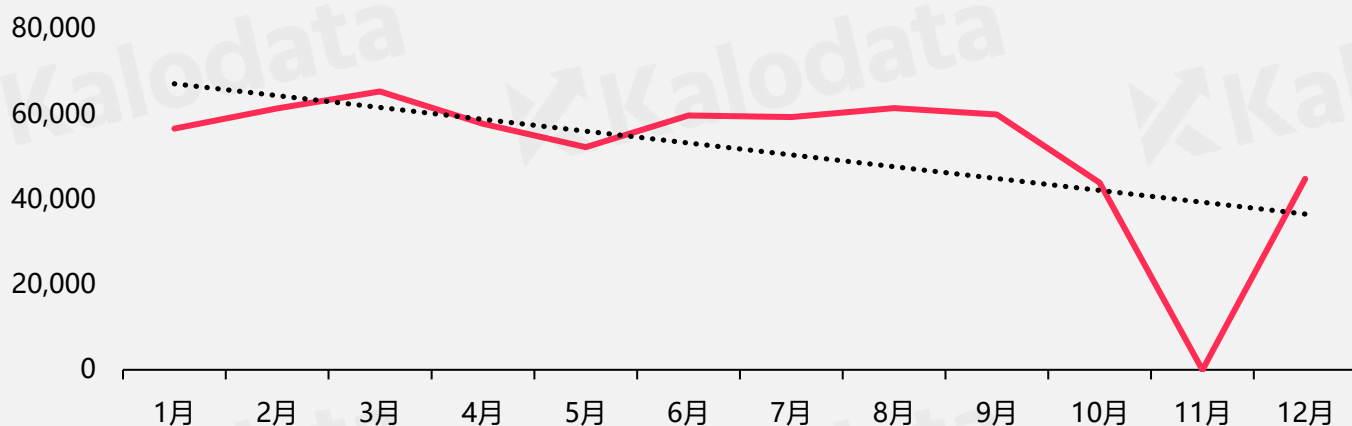
短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	justanotherurse1	3.63	22.33	26.88	2023/10/28	39%	2.34
	hiddensteals	1.84	40.69	48.82	2023/9/30	55%	1.16
	bryttani_mingo	1.64	17.64	9.91	2023/10/31	87%	2.07
	teddyandbrittney	1.46	27.72	65.72	2023/9/3	4%	2.03
	itsmekelsc	1.32	25.61	20.27	2023/11/20	52%	1.74

Homeika的短视频在Top 5短视频排行中分别占据了第1名，视频的制作水平精良，因此受到了极高的评价。而且，这些短视频也展示了良好的持续销售能力，单条爆款短视频在2023年的总成交额超过**363万美元**。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

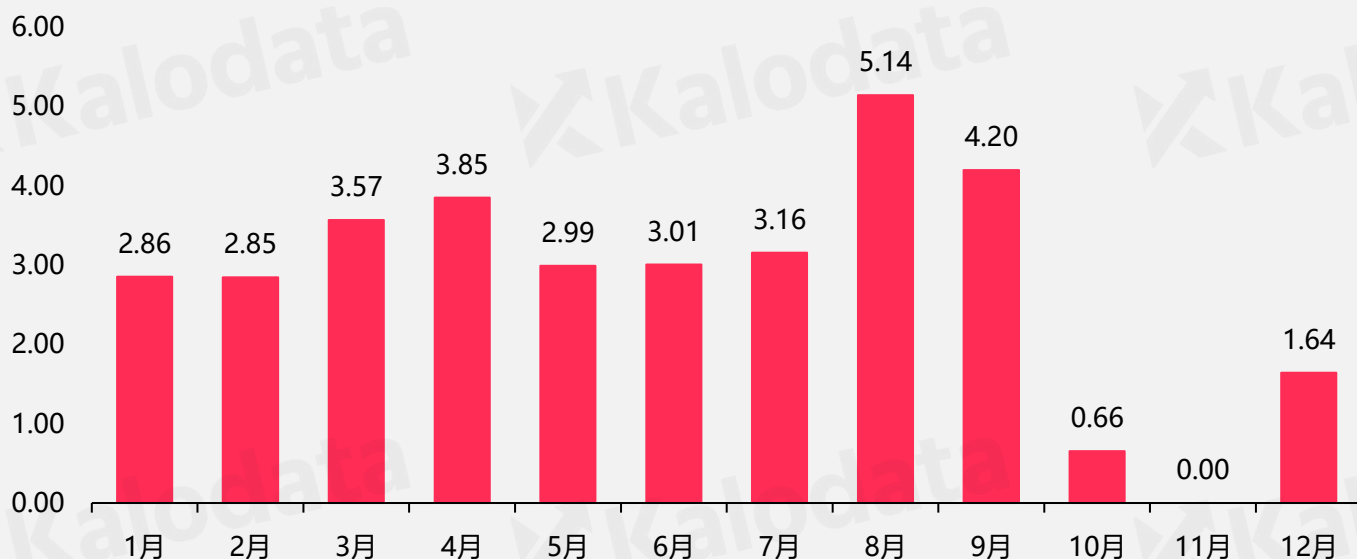
TikTok 印尼动销商家数量&GMV

2023年 TikTok Shop 印尼动销商家店铺数量



2023年8月印尼动销商家数量达到顶峰**61,425**，2023年10月4日-12月11日印尼TikTok电商短暂关停，12月动销商家数量为**44,778**，不到1个月商家数量恢复近8成，说明印尼市场发展利好。

2023年 TikTok Shop 印尼动销商家GMV (亿美金)



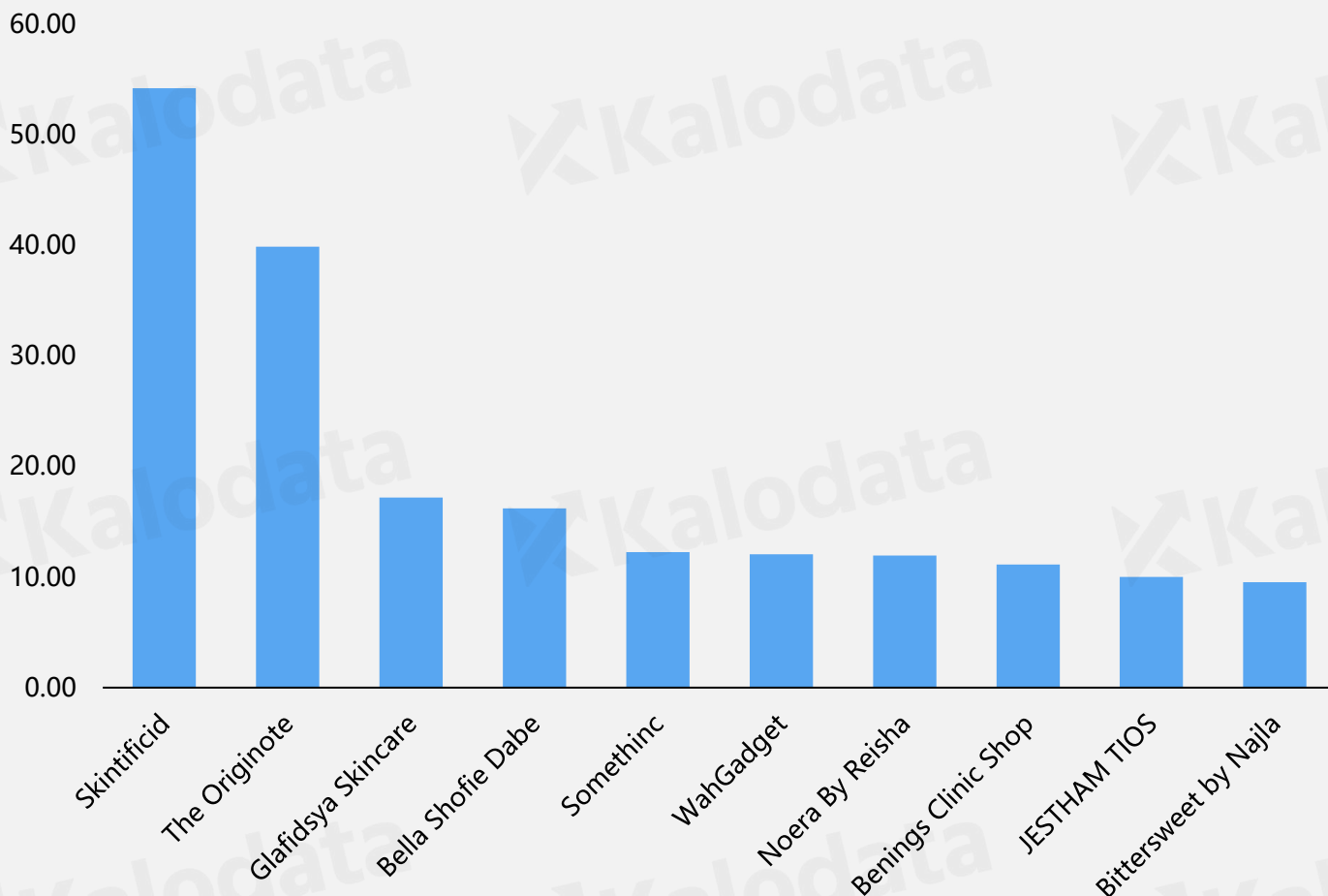
2023年印尼店铺8月GMV达到峰值**5.14亿美金**。在10月4日印尼TikTok shop关闭，11月GMV为0，12月12日重新开放后GMV达到1.64亿美金。

扫描右侧二维码查看更多印尼数据



TikTok 印尼TOP10商家GMV

2023年印尼TOP10商家GMV增速图



受印尼政策影响，2023年12月相比1月，Top10商家中有7家GMV降低。2023年GMV TOP3商家依次为Skintificid、The Originote和Glafidsya Skincare。头部3个品牌都属于美妆个护类目。

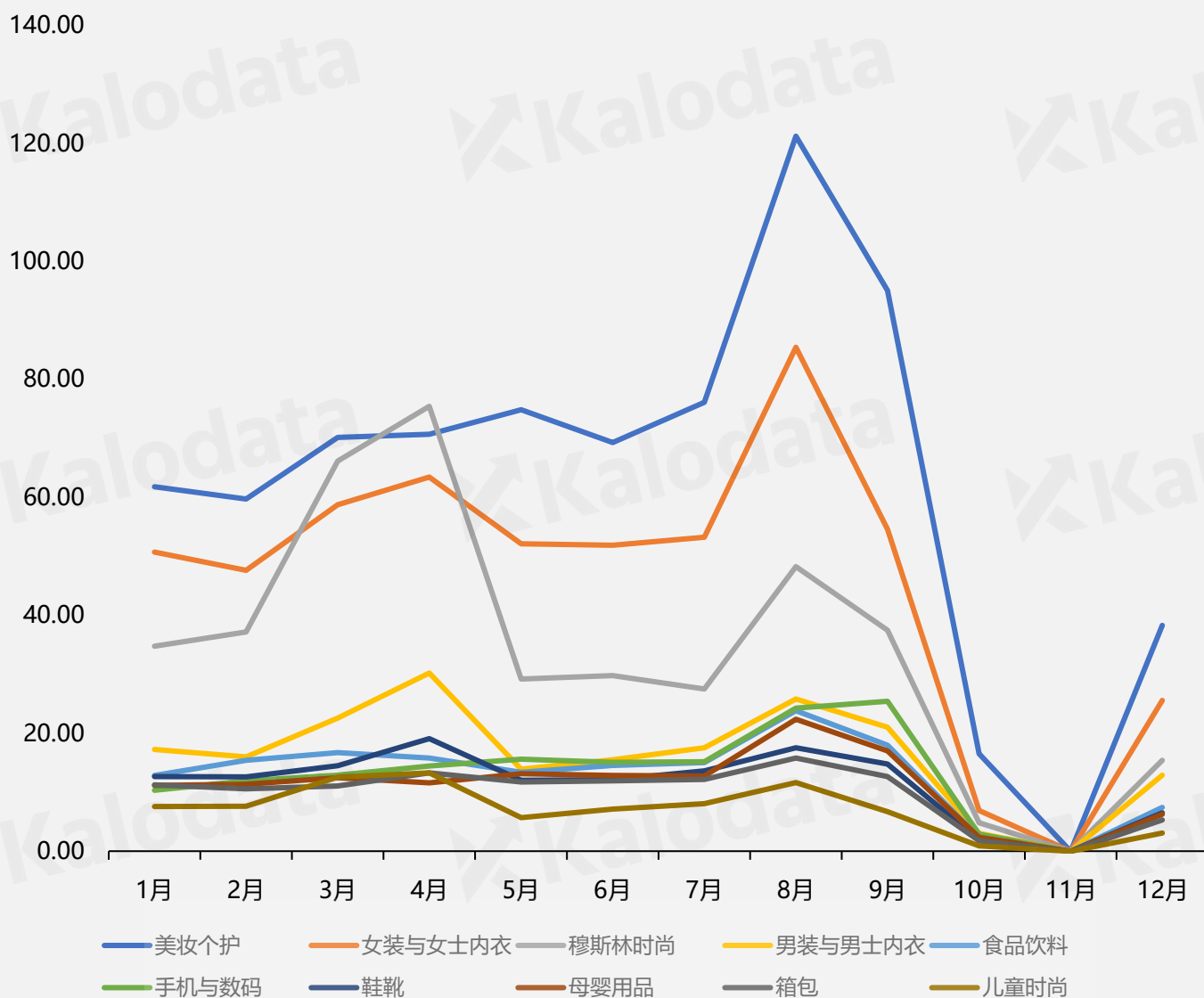
在这些商家中，Skintificid成为GMV Top1的商家，2023年1月的销售额为**480万美金**，12月的销售额为**3万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据



TikTok 印尼TOP10类目GMV

2023年TikTok 印尼Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年8月，TikTok上GMV最高的五大类目分别为**美妆个护、女装与女士内衣、穆斯林时尚、男装与男士内衣、手机与数码**。2023年8月相比1月每个类目GMV有所增长，9月传闻印尼政府要对TikTok电商关停，9月开始GMV下降，10月12日正式关停。

此外，**手机与数码、母婴用品、美妆个护**是增长最快的类目。2023年8月的GMV相较于2023年1月分别增长了135%、101%和96%，说明这些类目在印尼TikTok电商中很有潜力。



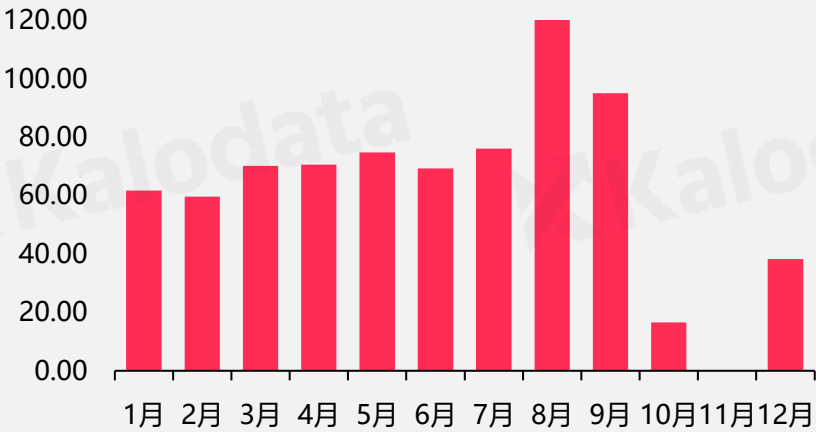
TikTok 印尼类目榜单

2023年印尼 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	754	14%	23%
2	女装与女士内衣	550	3%	8%
3	穆斯林时尚	406	4%	8%
4	男装与男士内衣	196	5%	12%
5	食品饮料	155	13%	28%
6	手机与数码	155	11%	27%
7	鞋靴	137	12%	22%
8	母婴用品	133	9%	18%
9	箱包	118	8%	20%
10	儿童时尚	84	6%	14%

2023年TikTok电商印尼小店销量最高的三个类别分别是美妆个护、女装与女士内衣、手机与数码。其中，2023年美妆个护类别的GMV为**7.54亿美金**。GMV Top10类目中TOP10商家占比均小于30%，说明印尼市场空间还未饱和，普通商家入局盈利机会较大。

2023年印尼 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



2023年TikTok 电商印尼小店的GMV第一高的类别是**美妆个护**。这表明印尼消费者对于美妆护肤的需求非常强烈，可以销售适合本地化的美妆个护商品。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

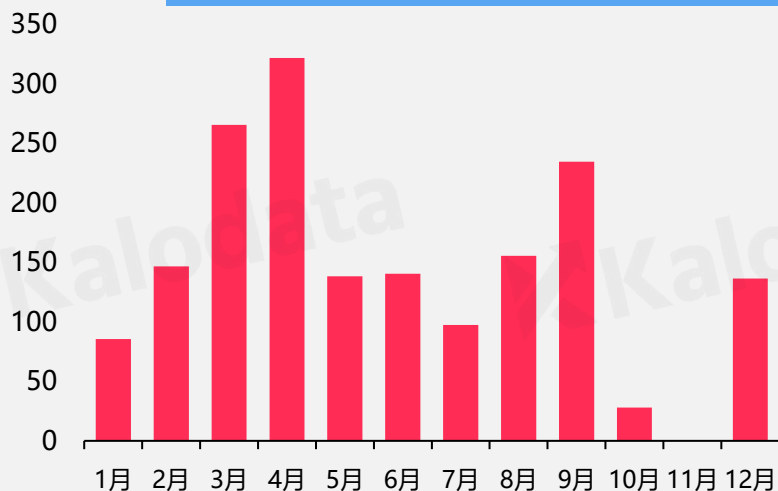
TikTok 印尼增速TOP类目榜单

2023年印尼 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	穆斯林套装	60%	1.4
2	遮瑕与粉底	49%	1.6
3	烹饪调味	18%	1.1
4	女士内衣	12%	2.4
5	家居清洁	3%	1.8
6	耳机	0%	1.3
7	面膜	-4%	1.1
8	手表与配件	-11%	1.5
9	口红与唇彩	-11%	2.3
10	床上用品	-12%	2.1

通过比较2023年1月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**穆斯林套装、遮瑕与粉底、烹饪调味**。

2023年印尼 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年1月至2023年12月期间，TikTok Shop印尼小店的GMV增速最高的类目是穆斯林套装，其GMV增长率为**60%**。

扫描右侧二
维码查看更
多印尼数据



TikTok 印尼商家排行榜

2023年印尼 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

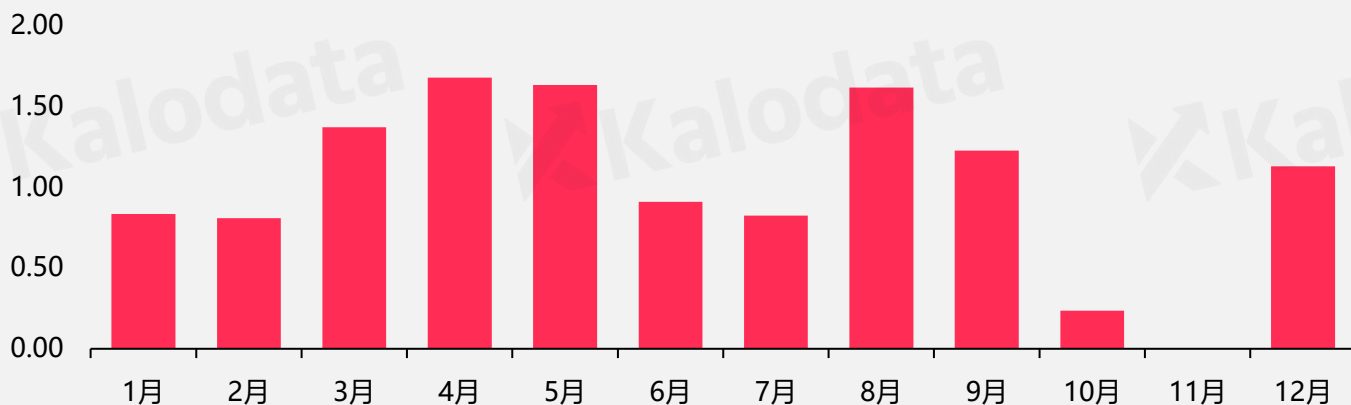
序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	美妆个护	Skintificid	53.68
2	食品饮料	Bittersweet by Najla	9.08
3	手机与数码	Studio Ponsel Store	7.85
4	女装与女士内衣	JINISO JEANS	6.84
5	鞋靴	pvnshoes	6.41
6	母婴用品	MAKUKU	4.64
7	穆斯林时尚	mallafashionofficial	4.55
8	箱包	oktaviana tas grosir	3.45
9	男装与男士内衣	Ribsgold	3.11
10	儿童时尚	LittleBabynKids	1.96

印尼TikTok Shop的GMV前十类目中，GMV排名前三的店铺分别是 **Skintificid**、**Bittersweet by Najla** 和 **Studio Ponsel Store**，它们所属的类目分别是美妆个护、食品饮料、手机与数码。其中排名第一的商家 **Skintificid** 在2023年的GMV为 **5368万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

TikTok 印尼优秀商家案例-Somethinc

TOP 1 店铺 Somethinc 2023年收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	4.23	34.5%
达人收入	5.39	44%
商城收入	2.64	21.5%
总计	12.26	100%

产品策略

产品数量	704
动销产品数量	622
产品均价	\$9.71

Somethinc 销售主要依赖于达人带货，占比总收入约为44%,其次自营能力也很强，占比总收入约为35%。该商家的产品数量为704，动销产品数量占比高达**88.4%**。平均定价为**\$9.71**。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

TikTok 印尼爆款商品榜单

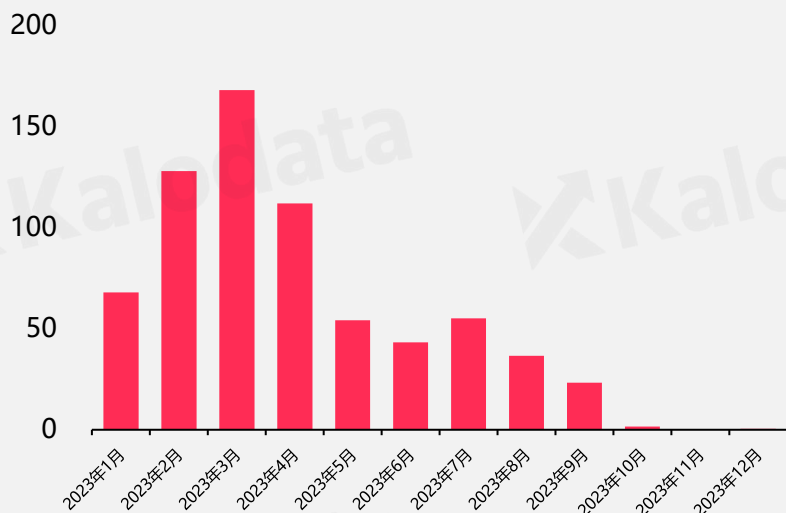
2023年1月至12月，SKINTIFIC的保湿套装销售额达到468万美金，荣膺销售冠军。

2023年1月-12月印尼 GMV TOP 10 类目下 TOP 1商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		SKINTIFIC 5pcs set Moisturizer + Sunscreen + Serum +Cleanser + Toner: glowing set / acne set /repair barrier set / anti dark spot set / retino set / hydrating set	4.68
2		Eatsambel - Paket Favorit Mas Yangun	3.58
3		PAKET 4 PCS KAOS DISTRO SEMI KATUN MIX BRAND	1.86
4		KENAN - Daily Dzevada Size M Hijab Instan Matt Jersey	1.61
5		TURUN HARGA Celana Kulot Wanita Basic HW Irene Cullotes Scuba Wide Leg Premium	1.57
6		iPhone 11 64GB Garansi Resmi Indonesia New Packed	1.36
7		Popok Bayi Murah Mamypoko X-Tra Kering JUMBO per 2 BALL	1.34
8		Halimun - Dumpling Slingbag	1.26
9		SOVELLA Alexa Sepatu Sneakers Olahraga Sport Kets Putih Hitam Wanita	0.88
10		Kaos anak paket hemat isi 10pt spandek PE.. FREE AMPLOP	0.67

在2023年1月至12月，TikTok Shop印尼市场销售额TOP3产品分别是SKINTIFIC的保湿套装、Eatsambel辣椒酱和PrioriteeT恤衫。

2023年1月-12月印尼 GMV TOP 1 产品销售额趋势图 (万美金)



可以发现，SKINTIFIC的保湿套装在第一和第二季度实现了快速的销售增长。尽管第三季度出现销售回落，但随着印尼TikTok电商在12月重新开启，该产品的销量开始逐步回升。

扫描右侧二维码查看更多印尼数据



TikTok 印尼独立达人排行榜

2023年，louissescarlettfamily以1388万美金的GMV成绩荣获独立达人销售榜首。

2023年9月-12月印尼 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	louissescarlettfamily	美妆个护	13.88
2	kohcun	手机与数码	5.06
3	alicenorinofficial	女装与女士内衣	2.77
4	madamemalla	穆斯林时尚	1.65
5	ucuajoyoww0	食品饮料	1.46
6	hendri_alejandro	母婴用品	1.31
7	anggiokda52	鞋靴	1.14
8	girl_of_the_star	箱包	1.06
9	barashop.id	男装与男士内衣	0.84
10	littlequinn_	儿童时尚	0.65

2023年1月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别是louissescarlettfamily、kohcun和alicenorinofficial，他们主要的带货类目分别是美妆个护、手机与数码和女装。其中，GMV排名第一的独立达人louissescarlettfamily在2023年1月至12月的GMV为**1388万美金**。

扫描右侧二
维码查看更
多印尼数据



TikTok 印尼直播排行榜

2023年1月至12月：达人louissescarlettfamily的直播间获得了直播带货第一名

2023年1月-12月印尼 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长 (小时)	GMV (百万美金)	总观看 (万次)
1		GEBRAKAN DISKON 50% SEHARIAN!!	louissescarlettfamily	2023/8/28	26.77	1.12	435.91
2		PVN Bingsoo Ready 🎉🎉	pvnshoes	2023/2/3	19.00	0.42	13.69
3		kerupuk emping	ucuajoyoww0	2023/2/7	2.05	0.25	9.81
4		9.9 HARI TERAKHIR - BANTAI!!!!	kohcun	2023/9/8	24.03	0.21	103.32
5		12.12 SALE 80RBAN !! 🎉🔥	luxedlabel	2023/12/11	63.00	0.16	151.54
6		PAYDAY SALE 🎉 STELAN MURMER 🎉	libbybabyin donesia	2023/1/25	2.92	0.12	1.66
7		SEPATU SERBA 50K setok terbatas!	shoespareke diri2	2023/2/12	25.87	0.08	1.47
8		IBU KOST SALE BAJU HIJAB !!	tya_ariestyia	2023/3/3	3.25	0.06	9.36
9		DISC UP TO 80%+EXTRA VOUCHER!! 🐼	erigo.store	2023/1/29	515.00	0.06	162.08
10		HUJAN BONUS!!!! 🎉🎉	angenius0	2023/2/17	2.55	0.03	4.30

印尼 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP3 直播间来自louissescarlettfamily、pvnshoes和ucuajoyoww0，它们的类别分别是美妆个护、食品饮料和鞋靴。其中，排名第一的louissescarlettfamily在一场直播中的销售额达到 **112万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

TikTok 印尼优秀直播间案例



直播间名称 : GEBRAKAN DISKON 50% SEHARIAN!!
直播日期 : 2023/8/28
直播时长 : 26.77h
收入 : 175万美金
场观 : 436万
GPM : 401美金
销量 : 65283
单价 : 26.81美金
类目 : 美妆个护
达人名称 : louissescarlettfamily
带货产品 : 99
最高在线 : 27176

流量趋势



商品策略

商品构成以美妆个护为主，其中美妆个护类目商品成交额超112万美金，占直播间总收入64%；整体直播的过品节奏比较快，主播擅长营造稀缺感，利用损失恐惧，提升用户转化。

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	(LOUISSE SPECIAL) Bening's Bundling Serum	8.97	1845	48.66
2	(LOUISSE SPECIAL) Bening's Bundling Isi 3 Paketan Dasar Skincare	8.96	822	109.12
3	(LOUISSE SPECIAL) Bening's Premium Glow Red Jelly	8.80	6052	14.55

扫描右侧二维码查看
更多印尼数据

TikTok 印尼短视频排行榜

2023年1月至12月：Skintificid的短视频称霸短视频带货第一名

2023年1月-12月印尼 GMV TOP 5 电商短视频榜单

短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	erlyani2	0.94	14.33	7.68	2023/2/19	0	0
	rahelgustiyan i	0.72	46.32	54.63	2023/5/6	0	0
	gmeelan.offic ial.id	0.47	36.29	27.01	2022/11/28	0	0
	daniaa999	0.43	64.74	40.15	2023/5/11	0	0
	racunskincar 3	0.41	24.96	7.74	2023/2/13	0	0

Skintificid的短视频在Top 5短视频中分别夺得第1名和第5名，得益于其精良的视频制作和极高的评价，2条短视频营收超**135万美金**。此外，短视频带货展示出强大的持续销售能力，gmeelan.official.id在2022年创作的短视频在2023年的GMV上表现出色。

林超Mike

东南亚电商资深卖家
跨境指南创始人 | CEO

“如果是新进入东南亚电商市场的卖家，若人力有限，可以专注在TTS。”

Q1: 2023年相比于2022年, 东南亚的TikTok电商会有何明显的变化和发展呢?

2023年TikTok电商在东南亚最大的变化应该是印尼TTS被下线。虽然经历了两个月的时间, 目前TTS已经通过和Tokopedia合作的方式恢复电商功能, 但能否顺利渡过“试用期”, 以及中国品牌是否会在印尼市场被“限制发展”仍有待进一步观察。平台发展方面可以看到平台官方在积极引导商家提高直播以及商城的销售占比, 从我们自己电商的实际数据方面也可以明显看到增长, 这意味着TikTok Shop短视频与直播电商已经开始被东南亚的消费者广泛接受。直播与商城的模式可以让销售更稳定, 更有规律可循, 避免短视频脉冲式的订单激增却无货可发的现象, 给商家及消费者造成不好的体验。

Q2: 在当前的东南亚市场中, 您观察到那些跨境商家在TikTok电商方面取得了较好的表现有什么特征?

- 1) 重视内容的本土化, 不管是短视频还是直播。
- 2) 垂直、精品、海外仓备货的商家。
- 3) 通过东南亚本土达人去放大销售规模。

Q3: 对于即将来临的2024年, 您预测TikTok在东南亚跨境电商领域会有哪些新的趋势?

- 1) 全托管。虽然目前TTS在东南亚并没有推出全托管模式, 但TEMU证明其模式的优势, 以及东南亚Shopee和Lazada平台正在进行尝试, 我认为TTS东南亚也可能在部分国家推出全托管模式。
- 2) TTS商城、直播的销售占比会进一步提高。
- 3) 中大件与高客单的产品会得到扶持。

Q4: 您能否对在东南亚进行TikTok跨境电商业务的商家提出一些宝贵的建议?

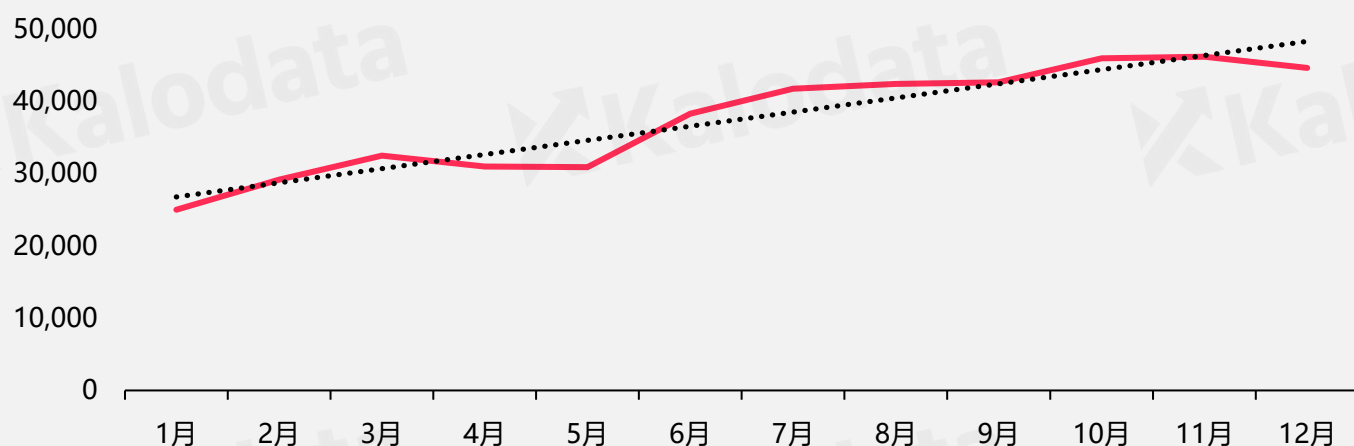
- 1) 如果是新进入东南亚电商市场的卖家, 若人力有限, 可以专注在TTS。
- 2) 如果是老的东南亚电商玩家, 我建议进一步重视TTS这个渠道, 另外不要只单看TTS的产出, 而是看在TikTok上做好内容以后给整个品牌在销售上带来的增量。
- 3) 放弃跨境做直播的想法。
- 4) 做好产品和内容, 建好分佣机制, 发挥好机构和达人的优势。
- 5) 重视“粉丝不多但带货能力可能极强”的达人

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据



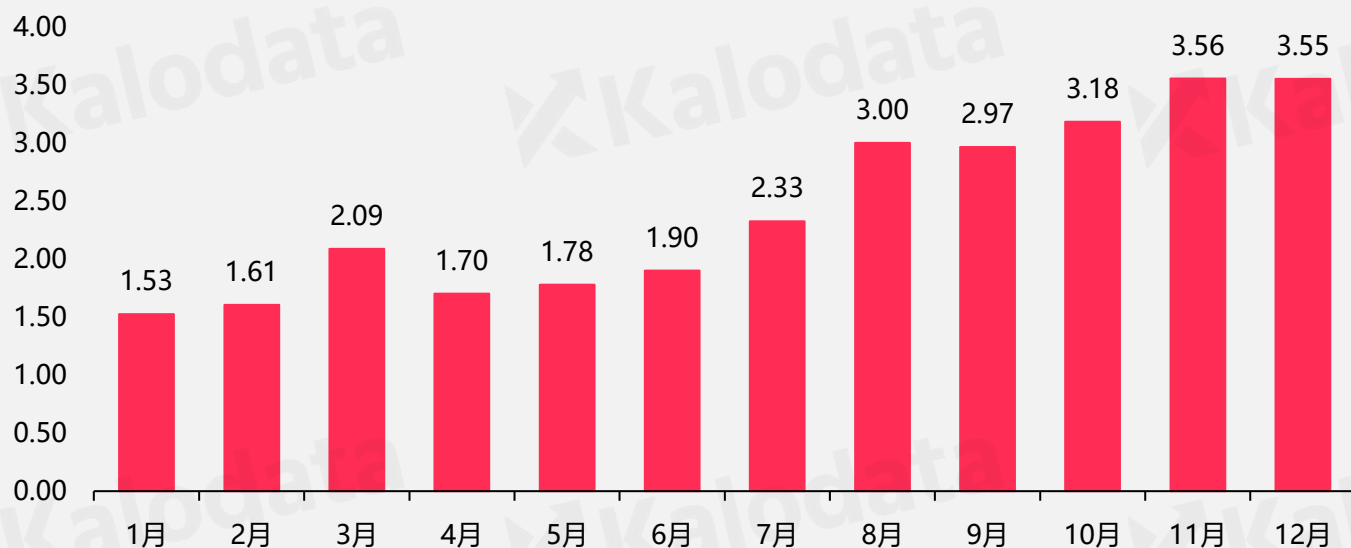
TikTok 泰国动销商家数量&GMV

2023年 TikTok Shop 泰国动销商家店铺数量



截至2023年12月泰国动销商家数量达**44,666**，增长率为78%，说明TikTok在泰国发展前景较好，吸引越来越多的商家入局。

2023年 TikTok Shop 泰国动销商家GMV (亿美金)



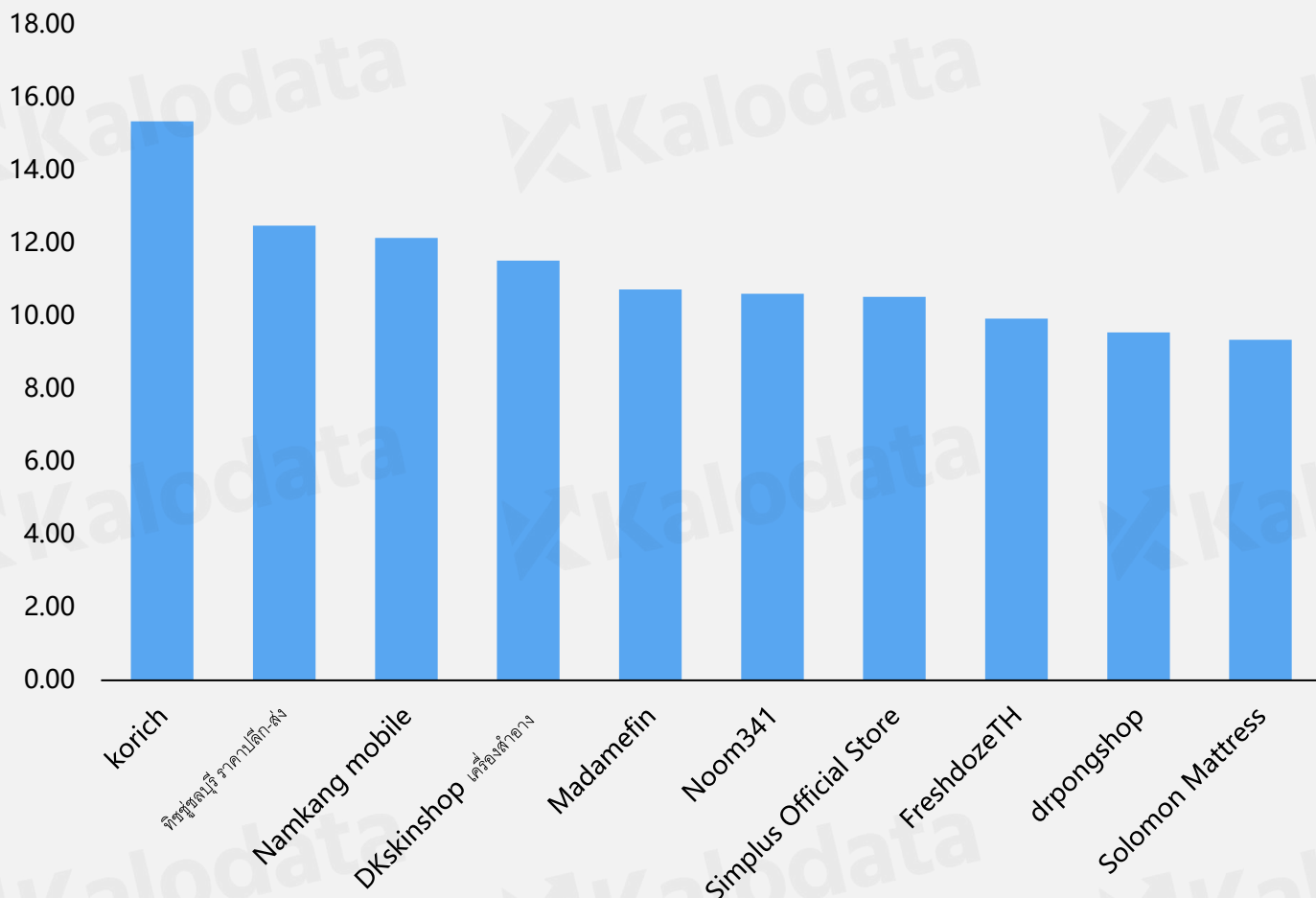
2023年泰国店铺12月GMV达到**3.55亿美金**。2023年12月GMV相比1月，增长率为133%。

扫描右侧二维码查看更多泰国数据



TikTok 泰国TOP10商家GMV

2023年泰国TOP10商家GMV增速图



2023年Top10商家在全年的GMV都有比较大的增速，其中TOP3商家依次为korich、พิษณุพลบุรี ราคาปลีก-ส่ง，Namkang mobile。

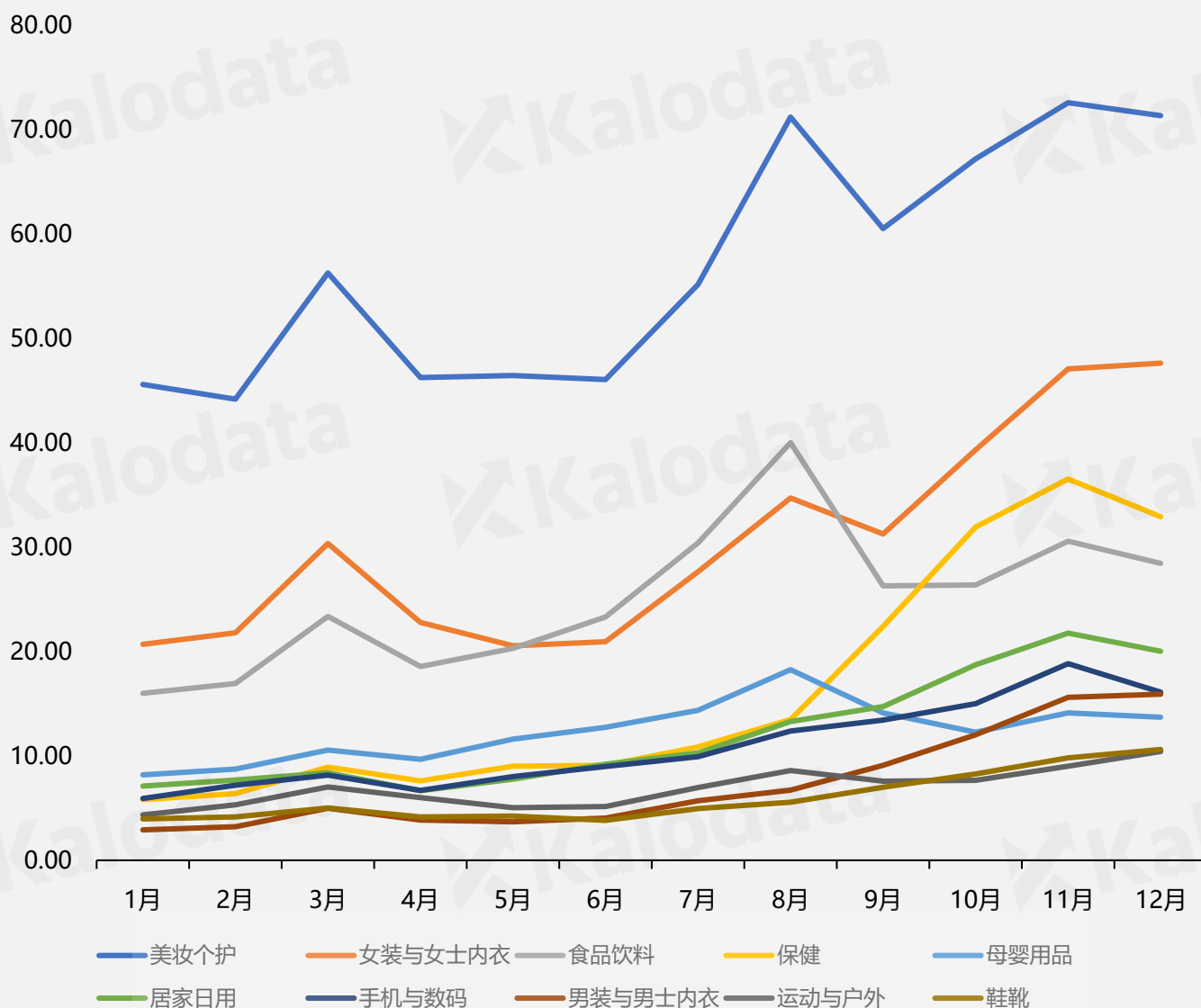
在这些商家中，korich成为GMVTop1的商家，2023年12月的销售额为**97万美金**，比1月增长率为162%，增长速度明显。

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据



TikTok 泰国TOP10类目GMV

2023年TikTok 泰国Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年12月，TikTok上GMV最高的五大类目分别为**美妆个护、女装与女士内衣、保健、食品饮料、居家日用**。2023年12月相比1月每个类目GMV有所增长，说明这些类目在TikTok电商中很受欢迎。

此外，**保健、男装与男士内衣、居家日用**是增长最快的类目。2023年12月的GMV相较于2023年1月分别增长了466%、446%和181%，说明这些类目在泰国TikTok电商中很有潜力。

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据

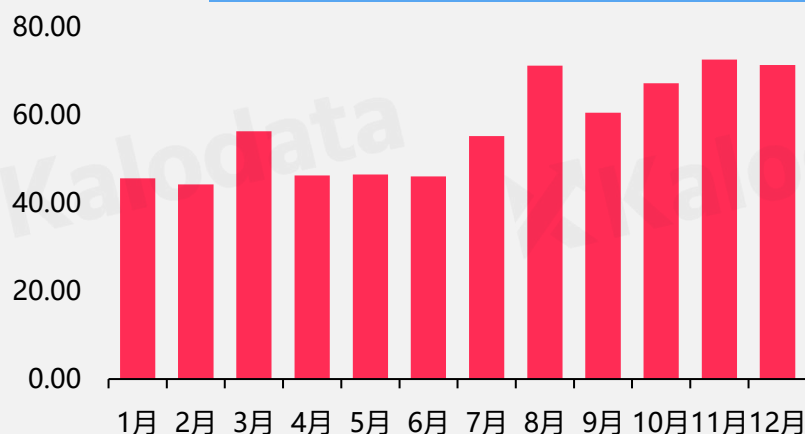
TikTok 泰国类目榜单

2023年泰国 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	683	4%	11%
2	女装与女士内衣	365	3%	7%
3	食品饮料	301	4%	10%
4	保健	195	10%	24%
5	母婴用品	148	9%	24%
6	居家日用	146	8%	18%
7	手机与数码	131	15%	26%
8	男装与男士内衣	88	6%	14%
9	运动与户外	83	9%	17%
10	鞋靴	72	11%	23%

2023年TikTok电商泰国小店销量最高的三个类别分别是美妆个护、女装与女士内衣、食品饮料。其中，2023年美妆个护类别的GMV为**6.83亿美金**。Top10类目中TOP10商家占比均小于30%，说明泰国Top类目市场空间还未饱和，普通商家入局盈利机会较大。

2023年泰国 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



2023年TikTok 电商泰国小店的GMV第一高的类别是**美妆个护**。这表明美妆护肤在泰国很受欢迎，可以销售适合本地化的美妆护肤商品。

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据

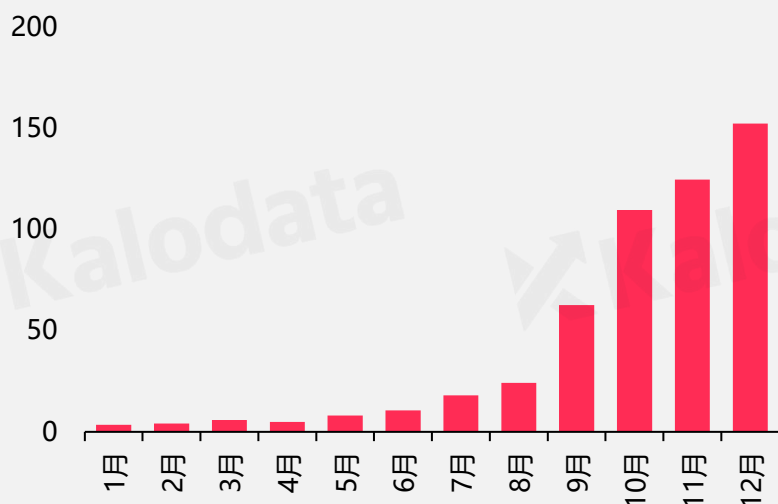
TikTok 泰国增速TOP类目榜单

2023年泰国 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	安全与防护	4380%	1.5
2	电气设备与用品	2425%	1.1
3	运动补充剂	2424%	2.6
4	床垫保护垫、床褥	2171%	1.5
5	大家电	1889%	1.6
6	手机	1249%	3.6
7	园艺用品	1053%	2.3
8	电动工具	934%	1.6
9	卫生纸和厨房卷	810%	3.0
10	体重管理食品	790%	3.8

通过比较2023年1月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**安全与防护、电气设备与用品、运动补充剂**。

2023年泰国 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年1月至2023年12月期间，TikTok Shop泰国小店的GMV增速最高的类目是安全与防护，其GMV增长率为**4380%**。

扫描右侧二维码查看更多泰国数据



TikTok 泰国商家排行榜

2023年泰国 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

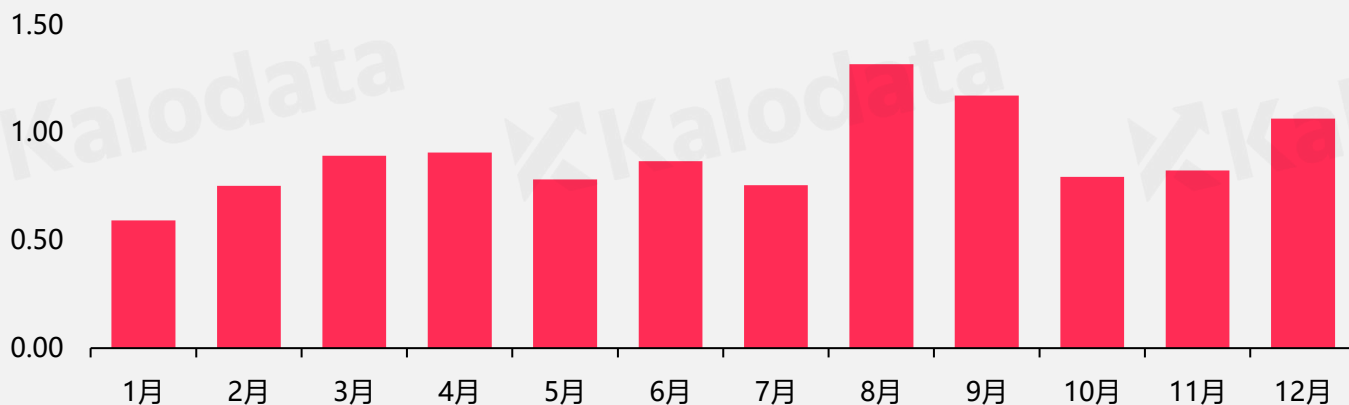
序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	手机与数码	Namkang mobile	10.33
2	美妆个护	Madamefin	9.42
3	保健	FreshdozeTH	6.68
4	母婴用品	ทิชชูชลบุรี ราคาปลีก-ส่ง	4.91
5	居家日用	ทิชชูชลบุรี ราคาปลีก-ส่ง	4.56
6	食品饮料	ตุ๊กกี้ตัวแสบ	3.74
7	女装与女士内衣	MS.Bra	3.53
8	鞋靴	posee_cb	3.18
9	运动与户外	Janet Melody	2.83
10	男装与男士内衣	Mc Jeans	2.30

泰国TikTok Shop的GMV前十类目中，GMV排名前三的店铺分别是 **Namkang mobile**、**Madamefin** 和 **FreshdozeTH**，它们所属的类目分别是手机与数码、美妆个护、保健。其中排名第一的商家 **Namkang mobile** 在2023年的GMV为 **1033万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据

TikTok 泰国优秀商家案例-Madamefin

TOP 1 店铺 Madamefin 2023年收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	6.11	57%
达人收入	1.44	13%
商城收入	3.18	30%
总计	10.73	100%

产品策略

产品数量	170
动销产品数量	160
产品均价	\$12.58

Madamefin销售主要来源于自营，占比总收入约为57%，说明该商家在TikTok上运营能力很强。该商家的产品数量为170，动销产品数量占比高达**94.1%**。平均定价为**\$12.58**。



TikTok 泰国爆款商品榜单

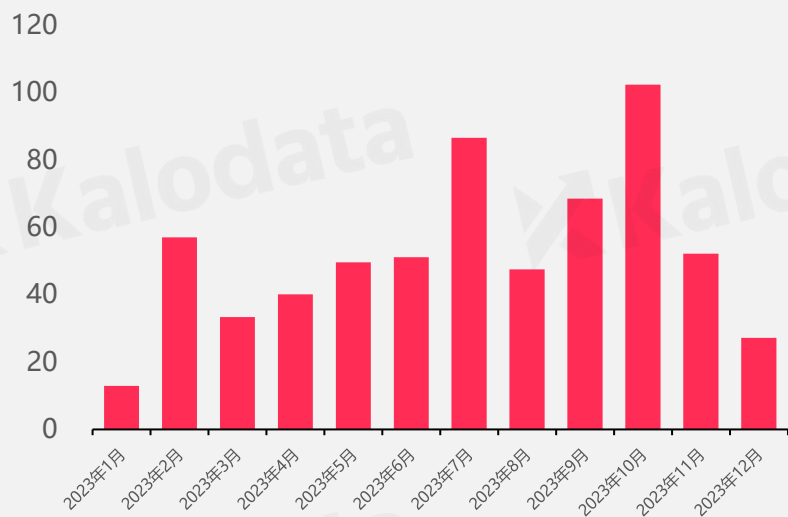
2023年1月至12月，**มินิอายรีวิว**的定妆粉饼销售额达到628万美金，荣膺销售冠军。

2023年1月-12月泰国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		**พร้อมส่ง** แป้งพัฟสุรีย์พร199บาท- Sureeporn Powder	6.28
2		1 แผ่น1กลูต้าแบล็คเมจิกกลูต้าเม็ดดำ[บริษัทหลัก] BLACK MAGIC JIMMY YOUNG	5.67
3		[20ห่อ] Botare CHEERFUL Air-cushionดีลักซ์คอมฟอร์ทกระดาศทิชชูห่อยาวหนา4ชั้น360แผ่น	2.69
4		ยกลัง10แพคกระดาศทิชชูคุมะ168แผ่นKUMAสังบรรจุ10แพคละ5ห่อรวม50ห่อ	2.43
5		มาศคาราแม่งรุ่ง(รุ่นใหม่ของแท้) MAERUNG SHOPแถมพริ้งก้ามะหยิในกล่องไม่แพนด้าแม่เปิ้ลอีกตามันล้างออกง่ายด้วยน้ำเปล่า	2.23
6		Janet เก้าอี้สนาม(มีที่พักแขน)เก้าอี้มีที่พักแขนขนาด50x50x80รับนน.160 kg เก้าอี้ปณิณคเก้าอี้พับได้เก้าอี้เก้าอี้สนามพับได้	1.60
7		! ของแถมรับประกันใช้งานได้7ชั่วโมง ! พัดลมคล้องคอรูปทรงนักบินอวกาศชาร์จUSB พลังเทอร์โบลมแรงเสียงเงียบใช้งานได้ยาวนาน	1.20
8		LASINI ใหม่กางเกงกระโปรงยีนส์แฟชั่นกระโปรงเดนิมเอวสูงผ้าไม่ยืดสาวอวบเพิ่มไซส์	1.16
9		Kito กีโดรองเท้าผ้าใบรุ่นBE7 Size 36-45	1.02
10		กางเกงยีนส์ขายาวผู้ชายกางเกงทรงกระบอกสไลต์สรีนเทจ	0.60

在2023年1月至12月，TikTok Shop泰国市场销售额TOP3产品分别是**มินิอายรีวิว**的定妆粉饼、JIMMY YOUNG的谷胱甘肽丸和botare的纸巾。

2023年1月-12月泰国 GMV TOP 1 产品销售额趋势图 (万美金)



可以发现，2023年7月和11月，**มินิอายรีวิว**定妆粉饼这款产品在TikTok泰国市场销售额达到峰值。全年销售表现都呈现出较高的水平，在2023年全年更是带来了超过628万美金的收入。

扫描右侧二
维码查看更
多泰国数据



TikTok 泰国独立达人排行榜

2023年1月至12月，prinkcharlottee以298万美金GMV的带货成绩荣获独立达人销售榜首。

2023年9月-12月泰国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	prinkcharlottee	美妆个护	2.98
2	ford789789789	食品饮料	2.48
3	arteereview	手机与数码	1.47
4	mootun246	女装与女士内衣	1.26
5	akanebrink	保健	0.88
6	newmermaid8188	居家日用	0.88
7	anda.man888	男装与男士内衣	0.85
8	ceonui	母婴用品	0.84
9	pafai_linin	运动与户外	0.59
10	mabelleshoes888	鞋靴	0.42

2023年1月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别是prinkcharlottee、ford789789789和arteereview，他们主要的带货类目分别是美妆个护、食品饮料和手机数码。其中，GMV排名第一的独立达人prinkcharlottee在2023年1月至12月的GMV为**298万美金**。

扫描右侧二维码查看更多泰国数据



TikTok 泰国直播排行榜

2023年1月至12月：达人 arteereview 的直播间获得了直播带货第一名

2023年1月-12月泰国 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长 (小时)	GMV (百万美金)	总观看 (万次)
1		11.11 ซ้อปสุดมันส์วันเลขเบิ้ล	arteereview	2023/11/10	20	0.38	90.56
2		เครื่องสำอางค์	kwanglc	2023/1/30	208	0.11	6.71
3		ชงคอลลาเจนกินตัน	aaimskin.shop	2023/2/4	5	0.10	0.64
4		แม่ค้าคนเดิมมาแล้วจ้า 🥰	porpanutda	2023/1/16	2	0.09	0.46
5		(null)	woodywood y	2023/9/28	5	0.05	15.66
6		รองเท้าเชือก460ส่งฟรี 🕒🕒	chamodnoy 12	2023/1/30	2	0.05	2.05
7		กางเกงเก็บพุงราคาโรงงานช่องใหม่	rshop9999	2023/2/8	25	0.04	2.62
8		ส้มผิวลายมาแล้วจ้า 🍊🍊	farmliewliew	2023/2/9	2	0.04	0.20
9		11.11 ของใช้ในบ้านลดจุจุส่งฟรี	bubpa_shop 189	2023/11/10	13	0.02	14.91
10		MCนาฬิกาทอง	mcjeans675	2023/11/8	2	0.01	4.38

泰国 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP3 直播间来自 arteereview、kwanglc和 aaimskin.shop，它们的类别分别是手机数码、美妆个护和母婴用品。其中，排名第一的arteereview 在单场直播中的销售额达到 **38万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据



TikTok 泰国优秀直播间案例



直播间名称 : 11.11 ซ้อปสุดมันส์ วันเลขเบิ้ล
直播日期 : 2023/11/10
直播时长 : 20h
收入 : 38万美金
场观 : 90万
GPM : 420美金
销量 : 813
单价 : 463
类目 : 手机与数码
达人名称 : arteereview
带货产品 : 72
最高在线 : 3857

流量趋势



商品策略

商品构成上，以手机与数码类目为主，该类目GMV超过36万美元，占直播间总收入90%以上；直播间内2位主播同时上线，以现场问答形式引出产品的卖点、价值和使用场景，从而提升转化。

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	iPhone 11 128GB เครื่องศูนย์ไทยเครื่องใหม่รับประกันศูนย์ไทย1ปี	2.80	53	528
2	iPad AIR 5 256GB Wi-Fi เครื่องศูนย์ไทยเครื่องใหม่รับประกันศูนย์ไทย1ปี	2.78	38	733
3	iPhone 14 ProMax 128GB เครื่องศูนย์ไทยเครื่องใหม่รับประกันศูนย์ไทย1ปี**สินค้าพร้อมส่งวันที่12/10/66**	2.77	24	1156

扫描右侧二维码查看
更多泰国数据

TikTok 泰国短视频排行榜

2023年1月至12月： Noom341的短视频称霸短视频带货第一名

2023年1月-12月泰国 GMV TOP 5 电商短视频榜单

短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	fiber_s.789	1.39	32.56	14.19	2022/10/20	0	5.15
	fiber_s.789	1.17	22.36	9.61	2022/10/20	0	0
	niko.gluta	0.87	50.35	16.90	2022/12/27	2.52%	78.9
	akanebrink	0.54	44.61	15.01	2023/1/28	6.70%	50.4
	shanii.s	0.50	25.32	24.79	2023/7/4	0	0

根据Kalodata数据，泰国短视频排行榜第1和第2均来自于店铺**Noom341**，视频的内容主要展示产品的生产制作过程，体现了出产品超高质量和严格的品控。此外，我们可以看到短视频的持续出单能力非常强，2023年，Noom341仅靠2条短视频斩获超**256万美金**的营收。



阮文絜

Mega One 创始人
越南本土头部TSP与MCN机构

Q1: 您认为什么是影响一个品牌在TikTok上发展成功的最重要因素?

对我来说，一个品牌想要在TikTok上成功有很多因素，但是有三个最重要的因素，我们必须投入很多时间。首先，那就是产品，如果我们没有高质量的产品，没有足够的竞争优势，价格不合理，没有足够的差异化，那么就很难在市场上建立和扩大我们的品牌。第二，那就是营销，TikTok是一个持续变化的平台，卖家和品牌需要及时更新新的内容，以跟上市场趋势，使我们的产品始终领先市场。第三，它涉及到运营，你需要确保你的商店始终符合由TikTok Shop设定的规定，它通过诸如：五星评价，退单/取消订单，客户服务回应等指标。

Q2: 您在TikTok上经营销售任何商品吗？如果有，可以分享一些增进销售业绩的秘诀吗？

目前，我在TikTok上销售了众多产品，例如书籍。我认为成功的秘诀就是“知己知彼，百战不殆”。进入销售领域，你需要深入了解产品策略和内容传播策略等。我经常借助一款非常好用的工具，名叫Kalodata。我以此来分析竞争对手正在销售什么商品，以及我要如何让自己的下一款产品突出来。我也会关注竞争对手的营销策略和接触客户的方式。有了这个工具，我就能轻松地做出正确的策略。

“当你们在TikTok这个平台上开始时，你们需要对市场进行深入研究，特别重视产品和内容策略这两个方面。”

Q3: 如果要给新手销售人员一些建议，您有哪些想要分享吗？

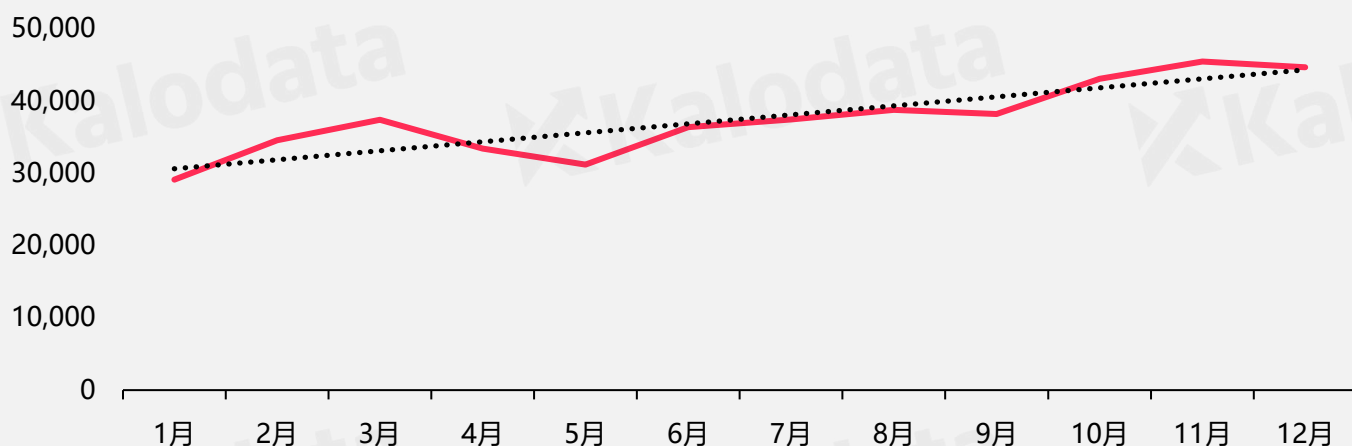
目前在线销售越来越竞争，也越来越具有挑战性，所以当你们在TikTok这个平台上开始时，你们也需要对市场进行深入研究，特别重视产品和内容策略这两个方面。无论开始任何一场营销活动，我都会仔细研究我的产品是否具有竞争力，能否突出于众。特别是关于内容策略和营销策略，我常常利用一款名为Kalodata的工具。它能够帮我详细分析竞争者的策略，具体分析他们使用何种产品获取优势，以及他们是如何应用内容策略的，比如联盟市场策略是怎么实施的、如何邀请带货达人等。如果你的营销策略足够有竞争力，那么这无疑会是一次大有可为的机遇。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据



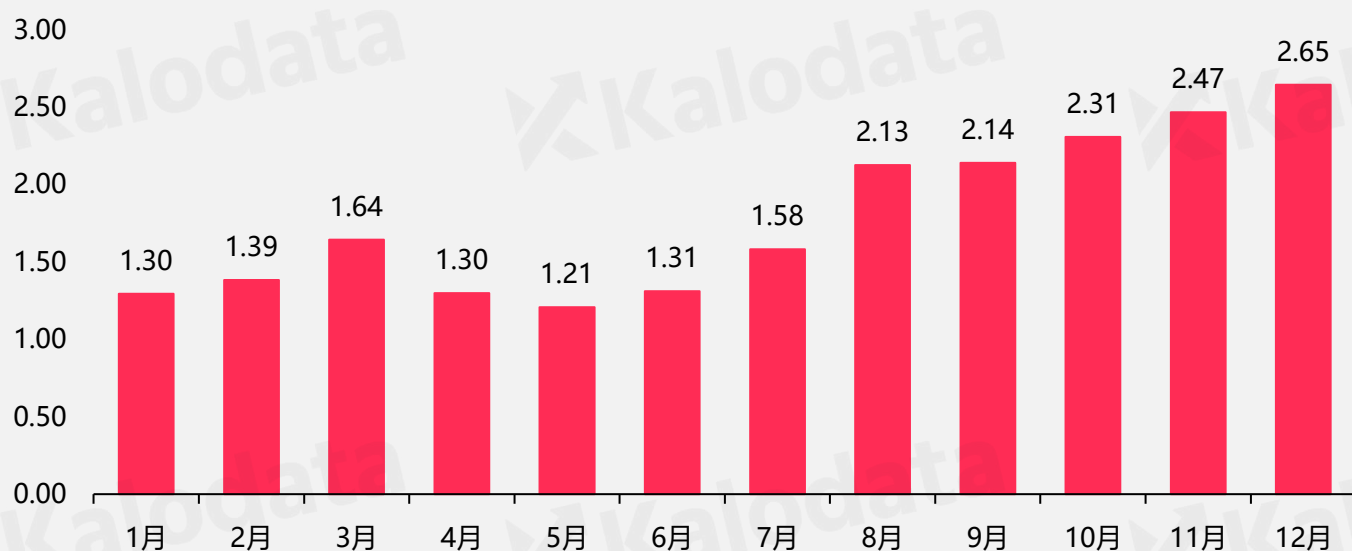
TikTok 越南动销商家数量&GMV

2023年 TikTok Shop 越南动销商家店铺数量



截至2023年12月越南动销商家数量达**44,698**，增长率为53%，说明TikTok电商在越南发展较好，吸引越来越多的商家入局。

2023年 TikTok Shop 越南动销商家GMV (亿美金)



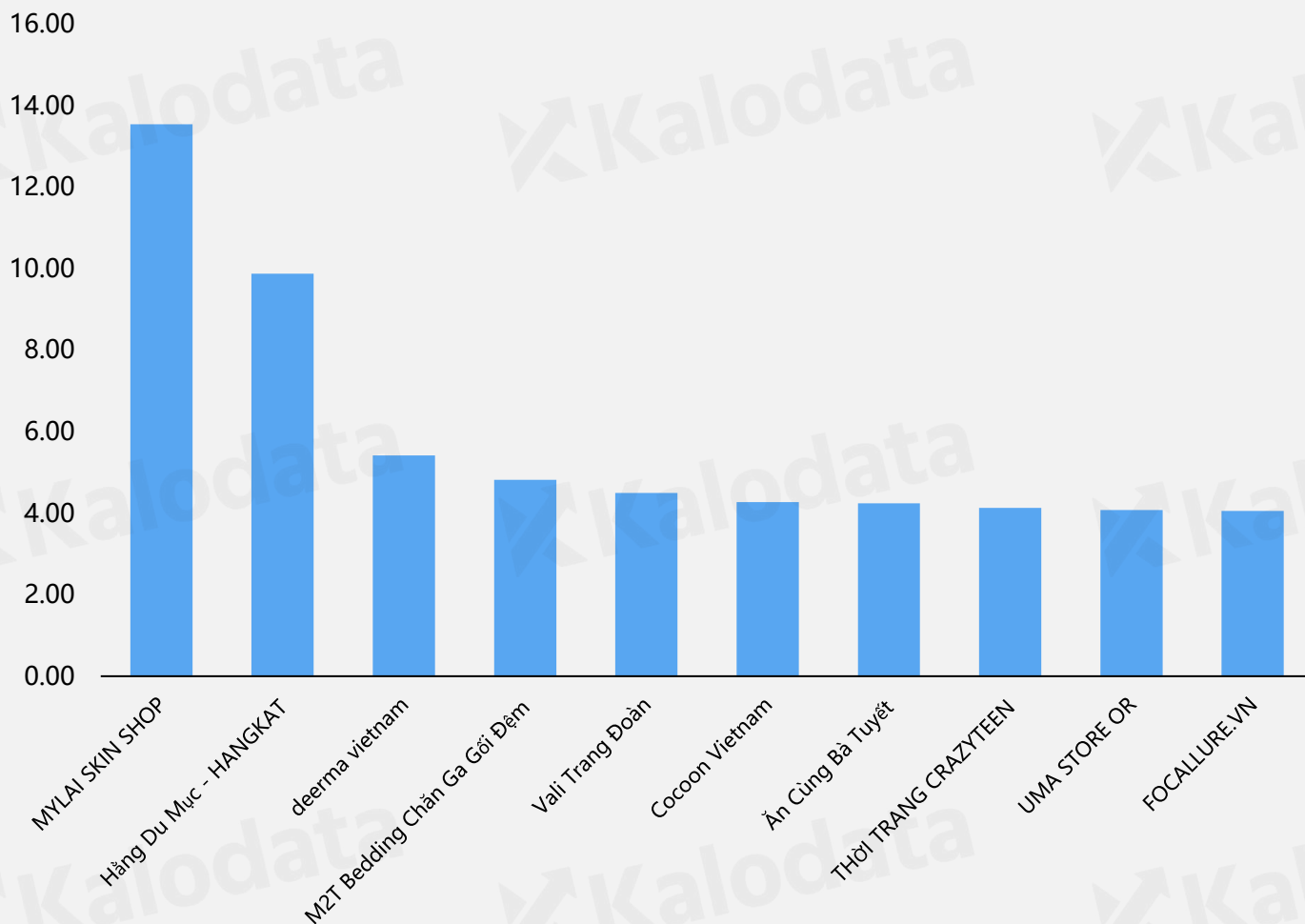
2023年越南店铺12月GMV达到**2.65亿美金**。2023年12月GMV相比1月，增长率为104%。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据



TikTok 越南TOP10商家GMV

2023年越南TOP10商家GMV增速图



2023年Top10商家在全年的GMV都有比较大的增速，其中TOP3商家依次为MYLAI SKIN SHOP、Hàng Du Mục – HANGKAT和deerma vietnam。

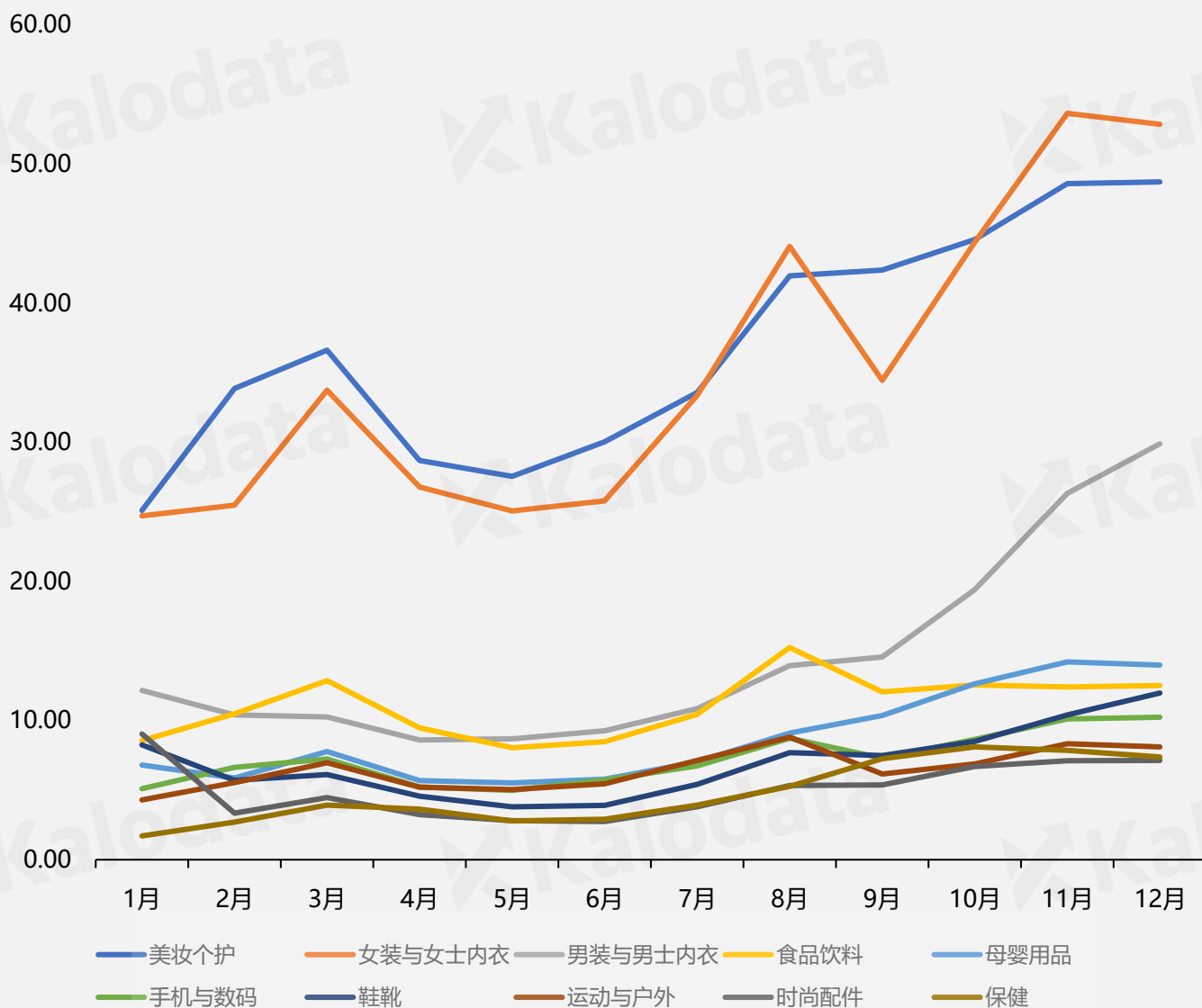
在这些商家中，MYLAI SKIN SHOP成为GMV 第一的商家，2023年12月的销售额为**155万美金**，相比1月的增长率为145%。

扫描右侧二维码查看更多越南数据



TikTok 越南TOP10类目GMV

2023年TikTok 越南Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年12月，TikTok上GMV最高的五大类目分别为**女装与女士内衣、美妆个护、男装与男士内衣、母婴用品、食品饮料**。2023年12月相比1月每个类目GMV有所增长，说明这些类目在TikTok电商中很受欢迎。

此外，**保健、男装与男士内衣、女装和女士内衣**是增长最快的类目。2023年12月的GMV相较于2023年1月分别增长了333%、146%和114%，说明这些类目在越南TikTok电商中很有潜力。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据

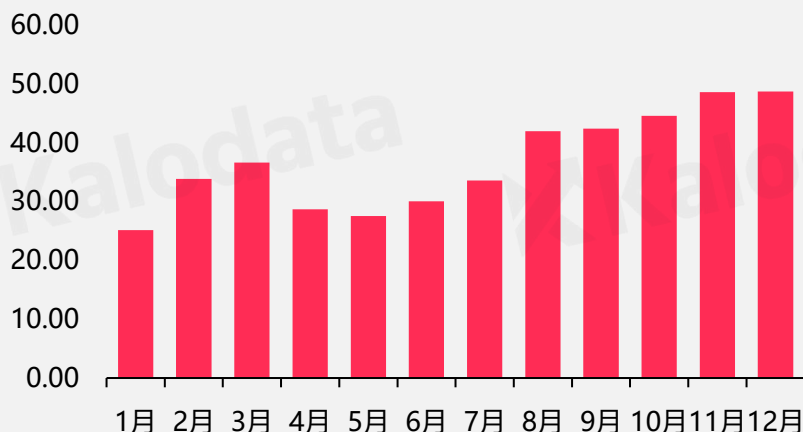
TikTok 越南类目榜单

2023年越南 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	442	4%	9%
2	女装与女士内衣	424	2%	6%
3	男装与男士内衣	174	5%	14%
4	食品饮料	133	8%	18%
5	母婴用品	105	6%	15%
6	手机与数码	87	5%	14%
7	鞋靴	84	8%	18%
8	运动与户外	78	4%	9%
9	时尚配件	61	13%	21%
10	保健	57	14%	27%

2023年TikTok电商越南小店销量最高的三个类别分别是美妆个护、女装与女士内衣、男装与男士内衣。其中，2023年美妆个护类别的GMV为**4.42亿美金**。Top10类目中TOP10商家占比均小于30%，说明越南Top类目市场空间还未饱和，普通商家入局盈利机会较大。

2023年越南 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



2023年TikTok 电商越南小店的GMV第一高的类别是**美妆个护**。这表明美妆护肤在越南很受欢迎，可以销售适合本地化的美妆护肤商品。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据



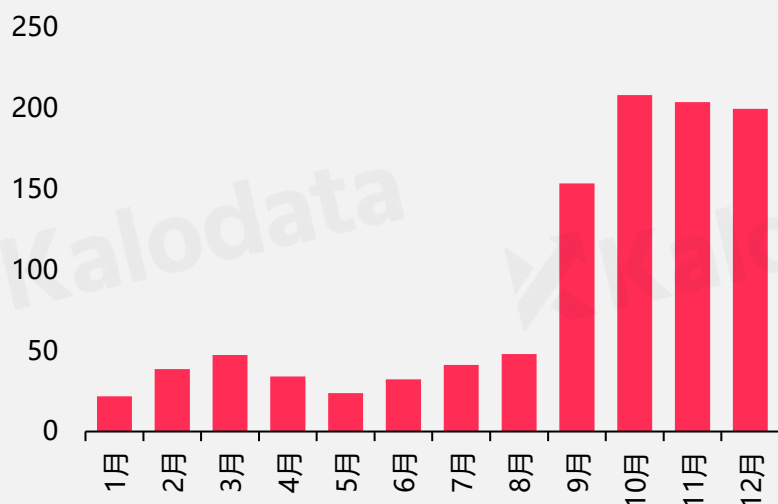
TikTok 越南增速TOP类目榜单

2023年越南 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	美容保健食品	811%	2.0
2	保健食品	803%	4.8
3	手机	629%	2.5
4	男士毛衣与针织衫	554%	1.5
5	男士内衣	547%	1.7
6	球类运动设备	503%	1.3
7	婴儿服饰与鞋	474%	4.3
8	监控摄像设备	412%	1.1
9	家居清洁	366%	2.4
10	床上用品	332%	3.5

通过比较2023年1月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**美容保健食品、保健食品、手机**。

2023年越南 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年1月至2023年12月期间，TikTok Shop越南小店的GMV增速最高的类目是美容保健食品，其GMV增长率为**811%**。

扫描右侧二维码查看更多越南数据



TikTok 越南商家排行榜

2023年越南 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

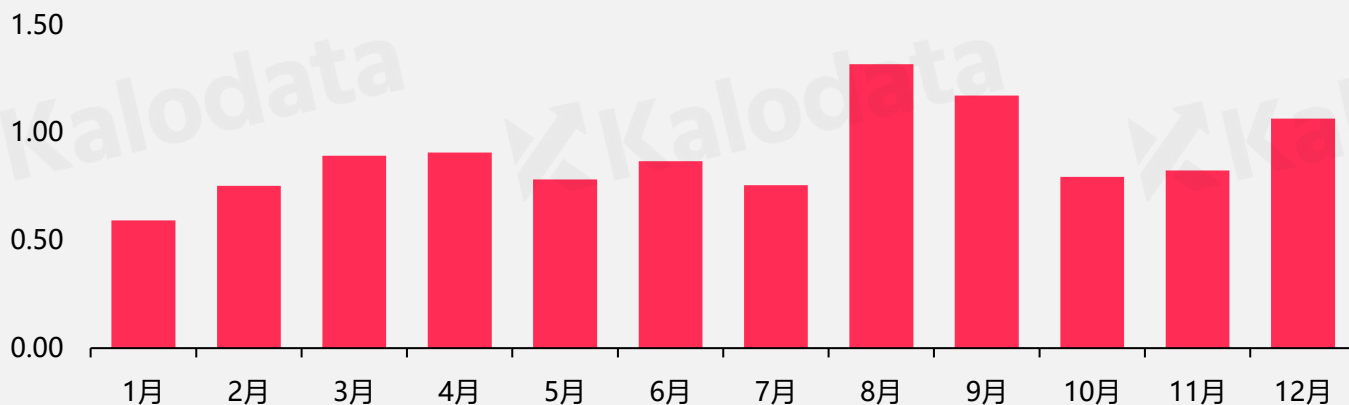
序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	美妆个护	MYLAI SKIN SHOP	7.68
2	时尚配件	Hàng Katiny &Hàng Du Mục	5.83
3	食品饮料	Ăn Cùng Bà Tuyết	4.17
4	鞋靴	Giay bibi	3.73
5	女装与女士内衣	THỜI TRANG CRAZYTEEN	3.18
6	男装与男士内衣	UMA STORE OR	3.01
7	母婴用品	TRANG CEE STORE	2.80
8	保健	Khẩu Trang Bông Sen Vàng	2.72
9	手机与数码	Lâm Camera	1.94
10	运动与户外	LK Hoa	1.10

越南TikTok Shop的GMV前十类目中，GMV排名前三的店铺分别是 **MYLAI SKIN SHOP**、**Hàng Katiny &Hàng Du Mục** 和 **Ăn Cùng Bà Tuyết**，它们所属的类目分别是美妆个护、时尚配件、食品饮料。其中排名第一的商家 **Mai Ly Style Shop** 在2023年的GMV为 **768万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据

TikTok 越南优秀商家案例- MYLAI SKIN SHOP

TOP 1 店铺 MYLAI SKIN SHOP 2023年收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	0.00	0%
达人收入	6.34	47%
商城收入	7.21	53%
总计	13.55	100%

产品策略

产品数量	1424
动销产品数量	1247
产品均价	\$24.37

MYLAI SKIN SHOP销售来源于商城和达人，分别占比53%、47%，说明该商家在建联达人上比较强。该商家的产品数量为1424，产品数量较多，动销产品数量占比高达**87.6%**。平均定价为**\$24.37**。

扫描右侧二维码查看
更多越南数据



TikTok 越南爆款商品榜单

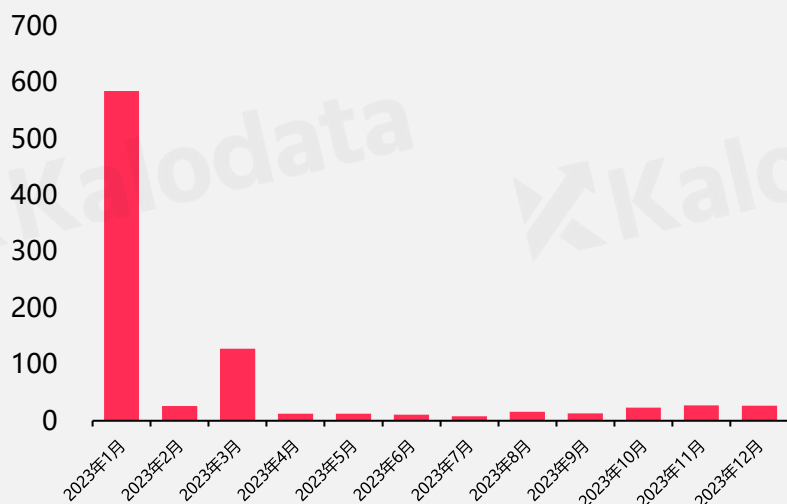
2023年1月至12月，Hàng Du Mục新疆和田红枣销售额达到889万美金，荣膺销售冠军。

2023年1月-12月越南 GMV TOP 10 类目下 TOP 1商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		[Hàng Du Mục] TáoĐỏTân Cương HoàĐiền Loại Size Thượng Hạng KHÔ TỰNHIÊN (Không Sấy) khoảng 75- 80 trái/1kg (1kg càng nhiều trái size sẽcàng nhỏ)	8.89
2		Gel hỗtrợgiảm mụn Gamma SANTAGIFT 20g Skincare LàmĐẹp Da	2.82
3		KHĂN LÔNG (combo 2 cái.1to 1 nhỏ)	2.79
4		[TẶNG HỘP QUÀ TẾT] Mua Combo 2 Hộp Viên Uống Lavima Biotic Tặng Hộp Quà Tết Lavima	1.51
5		ĐAI LATEXĐÌNH HÌNH EO BÉ NĂM TẬP QUÁ (DÁNG 24CM + TẶNG KÈM THƯỚC DÂY)	0.94
6		Áo Polo nam trơn cổbềbasic cao cấp UMA - POLOUMAOR L1 Menswear Top Bò Cam	0.93
7		[CLICKBUY] iPhone 15 Pro Max 256GB Chính Hãng VN/A Bảo hành chính hãng 12 tháng	0.92
8		Dép Da Bò Nam ĐếĐức 199Cành	0.64
9		Áo chống nắng 2 lớp 2 mặt nam nữRico thông hơi thoáng khí M02	0.44
10		Kính Chống Bụiđường DOKCRAZY FOGLEY cho ngườiđi xe máy, xeđạp - Tặng Kèm Dây Chống Rơi Kính vàĐệm Mũi PhụKiện	0.26

在2023年1月至12月，TikTok Shop越南市场销售额TOP3产品分别是Hàng Du Mục新疆和田红枣、Chuyên Mụn Santagift的祛痘凝胶和日用毛巾套装。

2023年1月-12月越南 GMV TOP 1 产品销售额趋势图 (万美金)



可以发现，在2023年1月，Hàng Du Mục新疆和田红枣的销售额达到了580多万美元的高峰，随后销售开始逐渐下降；然而到了11月，销售又开始显现出一股增长态势。



TikTok 越南独立达人排行榜

2023年1月至12月，nganhuane以205万美国的GMV成绩荣获独立达人销售榜首。

2023年9月-12月越南 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	nganhuane	美妆个护	2.05
2	quynhtrandaily	女装与女士内衣	1.79
3	mesamreview	母婴用品	1.62
4	thanhdongian.dtt	男装与男士内衣	1.41
5	tuglammm	手机与数码	1.38
6	goc.cua.hang	食品饮料	1.15
7	lindatranstore.1	鞋靴	0.97
8	vuwatchdn	时尚配件	0.94
9	hinhycosmetics	保健	0.60
10	phuong.hxx	运动与户外	0.52

2023年1月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别是 nganhuane、quynhtrandaily 和 mesamreview，他们主要的带货类目分别是美妆个护、女装与女士内衣和母婴用品。其中，GMV排名第一的独立达人 nganhuane 在2023年1月至12月的GMV为**205万美金**。

扫描右侧二维码查看更多越南数据



TikTok 越南直播排行榜

2023年1月至12月：达人 hangkat6668 的直播间获得了直播带货第一名

2023年1月-12月越南 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长 (小时)	GMV (百万美金)	总观看 (万次)
1		Hàng có sẵn nhận trước tết	hangkat6668	2023/1/9	1.67	0.48	2.99
2		SOS! Livestream chấn động lần 2!	halinhofficial	2023/4/4	1.68	0.22	405.06
3		🍀 năm mới mong được bình an 🍀	nhuphan1703	2023/1/12	4.02	0.20	0.57
4		Hello Cả Nhà, Thoại Đến Rồi	paradox.vn	2023/2/9	3.62	0.15	17.37
5		Có người nhắc tên bạn kìa	didongviethop	2023/1/11	2	0.10	1.90
6		sale sale sale	jannashop1	2023/2/20	1.83	0.07	0.80
7		xả kho nghỉ tết	giay.qc	2022/12/29	359.72	0.05	32.70
8		Voucher độc quyền valentine	mesamreview	2023/2/14	4.92	0.04	7.42
9		Em lên r nha ce oi	mailystyle	2023/11/14	4.27	0.03	13.80
10		KHUNG SALE CHÍNH, MINI GAME 1Đ	hoale999098	2023/2/8	4.08	0.02	12.45

越南 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP3 直播间来自 hangkat6668、halinhofficial和nhuphan1703，它们的类别分别是时尚配饰、美妆个护和食品饮料。其中，排名第一的hangkat6668 在单场直播中的销售额达到 **48万美金**。

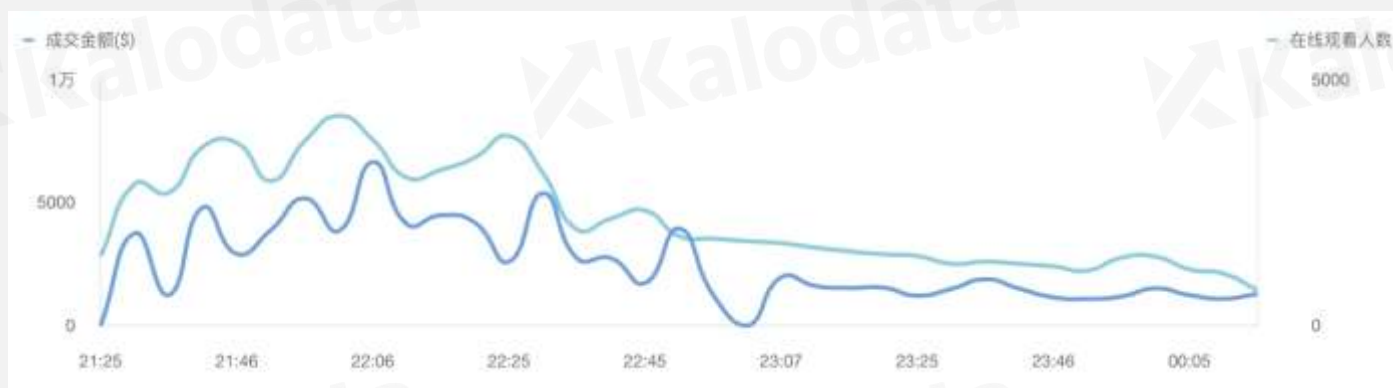
扫描右侧二维码查看
更多越南数据

TikTok 越南优秀直播间案例



直播间名称 : Hàng có sẵn nhận trước tết
直播日期 : 2023/1/9
直播时长 : 2h
收入 : 48万美金
场观 : 3万
GPM : 16137美金
销量 : 2760
单价 : 177.94美金
类目 : 时尚配饰
达人名称 : hangkat6668
带货产品 : 11
最高在线 : 1007

流量趋势



商品策略

商品构成主要是食品饮料类目，直播间销量top 1产品是新疆和田红枣，该产品的销售额超过48万美金，占直播间收入的90%以上；为了提升人气数据，直播间设置了福利品与观众互动，以此来带动直播间的密集成交。

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	[Hàng Du Mục] TáoĐỏTân Cương HoàĐiền Loại Thượng Hạng Tăng Tuổi ThọHỗTrợTrí NhớBổMáu Lợi Sữa Sau Sinh Size trung bình 5-6cm	48.25	1274	378.73
2	[Hàng Du Mục] Trà Thảo Mộc Dưỡng Nhan Dưỡng Sinh Trung Hoa làmđẹp da hỗtrợgiấc ngủmát gan hỗtrợthịlục	0.33	527	6.28
3	[Hàng Du Mục] Nho Khô HoàĐiền Sơn Tân Cương loại Thượng Hạng Khô TựNhiên 500g size khoảng 2cm	0.33	792	4.18

扫描右侧二维码查看
更多越南数据

TikTok 越南短视频排行榜

2023年1月至12月： MỸ PHẨM ĐÔNG ANH的短视频称霸短视频带货第一名

2023年1月-12月越南 GMV TOP 5 电商短视频榜单

短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	nguyen_huon g_collagenx3	0.51	2.13	6.01	2023/1/27	0	0
	lananhbmmg	0.45	47.81	8.80	2023/3/29	21.04%	0
	ollicheinhhan g	0.41	59.13	13.77	2023/3/16	46.73%	1.78
	thanhtodayn e	0.31	21.00	8.54	2023/10/3	93.82%	1.98
	nguyenhuynh nhubossx3	0.29	6.45	20.45	2023/6/3	3.20%	0

根据Kalodata数据，越南短视频排行榜1的视频出自店铺**MỸ PHẨM ĐÔNG ANH**，视频主要展示产品装箱运输的过程，内容场景非常具有生活化气息，达人也积极和消费者进行活动，形成二次传播，获得了极高的评价。该条短视频在2023年获得213万的观看，同时带来**51万美金**的GMV。



Musk

TT123.com 联合创始人

“在此路线下深耕，一定会获得丰厚的回报。”

Q1：您可以详细讲解一下TT123的主要业务和特点吗？

TT123 是专注于 TikTok Shop 的导航网站，我们的主要业务是帮助TT 卖家和从业者，收集日常运营必备的网站，工具，资源和信息，举办 TT 相关的线下活动和线上直播，致力于成为TT 从业者之间坚实的桥梁，TT123 的主要特点是，中立客观，作为完全独立的第三方来帮助行业从业者相互链接，提升行业效率。

Q2：针对跨境商家，您如何看待TikTok电商带来的机遇？具体有哪些前景可期？

TikTok Shop 所带来的电商行业改革，是完全从中国原生，且验证成功的商业模式，现在正在走向全球，这是一个非常振奋人心的事业，它所带来的消费者购物习惯的改革，完全从消费侧开辟新的商业模式，此间的机遇，开辟新的电商业务赛道，那就是通过内容创作和流量获取的角度来深入到电商行业新的赛道，在此赛道内，创造了新的购物需求，提升了购物的体验，会催生一大批优秀的需求创造者，给电商都会带来新的增量。

Q3：如果跨境商家希望开展美国TikTok电商业务，您认为他们应该如何着手进行？

从我的角度来说，首先，一定是要先选定经营方向，你是要走产品线还是流量线，流量线里是要走达人线还是内容产出线，明确了自己的优势和资源，选择好你要走的路线，在此路线下深耕，一定会获得丰厚的回报的。

Q4：在您看来，哪类跨境卖家更适合进入TikTok电商市场？

首先就是在本地国原有货盘的传统货架电商卖家，这是显而易见的，因为选品和备货是天然的门槛，这是两门很深的学问，对于没有做过海外选品和备货的卖家来说，会经历非常多踩坑的时刻，所以已经走过这两个流程的卖家，是最有优势的。

其次，对内容敏感度高的卖家，强项在内容呈现和热度把控，因为 TikTok Shop 是以内容作为流量驱动力的平台，抓住了内容就抓住了流量，抓住了流量，就非常有可能转化为销量。

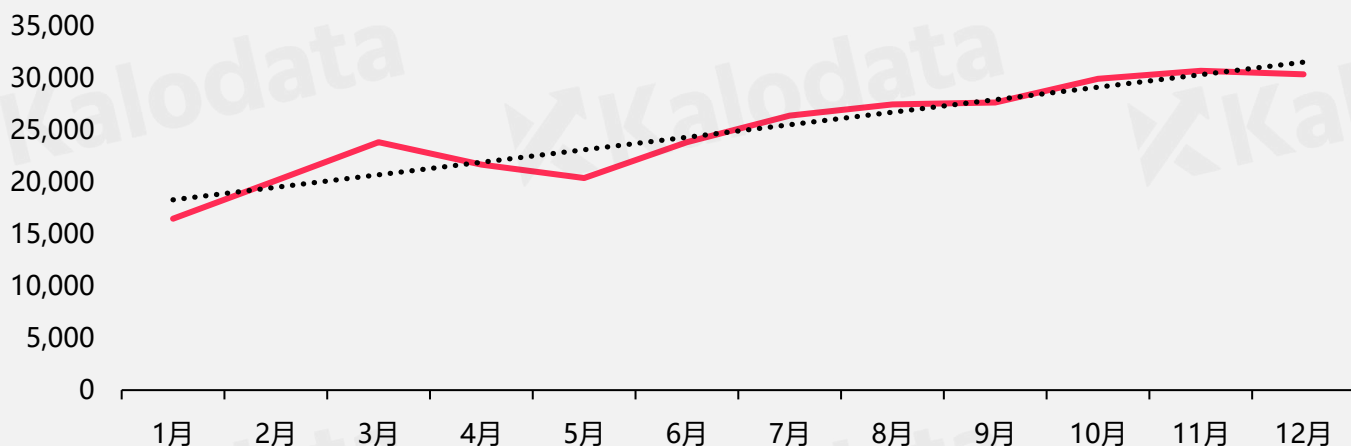
最后，是「社交牛逼症患者」，TikTok Shop 现在的阶段还是非常依赖于达人带货，擅长玩转流量的有大量的本地达人，如果你有非常强的沟通能力和情商，在此市场可以获得非常多达人的资源，那你一样掌握了流量，相信也会做得非常不错

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



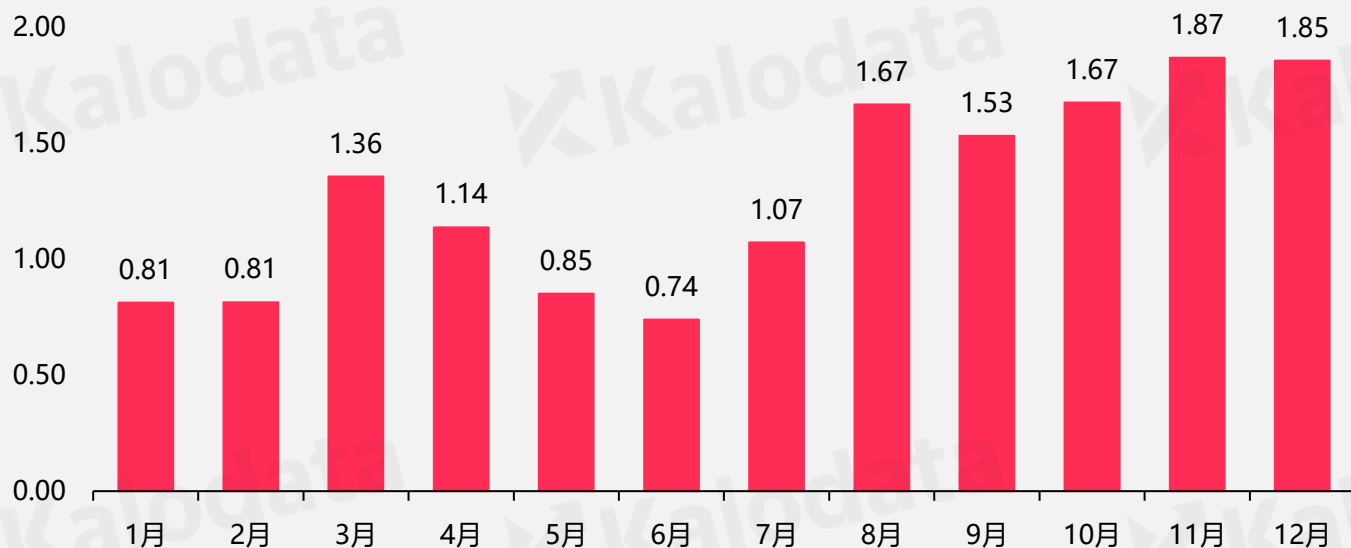
TikTok 马来西亚动销商家数量 & GMV

2023年 TikTok Shop 马来西亚动销商家店铺数量



截至2023年12月马来西亚动销商家数量达**30,427**，增长率为84%，说明TikTok电商在马来西亚发展较好，吸引越来越多的商家入局。

2023年 TikTok Shop 马来西亚动销商家GMV (亿美金)



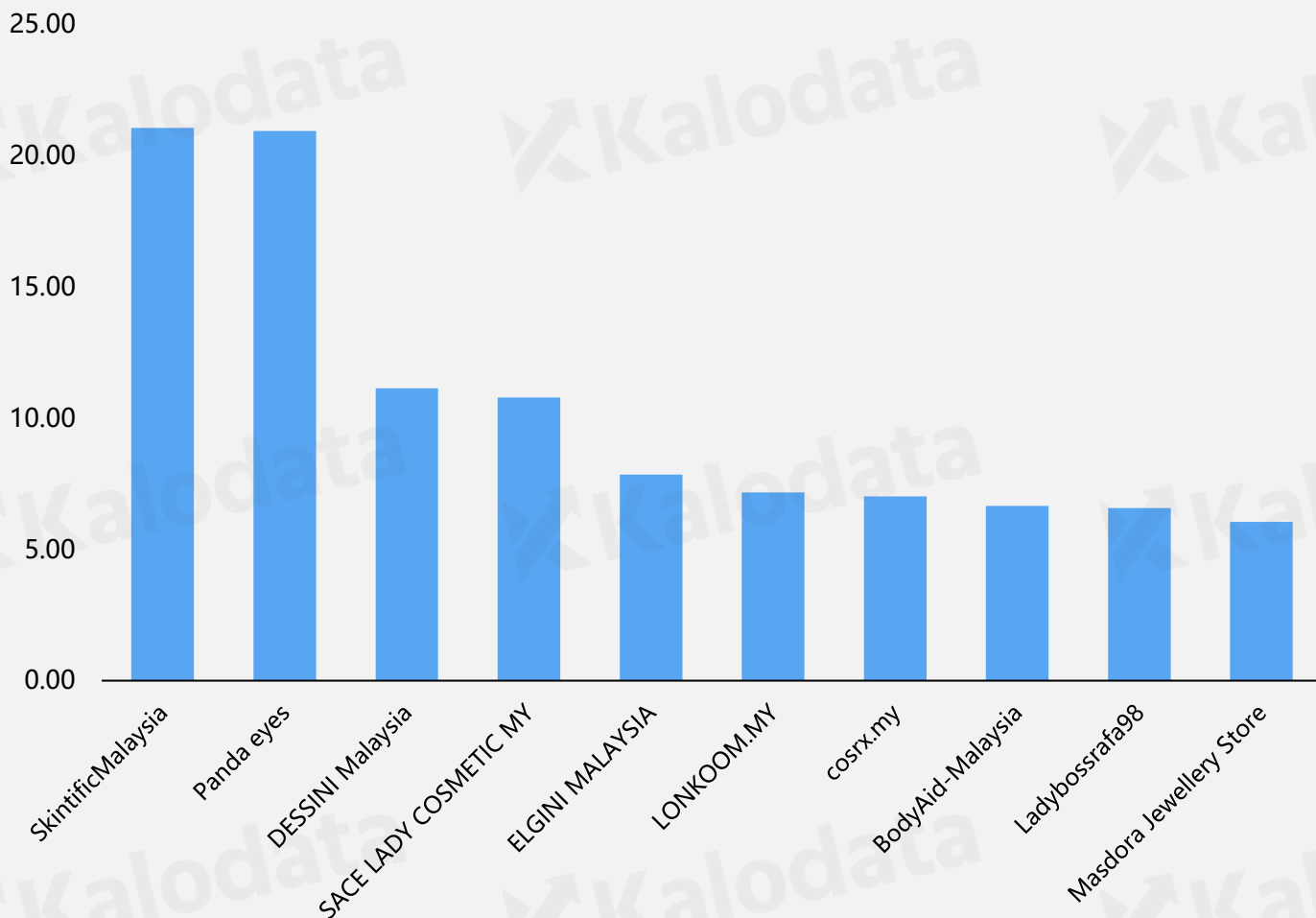
2023年马来西亚店铺12月GMV达到**1.85亿美金**。2023年12月GMV相比1月，增长率为128%。

扫描右侧二维码查看更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚TOP10商家GMV

2023年马来西亚TOP10商家GMV增速图



2023年Top10商家在全年的GMV都有比较大的增速，其中TOP3商家依次为SkintificMalaysia、Panda eyes、DESSINI Malaysia。

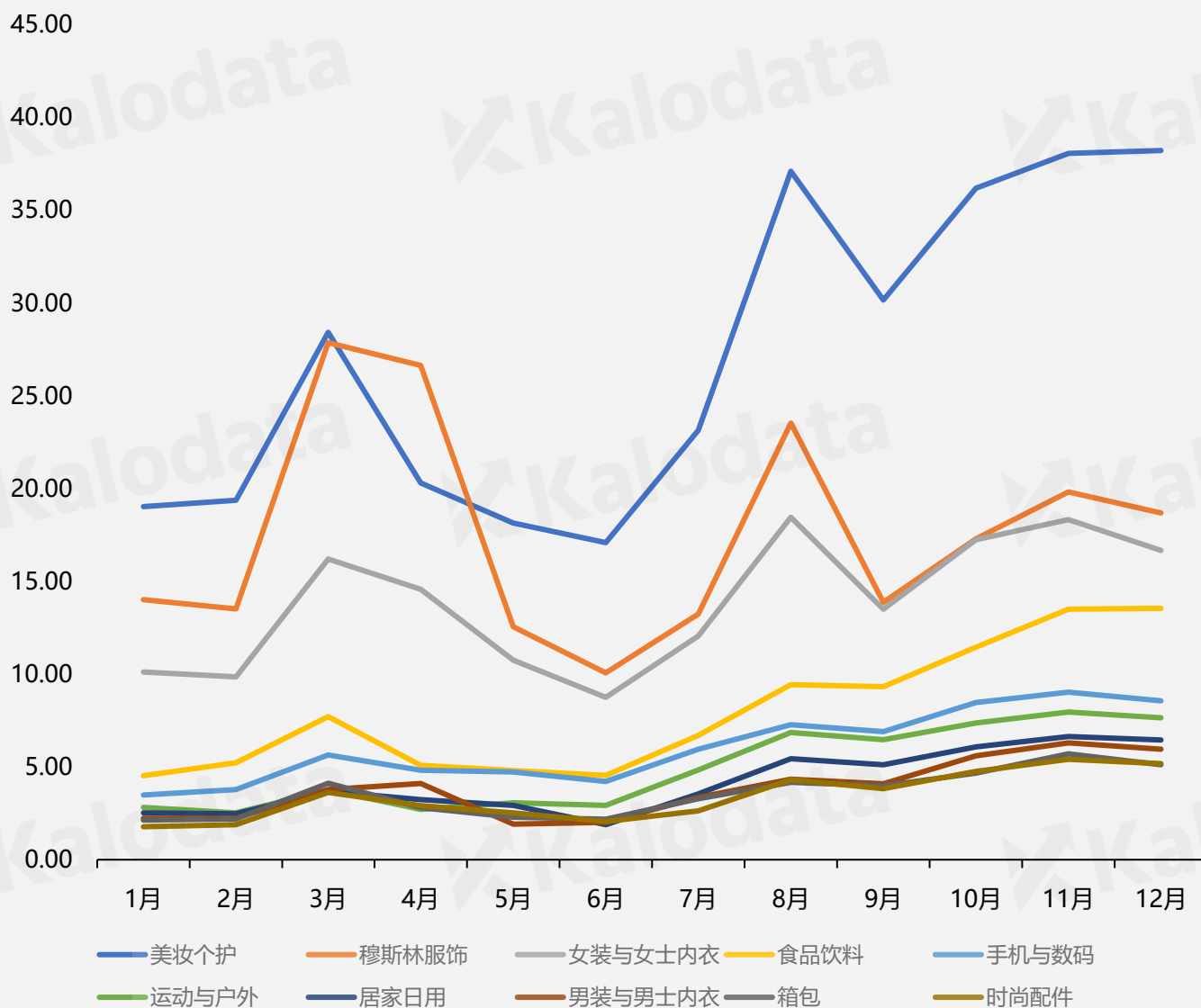
在这些商家中，SkintificMalaysia成为GMVTop1的商家，2023年1月的销售额为**188万美金**，2023年12月的销售额为**139万美金**，1月、12月销售额都很高，说明这个商家经营很稳定。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚TOP10类目GMV

2023年TikTok 马来西亚Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年12月，TikTok上GMV最高的五大类目分别为**美妆个护、穆斯林服饰、女装与女士内衣、食品饮料、手机与数码**。2023年12月相比1月每个类目GMV有所增长，说明这些类目在TikTok电商中很受欢迎。

此外，**食品饮料、时尚配件、运动与户外**是增长最快的类目。2023年12月的GMV相较于2023年1月分别增长了200%、191%和171%。说明这些类目在马来西亚TikTok电商中很有潜力。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚
数据



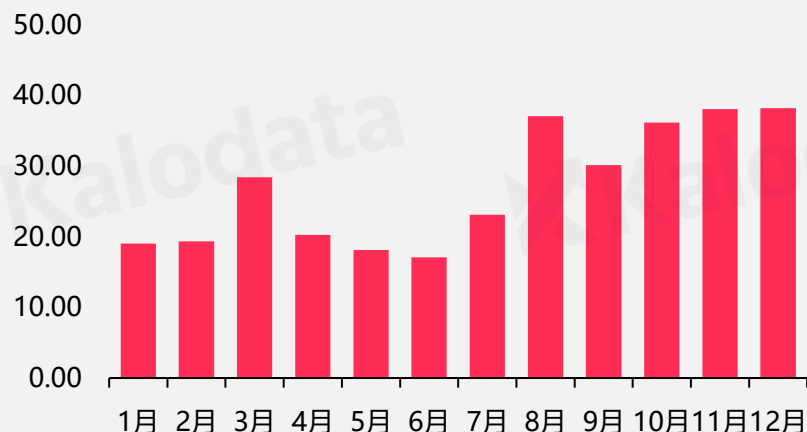
TikTok 马来西亚类目榜单

2023年马来西亚 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	325	12%	22%
2	穆斯林服饰	211	6%	14%
3	女装与女士内衣	167	13%	20%
4	食品饮料	96	10%	20%
5	手机与数码	73	8%	20%
6	运动与户外	59	13%	22%
7	居家日用	50	8%	18%
8	男装与男士内衣	46	12%	24%
9	箱包	43	17%	33%
10	时尚配件	41	20%	34%

2023年TikTok电商马来西亚小店销量最高的三个类别分别是美妆个护、穆斯林服饰、女装与女士内衣。其中，2023年美妆个护类别的GMV为**3.25亿美金**。Top10类目中TOP10商家占比均小于35%，说明马来西亚Top类目市场空间还未饱和，普通商家入局盈利机会较大。

2023年马来西亚 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



2023年TikTok 电商马来西亚小店的GMV第一高的类别是**美妆个护**。这表明美妆护肤在马来西亚很受欢迎，可以销售适合本地化的美妆护肤商品。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚
数据



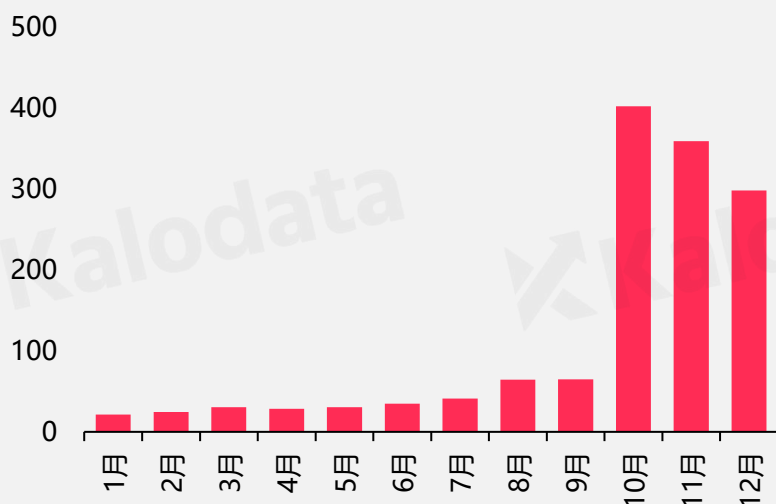
TikTok 马来西亚增速TOP 类目榜单

2023年马来西亚 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	遮瑕与粉底	1289%	3.0
2	美容保健食品	722%	1.3
3	人文社科	619%	1.3
4	保健食品	570%	2.7
5	摩托车配件	532%	1.6
6	尿布	416%	1.8
7	铂金、K金	342%	1.3
8	烹饪调味	326%	1.5
9	汽车与摩托车内部配件	291%	1.2
10	珠宝及配饰	291%	1.5

通过比较2023年1月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**遮瑕与粉底、美容保健食品、人文社科**。

2023年马来西亚 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年1月至2023年12月期间，TikTok Shop马来西亚小店的GMV增速最高的类目是遮瑕与粉底，其GMV增长率为**1289%**。

扫描右侧二
维码查看更
多马来西亚
数据



TikTok 马来西亚商家排行榜

2023年马来西亚 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	美妆个护	SkintificMalaysia	21.02
2	女装与女士内衣	Panda eyes	14.24
3	运动与户外	ELGINI MALAYSIA	5.59
4	穆斯林服饰	Panda eyes	4.52
5	时尚配件	Masdora Jewellery Store	4.24
6	食品饮料	kilang gajus borong	3.49
7	箱包	Precious Handbag	3.23
8	男装与男士内衣	ZEKE Fashion	3.07
9	手机与数码	Inayah Beauty Trading	2.00
10	居家日用	JV FORMULA HQ	1.91

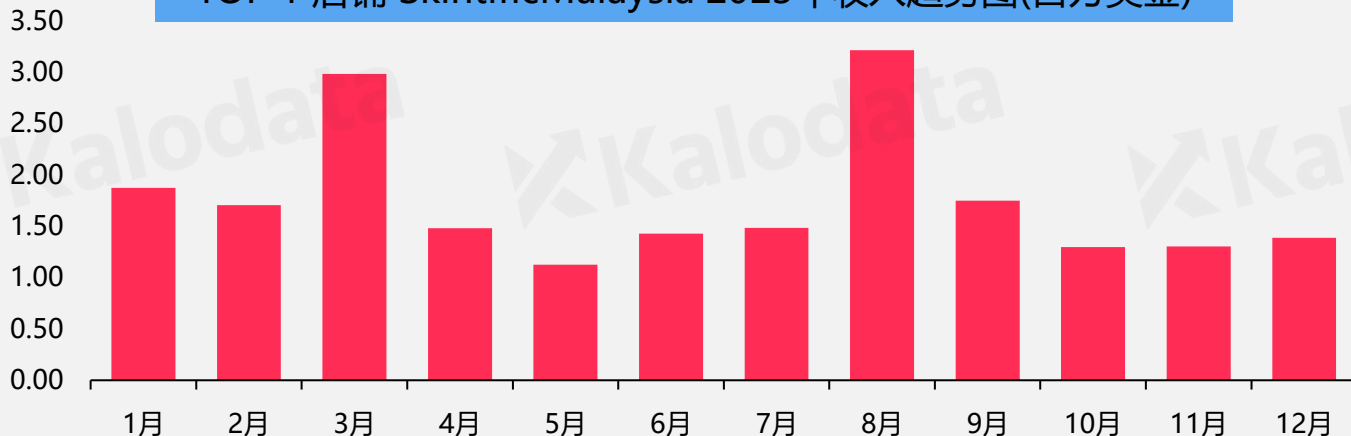
马来西亚TikTok Shop的GMV前十类目中，GMV排名前三的店铺分别是**SkintificMalaysia**、**Panda eyes** 和 **ELGINI MALAYSIA**，它们所属的类目分别是美妆个护、女装与女士内衣、运动与户外。其中排名第一的商家**SkintificMalaysia** 在2023年的GMV为**2102万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚优秀商家案例-SkintificMalaysia

TOP 1 店铺 SkintificMalaysia 2023年收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	8.13	38.5%
达人收入	7.48	35.5%
商城收入	5.46	26%
总计	21.07	100%

产品策略

产品数量	142
动销产品数量	138
产品均价	\$12.93

SkintificMalaysia销售来源分布比较平均，自营占比38%，达人占比36%，商城占比26%，说明该商家经营策略多元化。该商家的产品数量为142，动销产品数量占比高达**97.2%**。平均定价为**\$12.93**。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚
数据



TikTok 马来西亚爆款商品榜单

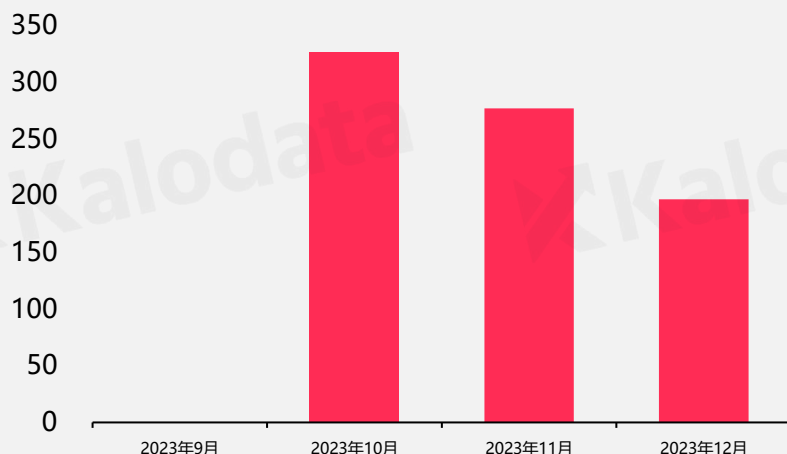
2023年1月至12月，SACE LADY 遮瑕膏销售额达到800万美金，荣膺销售冠军。

2023年1月-12月马来西亚 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		[COD] SACE LADY palet concealer kalis air, litupan penuh, Pembetulan warna	8.00
2		Enzem Enzyme Halia Mr Bentong	2.73
3		OF VOGUE Hot Style Loose Leisure Sports Wide-leg Yoga Running Fitness Aerobics Thigh Pants Grey Trousers Cotton	2.67
4		ZEKE Oversized Shirt Cotton T-Shirt Men premium quality 100%Cotton 200GM/m² Crew Neck Plus Size T-shirt Combed Cotton Half-Sleeve Plain shirt	1.67
5		SABUN DOBI WANGI+PELEMBUT+ANTIBAKTIRIA 5KG LIQUID LAUNDRY DETERGENT HIGH QUALITY SABUN PENCUCI BAJU JV FORMULA SOFTENER	1.61
6		Set Khimar (Jubah Free Khimar)	1.58
7		ELGINI E16028 Slim Fit Track Pant	1.51
8		ANAS Set Makeup Mega Viral	1.38
9		Berryfull Mixberry 1 Jar Ready Stock Supplements	1.36
10		[Internal Purchase] Case Valker Fashion Gorgeous ABS Hard Case Luggage Bag Set (20"/24"/28"/2IN1/3IN1)	0.75

在2023年1月至12月，TikTok Shop马来西亚市场销售额TOP3产品分别是SACE LADY 遮瑕膏、文冬姜酵素醋和OFVOGUE瑜伽裤。

2023年9月-12月马来西亚 GMV TOP 1 产品销售额趋势图 (万美金)



可以发现，SACE LADY 遮瑕膏这款产品在2023年9月才开始在TikTok马来西亚市场销售，然而仅仅一个月后，即10月份，它的销售收入便达到了峰值，并且总销售额一直呈现增长趋势。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚独立达人排行榜

2023年1月至12月，anaszahrin以177万美金的GMV成绩荣获独立达人销售榜首。

2023年9月-12月马来西亚 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	anaszahrin	时尚配件	0.92
2	south88ocean	手机与数码	0.89
3	anaszahrin	美妆个护	0.85
4	lyanazhassan77	食品饮料	0.74
5	ciknahh.1	女装与女士内衣	0.69
6	sillahijab	穆斯林时尚	0.60
7	syatulrajie	居家日用	0.45
8	kemejazeke	男装与男士内衣	0.35
9	seebeautyhq	运动与户外	0.34
10	abangterlajaklaris	箱包	0.22

2023年1月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别是anaszahrin、south88ocean和lyanazhassan77，他们主要的带货类目分别是美妆个护、手机数码和食品饮料。其中，GMV排名第一的独立达人anaszahrin在2023年1月至12月的GMV为**177万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚直播排行榜

2023年1月至12月：达人 hangkat6668 的直播间获得了直播带货第一名

2023年1月-12月马来西亚 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长 (小时)	GMV (百万美金)	总观看 (万次)
1		Valentine Sale with Skintific!	skintific.my	2023/2/8	18	0.15	11.27
2		CNY new users livestream	pandaeyesofficialstore	2023/1/23	15	0.13	16.89
3		follow ig di bio ❤️	ila_khan06	2023/2/8	1	0.07	1.18
4		TikTok Shop Super Creator	lihyingg0330	2023/12/20	61	0.05	41.95
5		👕 RM 18 LIVE VCHR ! MASUK SKRG !	zucca.butik	2023/3/3	14	0.04	39.75
6		farahinnoh	farahinnoh	2023/10/25	6	0.03	7.63
7		Jom cuci mata 🍷	ys.rah	2023/2/6	1	0.03	0.24
8		Promo Gold bar & Dinar	tulippetals	2023/8/7	4	0.03	11.88
9		Payday Crazy Sales	precioushandedbag	2023/12/30	15	0.01	18.09
10		DIANDRA KURUNG READY STOK 🔥	sunsetsclozette2	2023/12/4	3	0.01	4.35

马来西亚 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP3 直播间来自 skintific.my、pandaeyesofficialstore和ila_khan06，它们的类别分别是美妆个护、女装与女士内衣和食品饮料。其中，排名第一的skintific.my 在单场直播中的销售额达到 **15 万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据

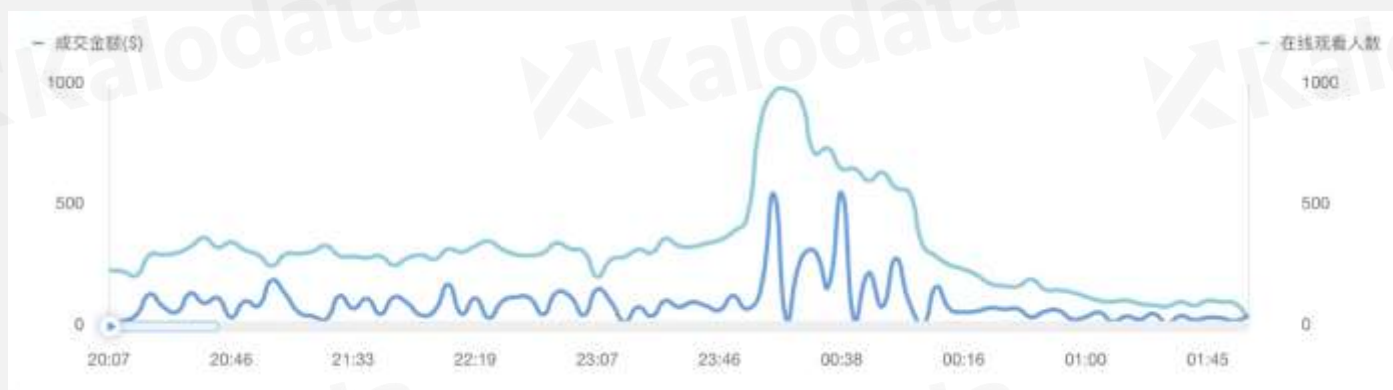


TikTok 马来西亚优秀直播间案例



直播间名称 : Valentine Sale with Skintific!
直播日期 : 2023/2/8
直播时长 : 17.97h
收入 : 15万美金
场观 : 11万
GPM : 1354美金
销量 : 8717
单价 : 17.51
类目 : 美妆个护
达人名称 : skintific.my
带货产品 : 85
最高在线 : 366

流量趋势



商品策略

商品构成以美妆个护类目下的护肤品套装为主，属于商家自营账号开播，品类比较集中；主播的过品节奏比较快，有效调动消费者情绪，以此提升直播转化。

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	SKINTIFIC 4PCS Set With Cleanser-5X Ceramide Set/Glowing Set/Acne Set/4D Set/Anti Aging Set/Anti Dark Sopt Set	6.02	1785	33.7
2	SKINTIFIC - Mugwort Mask Anti Pores & Acne Clay Mask Moisturizing Oil Control Mud Mask Reduce Redness Soothes Skincare	0.82	1,067	7.67
3	SKINTIFIC 2PCS Moisturizer Gel + Serum - Pick You Like - Brightening/Hydration/Acne/Skin Barrier	0.67	337	19.75

扫描右侧二维码查看
更多马来西亚数据



TikTok 马来西亚短视频排行榜

2023年1月至12月：SACE LADY的短视频称霸短视频带货第一名

2023年1月-12月马来西亚 GMV TOP 5 电商短视频榜单

短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	riana.tee	0.75	20.29	23.08	2023/5/10	99.90%	5.9
	graceangxi_	0.56	1.15	0.78	2023/10/13	85.27%	0
	gmeelan.skin care.global	0.55	5.77	4.29	2023/9/13	0	0
	aqilah.nazrii	0.28	2.29	5.52	2023/3/25	0	0
	pusatrawatan alidrus	0.27	43.02	22.75	2022/11/12	66.34%	1.81

根据Kalodata数据，马来短视频排行榜中第1名和第4名分别来自品牌**SACE LADY**，2条短视频共带来**103万美金**的收入。此外，我们可以看到短视频的持续出单能力非常强，pusatrawatanalidrus在2022年创作的短视频在2023年GMV表现也十分突出。

鲁泓海
亿恩网创始人 CEO

“TikTok电商归根结底是内容电商，有了短视频、直播带货的加持，才能帮助卖家源源不断地推出爆品。”

Q1: 简单介绍一下自己与公司

亿恩网介绍：深耕跨境电商13年的深度行业媒体。

Q2: 对于亚马逊卖家来说，TikTok电商是一个怎样的机会？

对亚马逊卖家来说，TikTok是一个非常不错的销售渠道，同时TikTok是内容营销平台，对于亚马逊卖家的品牌建设也将带来很大的助力。

1. TikTok电商的政策向亚马逊卖家倾斜。TikTok电商美国站的店铺审核严格，为卖家入驻设置了较高的门槛。在TikTok美国的4种店铺类型中，有两种专门面向亚马逊卖家，一个是ACCU定邀店，一个是美国跨境店，前者要求美国主体公司注册、亚马逊200万美金流水，后者可以是中国、香港主体，要求亚马逊200万美金营收。
2. 在平台入驻方面，亚马逊卖家本身就具备了优势，能够获得第一批流量红利。
3. 在物流和发货方面，亚马逊卖家具备了优势。TikTok电商美国站鼓励本土备货，使用虚拟仓的店铺会被平台关停，很多亚马逊卖家在美国存储了货源，能够实现从本土发货的优势，为消费者提供更好的服务。
4. 亚马逊卖家具备在内容营销层面的优势。很多亚马逊卖家都擅长海外社交媒体的运营，积累了一定的影响力和内容营销的能力，对于本土内容生态有更深入的理解。TikTok电商本质上是内容电商，内容营销做得好，能够帮助卖家更快打出爆款产品。
5. TikTok电商目前处于流量红利期，流量转化率比较高，并且和国内的抖音类似，TikTok能够触达不同的兴趣圈层，让不同类型的货品都能找到相应的消费人群。因此，亚马逊卖家无论是想清库存、测新品、还是把TikTok电商作为重点投入渠道，在当前的生态环境里，TikTok电商都是一个很好的选择。
6. 对于想要打造海外品牌知名度的卖家，TikTok也是一个很优秀的品牌营销平台。卖家可以复用国内抖音品牌的营销经验，在TikTok打造独特的品牌。

Q3: 亚马逊卖家如何做好TikTok电商？

做任何平台或是市场，都需要足够的重视和投入。

1. 符合TikTok的政策规则，众所周知，TikTok电商目前的审核力度非常严格，卖家想长期稳定地做好TikTok电商，就需要遵守平台的各项规定，包括备货、退换货、商品质量等方面的要求。
2. 提升内容营销能力。目前来看，TikTok电商还具备流量优势，有时自然流量都能带动一些货品的销售额。但长期来看，TikTok电商归根结底是内容电商，有了短视频、直播带货的加持，才能帮助卖家源源不断地推出爆品，与此同时，TikTok平台的达人生态尚且不完善，很多营销层面的东西还在探索期。卖家们需要重视TikTok上的内容建设，找到适合自己产品的内容营销策略，做好长期主义的准备。

Q3: 您觉得具有哪些特征的亚马逊卖家在 TikTok 更容易取得成功？

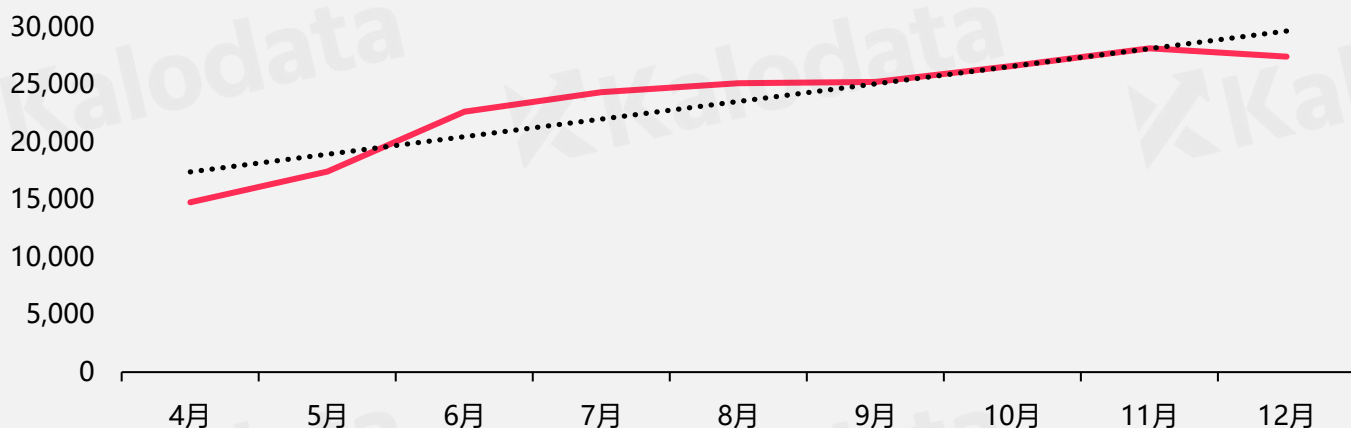
1. 店铺和操作符合平台的规定，不会被平台封禁。
2. 具备一定的内容营销能力，能够用生动的短视频介绍产品或讲述品牌故事。
3. 最好能备货在海外仓，有充足的货源，打造出爆品后能持续供货。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾
数据



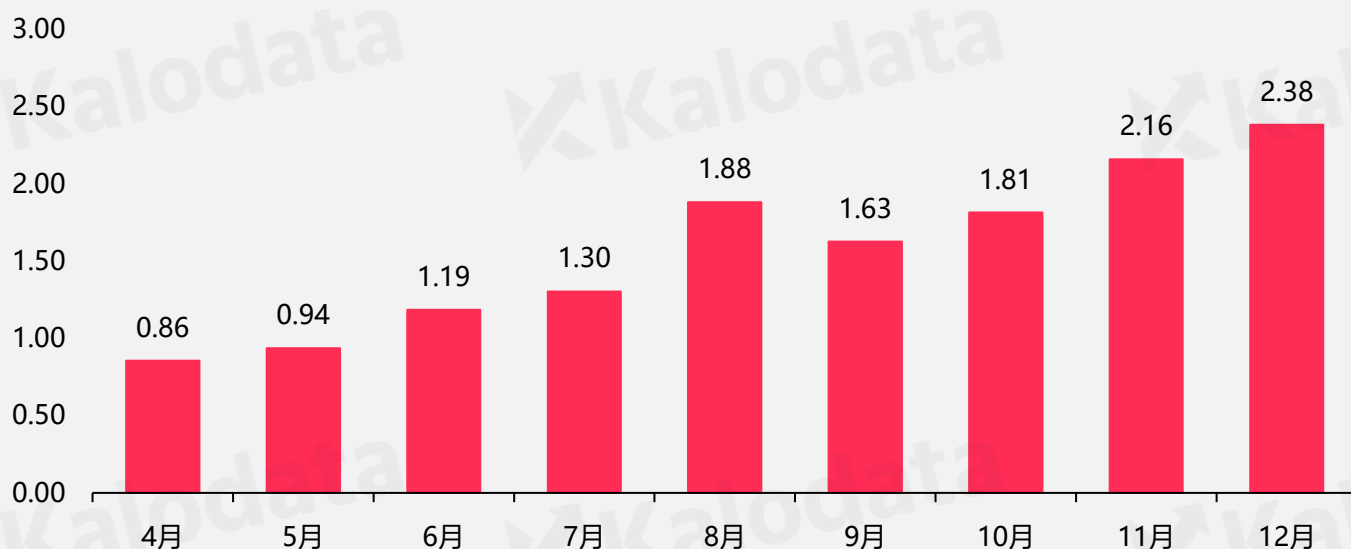
TikTok 菲律宾动销商家数量&GMV

2023年 TikTok Shop 菲律宾动销商家店铺数量



截至2023年12月菲律宾动销商家数量达**27,466**，增长率为86%，说明TikTok电商在菲律宾发展较好，吸引越来越多的商家入局。

2023年 TikTok Shop 菲律宾动销商家GMV (亿美金)



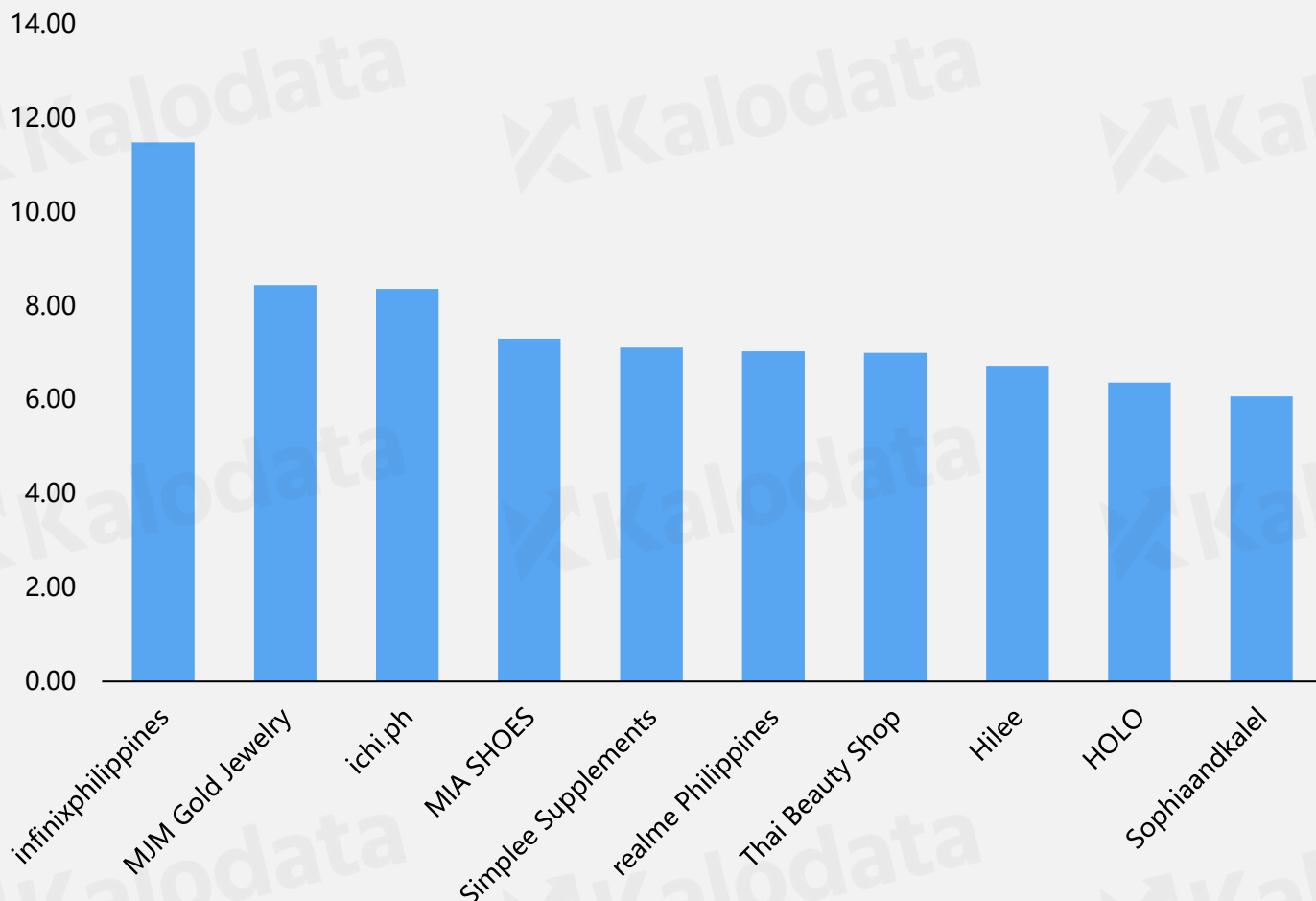
2023年菲律宾店铺12月GMV达到**2.38亿美金**。2023年12月GMV相比4月，增长率为178%。

扫描右侧二
维码查看更
多菲律宾
数据



TikTok 菲律宾TOP10商家GMV

2023年菲律宾TOP10商家GMV增速图



2023年Top10商家在全年的GMV都有比较大的增速，其中TOP3商家依次为infinixphilippines、MJM Gold Jewelry，ichi.ph。

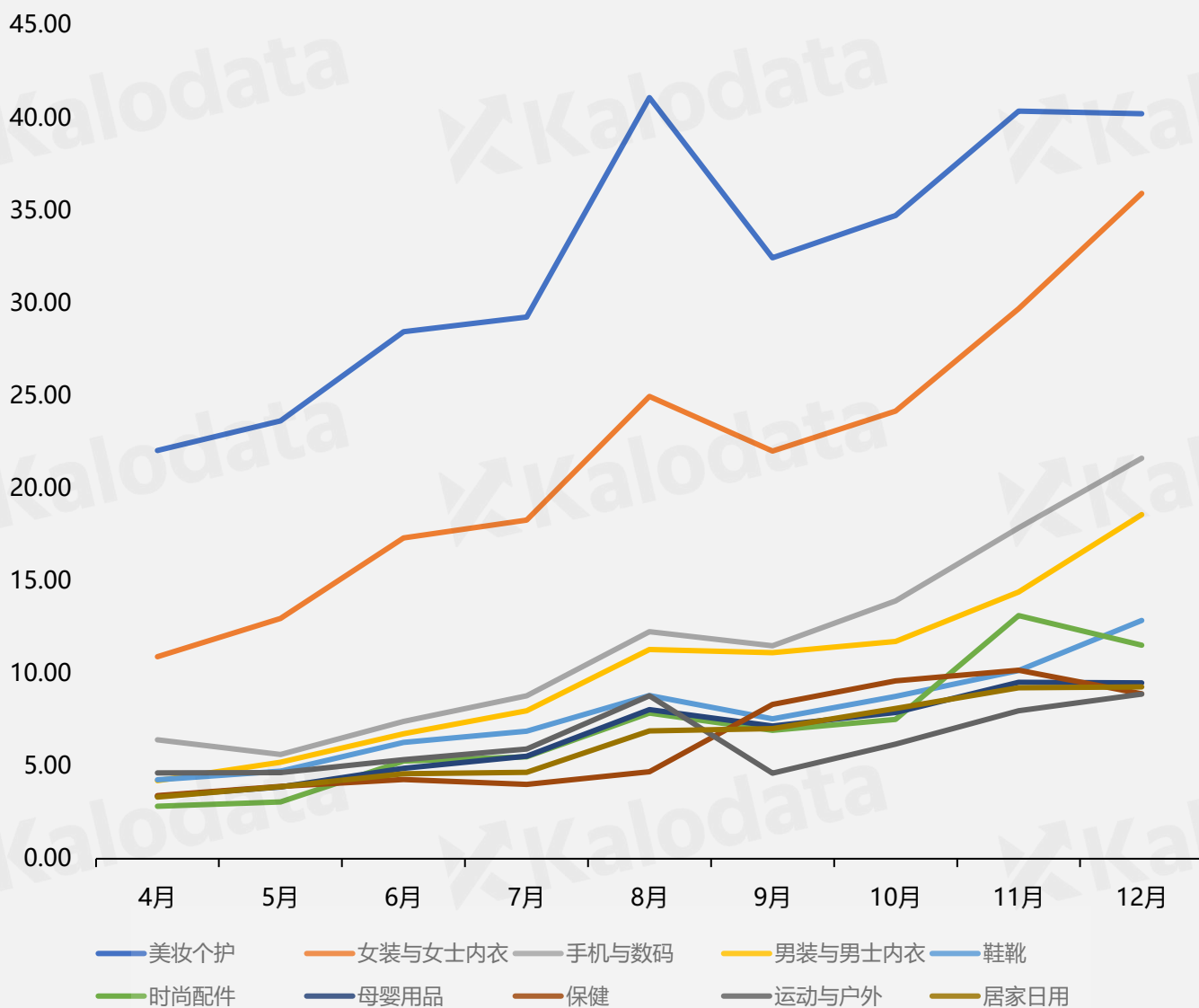
在这些商家中，infinixphilippines成为GMVTop1的商家，2023年12月的销售额为**265万美金**，相比1月增长率为344%，增长速度明显。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾数据



TikTok 菲律宾TOP10类目GMV

2023年TikTok 菲律宾Top 10 一级类目的GMV(百万美金)



2023年12月，TikTok上GMV最高的五大类别分别为**美妆个护、女装与女士内衣、手机与数码、男装与男士内衣、鞋靴**。2023年12月相比4月每个类目GMV有所增长，说明这些类目在TikTok电商中很受欢迎。

此外，**男装与男士内衣、时尚配件、手机与数码**是增长最快的类目。2023年12月的GMV相较于2023年1月分别增长了341%、308%和237%。说明这些类目在菲律宾TikTok电商中很有潜力。

扫描右侧二
维码查看更
多菲律宾
数据



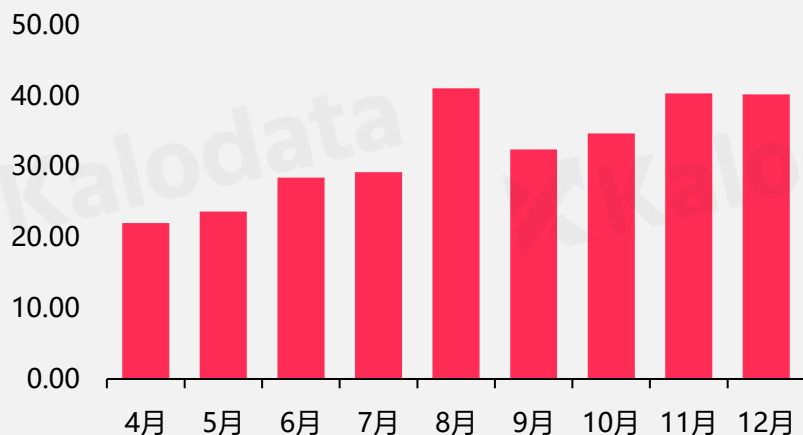
TikTok 菲律宾类目榜单

2023年菲律宾 GMV TOP 10 一级类目榜单

序号	类目名称	GMV (百万美金)	TOP3 商家占比	TOP10 商家占比
1	美妆个护	292	5%	12%
2	女装与女士内衣	196	7%	18%
3	手机与数码	105	22%	36%
4	男装与男士内衣	91	10%	22%
5	鞋靴	70	19%	38%
6	时尚配件	64	19%	33%
7	母婴用品	60	27%	40%
8	保健	57	19%	37%
9	运动与户外	57	9%	20%
10	居家日用	57	10%	22%

2023年4月-12月TikTok电商菲律宾小店销量最高的三个类别分别是美妆个护、女装与女士内衣、手机与数码。其中，2023年美妆个护类别的GMV为**2.92亿美金**。Top10类目中TOP10商家占比均小于40%，说明菲律宾Top类目市场空间还未饱和，普通商家入局盈利机会较大。

2023年菲律宾 GMV TOP 1类目GMV趋势图（百万美金）



2023年4月-12月TikTok 电商菲律宾小店的GMV第一高的类别是**美妆个护**。这表明美妆护肤在菲律宾很受欢迎，可以销售适合本地化的美妆护肤商品。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾数据



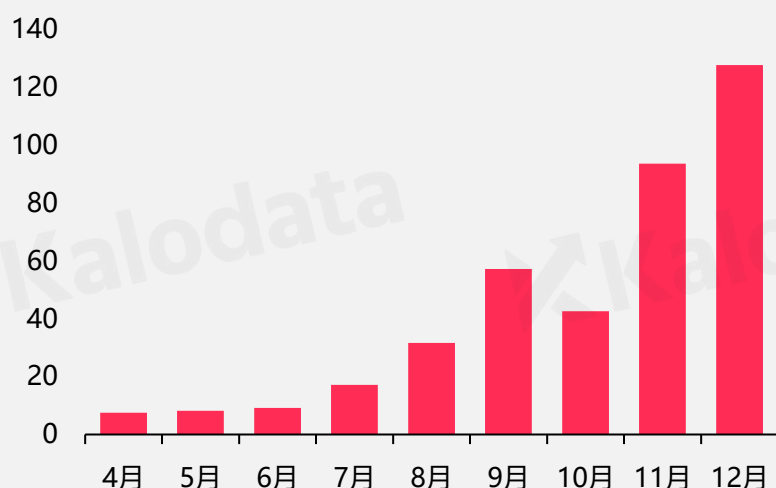
TikTok 菲律宾增速TOP类目榜单

2023年菲律宾 GMV 增速 TOP 10 细分类目(且GMV> \$ 100万)榜单

序号	二级&三级类目名称	增长率	GMV 2023年12月 (百万美金)
1	枕头和背垫	1599%	1.3
2	报警系统与安全	1324%	1.4
3	体重管理食品	1171%	1.5
4	窗帘	701%	1.5
5	婴儿服饰与鞋	680%	2.1
6	手环与手链	662%	1.3
7	女士紧身连衣裤	608%	1.2
8	女士半身裙	596%	1.4
9	移动电源和电池	571%	1.0
10	收纳盒	534%	1.5

通过比较2023年4月店铺GMV数据和2023年12月GMV增速数据，我们可以发现，增长率排名前三的细分类目是**枕头和背垫**、**报警系统与安全**、**体重管理食品**。

2023年菲律宾 GMV增速TOP1细分类目GMV趋势图（万美金）



在2023年4月至2023年12月期间，TikTok Shop菲律宾小店的GMV增速最高的类目是枕头和背垫，其GMV增长率为**1599%**。



TikTok 菲律宾商家排行榜

2023年菲律宾 GMV TOP 10类目成交冠军商家榜单

序号	类目名称	商家名称	GMV (百万美金)
1	手机与数码	infinixphilippines	10.90
2	母婴用品	ichi.ph	8.34
3	时尚配件	MJM Gold Jewelry	7.35
4	美妆个护	SACE LADY COSMETIC PH	5.96
5	保健	Simplee Supplements	4.92
6	鞋靴	MIA SHOES	4.91
7	女装与女士内衣	DENIM FASHION2	4.46
8	男装与男士内衣	INSPI	4.00
9	运动与户外	SammyJ	2.18
10	居家日用	HOLO	1.60

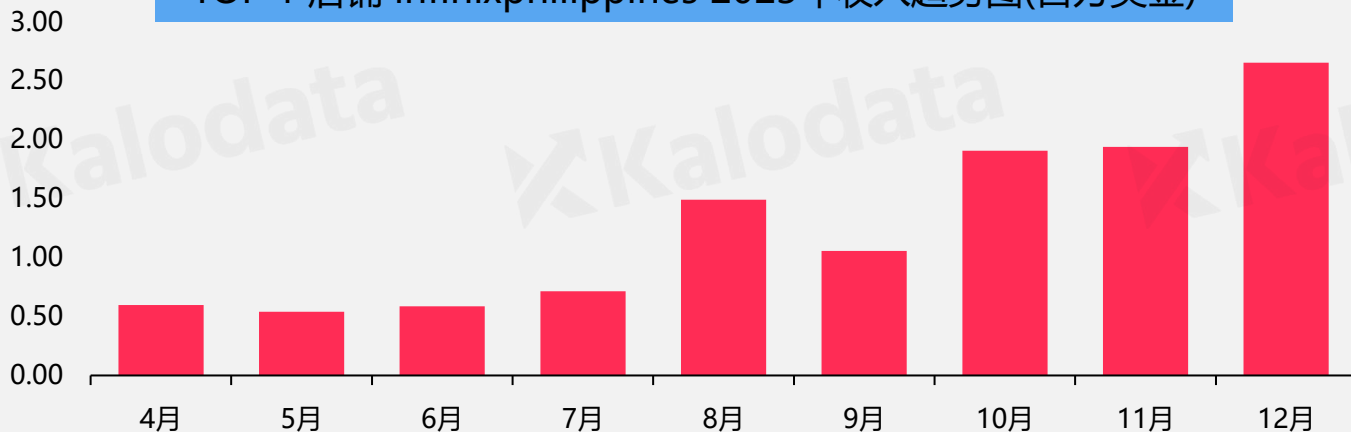
2023年4月-12月菲律宾TikTok Shop的GMV前十类目中，GMV排名前三的店铺分别是 **infinixphilippines**、**ichi.ph** 和 **MJM Gold Jewelry**，它们所属的类目分别是手机与数码、母婴用品、时尚配件。其中排名第一的商家 **infinixphilippines** 在2023年的GMV为 **1090万美金**。

扫描右侧二
维码查看更
多菲律宾
数据



TikTok 菲律宾优秀商家案例- infinixphilippines

TOP 1 店铺 infinixphilippines 2023年收入趋势图(百万美金)



销售策略

收入类型	GMV (百万美金)	占比
自营收入	5.30	46%
达人收入	1.56	14%
商城收入	4.62	40%
总计	11.49	100%

产品策略

产品数量	159
动销产品数量	129
产品均价	86.24

infinixphilippines销售来源于自营和商城，分别占比46%、40%。该商家的产品数量为159，动销产品数量占比高达**81.1%**。平均定价为**\$86.24**。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾数据



TikTok 菲律宾爆款商品榜单

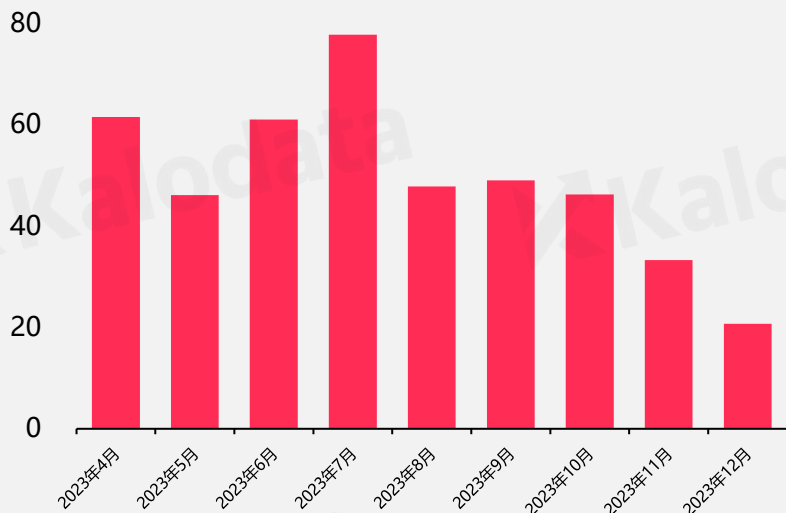
2023年1月至12月，Thai Beauty 谷胱甘肽销售额达到443万美金，荣膺销售冠军。

2023年1月-12月菲律宾 GMV TOP 10 类目下 TOP 1商品榜单

排名	产品图	产品名称	GMV (百万美金)
1		Official Glowming Detox by CC Glam & Beauty - Berry Glow and Coffee Shape - 10 x 20g Sachets per Pouch Glutathione and Collagen Organic GMO Free Cris Cosmetics	4.43
2		SAMMYJ POWERBELT 5.0 (Extra Small - Extra Large)	2.65
3		[600k+ Sold][3 Freebies:1 Cartoon Case+1 Keychain+1 Game Sleeve] Mini KY6 Wireless Bluetooth Earphones TypeC Headphone for iOS and Android	2.53
4		WISE CLEANER DIY DISHWASHING LIQUID KIT Household	2.44
5		ICHI Pull-up Pants Baby diapers All size 50pcs/pk Bundle Pack Large Size Medium XL XXL XXXL Tape diaper 50pcs free shipping 50 pcs diapers for babies diaper pants for baby japan diaper 50pcs ichi diaper Tape free shipping	2.01
6		【FDA approved】Hair Mask Repair Damage 1000ml Maintenance Haircare Dry Fizzy Smooth Hair Conditioner Smooths out mild hair treatment Colour protection Reverse Hair Damage from Bleach Heat Nutrient Hair Nourishing Smoothing Moisture Shampoo Hydrating	1.74
7		MPMG Buy 1 Take 1 Plain Shirt Oversized Tshirt Clothes Menswear	1.53
8		Hot Sale Trendy All White Shoes Sport Sneakers for Men and Women Unisex Boy Runner Sports Shoes Trainers Training Footwear Running	0.99
9		ACG May Spike Fashion Rubber Shoes Korean Shoes Basketball Shoes For Men and Women Sports Sneakers#777#	0.61
10		18K Rope Chain Necklace	0.59

在2023年1月至12月，TikTok Shop菲律宾市场销售额TOP3产品分别是Thai Beauty Shop 谷胱甘肽、SammyJ的束腰和KY Tech蓝牙耳机。

2023年4月-12月菲律宾 GMV TOP 1 产品销售额趋势图 (万美金)



可以发现，2023年7月份，谷胱甘肽蛋白饮这款产品，在TikTok菲律宾市场销售达到巅峰，全年营收持续积累增长。该产品上线以来，不仅受到了热烈欢迎，而且其热度依然持久不衰。



TikTok 菲律宾独立达人排行榜

2023年1月至12月：motherlou以160万美金的GMV成绩荣获独立达人销售榜首

2023年9月-12月菲律宾 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 独立达人榜单

排名	达人名称	类目名称	GMV (百万美金)
1	motherlou	美妆个护	1.60
2	top.dealz	手机与数码	1.34
3	shoes_official0012	鞋靴	1.14
4	angkasboy	男装与男士内衣	1.12
5	sln_jewelry_18k	时尚配件	1.02
6	anjanettepepito	女装与女士内衣	0.96
7	superstarno0	运动与户外	0.64
8	elmaasagra	保健	0.62
9	mommaanddj	母婴用品	0.47
10	angel21_12	居家日用	0.34

2023年1月至12月，GMV排行榜上的独立达人TOP 3分别是motherlou、top.dealz和shoes_official0012，他们主要的带货类目分别是美妆个护、手机数码和鞋靴。其中，GMV排名第一的独立达人motherlou在2023年1月至12月的GMV为**160万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾
数据



TikTok 菲律宾直播排行榜

2023年1月至12月：达人 hangkat6668 的直播间获得了直播带货第一名

2023年1月-12月菲律宾 GMV TOP 10 类目下 TOP 1 直播间榜单

排名	封面	直播间名称	达人名称	开播时间	时长 (小时)	GMV (百万美金)	总观看 (万次)
1		Infinix #TikTokShop1111DobleS aya	infinixphilip pines	2023/11/6	130	0.18	78.62
2		Happy 11.11 Doble Saya Sale!	mjmgoldjew elry	2023/11/9	10	0.13	28.71
3		FREE SHIPPING shoes	unicahijasho p	2023/4/12	4	0.05	7.21
4		BUY 2 TAKE 1 DEALS	jonahsisonr amos	2023/6/6	12	0.05	37.39
5		Happy 11.11 Doble Saya Sale!	dave_villanu eva	2023/11/9	2	0.05	5.41
6		SAMMY J MY SWELDO BUDOL ❤️	sammyj_ba mf	2023/8/30	37	0.03	41.92
7		Sneaker BigSale	sneaker.ph	2023/11/8	8	0.03	2.59
8		sronrick	sronrick	2023/11/28	4	0.03	4.88
9		TELL A FRIEND 😎	hghmndsclo thing_	2023/4/12	3	0.02	2.40
10		AFFORDABLE STEEL RACK	esh_mall_sh op1	2023/11/28	10	0.01	1.23

菲律宾 TikTok Shop 前十大类别中的 TOP3 直播间来自 infinixphilippines、mjmgoldjewelry 和unicahijashop，它们的类别分别是手机与数码、时尚配件和运动户外。其中，排名第一的infinixphilippines在单场直播中的销售额达到 **18万美金**。

扫描右侧二维码查看
更多菲律宾数据

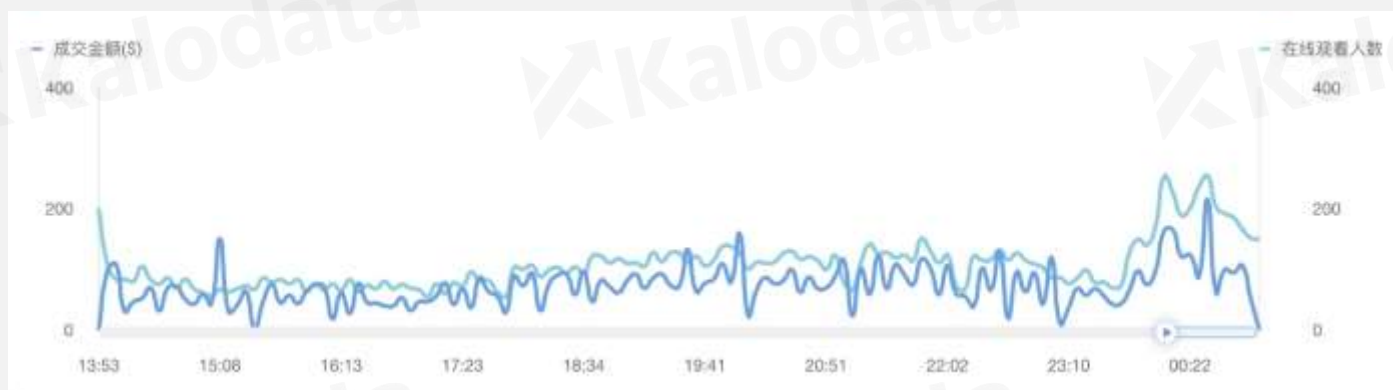


TikTok 菲律宾优秀直播间案例



直播间名称 : infinixphilippines
直播日期 : 45236
直播时长 : 230h
收入 : 18万美金
场观 : 78w
GPM : 229美金
销量 : 1850
单价 : 97.35
类目 : 手机数码
达人名称 : infinixphilippines
带货产品 : 29
最高在线 : 256

流量趋势



商品策略

商品构成主要以手机数码等电子产品为主，配合产品的优惠，直播间的互动数据表现非常好，但是商品单价偏高，所以直播的GPM值偏低。

直播间热卖 TOP 3 商品

排名	产品名称	GMV/万美金	销量	单价/美元
1	Infinix Hot 30 (8GB + 256GB) MediaTek Helio G88 Gaming Processor 50 MP Triple AI Camera 6.78" FHD+ 90Hz Display 33W Fast Charge (1 year local warranty) Smart Phone	0.61	577	105.66
2	Infinix Hot 30 Play (8GB + 128GB) MediaTek Helio G37 Gaming Processor 6.82" FHD+ 90Hz Display 6000 mAh 18W Ultra Power (1 year local warranty) Smart Phone	0.58	617	94.76
3	Infinix Hot 30i (4GB + 128GB) Unisoc T606 Chipset 6.6" HD+ 90Hz Display 5000 mAh 18W (1 year local warranty) Android Smart Phone	0.34	437	78.67



TikTok 菲律宾短视频排行榜

2023年1月至12月： Vida Swimwear的短视频称霸短视频带货第一名

2023年1月-12月菲律宾 GMV TOP 5 电商短视频榜单

短视频封面	达人账号	GMV (百万美金)	观看次数 (百万)	点赞 (万)	发布时间	广告流量 占比	ROAS
	thriescalante	0.33	13.68	11.29	2023/5/14	70%	2.79
	herbudols	0.37	31.98	43.38	2023/7/31	29%	2.34
	labs22_	0.45	19.04	23.76	2023/7/19	87%	2.81
	kuriwho	0.28	7.80	28.63	2023/3/10	25%	5.54
	michellegg23	0.34	18.12	8.80	2023/8/1	90%	2.98

根据Kalodata数据，菲律宾短视频排行榜第一的视频来自品牌**Vida Swimwear**，视频内容体现了产品的多使用场景，满足消费者需求同时直击用户痛点。2023年，仅单条短视频就为Vida Swimwear带来**33万美金**的收入。

TikTok 电商经营 四步战略

在TikTok电商上取得成功并不难，只需掌握电商经营的四个步骤，即可开启成功电商之旅。





彭孝秋

36kr全球化内容报道负责人

“对于白牌卖家或在海外影响力较弱的企业来说，TikTok仍然是一个具有巨大潜力的市场。

Q1: 简单介绍一下36氪

36kr是创投第一媒体、是科技创新商业媒体、更是以媒体为旗舰的新经济服务集团。

Q2: 对于白牌卖家或在海外影响力较弱的企业来说，TikTok的机会/前景如何？该如何抓住TikTok的机会？

对于白牌卖家或在海外影响力较弱的企业来说，TikTok仍然是一个具有巨大潜力的市场。2023年TikTok在美国、东南亚地区发力电商市场的成果有目共睹，下一年平台也将加大投入。在这个阶段，白牌卖家或海外影响力较弱的企业还可享受到平台倾斜的补贴和流量，正是入局的好时机！

TikTok与其他平台最大的不同是可以通过短视频内容引流刺激销售转化，白牌卖家可通过营销驱动销售，用更贴合目标市场消费者兴趣、文化风俗的内容包装产品，通过短视频、音乐、话题、挑战、直播等形式吸引消费者，促进转化。此外，TikTok在不同地区都有达人网络，白牌卖家们也可与达人多互动，获得更多流量，提升曝光度。

Q3: AIGC 的崛起将如何赋能跨境卖家出海？

AIGC的崛起将在产品设计、营销以及供应链管理等多个方面赋能跨境卖家出海。

在产品设计上，AIGC技术可以分析消费者的偏好需求并结合最新的潮流，为卖家们提供更吸睛的产品图案。目前也有卖家在进行这一方面的尝试。未来，当AIGC技术更加成熟，其还能实时反馈市场趋势，帮助设计师快速迭代产品。营销方面，AIGC的广告短视频已经出现，未来将在场景化、真实度等方面更进一步，助力卖家们的销售转化。此外，AIGC技术还可以通过对供应链数据的分析和预测，能帮助跨境卖家优化库存管理和物流配送。

Q4: 现在经济环境下行的情况，对于商家出海您有哪些好的建议以提高运营效率呢？

经济下行的环境下商家们应该更加注重投入产出比，精细化运营。

首先，商家们要明确品牌定位以及目标市场，了解消费者的需求和喜好，更有针对性地进行市场推广和产品设计，提升效率。

此外，商家还应该优化自身的供应链管理，降低生产成本，同时保持与供应商的良好关系，确保货源稳定。近些年，柔性供应链在服装行业屡被提及与实践，这一模式背后的成本控制以及供应链管理经验也可为其他行业提供借鉴。

经济下行也意味着风险增强，出海卖家们感受较深的或许是地缘政治变化以及合规收紧趋势加强。这也要求商家们及时了解国际贸易政策、关税、汇率等方面的变化，调整在不同市场的策略，不能仅着眼于一时的小利增加运营风险。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



在TikTok获得商业增长的四步战略

TikTok 电商经营四大步骤，助力您的TikTok 电商业务增长！

1



商品策略

科学选品

出色的商品策略是在TikTok Shop “内容+货架” 场景中取得成功的关键。爆品不只是一个产品的爆款现象，更是企业的经营解法，不仅能够带来突出的销售表现、广泛的传播声量，也是品牌建设的加速器和一种行之有效的生意战略经营。

2



店铺分析

寻找对标店铺

了解它们在TikTok上的运营策略，这样可以更准确地把握市场需求和发展趋势。

3



寻找合作达人

邀约达人带货

在TikTok上销售产品不仅仅依赖于自己店铺账号的带货能力，商家还可以邀请在TikTok上拥有电商权限且粉丝数量在千以上的达人带货。

4



内容策略

打造爆款内容

打造爆款内容，是经营好TikTok电商的必经之路。结合产品卖点与平台生态，紧跟当下热门，通过直播和短视频渠道产出丰富创意内容，灵活运用营销节点与流量变化，最大化品牌势能，收获长尾价值。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



步骤一：科学选品

聚焦产品核心卖点，结合平台生态与消费者洞察，打造爆款产品。针对常规品，可重点抓住节日、季节和实用性三大消费场景进行爆品洞察；针对奇特品，向内挖掘产品的稀缺性，向外紧抓消费者的核心痛点。

常规

销售情况
价格策略
营销节点

新奇特

上线时间
成交趋势

商品

常规品



节日型

节日：母亲节/情人节
假日：圣诞/斋月
大促：黑五/双十一



季节型

如冬季：滑雪装备、
毛衣、加热装置、
季节性食品等产品



实用型

如家具、家电、工具
等类型，如洗衣机、
沙发、电子设备等

奇特品



稀缺性

满足价格稀缺、产品
稀缺，在当地较少在售



抓痛点

满足生活需求、或者
情感需求，比如礼物

扫描右侧二维码查看
更多TikTok
数据



商品策略分析案例

常规品



Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Midnight Rose

店铺名 : The Beachwaver
价格 : 49美金
所在地 : 美国

这款产品来自The Beachwaver店铺，属于美妆个护类目，是一款实用型产品。根据Kalodata数据，自2023年8月7日起，这款产品开始销售，销量持续增长，为店铺带来显著的收入增长。上线首月销售额达到529万美金，截止2023年12月31日，累计收入超过1500万美金，占店铺总收入的40%以上。

在2023年9月，该产品持续占据TikTok热卖商品榜第一，有效提升了店铺在TikTok上的影响力，使其成为美妆个护类目中的头部品牌。

新奇特



THE KRAK'IN 2.0 - Personal Portable Plastic Device for Drinking Canned Beverages

店铺名 : Wild Man Drinking Company
价格 : 10美金
所在地 : 美国

这款产品来自Wild Man Drinking Company店铺，主要用于划开易拉罐瓶身。根据Kalodata数据，自2023年7月起，通过达人和短视频营销，该产品销量迅速增长，单日销售额最高突破10万美金。总销售额超过200万美金，占店铺总收入的95%以上。

要寻找潜在的热销爆品，可以使用Kalodata的商品功能，设定时间为过去7天，并筛选收入趋势为增长的产品列表，然后研究营销策略，制定产品计划。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



步骤二：店铺分析

通过分析对标店铺的数据，您可以获得宝贵的市场见解，为您的店铺制定更有效的营销策略。这些见解将帮助您了解市场趋势，优化您的产品选择和定价，并确定合适的推广方式。



经营策略

了解对标账号的经营策略可以帮助您了解他们的收入构成，是通过自营还是与合作达人推广。

内容策略

了解对标账号的内容策略可以让您知道他们更偏向于使用直播还是短视频来推广产品

商品策略

商品策略可以帮助您了解对标账号在TikTok上销售哪些产品，以及他们的定价策略。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



店铺分析案例



The Beachwaver

国家/地区：美国
主营类目：美妆个护
时间：2023年10月-12月

营销策略

总共收入
1540万美金



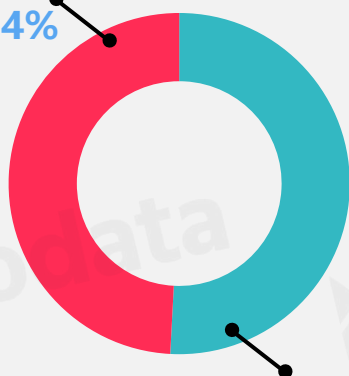
自营账号
279万美金
18.11%

合作达人
1193万美金
(77.5%)

商城
68万美金
(4.39%)

内容策略

短视频：
50.84%



直播：
49.16%

商品策略



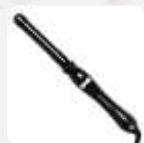
TOP 1

Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Midnight Rose



TOP 2

Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Glitter



TOP 3

Beachwaver B1 Rotating Curling Iron - Black Glitter

以The Beachwaver店铺为例。其主要收入来源是**联盟营销**。占比总收入78%，其次是自营账号的收入，还有少量来自商城的收入。从自营账号内容的角度来看，The Beachwaver**短视频和直播同时发力**，两者收入相差不大。

从产品的角度来看，The Beachwaver**聚焦单产品**，销量前3均是卷发棒，价格区间在33-43美金，性价比较高。

那我们在经营TikTok时，也可**借助大量联盟达人带货，专注打造爆款单品**，提升销售量。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



步骤三：寻找合作达人

在寻找合作达人时，我们需要关注以下几个要点：

成交趋势



成交趋势是评估达人TikTok账号经营情况的重要指标之一。如果成交趋势上升，说明账号经营良好，近期有在积极带货。

成交来源



了解达人带货主要是通过直播还是短视频。如果达人主要通过直播获取收入，说明这个类别的买家更倾向于通过直播购物。因此，优先选择直播表现较强的达人合作。

内容质量



视频/直播内容是判断达人是否匹配产品和品牌调性的重要方式，可以根据红人往期视频/直播，判断是否做过相关或相似产品。有的红人可能不止带过一种类型产品，优先选择垂直领域的达人，其粉丝画像更为精准。

粉丝画像



粉丝画像也是一个重要的筛选指标，包括年龄、性别、地区等。

- 年龄：TikTok上有购买能力的用户主要是成年人，因此建议选择至少有50%比例的粉丝大于18岁的达人。
- 性别：如果商品具有性别指向，那么受众性别粉丝占比应大于70%。
- 地区：建议达人粉丝至少有20%来自目标地区。

扫描右侧二维码查看更多TikTok数据



合作达人分析案例

筛选条件

- 时间 : 过去7天
- 互动率 : 高
- 粉丝数 : <5万
- 成交趋势 : 增长
- 成交来源 : 直播

搜索

达人详情



@winxfairyx

- 粉丝 : 1.77万
- 类目 : 美妆个护
- 新增粉丝 : 122
- 总收入 : 2.56万美金
- 直播收入 : 2.4万美金
- 商品单价 : 19.48美金

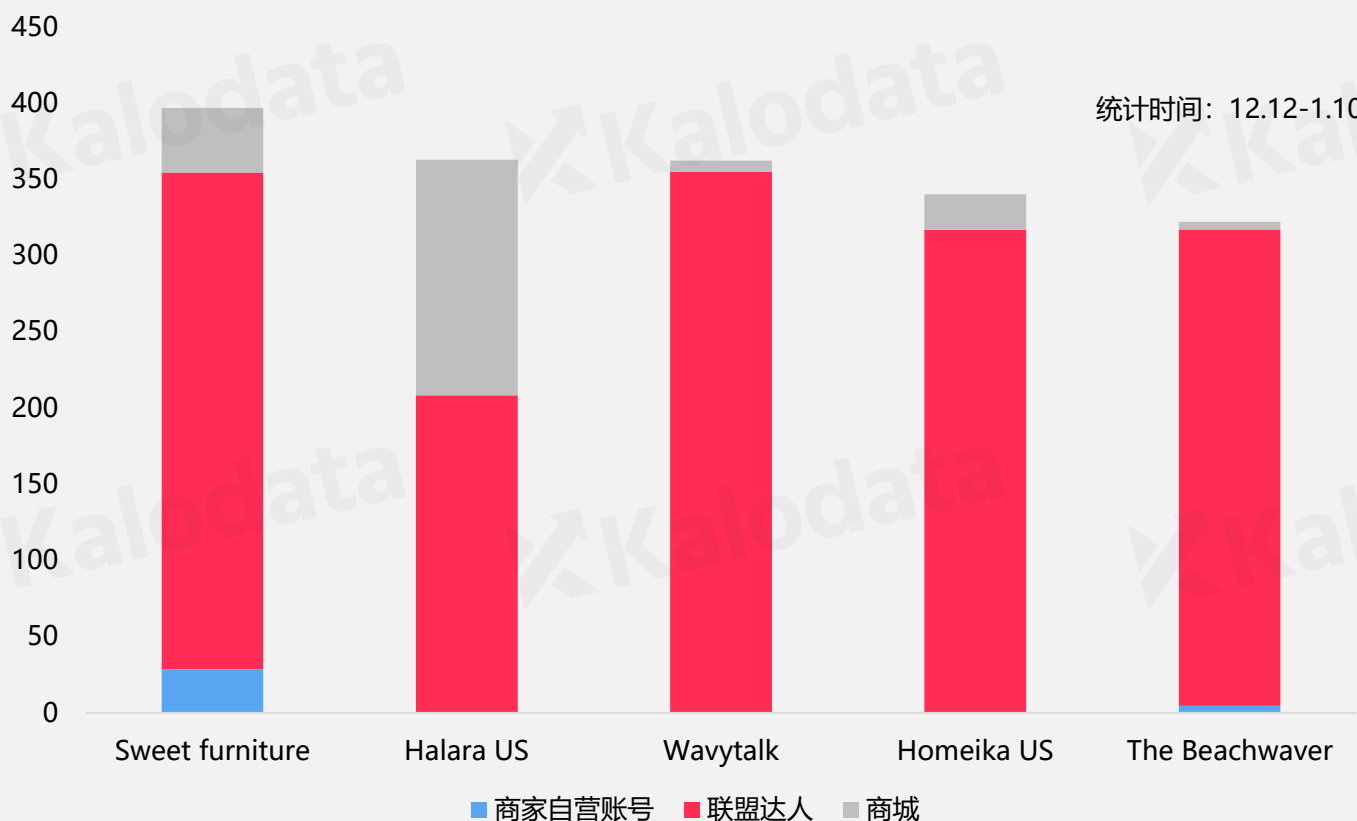
直播间信息	时间信息	成交金额	观看次数	千次观看成交金额
1  Body Glaze Full Restock...	01/01 15:59-17:29 时长: 1h 29min	¥7.15万	2,937	¥2.43万
2  Viral Body Glaze	12/29 16:58-19:24 时长: 2h 26min	¥3.04万	4,393	¥6,911.90
3  Freeze dried candyyy	12/31 13:50-14:31 时长: 41min	¥2.71万	6,515	¥4,159.19
4  Viral Body Glaze	12/31 13:36-13:43 时长: 7min	¥2,385.50	540	¥4,417.59
5  Freeze dried candyyy	12/31 14:38-14:48 时长: 10min	¥1,904.16	454	¥4,194.18

基于以上筛选标准，我们可以利用Kalodata的筛选功能进行搜索，找到符合条件的联盟达人@winxfairyx。她的主要收入来源是直播，过去7天直播收入2.4万美金，占总收入94%，并且她的直播频率较高。

因此，她是一个**非常适合合作的联盟带货达人**。我们可以与她联系并展开合作。

需要大量的红人数量，更有爆单的可能，更能形成品牌信任背书

全美店铺Top5店铺红人销售占比超90%



ROI= GMV/ (样品费+合作费+广告费)

除了GMV，对企业额外收益包括：站内品牌词曝光量、投广素材、信任感、订单好评。

红人带货的好处

- 达人素材比商家自产的本土感要好非常多，对于美妆个护、服装等品类是建立产品信任感的第一步
- 本土原生素材可以用来二次剪辑，直接投放加速转化，ROAS提升90%
- 达人挂车视频发布后，视频永久自然出单
- 寄样数量直接可以用来作为产品动销破冷启动，有些KOC甚至可以提供一个优质好评

企业红人营销推广难点

1. 营销成本控制

大规模推进KOL营销的成本并不低，企业要依靠多方数据来挑选最适合的人选，当中有大量信息差。

2. BD沟通难点

红人BD无渠道，沟通效率慢，诚信度不一，报价参差不齐，企业要投入高昂的人力时间和管理成本。

3. 推广策略制定

红人擅长方向不同，品销、品宣、直播、短视频，企业需要根据产品特性、品牌市场知名度等来制定阶段性策略，这对企业在红人推广方法论认知上是非常大的考验。

4. 素材质量把控

TikTok内容电商素材是王道，红人素材质量高低将绝对最终的ROI，企业对于内容的理解需要非常深厚才能保证“高爆发”。

我们的服务

我们的团队拥有深度的TikTok红人资源，以及在洛杉矶的本地化运营团队。



数据驱动匹配达人

基于数据驱动的方式，我们帮您匹配高质量的达人，规避播放量低、带货效果差的困扰。



全方位红人营销

我们为企业提供全方位的红人营销解决方案，细心挑选并构建符合品牌调性的KOL/KOC阵列。



高效率合作承诺

我们承诺高效率的合作，例如单月可处理100个达人寄样，帮助您快速推进市场营销进程。



扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据



步骤四：打造爆款内容

直播

主播话术
人气数据
成交数据
直播节奏
直播复盘

内容

短视频

视频类型
视觉效果
观看数据
成交数据
广告投流

在分析内容策略方面，我们可以关注以下几个要点：

- 1. 直播带货：**通过研究优秀直播间的带货策略，分析他们的开播时段、直播时长、人货场搭建、产品设置、主播话术、观看数据和成交数据波动等，学习有效的直播方法和直播节奏，利用直播数据复盘，优化自身直播间，提升直播自然流和成交转化。
- 2. 短视频带货：**在短视频方面，分析高成交的TikTok电商短视频，深入研究视频类型、时长、视觉设计、完播率、观看与成交转化，以及短视频的广告消耗等数据，了解对应类目下的买家习惯和消费者的内容偏好，更好地制定自己的短视频带货策略。

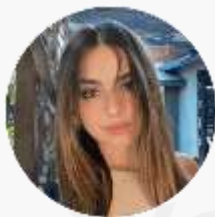
学习要点：在选择目标直播间或者短视频时，优先寻找与我们粉丝数量相当和经营类目相近的账号进行学习。这样，在短期内，我们可以达到与竞争对手相同的效果，并从中获得更多的启发和经验。

扫描右侧二
维码查看更
多TikTok
数据

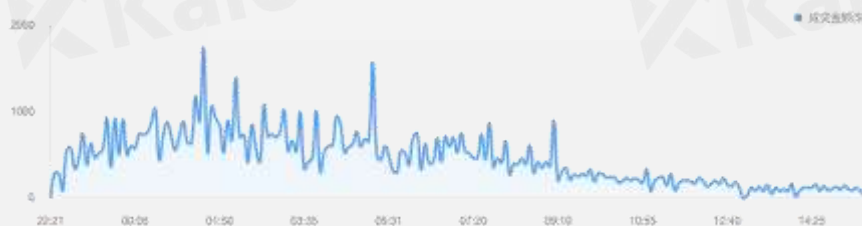


内容策略分析案例

直播案例



账号名 : mronos_trendy_us
类目 : 美妆个护
直播间名称 : Tracking Phone Holder Christmas
直播时间 : 12/03 05:39
直播时长 : 23h 24min
直播间商品量 : 9



mronos_trendy_us是TikTok美国12月份头部的直播达人，主要销售美妆和手机数码类产品。从她的直播中，我们可以学到以下几点：

直播场景非常生活化，有效给用户营造出使用场景；产品卖点中，主播以用户视角出发，搭建多种使用场景，直击用户需求和痛点；直播间产品设置中，包含利润款和福利款，主播利用福利款产品做互动，有效提升停留数据，带动密集成交，从而提升正常直播的GMV。

短视频案例



账号名 : justanother nurse1
类目 : 家电
短视频标题 : Dyson vs TikTok shop vacumm which one works better??
发布时间 : 2023年10月28日
播放量 : 2248万
成交金额 : 430.15万美元
广告成交占比 : 32.29%
广告ROAS : 2.34

这是一条推广家用吸尘器的TikTok短视频。从这个视频中可以学到以下几点：

视频内容：通过测评不同品牌的同款产品这种形式，用短视频展示2款吸尘器的清洁效果，在得出清洁效果相同的结论时，强调两款产品有5倍左右价差，突出产品的高性价比；

广告数据：该条短视频自然流量带来的销售额在11月底开始下降；12月15日，商家开始广告投放，12月广告共消耗50万美金，带来800万的观看和150万美金的收入，整体的广告ROAS值约为2.4；这提示我们，在自然流量枯竭或下降的时候，可以通过广告来提升观看和营收，但要重点关注广告ROI，这些数据都可以从Kalodata.com获取。

附录



关于 Kalodata



Kalodata介绍



Kalodata

Kalodata (www.kalodata.com)是全球首选的TikTok电商数据分析平台。

Kalodata提供TikTok爆品挖掘、达人建联、直播录屏录像、竞品店铺追踪、广告投放流分析、短视频脚本导出及AI在线改写视频脚本等服务，支持查看国家/类目、店铺、商品、达人、直播、短视频等多维度数据，致力于为用户提供最全面的TikTok数据和最实用的产品与功能，提升用户在内容创作、达人合作、竞品监控和商品规划等的执行效率，已成功为全球50W+卖家、达人和机构提供服务。

公司创始团队来自于字节、阿里巴巴及Lazada等顶尖互联网电商企业，拥有丰富的电商经验和能力。我们在全球设有多个办公室，并获得了多家知名机构的投资。

在未来的日子里，Kalodata将持续为各位商家、达人和机构提供更快更全更准的TikTok电商数据，助力TikTok从业者业务增长！

服务商家数量 50w+



官方二维码



企业红人营销推广难点

1. 营销成本控制

大规模推进KOL营销的成本并不低，企业要依靠多方数据来挑选最适合的人选，当中有大量信息差。

2. BD沟通难点

红人BD无渠道，沟通效率慢，诚信度不一，报价参差不齐，企业要投入高昂的人力时间和管理成本。

3. 推广策略制定

红人擅长方向不同，品销、品宣、直播、短视频，企业需要根据产品特性、品牌市场知名度等来制定阶段性策略，这对企业在红人推广方法论认知上是非常大的考验。

4. 素材质量把控

TikTok内容电商素材是王道，红人素材质量高低将绝对最终的ROI，企业对于内容的理解需要非常深厚才能保证“高爆发”。

我们的服务

我们的团队拥有深度的TikTok红人资源，以及在洛杉矶的本地化运营团队。



数据驱动匹配达人

基于数据驱动的方式，我们帮您匹配高质量的达人，规避播放量低、带货效果差的困扰。



全方位红人营销

我们为企业提供全方位的红人营销解决方案，细心挑选并构建符合品牌调性的KOL/KOC阵列。



高效率合作承诺

我们承诺高效率的合作，例如单月可处理100个达人寄样，帮助您快速推进市场营销进程。



定制分析报告服务

Kalodata 定制分析报告服务，专注于消费品牌的 TikTok 营销研究。主要有类目分析报告、品牌分析报告和数据导出报告。



类目分析报告

帮助用户发掘潜力增长类目。探查类目在 TikTok 类目大盘的排名情况、历史销售趋势、竞争态势、Top 品牌和商品策略、供应链策略等。同时为用户提供该类目的机会点、具体经营策略、主营该类目的 Top 达人数据及联系方式等。



品牌分析报告

为品牌方提供竞品的品牌分析。品牌方可借鉴竞品的策略，找到具体有效的实操方案。比如自营和达人账号矩阵建设、商品策略、直播搭建、直播和视频内容学习等。



数据导出报告

支持导出合作达人、竞品店铺、意向商品、视频和直播的各项数据，方便用户交叉分析，并可直接通过联系方式与达人建联、或直接通过视频和直播内容模仿学习等。

往期精彩活动



2023年12月TikTok Shop美区千人峰会



TikTok 官方菲跃计划



2024年1月河南跨境电商年度盛典



2023年3月
Kalodata首次印尼
线下活动



2023年12月TikTok Shop美区爆单攻略主题沙龙



2023年3月
Kalodata首次越南
线下活动300人+



2023年12月深圳云谷跨境卖家之夜



2023年4月
Kalodata首次马来
西亚线下活动



义务跨境电商大会



与Shopline举办首
场国内线下活动



2022年12月泰国第
一场线下活动



2023年8月
Kalodata印尼泗水
本土卖家聚会

未来活动预告



主题：富领先机 美运未来 - TikTok Shop探索者峰会
日期：2024年1月20日 9:30 - 18:00
地址：深圳.龙岗 乐荟中心



主题：跨境新势，启航美区——备战2024美国短视频直播电商实战峰会
日期：2024年2月27日 12:00-18:00
地址：广州，粤海喜来登酒店



主题：第三届出海网全球跨境电商展（深圳）
日期：2024年3月20-22日
地址：深圳会展中心（福田）

新的电商时代已来

拥抱变化

Kalodata 携手商家一起享受

兴趣电商带来的盛宴



联系我们