

# 2024 TikTok Shop 年度调研报告



# INTRODUCTION

## 前言

2024 年, TikTok 在全球多个市场遭遇了政治监管的挑战, 但在重重阻力中, 依然展现出了惊人的增长势头。

从欧美直播间 GMV 屡创新高, 到黑五各大站点销售额悉数暴涨, 2024 年, TikTok Shop 迎来了全面爆发, 其创新开辟的“短视频 + 直播带货”模式增长路径, 也引来各路效仿者, 让内容电商这一赛道逐渐挤满了竞争者。

同时, 美国“不卖就禁”法案、加拿大禁止 TikTok、欧盟发起针对 TikTok 的调查等外部环境变化, 也让 TikTok Shop 的发展前景愈发不明朗。

面对外部运营挑战, TikTok Shop 将如何应对? 卖家的出路又在何处? 面对其他平台涌向直播和短视频带货赛道, TikTok Shop 平台将如何赋能卖家?

展望 2025, 内容电商的发力点在哪? 卖家们的风口、机遇都有哪些?

带着这些疑问, TT123 制作了这份《2024 TikTok Shop 年度调研报告》, 旨在通过平台市场表现、平台动态、热销品类、营销洞察等多维度, 全方位回顾 TikTok Shop 2024 年表现, 解读 2025 年全球内容电商发展趋势, 助力跨境卖家们抢占市场机遇, 乘胜长驱。

# CATALOGUE

## 目录

01

TikTok  
市场表现

07

TikTok Shop  
市场表现

31

TikTok Shop  
平台动态

23

TikTok Shop  
营销洞察

37

TikTok Shop  
趋势前瞻

# TikTok 市场表现

2024 年，短视频社交媒体平台蓬勃发展，TikTok 在这一年稳居全球最热门的短视频平台之一。虽然这一年，TikTok 在全球的多个市场遭遇了不同国家的政治监管挑战，但是仍没有阻碍其积极拓展业务与布局全球的步伐，其市场数据以及各项业务仍高度增长。2024 年，TikTok 在挑战与机遇中前行，展现出强大的发展潜力。

# ▶ TikTok 数据概览

## ▶ 覆盖 150 多个国家和地区

2024 年, TikTok 持续扩大新兴市场, 目前已覆盖全球 150 多个国家和地区。在全球各地设有办公室, 包括洛杉矶、纽约、伦敦、巴黎、柏林、迪拜、新加坡、雅加达、首尔和东京等核心城市。

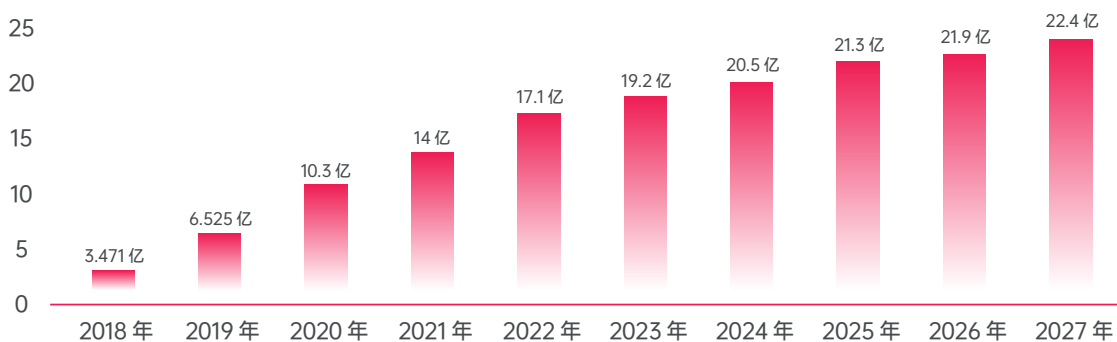
## ▶ 下载量超过 57 亿次

据 OnlyAccount.io 数据, 2024 年上半年, TikTok 的下载量已达到 4.882 亿次。截至 2024 年 12 月, TikTok 的全球下载量已超过 57 亿次, 成为全球下载量最多的应用之一。

## ▶ 注册用户超 20.5 亿

根据 TechTipsWithTea 发布数据, 超过 19.58% 的全球人口和 29% 的互联网用户在使用 TikTok。截至 2024 年 8 月, TikTok 在全球拥有超过 20.5 亿注册用户。据预测, 到 2027 年, TikTok 在全球用户量将有望突破 22.4 亿。

2024 年 TikTok 全球用户量增长趋势(单位: 用户量(约))



## ▶ 月活用户数达 15.8 亿

数据显示,截至 2024 年 8 月, TikTok 全球月活跃用户数达 15.8 亿, 美国月活跃用户数达 1.7 亿。TikTok 在使用率最高的社交媒体平台中排名第五, 仅次于 Facebook、YouTube、Instagram 和 WhatsApp。

TikTok 主要使用地区及月活用户量



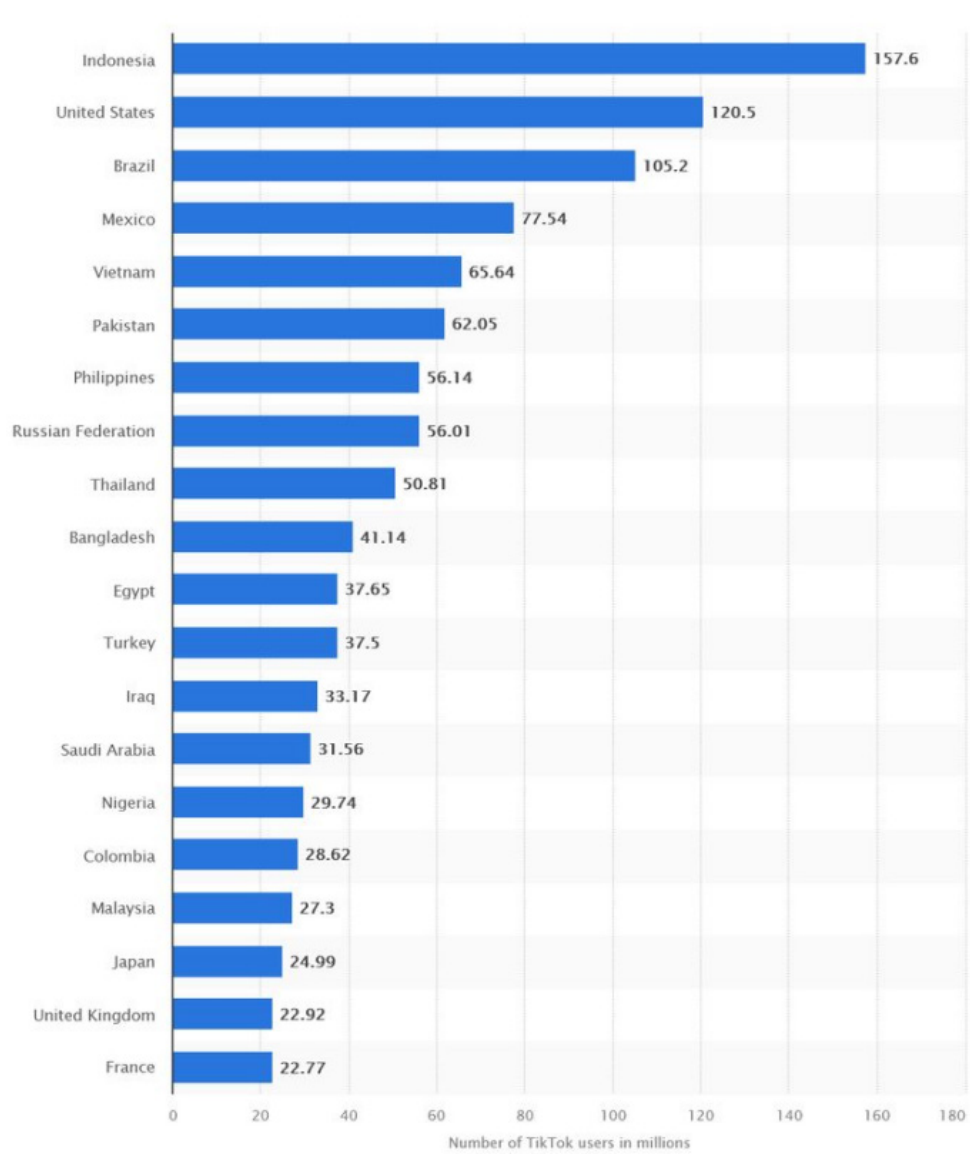
## ▶ 各国用户数分布 & 增长预测

2024 年, TikTok 的用户数量在全球范围内呈现出快速增长的态势, 其中印度尼西亚、美国和巴西是用户数量最多的三个国家。根据 Statista 数据, 截至 2024 年 7 月, 印尼已成为全球 TikTok 用户最多的国家, 用户总数达到 1.576 亿。美国以 1.205 亿的用户数排名第二, 而巴西则以 1.053 亿用户数位居第三。

TikTok Top3 国家用户数量一览

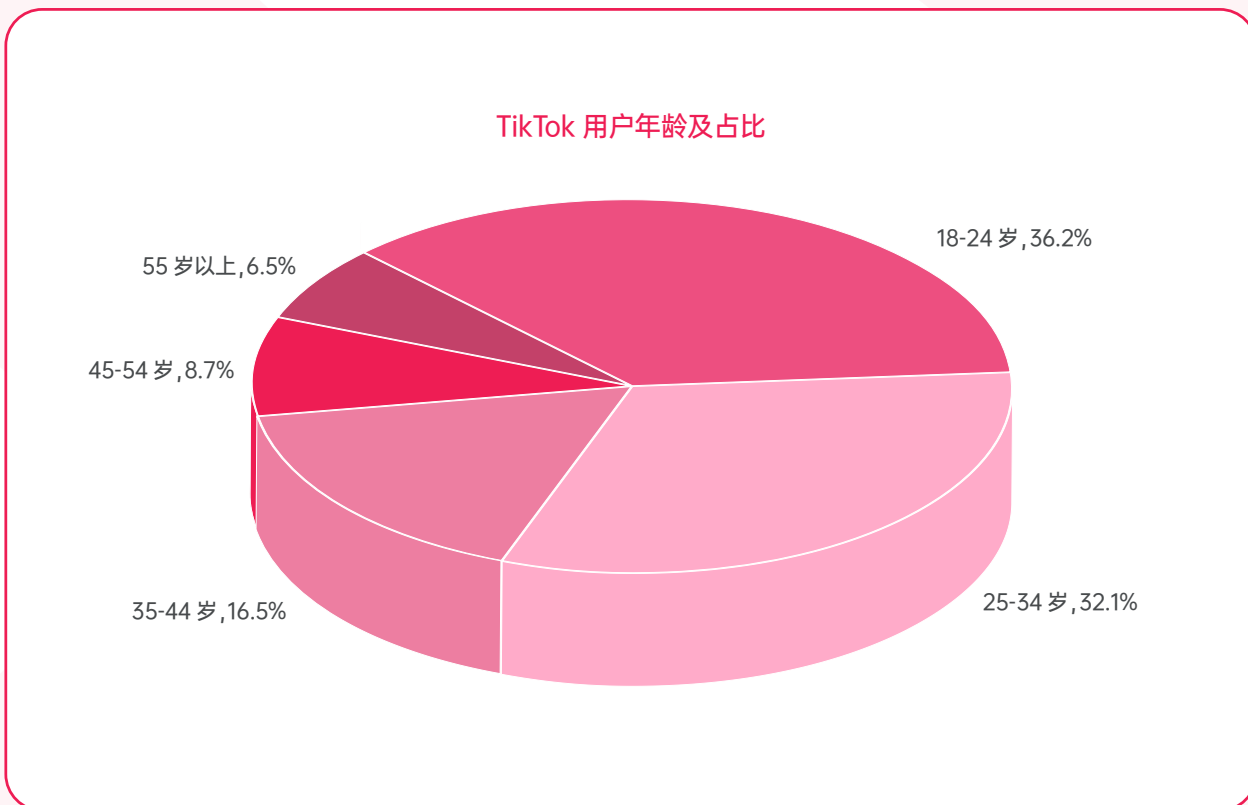


在前十名中,墨西哥、越南、巴基斯坦、菲律宾、俄罗斯、泰国和孟加拉国紧随其后。



## ▶ 年轻用户成 TikTok 主力军

数据显示，大多数 TikTok 用户年龄在 18 至 34 岁之间，占 68.3%。其中，36.2% 的 TikTok 用户属于 18 至 24 岁年龄组。



## ▶ TikTok 估值或达 1500 亿美元

对于 TikTok 的估值，目前在业内并没有达成共识。此前，字节跳动在提出回购要约后，将自己的估值定在 3000 亿美元左右。而知情人士透露，字节跳动高管此前认为，TikTok 的全球业务价值约为字节跳动整体价值的一半，根据此前的 3000 亿美元的估值，即约 1500 亿美元。

# ▶ TikTok 市场动态

## ▶ TikTok 抗争，“不卖就禁”法案

2024 年，TikTok 在美国的发展之路充满坎坷与挑战。3 月 5 日，美国两党国会议员正式提出了针对 TikTok 的“不卖就禁”法案。面对这一局势，TikTok 的 CEO 周受资在公开声明中坚决排除了出售 TikTok 的可能性，随后不断抗争，为 TikTok 争取在美国继续运营的可能性。



## ▶ TikTok 遭遇多国审查与封禁

2024 年,除了美国的禁令威胁,在其他国家和地区,TikTok 也遭受到各种政府监管与封禁的压力。



# TikTok Shop 市场表现

2019年，TikTok推出了其电商平台TikTok Shop，为商家提供了直接在平台上开设店铺、展示和销售产品的机会。TikTok Shop率先登陆东南亚市场，成为当地电商直播领域的佼佼者，引领着东南亚电商直播新潮流。2023年9月，TikTok Shop美国站正式上线。此后，TikTok Shop陆续扩张其在全球范围内的商业版图，展现出巨大的潜力和爆发力。

## ▶ 数据概览

### ▼ 全球站点共计 11 处

2024 年, TikTok Shop 的站点分布已经扩展至全球多个国家和地区, 主要包括以下几个关键市场: 美国、英国、印尼、泰国、马来西亚、越南、菲律宾、新加坡, 以及 2024 年底刚上线的西班牙、爱尔兰市场。另外, 还有于 2025 年 1 月份上线的墨西哥站点。

TikTok Shop 站点分布情况		
市场	站点	上线时间
北美	美国	2023 年 9 月
	墨西哥	2025 年 1 月
东南亚	泰国	2023 年 2 月
	印尼	2021 年 2 月
	越南	2022 年初
	菲律宾	2023 年 2 月
	马来西亚	2022 年 4 月
	新加坡	2022 年 6 月
欧洲	英国	2021 年 4 月
	西班牙	2024 年 12 月
	爱尔兰	2024 年 12 月

## 总 GMV 约 300 亿美元

TikTok Shop 卖家的整体业绩在 2024 年表现出了强劲的增长势头和市场份额，尤其是在美国市场，本土卖家和跨境自营店模式显示出强大的竞争力和市场适应性。

EchoTik 数据显示，2024 年 TikTok 的年度总 GMV 达到约 300 亿美元，相较 2023 年增长了 7 倍。其中，美国市场以 70-80 亿美元的 GMV 成绩位列年度第一，年增长率达到 689%。泰国与印尼市场分别居于第二和第三。TikTok 越南市场在过去一年的电商表现中，显示出了可观的发展潜力。此外，新加坡和英国市场的增长速度较快。

### 2024 年 TikTok Shop 各站点 GMV 表现

排名	站点	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1	美国	70-80 亿	300 亿
2	泰国	50-60 亿	
3	印尼	50-60 亿	
4	越南	30-40 亿	
5	菲律宾	20-30 亿	
6	马来	20-30 亿	
7	英国	9-10 亿	
8	新加坡	3-4 亿	

### 2024 年 TikTok Shop 8 国 GMV 增长率排名

排名	站点	2024 年 GMV	2023 年 GMV	年增长
1	美国	70-80 亿	10-15 亿	689%
2	新加坡	3-4 亿	0.5-1 亿	482%
3	英国	9-10 亿	3-4 亿	263%
4	越南	30-40 亿	10-15 亿	258%
5	马来	20-30 亿	10-15 亿	249%
6	泰国	50-60 亿	20-25 亿	244%
7	菲律宾	20-30 亿	10-15 亿	220%
8	印尼	40-50 亿	20-25 亿	201%

## 全球店铺数突破 101 万

截至 2024 年，TikTok Shop 全球店铺数量分布不均衡，高销售额店铺大量涌现。EchoTik 数据显示，2024 年共有 101.5 万家商店通过 TikTok Shop 进行销售。其中，美国市场拥有最多的店铺，数量达到 25.6 万家，印尼市场则以 19.4 万排在第二位。与之相比，英国和新加坡的活跃店铺数量较少，这也反映出不同市场之间的电商活动存在着显著差异。

具体各站点店铺数量及排名情况如下表：

2024 年 TikTok Shop 8 国小店数量总榜			
排名	站点	小店数量 (约)	GMV 合计 (约)
1	美国	25.6 万	101.5 万
2	印尼	19.4 万	
3	越南	15.1 万	
4	泰国	15 万	
5	马来	10.7 万	
6	菲律宾	9.9 万	
7	英国	4.4 万	
8	新加坡	1.4 万	

各站点店铺表现方面，来自泰国市场、主营电子产品类目的 Namkang mobile 小店凭借 0.8-1 亿美元的 GMV，拿下 2024 年度 TOP 小店总榜的第一名。紧随其后的是美国站点中主营户外运动的 Halara US，其 GMV 达到 6500-8100 万美元。

2024 年 TikTok Shop 8 国 TOP1 小店总榜				
排名	站点	小店名称	主类目	GMV(\$)
1	泰国	Namkang mobile	电子产品	0.8-1 亿
2	美国	Halara US	户外运动	6500-8100 万
3	印尼	ownerdavienaskincare	美妆个护	4500-5000 万
4	英国	Virgo boutique	女装和内衣	2500-3000 万
5	马来	MAZAVILLE	美妆个护	2500-3000 万
6	新加坡	Lassie Manna	美妆个护	2500-3000 万
7	越南	Jhanh Juy ne	女装和内衣	2500-3000 万
8	菲律宾	realme Philippines	女装和内衣	1500-2000 万

## 年度热销类目 TOP10

在 TikTok Shop 2024 年度热销类目 TOP10 榜单中，美妆个护类目 GMV 约 45-50 亿美元，年增长率为 210%，稳居年度热销类目冠军宝座。保健类目同样表现优异，总 GMV 为 10-15 亿美元，年增长率为 291%，位列榜单第三。另外，对比 2023 年，增长最高的类目是运动和户外，增长率高达 310%。

2024 年 TikTok 热销类目总榜

排名	类目名称	24 年 GMV(\$)	23 年 GMV (\$)	年增长
1	美妆个护	45-50 亿	20-25 亿	210%
2	女装与女士内衣	25-30 亿	10-15 亿	206%
3	保健	10-15 亿	4-5 亿	291%
4	食品和饮料	10-13 亿	5-6 亿	203%
5	电子产品	10-13 亿	4-5 亿	254%
6	家居用品	9-10 亿	3-4 亿	254%
7	男装和内衣	9-10 亿	4-5 亿	206%
8	户外运动	8-9 亿	2-3 亿	310%
9	穆斯林时尚	7-8 亿	4-5 亿	175%
10	母婴用品	6-7 亿	3-4 亿	203%

## ▶ 8大市场表现

### ▼ 美国市场

#### ▼ 市场总体情况

2024 年 TikTok Shop 美区市场表现出巨大的增长潜力，市场销售额屡创新高。EchoTik 数据显示，2024 年 TikTok Shop 美区 GMV 按月趋势整体向上，全年销售总额约 70-80 亿美元，而 2023 年为 10-15 亿美元，同比增长 689%。

具体月份来看，除 2024 年 8 月份小幅回落，其余月份的销售总额均逐月攀升。11 月份受黑五大促影响，单月销售总额达到近 12 亿美元。其中，11 月 29 日的单日 GMV 突破 1.3 亿美元，整场大促期间的支付 GMV 暴涨 176%，日均 GMV 也同比暴涨超过 3 倍。可以说，TikTok Shop 在美国市场这一年的表现令人瞩目，而美国也成为了 TikTok Shop 的最大市场。

2024 年 TikTok Shop 美国站 1-12 月 GMV			
月份		GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1 月		3.4-3.5 亿	70-80 亿
2 月		3.5-3.55 亿	
3 月		4.0-4.3 亿	
4 月		4.4-4.5 亿	
5 月		4.7-4.75 亿	
6 月		5.28 亿	
7 月		6.1-6.2 亿	
8 月		5.5-5.6 亿	
9 月		6.4-6.5 亿	
10 月		7.5-7.55 亿	
11 月		11.8-11.9 亿	
12 月		11.8-11.9 亿	

## 热销类目 TOP10 榜

据 EchoTik 数据，2024 年 TikTok Shop 美区热门类目中，美妆个护和女装是销售表现最好的两大类目，其中，美妆个护以 13.7-13.75 亿美元的 GMV 稳居美国市场第一热门类目。保健和手机数码类目，由于部分超级爆品，带动该类目的销售额进入热门类目榜单前五。

此外，保健类目成为美区年度热销黑马品类。EchoTik 数据显示，在 2024 年的前 8 个月里，TikTok 美区保健品市场一直处于稳健增长的状态，连续霸榜 TikTok 美区月销量冠军，最终该类目以约 5.89 亿美元的 GMV 收官，位列美区热门类目榜第三。

2024 年 TikTok Shop 美国站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	13.7-13.75 亿
2	女士服装	7.9-7.98 亿
3	保健	5.88-5.89 亿
4	户外运动	4.25-4.28 亿
5	手机数码	3.9-3.92 亿
6	收藏纪念品	3.55-3.57 亿
7	家居用品	2.65--2.68 亿
8	时尚配饰	2.6-2.63 亿
9	纺织家居	2.3-2.32 亿
10	食品饮料	2.01-2.03 亿

## 热销商品 TOP10 榜

2024 年 TikTok Shop 美区的热销商品中，清洁与养生成为关键词，这一趋势反映了美国消费者对于日常护理和健康生活的关注增加。EchoTik 数据显示，TikTok Shop 美区 2024 年度热销商品 TOP10 中，一款 15 天肠道清洁胶囊以 202.6 万的销售量拿下榜一席位，总 GMV 约 2870 万美元。位于榜单第二的是一款椰子薄荷拉油，其销量为 138.2 万。

此外，一款唇线笔也有优异表现，共售出了 98.5 万件，GMV 约为 1338.7 美元，居于热销榜第三位。

2024 年 TikTok Shop 美国热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV 约 (\$)
1	15 天肠道清洁胶囊	健康	202.6 万	2870 万
2	椰子薄荷拉油	护理和美容	138.2 万	1344.7 万
3	唇线笔	护理和美容	98.5 万	1338.7 万
4	多胶原肽粉	护理和美容	95.6 万	2730.5 万
5	维生素 D 软糖	健康	94.2 万	1287.2 万
6	室内除臭剂	家居用品	90.2 万	571.7 万
7	汽车空气清新剂	汽车和摩托车	89.5 万	376.1 万
8	汽车空气清新剂	汽车和摩托车	87.6 万	427.5 万
9	去角质爽肤水	护理和美容	83.1 万	893.6 万
10	URO 女性益生菌	健康	73.5 万	1643.5 万

## 东南亚市场

### 市场总体情况

2024 年 TikTok Shop 在东南亚市场不断狂飙突进。EchoTik 数据显示，截至 2024 年，TikTok Shop 在东南亚的总 GMV 已突破 210 亿美元，其中，泰国站以 50-60 亿美元的 GMV 坐上 TikTok Shop 东南亚市场的头把交椅。在六大站点的热门类目 TOP10 榜上，美妆个护均居榜首。

2024 年 TikTok Shop 泰国站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	3-3.01 亿	50-60 亿
2月	3.4-3.49 亿	
3月	3.4-3.42 亿	
4月	3-3.11 亿	
5月	3.5-3.62 亿	
6月	4-4.01 亿	
7月	4-4.16 亿	
8月	9-9.07 亿	
9月	6-6.08 亿	
10月	5.5-5.61 亿	
11月	4.9-4.96 亿	
12月	6.5-6.56 亿	

2024 年 TikTok Shop 印尼站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	2.2-2.24 亿	50-60 亿
2月	2.8-2.82 亿	
3月	3.7-3.78 亿	
4月	3.4-3.47 亿	
5月	3.3-3.4 亿	
6月	2.98-3 亿	
7月	3-3.04 亿	
8月	3.4-3.43 亿	
9月	4.1-4.13 亿	
10月	4.2-4.3 亿	
11月	3.7-3.8 亿	
12月	4.3-4.34 亿	

### 2024 年 TikTok Shop 越南站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	2.75-2.76 亿	30-40 亿
2月	2.76-2.77 亿	
3月	2.92-2.93 亿	
4月	2.3-2.31 亿	
5月	2.06-2.08 亿	
6月	2.45-2.48 亿	
7月	2.3-2.32 亿	
8月	2.79-2.8 亿	
9月	3.46-3.48 亿	
10月	3.48-3.49 亿	
11月	3.25-3.3 亿	
12月	3.68-3.7 亿	

### 2024 年 TikTok Shop 菲律宾站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	1.77-1.79 亿	20-30 亿
2月	1.85-1.86 亿	
3月	1.8-1.81 亿	
4月	1.89-1.9 亿	
5月	1.9-1.92 亿	
6月	2.19-2.2 亿	
7月	2.3-2.34 亿	
8月	2.3-2.32 亿	
9月	2.6-2.62 亿	
10月	2.48-2.5 亿	
11月	2.55-2.56 亿	
12月	3.1-3.12 亿	

### 2024 年 TikTok Shop 马来站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	1.3-1.33 亿	20-30 亿
2月	1.8-1.85 亿	
3月	2.15-2.18 亿	
4月	1.8-1.82 亿	
5月	1.85-1.86 亿	
6月	1.88-1.89 亿	
7月	1.89-1.9 亿	
8月	2.2-2.23 亿	
9月	2.8-2.83 亿	
10月	2.7-2.74 亿	
11月	2.59-2.6 亿	
12月	2.7-2.8 亿	

### 2024 年 TikTok Shop 新加坡站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	700-750 万	3-4 亿
2月	1000-1050 万	
3月	1000-1050 万	
4月	850-900 万	
5月	900-950 万	
6月	1150-1200 万	
7月	1350-1400 万	
8月	1250-1300 万	
9月	1650-1700 万	
10月	1300-1350 万	
11月	2200-2250 万	
12月	1650-1700 万	

## 热销类目 TOP 10 榜

### 2024 年 TikTok Shop 泰国站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	10.3-10.31 亿
2	女士服装	10.3-10.31 亿
3	健康	3.83-3.85 亿
4	食品饮料	3.3-3.32 亿
5	家居用品	2.5-2.56 亿
6	电子产品	2.1-2.2 亿
7	母婴用品	1.55-1.56 亿
8	男士服装	1.52-1.54 亿
9	纺织家居	1.22-1.24 亿
10	宠物用品	1.1-1.02 亿

### 2024 年 TikTok Shop 印尼站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	7.54-7.56 亿
2	女士服装	4.4-4.42 亿
3	穆斯林时尚	3.77-3.8 亿
4	男士服装	2-2.01 亿
5	电子产品	1.7-1.73 亿
6	食品饮料	1.44-1.46 亿
7	母婴用品	1.35-1.36 亿
8	鞋履	1.28-1.3 亿
9	箱包	1.1-1.12 亿
10	家居用品	0.99-1.1 亿

### 2024 年 TikTok Shop 越南站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	5.8-5.81 亿
2	女士服装	3.68-3.69 亿
3	男士服装	2.1-2.14 亿
4	食品饮料	2-2.05 亿
5	母婴用品	1.48-1.49 亿
6	家居用品	1-1.04 亿
7	电子产品	0.98-0.99 亿
8	鞋履	0.88-0.9 亿
9	健康	0.86-0.88 亿
10	户外运动	0.72-0.74 亿

### 2024 年 TikTok Shop 菲律宾站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	4.1-4.11 亿
2	女士服装	2.9-2.93 亿
3	电子产品	1.72-1.74 亿
4	男士服装	1.25-1.26 亿
5	母婴用品	1.18-2 亿
6	家居用品	1.1-1.13 亿
7	鞋履	0.88-0.9 亿
8	健康	0.84-0.85 亿
9	箱包	0.8-0.82 亿
10	食品饮料	0.79-0.81 亿

### 2024 年 TikTok Shop 马来站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	4.4-4.46 亿
2	穆斯林时尚	2.88-2.9 亿
3	食品饮料	1.67-1.7 亿
4	女士服装	1.16-1.18 亿
5	健康	0.9-0.92 亿
6	家居用品	0.88-0.9 亿
7	户外运动	0.76-0.79 亿
8	汽配	0.7-0.71 亿
9	电子产品	0.68-0.7 亿
10	母婴用品	0.59-0.61 亿

### 2024 年 TikTok Shop 新加坡站类目 TOP10

排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	3980-4033 万
2	健康	1330-1387 万
3	食品饮料	805-845 万
4	家居用品	720-770 万
5	家用电器	560-610 万
6	电子产品	410-470 万
7	女士服装	344-395 万
8	玩具类目	320-370 万
9	珠宝首饰	230-288 万
10	箱包	210-246 万

## 英国市场

### 市场总体情况

2024 年 TikTok Shop 英国市场潜力初现，总 GMV 突破 10 亿美元，年增长率 263%。EchoTik 数据显示，受黑五大促影响，TikTok Shop 英区 11 月份的 GMV 最高突破 1.15 亿美元。在年度类目 TOP 榜上，美妆个护凭借 1.52-1.54 亿美元的 GMV 成为英区热销类目第一，女装类目紧随其后。

2024 年 TikTok Shop 英国站 1-12 月 GMV

月份	GMV(\$)	GMV 合计 (约)
1月	0.5-0.57 亿	9-10 亿
2月	0.7-0.72 亿	
3月	0.7-0.73 亿	
4月	0.5-0.58 亿	
5月	0.6-0.61 亿	
6月	0.6-0.68 亿	
7月	0.7-0.71 亿	
8月	0.8-0.9 亿	
9月	1.2-1.24 亿	
10月	1.1-1.11 亿	
11月	1.1-1.15 亿	
12月	0.9-0.96 亿	

## 热销类目 TOP 10 榜

2024 年 TikTok Shop 英国站类目 TOP10		
排名	类目	GMV(\$)
1	美妆个护	1.52-1.54 亿
2	女士服装	1.43-1.45 亿
3	健康	3990-4000 万
4	家居用品	3930-3400 万
5	户外运动	3340-3500 万
6	食品饮料	2550-2700 万
7	电子产品	2120-2200 万
8	玩具类目	1690-1800 万
9	纺织家居	1600-1650 万
10	穆斯林时尚	1440-1500 万

# TikTok Shop 营销洞察

在社媒营销的浪潮中，达人和达人带货已经成为 TikTok 电商的重要组成部分。越来越多的品牌通过与具有影响力的网红合作，利用其社媒影响力打开海外市场。

短视频、直播带货作为 TikTok 不可或缺的营销利器，正在吸引广大用户关注、高效推广各类产品以及促进销售转化等多个方面，发挥着举足轻重的作用。

## ◀ 8大站点达人盘点

EchoTik 数据显示,2024 年 TikTok Shop8 大站点的达人总数合计约 2270 万,视频发布总量合计约为 4.5 亿。

其中,美国是达人保有量最多的站点,在 2024 年达到约 1704 万,美国同时也是达人视频发布量最多的站点,达到约 2.08 亿。

排名第二的印尼,是 TikTok Shop 东南亚站点中达人数量和达人视频发布量最多的站点,另一首批开放站点,英国紧随其后,

除新加坡,东南亚其余站点的达人体量并无明显差距,而造成新加坡站点排名垫底的主要原因是当地仅 500 多万的人口,但同时,当地远超东南亚平均的消费水平也令新加坡站点的发展潜力十足。

2024 年 TikTok Shop 8 国达人 / 达人视频数量总榜

排名	站点	达人数量 (约)	达人视频量 (约)	达人总量 (约)	视频总量 (约)
1	美国	1704 万	2.08 亿	2270 万	4.5 亿
2	印尼	148 万	6320 万		
3	英国	117 万	2786 万		
4	泰国	74 万	4410 万		
5	菲律宾	90 万	4142 万		
6	马来	68 万	3323 万		
7	越南	67 万	2777 万		
8	新加坡	6.2 万	478 万		

从达人数量和达人视频量的比值来看，东南亚站点的达人视频发布频次普遍高于英国、美国站点。

究其原因，东南亚线上消费者中年轻人人居多，更愿意接纳，并尝试社媒种草、直播间购物等新消费模式，而达人们高频率发布视频这一行为，则从侧面说明了社媒电商、直播电商在东南亚消费者心中的地位正在不断提升。同时也说明，达人在面向东南亚消费者进行带货时，更倾向于多次触达，提升种草效果。

达人的地区分布情况显示，截至 2024 年，美国、印尼、英国是所有统计国家中拥有达人数量最多的国家；从地域分布来看，达人主要分布在东南亚，其中优质达人(即粉丝数量大于 10 万的达人)数量排名 TO3 国家分别是印尼、越南、泰国。

2024 年 TikTok Shop 达人地区分布情况

排名	达人地区分布	达人数量	优质达人地区分布 (>10 万粉丝)	达人数量
1	美国	1704 万	美国	216k
2	印尼	148 万	印尼	59.3k
3	英国	117 万	越南	34.4K
4	菲律宾	90 万	泰国	33.7K
5	泰国	74 万	英国	31.7K
6	马来	68 万	菲律宾	29.0K
7	越南	67 万	马来	18.6K
8	新加坡	6.2 万	新加坡	1.6K

## ▼ 美国站达人营销趋势

2024 年，TikTok Shop 进一步加强了其在内容电商领域的投入与战略部署，通过激励卖家积极投身直播、大力扶持达人及达人带货等一系列措施，推高了达人营销在各站点的走势。

以美国站点为例，根据 TikTok Shop 官方披露的数据，2024 年，POP 达人 GMV 同比 2023 年上涨 346%，动销达人数量和头部动销达人数量分别上涨 416%、472%。

此外，一众明星的加盟更是为 TikTok 的直播带货注入了新活力，在其影响下，2024 年美国站点的直播带货 GMV 屡创新高。以下将从短视频、直播和达人三个维度复盘 2024 年 TikTok Shop 达人营销表现。



## 短视频营销

根据 Kalodata 数据, 2024 年, TikTok Shop 美国站点 GMV TOP10 电商短视频分别来自 danielleathena、bestiebriitt、ontopshopfinds 等达人, 其入榜短视频均取得了超百万美元的 GMV。

其中, 创作者 danielleathena(粉丝量 54.7 万)的一则带货视频的 GMV 高达 186 万美元, 同时斩获 7300 万播放和 318 万点赞, 成为本年度带货视频榜首。

GMV 排名 2-4 位次的达人粉丝量均低于 10 万, 同时, 其广告流量占比在 TOP10 中排名末尾; 从 ROAS 情况来看, 粉丝量仅为 2.7 万的达人 tnpfinds, 创造了高达 10.42 的转化。总体来说, 尾部达人拥有更高的投入产出比, 而头部达人拥有更强大的影响力, 两者均对产品销量起到了较大的拉升效果。

另外在带货类型上, 入榜 TOP10 的短视频带货产品主要为美妆、个护、家居日用、运动健身等。

美国 GMV Top 10 电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (百万美金)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	danielleathena	1.86	73	318	7月3日	71.64	1.45
2	bestiebriitt	1.48	19	26	5月14日	38.14	2.48
3	ontopshopfinds	1.39	21	8	4月7日	44.93	1.91
4	ttshopfaves	1.3	22	42	3月3日	29.27	3.39
5	chels_alise	1.25	54	65	3月8日	66.63	1.21
6	deshasharee	1.22	25	58	3月21日	17.64	2.08
7	ohhgoodnessme	1.16	43	14	4月28日	74.29	1.25
8	nina.r.reed	1.01	18	37	1月29日	44.93	2.59
9	tnpfinds	1		5	4月22日	60.81	10.42
10	jjustinchung	1	19	68	3月25日	97.1	1.46

## 直播营销

根据 Kalodata 数据, 2024 年, TikTok Shop 美国站点 Top10 类目下 Top 10 直播间分别来自 iamstormisteele、jeffreestar、simplymandys 等头部知名达人, 2024 年超百万美元 GMV 的直播活动皆来自以上 3 位创作者。带货产品类型上, TOP10 直播间销售的产品类目主要为家居日用、美妆个护。

2024 美国 Top10 类目下 Top 10 直播间						
直播名称	达人名称	创建日期	持续时间	GMV (百万美金)	总观次 (万次)	
Black Friday KNOCKOUT!!	iamstormisteele	11月29日	11	1.55	197	
Jeffree's Approved Picks	jeffreestar	5月30日	8	1.28	143	
Black Wednesday Mega LIVE	simplymandys	11月27日	13	1.18	249	
STORMI' s MEGA CANVAS GALORE LIVE	iamstormisteele	9月27日	9	1.11	129	
Deals of the Year Live!!	simplymandys	7月9日	8	1.06	170	
Black Wednesday Mega LIVE	simplymandys	11月27日	9	1.05	198	
Big #StarFestival LIVE	jeffreestar	6月21日	9	1	202	
STORMI x TIKTOK DEALS 4 YOU	iamstormisteele	7月11日	8	0.8	151	
KEVIN HART - GOLI X VITAHUSTLE	golinutrition	10月15日	9	0.74	170	
Cyber Monday Mega LIVE	simplymandys	12月2日	9	0.67	148	

其中, iamstormisteele 和 simplymandys 是专业的带货达人, 截至 2025 年初, 其 TikTok 账号的粉丝量已分别累积至 47.7 万、33.0 万。iamstormisteele 目前在运营自有美妆品牌, 其入榜 TOP10 的直播间活动包括与平台合作的带货项目和自有品牌带货直播, 3 场活动 GMV 合计突破 300 万美元, 累积观看次数近 500 万。



**iamstormisteele** CANVAS BEAUTY BRAND

关注

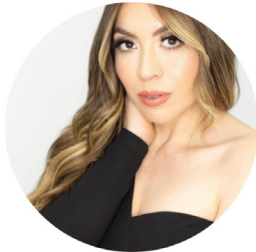
消息



305 已关注 477.1K 粉丝 7.9M 赞

BODY GLAZE Creator.

[www.canvasbeautybrand.com](http://www.canvasbeautybrand.com)



**simplymandys** simplymandys

关注

消息



73 已关注 329.7K 粉丝 3.7M 赞

Hola Frens bienvenidas a mi tienda en línea 🇺🇸

Email:simplymandysttcs@gmail.com

直播活动 · Jan 11, 6:00 AM | 2



**jeffreestar** Jeffree Star

关注

消息



255 已关注 7.5M 粉丝 159.6M 赞

Makeup mogul and Yak rancher 🇺🇸 Living in Wyoming, living my dreams! 🌟 🇺🇸

[www.jeffreestar.com](http://www.jeffreestar.com)

「图源: TikTok」

jeffreestar 是专业美妆博主,在入驻 TikTok 前已在 YouTube 拥有千万粉丝,转战 TikTok 后也迅速成为百万粉创作者。巨大的流量加持,以及 jeffreestar 多年来专业美妆博主的口碑,让用户对其推荐的产品青睐有加,直播间 GMV 屡创新高,展现了其头部达人的市场号召力。

从直播时间点上,除 jeffreestar,其余 TOP10 直播间的创建时间均处于黑五大促前后,用户需求、平台流量,以及用户消费行为转变等多重因素的托举,对直播间 GMV 的拉升起到了直观的作用。此外,入榜 TOP10 直播的时长平均高达 10 小时,长时间的直播,为增强用户粘性、扩大直播影响力提供了有力支撑。

## 达人营销

Kalodata 数据显示, 2024 年, TikTok Shop 美国站点 Top10 类目中, 美妆及个护类目下 TOP1 达人所累积的销售额居各类目之首, 女装及内衣、健康类目紧随其后。

从达人的粉丝量情况来看, 各类目的 TOP 达人主要为粉丝达到 10 万 + 的优质达人, 但也不乏粉丝量仅过万的尾部达人。

2024 美国 Top10 类目下 Top1 达人			
达人	类目	销售额 (百万美元)	粉丝量 (万)
danielleathena	Beauty & Personal Care	7.06	54.7
highland.fashion7	Womenswear & Underwear	4.39	10.7
celiacruzss	Health	2.14	2.5
funfamilydealz	Sports & Outdoor	2.04	9.7
wellnesswizards4	Phones & Electronics	2.84	18.5
jadaallurex	Fashion Accessories	1.31	7.9
bryttani_mingo	Home Supplies	1.3	18
bestiebriitt	Household Appliances	4.11	7.3
jessikabaileyg	Food & Beverages	1.79	28.2
tylerhennis	Menswear & Underwear	1.39	1.7

2024 年, 美国是 TikTok Shop8 大站点中, 唯一达人数量破千万的站点, 按照头部、肩部、腰部、尾部的量级划分, 美国站点的达人和带货达人分布均呈金字塔状态, 即头部达人处于塔尖位置, 数量最少, 尾部达人处于塔底, 数量占比最多。自下而上, 品牌所需投入的资金量和预期效果也存在较大的差异。

## 2024 年 TikTok Shop 美国达人及带货达人分布

位置分布	达人	带货达人
头部	0.01%	0%
肩部	0.09%	0.03%
腰部	1.17%	0.36%
小型	8.52%	2.05%
尾部	90.21%	97.56%

注：按粉丝量级划分

# TikTok Shop 平台动态

2024年，TikTok Shop 平台发展势头强劲。为吸引更多商家入驻，平台大幅降低入驻门槛，简化开店流程，让众多中小商家迎来新机遇。同时，平台推出一系列扶持政策助力商家快速成长。

在市场拓展方面，TikTok Shop 持续发力，新增西班牙、爱尔兰等站点，不断扩大在欧洲市场的版图。

# ★ TikTok Shop 平台动态

## ▼ 美国

▼ 6月13日，针对中国内地及中国香港的商家，TikTok Shop 美区要求商家具备美国本地仓储物流能力、独立站 / 跨境电商平台运营经验及良好的店铺经营指标即可入驻。

7月，除了需要具备美国本地仓储物流能力，针对拥有亚马逊、eBay、沃尔玛以及独立站等平台运营经验，且开店主体为中国内地主体和中国香港主体的商家，可享受“0 流水”入驻。

10月，新增 TEMU 半托管、Shein 半托管、阿里速卖通自运营 3 类商家，同时降低亚马逊、Walmart、Wayfair、eBay、独立站商家入驻要求，此外新增了抖音电商知名品牌的快速入驻通道。

11月19日起，Accu 店(美国公司主体)和 CCCU 店(中国内地 / 香港主体)不再将第三方平台经验作为必要条件，但这两种模式均需要美国本土发货。

### 1. 成为卖家的条件:

- 拥有合法的企业营业执照
  - 支持中国内地和中国香港营业执照

(如果您是美国资质企业，将使用和中国企业不同的入驻链路，入驻后使用的卖家中心 (seller center) 将和美国本土商家一样。)

- 卖家的营业执照需覆盖商家所售商品类目的经营活动
- 具有货架电商运营经验 **(11.19开始为非必要项)**
  - 需要提供对应三方平台的运营经验证明；**若提报亚马逊运营经验且为两百万或千万大商，拥有专属权益**
- 具有美国本地仓储物流能力，需要美国本地发货
  - 目前支持美国海外仓或者FBA多渠道配送发货
- 产品符合当地出口要求和平台治理需求

## ▼ 东南亚

### ▼ 6月以前

TikTok Shop 东南亚跨境入驻要求商家拥有企业营业执照，并且法人需在第三方电商平台有运营经验。

### ▼ 6月

2024年6月，TikTok Shop 宣布企业营业执照的商家即使没有电商经验也可申请入驻TikTok Shop 东南亚市场，而个体户营业执照的商家如果具备跨境电商或国内电商平台经验，同样可以申请入驻。

### ▼ 9月

从2024年9月10日起，TikTok Shop 在东南亚地区推出了新的招商政策，其中包括了“实名认证”模块的引入，确保卖家入驻时提交资质文件的真实性和合规性。



## ★ 多项政策变动

### ▼ 打造全球爆品,推出“产业带 100 计划”

TikTok Shop 跨境电商于 2024 年 2 月 28 日正式宣布启动“产业带 100 计划”,其计划在 2024 年走进超 100 个产业带,打造超 10000 个全球爆品。



「图片来源: TikTok Shop 跨境电商」

据悉, TikTok Shop 的“产业带 100 计划”有三大亮点: 激活“产业带 × 流量”的优势、全方位联动生态伙伴、定向扶持优质商家。

### ▼ 欧洲五站点开始定招

2024 年 5 月, TikTok 在德国、意大利、法国、西班牙、爱尔兰五国推出定向招商计划。

该计划特别针对具备本土货源、本土仓库、VAT 资质、本土流水达到 100 万及拥有本土营业执照的商家。此外, 还要求商家在其他 TikTok 区域有丰富的运营经验。

此次招商计划的推出, 也标志着 TikTok 在欧洲市场的进一步深耕与拓展。

### ▼ 出台“亿元俱乐部”专项政策

TikTok Shop 跨境电商于 2024 年 2 月 28 日正式宣布启动“产业带 100 计划”, 其计划在 2024 年走进超 100 个产业带, 打造超 10000 个全球爆品。

### ▼ 推出“百万英镑俱乐部计划”

TikTok Shop 英国站推出“百万英镑俱乐部”计划，通过提供 90 天免佣金销售、免费仓储配送、入驻上架支持、卖家培训和营销合作等五项服务，以及额外的推广支持，助力新商家在平台上迅速增长，实现 100 万英镑的收入目标。

这一计划为英国新商家提供了一个全面的支持体系，旨在帮助他们在 TikTok Shop 平台上快速成长并实现销售目标。

### ▼ 实行店铺保证金政策

TikTok Shop 美区宣布自 2024 年 8 月 16 日起，针对跨境自运营商家推出“店铺保证金”政策。每个店铺需根据平台提示缴纳 500 美元保证金。若商家拥有多家店铺，则每家店铺都需要分别缴纳。新入驻店铺缴纳保证金后，才能够正常发布新商品，但保证金能够退还。

## TikTok Shop 美区跨境自运营 商家入驻标准及 保证金政策更新



「图片来源：TikTok Shop」

若商家未能按时缴纳保证金，店铺可能会面临商品下架、货款提现困难甚至店铺关闭等影响。

### ▼ 美国站账期调整政策

从 2024 年 11 月 1 日起，TikTok Shop 美国站将跨境自运营卖家的付款周期从 15 天缩短至 8 天。

这一调整意味着商家能够更快地回收销售所得，从而提高资金流动性，使得商家能够更迅速地将资金重新投入到产品采购、库存管理和市场营销等关键业务活动中。

### ▼ 上线西班牙及爱尔兰站

2024 年 12 月 9 日，TikTok Shop 西班牙站点正式上线。目前，西班牙站点仅接受受邀卖家参与，已有超过 500 家受邀商家入驻，商品 SKU 数量达 30 万。“全托管”和“跨境”模式预计将于明年 3 月开放。



「图片来源：网络」

2024 年 12 月 11 日，TikTok 官方发布公告，将开通 TikTok Shop 爱尔兰站点。目前，每月约有 220 万爱尔兰用户访问 TikTok。

## ▼ 东南亚站推出“退款不退货”功能

TikTok Shop 东南亚官方宣布,从 2025 年 1 月 8 日起,平台将推出“退款不退货”功能。该适用范围包括买家收货后因各种原因发起的退货退款申请,包括商品质量问题、商品与描述不符、改变购买意愿等。

根据公告,当买家发起退货退款申请时,商家需自行审核请求。若商家选择直接退款给买家,则需在卖家中心逐笔订单进行操作。

而对于处在“已发货”状态的 FBT (TikTok 发货) 订单,如果买家在预计交付日期后的 48 小时内仍未收到商品,则可申请“仅退款”。在这种情况下,平台将自动批准申请并承担退款费用,该笔退款将在 2 至 7 个日历日内补偿给卖家。

## ★ 加强外部合作

### ▼ TikTok 与亚马逊合作

8 月,亚马逊与 TikTok 签署合作协议,TikTok 用户将在“为你推荐”(For You)推送中看到亚马逊产品推荐,并可以通过简单的设置将 TikTok 账户与亚马逊账户关联。一旦账户关联,用户就可以在 TikTok 内完成购物结账,享受更快速、顺畅的购物体验,同时可以查看商品的实时定价、产品详情、Prime 资格和配送估算等信息。

### Shop select Amazon ads on TikTok without leaving the app

August 08, 2024

Users can now seamlessly discover and purchase their favorite products from Amazon directly within the TikTok app.

这一合作不仅简化了用户的购物流程,提升了购物体验,而且为亚马逊带来了庞大的流量入口和潜在消费者群体,同时也为 TikTok 开辟了新的商业变现渠道。

### ▼ TikTok 测试第三方链接功能

TikTok 正在测试一项新功能,允许部分创作者在帖子中直接嵌入第三方联盟合作伙伴的产品链接,其中包括亚马逊、沃尔玛、塔吉特、乐天、Temu、Impact、CJ、Expedia、Clickbank 和 Flexlink 等。



这项更新意味着创作者无需再依赖 Linktree 等个人简介链接工具,可以直接在帖子评论部分顶部添加购物链接,简化了用户找到推荐产品的过程,从而提升了购物体验。

TikTok 发言人确认,这是一项面向有限数量创作者的测试,并且正在收集用户和创作者的反馈以评估效果,但未透露是否会从这些链接的销售中收取佣金等细节。

# TikTok Shop 趋势前瞻

随着入驻门槛降低和扶持政策推出，TikTok Shop 平台卖家大量涌入，竞争与机遇并存。同时，政策监管趋严，如对数据隐私、商品质量等方面的监管加强，促使卖家合规运营。随着直播电商热潮持续，美区等多地涌现百万美元直播大场，推动商品销售增长。此外，AI 在内容电商领域发力，为卖家提供智能决策、内容创作等支持，助力提升运营效率和用户体验。

## ▼ 潜力爆发，众多卖家布局TTS

根据 EchoTik 统计数据,2024 年 TikTok Shop 的全球 GMV 预计将达到约 300 亿美元,创下新的收入纪录。其中美国市场 GMV 达到了约 80 亿美元,占比最高。紧随其后的是泰国市场,GMV 约为 60 亿美元。



「图片来源：网络」

与此同时,TikTok Shop 还通过一系列激励政策,如降低入驻门槛、减免佣金以及提供折扣补贴等措施,进一步吸引卖家入驻。

此外,从亚马逊等知名公司引进了大量人才,覆盖营销、创作者合作、品牌安全和运营等关键领域,也增强了 TikTok Shop 的市场竞争力,并加速了其市场扩张的步伐。

## 政策完善，严格实行卖家监管

在放宽入驻门槛、吸引大量卖家加入的同时，TikTok Shop 也面临着商家违规操作、侵权等问题的挑战。

为了遏制这种“野蛮生长”的现象，TikTok 果断启动了整改行动。据 TikTok 透露，已有超过 200 万个卖家账户因违反平台规则而被冻结或关闭，违规行为包括宣传违禁物品或滥用平台功能。同时，超过 50 万名内容创作者因未遵守社区准则或服务条款，部分功能也被删除。

严苛的监管措施表明了 TikTok 对违规行为“零容忍”的立场。同时为了帮助卖家更好地遵守平台规则并减少违规行为，TikTok 推出了包括账户健康报告、创作者政策测验等工具，并在部分城市举办现场研讨会，以此来优化平台生态，为卖家提供更为健康的发展空间。



## ▼ 跑马圈地，加速扩张欧洲市场

2024年12月9日，TikTok Shop 正式上线西班牙站点，开启了其在西欧地区的重要战略部署。现阶段，西班牙站点仅限受邀卖家参与，已有超过500家商家入驻，商品SKU数量突破30万件。预计2025年3月，TikTok 将开启“全托管”与“跨境”电商模式。



「图片来源：网络」

2024年12月11日，TikTok 宣布将在爱尔兰上线电商平台，进一步扩大其在欧洲市场的业务范围。根据官方数据，TikTok 在爱尔兰的月活跃用户数已达到220万。

最新数据显示，TikTok 在欧盟的用户总数已达1.42亿，月活跃用户突破1.5亿。庞大的用户基础为TikTok Shop 持续扩展欧洲电商市场搭建了重要桥梁，也为其在全球电商版图中的布局提供了坚实的支撑。

## ▼ 心智养成，直播电商热潮持续

TikTok 直播电商的发展得益于其强大的用户基础和内容创作生态。根据不完全统计，TikTok 的创作者数量已经突破了数亿大关，成为内容生态繁荣的关键推手。

海外用户直播购物的心智逐渐形成，让欧美区的直播电商业务开始了从萌芽到爆发期的转变。2024 年下半年，TikTok 欧美市场的直播 GMV 屡创新高。黑五期间，美区单场直播的最高销售额达到了 214.57 万美元，英区也创下了单场超过 200 万美元的销售纪录。



「图片来源：网络」

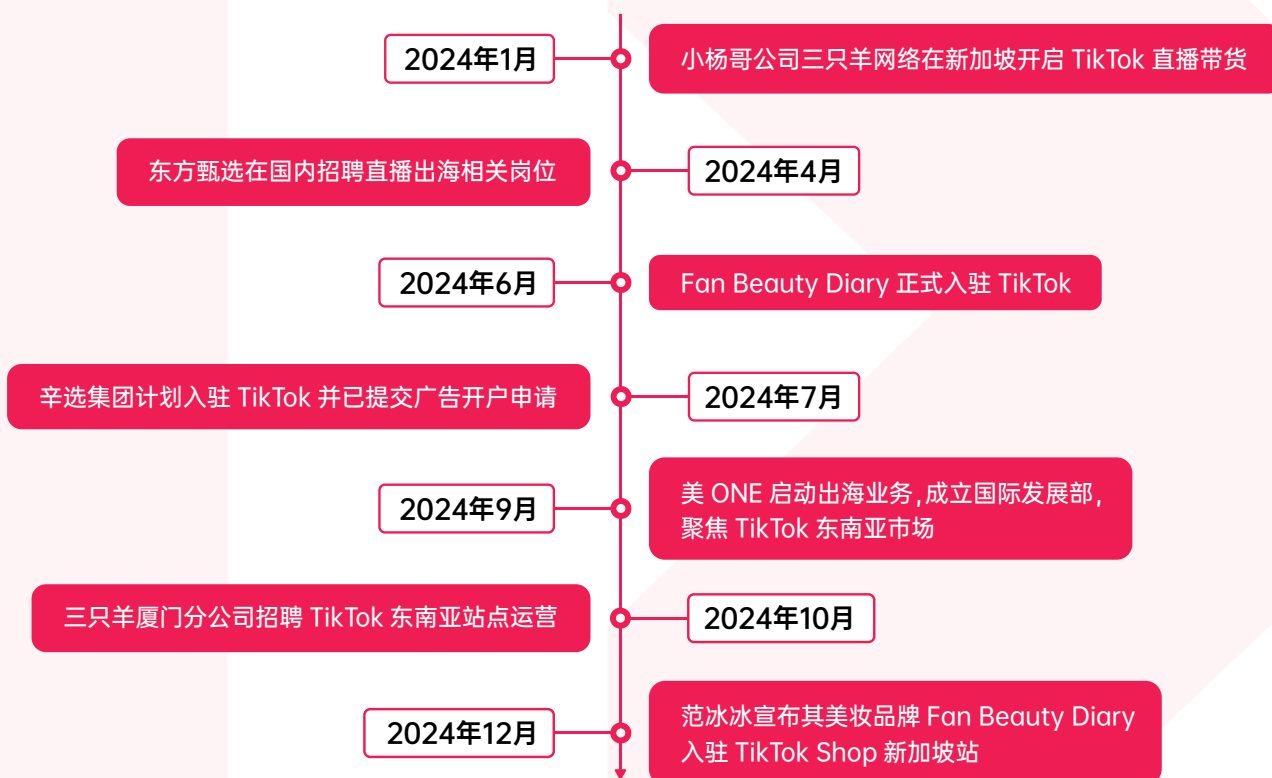
根据 Coresight Research 的预测，到 2026 年，美国直播电商市场的规模将达到 680 亿美元；英国的社交电商市场则预计将从 2024 年的 312.7 亿美元增长到 2029 年的 832.7 亿美元。

此外，欧美明星的参与也在一定程度上推动了这一热潮。例如，Nicki Minaj 首次参与 TikTok 直播带货，创下了超过 1.72 亿的观看次数，并获得 1.15 亿个点赞，进一步增强了直播电商的吸引力和市场热度。

## ▼ 扎堆出海，MCN 涌入 TikTok

随着国内直播电商市场的逐渐饱和，众多 MCN 机构开始寻求新的业务增长点，而尚未充分开发的海外电商直播市场，则成为其重要突破口。艾媒咨询的数据显示，2023 年中国跨境直播电商市场规模达 2845.8 亿元，增长率高达 155%，预计到 2025 年飙升至 8287 亿元。

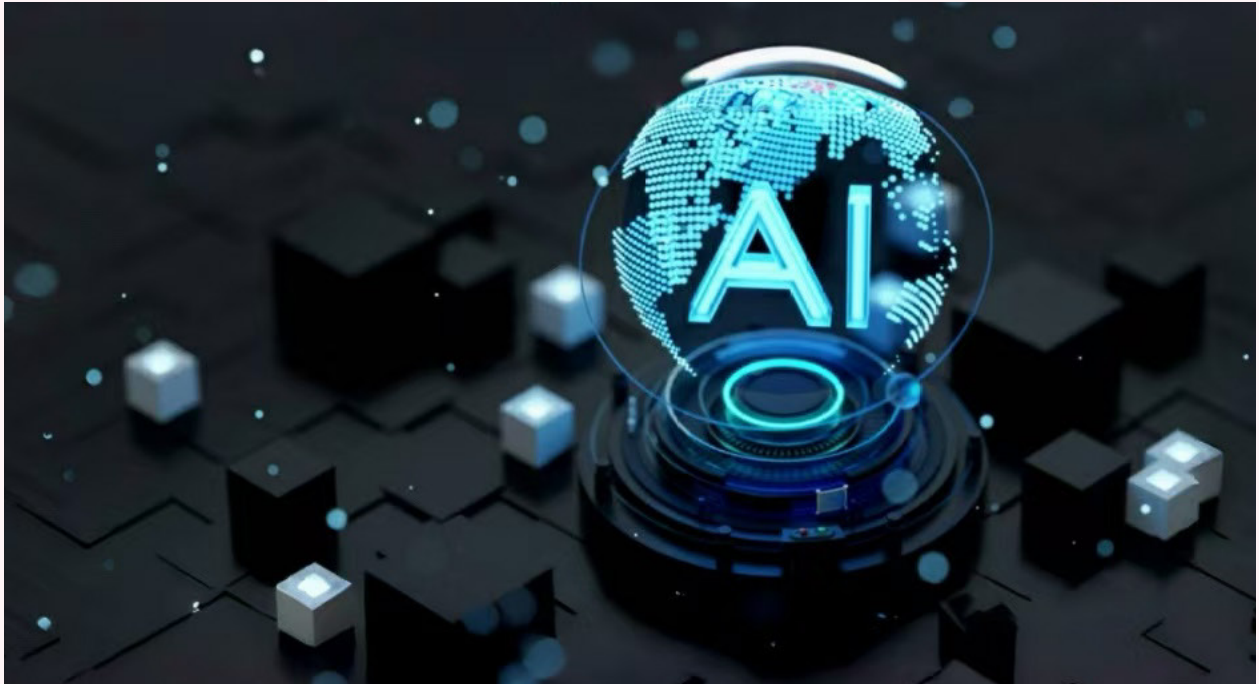
在这一背景下，2024 年众多国内头部 MCN 机构涌入 TikTok 出海赛道：



当下，跨境电商直播正呈现加速发展的态势。通过 TikTok 布局出海，正在成为推动 MCN 机构业务增长的关键。

## ▼ AI+ 时代，重塑 TikTok 电商生态

Bloomreach 的数据显示，预计到 2032 年，全球人工智能电商市场规模将达到 457.2 亿美元。目前已有将近九成(84%)的电商企业都将发展 AI 功能视为首要任务。



「图片来源：网络」

AI 技术的迅猛发展正在深刻改变跨境电商格局，TikTok 也在这一领域持续加码。2024 年 4 月，有消息透露，TikTok 正在开发“虚拟网红”，参与直播带货；2024 年 6 月，TikTok 推出了由生成式 AI 驱动的广告解决方案——Symphony，帮助创作者和品牌制作更具突破性的内容。

AI 技术广泛应用，正在重塑 TikTok 的电商生态。

## ▼ 爆款打造，内容生态持续升级

从 UGC 到 AR/VR 技术的引入, TikTok 持续升级其内容生态。

仅 2024 年, 就有多款产品通过 TikTok 视频展示迅速崭露头角。例如, 花西子与 TikTok 美妆达人 @malvina\_jsfan 合作发布的视频, 在短时间内获得了 350 万次播放和 74 万点赞, 极大提升了品牌的关注度并推动了销量增长。资深美妆博主 Sarah Cheung 通过在社交媒体上分享美妆技巧和产品评测, 增强其品牌 SACHEU Beauty 的影响力等。

TikTok 的内容生态为品牌营销带来了新的想象空间, 进一步推动了电商和社交媒体的深度融合。

# CONCLUSION

## 结语

面对与日俱增的市场竞争，以及不可预见的外部环境变化，2024年，TikTok Shop 仍展现出强劲的发展势头，其广阔的发展前景和巨大的市场潜力还将虹吸越来越多的跨境卖家、创作者、消费者持续涌入。

展望2025年，TikTok Shop 将进一步深度融合人工智能、大数据、增强现实等技术，为消费者打造个性化、沉浸式购物体验，同时，也为入驻TikTok Shop 的卖家打造更为高效、稳定的营运环境，为国内各大中小卖家提供低门槛、高质量发展的出海选择。

在全球化布局上，TikTok Shop 将进一步深化市场渗透，加速开拓欧洲、拉美等新兴市场，助力跨境卖家打开全球视野，拓展贸易边界。围绕创作者生态这一重要环节，TikTok Shop 还将以更精细的达人运作机制，强化优质达人的产出，以期打造优质且多元的内容生态，赋能卖家。

2024年是内容电商重塑消费者购物体验的关键一年，TikTok Shop，以及其他电商平台持续加码布局这一赛道，将推动行业迈向更高层次的发展阶段，为全球电商市场注入新的活力与机遇。

## 关于 TT123

TT123 是一家专注于 TikTok 卖家导航的网站，围绕商家出海需求，持续收集整理 TikTok 商家运营必备工具。

TT123 汇聚 TikTok 出海全链路合作伙伴，倾力打造无缝对接的服务生态圈，通过定期联动线上线下盛会，赋能 TikTok 商家跨境航程。

旗下公众号【TT123 跨境电商】，专注于社交电商与直播电商等新兴领域，以敏锐的洞察力捕捉每一个行业脉动，为卖家提供市场动态、政策解读、榜单数据、运营技巧等高质量内容。

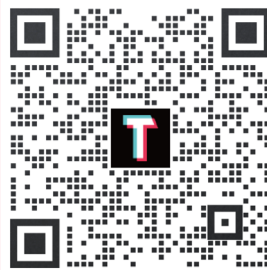
## 关注我们



TT123 公众号



TT123 视频号



TikTok 卖家交流群

## 活动预告

# 2025年上半年 TT123 线下活动预告

### 峰会/展中会/展会

- 2025.02.20**  
杭州  
2025 年首届「短视频直播」跨境电商全球资源对接大会
- 2025.03.06**  
泉州  
2025 TikTok Shop 全球拓量增长商家交流会 - 泉州站
- 2025.03.21**  
广州  
2025TikTok Shop 短视频直播新流量大会 - 深圳
- 2025.03.27**  
厦门  
聚势美区·拓赢全球  
亚马逊 +TikTok Shop 双平台驱动新流量大会
- 2025.04.17**  
广州  
2025 TikTokShop 短视频直播商家交流大会



TT123活动商务合作

## 特别鸣谢

感谢以下合作伙伴对本报告的大力支持



EchoTik-- 性价比最高的 TikTok 数据分析工具, 30 万真实卖家选择



Kalodata——顶级操盘手都在使用的 TikTok 数据分析工具

FastMoss——超 70 万全球用户在用的 TikTok 数据分析工具



DNY123——东南亚跨境电商网站媒体, 专注平台出海信息与出海资源



Hubstudio——多账号安全管理平台



BigSeller——超 93w+ 东南亚电商卖家都在用的免费 ERP



数说全球 - Gloda——行业首个三合一跨平台 TikTok 选品工具  
深度洞察 2000+ 细分类目趋势

## 关于 AMZ123

【AMZ123】是一家专注于跨境卖家导航的网站，围绕卖家需求，以一站式入口持续收集整理亚马逊卖家运营必备工具。

AMZ123 拥有庞大的粉丝群体，是目前跨境电商垂类领域流量前列的网站。旗下公众号【AMZ123 跨境电商】粉丝数 30w+，另有多公众号为辅，涉及领域包括品牌出海、独立站、TikTok 等主流跨境话题及市场，打造跨境电商自媒体矩阵，拥有一级垂直流量池，覆盖人群精准且庞大。

### 关注我们



AMZ123 跨境电商



AMZ123 跨境导航



跨境电商交流群

# 关于品牌方舟 BrandArk

品牌方舟 BrandArk 致力于让世界看见中国品牌的力量, 长期关注全球化、跨境出海、品牌增长等议题, 通过品牌案例分析、行业趋势解读, 从中洞察新兴市场和潜力赛道, 帮助出海者寻方向、悉脉搏、洞未来。

其中, 品牌方舟智库是平台旗下重点板块之一, 旨在对海内外 DTC 品牌及全球化企业进行深入报道, 让出海人在先行者的创业故事中, 看到更广阔的全球化蓝图。

欢迎关注品牌方舟, 让我们一同将出海之帆驶向更广袤的天地。

## 关注我们



品牌方舟公众号



品牌方舟视频号



扫码添加社群

# AMZ123 星球

「AMZ123 星球」跨境电商优质内容分享圈子,旨在打造更聚焦、更具针对性的会员服务,满足跨境用户对优质跨境内容的需求。

加入「AMZ123 星球」,你将获得以下权益:

## **每日一店·洞见卓越运营**

每个工作日精选一个具有代表性的亚马逊店铺,从店铺数据、产品特点、品牌与 listing 拆解、流量结构与市场调研进行多维度分析。

## **跨境干货·全链路知识库**

精选覆盖开店注册、合规运营、产品优化、营销推广、广告策略等全链条的知识体系干货文件。

## **跨境报告·洞察行业脉络**

精选跨境出海行业报告,涵盖出海各领域、市场的最新榜单、数据报告等,通过数据系统加深行业了解。



加入星球



星球咨询

「注:最终解释权归AMZ123所有」

## 报告团队

特此鸣谢参与本报告调查的跨境电商从业人员以及 TT123 报告团队：

【TT123 内容负责人】：西月

【TT123 跨境电商】：小卉、思思、念一、阿飞

数据收集整理：大木

报告设计制作：大可

审核与校对：西月

报  
/  
媒



## 版权声明

本数据报告页面内容、页面设计凡注明来源 TT123 的内容(文字、图片、标志、商标等)版权均归属于 TT123 所有,任何媒体、网站或个人未经 TT123 协议授权不得转载、链接、复制或以任何形式提供给第三方使用本数据报告相关内容。

需要使用本数据报告内容的媒体、网站或个人,请与 TT123 联系。相关授权使用者,在下载使用时必须注明稿件来源: TT123 跨境电商。

如未经授权或未按要求备注来源,一经发现,TT123 将依法追究责任。关于本报告的文字内容及调研数据,您有任何疑问,欢迎与我们联系。

TT123

