



# 「TikTok」十五国2026年7月市场全景概览

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

## DATA DRIVES DECISIONS!

© 2026 【蔚云出海(广州)企业咨询有限公司】 版权所有。  
未经书面许可，不得复制、转载、摘编或用于任何商业用途。违者将依法追究法律责任。



# 报告说明

**报告标题：** Tiktok - 15国 - 全类目 - 市场概况月报 - 2026年7月 - 蔚云出海

**撰写方：** 蔚云出海(广州)企业咨询有限公司

## 数据说明

**数据来源：** 本报告所有原始数据来自Tiktok官方平台公开数据

**分析范围：** 15个国家，25个一级类目，202个二级类目，1942个三级类目

**覆盖周期：** 2026年6月 - 2026年7月，报告中"本月"为 2026年7月，"上月"为 2026年6月。

**关于币种：** 本报告涉及的所有金额数据，均按各国家当地货币与美元之间的汇率统一换算为**美元**进行统计

## 核心目的

- **辅助市场判断：** 帮助跨境卖家快速了解各国家市场整体走势与变化方向，建立对TikTok电商全局的基础认知，辅助形成对市场热冷的初步判断。
- **辅助选品分析：** 通过各品类销售表现与排名变化，帮助使用者识别品类增长潜力与萎缩信号，为选品方向提供参考依据。
- **辅助品类调研：** 呈现各级类目销量分布与结构占比，帮助使用者快速锁定目标品类，缩小调研范围，提升品类调研效率。
- **辅助市场对比：** 打通15个国家数据，帮助使用者横向对比不同国家市场的销售体量与品类偏好，辅助判断目标市场的适配度与进入优先级。
- **辅助趋势把握：** 通过月度环比变化与热力图呈现，帮助使用者识别品类增长方向与下沉信号，辅助把握市场节奏。
- **辅助运营复盘：** 帮助使用者对照自身销售数据与大盘表现，定位自身品类在整体市场中的位置与差距，辅助运营策略调整。
- **辅助增长机会识别：** 帮助使用者从多维度数据中寻找潜在的增长空间与差异化机会，辅助资源投入方向的初步判断。

## 特别说明

- **误差来源说明：** Tiktok平台数据受算法估算偏差（如销量/搜索量为模型推算值）及类目定义变动影响，与实际值可能存在差异
- **类目变动：** Tiktok平台的类目定义可能不定期调整，这会对历史数据的可比性产生影响，报告中的分析已尽力规避，但仍可能存在误差。
- 报告中的**分析结论、图表及解读**版权归蔚云出海(广州)企业咨询有限公司所有
- 本报告基于Tiktok平台公开数据生成，旨在提供市场动态的参考性洞察，不构成直接运营决策建议。使用者需结合自身业务数据及实时市场验证结论，并关注政策更新对数据的影响。

# Tiktok市场整体发展概况

## 平台总体概况



2026年7月，在统计的15个国家25个一级类目中，销售额共6,988,956,984（美元），-551,241,556，降幅-7.3%；其中环比增长的一级类目数2个，二级类目数27个，三级类目数587个。

平台总销售额

7 十亿

销售额环比：↓ -551.2百万

环比增长率：↓ -7.3%

国家数量

15

环比增长国家数量：6个

环比下滑国家数量：9个

一级类目数量

25

环比增长类目数量：2个

环比下滑类目数量：23个

二级类目数量

202

环比增长类目数量：27个

环比下滑类目数量：169个

三级类目数量

1942

环比增长类目数量：587个

环比下滑类目数量：1281个

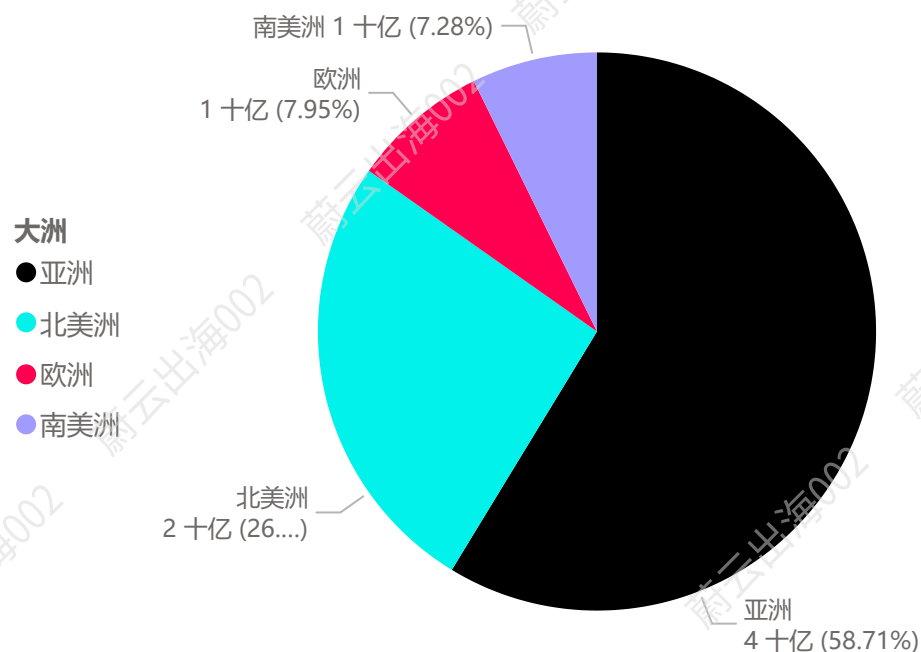
# Tiktok市场整体发展概况

## 大洲占比

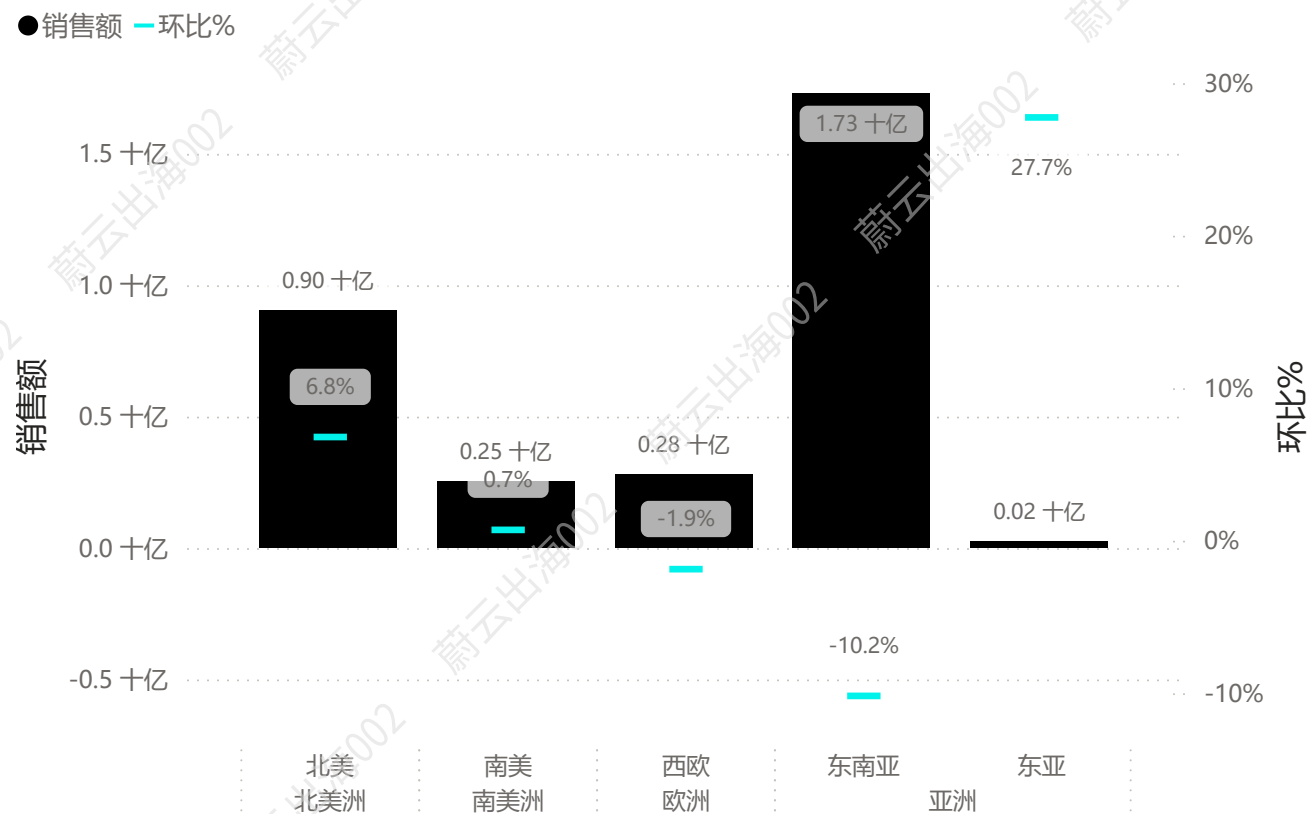


在大洲中，TOP1大洲为【亚洲】，销售额4,103,029,583，占比100.0%；TOP2大洲为【北美洲】，销售额1,821,528,205，占比100.0%；TOP3大洲为【欧洲】，销售额555,713,117，占比100.0%。

区域销售额占比



区域销售额排序/环比

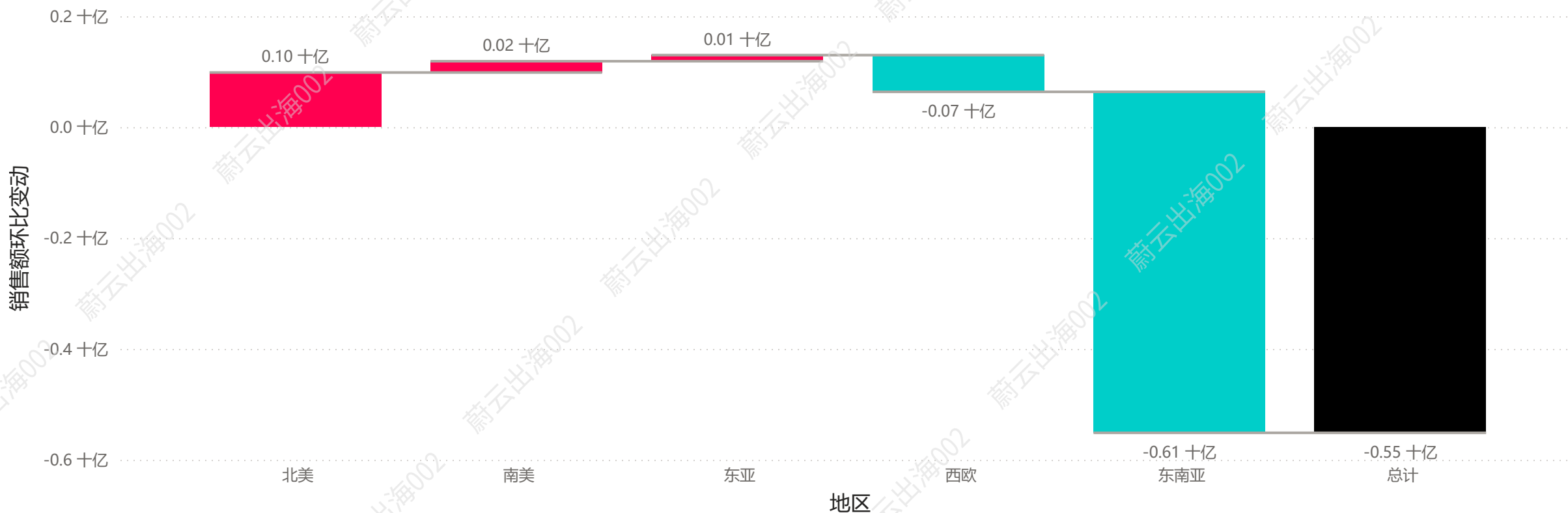




从增长贡献上看所有地区本月总销售额减少-551,241,556。增长的大洲有：【北美洲】，增长98,588,330；【南美洲】，增长20,331,431。减少的大洲有【亚洲】，减少-603,924,915；【欧洲】，减少-66,236,401。

销售额增长贡献排行

● 提高 ● 降低 ● 总计



# Tiktok市场整体发展概况

## 国家占比分布



在各个国家中，TOP1国家为【美国】，销售额1,821,528,205，占比26.1%；TOP2国家为【泰国】，销售额1,084,478,461，占比15.5%；TOP3国家为【印度尼西亚】，销售额1,049,861,385，占比15.0%。

国家销售额占比



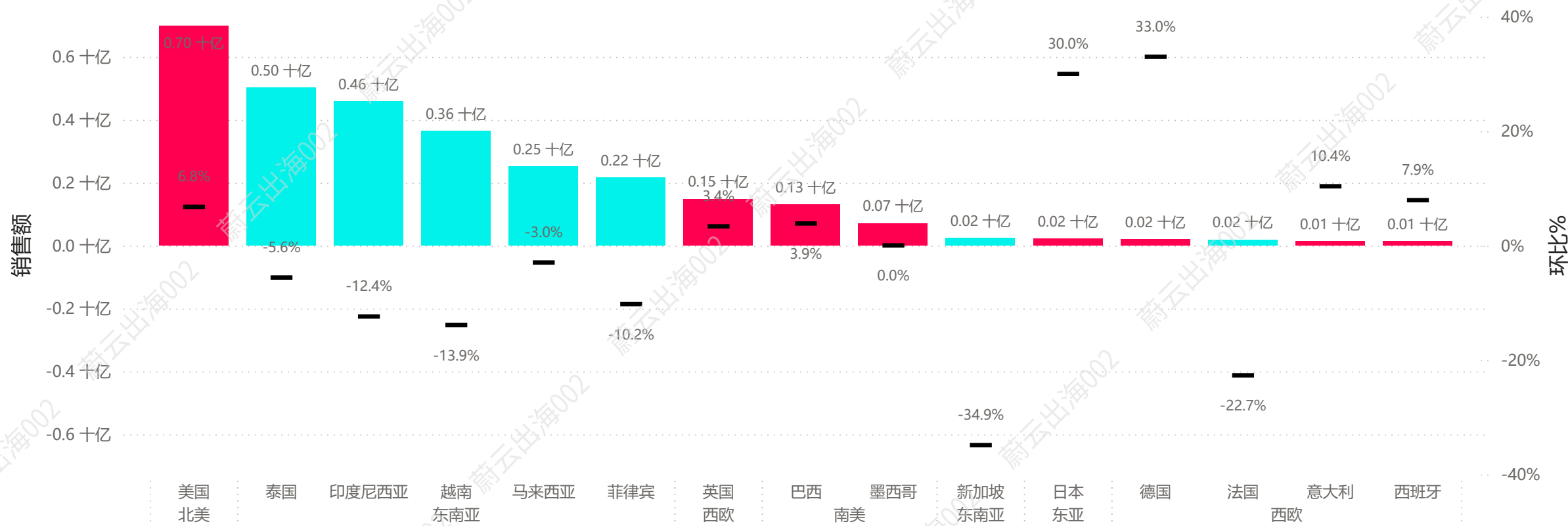
# Tiktok市场整体发展概况

## 国家排行



各个国家中，TOP1为【美国】销售额1,821,528,205，环比5.7%；TOP2为【泰国】销售额1,084,478,461，环比-8.4%；TOP3为【印度尼西亚】销售额1,049,861,385，环比-16.3%。

### 国家销售额环比



说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

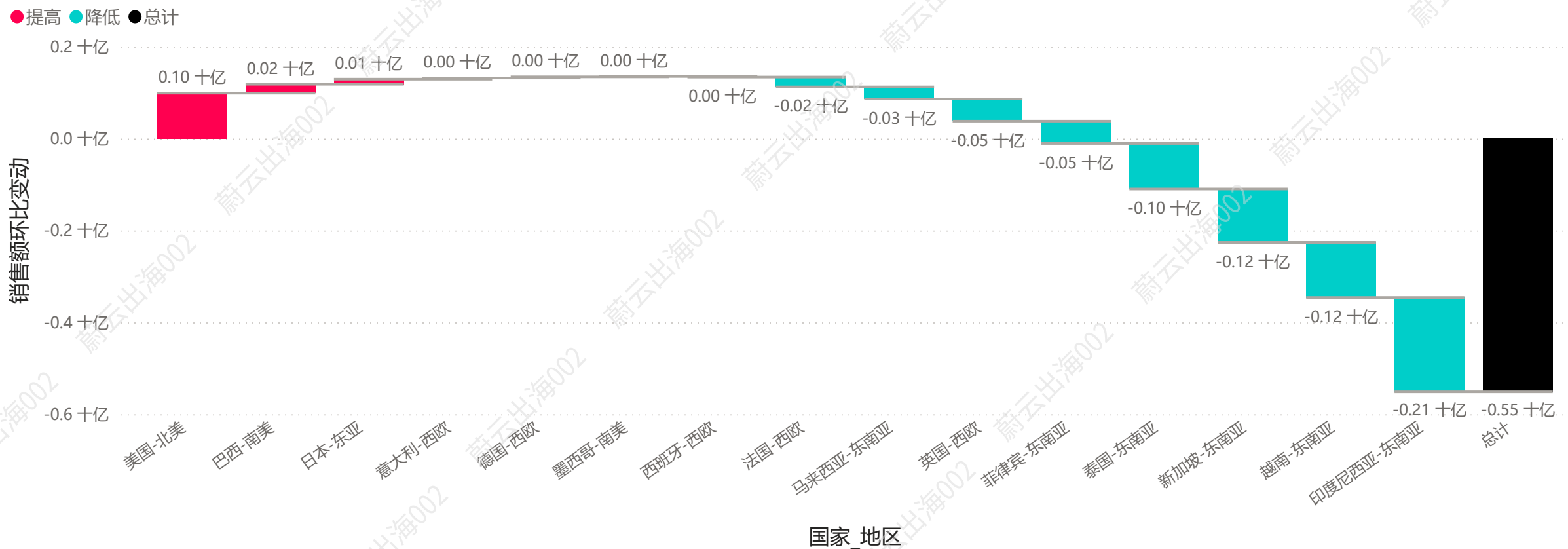
# Tiktok市场整体发展概况

## 国家增长贡献



从增长贡献上看所有国家本月总销售额减少-551,241,556。增长的TOP3国家有：【美国】，增长98,588,330；【巴西】，增长19,363,808；【日本】，增长11,035,291。减少最多的国家【印度尼西亚】，减少-205,101,597。

销售额增长贡献排行



国家数据汇总表

| 大洲  | 地区  | 国家    | 本月销售额         | 销售额占比   | 环比增长         | 环比增长率  | 环比增长贡献度 | 排名变化 |
|-----|-----|-------|---------------|---------|--------------|--------|---------|------|
| 北美洲 | 北美  | 美国    | 1,821,528,205 | 26.06%  | 98,588,330   | 5.7%   | -18%    | 0    |
| 亚洲  | 东南亚 | 泰国    | 1,084,478,461 | 15.52%  | -99,120,608  | -8.4%  | 18%     | 1    |
| 亚洲  | 东南亚 | 印度尼西亚 | 1,049,861,385 | 15.02%  | -205,101,597 | -16.3% | 37%     | -1   |
| 亚洲  | 东南亚 | 越南    | 774,909,621   | 11.09%  | -120,012,752 | -13.4% | 22%     | 0    |
| 亚洲  | 东南亚 | 马来西亚  | 593,398,966   | 8.49%   | -26,056,253  | -4.2%  | 5%      | 0    |
| 亚洲  | 东南亚 | 菲律宾   | 489,223,590   | 7.00%   | -48,509,638  | -9.0%  | 9%      | 0    |
| 欧洲  | 西欧  | 英国    | 352,319,845   | 5.04%   | -48,334,319  | -12.1% | 9%      | 0    |
| 南美洲 | 南美  | 巴西    | 319,892,690   | 4.58%   | 19,363,808   | 6.4%   | -4%     | 0    |
| 南美洲 | 南美  | 墨西哥   | 188,793,389   | 2.70%   | 967,623      | 0.5%   | -0%     | 0    |
| 欧洲  | 西欧  | 德国    | 67,558,045    | 0.97%   | 2,438,440    | 3.7%   | -0%     | 2    |
| 亚洲  | 东亚  | 日本    | 59,092,545    | 0.85%   | 11,035,291   | 23.0%  | -2%     | 2    |
| 欧洲  | 西欧  | 法国    | 58,137,859    | 0.83%   | -21,507,571  | -27.0% | 4%      | -1   |
| 亚洲  | 东南亚 | 新加坡   | 52,065,014    | 0.74%   | -116,159,358 | -69.1% | 21%     | -3   |
| 欧洲  | 西欧  | 西班牙   | 40,527,507    | 0.58%   | -1,387,227   | -3.3%  | 0%      | 0    |
| 欧洲  | 西欧  | 意大利   | 37,169,861    | 0.53%   | 2,554,277    | 7.4%   | -0%     | 0    |
| 总计  |     |       | 6,988,956,984 | 100.00% | -551,241,556 | -7.3%  | 100%    | 0    |

# Tiktok市场整体发展概况

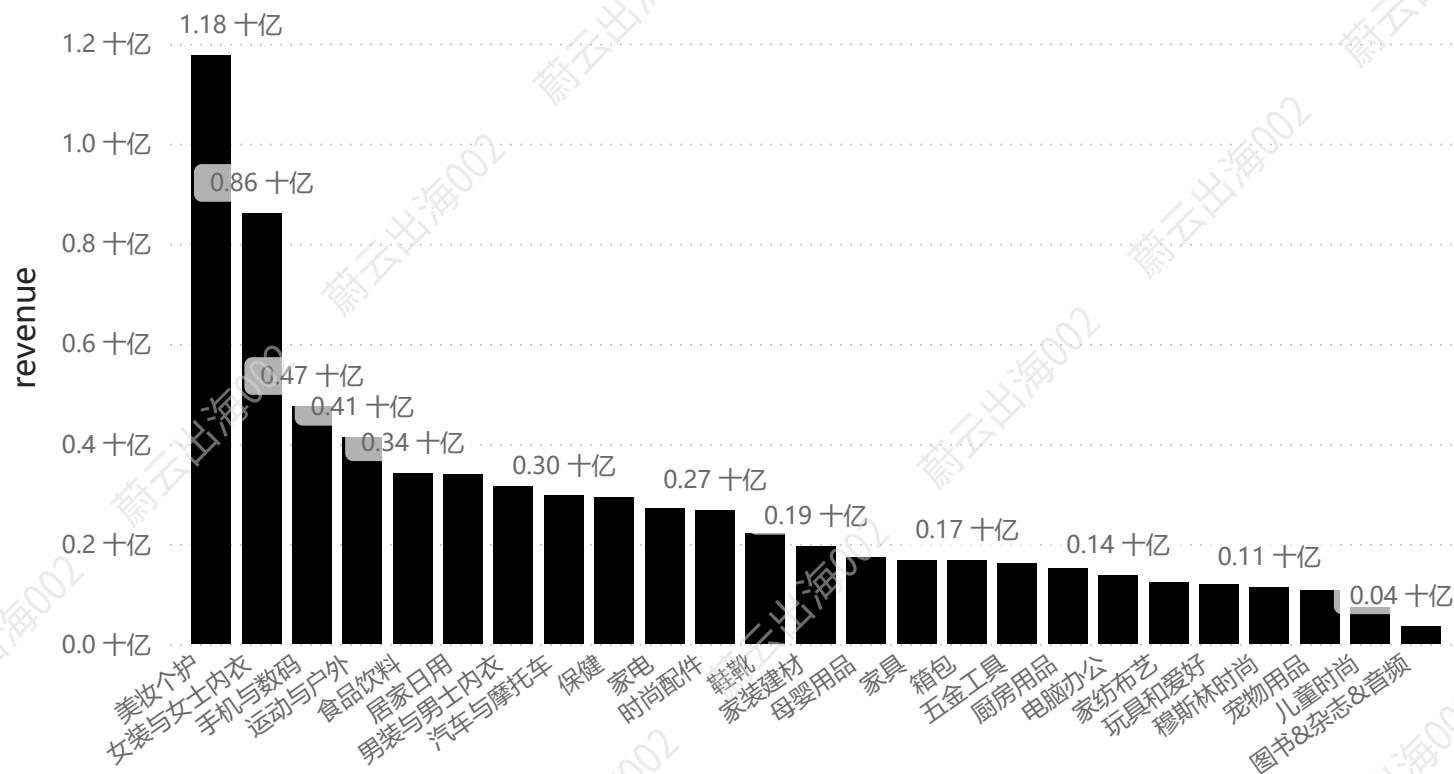
## 一级类目占比



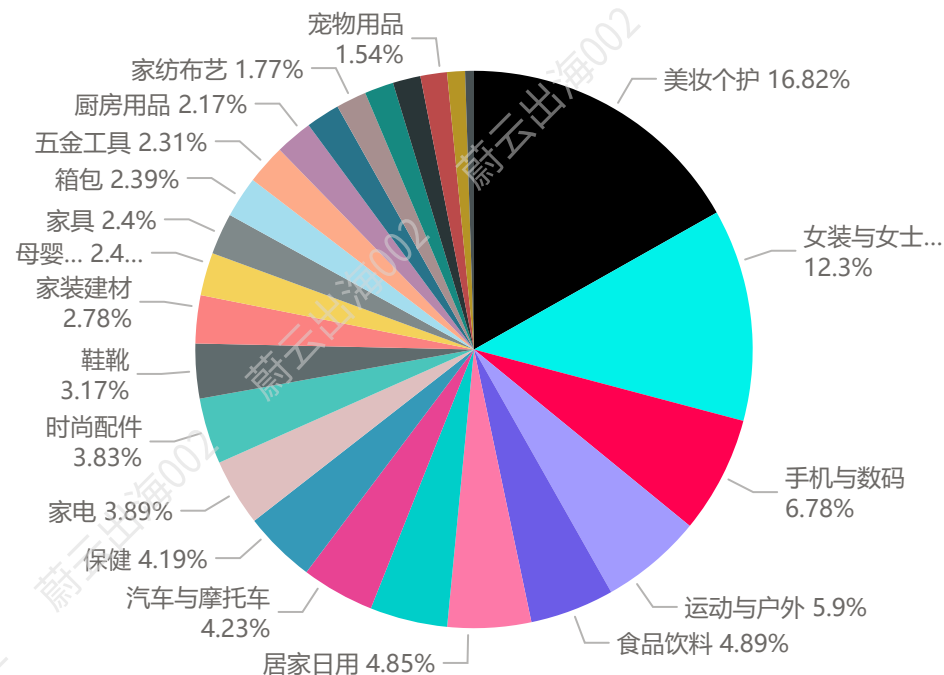
在一级类目中(所有国家合计),

TOP1类目为【美妆个护】, 销售额1,175,869,323, 占比16.8%; TOP2类目为【女装与女士内衣】, 销售额859,725,965, 占比12.3%; TOP3类目为【手机与数码】, 销售额473,888,832, 占比6.8%。

### 一级类目销售额



### 一级类目销售额占比



# Tiktok市场整体发展概况

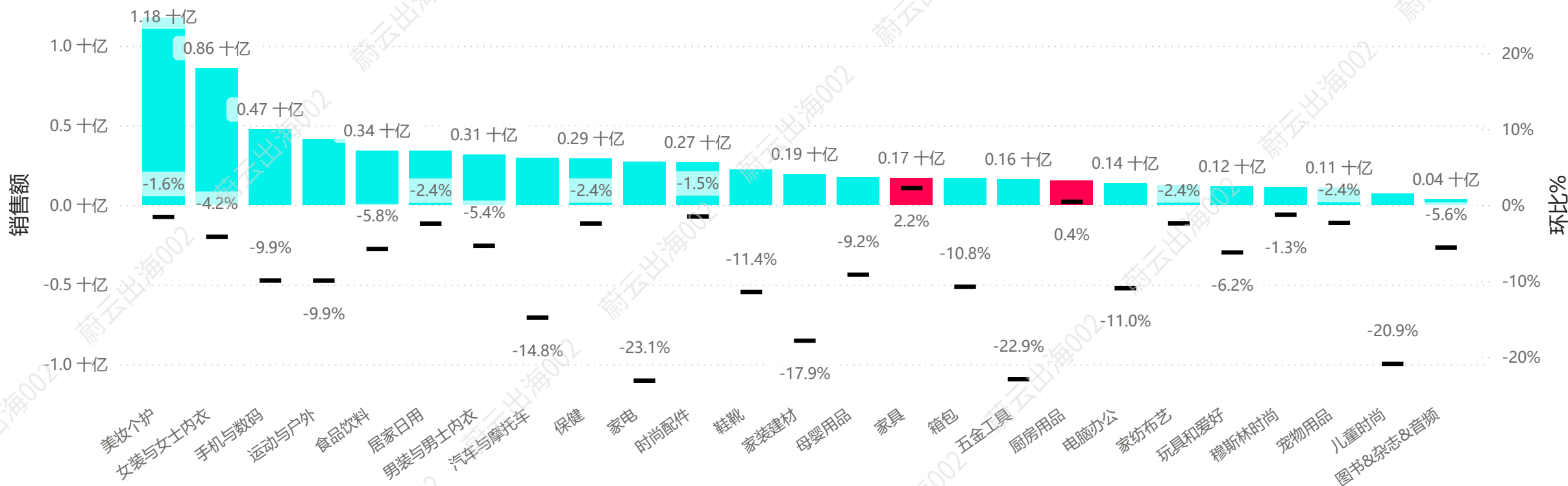
## 一级类目排行



一级类目中,

环比TOP1类目为【家具】，销售额167,647,408，环比2.2%；环比TOP2类目为【厨房用品】，销售额151,803,234，环比0.4%；环比TOP3类目为【穆斯林时尚】，销售额112,487,753，环比-1.3%。

### 一级类目\_销售额&环比



说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。



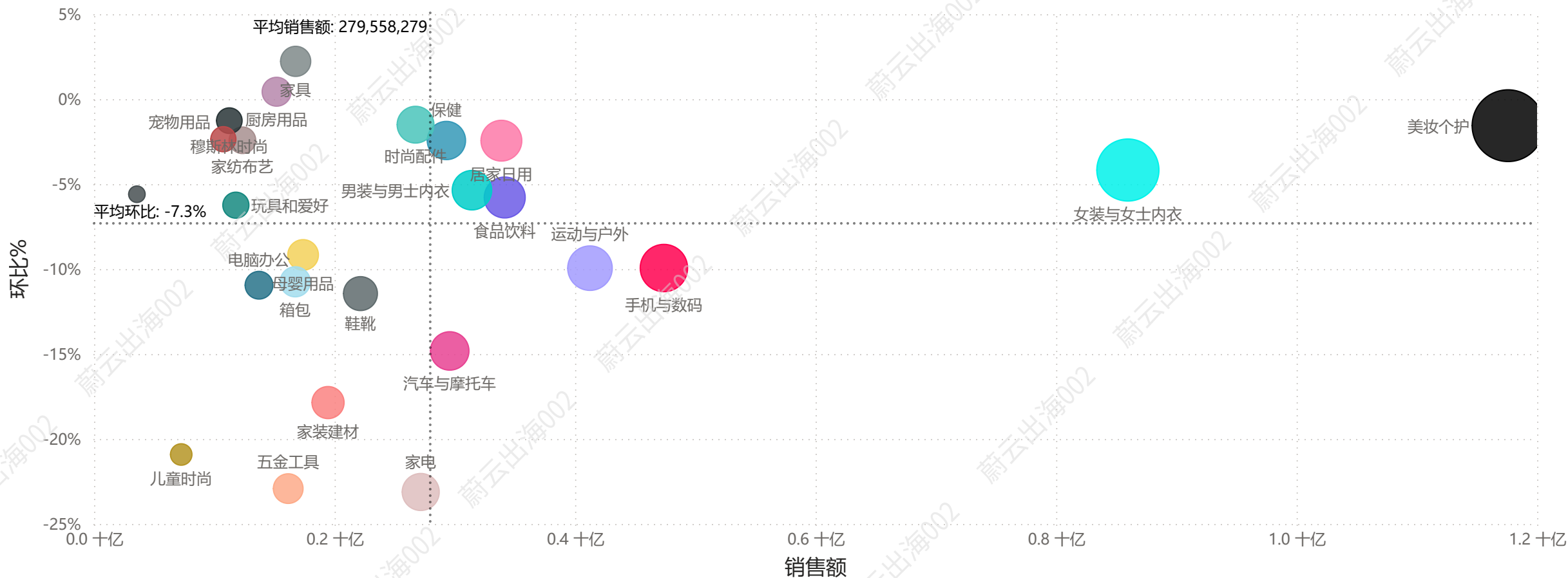
# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目分布



从分布图来看，本月表现较好的品类有：美妆个护、女装与女士内衣、食品饮料，以上类目环比高于整体平均值且销售额较高，属于高规模高增长品类。

一级类目分布（销售额VS环比）



# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目X国家

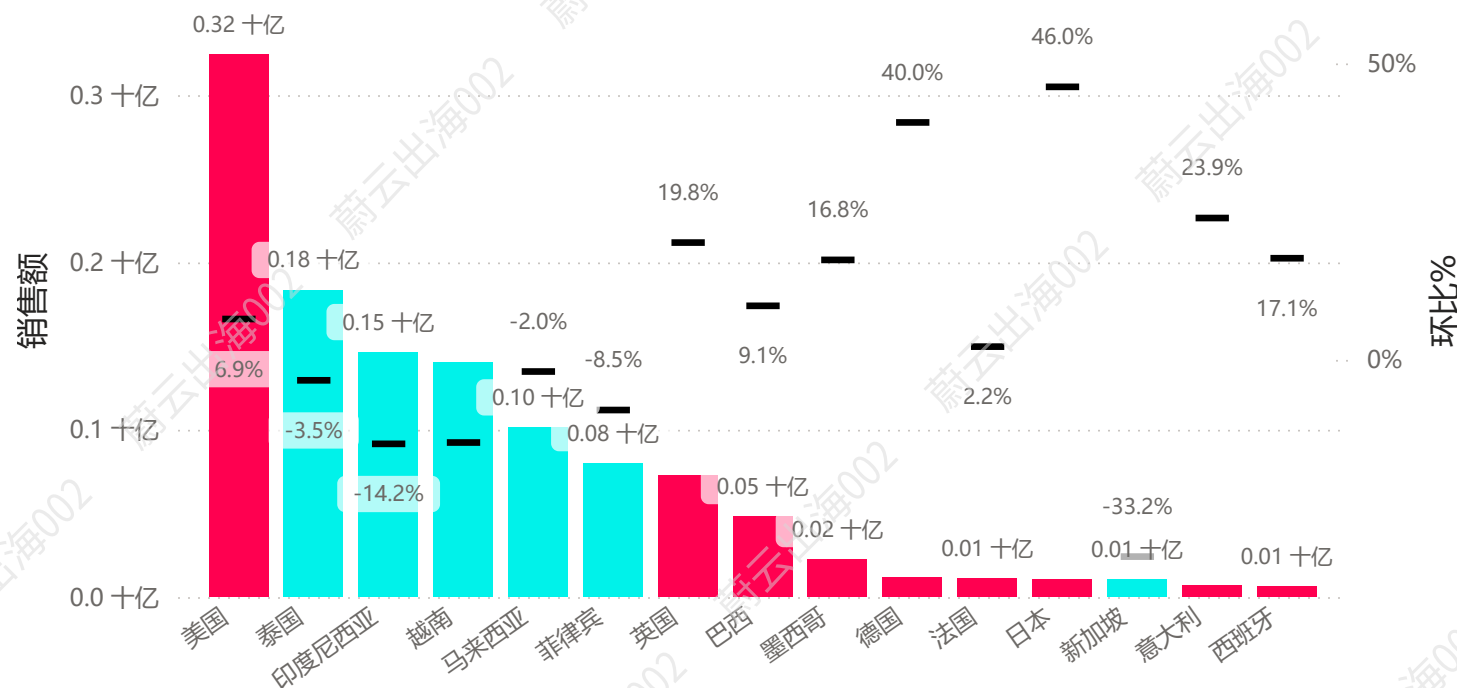


销售额TOP1一级类目【美妆个护】下：

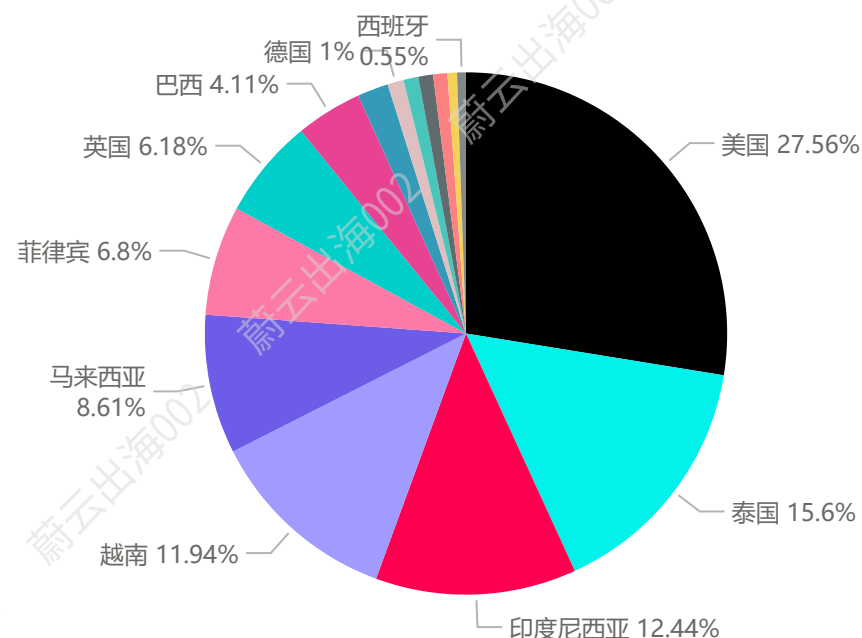
各个国家中，TOP1为【美国】销售额324,048,649，环比6.9%；TOP2为【泰国】销售额183,407,251，环比-3.5%；TOP3为【印度尼西亚】销售额146,289,788，环比-14.2%。

### 销售额TOP1一级类目【美妆个护】国家分布

国家销售额&环比



国家销售额占比



说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目X国家

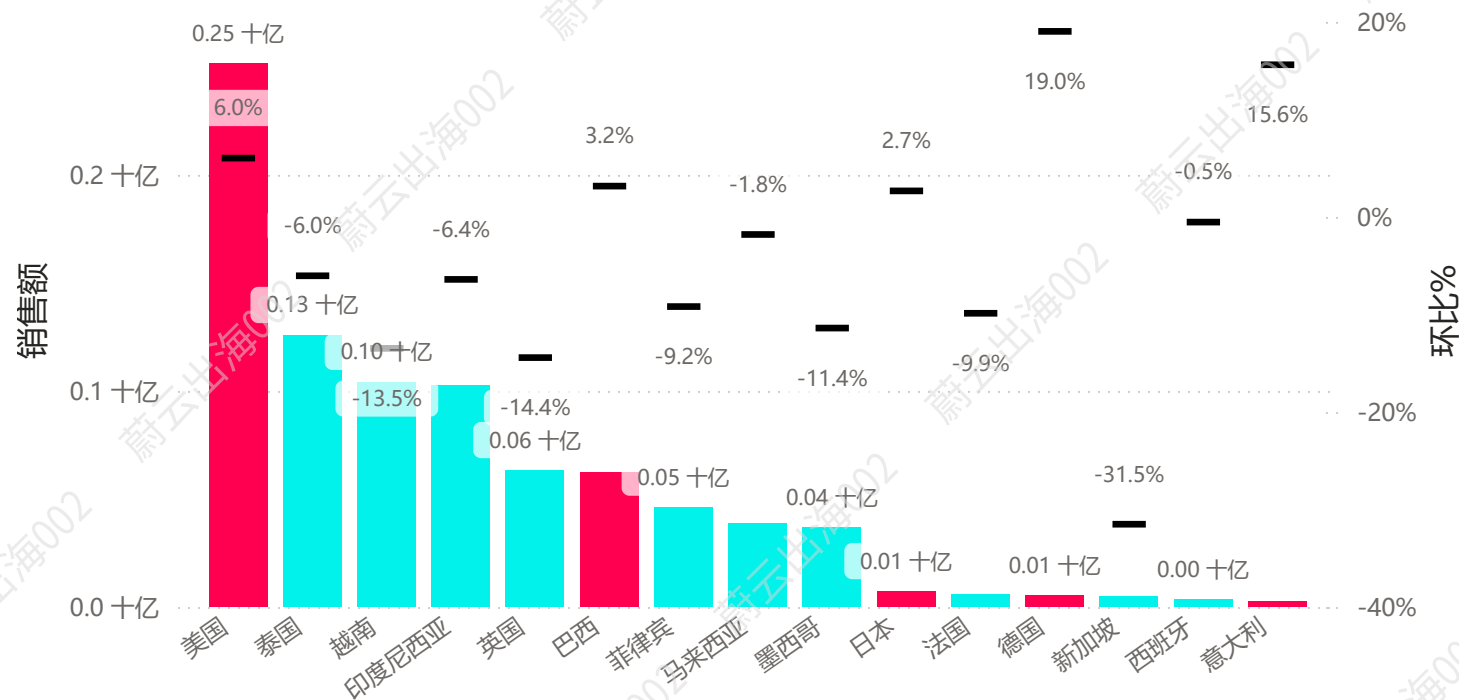


销售额TOP2一级类目【女装与女士内衣】下：

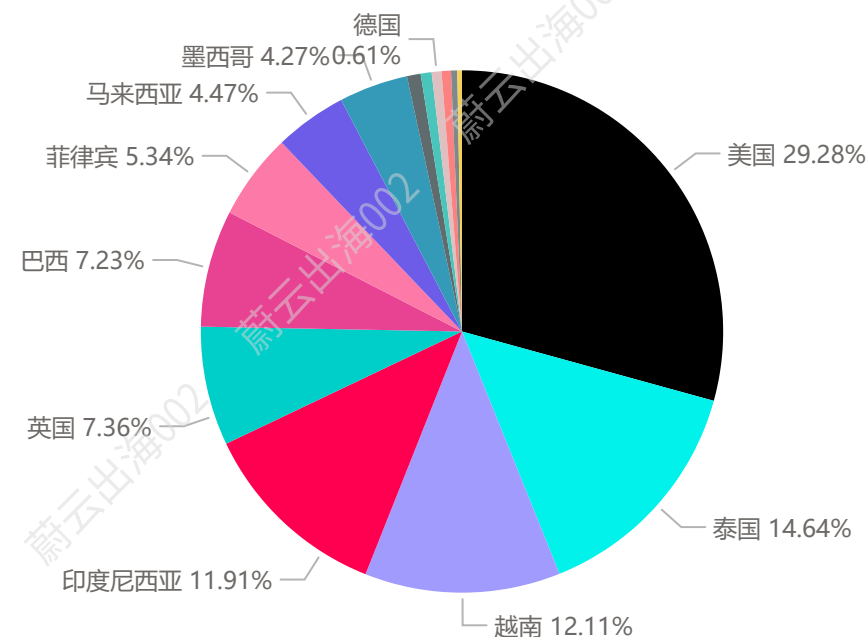
各个国家中，TOP1为【美国】销售额251,691,034，环比6.0%；TOP2为【泰国】销售额125,822,746，环比-6.0%；TOP3为【越南】销售额104,129,288，环比-13.5%。

### 销售额TOP2一级类目【女装与女士内衣】国家分布

国家销售额&环比



国家销售额占比



说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目X国家

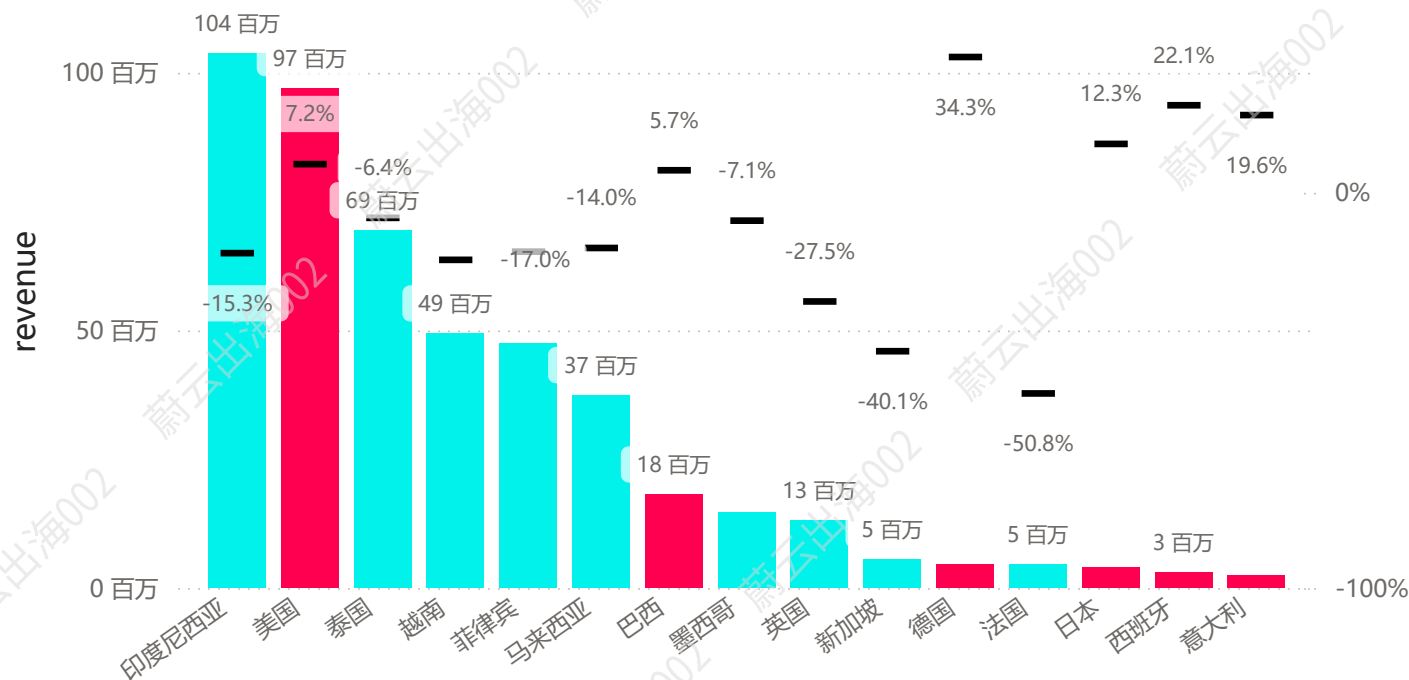


销售额TOP3一级类目【手机与数码】下:

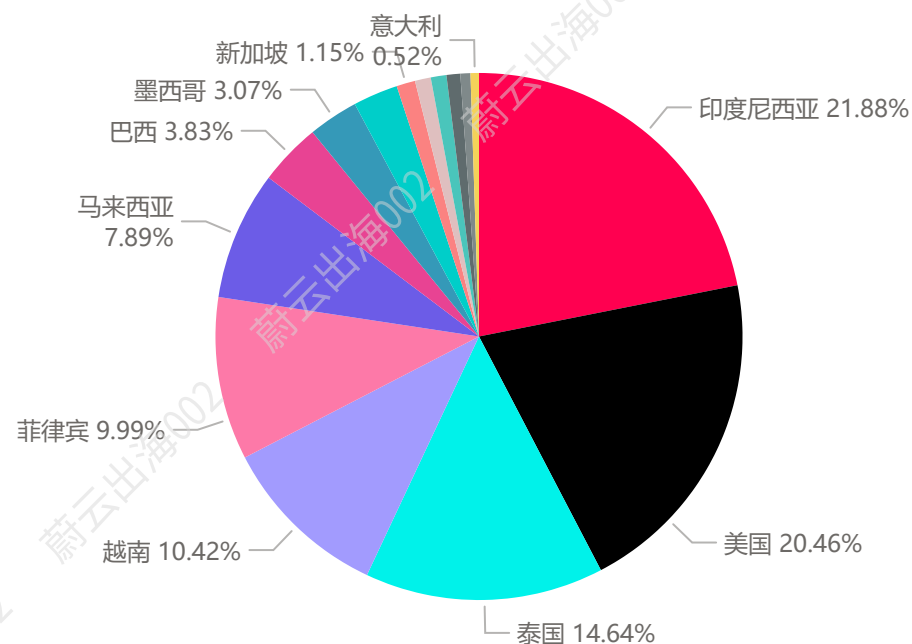
各个国家中, TOP1为【印度尼西亚】销售额103,696,443, 环比-15.3%; TOP2为【美国】销售额96,974,383, 环比7.2%; TOP3为【泰国】销售额69,391,494, 环比-6.4%。

### 销售额TOP3一级类目【手机与数码】国家分布

国家销售额&环比



国家销售额占比



说明: 柱子为销售额, 红色柱子为当月销售额环比上涨, 蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

## 一级类目X国家占比热力图



### 各个国家一级类目销售额占比

[illegible]

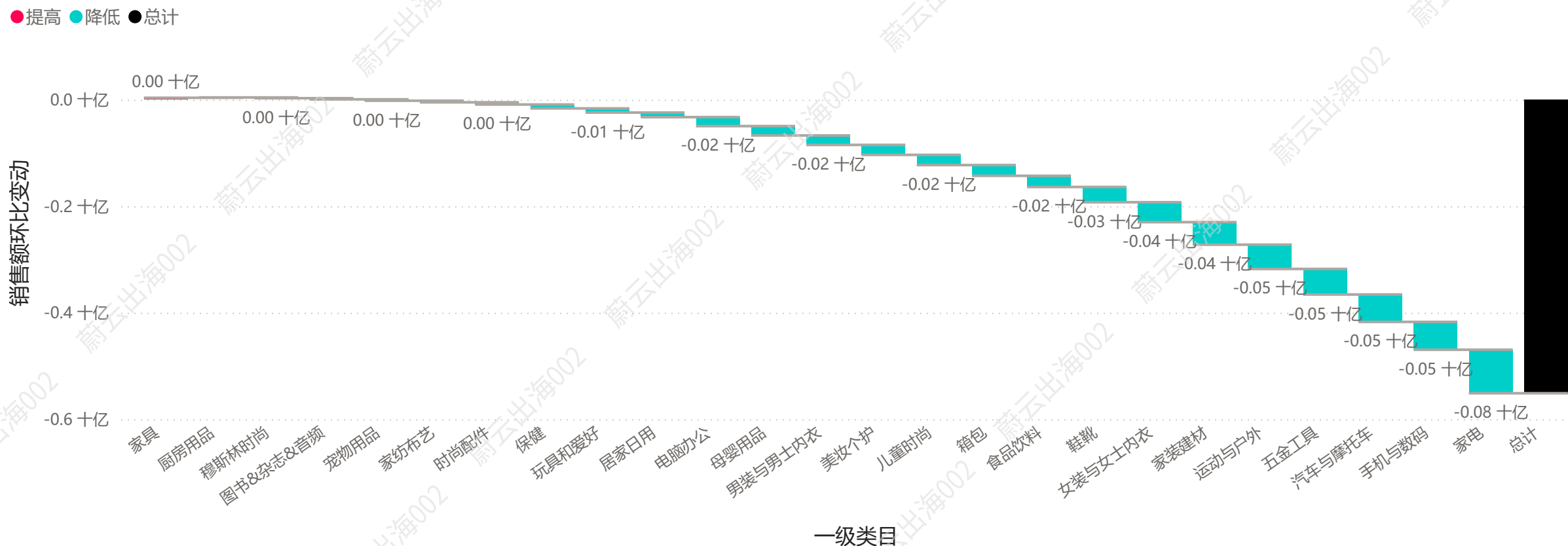
# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目增长贡献



从增长贡献上看本月行业总销售额减少-551,241,556。增长的TOP3类目有：【家具】，增长3,645,471；【厨房用品】，增长657,048。减少最多的类目【家电】，减少-81,691,297。

销售额增长贡献排行



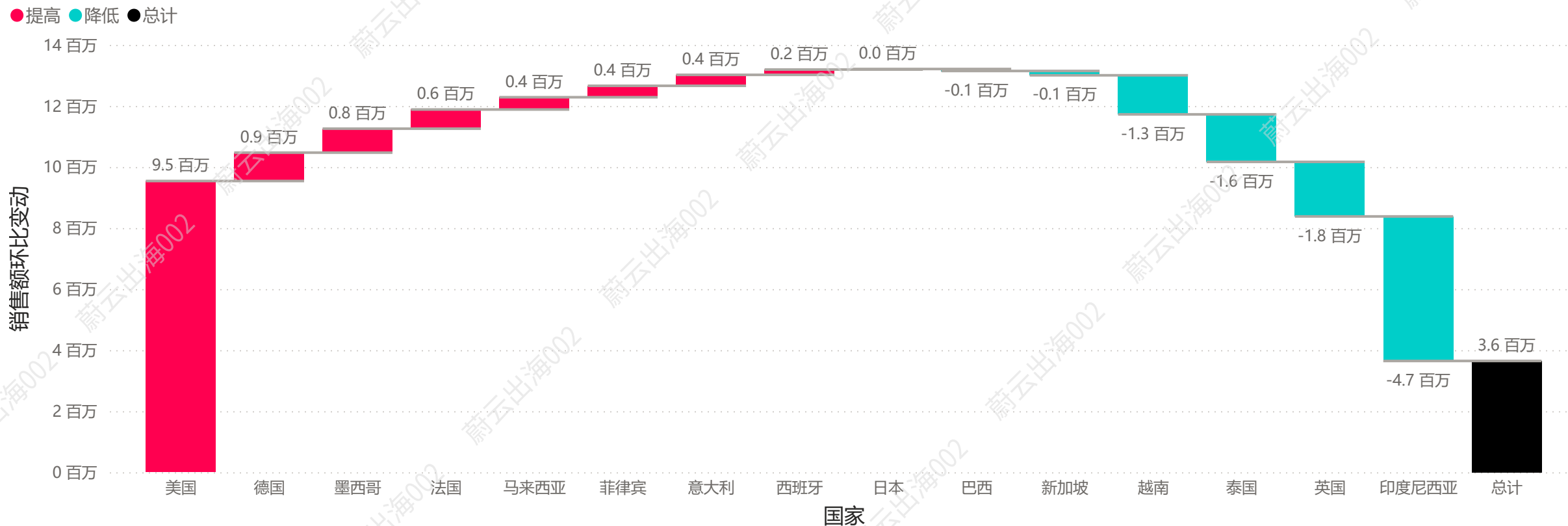
# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目增长贡献X国家



从增长贡献上看【家具】类日本月总销售额增长3,645,471。增长的TOP3国家有：【美国】，增长9,540,042；【德国】，增长929,798；【墨西哥】，增长785,321。减少最多的国家【印度尼西亚】，减少-4,734,666。

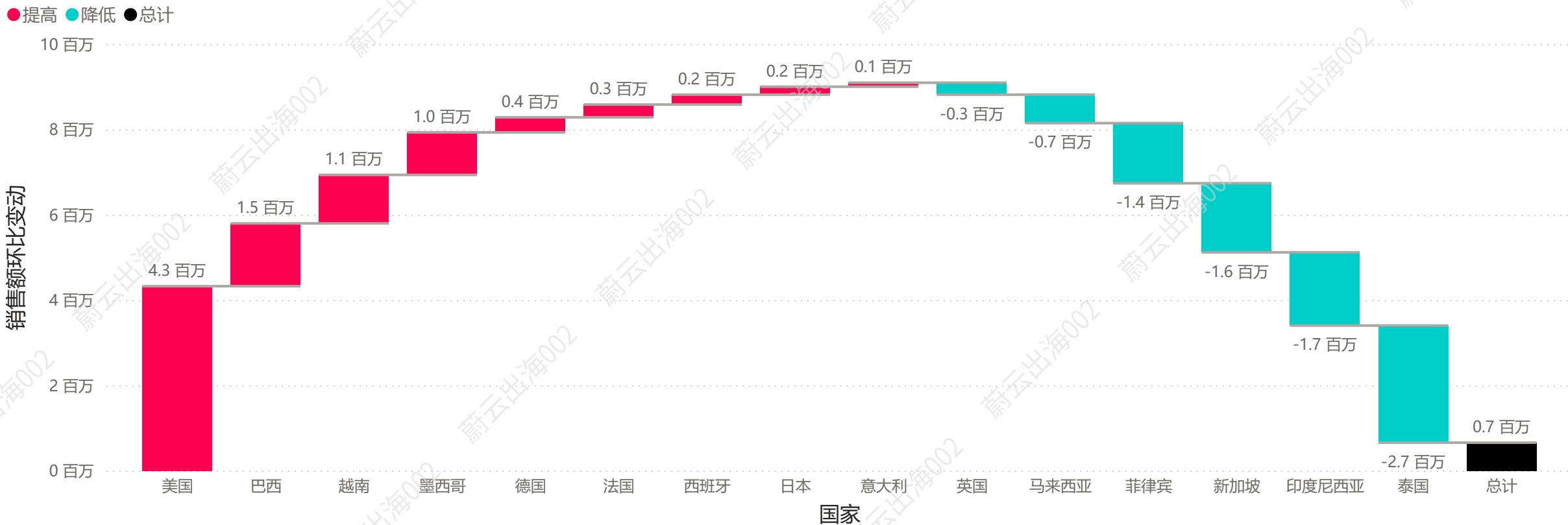
销售额增长TOP1一级类目【家具】国家贡献





从增长贡献上看【厨房用品】类日本月总销售额增长657,048。增长的TOP3国家有：【美国】，增长4,325,818；【巴西】，增长1,471,654；【越南】，增长1,137,245。减少最多的国家【泰国】，减少-2,745,287。

销售额增长TOP1一级类目【厨房用品】国家贡献





# Tiktok市场整体发展概况

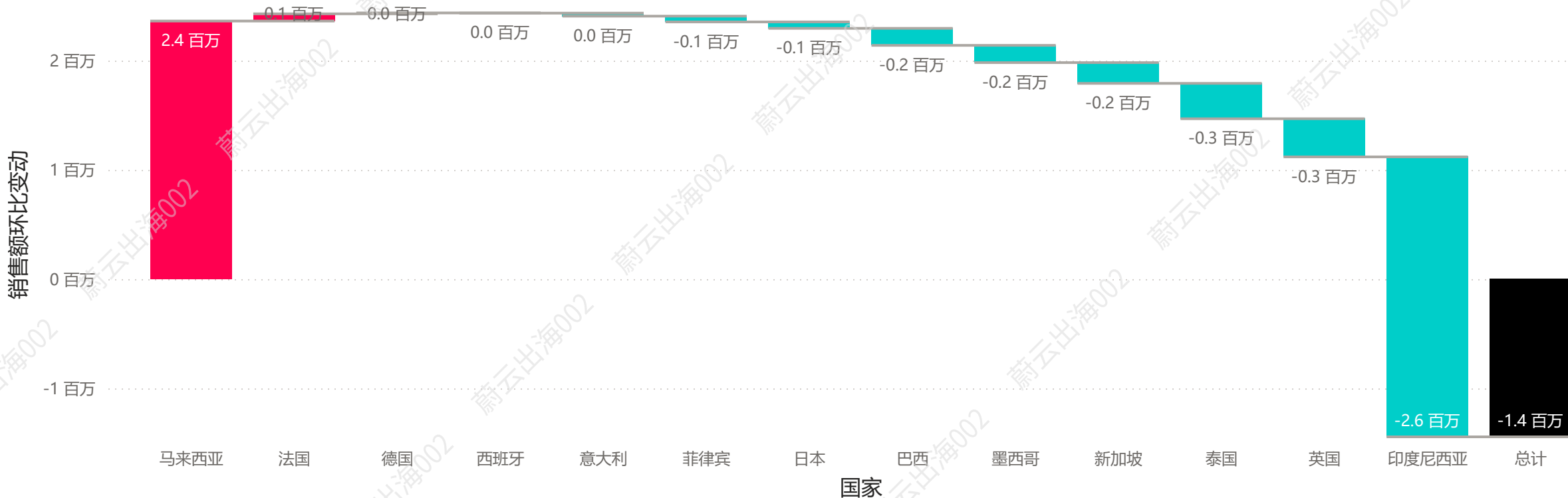
## 一级类目增长贡献X国家



从增长贡献上看【穆斯林时尚】类日本月总销售额减少-1,443,271。增长的TOP3国家有：【马来西亚】，增长2,362,276；【法国】，增长66,021；【德国】，增长8,107。减少最多的国家【印度尼西亚】，减少-2,562,347。

销售额增长TOP1一级类目【穆斯林时尚】国家贡献

● 提高 ● 降低 ● 总计



# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目X国家增长热力图



一级类目国家销售额增长热力图

单位：万

| 一级类目     | 美国     | 印度尼西亚    | 泰国      | 越南       | 马来西亚    | 菲律宾     | 英国      | 巴西     | 墨西哥    | 新加坡      | 法国      | 德国      | 日本     | 西班牙    | 意大利    | 总计       |
|----------|--------|----------|---------|----------|---------|---------|---------|--------|--------|----------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|
| 美妆个护     | 2084.9 | -2416.0  | -657.3  | -2275.9  | -204.2  | -739.6  | 1199.6  | 402.7  | 325.4  | -512.8   | 23.5    | 335.9   | 338.0  | 94.3   | 134.1  | -1867.4  |
| 女装与女士内衣  | 1431.0 | -700.9   | -808.4  | -1622.1  | -70.6   | -465.0  | -1067.4 | 190.4  | -472.4 | -228.9   | -63.6   | 83.9    | 19.0   | -1.8   | 33.5   | -3743.5  |
| 手机与数码    | 652.9  | -1872.7  | -472.3  | -1010.9  | -608.5  | -830.9  | -495.7  | 97.2   | -110.9 | -364.2   | -469.1  | 117.8   | 43.8   | 52.9   | 40.2   | -5230.5  |
| 运动与户外    | -524.6 | -890.3   | -856.5  | -633.8   | -144.9  | -223.4  | -171.9  | 172.7  | -190.6 | -681.5   | -249.1  | -96.0   | -27.4  | -94.6  | 55.9   | -4555.9  |
| 食品饮料     | 216.9  | -528.7   | -949.9  | -791.9   | 75.7    | -146.4  | 2.2     | 0.8    | 5.3    | -93.4    | -1.3    | 101.0   | 325.5  | 28.9   | -343.5 | -2098.8  |
| 居家日用     | 196.4  | -334.2   | -739.3  | -295.1   | 137.6   | -227.7  | 50.9    | 206.0  | 63.5   | -113.4   | 27.0    | 95.6    | 65.8   | 5.1    | 12.5   | -849.2   |
| 男装与男士内衣  | 1018.3 | -844.5   | -375.4  | -771.5   | -139.0  | -267.2  | -171.9  | 73.2   | -194.4 | -29.1    | -110.9  | 10.7    | 23.5   | -12.4  | 10.9   | -1779.7  |
| 汽车与摩托车   | 269.9  | -1251.3  | -1016.1 | -197.0   | -1046.9 | -410.6  | -95.8   | 67.7   | 27.4   | -401.4   | 30.8    | -1117.2 | 11.5   | 2.1    | -18.9  | -5146.0  |
| 家电       | 692.0  | -1454.4  | -171.4  | -511.4   | -379.2  | -157.4  | -3540.2 | 21.5   | -70.4  | -1274.7  | -1408.1 | 156.7   | 137.3  | -284.9 | 75.6   | -8169.1  |
| 保健       | 130.3  | -241.1   | -209.8  | -318.6   | 27.3    | -155.3  | 43.9    | -56.5  | 149.2  | -174.5   | -12.0   | 2.2     | 64.3   | 3.3    | 15.7   | -731.4   |
| 时尚配件     | 417.6  | -350.3   | -389.6  | -187.5   | -43.6   | -113.6  | 32.5    | 129.6  | 27.7   | -97.5    | 13.3    | 54.5    | 31.7   | 15.4   | 51.5   | -408.4   |
| 鞋靴       | 714.3  | -1583.0  | -455.9  | -700.3   | -387.1  | -204.9  | -101.3  | -22.8  | 71.0   | -232.8   | 6.3     | 37.5    | -3.3   | -18.5  | 17.6   | -2863.1  |
| 家装建材     | 319.2  | -609.6   | -447.5  | -268.2   | -23.7   | -90.7   | -406.2  | 180.5  | 48.0   | -2932.1  | -51.5   | 44.5    | 3.2    | -10.1  | 14.3   | -4230.0  |
| 五金工具     | -542.7 | -384.6   | -469.3  | -206.5   | -124.0  | -80.0   | 37.4    | 182.8  | 40.2   | -3273.7  | -13.6   | 25.9    | -2.2   | 10.3   | -1.2   | -4801.2  |
| 母婴用品     | 160.5  | -526.6   | -30.3   | -994.7   | 172.8   | -162.9  | 43.9    | 9.3    | -7.6   | -421.1   | -32.7   | 47.6    | -22.6  | -3.9   | 13.1   | -1755.0  |
| 箱包       | 314.9  | -1768.9  | -313.0  | -206.1   | -1.8    | -189.8  | 31.4    | 61.5   | 15.3   | -78.4    | 16.5    | 33.6    | 32.8   | 15.1   | 21.7   | -2015.3  |
| 家具       | 954.0  | -473.5   | -155.6  | -128.0   | 40.3    | 37.5    | -178.7  | -6.5   | 78.5   | -14.1    | 62.7    | 93.0    | 1.8    | 17.3   | 35.9   | 364.6    |
| 厨房用品     | 432.6  | -171.7   | -274.5  | 113.7    | -66.7   | -141.1  | -28.0   | 147.2  | 99.6   | -161.9   | 29.9    | 35.3    | 18.6   | 23.2   | 9.4    | 65.7     |
| 电脑办公     | 338.7  | -1431.7  | -237.2  | -371.8   | -87.3   | -89.1   | 20.3    | 37.3   | 118.8  | -99.3    | 43.5    | 33.2    | -1.9   | 21.9   | 17.6   | -1686.9  |
| 家纺布艺     | 273.1  | -247.9   | -312.0  | -184.6   | -3.2    | -16.6   | 10.8    | 99.0   | 48.6   | -35.9    | 6.4     | 38.9    | -7.4   | -11.0  | 35.7   | -306.1   |
| 玩具和爱好    | 10.1   | -247.4   | -424.3  | -79.9    | -41.5   | -29.9   | -1.7    | 4.0    | 15.2   | -137.3   | 13.3    | 49.1    | 63.9   | 10.0   | 11.4   | -785.0   |
| 穆斯林时尚    |        | -256.2   | -32.4   |          | 236.2   | -5.3    | -34.9   | -15.6  | -15.8  | -19.0    | 6.6     | 0.8     | -5.9   | -0.2   | -2.8   | -144.3   |
| 宠物用品     | 144.2  | -193.5   | 81.0    | -49.5    | 80.7    | -36.4   | -65.2   | -52.5  | 12.3   | -224.1   | -20.9   | 51.4    | -1.5   | 3.7    | 10.6   | -259.7   |
| 儿童时尚     | 134.7  | -1685.1  | -123.0  | -229.2   | 14.7    | -98.7   | 25.0    | 27.0   | 30.5   | -15.0    | 3.1     | 5.7     | -9.1   | 1.2    | 1.6    | -1916.7  |
| 图书&杂志&音频 | 19.8   | -46.2    | -71.9   | -80.6    | -18.8   | -5.9    | 27.6    | -20.2  | -17.4  | -0.2     | -1.0    | 2.5     | 4.1    | -6.1   | 3.0    | -211.3   |
| 总计       | 9858.8 | -20510.2 | -9912.1 | -12001.3 | -2605.6 | -4851.0 | -4833.4 | 1936.4 | 96.8   | -11615.9 | -2150.8 | 243.8   | 1103.5 | -138.7 | 255.4  | -55124.2 |

说明：国家按照整个国家销售额排序。一级类目按销售额排序。

# Tiktok市场整体发展概况

## 一级类目X国家增长热力图



一级类目国家销售额增长率热力图

| 一级类目     | 美国    | 印度尼西亚  | 泰国     | 越南     | 马来西亚   | 菲律宾    | 英国     | 巴西     | 墨西哥    | 新加坡    | 法国     | 德国     | 日本     | 西班牙    | 意大利    | 总计     |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 美妆个护     | 6.9%  | -14.2% | -3.5%  | -13.9% | -2.0%  | -8.5%  | 19.8%  | 9.1%   | 16.8%  | -33.2% | 2.2%   | 40.0%  | 46.0%  | 17.1%  | 23.9%  | -1.6%  |
| 女装与女士内衣  | 6.0%  | -6.4%  | -6.0%  | -13.5% | -1.8%  | -9.2%  | -14.4% | 3.2%   | -11.4% | -31.5% | -9.9%  | 19.0%  | 2.7%   | -0.5%  | 15.6%  | -4.2%  |
| 手机与数码    | 7.2%  | -15.3% | -6.4%  | -17.0% | -14.0% | -14.9% | -27.5% | 5.7%   | -7.1%  | -40.1% | -50.8% | 34.3%  | 12.3%  | 22.1%  | 19.6%  | -9.9%  |
| 运动与户外    | -3.2% | -15.6% | -15.8% | -16.0% | -4.7%  | -8.9%  | -7.2%  | 9.5%   | -10.1% | -69.9% | -39.8% | -16.3% | -10.1% | -29.2% | 39.8%  | -9.9%  |
| 食品饮料     | 6.9%  | -10.6% | -8.7%  | -11.5% | 1.6%   | -6.5%  | 0.2%   | 0.3%   | 3.9%   | -20.8% | -1.3%  | 59.4%  | 80.7%  | 24.5%  | -59.1% | -5.8%  |
| 居家日用     | 2.4%  | -11.0% | -9.5%  | -6.2%  | 5.8%   | -8.6%  | 2.6%   | 14.8%  | 5.7%   | -25.5% | 12.9%  | 57.5%  | 28.5%  | 3.1%   | 7.5%   | -2.4%  |
| 男装与男士内衣  | 14.8% | -12.7% | -8.7%  | -15.7% | -7.1%  | -9.7%  | -11.8% | 3.9%   | -14.0% | -19.3% | -37.2% | 6.1%   | 10.5%  | -12.8% | 10.0%  | -5.4%  |
| 汽车与摩托车   | 5.4%  | -16.6% | -15.1% | -7.8%  | -20.5% | -11.3% | -14.5% | 9.3%   | 6.1%   | -85.8% | 21.8%  | -84.1% | 6.3%   | 1.4%   | -14.2% | -14.8% |
| 家电       | 10.8% | -25.6% | -5.6%  | -16.1% | -14.5% | -10.8% | -57.2% | 3.4%   | -12.7% | -85.8% | -63.2% | 21.2%  | 72.2%  | -37.5% | 46.9%  | -23.1% |
| 保健       | 1.3%  | -8.2%  | -3.8%  | -15.4% | 1.0%   | -7.5%  | 3.0%   | -6.2%  | 33.2%  | -33.3% | -6.7%  | 0.8%   | 64.7%  | 1.2%   | 9.0%   | -2.4%  |
| 时尚配件     | 4.3%  | -12.8% | -11.0% | -5.9%  | -2.1%  | -7.2%  | 2.5%   | 11.1%  | 4.8%   | -20.8% | 4.5%   | 41.2%  | 17.3%  | 22.8%  | 42.4%  | -1.5%  |
| 鞋靴       | 14.6% | -27.6% | -14.6% | -22.7% | -19.5% | -9.6%  | -10.3% | -1.5%  | 11.5%  | -70.0% | 6.5%   | 28.8%  | -2.8%  | -13.9% | 13.6%  | -11.4% |
| 家装建材     | 7.2%  | -16.0% | -10.2% | -12.6% | -2.2%  | -6.1%  | -31.6% | 23.2%  | 11.8%  | -98.1% | -21.1% | 21.2%  | 4.4%   | -3.9%  | 11.4%  | -17.9% |
| 五金工具     | -9.9% | -13.6% | -14.8% | -12.7% | -10.9% | -9.0%  | 8.3%   | 14.4%  | 10.3%  | -99.2% | -12.7% | 17.8%  | -4.4%  | 19.6%  | -1.8%  | -22.9% |
| 母婴用品     | 10.8% | -13.3% | -1.0%  | -18.2% | 10.7%  | -7.6%  | 9.8%   | 7.2%   | -22.2% | -79.0% | -23.5% | 81.6%  | -32.1% | -4.8%  | 51.2%  | -9.2%  |
| 箱包       | 10.5% | -33.5% | -10.5% | -11.0% | -0.1%  | -11.0% | 7.3%   | 8.3%   | 3.1%   | -31.3% | 29.3%  | 52.9%  | 17.0%  | 21.7%  | 36.3%  | -10.8% |
| 家具       | 14.6% | -18.7% | -7.7%  | -13.3% | 4.6%   | 3.7%   | -15.2% | -1.5%  | 36.5%  | -25.0% | 30.2%  | 79.1%  | 2.3%   | 15.1%  | 58.7%  | 2.2%   |
| 厨房用品     | 13.3% | -7.5%  | -11.4% | 7.0%   | -5.5%  | -12.3% | -4.4%  | 11.4%  | 18.2%  | -65.5% | 47.8%  | 31.4%  | 18.8%  | 27.5%  | 9.1%   | 0.4%   |
| 电脑办公     | 15.0% | -26.2% | -14.9% | -18.5% | -9.4%  | -6.1%  | 6.7%   | 7.6%   | 25.0%  | -59.6% | 80.9%  | 47.8%  | -4.1%  | 52.5%  | 33.0%  | -11.0% |
| 家纺布艺     | 7.3%  | -15.9% | -14.2% | -16.7% | -0.4%  | -2.1%  | 1.8%   | 12.1%  | 10.3%  | -36.7% | 8.4%   | 60.6%  | -7.9%  | -10.4% | 65.5%  | -2.4%  |
| 玩具和爱好    | 0.2%  | -19.0% | -23.6% | -8.3%  | -5.1%  | -4.2%  | -0.2%  | 0.6%   | 4.2%   | -55.6% | 16.6%  | 22.9%  | 20.5%  | 15.3%  | 11.3%  | -6.2%  |
| 穆斯林时尚    |       | -4.6%  | -11.3% |        | 4.9%   | -7.4%  | -11.3% | -44.3% | -25.1% | -16.5% | 10.9%  | 3.4%   | -38.3% | -1.0%  | -4.9%  | -1.3%  |
| 宠物用品     | 6.0%  | -15.9% | 2.6%   | -5.0%  | 9.9%   | -3.7%  | -13.4% | -16.4% | 7.1%   | -74.6% | -38.9% | 87.0%  | -2.7%  | 4.9%   | 31.2%  | -2.4%  |
| 儿童时尚     | 25.6% | -44.1% | -11.9% | -15.5% | 2.7%   | -11.4% | 10.2%  | 6.9%   | 16.6%  | -42.3% | 39.1%  | 91.3%  | -49.5% | 26.0%  | 30.3%  | -20.9% |
| 图书&杂志&音频 | 1.6%  | -6.8%  | -25.1% | -21.2% | -5.3%  | -4.9%  | 13.2%  | -9.1%  | -10.5% | -2.9%  | -5.5%  | 7.1%   | 69.1%  | -31.5% | 17.3%  | -5.6%  |
| 总计       | 5.7%  | -16.3% | -8.4%  | -13.4% | -4.2%  | -9.0%  | -12.1% | 6.4%   | 0.5%   | -69.1% | -27.0% | 3.7%   | 23.0%  | -3.3%  | 7.4%   | -7.3%  |

说明：国家按照整个国家销售额排序。一级类目按销售额排序。

# Tiktok市场整体发展概况

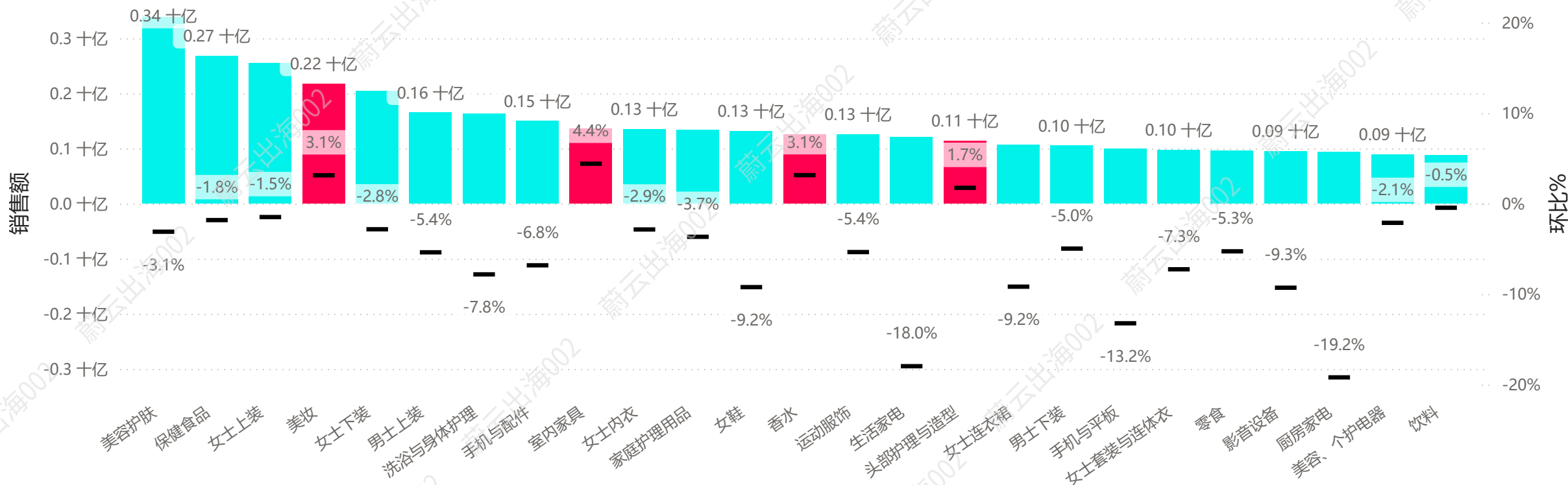
## 二级类目排行



二级类目中,

TOP1为【美容护肤】销售额338,332,795, 环比-3.1%; TOP2为【保健食品】销售额267,356,526, 环比-1.8%; TOP3为【女士上装】销售额254,913,205, 环比-1.5%。

### 销售额TOP25二级类目



说明：1、柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。2、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的二级类目。

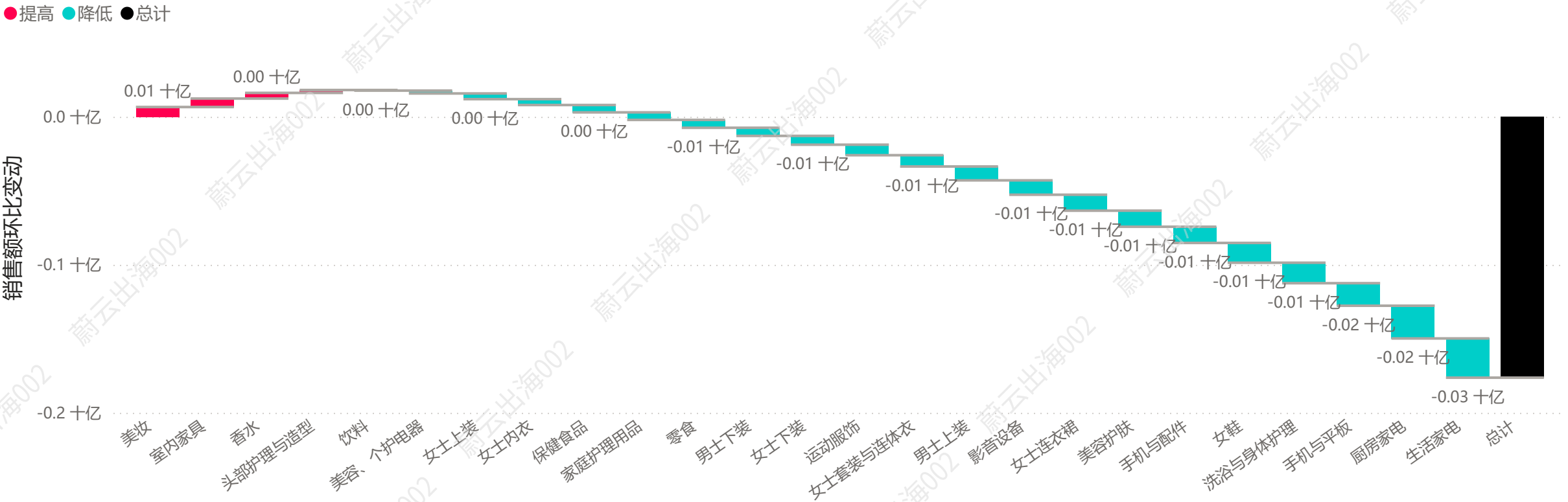
# Tiktok市场整体发展概况

## 二级类目增长贡献



从增长贡献上看本月TOP25二级类目总销售额减少-176,251,505。增长的TOP3类目有：【美妆】，增长6,580,791；【室内家具】，增长5,719,264；【香水】，增长3,824,597。减少最多的类目【生活家电】，减少-26,503,500。

TOP25二级类目\_销售额增长贡献排行



说明：鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的二级类目。



# Tiktok市场整体发展概况

## 二级类目X国家占比热力图



各个国家TOP25二级类目销售额占比

| 类目       | 美国    | 印度尼西亚 | 泰国    | 越南    | 马来西亚  | 菲律宾   | 英国    | 巴西    | 墨西哥   | 新加坡   | 法国    | 德国    | 日本    | 西班牙   | 意大利   | 总计    |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 美容护肤     | 4.2%  | 5.1%  | 5.2%  | 6.4%  | 5.8%  | 4.6%  | 6.0%  | 2.3%  | 1.7%  | 6.3%  | 4.0%  | 4.1%  | 4.5%  | 3.4%  | 2.8%  | 4.8%  |
| 保健食品     | 5.5%  | 2.0%  | 4.6%  | 1.8%  | 4.0%  | 3.3%  | 4.2%  | 2.5%  | 3.1%  | 6.3%  | 2.8%  | 3.7%  | 2.5%  | 6.4%  | 4.8%  | 3.8%  |
| 女士上装     | 3.7%  | 3.5%  | 4.1%  | 4.3%  | 2.2%  | 3.0%  | 3.1%  | 6.1%  | 4.4%  | 4.0%  | 1.1%  | 1.5%  | 5.1%  | 1.0%  | 1.0%  | 3.6%  |
| 美妆       | 3.3%  | 2.3%  | 3.3%  | 2.9%  | 3.2%  | 3.5%  | 4.8%  | 2.2%  | 3.1%  | 3.1%  | 2.6%  | 2.6%  | 4.1%  | 2.0%  | 3.1%  | 3.1%  |
| 女士下装     | 2.8%  | 2.5%  | 3.6%  | 2.7%  | 1.7%  | 2.7%  | 3.5%  | 5.5%  | 4.0%  | 1.9%  | 1.6%  | 1.1%  | 2.4%  | 1.4%  | 1.8%  | 2.9%  |
| 男士上装     | 2.1%  | 3.4%  | 1.9%  | 2.7%  | 1.6%  | 2.7%  | 1.3%  | 3.6%  | 3.5%  | 1.6%  | 0.9%  | 1.1%  | 1.7%  | 0.8%  | 1.4%  | 2.4%  |
| 洗浴与身体护理  | 2.2%  | 2.3%  | 3.2%  | 2.5%  | 2.3%  | 3.0%  | 2.0%  | 1.1%  | 0.6%  | 1.7%  | 2.5%  | 0.9%  | 1.3%  | 1.1%  | 1.4%  | 2.3%  |
| 手机与配件    | 1.7%  | 1.4%  | 2.6%  | 2.6%  | 2.0%  | 4.1%  | 1.0%  | 2.2%  | 3.2%  | 3.6%  | 2.3%  | 1.9%  | 2.4%  | 1.7%  | 2.2%  | 2.1%  |
| 室内家具     | 3.2%  | 1.7%  | 1.5%  | 0.9%  | 1.5%  | 1.8%  | 1.9%  | 1.1%  | 0.8%  | 0.7%  | 3.9%  | 2.6%  | 1.1%  | 2.5%  | 2.0%  | 1.9%  |
| 女士内衣     | 3.2%  | 0.8%  | 1.5%  | 1.1%  | 0.9%  | 1.5%  | 2.9%  | 2.4%  | 2.9%  | 1.9%  | 1.6%  | 2.5%  | 1.5%  | 2.9%  | 1.1%  | 1.9%  |
| 家庭护理用品   | 1.2%  | 0.9%  | 3.5%  | 3.5%  | 1.5%  | 1.7%  | 2.6%  | 1.4%  | 0.8%  | 2.8%  | 1.6%  | 1.3%  | 1.1%  | 1.2%  | 1.5%  | 1.9%  |
| 女鞋       | 2.0%  | 2.0%  | 1.5%  | 1.5%  | 1.5%  | 2.5%  | 1.9%  | 3.1%  | 2.7%  | 1.2%  | 1.0%  | 1.5%  | 1.1%  | 1.7%  | 2.5%  | 1.9%  |
| 香水       | 2.3%  | 1.3%  | 1.0%  | 0.9%  | 2.4%  | 1.6%  | 2.3%  | 3.6%  | 1.4%  | 2.0%  | 2.9%  | 3.1%  | 0.5%  | 2.8%  | 4.5%  | 1.8%  |
| 运动服饰     | 2.6%  | 1.2%  | 1.1%  | 1.2%  | 1.4%  | 0.9%  | 2.5%  | 2.7%  | 4.9%  | 0.9%  | 1.1%  | 1.1%  | 1.3%  | 0.9%  | 0.6%  | 1.8%  |
| 生活家电     | 2.2%  | 1.0%  | 0.7%  | 1.6%  | 1.3%  | 1.1%  | 4.3%  | 0.8%  | 1.5%  | 2.5%  | 5.6%  | 7.6%  | 4.6%  | 6.8%  | 3.3%  | 1.7%  |
| 头部护理与造型  | 2.1%  | 1.0%  | 1.4%  | 1.9%  | 1.2%  | 1.3%  | 1.8%  | 2.7%  | 1.2%  | 2.2%  | 2.1%  | 1.0%  | 1.7%  | 1.6%  | 1.8%  | 1.6%  |
| 女士连衣裙    | 2.0%  | 0.6%  | 0.9%  | 2.2%  | 0.4%  | 0.9%  | 3.7%  | 1.9%  | 3.3%  | 1.1%  | 2.3%  | 1.2%  | 1.3%  | 1.4%  | 1.2%  | 1.5%  |
| 男士下装     | 1.6%  | 1.7%  | 1.3%  | 1.8%  | 1.1%  | 1.8%  | 1.2%  | 1.6%  | 1.6%  | 0.5%  | 0.7%  | 0.6%  | 1.4%  | 0.7%  | 1.0%  | 1.5%  |
| 手机与平板    | 0.3%  | 5.0%  | 1.3%  | 0.5%  | 1.2%  | 1.7%  | 0.5%  | 0.4%  | 0.8%  | 0.9%  | 1.9%  | 1.7%  | 0.2%  | 2.7%  | 1.7%  | 1.4%  |
| 女士套装与连体衣 | 1.6%  | 1.3%  | 0.7%  | 1.4%  | 0.6%  | 0.8%  | 3.2%  | 2.7%  | 3.5%  | 0.3%  | 1.4%  | 1.1%  | 1.3%  | 1.0%  | 1.3%  | 1.4%  |
| 零食       | 0.8%  | 0.7%  | 2.6%  | 2.1%  | 2.0%  | 1.3%  | 1.3%  | 0.4%  | 0.5%  | 1.6%  | 0.7%  | 1.2%  | 2.8%  | 1.0%  | 1.5%  | 1.4%  |
| 影音设备     | 1.2%  | 1.6%  | 1.2%  | 1.6%  | 1.1%  | 1.5%  | 0.7%  | 1.7%  | 1.7%  | 2.0%  | 1.6%  | 1.3%  | 1.4%  | 1.4%  | 1.2%  | 1.4%  |
| 厨房家电     | 1.2%  | 1.2%  | 1.0%  | 1.4%  | 1.2%  | 1.0%  | 2.8%  | 1.1%  | 0.7%  | 1.2%  | 7.1%  | 4.1%  | 0.8%  | 3.1%  | 2.0%  | 1.3%  |
| 美容、个护电器  | 1.6%  | 0.6%  | 0.7%  | 1.1%  | 0.7%  | 0.6%  | 2.3%  | 1.7%  | 2.6%  | 2.4%  | 3.0%  | 4.3%  | 4.0%  | 3.5%  | 3.0%  | 1.3%  |
| 饮料       | 0.8%  | 1.2%  | 1.9%  | 1.6%  | 2.6%  | 0.8%  | 1.0%  | 0.2%  | 0.1%  | 1.4%  | 0.5%  | 1.5%  | 1.3%  | 1.4%  | 2.9%  | 1.3%  |
| 总计       | 55.2% | 46.4% | 52.3% | 52.3% | 45.5% | 49.6% | 63.0% | 55.1% | 54.8% | 54.1% | 56.8% | 54.6% | 51.5% | 54.4% | 51.5% | 52.2% |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的二级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，二级类目按销售额排序。

# Tiktok市场整体发展概况

## 二级类目X国家增长热力图



TOP25二级类目\_各个国家\_销售额增长贡献

单位: 万

| 二级类目     | 美国     | 印度尼西亚   | 泰国      | 越南      | 马来西亚    | 菲律宾     | 英国      | 巴西     | 墨西哥    | 新加坡     | 法国      | 德国    | 日本    | 西班牙    | 意大利   | 总计       |
|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|---------|---------|-------|-------|--------|-------|----------|
| 美容护肤     | 374.4  | -934.4  | 85.9    | -915.4  | -107.0  | -246.5  | 427.4   | -9.3   | 81.4   | -104.7  | 51.7    | 68.6  | 92.1  | 37.3   | 13.2  | -1085.3  |
| 保健食品     | 86.6   | -164.1  | -194.4  | -201.2  | 45.3    | -146.7  | 40.7    | -59.3  | 148.2  | -157.4  | -11.3   | 41.8  | 62.4  | 0.4    | 12.6  | -496.5   |
| 女士上装     | 741.4  | -284.0  | -137.3  | -431.8  | -38.2   | -122.5  | 30.9    | -138.9 | -59.6  | -82.3   | 9.5     | 40.6  | 67.5  | 4.1    | 15.4  | -385.2   |
| 美妆       | 938.3  | -489.6  | -248.2  | -356.0  | 82.0    | -213.9  | 558.2   | 98.4   | 124.8  | -33.9   | 19.0    | 78.8  | 65.9  | 9.9    | 24.5  | 658.1    |
| 女士下装     | 510.4  | -193.6  | -341.9  | -423.2  | -29.4   | -158.6  | -61.9   | 140.9  | -23.2  | -22.1   | -41.0   | 22.2  | 18.2  | -3.7   | 10.7  | -596.3   |
| 男士上装     | 563.2  | -504.1  | -181.6  | -369.1  | -63.7   | -114.2  | -64.9   | -16.5  | -141.9 | -19.4   | -48.5   | 9.7   | 13.4  | -7.4   | 8.0   | -937.0   |
| 洗浴与身体护理  | -327.7 | -329.3  | -207.0  | -414.9  | -37.3   | -198.8  | 12.5    | 97.8   | 36.8   | 9.9     | -57.3   | 5.2   | 27.4  | -3.3   | 2.6   | -1383.3  |
| 手机与配件    | 99.2   | -255.3  | 94.7    | -173.9  | -43.2   | -202.6  | -3.3    | 41.2   | -120.6 | -108.9  | -513.5  | 29.8  | 37.3  | 17.6   | 8.2   | -1093.4  |
| 室内家具     | 865.7  | -459.1  | -124.4  | -102.7  | 47.9    | 32.4    | 107.3   | -15.1  | 37.3   | -10.7   | 57.0    | 76.7  | 7.2   | 22.2   | 30.2  | 571.9    |
| 女士内衣     | 319.2  | -38.6   | -132.3  | -198.4  | 0.3     | -56.3   | -215.8  | -6.0   | -0.6   | -61.7   | 8.0     | 13.2  | -23.3 | -8.0   | 4.6   | -395.7   |
| 家庭护理用品   | -57.1  | -143.2  | -246.2  | -165.3  | 14.5    | -91.6   | 80.0    | 74.5   | 26.0   | -53.3   | -1.4    | 21.5  | 18.8  | 6.3    | 7.5   | -509.1   |
| 女鞋       | 377.0  | -657.6  | -221.1  | -280.7  | -236.7  | -130.7  | -79.6   | -65.9  | 43.9   | -131.1  | 9.7     | 31.8  | 0.1   | -9.1   | 13.4  | -1336.7  |
| 香水       | 526.9  | -162.7  | -43.2   | -225.2  | -32.4   | -1.0    | 111.4   | 128.1  | -49.7  | -16.0   | 10.3    | 67.3  | 10.5  | 10.1   | 48.0  | 382.5    |
| 运动服饰     | 127.1  | -99.9   | -177.0  | -260.7  | 18.8    | -43.7   | -92.5   | 65.6   | -181.2 | -19.0   | -33.9   | 3.3   | -26.9 | 5.1    | 5.9   | -709.1   |
| 生活家电     | 216.1  | -291.2  | -38.3   | -242.7  | -82.5   | -96.9   | -1151.4 | 6.1    | -73.5  | -1148.0 | -65.9   | 201.8 | 122.0 | -52.2  | 46.1  | -2650.4  |
| 头部护理与造型  | 295.4  | -199.6  | -96.6   | 27.5    | -48.1   | -34.4   | 118.3   | 36.8   | 19.1   | -4.6    | 16.6    | 10.6  | 33.7  | 9.5    | 10.8  | 195.0    |
| 女士连衣裙    | -221.7 | -76.2   | -73.8   | -114.3  | -13.0   | -69.8   | -411.2  | 103.0  | -151.2 | -48.7   | 1.6     | -3.7  | -1.1  | -3.6   | 5.7   | -1078.0  |
| 男士下装     | 347.8  | -261.8  | -137.3  | -269.0  | -64.4   | -113.9  | -69.5   | 61.4   | -17.9  | -7.2    | -18.2   | -1.3  | 11.1  | -2.6   | -5.2  | -548.1   |
| 手机与平板    | -3.9   | -674.7  | -115.3  | -135.7  | -360.4  | -322.3  | -19.6   | 44.4   | 10.1   | -11.7   | 7.3     | 31.2  | 1.0   | 17.0   | 10.2  | -1522.4  |
| 女士套装与连体衣 | -36.8  | -7.8    | -34.9   | -210.5  | 13.9    | -30.6   | -315.1  | 84.2   | -202.8 | -7.2    | -16.6   | 8.5   | -7.8  | 5.0    | -4.1  | -762.6   |
| 零食       | -0.2   | -202.2  | -337.2  | -151.1  | 75.6    | -26.5   | 50.8    | 7.4    | 7.0    | -1.7    | -1.1    | 20.9  | 57.9  | 2.2    | -33.0 | -531.2   |
| 影音设备     | 209.4  | -387.6  | -249.9  | -427.9  | -51.4   | -55.2   | -27.3   | 2.2    | -13.5  | -32.9   | 28.5    | 25.8  | -10.3 | 14.7   | 5.2   | -970.1   |
| 厨房家电     | 434.4  | -337.1  | -13.6   | -214.6  | -54.4   | -34.6   | -462.3  | 18.2   | 20.0   | -45.0   | -1267.2 | -73.6 | 13.3  | -222.1 | 29.4  | -2209.4  |
| 美容、个护电器  | 304.1  | -153.4  | 24.6    | -138.1  | -64.0   | -4.9    | -54.0   | -31.0  | 47.8   | -327.6  | -2.1    | 83.2  | 65.5  | 28.1   | 29.1  | -192.8   |
| 饮料       | 158.6  | 28.1    | -98.9   | -116.4  | -19.7   | -24.0   | -64.9   | 18.0   | 3.4    | -15.9   | -2.6    | 51.2  | 17.9  | 14.7   | 10.0  | -40.3    |
| 总计       | 6848.0 | -7279.1 | -3245.0 | -6511.2 | -1047.5 | -2507.9 | -1555.5 | 686.3  | -430.1 | -2461.1 | -1861.3 | 865.0 | 673.5 | -108.0 | 308.7 | -17625.2 |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的二级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，二级类目按销售额排序。



# Tiktok市场整体发展概况

## 二级类目X国家增长热力图



TOP25二级类目\_各个国家\_销售额环比增长率

| 类目2      | 美国    | 印度尼西亚  | 泰国     | 越南     | 马来西亚   | 菲律宾    | 英国     | 巴西    | 墨西哥    | 新加坡    | 法国     | 德国     | 日本     | 西班牙    | 意大利    | 总计     |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 美容护肤     | 5.2%  | -14.8% | 1.5%   | -15.6% | -3.0%  | -9.8%  | 25.6%  | -1.3% | 33.2%  | -24.3% | 28.5%  | 33.1%  | 52.9%  | 37.5%  | 14.4%  | -3.1%  |
| 保健食品     | 0.9%  | -7.1%  | -3.7%  | -12.4% | 1.9%   | -8.3%  | 2.8%   | -6.8% | 33.8%  | -32.3% | -6.6%  | 20.4%  | 71.5%  | 0.2%   | 7.6%   | -1.8%  |
| 女士上装     | 12.5% | -7.2%  | -3.0%  | -11.6% | -2.9%  | -7.7%  | 2.9%   | -6.6% | -6.7%  | -28.5% | 16.9%  | 67.3%  | 29.1%  | 11.5%  | 75.9%  | -1.5%  |
| 美妆       | 18.6% | -17.1% | -6.5%  | -13.5% | 4.5%   | -11.2% | 49.8%  | 16.1% | 26.7%  | -17.4% | 14.6%  | 80.2%  | 37.0%  | 14.3%  | 26.7%  | 3.1%   |
| 女士下装     | 11.1% | -6.8%  | -8.1%  | -16.6% | -2.8%  | -10.9% | -4.7%  | 8.6%  | -3.0%  | -18.3% | -30.5% | 41.1%  | 14.9%  | -6.1%  | 18.7%  | -2.8%  |
| 男士上装     | 17.3% | -12.5% | -8.1%  | -14.8% | -6.3%  | -8.0%  | -12.2% | -1.4% | -17.8% | -19.4% | -48.8% | 14.7%  | 14.9%  | -18.4% | 18.4%  | -5.4%  |
| 洗浴与身体护理  | -7.5% | -12.2% | -5.6%  | -17.7% | -2.7%  | -11.9% | 1.8%   | 39.1% | 45.6%  | 12.9%  | -28.6% | 9.0%   | 52.4%  | -6.7%  | 5.1%   | -7.8%  |
| 手机与配件    | 3.4%  | -14.4% | 3.5%   | -7.9%  | -3.5%  | -9.2%  | -0.9%  | 6.3%  | -16.5% | -37.0% | -79.0% | 29.7%  | 35.2%  | 33.9%  | 11.3%  | -6.8%  |
| 室内家具     | 17.6% | -20.4% | -7.0%  | -12.9% | 5.8%   | 3.7%   | 18.6%  | -4.1% | 32.8%  | -22.3% | 33.4%  | 78.3%  | 12.0%  | 27.5%  | 68.3%  | 4.4%   |
| 女士内衣     | 5.8%  | -4.3%  | -7.4%  | -18.4% | 0.1%   | -6.9%  | -17.3% | -0.8% | -0.1%  | -38.4% | 9.1%   | 8.6%   | -21.3% | -6.4%  | 13.2%  | -2.9%  |
| 家庭护理用品   | -2.5% | -13.7% | -6.1%  | -5.8%  | 1.6%   | -10.1% | 9.4%   | 19.4% | 20.1%  | -26.7% | -1.4%  | 32.7%  | 43.2%  | 14.4%  | 16.0%  | -3.7%  |
| 女鞋       | 11.8% | -24.3% | -12.1% | -19.3% | -21.4% | -9.6%  | -10.5% | -6.1% | 9.5%   | -68.2% | 20.4%  | 47.3%  | 0.2%   | -11.9% | 16.9%  | -9.2%  |
| 香水       | 14.1% | -10.6% | -3.9%  | -25.2% | -2.2%  | -0.1%  | 16.2%  | 12.4% | -16.0% | -13.1% | 6.6%   | 48.5%  | 50.2%  | 9.6%   | 40.0%  | 3.1%   |
| 运动服饰     | 2.7%  | -7.2%  | -12.4% | -21.5% | 2.3%   | -9.1%  | -9.4%  | 8.4%  | -16.4% | -28.2% | -33.9% | 4.5%   | -25.5% | 16.9%  | 36.5%  | -5.4%  |
| 生活家电     | 5.6%  | -21.2% | -4.9%  | -16.5% | -9.5%  | -15.8% | -43.2% | 2.5%  | -20.4% | -89.7% | -16.8% | 64.2%  | 81.1%  | -16.0% | 60.6%  | -18.0% |
| 头部护理与造型  | 8.4%  | -16.4% | -6.1%  | 1.9%   | -6.3%  | -5.2%  | 22.7%  | 4.5%  | 9.1%   | -3.9%  | 15.4%  | 18.0%  | 51.5%  | 17.2%  | 19.7%  | 1.7%   |
| 女士连衣裙    | -5.8% | -10.5% | -6.8%  | -6.3%  | -4.7%  | -13.1% | -23.8% | 20.2% | -19.5% | -45.4% | 1.3%   | -4.4%  | -1.3%  | -5.9%  | 14.3%  | -9.2%  |
| 男士下装     | 13.9% | -12.7% | -9.1%  | -15.8% | -9.3%  | -11.4% | -14.2% | 13.5% | -5.5%  | -20.8% | -30.5% | -3.3%  | 15.1%  | -8.8%  | -12.5% | -5.0%  |
| 手机与平板    | -0.8% | -11.4% | -7.8%  | -26.4% | -33.4% | -27.6% | -9.4%  | 55.7% | 7.2%   | -20.0% | 7.0%   | 36.9%  | 9.1%   | 18.7%  | 18.6%  | -13.2% |
| 女士套装与连体衣 | -1.3% | -0.6%  | -4.5%  | -16.4% | 4.1%   | -7.6%  | -21.8% | 10.8% | -23.4% | -28.7% | -17.2% | 12.5%  | -9.3%  | 13.6%  | -8.0%  | -7.3%  |
| 零食       | -0.0% | -21.7% | -10.8% | -8.4%  | 6.8%   | -4.1%  | 12.1%  | 6.4%  | 8.8%   | -2.0%  | -2.7%  | 34.3%  | 54.6%  | 5.5%   | -37.1% | -5.3%  |
| 影音设备     | 10.3% | -18.4% | -16.5% | -25.6% | -7.1%  | -7.1%  | -9.9%  | 0.4%  | -3.9%  | -23.8% | 44.8%  | 41.7%  | -11.2% | 34.3%  | 13.4%  | -9.3%  |
| 厨房家电     | 24.3% | -21.3% | -1.2%  | -16.8% | -7.0%  | -6.8%  | -31.9% | 5.6%  | 17.0%  | -42.8% | -75.3% | -20.9% | 38.0%  | -63.8% | 64.4%  | -19.2% |
| 美容、个护电器  | 11.4% | -18.9% | 3.6%   | -14.2% | -12.9% | -1.5%  | -6.2%  | -5.3% | 10.6%  | -72.6% | -1.2%  | 40.5%  | 37.9%  | 24.9%  | 35.3%  | -2.1%  |
| 饮料       | 13.0% | 2.4%   | -4.5%  | -8.5%  | -1.2%  | -5.9%  | -15.5% | 41.7% | 38.2%  | -17.7% | -8.0%  | 101.5% | 32.0%  | 35.5%  | 10.2%  | -0.5%  |
| 总计       | 7.3%  | -13.0% | -5.4%  | -13.8% | -3.7%  | -9.4%  | -6.5%  | 4.0%  | -4.0%  | -46.6% | -36.0% | 30.6%  | 28.4%  | -4.7%  | 19.2%  | -4.6%  |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的二级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，二级类目按销售额排序。

# Tiktok市场整体发展概况

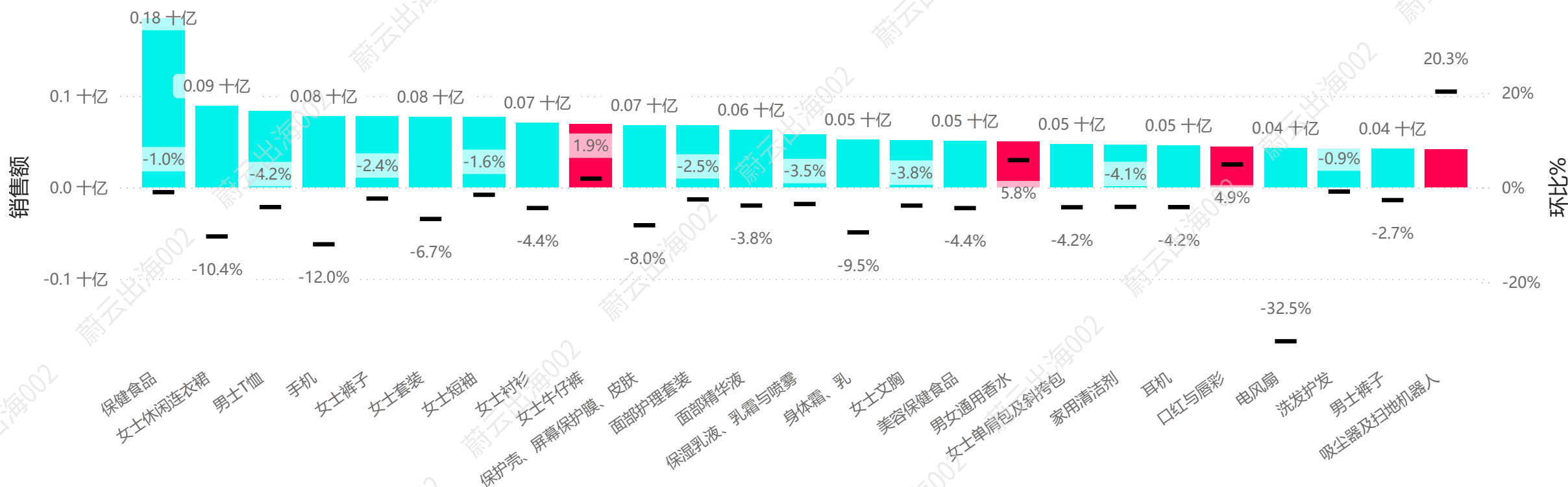
## 三级类目排行



三级类目中,

TOP1为【保健食品】销售额184,839,852, 环比-1.0%; TOP2为【女士休闲连衣裙】销售额88,859,528, 环比-10.4%; TOP3为【男士T恤】销售额82,964,764, 环比-4.2%。

### 销售额三级类目TOP25



说明：1、柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。2、鉴于三级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的三级类目。

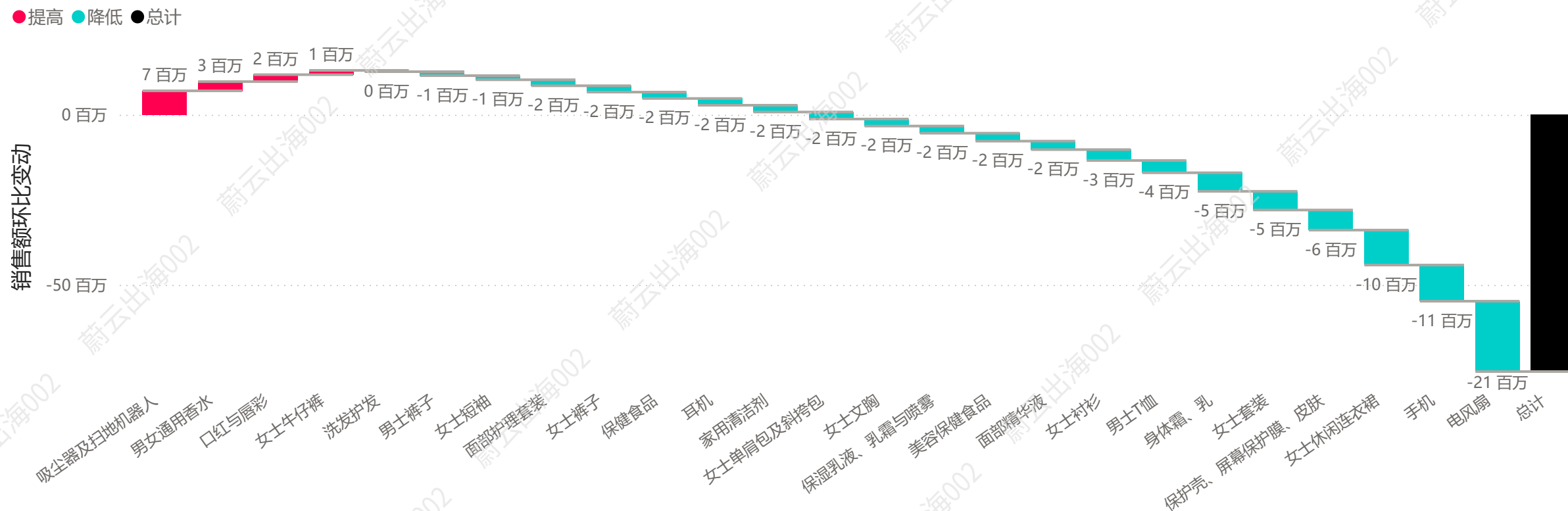
# Tiktok市场整体发展概况

## 三级类目增长贡献



从增长贡献上看本月TOP25三级类目总销售额减少-75,483,863。增长的TOP3类目有：【吸尘器及扫地机器人】，增长7,026,606；【男女通用香水】，增长2,708,879；【口红与唇彩】，增长2,042,922。减少最多的类目【电风扇】，减少-20,682,506。

TOP25三级类目\_销售额增长贡献排行



说明：鉴于三级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的三级类目。

# Tiktok市场整体发展概况

## 三级类目X国家占比热力图



各个国家TOP25三级类目销售额占比

| 三级类目         | 美国    | 印度尼西亚 | 泰国    | 越南    | 马来西亚  | 菲律宾   | 英国    | 巴西    | 墨西哥   | 新加坡   | 法国    | 德国    | 日本    | 西班牙   | 意大利   | 总计    |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 保健食品         | 4.2%  | 1.4%  | 2.8%  | 1.3%  | 2.7%  | 1.8%  | 2.9%  | 1.5%  | 2.8%  | 4.1%  | 2.1%  | 2.3%  | 1.0%  | 5.0%  | 2.8%  | 2.6%  |
| 女士休闲连衣裙      | 1.7%  | 0.5%  | 0.7%  | 1.6%  | 0.4%  | 0.8%  | 3.5%  | 1.5%  | 3.0%  | 0.9%  | 1.9%  | 0.9%  | 1.3%  | 1.2%  | 1.0%  | 1.3%  |
| 男士T恤         | 1.2%  | 1.5%  | 1.1%  | 1.2%  | 0.9%  | 1.5%  | 0.6%  | 1.4%  | 2.1%  | 1.1%  | 0.4%  | 0.7%  | 1.0%  | 0.3%  | 0.9%  | 1.2%  |
| 手机           | 0.1%  | 4.3%  | 1.0%  | 0.3%  | 0.9%  | 1.4%  | 0.3%  | 0.1%  | 0.5%  | 0.6%  | 1.2%  | 1.0%  | 0.1%  | 2.1%  | 1.3%  | 1.1%  |
| 女士裤子         | 0.9%  | 1.2%  | 1.4%  | 0.8%  | 0.9%  | 1.0%  | 1.6%  | 2.2%  | 1.8%  | 0.6%  | 0.5%  | 0.3%  | 1.4%  | 0.9%  | 0.9%  | 1.1%  |
| 女士套装         | 1.2%  | 1.1%  | 0.6%  | 1.2%  | 0.5%  | 0.6%  | 2.4%  | 2.1%  | 2.6%  | 0.3%  | 1.0%  | 0.6%  | 1.0%  | 0.7%  | 0.9%  | 1.1%  |
| 女士短袖         | 1.4%  | 0.7%  | 1.4%  | 1.6%  | 0.4%  | 0.8%  | 0.9%  | 0.6%  | 1.5%  | 0.9%  | 0.4%  | 0.4%  | 1.5%  | 0.2%  | 0.3%  | 1.1%  |
| 女士衬衫         | 0.4%  | 1.6%  | 1.3%  | 1.1%  | 1.1%  | 1.1%  | 0.5%  | 2.1%  | 0.6%  | 2.0%  | 0.2%  | 0.2%  | 1.7%  | 0.1%  | 0.1%  | 1.0%  |
| 女士牛仔裤        | 1.1%  | 0.9%  | 1.4%  | 0.9%  | 0.5%  | 0.7%  | 0.8%  | 1.5%  | 1.2%  | 0.4%  | 0.5%  | 0.4%  | 0.4%  | 0.2%  | 0.5%  | 1.0%  |
| 保护壳、屏幕保护膜、皮肤 | 0.7%  | 0.5%  | 1.4%  | 1.3%  | 0.8%  | 1.5%  | 0.3%  | 1.2%  | 2.2%  | 2.0%  | 1.1%  | 0.4%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.8%  | 1.0%  |
| 面部护理套装       | 1.0%  | 1.4%  | 0.6%  | 0.6%  | 1.3%  | 1.0%  | 1.4%  | 0.7%  | 0.3%  | 1.4%  | 0.6%  | 1.2%  | 0.5%  | 0.7%  | 0.5%  | 1.0%  |
| 面部精华液        | 0.9%  | 0.6%  | 1.2%  | 1.3%  | 0.9%  | 0.7%  | 0.9%  | 0.4%  | 0.2%  | 1.2%  | 1.0%  | 0.5%  | 1.7%  | 0.9%  | 0.8%  | 0.9%  |
| 保湿乳液、乳霜与喷雾   | 0.7%  | 1.1%  | 1.0%  | 1.1%  | 0.9%  | 0.6%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.2%  | 0.9%  | 0.4%  | 0.4%  | 0.2%  | 0.7%  | 0.5%  | 0.8%  |
| 身体霜、乳        | 0.5%  | 1.0%  | 1.4%  | 1.0%  | 0.5%  | 0.8%  | 0.4%  | 0.3%  | 0.1%  | 0.3%  | 0.3%  | 0.2%  | 0.3%  | 0.3%  | 0.5%  | 0.7%  |
| 女士文胸         | 1.3%  | 0.4%  | 0.6%  | 0.5%  | 0.4%  | 0.5%  | 1.3%  | 0.4%  | 0.7%  | 0.5%  | 0.2%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.9%  | 0.4%  | 0.7%  |
| 美容保健食品       | 0.7%  | 0.4%  | 1.3%  | 0.4%  | 1.0%  | 1.1%  | 0.6%  | 0.3%  | 0.0%  | 1.7%  | 0.4%  | 0.5%  | 1.2%  | 0.7%  | 1.2%  | 0.7%  |
| 男女通用香水       | 0.9%  | 0.6%  | 0.5%  | 0.2%  | 0.9%  | 0.7%  | 0.7%  | 1.0%  | 0.4%  | 1.2%  | 1.5%  | 2.0%  | 0.2%  | 1.3%  | 3.3%  | 0.7%  |
| 女士单肩包及斜挎包    | 0.4%  | 1.0%  | 1.0%  | 0.5%  | 0.8%  | 0.8%  | 0.3%  | 0.6%  | 0.6%  | 1.3%  | 0.1%  | 0.1%  | 0.9%  | 0.2%  | 0.2%  | 0.7%  |
| 家用清洁剂        | 0.4%  | 0.2%  | 1.2%  | 1.5%  | 0.5%  | 0.6%  | 1.1%  | 0.4%  | 0.2%  | 1.1%  | 0.6%  | 0.3%  | 0.6%  | 0.6%  | 0.4%  | 0.7%  |
| 耳机           | 0.6%  | 0.5%  | 0.6%  | 0.8%  | 0.6%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.9%  | 0.9%  | 1.4%  | 0.8%  | 0.5%  | 1.0%  | 0.7%  | 0.6%  | 0.7%  |
| 口红与唇彩        | 0.5%  | 0.6%  | 0.7%  | 0.6%  | 0.8%  | 0.8%  | 1.2%  | 0.4%  | 0.4%  | 0.5%  | 0.2%  | 0.6%  | 0.5%  | 0.2%  | 0.2%  | 0.6%  |
| 电风扇          | 0.7%  | 0.5%  | 0.3%  | 0.6%  | 0.5%  | 0.5%  | 1.5%  | 0.1%  | 0.8%  | 0.8%  | 1.2%  | 0.6%  | 3.6%  | 3.3%  | 0.3%  | 0.6%  |
| 洗发护发         | 0.7%  | 0.4%  | 0.6%  | 0.9%  | 0.4%  | 0.5%  | 0.6%  | 0.8%  | 0.3%  | 0.8%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.7%  | 0.7%  | 0.6%  | 0.6%  |
| 男士裤子         | 0.6%  | 0.8%  | 0.5%  | 0.6%  | 0.6%  | 0.7%  | 0.5%  | 0.9%  | 0.7%  | 0.3%  | 0.3%  | 0.1%  | 0.9%  | 0.3%  | 0.4%  | 0.6%  |
| 吸尘器及扫地机器人    | 0.9%  | 0.2%  | 0.1%  | 0.5%  | 0.4%  | 0.2%  | 1.8%  | 0.2%  | 0.2%  | 0.7%  | 2.6%  | 5.3%  | 0.4%  | 2.1%  | 2.4%  | 0.6%  |
| 总计           | 23.5% | 23.3% | 24.7% | 22.4% | 19.5% | 21.6% | 27.0% | 21.9% | 24.3% | 27.0% | 20.3% | 20.5% | 23.1% | 24.4% | 21.5% | 23.1% |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的三级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，三级类目按销售额排序。

# Tiktok市场整体发展概况

## 三级类目X国家增长热力图



TOP25三级类目\_各个国家\_销售额增长贡献

单位: 万

| 三级类目         | 美国     | 印度尼西亚   | 泰国      | 越南      | 马来西亚   | 菲律宾     | 英国      | 巴西    | 墨西哥    | 新加坡    | 法国     | 德国    | 日本    | 西班牙   | 意大利   | 总计      |
|--------------|--------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 洗发护发         | 197.8  | -85.2   | -62.4   | -151.7  | -14.2  | -7.6    | 50.6    | -0.5  | 10.8   | -0.7   | 2.1    | -0.2  | 19.8  | 1.8   | 1.8   | -37.7   |
| 吸尘器及扫地机器人    | 400.9  | -37.4   | -5.5    | -55.2   | 10.2   | -2.7    | 79.7    | -4.1  | 6.1    | -30.4  | 44.6   | 191.8 | 7.1   | 45.9  | 51.6  | 702.7   |
| 手机           | -32.6  | -401.8  | -7.3    | -81.5   | -338.7 | -245.3  | -26.5   | 4.7   | 32.5   | -11.1  | 8.3    | 19.8  | -0.9  | 14.0  | 4.5   | -1062.0 |
| 身体霜、乳        | -72.5  | -182.6  | -87.5   | -123.3  | -27.4  | -80.8   | -10.7   | 31.5  | 5.1    | -12.1  | -0.5   | 1.3   | 8.2   | 1.9   | 3.9   | -545.5  |
| 女士休闲连衣裙      | -283.7 | -59.6   | -52.1   | -86.7   | -2.0   | -55.8   | -396.9  | 80.1  | -142.1 | -17.7  | -0.4   | -9.8  | -1.1  | -2.9  | 3.4   | -1027.5 |
| 女士文胸         | 47.4   | -8.3    | -41.8   | -90.2   | 6.2    | -28.0   | -72.8   | 8.8   | -26.7  | 1.3    | 0.2    | -6.3  | 1.0   | -0.6  | 3.4   | -206.4  |
| 女士套装         | -41.6  | 54.4    | -16.9   | -189.5  | 9.0    | -31.8   | -222.4  | 43.0  | -133.6 | -6.4   | -13.0  | 6.3   | -9.8  | 4.0   | -1.2  | -549.9  |
| 女士牛仔裤        | 411.2  | -55.3   | -54.9   | -129.5  | -40.1  | -27.4   | 5.6     | 24.0  | 9.1    | 1.5    | -35.5  | 12.9  | 3.0   | 2.0   | -1.1  | 125.5   |
| 女士裤子         | 183.5  | -48.1   | -212.8  | -111.5  | 8.5    | -80.5   | 14.6    | 74.6  | -15.5  | -13.7  | -4.6   | 5.2   | 13.6  | -5.5  | 5.1   | -187.0  |
| 女士短袖         | 89.1   | -19.8   | -27.8   | -166.6  | 0.4    | -18.9   | -37.2   | 52.4  | -11.9  | -17.0  | 2.2    | 8.8   | 20.0  | -0.3  | 5.3   | -121.3  |
| 女士单肩包及斜挎包    | 11.8   | -59.0   | -88.1   | -60.9   | 34.2   | -31.2   | 8.9     | -11.6 | 7.5    | -26.3  | 0.8    | 3.5   | 7.1   | -3.3  | 0.9   | -205.7  |
| 女士衬衫         | 99.0   | -151.1  | -45.5   | -174.8  | -7.8   | -56.5   | -10.6   | 22.8  | 7.0    | -43.8  | 0.7    | 3.1   | 33.4  | 0.8   | 2.5   | -320.9  |
| 男士裤子         | 209.2  | -105.0  | -55.9   | -76.6   | -29.4  | -45.0   | -41.9   | 33.7  | 9.0    | -4.3   | -14.2  | 1.8   | 4.9   | -0.3  | -2.5  | -116.4  |
| 男士T恤         | 270.2  | -226.1  | -85.9   | -161.7  | -44.8  | -68.2   | -52.8   | 91.6  | -98.1  | -10.8  | -2.6   | 3.6   | 15.4  | 2.4   | 7.9   | -359.7  |
| 男女通用香水       | 208.6  | -85.0   | -32.5   | -54.2   | -20.8  | 0.4     | 34.6    | 111.5 | -1.9   | -5.7   | 17.2   | 49.7  | 4.4   | 6.7   | 37.7  | 270.9   |
| 面部精华液        | -54.0  | -79.7   | -32.6   | -182.0  | -27.7  | -44.6   | 60.6    | -3.8  | 6.5    | 8.5    | 42.0   | 15.9  | 30.9  | 2.3   | 8.5   | -249.3  |
| 面部护理套装       | 140.6  | -251.3  | -15.3   | -67.6   | -107.6 | -36.8   | 174.4   | -59.5 | 20.0   | -34.1  | 4.0    | 28.8  | 11.8  | 12.3  | 4.8   | -175.6  |
| 美容保健食品       | -10.6  | -15.7   | -163.3  | -20.3   | 66.4   | -64.6   | 19.9    | -16.1 | 2.6    | -38.2  | -4.8   | 6.7   | 24.7  | -22.8 | 3.3   | -232.7  |
| 口红与唇彩        | 185.7  | -110.8  | -86.5   | -119.4  | 59.4   | -46.8   | 239.6   | 18.3  | 23.5   | -0.6   | -2.2   | 36.8  | 7.1   | -0.4  | 0.6   | 204.3   |
| 家用清洁剂        | -97.0  | -20.6   | -8.5    | -118.0  | 5.7    | -56.7   | 69.6    | 15.1  | -0.3   | -27.4  | 4.8    | 13.1  | 15.2  | 3.1   | 2.2   | -199.6  |
| 耳机           | 197.2  | -121.2  | -133.7  | -249.6  | 23.8   | 8.0     | 5.8     | 26.5  | 17.1   | -17.7  | 27.1   | 9.6   | -2.8  | 7.9   | 3.9   | -198.2  |
| 电风扇          | -317.0 | -142.9  | -0.3    | -132.7  | -54.2  | -78.7   | -1206.0 | 10.4  | -91.5  | -51.0  | -88.5  | 17.5  | 111.6 | -32.5 | -12.5 | -2068.3 |
| 保湿乳液、乳霜与喷雾   | 60.7   | -172.2  | 21.9    | -151.5  | 6.8    | -20.5   | 43.1    | 1.1   | 7.5    | -31.5  | 4.5    | 1.4   | 3.1   | 11.4  | 3.9   | -210.3  |
| 保健食品         | 34.9   | -96.0   | -6.7    | -159.3  | -8.9   | -71.2   | 15.8    | -5.9  | 129.6  | -81.2  | -6.4   | 16.7  | 29.6  | 18.8  | 2.5   | -187.7  |
| 保护壳、屏幕保护膜、皮肤 | 75.8   | -92.8   | 214.2   | 12.7    | -18.7  | -131.8  | 7.6     | 27.1  | -134.2 | -95.9  | -477.5 | 9.1   | 12.4  | 3.6   | -1.7  | -590.0  |
| 总计           | 1914.7 | -2573.0 | -1087.7 | -2901.5 | -511.9 | -1323.1 | -1247.6 | 575.3 | -361.9 | -566.0 | -491.5 | 447.2 | 369.6 | 70.2  | 138.8 | -7548.4 |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的三级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，三级类目按销售额排序。



# Tiktok市场整体发展概况

## 三级类目X国家增长热力图



TOP25三级类目\_各个国家\_销售额环比增长率

| 三级类目         | 美国     | 印度尼西亚  | 泰国     | 越南     | 马来西亚   | 菲律宾    | 英国     | 巴西     | 墨西哥    | 新加坡    | 法国     | 德国     | 日本     | 西班牙    | 意大利    | 总计     |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 洗发护发         | 18.8%  | -16.1% | -9.4%  | -17.8% | -5.1%  | -2.8%  | 32.3%  | -0.2%  | 22.8%  | -1.7%  | 5.2%   | -0.8%  | 83.7%  | 7.0%   | 8.3%   | -0.9%  |
| 吸尘器及扫地机器人    | 31.9%  | -16.3% | -3.6%  | -12.1% | 4.9%   | -3.3%  | 14.5%  | -6.2%  | 16.3%  | -44.9% | 41.8%  | 116.7% | 38.8%  | 116.7% | 139.1% | 20.3%  |
| 手机           | -15.0% | -8.2%  | -0.7%  | -24.6% | -39.8% | -26.2% | -18.1% | 22.0%  | 51.6%  | -25.3% | 13.4%  | 39.1%  | -21.5% | 19.5%  | 9.8%   | -12.0% |
| 身体霜、乳        | -7.8%  | -14.8% | -5.4%  | -14.3% | -9.3%  | -16.8% | -7.6%  | 41.6%  | 47.1%  | -46.9% | -2.6%  | 12.0%  | 86.2%  | 18.7%  | 26.1%  | -9.5%  |
| 女士休闲连衣裙      | -8.6%  | -10.4% | -6.1%  | -6.6%  | -0.9%  | -12.0% | -24.3% | 19.3%  | -20.1% | -27.0% | -0.4%  | -13.5% | -1.4%  | -5.8%  | 10.3%  | -10.4% |
| 女士文胸         | 2.0%   | -1.9%  | -6.5%  | -20.5% | 2.7%   | -9.7%  | -13.7% | 7.2%   | -17.6% | 5.7%   | 1.6%   | -11.2% | 6.1%   | -1.7%  | 34.1%  | -3.8%  |
| 女士套装         | -1.9%  | 5.0%   | -2.6%  | -16.4% | 3.2%   | -9.2%  | -20.8% | 7.0%   | -21.2% | -31.6% | -18.1% | 18.5%  | -14.0% | 15.1%  | -3.6%  | -6.7%  |
| 女士牛仔裤        | 27.0%  | -5.7%  | -3.4%  | -15.1% | -11.8% | -7.1%  | 2.1%   | 5.4%   | 4.2%   | 8.3%   | -56.0% | 86.1%  | 13.3%  | 39.7%  | -5.8%  | 1.9%   |
| 女士裤子         | 13.4%  | -3.8%  | -12.6% | -14.9% | 1.7%   | -13.9% | 2.7%   | 11.7%  | -4.3%  | -29.2% | -13.2% | 41.1%  | 19.8%  | -13.3% | 18.7%  | -2.4%  |
| 女士短袖         | 3.7%   | -2.5%  | -1.8%  | -11.8% | 0.2%   | -4.7%  | -10.8% | 35.4%  | -4.2%  | -27.4% | 9.9%   | 49.6%  | 29.3%  | -5.0%  | 119.0% | -1.6%  |
| 女士单肩包及斜挎包    | 1.6%   | -5.1%  | -7.5%  | -13.5% | 8.1%   | -7.6%  | 9.4%   | -5.7%  | 7.2%   | -27.8% | 11.6%  | 81.5%  | 15.5%  | -31.7% | 17.1%  | -4.2%  |
| 女士衬衫         | 16.5%  | -8.3%  | -3.2%  | -16.9% | -1.2%  | -9.6%  | -5.5%  | 3.4%   | 6.1%   | -29.7% | 6.7%   | 33.0%  | 50.9%  | 17.1%  | 84.5%  | -4.4%  |
| 男士裤子         | 24.6%  | -11.6% | -9.4%  | -15.0% | -8.0%  | -11.6% | -19.7% | 13.8%  | 7.4%   | -21.2% | -42.1% | 28.6%  | 10.5%  | -2.8%  | -12.9% | -2.7%  |
| 男士T恤         | 14.2%  | -12.9% | -7.0%  | -14.7% | -8.0%  | -8.5%  | -20.9% | 26.1%  | -20.0% | -16.2% | -9.9%  | 8.8%   | 35.4%  | 29.5%  | 32.9%  | -4.2%  |
| 男女通用香水       | 13.9%  | -12.0% | -6.0%  | -28.4% | -3.8%  | 0.1%   | 16.4%  | 51.9%  | -2.7%  | -8.4%  | 24.4%  | 57.4%  | 45.7%  | 15.0%  | 44.6%  | 5.8%   |
| 面部精华液        | -3.3%  | -10.9% | -2.5%  | -15.0% | -4.8%  | -11.7% | 22.8%  | -2.6%  | 25.1%  | 15.1%  | 293.6% | 107.8% | 43.9%  | 6.8%   | 42.1%  | -3.8%  |
| 面部护理套装       | 8.0%   | -15.0% | -2.3%  | -13.1% | -11.9% | -7.0%  | 52.4%  | -21.2% | 48.8%  | -32.6% | 13.7%  | 54.2%  | 62.0%  | 74.5%  | 40.3%  | -2.5%  |
| 美容保健食品       | -0.9%  | -4.0%  | -10.2% | -6.9%  | 12.0%  | -10.5% | 10.1%  | -14.3% | 44.2%  | -30.1% | -18.4% | 27.5%  | 56.0%  | -45.3% | 8.3%   | -4.4%  |
| 口红与唇彩        | 25.0%  | -14.6% | -10.2% | -20.7% | 14.2%  | -10.6% | 135.0% | 19.1%  | 41.9%  | -2.4%  | -18.1% | 912.0% | 30.6%  | -4.5%  | 8.2%   | 4.9%   |
| 家用清洁剂        | -13.1% | -7.3%  | -0.6%  | -9.5%  | 2.1%   | -17.1% | 23.0%  | 15.3%  | -0.7%  | -32.1% | 15.5%  | 127.7% | 85.5%  | 15.8%  | 16.4%  | -4.1%  |
| 耳机           | 21.8%  | -17.8% | -16.1% | -28.0% | 6.8%   | 2.3%   | 5.7%   | 9.8%   | 11.0%  | -19.6% | 135.9% | 36.3%  | -4.7%  | 36.8%  | 21.2%  | -4.2%  |
| 电风扇          | -20.5% | -22.4% | -0.1%  | -22.1% | -14.7% | -24.0% | -69.4% | 38.9%  | -37.5% | -53.8% | -55.8% | 83.1%  | 110.0% | -19.4% | -50.6% | -32.5% |
| 保湿乳液、乳霜与喷雾   | 4.9%   | -13.1% | 2.1%   | -15.2% | 1.2%   | -6.5%  | 19.9%  | 1.0%   | 19.2%  | -39.4% | 25.9%  | 5.7%   | 33.5%  | 67.4%  | 28.3%  | -3.5%  |
| 保健食品         | 0.5%   | -6.2%  | -0.2%  | -13.4% | -0.6%  | -7.5%  | 1.6%   | -1.2%  | 32.4%  | -27.3% | -5.0%  | 12.2%  | 110.8% | 10.3%  | 2.5%   | -1.0%  |
| 保护壳、屏幕保护膜、皮肤 | 6.1%   | -14.0% | 16.4%  | 1.3%   | -3.7%  | -15.4% | 9.4%   | 7.9%   | -24.6% | -48.0% | -87.8% | 61.1%  | 40.2%  | 36.3%  | -5.6%  | -8.0%  |
| 总计           | 4.7%   | -9.5%  | -3.9%  | -14.3% | -4.2%  | -11.1% | -11.6% | 9.0%   | -7.3%  | -28.7% | -29.4% | 47.8%  | 37.2%  | 7.6%   | 21.0%  | -4.5%  |

说明：1、鉴于二级类目数量众多，本次分析仅聚焦于销售额排名前25的三级类目。2、国家按照整个国家销售额排序，三级类目按销售额排序。





蔚云出海

更多TikTok免费报告持续更新...



## 十五国全景概览

→ 先看地图，再定方向

还没选定国家？这一份帮你扫完全局。15国销售额排行、环比变化、大洲占比、一级类目热力图——所有数据统一换算美元，一眼看出哪里在涨、哪里该进



你现在读的这份，属于这一类



## 单国全类目月报

→ 锁定国家，筛出赛道

定了国家，但不知道做什么类目？这份报告把该国所有一至三级类目的TOP榜、新增榜、增长榜、下降榜全部摊开，本地币数据，帮你找到细分切入点



## 单国TOP3类目

→ 瞄准热门，深挖细分

发现一个大类目在涨，但不知道具体哪个小类目有机会？我们把该国TOP3大类目进行层级下钻，带你看类目结构、占比、增长关系





蔚云出海

# 付费可获更深度的细分类目洞察...

## 灵活定制



法国「TikTok」平台全类目洞察报告

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!



「TikTok」十五国2026年7月市场全景概览

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!



TikTok | 西班牙

「美妆个护」2026年7月市场概览

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!



TikTok shop | 美国

「空气炸锅」2026年5月市场月度报告

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!



TikTok shop | 美国

「猫砂盆」2026年05月市场年度报告

你的跨境「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!

数据层级：宏观15国、全景洞察一二三级类目表现

分析深度：销售额、环比、排行

时间跨度：单月

决策价值：发现机会

定制方式：免费公开

## 免费全景月报



数据层级：单个细分类目，深挖渠道/主体/店铺/价位段

分析深度：销售额、环比、排行、渠道结构、竞争、细分价格带

时间跨度：月报¥99/ 年报¥699

决策价值：决策该类目能不能进、怎么进

定制方式：按平台/站点/类目组合，最快48h交付





蔚云出海

# 获取/定制报告 · 三种方式

五大平台

## A 逛官网

查阅/搜索

www.vay-one.com

## C 公众号

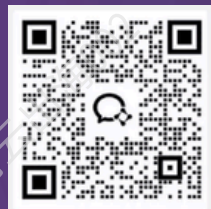
关注并查看首页菜单栏  
或回复国家领免费报告

## B 加企微

扫码加顾问Alice

免费报告直接发

付费定制48h起交付



订阅号



服务号

20+ 站点

蔚云出海 · 数据覆盖

20个国家 · 多平台 · 全类目可定制

关注我们，后台回复下方对应关键词，领取该国报告展示

欧洲 Europe

- 英国 → 回复「英国」
- 德国 → 回复「德国」
- 法国 → 回复「法国」
- 西班牙 → 回复「西班牙」
- 意大利 → 回复「意大利」
- 俄罗斯 → 回复「俄罗斯」

北美 North America

- 美国 → 回复「美国」

拉美 Latin America

- 墨西哥 → 回复「墨西哥」
- 巴西 → 回复「巴西」
- 阿根廷 → 回复「阿根廷」
- 智利 → 回复「智利」
- 哥伦比亚 → 回复「哥伦比亚」

东南亚 Southeast Asia

- 越南 → 回复「越南」
- 印尼 → 回复「印尼」
- 泰国 → 回复「泰国」
- 马来西亚 → 回复「马来西亚」
- 菲律宾 → 回复「菲律宾」
- 新加坡 → 回复「新加坡」

南亚 · 东亚 South & East Asia

- 印度 → 回复「印度」
- 日本 → 回复「日本」

更多国家持续更新中...定制报告请回复「定制」

### 市场研究系列报告

[八大报告矩阵 · 全场景决策支持]

#### 消费者洞察VOC

《亚马逊用户行为洞察报告》| ¥8999

四年周期追踪 · 评论画像 · 痛点挖掘 · 产品迭代

#### 年度对比系列

《亚马逊年度研报》| ¥999

两年周期追踪 · 市场趋势 · 品牌竞争 · 量化价格带

《TikTok Shop年度研报》| ¥699

12个月追踪 · 市场趋势 · 分渠道格局 · 价格带

#### 月度对比系列

《亚马逊月报》¥99 | 搜索 · 竞争 · 商品榜

《TikTok月报》¥99 | 短视频/直播/橱窗 · 价格

《Ozon月报》¥99 | 俄罗斯 · 价位段竞争

《Shopee月报》¥49 | 东南亚 · 市场/店铺/商品

《Mercado月报》¥49 | 拉美竞争 · TOP分析

\*以上为单类目 · 单站点，多站点多类目组合欢迎咨询



远行非掠夺  
而是以种子的姿态落地  
用时间浇灌信任  
让每一寸生长都回应土地的呼吸  
让繁荣成为共写的诗篇！

Replace the ship's edge with the form of a Seed.  
Rooted deeply in foreign land,  
Let growth be a silent whisper,  
and fruit a promise of symbiosis.



真正的全球化  
从理解一把泥土的温度开始



商业的终极形态  
是让所有参与者成为更好的自己



蔚云出海



助力中国企业扎根海外