



「TikTok」十五国2026年8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8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7月 - 2026年8月 ，报告中"本月"为 2026年8月 ，"上月"为 2026年7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8月，在统计的15个国家25个一级类目中，销售额共6,703,716,711（美元），-321,451,533，降幅-4.6%；其中环比增长的一级类目数1个，二级类目数32个，三级类目数590个。

平台总销售额

7 十亿

销售额环比：↓ -321.5百万

环比增长率：↓ -4.6%

国家数量

15

环比增长国家数量：2个

环比下滑国家数量：13个

一级类目数量

25

环比增长类目数量：1个

环比下滑类目数量：24个

二级类目数量

202

环比增长类目数量：32个

环比下滑类目数量：164个

三级类目数量

1942

环比增长类目数量：590个

环比下滑类目数量：1278个

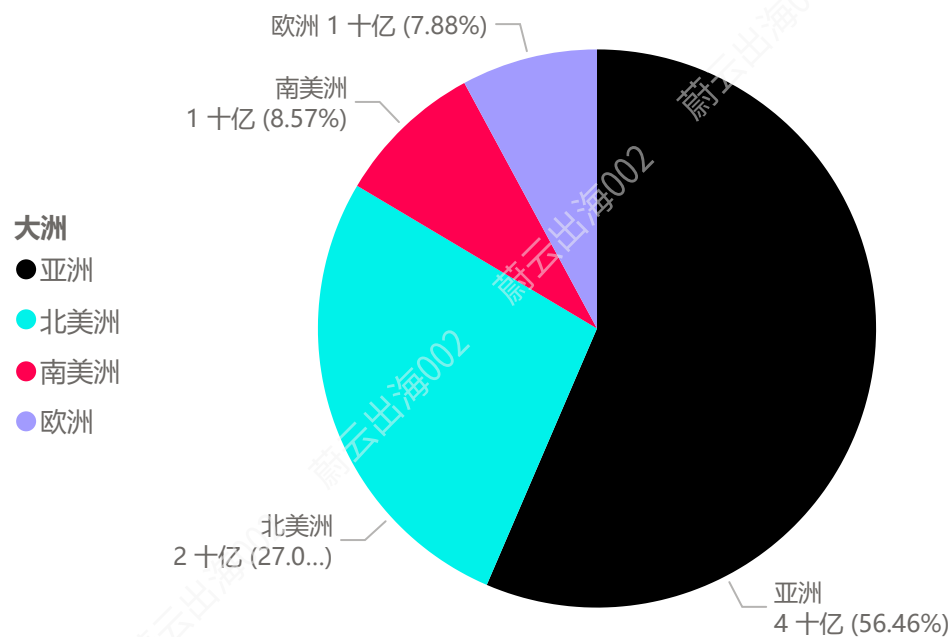
Tiktok市场整体发展概况

大洲占比

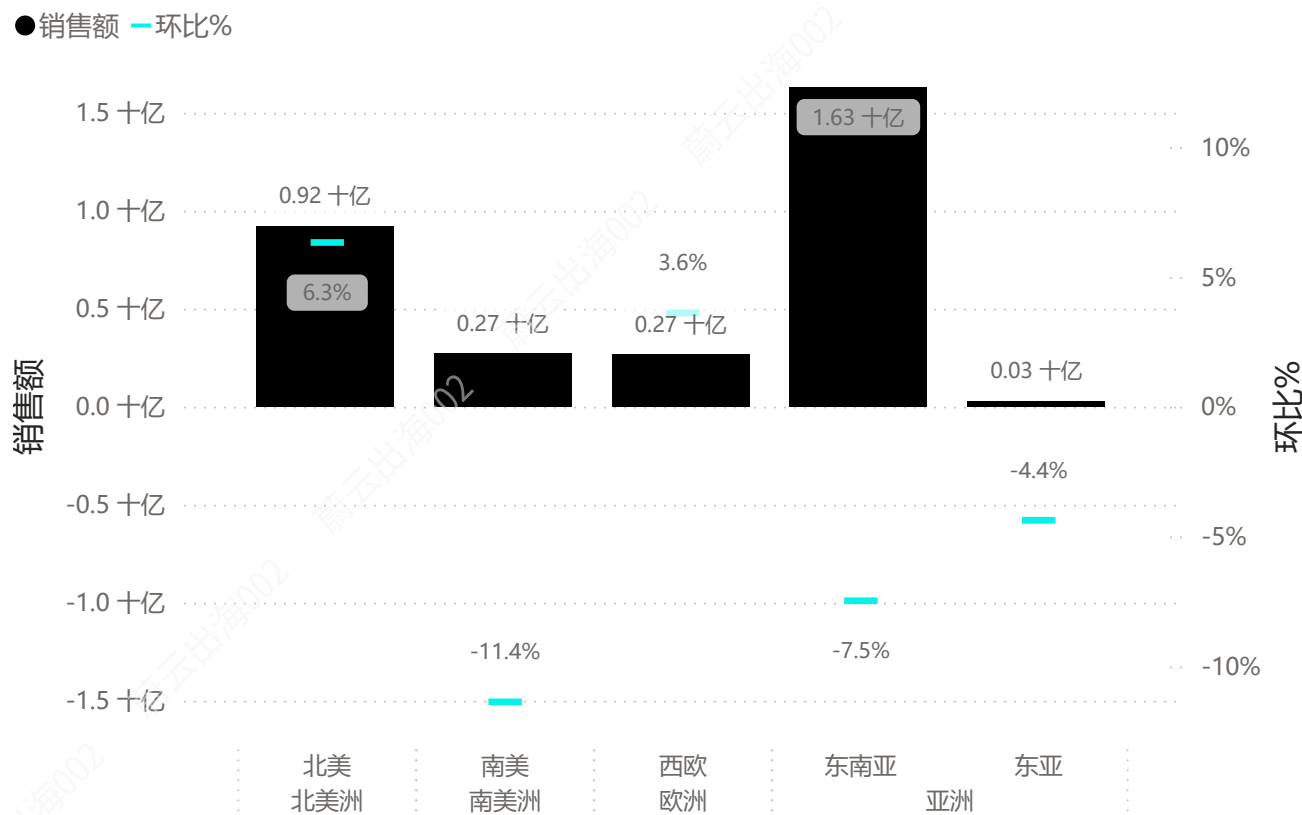


在大洲中，TOP1大洲为【亚洲】，销售额3,785,087,633，占比100.0%；TOP2大洲为【北美洲】，销售额1,815,392,612，占比100.0%；TOP3大洲为【南美洲】，销售额574,773,577，占比100.0%。

区域销售额占比



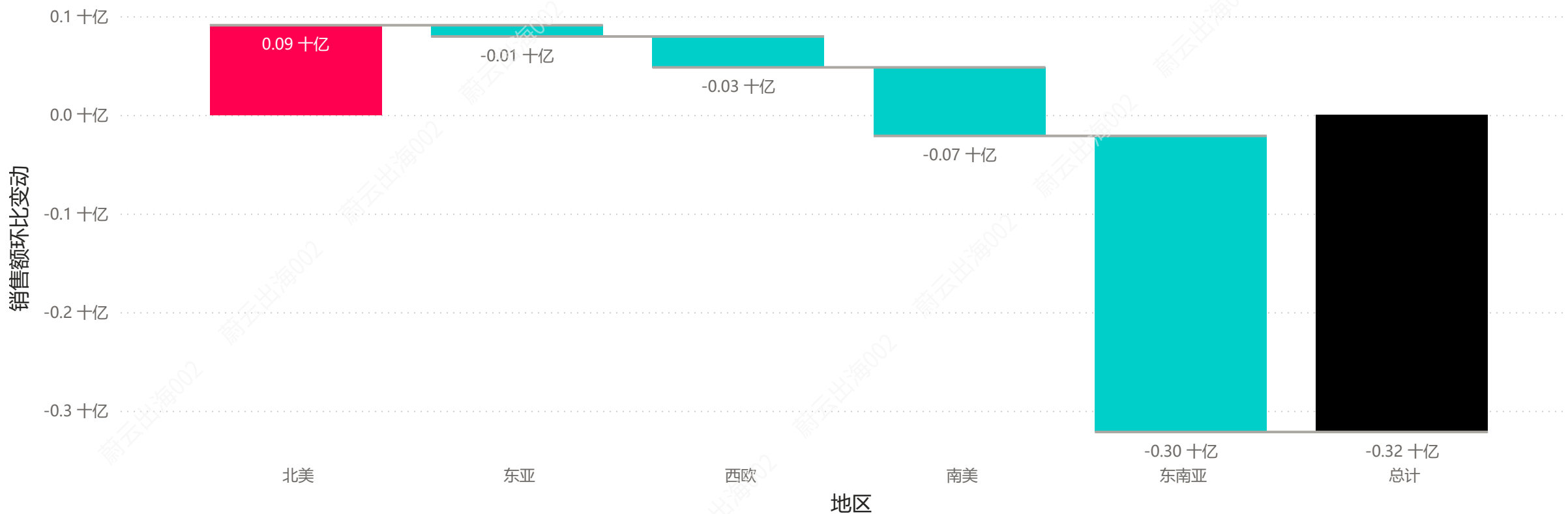
区域销售额排序/环比



从增长贡献上看所有地区本月总销售额减少-321,451,533。增长的大洲有：【北美洲】，增长90,944,322。减少的大洲有【亚洲】，减少-311,583,442；【南美洲】，减少-69,484,058；【欧洲】，减少-31,328,354。

销售额增长贡献排行

● 提高 ● 降低 ● 总计



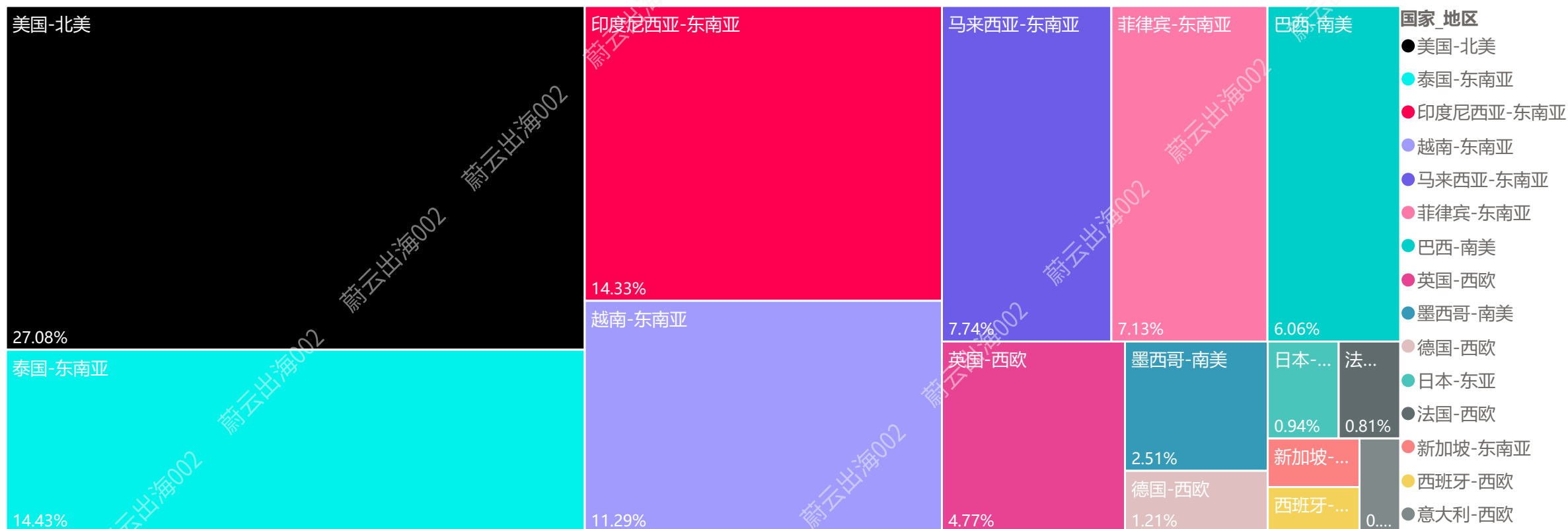
Tiktok市场整体发展概况

国家占比分布



在各个国家中，TOP1国家为【美国】，销售额1,815,392,612，占比27.1%；TOP2国家为【泰国】，销售额967,680,193，占比14.4%；TOP3国家为【印度尼西亚】，销售额960,856,558，占比14.3%。

国家销售额占比



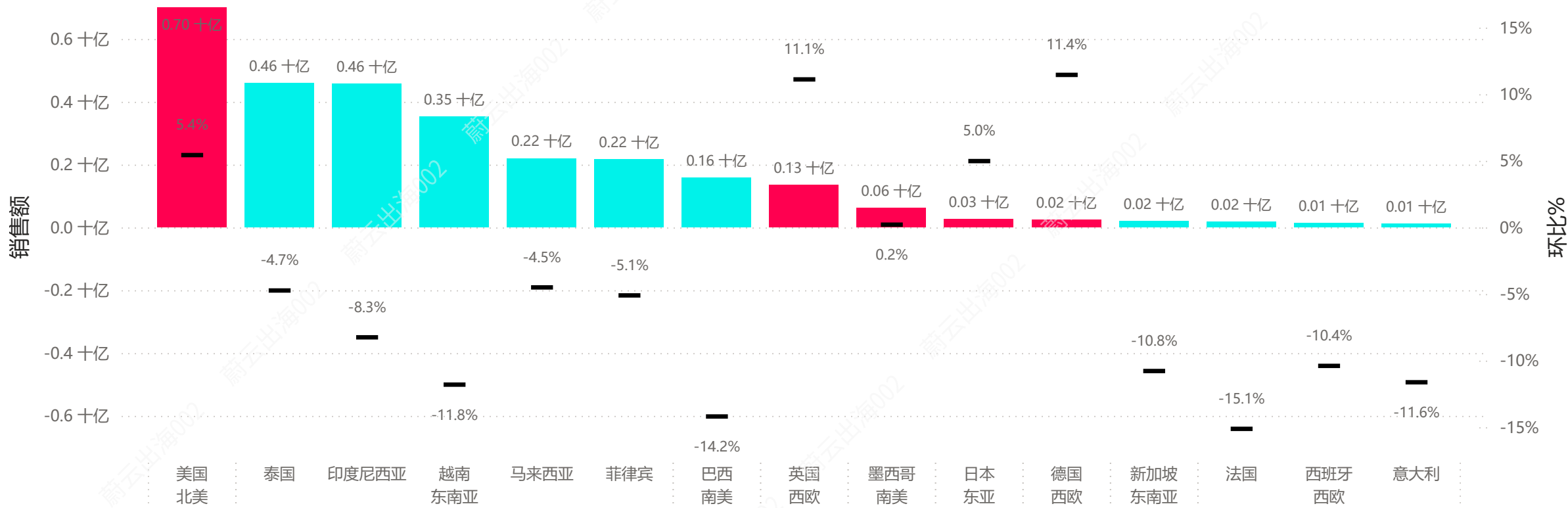
Tiktok市场整体发展概况

国家排行



各个国家中，TOP1为【美国】销售额1,815,392,612，环比5.3%；TOP2为【泰国】销售额967,680,193，环比-3.6%；TOP3为【印度尼西亚】销售额960,856,558，环比-10.9%。

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。

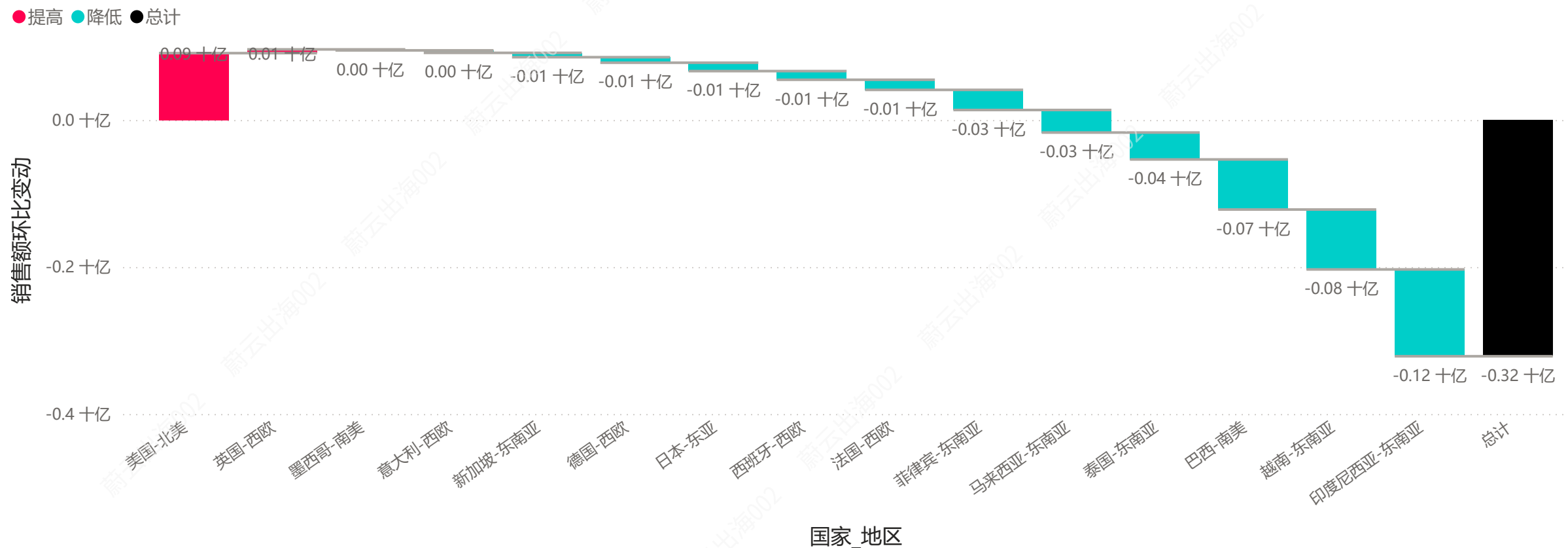
Tiktok市场整体发展概况

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-321,451,533。增长的TOP3国家有：【美国】，增长90,944,322；【英国】，增长5,085,528。减少最多的国家【印度尼西亚】，减少-118,128,128。

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	1,815,392,612	27.08%	90,944,322	5.3%	-28%	0
亚洲	东南亚	泰国	967,680,193	14.43%	-36,611,768	-3.6%	11%	1
亚洲	东南亚	印度尼西亚	960,856,558	14.33%	-118,128,128	-10.9%	37%	-1
亚洲	东南亚	越南	756,541,804	11.29%	-81,480,792	-9.7%	25%	0
亚洲	东南亚	马来西亚	518,725,371	7.74%	-30,665,197	-5.6%	10%	0
亚洲	东南亚	菲律宾	477,877,658	7.13%	-27,374,917	-5.4%	9%	0
南美洲	南美	巴西	406,292,616	6.06%	-68,157,075	-14.4%	21%	0
欧洲	西欧	英国	319,652,152	4.77%	5,085,528	1.6%	-2%	0
南美洲	南美	墨西哥	168,480,961	2.51%	-1,326,983	-0.8%	0%	0
欧洲	西欧	德国	80,929,643	1.21%	-7,495,633	-8.5%	2%	0
亚洲	东亚	日本	62,752,335	0.94%	-11,413,521	-15.4%	4%	0
欧洲	西欧	法国	54,390,957	0.81%	-13,759,353	-20.2%	4%	0
亚洲	东南亚	新加坡	40,653,713	0.61%	-5,909,121	-12.7%	2%	1
欧洲	西欧	西班牙	38,435,618	0.57%	-11,795,125	-23.5%	4%	-1
欧洲	西欧	意大利	35,054,520	0.52%	-3,363,772	-8.8%	1%	0
总计			6,703,716,711	100.00%	-321,451,533	-4.6%	100%	0

Tiktok市场整体发展概况

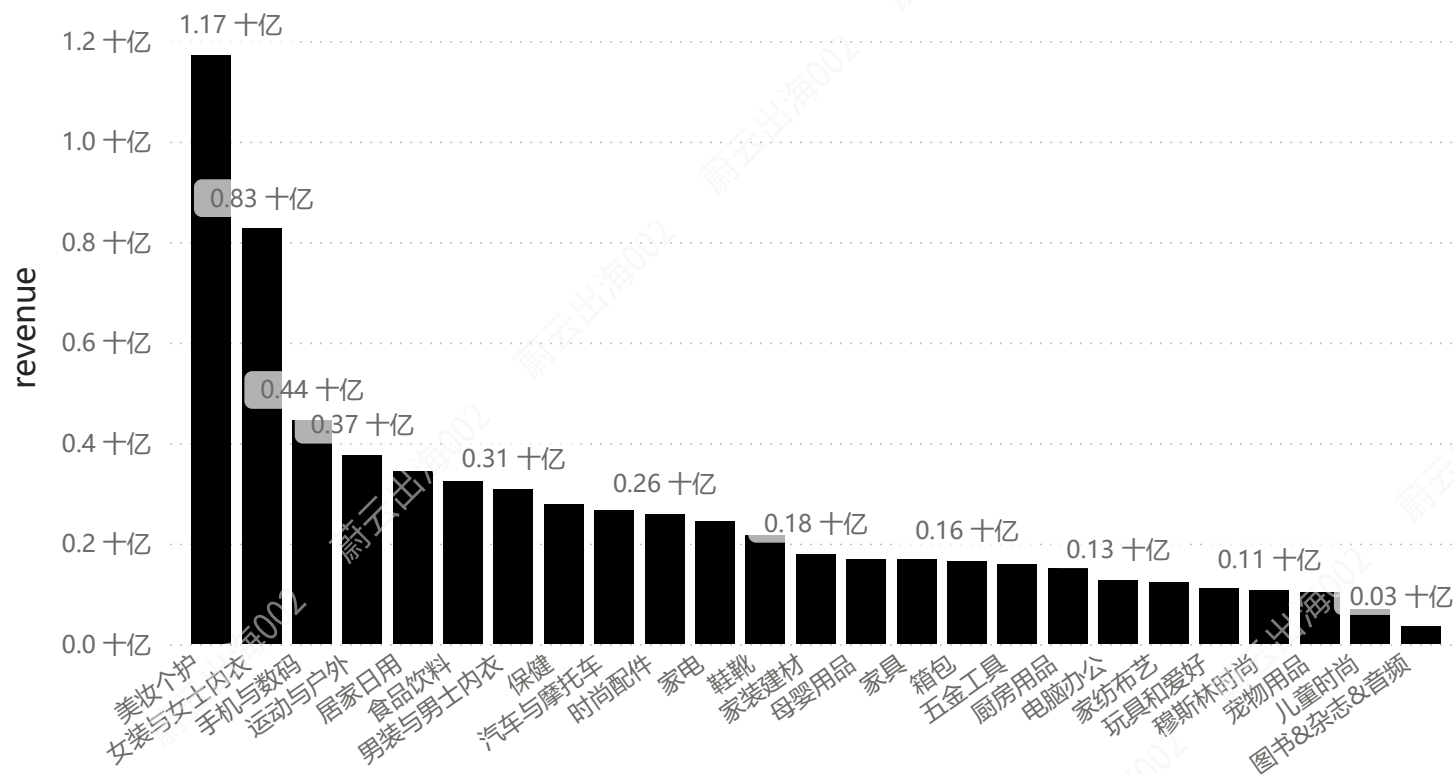
一级类目占比



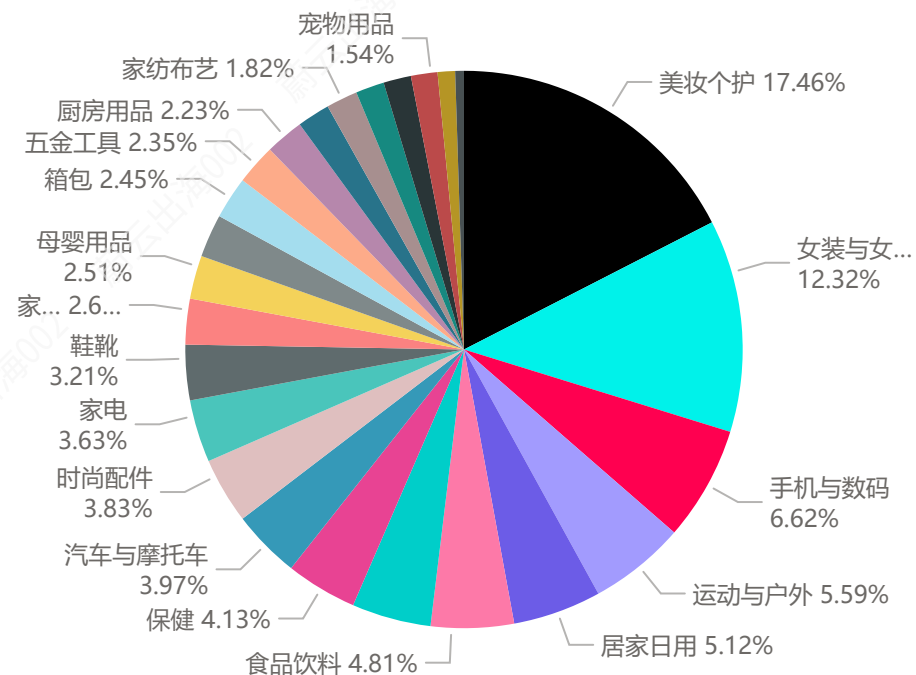
在一级类目中(所有国家合计),

TOP1类目为【美妆个护】, 销售额1,170,373,311, 占比17.5%; TOP2类目为【女装与女士内衣】, 销售额825,727,981, 占比12.3%; TOP3类目为【手机与数码】, 销售额444,034,067, 占比6.6%。

一级类目销售额



一级类目销售额占比



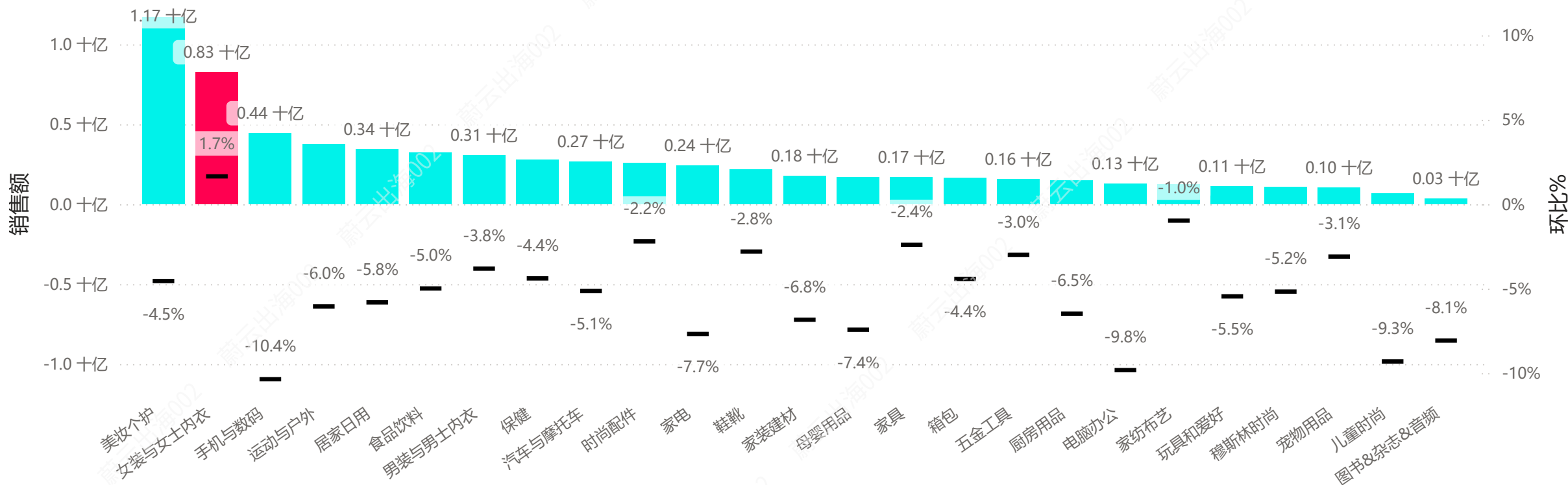
Tiktok市场整体发展概况

一级类目排行



一级类目中，
环比TOP1类目为【女装与女士内衣】，销售额825,727,981，环比1.7%；环比TOP2类目为【家纺布艺】，销售额122,249,595，环比-1.0%；环比TOP3类目为【时尚配件】，销售额256,851,927，环比-2.2%。

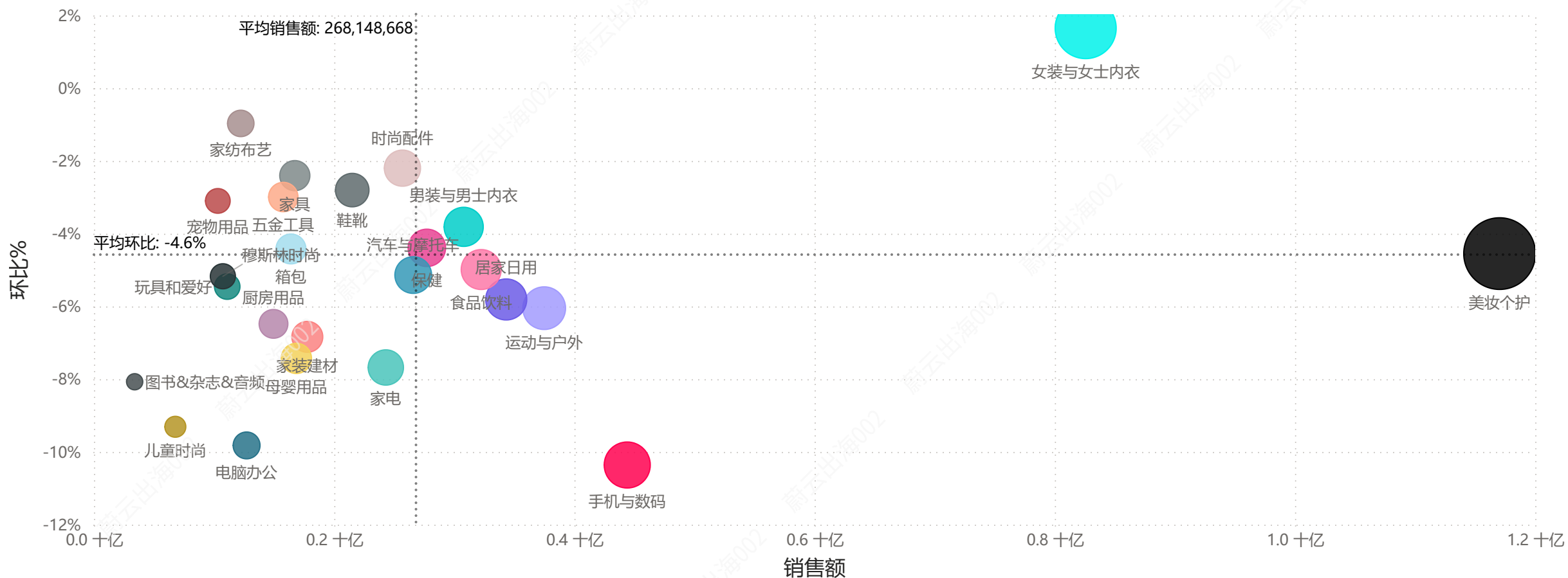
一级类目_销售额&环比



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。

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、男装与男士内衣，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）

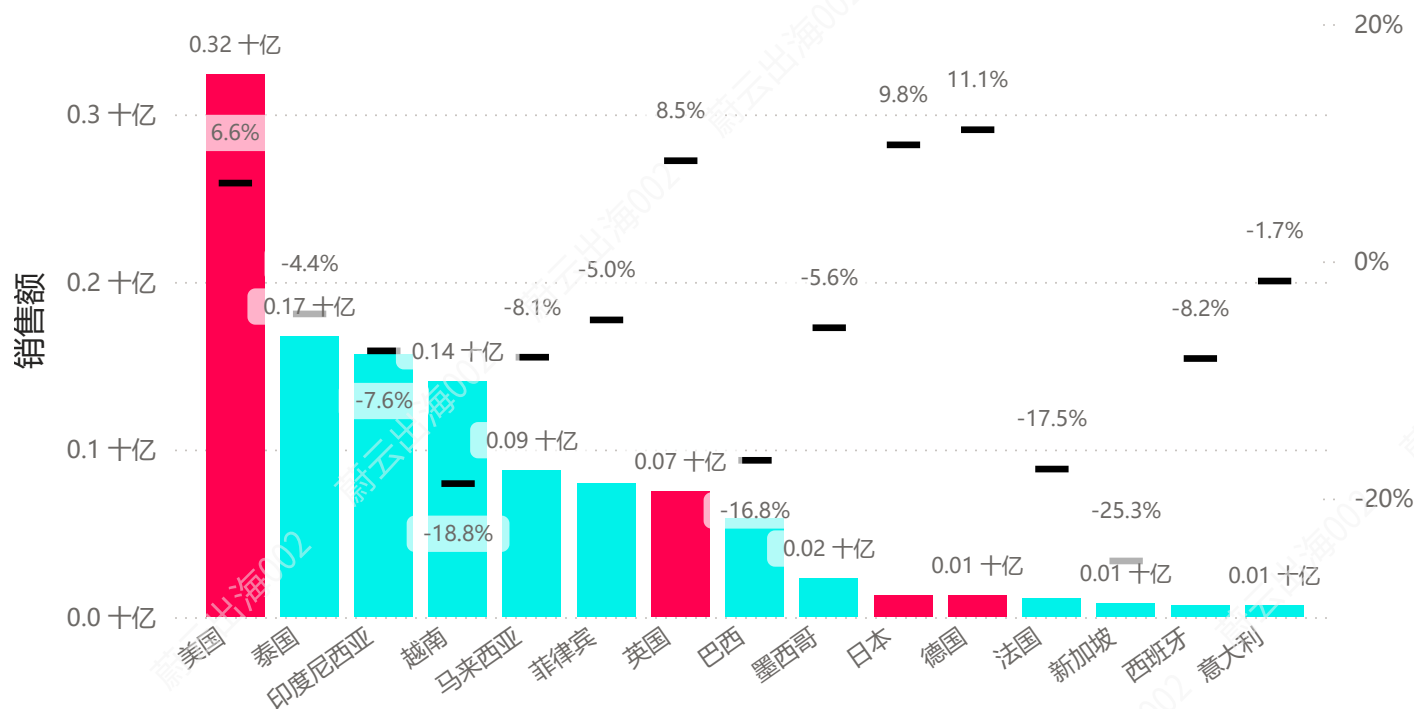


销售额TOP1一级类目【美妆个护】下：

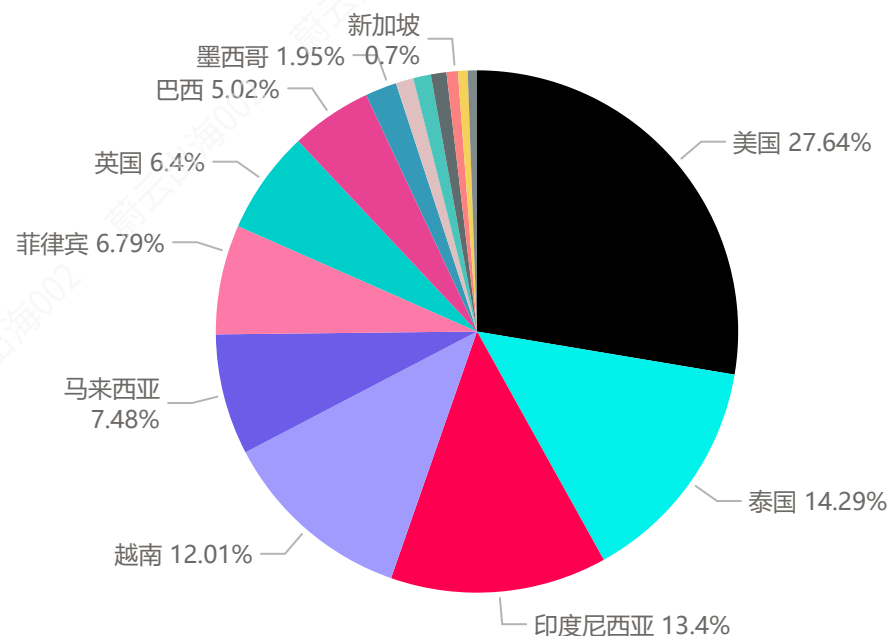
各个国家中，TOP1为【美国】销售额323,504,500，环比6.6%；TOP2为【泰国】销售额167,264,648，环比-4.4%；TOP3为【印度尼西亚】销售额156,866,031，环比-7.6%。

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



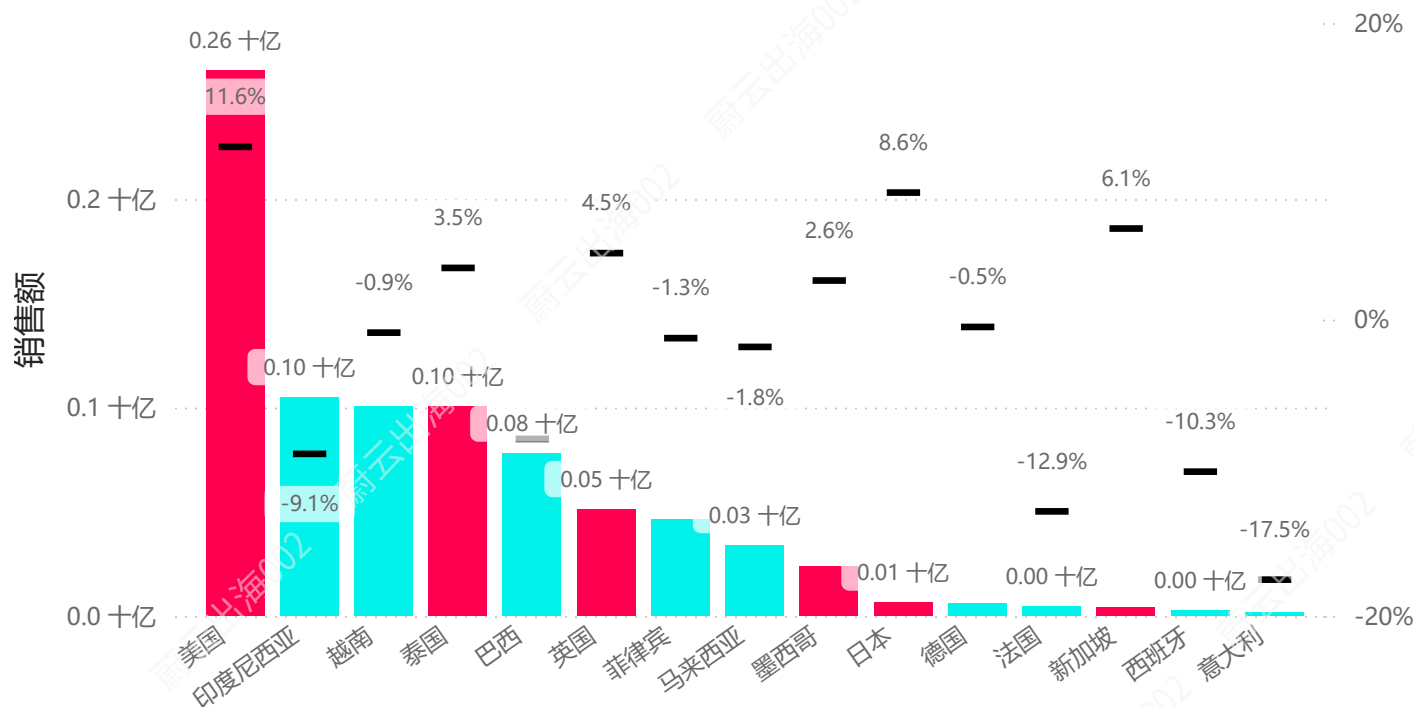
说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

销售额TOP2一级类目【女装与女士内衣】下：

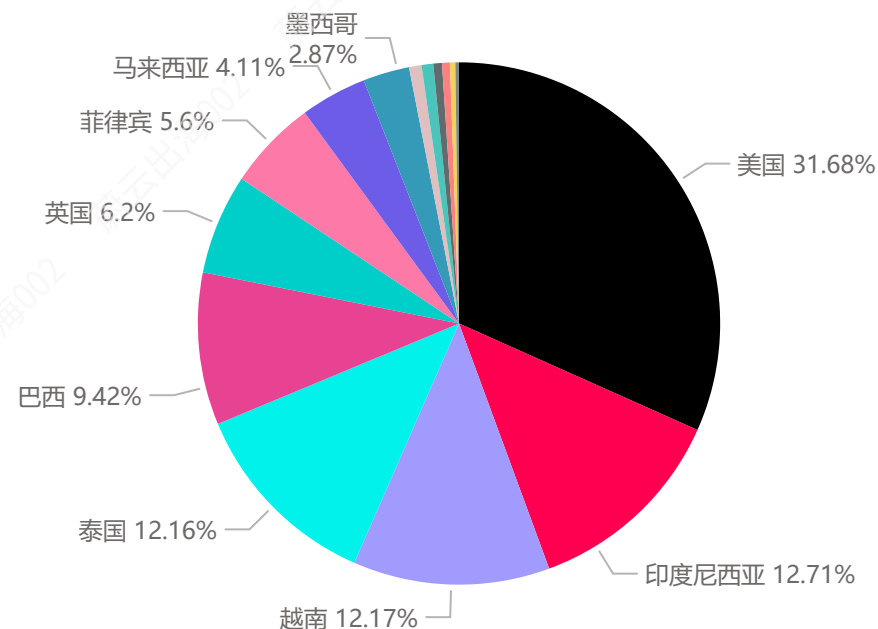
各个国家中，TOP1为【美国】销售额261,624,095，环比11.6%；TOP2为【印度尼西亚】销售额104,914,169，环比-9.1%；TOP3为【越南】销售额100,517,866，环比-0.9%。

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



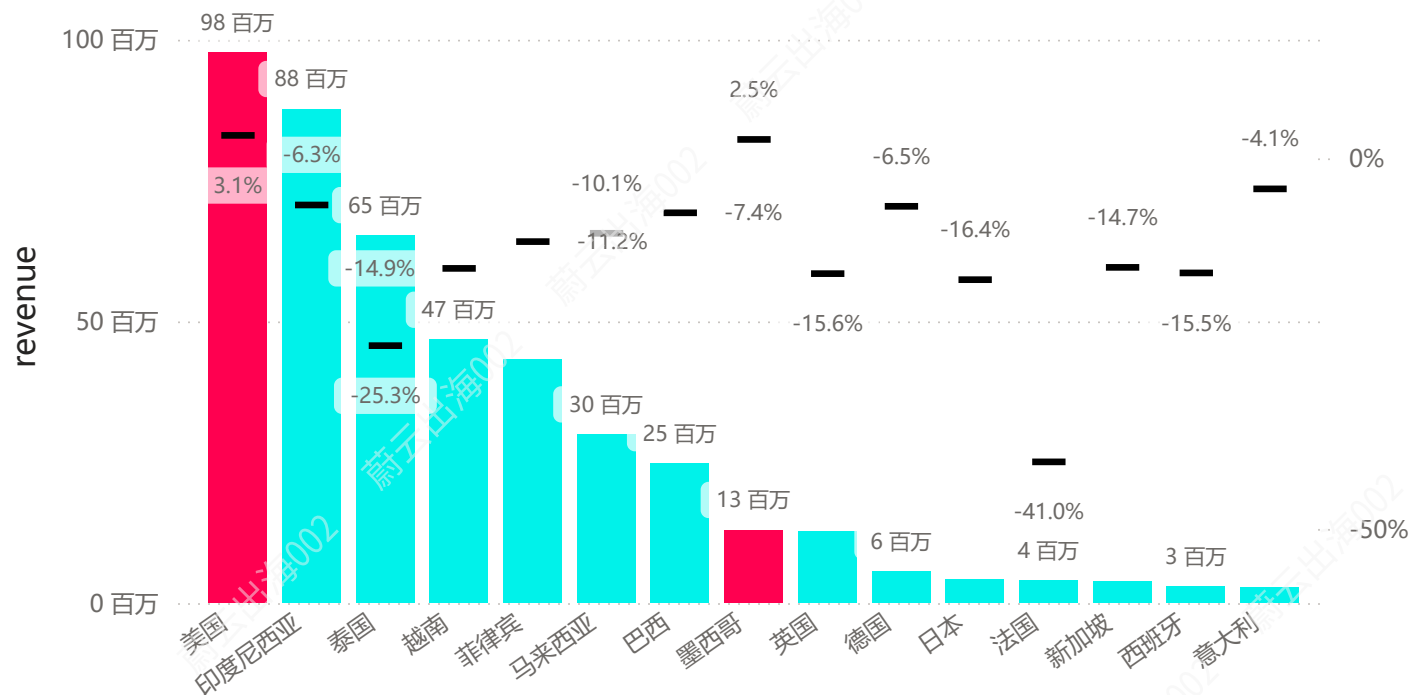
说明：柱子为销售额，红色柱子为当月销售额环比上涨，蓝色柱子为当月销售额环比下滑。

销售额TOP3一级类目【手机与数码】下：

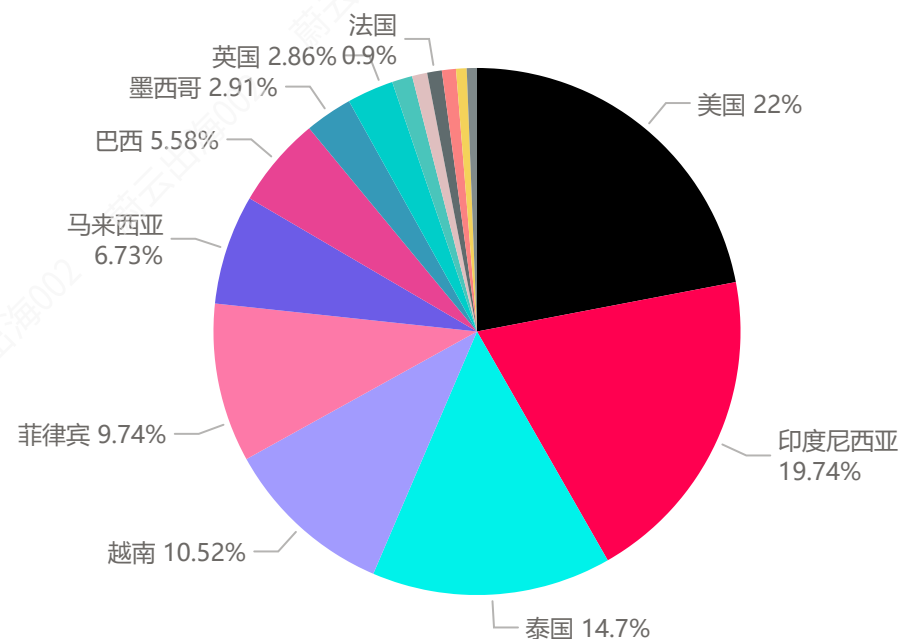
各个国家中，TOP1为【美国】销售额97,669,402，环比3.1%；TOP2为【印度尼西亚】销售额87,657,048，环比-6.3%；TOP3为【泰国】销售额65,273,753，环比-25.3%。

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。

[illegible]

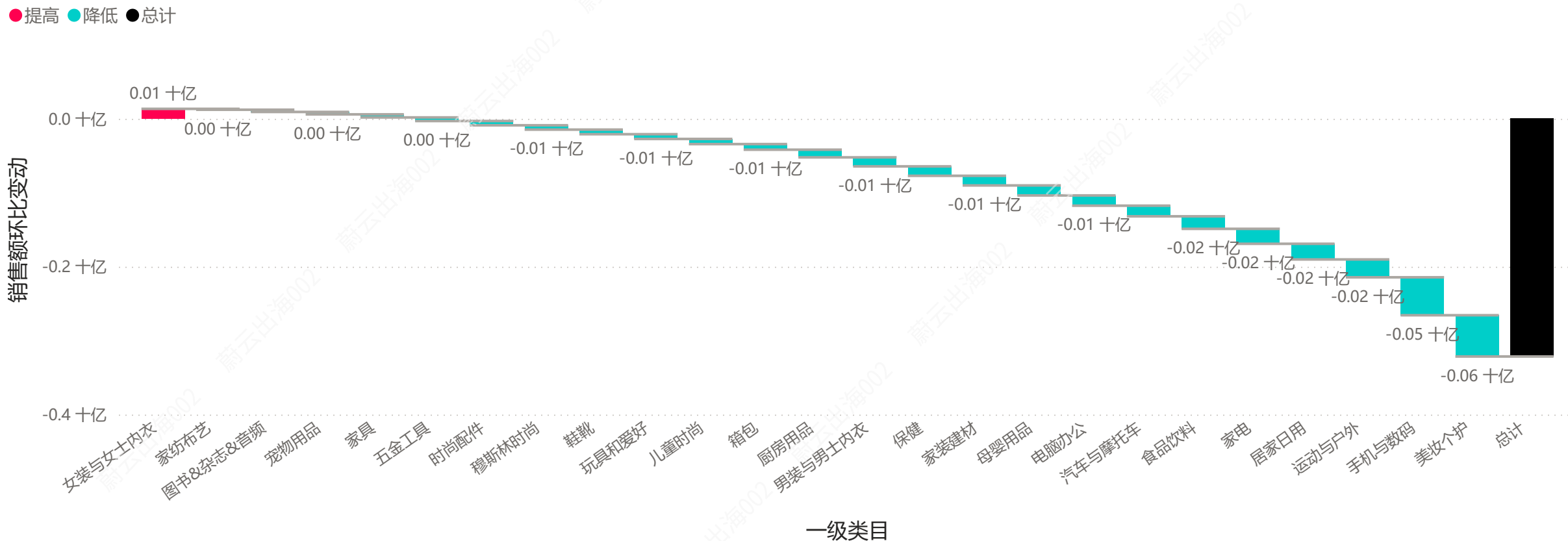
Tiktok市场整体发展概况

一级类目增长贡献



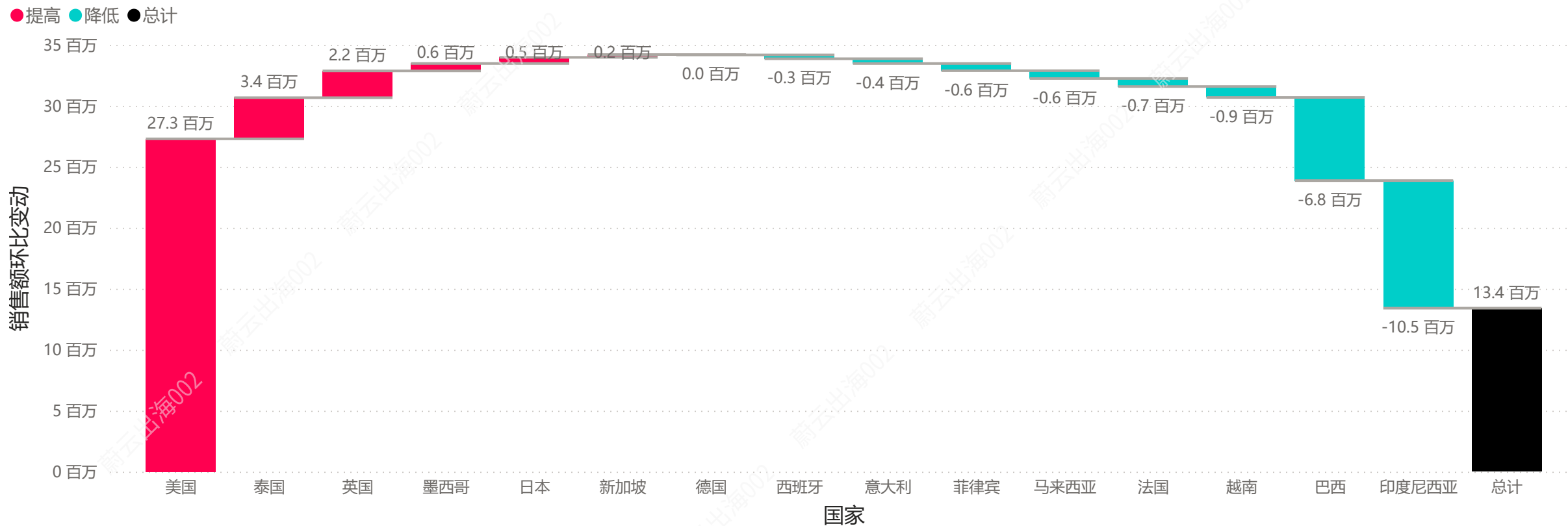
从增长贡献上看本月行业总销售额减少-321,451,533。增长的TOP3类目有：【女装与女士内衣】，增长13,407,100。减少最多的类目【美妆个护】，减少-55,766,494。

销售额增长贡献排行



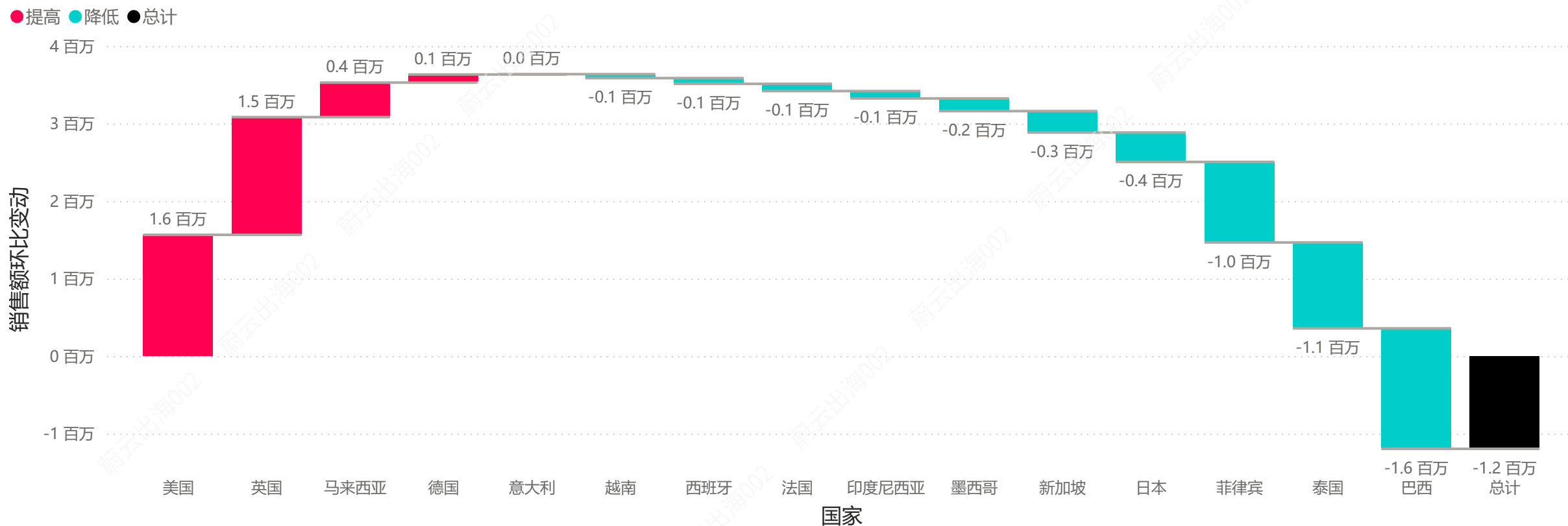
从增长贡献上看【女装与女士内衣】类日本月总销售额增长13,407,100。增长的TOP3国家有：【美国】，增长27,289,443；【泰国】，增长3,375,096；【英国】，增长2,194,895。减少最多的国家【印度尼西亚】，减少-10,457,664。

销售额增长TOP1一级类目【女装与女士内衣】国家贡献



从增长贡献上看【家纺布艺】类日本月总销售额减少-1,196,285。增长的TOP3国家有：【美国】，增长1,564,537；【英国】，增长1,518,620；【马来西亚】，增长445,459。减少最多的国家【巴西】，减少-1,553,794。

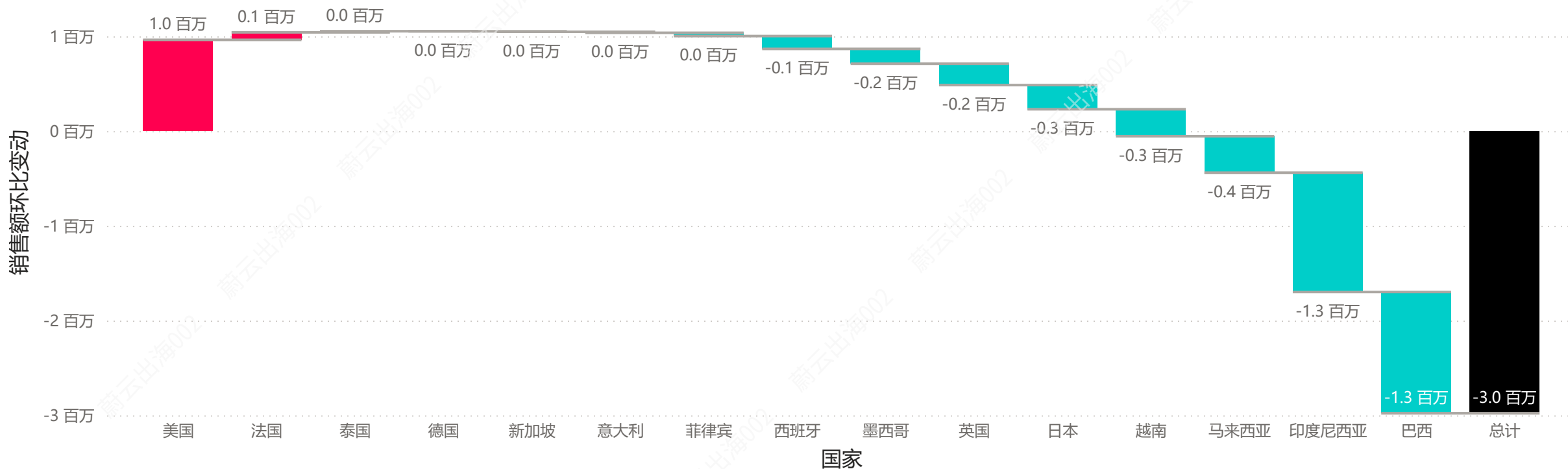
销售额增长TOP1一级类目【家纺布艺】国家贡献



从增长贡献上看【图书&杂志&音频】类日本月总销售额减少-2,977,765。增长的TOP3国家有：【美国】，增长963,130；【法国】，增长79,007；【泰国】，增长11,777。减少最多的国家【巴西】，减少-1,279,684。

销售额增长TOP1一级类目【图书&杂志&音频】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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
美妆个护	1999.0	-1283.0	-778.4	-3244.5	-770.9	-413.8	-1184.6	584.8	-135.9	127.7	114.7	-239.5	-62.8	-278.2	-11.3	-5576.7
女装与女士内衣	2728.9	-1045.8	337.5	-89.9	-64.0	-58.9	-681.7	219.5	60.7	-3.0	50.3	-65.5	-31.4	23.2	-39.3	1340.7
手机与数码	292.2	-589.9	-2208.7	-815.0	-336.9	-548.1	-197.0	-234.1	32.0	-38.6	-80.8	-276.5	-52.9	-66.0	-11.9	-5132.0
运动与户外	562.1	-810.3	-113.2	-555.3	-243.3	-60.6	-514.6	-304.3	8.3	-74.4	-61.6	-47.8	-124.2	31.9	-106.2	-2413.4
居家日用	364.0	-973.2	-385.8	-555.6	-79.0	-179.3	-276.1	278.0	-4.3	52.1	-57.7	-266.9	10.7	-26.2	-17.9	-2117.1
食品饮料	451.8	-1390.3	618.3	-668.2	-119.5	-114.7	-222.6	24.7	-25.5	14.6	-171.9	-21.3	-7.5	25.7	-85.7	-1692.1
男装与男士内衣	-3.5	-316.1	-107.6	8.9	-32.9	-182.8	-541.4	86.6	26.6	-24.1	-69.6	-25.3	-7.3	-0.3	-31.3	-1220.2
保健	77.0	-192.3	-201.1	-261.7	-197.5	-58.8	-388.7	49.9	-47.4	62.9	60.9	-20.7	-77.3	-76.4	-1.7	-1272.8
汽车与摩托车	511.3	-573.9	-154.9	-164.7	-326.4	-161.0	-208.3	24.3	16.6	8.5	-365.2	-47.8	-1.1	-4.1	6.8	-1440.0
时尚配件	189.8	-215.8	-29.1	-157.0	0.0	-18.9	-171.2	27.5	10.9	17.5	-48.7	-88.5	-10.4	-80.4	-3.2	-577.5
家电	549.0	-246.2	-19.5	-349.5	-471.2	-47.5	-18.9	-224.4	-28.0	-561.2	-250.2	-76.8	-239.4	-80.0	42.4	-2021.4
鞋靴	366.7	-499.9	-182.3	84.9	-56.8	-169.5	-142.5	30.5	32.5	-1.5	-33.6	-16.3	-24.6	-2.2	-5.3	-620.0
家装建材	-127.3	-195.2	-63.1	-86.3	-45.2	-32.3	-239.3	-90.0	0.1	-168.5	-60.0	-46.9	-93.8	-5.6	-50.6	-1303.8
母婴用品	34.5	-515.6	43.1	-594.0	-79.7	-36.0	-138.1	2.0	-8.2	24.1	-3.0	-53.1	-17.7	-10.6	-0.3	-1352.7
家具	305.6	-143.4	-149.6	-9.8	-153.4	-26.6	-130.6	-91.9	-35.0	42.1	-10.0	43.5	-23.7	-16.4	-12.8	-412.0
箱包	-297.9	-92.6	-95.7	26.1	27.9	-194.7	-239.2	27.6	17.6	16.6	-4.6	6.9	-6.5	43.7	6.1	-758.8
五金工具	432.1	-149.4	-92.2	10.0	-72.3	-55.1	-425.8	-51.5	-25.2	-21.8	-12.1	-9.8	-13.3	-3.1	3.1	-486.3
厨房用品	100.2	-285.1	9.6	-393.0	-103.2	-58.0	-186.3	28.1	22.1	-152.7	-31.4	-0.7	2.9	-6.2	17.8	-1035.9
电脑办公	163.3	-583.2	-6.3	-238.8	-39.0	-196.7	-154.5	38.7	18.6	19.2	-31.5	-2.8	-334.7	-8.0	-28.6	-1384.4
家纺布艺	156.5	-9.5	-110.9	-5.1	44.6	-103.9	-155.4	151.9	-16.3	10.4	-37.9	-9.3	-7.4	-27.7	0.4	-119.6
玩具和爱好	100.7	-129.0	-36.4	-75.9	-91.2	-15.3	-283.3	22.6	-10.1	-29.9	15.3	-97.9	-21.3	3.0	8.1	-640.5
穆斯林时尚		-620.7	17.1		155.0	4.9	-50.4	-11.0	-19.2	-2.3	0.4	-25.3	-13.8	-10.8	-9.3	-585.5
宠物用品	161.9	-92.9	76.9	-102.5	-12.9	-5.1	-143.8	-69.2	-20.7	-67.8	-24.8	-1.2	-10.0	-14.7	-3.2	-330.0
儿童时尚	-119.8	-733.7	-30.4	117.2	39.6	-1.7	6.2	11.0	12.9	0.6	-2.7	5.7	1.6	-0.9	-1.4	-695.7
图书&杂志&音频	96.3	-125.9	1.2	-28.5	-38.5	-3.5	-128.0	-22.5	-15.6	-0.1	-25.5	7.9	-13.5	-0.5	-1.0	-297.8
总计	9094.4	-11812.8	-3661.2	-8148.1	-3066.5	-2737.5	-6815.7	508.6	-132.7	-749.6	-1141.4	-1375.9	-1179.5	-590.9	-336.4	-32145.2

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
美妆个护	6.6%	-7.6%	-4.4%	-18.8%	-8.1%	-5.0%	-16.8%	8.5%	-5.6%	11.1%	9.8%	-17.5%	-8.2%	-25.3%	-1.7%	-4.5%
女装与女士内衣	11.6%	-9.1%	3.5%	-0.9%	-1.8%	-1.3%	-8.1%	4.5%	2.6%	-0.5%	8.6%	-12.9%	-10.3%	6.1%	-17.5%	1.7%
手机与数码	3.1%	-6.3%	-25.3%	-14.9%	-10.1%	-11.2%	-7.4%	-15.6%	2.5%	-6.5%	-16.4%	-41.0%	-15.5%	-14.7%	-4.1%	-10.4%
运动与户外	4.1%	-16.2%	-2.8%	-15.8%	-8.9%	-2.8%	-15.4%	-14.6%	0.6%	-11.7%	-26.6%	-14.7%	-40.8%	29.9%	-35.9%	-6.0%
居家日用	4.4%	-26.4%	-5.5%	-10.9%	-3.3%	-6.3%	-12.2%	15.2%	-0.4%	16.7%	-15.0%	-49.6%	5.9%	-7.5%	-10.6%	-5.8%
食品饮料	14.1%	-26.2%	7.4%	-10.1%	-2.8%	-5.0%	-41.2%	2.9%	-14.2%	4.8%	-15.3%	-16.7%	-5.2%	7.6%	-30.8%	-5.0%
男装与男士内衣	-0.0%	-5.0%	-3.1%	0.2%	-1.9%	-6.9%	-19.2%	9.6%	3.3%	-10.8%	-23.5%	-17.1%	-11.3%	-0.3%	-29.0%	-3.8%
保健	0.8%	-7.4%	-3.9%	-14.1%	-7.6%	-3.0%	-27.8%	4.1%	-6.5%	24.7%	37.0%	-10.4%	-21.1%	-18.8%	-0.8%	-4.4%
汽车与摩托车	10.8%	-10.3%	-3.0%	-7.0%	-9.0%	-5.1%	-16.5%	5.0%	3.8%	4.1%	-53.7%	-22.9%	-0.7%	-12.1%	7.2%	-5.1%
时尚配件	1.9%	-7.8%	-1.1%	-5.4%	0.0%	-1.4%	-9.4%	2.4%	2.3%	8.0%	-19.4%	-20.4%	-12.6%	-24.7%	-2.0%	-2.2%
家电	9.4%	-7.0%	-0.7%	-12.7%	-18.8%	-3.7%	-2.0%	-10.3%	-6.4%	-32.6%	-54.0%	-12.5%	-42.3%	-29.5%	17.9%	-7.7%
鞋靴	6.3%	-12.7%	-7.4%	3.4%	-4.3%	-8.3%	-7.0%	4.6%	4.8%	-0.8%	-24.5%	-18.2%	-25.5%	-4.6%	-4.3%	-2.8%
家装建材	-2.8%	-6.7%	-1.8%	-5.0%	-4.4%	-2.4%	-17.2%	-11.7%	0.0%	-38.6%	-44.3%	-24.4%	-31.6%	-14.5%	-29.9%	-6.8%
母婴用品	2.2%	-14.0%	1.6%	-11.7%	-4.7%	-1.7%	-38.9%	0.4%	-16.2%	20.3%	-7.7%	-35.7%	-19.6%	-13.8%	-0.8%	-7.4%
家具	4.3%	-7.7%	-7.6%	-1.1%	-14.7%	-2.3%	-18.2%	-9.5%	-8.7%	16.2%	-19.8%	12.3%	-12.0%	-27.9%	-10.1%	-2.4%
箱包	-8.9%	-3.0%	-3.6%	1.3%	2.0%	-11.9%	-18.7%	6.2%	3.2%	16.7%	-1.7%	8.7%	-7.3%	35.6%	7.4%	-4.4%
五金工具	9.4%	-7.1%	-3.7%	0.7%	-7.6%	-6.6%	-18.4%	-9.9%	-5.9%	-8.8%	-21.7%	-8.2%	-14.8%	-18.5%	4.9%	-3.0%
厨房用品	2.7%	-13.0%	0.5%	-21.0%	-9.3%	-6.1%	-9.1%	4.6%	3.2%	-43.7%	-20.9%	-0.7%	2.7%	-10.6%	25.0%	-6.5%
电脑办公	6.4%	-17.9%	-0.5%	-11.2%	-4.9%	-13.8%	-19.3%	12.0%	2.8%	16.9%	-35.9%	-2.4%	-78.6%	-16.8%	-24.7%	-9.8%
家纺布艺	4.2%	-0.8%	-6.4%	-0.5%	5.8%	-11.0%	-12.5%	25.8%	-3.4%	7.8%	-33.0%	-8.0%	-6.6%	-33.1%	0.6%	-1.0%
玩具和爱好	2.7%	-12.6%	-3.3%	-9.4%	-11.8%	-2.2%	-24.4%	2.6%	-2.6%	-8.6%	3.9%	-50.4%	-25.3%	4.3%	6.6%	-5.5%
穆斯林时尚		-10.3%	8.8%		3.5%	8.4%	-78.2%	-4.5%	-50.4%	-10.5%	6.8%	-33.2%	-51.3%	-11.3%	-25.8%	-5.2%
宠物用品	6.9%	-9.4%	2.7%	-11.1%	-1.6%	-0.5%	-30.6%	-14.0%	-11.5%	-28.5%	-33.0%	-2.6%	-10.8%	-20.1%	-5.1%	-3.1%
儿童时尚	-15.8%	-30.7%	-4.3%	9.9%	7.1%	-0.2%	1.1%	4.0%	5.9%	5.8%	-28.6%	47.4%	20.9%	-7.2%	-16.1%	-9.3%
图书&杂志&音频	7.5%	-20.1%	0.7%	-10.5%	-12.7%	-3.2%	-35.1%	-9.5%	-10.1%	-0.2%	-60.4%	32.3%	-43.9%	-10.1%	-5.9%	-8.1%
总计	5.3%	-10.9%	-3.6%	-9.7%	-5.6%	-5.4%	-14.4%	1.6%	-0.8%	-8.5%	-15.4%	-20.2%	-23.5%	-12.7%	-8.8%	-4.6%

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

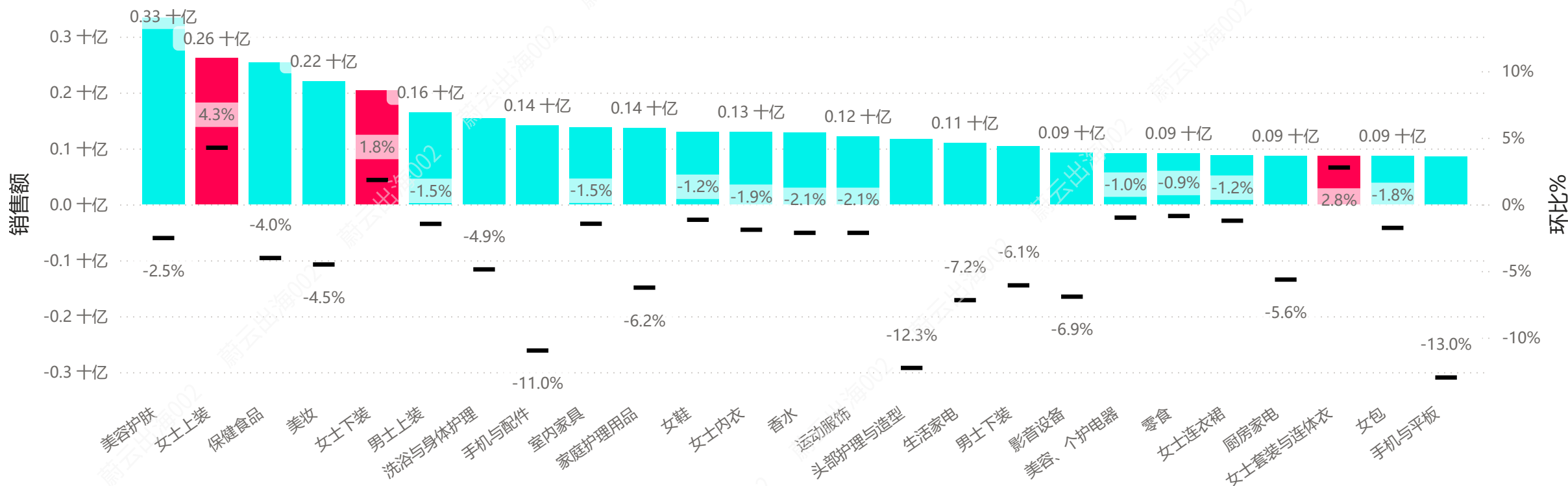
二级类目排行



二级类目中,

TOP1为【美容护肤】销售额333,725,839, 环比-2.5%; TOP2为【女士上装】销售额261,115,207, 环比4.3%; TOP3为【保健食品】销售额253,450,428, 环比-4.0%。

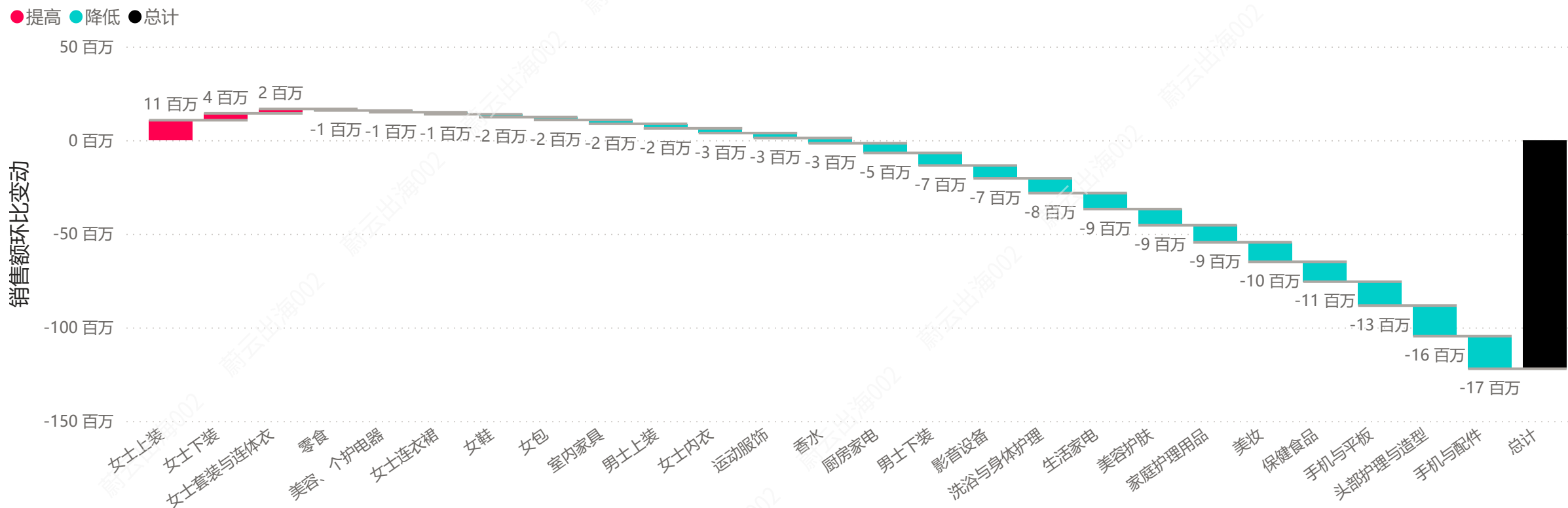
销售额TOP25二级类目



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。

从增长贡献上看本月TOP25二级类目总销售额减少-122,073,241。增长的TOP3类目有：【女士上装】，增长10,651,705；【女士下装】，增长3,671,127；【女士套装与连体衣】，增长2,320,129。减少最多的类目【手机与配件】，减少-17,422,602。

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。

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
美容护肤	4.0%	5.9%	5.6%	6.4%	5.6%	4.7%	2.3%	6.9%	2.1%	3.9%	4.6%	5.9%	4.4%	6.4%	3.6%	5.0%
女士上装	4.5%	3.9%	3.6%	4.3%	2.1%	3.1%	5.4%	4.3%	3.9%	1.8%	5.3%	1.3%	1.2%	3.9%	0.9%	3.9%
保健食品	5.2%	2.0%	4.8%	1.7%	3.9%	3.4%	2.4%	3.9%	4.0%	3.6%	3.3%	3.1%	7.3%	7.6%	5.2%	3.8%
美妆	3.4%	2.8%	3.2%	3.2%	3.2%	3.6%	2.1%	5.8%	3.8%	2.4%	4.9%	2.6%	2.5%	3.1%	3.0%	3.3%
女士下装	3.0%	3.0%	3.2%	3.0%	1.7%	2.8%	5.5%	3.5%	3.3%	1.6%	2.0%	1.7%	1.6%	2.3%	1.3%	3.0%
男士上装	2.4%	3.7%	1.8%	2.7%	1.7%	2.8%	2.9%	1.3%	3.0%	1.1%	1.6%	0.7%	0.6%	1.5%	0.9%	2.4%
洗浴与身体护理	2.1%	2.7%	3.2%	2.3%	2.3%	3.0%	1.1%	2.0%	0.7%	0.7%	1.4%	1.8%	1.0%	2.4%	1.2%	2.3%
手机与配件	1.7%	1.5%	2.8%	2.2%	1.8%	3.9%	2.2%	1.1%	3.1%	1.8%	3.3%	1.3%	1.9%	2.5%	2.3%	2.1%
室内家具	3.3%	1.6%	1.7%	1.0%	1.6%	2.0%	1.2%	2.2%	1.1%	2.9%	0.5%	5.6%	3.7%	0.9%	2.4%	2.1%
家庭护理用品	1.2%	0.9%	3.9%	3.8%	1.5%	1.8%	1.5%	3.1%	1.0%	1.5%	1.2%	1.7%	1.4%	3.3%	1.4%	2.0%
女鞋	2.2%	2.0%	1.4%	1.7%	1.3%	2.5%	3.1%	1.6%	3.0%	1.3%	0.8%	0.6%	1.1%	0.7%	2.0%	1.9%
女士内衣	3.1%	1.0%	1.5%	1.1%	1.1%	1.5%	2.3%	2.4%	2.9%	2.2%	1.3%	1.3%	2.7%	1.8%	1.4%	1.9%
香水	2.6%	1.5%	1.1%	0.9%	2.3%	1.6%	3.1%	2.4%	1.4%	2.7%	0.7%	3.0%	3.2%	2.0%	4.1%	1.9%
运动服饰	2.7%	1.4%	1.1%	1.1%	1.4%	0.9%	3.0%	2.5%	4.3%	1.0%	0.6%	0.9%	0.8%	1.1%	0.5%	1.8%
头部护理与造型	2.1%	1.0%	1.4%	2.4%	1.1%	1.3%	2.7%	2.0%	1.3%	1.0%	1.6%	2.2%	1.7%	2.4%	1.6%	1.7%
生活家电	2.1%	1.1%	0.7%	1.3%	1.5%	1.1%	0.9%	3.8%	1.3%	6.6%	2.2%	4.6%	4.9%	2.5%	4.2%	1.6%
男士下装	1.5%	2.1%	1.3%	2.0%	1.1%	1.8%	1.9%	0.8%	1.2%	0.5%	1.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.5%	1.5%
影音设备	1.2%	1.6%	1.2%	1.5%	1.1%	1.6%	1.8%	0.9%	1.9%	1.5%	1.4%	1.5%	1.6%	1.8%	1.2%	1.4%
美容、个护电器	1.7%	0.7%	0.8%	1.0%	0.8%	0.7%	1.8%	2.7%	2.6%	3.7%	5.0%	3.4%	3.8%	1.5%	3.5%	1.4%
零食	0.8%	0.7%	2.6%	1.9%	2.0%	1.4%	0.4%	1.3%	0.6%	1.3%	3.1%	0.8%	1.0%	2.1%	1.5%	1.4%
女士连衣裙	1.7%	0.6%	0.9%	1.9%	0.4%	0.9%	2.5%	2.1%	1.4%	0.7%	0.6%	1.4%	0.8%	1.2%	0.8%	1.3%
厨房家电	1.1%	1.1%	1.1%	1.4%	1.1%	1.0%	1.2%	2.1%	0.9%	6.4%	1.1%	4.5%	2.4%	1.6%	2.9%	1.3%
女士套装与连体衣	1.5%	1.3%	0.6%	1.3%	0.6%	0.8%	2.7%	2.3%	1.9%	0.7%	0.6%	1.1%	0.7%	0.3%	0.7%	1.3%
女包	0.8%	1.9%	1.8%	0.9%	1.5%	1.5%	1.1%	0.7%	1.4%	0.5%	2.8%	0.7%	0.5%	2.8%	0.9%	1.3%
手机与平板	0.2%	4.3%	1.4%	0.5%	0.9%	1.4%	0.6%	0.6%	0.9%	1.6%	0.3%	2.7%	2.2%	1.8%	2.5%	1.3%
总计	56.2%	50.2%	52.5%	51.6%	43.7%	51.0%	55.7%	62.3%	53.0%	52.8%	51.6%	55.0%	53.3%	58.1%	50.6%	53.0%

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
美容护肤	636.6	-277.0	-287.3	-799.6	-214.3	-72.6	-212.9	357.7	-16.3	32.0	90.9	-74.2	-5.3	-28.9	6.8	-864.5
女士上装	1051.4	-569.1	163.7	71.0	-66.0	-48.2	-276.1	439.2	102.8	42.4	89.8	20.8	17.0	26.1	0.6	1065.2
保健食品	146.4	-144.7	-237.1	-210.1	-180.7	-56.1	-341.0	53.4	-48.2	62.0	65.9	-17.2	-77.6	-77.3	-0.3	-1062.6
美妆	88.3	-356.9	-123.2	-50.3	-95.6	-300.8	-97.6	39.1	-92.2	18.1	-27.8	-33.9	4.3	-10.6	-2.1	-1041.1
女士下装	480.1	-279.2	211.0	73.8	-0.4	-35.3	-295.1	154.8	1.2	17.9	27.8	20.1	2.3	2.3	-14.0	367.1
男士上装	228.0	-267.4	-20.7	42.5	5.4	-118.8	-275.0	105.0	51.2	11.9	6.7	2.5	-4.7	-1.2	-8.6	-243.4
洗浴与身体护理	82.2	-124.1	-10.6	-231.2	-122.5	79.8	-137.8	-80.7	-15.1	-4.0	-14.1	-42.4	-10.0	-160.1	1.9	-788.7
手机与配件	-5.1	-159.4	-1310.6	-186.5	-16.3	-31.5	-24.7	-62.5	47.3	16.7	21.9	-30.8	-8.7	5.6	2.2	-1742.3
室内家具	276.8	-86.3	-138.5	-23.2	-160.0	-16.9	-103.1	24.0	-6.2	62.9	-8.9	9.5	-27.7	-13.9	8.0	-203.5
家庭护理用品	141.3	-164.1	-213.0	-617.1	-20.8	21.0	-149.5	143.0	-20.7	12.6	4.3	-12.5	0.2	-13.1	-22.3	-910.7
女鞋	396.4	-284.2	-63.8	71.8	-27.5	-98.2	-128.4	4.8	13.7	8.9	-12.3	-5.7	-18.4	-2.5	-6.2	-151.6
女士内衣	313.0	-18.9	-63.0	-53.1	-13.1	-18.6	-157.6	-152.8	-11.5	-4.9	-29.9	-17.7	-15.4	-1.3	-6.3	-251.0
香水	593.0	-142.8	-70.1	10.2	-135.0	-54.2	-350.0	-10.5	-1.0	2.3	-11.5	-45.5	-23.4	-9.7	-32.5	-280.9
运动服饰	381.3	-330.5	9.8	-106.8	-86.2	12.6	-232.9	79.0	45.3	-20.4	-21.2	-1.0	-3.3	8.4	1.2	-264.7
头部护理与造型	300.7	-53.6	16.2	-1789.8	-69.4	14.3	-160.5	82.6	-0.5	19.8	21.6	3.0	-4.6	-13.3	3.3	-1630.2
生活家电	243.5	-33.5	-65.8	-180.6	-132.0	42.9	-59.9	-123.3	-23.6	-59.6	-270.4	-76.3	-89.0	-43.9	19.0	-852.5
男士下装	-301.1	8.0	-45.5	19.3	-12.8	-55.2	-199.2	3.4	-20.8	-7.7	-46.9	-4.2	-0.6	-0.2	-5.4	-668.7
影音设备	95.7	-21.8	-225.1	-382.4	-73.7	-11.0	-75.9	8.8	-4.9	5.1	11.2	-12.4	5.8	-6.3	0.9	-686.1
美容、个护电器	183.3	-26.3	-231.7	-116.0	-84.5	-25.5	-106.1	217.4	0.8	57.6	82.1	-15.7	-8.8	-36.7	18.4	-91.9
零食	157.5	-212.9	355.6	-152.3	-20.5	-8.1	-81.7	9.3	-18.7	10.5	-111.9	-10.3	-3.0	5.3	1.0	-80.1
女士连衣裙	308.5	-24.6	-29.8	-146.4	14.7	6.8	127.1	-213.4	-14.8	-37.2	-11.2	-61.5	-24.5	8.0	-10.6	-108.9
厨房家电	335.8	-29.8	-74.3	-112.1	-125.6	-55.5	30.2	-99.8	5.6	-425.6	20.8	8.9	-4.9	-16.5	25.4	-517.4
女士套装与连体衣	368.4	-47.6	56.5	-33.6	7.3	18.6	10.9	-59.0	-29.4	-30.4	-9.4	0.4	-12.4	0.9	-9.2	232.0
女包	7.1	25.5	-96.9	-59.3	13.7	-74.3	-75.8	33.0	15.6	8.2	-2.9	3.5	4.1	42.6	1.5	-154.5
手机与平板	-53.0	-228.2	-474.7	6.4	-139.0	-304.7	22.0	11.8	3.2	-11.7	7.0	-65.1	-30.4	0.2	-20.1	-1276.4
总计	6456.0	-3849.2	-2969.0	-4955.6	-1754.9	-1189.5	-3350.6	964.1	-37.0	-212.8	-128.5	-457.7	-338.9	-336.2	-47.3	-12207.3

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

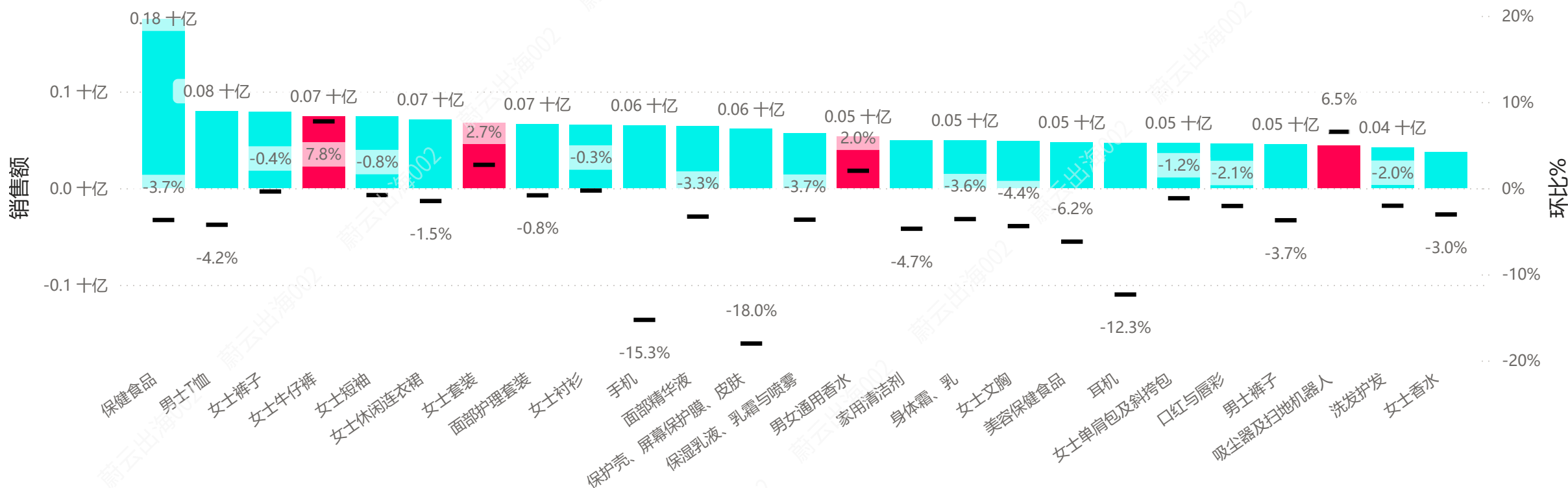
类目2	美国	印度尼西亚	泰国	越南	马来西亚	菲律宾	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
美容护肤	9.5%	-4.7%	-5.0%	-14.2%	-6.9%	-3.1%	-18.7%	19.3%	-4.3%	11.4%	45.6%	-18.7%	-3.0%	-9.9%	5.6%	-2.5%
女士上装	15.0%	-13.2%	5.0%	2.2%	-5.7%	-3.1%	-11.1%	46.6%	18.6%	40.8%	36.7%	41.2%	57.6%	19.7%	2.1%	4.3%
保健食品	1.6%	-6.9%	-4.8%	-13.9%	-8.2%	-3.4%	-25.8%	4.4%	-6.7%	27.3%	46.1%	-9.2%	-21.7%	-20.0%	-0.2%	-4.0%
美妆	1.5%	-11.6%	-3.8%	-2.0%	-5.5%	-15.0%	-10.2%	2.2%	-12.5%	10.4%	-8.3%	-19.5%	4.7%	-7.7%	-1.9%	-4.5%
女士下装	9.6%	-8.8%	7.4%	3.4%	-0.1%	-2.6%	-11.7%	16.0%	0.2%	15.7%	29.0%	28.2%	3.9%	2.6%	-23.5%	1.8%
男士上装	5.5%	-7.0%	-1.2%	2.1%	0.6%	-8.2%	-18.7%	32.5%	11.2%	16.1%	7.3%	6.6%	-17.9%	-2.0%	-21.5%	-1.5%
洗浴与身体护理	2.2%	-4.6%	-0.3%	-11.5%	-9.4%	6.0%	-23.6%	-11.4%	-10.8%	-6.4%	-14.1%	-30.0%	-21.5%	-62.3%	4.9%	-4.9%
手机与配件	-0.2%	-9.8%	-32.9%	-10.0%	-1.7%	-1.7%	-2.7%	-14.7%	10.0%	13.4%	11.9%	-30.8%	-10.9%	6.0%	2.8%	-11.0%
室内家具	4.9%	-5.4%	-7.9%	-3.1%	-15.9%	-1.7%	-18.0%	3.5%	-3.1%	36.6%	-21.2%	3.2%	-16.2%	-28.4%	10.5%	-1.5%
家庭护理用品	6.9%	-16.0%	-5.4%	-17.7%	-2.6%	2.4%	-20.1%	16.8%	-10.5%	11.3%	6.2%	-11.6%	0.4%	-8.8%	-31.5%	-6.2%
女鞋	11.2%	-13.1%	-4.4%	5.9%	-3.9%	-7.6%	-9.2%	0.9%	2.7%	9.5%	-19.1%	-14.1%	-30.2%	-7.6%	-8.2%	-1.2%
女士内衣	5.8%	-1.9%	-4.1%	-6.1%	-2.3%	-2.5%	-14.3%	-16.8%	-2.3%	-2.6%	-27.2%	-19.4%	-13.1%	-1.7%	-11.3%	-1.9%
香水	14.6%	-9.1%	-6.2%	1.4%	-10.1%	-6.6%	-21.7%	-1.3%	-0.4%	1.0%	-21.4%	-21.6%	-16.1%	-10.5%	-18.5%	-2.1%
运动服饰	8.5%	-20.1%	1.0%	-11.8%	-10.4%	3.1%	-16.2%	11.2%	6.6%	-20.7%	-35.9%	-1.9%	-9.6%	23.8%	6.8%	-2.1%
头部护理与造型	8.4%	-5.2%	1.3%	-49.9%	-10.5%	2.3%	-12.9%	14.7%	-0.2%	32.2%	28.3%	2.6%	-6.8%	-12.0%	6.1%	-12.3%
生活家电	6.7%	-3.2%	-8.3%	-15.5%	-14.7%	9.2%	-14.5%	-9.3%	-10.0%	-10.1%	-66.7%	-23.5%	-32.2%	-30.0%	14.6%	-7.2%
男士下装	-9.9%	0.4%	-3.6%	1.3%	-2.2%	-6.0%	-20.4%	1.4%	-9.5%	-16.3%	-34.0%	-13.2%	-3.2%	-0.7%	-22.2%	-6.1%
影音设备	4.4%	-1.4%	-16.3%	-24.9%	-11.3%	-1.4%	-9.4%	3.3%	-1.5%	4.4%	14.1%	-13.4%	10.2%	-8.0%	2.0%	-6.9%
美容、个护电器	6.3%	-3.9%	-24.1%	-12.8%	-16.8%	-7.4%	-12.7%	34.5%	0.2%	24.1%	35.6%	-7.9%	-5.6%	-37.9%	17.4%	-1.0%
零食	11.5%	-23.5%	16.4%	-9.4%	-1.9%	-1.2%	-33.3%	2.3%	-16.4%	10.9%	-36.2%	-18.3%	-7.1%	6.5%	1.9%	-0.9%
女士连衣裙	11.1%	-3.9%	-3.3%	-9.5%	6.9%	1.7%	14.6%	-23.8%	-5.9%	-39.9%	-21.8%	-45.3%	-44.7%	20.6%	-27.0%	-1.2%
厨房家电	20.4%	-2.8%	-6.4%	-9.5%	-17.5%	-10.8%	6.4%	-13.0%	3.7%	-45.1%	40.7%	3.8%	-5.0%	-20.5%	33.1%	-5.6%
女士套装与连体衣	16.1%	-3.6%	10.1%	-3.3%	2.4%	5.0%	1.0%	-7.4%	-8.5%	-34.7%	-20.7%	0.6%	-32.5%	6.6%	-28.1%	2.8%
女包	0.5%	1.4%	-5.4%	-7.7%	1.8%	-9.5%	-14.1%	16.1%	7.1%	23.4%	-1.7%	10.6%	26.0%	58.4%	5.1%	-1.8%
手机与平板	-10.8%	-5.3%	-26.4%	1.7%	-22.9%	-30.6%	9.1%	6.4%	2.2%	-8.1%	75.4%	-31.0%	-26.1%	0.3%	-18.5%	-13.0%
总计	6.8%	-7.4%	-5.5%	-11.3%	-7.2%	-4.7%	-12.9%	5.1%	-0.4%	-4.7%	-3.8%	-13.3%	-14.2%	-12.5%	-2.6%	-3.3%

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。

三级类目中,

TOP1为【保健食品】销售额175,137,826, 环比-3.7%; TOP2为【男士T恤】销售额79,676,732, 环比-4.2%; TOP3为【女士裤子】销售额78,820,232, 环比-0.4%。

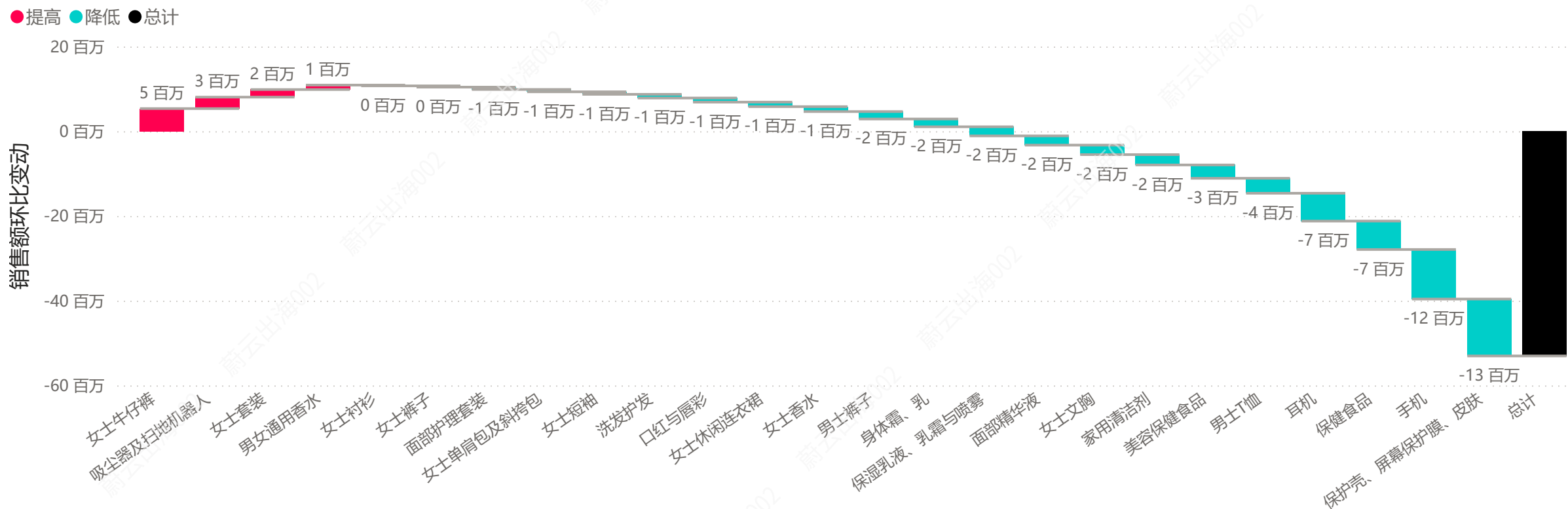
销售额三级类目TOP25



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。

从增长贡献上看本月TOP25三级类目总销售额减少-53,047,977。增长的TOP3类目有：【女士牛仔裤】，增长5,344,376；【吸尘器及扫地机器人】，增长2,705,943；【女士套装】，增长1,787,851。减少最多的类目【保护壳、屏幕保护膜、皮肤】，减少-13,434,205。

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
保健食品	4.0%	1.4%	3.0%	1.3%	2.5%	1.9%	1.5%	2.7%	3.6%	1.9%	1.3%	2.4%	5.9%	4.6%	3.4%	2.6%
男士T恤	1.3%	1.5%	1.0%	1.0%	0.9%	1.4%	1.4%	0.4%	1.9%	0.5%	1.0%	0.3%	0.2%	1.0%	0.5%	1.2%
女士裤子	1.0%	1.4%	1.1%	1.0%	0.9%	1.1%	2.1%	1.7%	1.4%	0.3%	1.2%	0.6%	0.7%	0.7%	0.4%	1.2%
女士牛仔裤	1.3%	1.1%	1.3%	1.2%	0.5%	0.7%	1.4%	1.0%	1.3%	0.8%	0.4%	0.4%	0.6%	0.4%	0.6%	1.1%
女士短袖	1.5%	0.9%	1.3%	1.5%	0.4%	0.8%	0.8%	0.8%	1.5%	0.3%	1.3%	0.4%	0.1%	0.8%	0.2%	1.1%
女士休闲连衣裙	1.3%	0.5%	0.7%	1.4%	0.4%	0.8%	2.0%	2.0%	1.1%	0.5%	0.6%	1.1%	0.6%	1.1%	0.6%	1.1%
女士套装	1.1%	1.2%	0.5%	1.2%	0.5%	0.7%	2.0%	1.8%	1.5%	0.4%	0.4%	0.8%	0.5%	0.3%	0.4%	1.0%
面部护理套装	0.9%	1.6%	0.6%	0.6%	1.3%	1.0%	0.6%	1.8%	0.4%	1.2%	0.6%	0.7%	0.8%	1.1%	0.6%	1.0%
女士衬衫	0.4%	1.7%	1.0%	1.0%	1.0%	1.1%	2.2%	0.4%	0.5%	0.1%	1.3%	0.1%	0.1%	2.0%	0.1%	1.0%
手机	0.1%	3.7%	1.1%	0.3%	0.6%	1.2%	0.2%	0.3%	0.5%	1.0%	0.0%	1.8%	1.6%	1.3%	1.5%	1.0%
面部精华液	0.9%	0.7%	1.3%	1.3%	0.8%	0.7%	0.4%	1.1%	0.2%	0.7%	1.6%	2.3%	1.5%	1.6%	1.0%	1.0%
保护壳、屏幕保护膜、皮肤	0.7%	0.5%	1.5%	1.0%	0.6%	1.2%	1.2%	0.3%	2.0%	0.4%	1.3%	0.2%	0.4%	0.7%	0.7%	0.9%
保湿乳液、乳霜与喷雾	0.7%	1.2%	1.1%	1.0%	1.0%	0.6%	0.3%	0.9%	0.3%	0.3%	0.3%	0.6%	0.7%	0.8%	0.5%	0.8%
男女通用香水	1.1%	0.7%	0.6%	0.2%	0.9%	0.8%	0.8%	0.7%	0.4%	1.9%	0.2%	1.4%	1.4%	1.3%	3.0%	0.8%
家用清洁剂	0.4%	0.3%	1.5%	1.6%	0.4%	0.6%	0.4%	1.3%	0.2%	0.4%	0.6%	0.8%	0.6%	1.2%	0.3%	0.7%
身体霜、乳	0.5%	1.2%	1.4%	0.8%	0.4%	0.8%	0.3%	0.4%	0.1%	0.2%	0.3%	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	0.7%
女士文胸	1.2%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	1.0%	0.6%	0.7%	0.2%	0.2%	0.9%	0.6%	0.5%	0.7%
美容保健食品	0.6%	0.4%	1.3%	0.3%	1.1%	1.1%	0.2%	0.6%	0.1%	0.5%	1.4%	0.4%	0.4%	2.7%	1.1%	0.7%
耳机	0.7%	0.5%	0.7%	0.8%	0.7%	0.8%	1.0%	0.4%	1.1%	0.5%	1.1%	0.5%	0.8%	1.2%	0.7%	0.7%
女士单肩包及斜挎包	0.4%	1.2%	1.1%	0.5%	0.8%	0.8%	0.6%	0.3%	0.6%	0.1%	1.0%	0.2%	0.1%	1.4%	0.2%	0.7%
口红与唇彩	0.6%	0.7%	0.7%	0.7%	0.8%	0.8%	0.3%	1.7%	0.5%	0.2%	0.7%	0.1%	0.3%	0.6%	0.3%	0.7%
男士裤子	0.7%	0.9%	0.5%	0.7%	0.6%	0.7%	1.0%	0.4%	0.7%	0.2%	1.0%	0.3%	0.3%	0.4%	0.2%	0.7%
吸尘器及扫地机器人	1.1%	0.2%	0.2%	0.4%	0.4%	0.2%	0.2%	1.9%	0.4%	4.7%	0.7%	2.8%	1.9%	1.0%	3.1%	0.7%
洗发护发	0.7%	0.4%	0.5%	1.0%	0.4%	0.6%	0.7%	0.7%	0.3%	0.4%	0.8%	0.6%	0.7%	0.8%	0.6%	0.6%
女士香水	0.7%	0.4%	0.3%	0.4%	0.8%	0.4%	1.2%	0.8%	0.4%	0.3%	0.0%	0.7%	0.7%	0.4%	0.4%	0.6%
总计	23.8%	25.0%	25.0%	21.5%	18.9%	21.3%	23.3%	25.4%	21.7%	18.5%	19.4%	20.2%	22.3%	28.1%	21.7%	23.2%

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
洗发护发	14.1	-11.1	4.4	-97.3	-33.8	8.8	-60.0	72.7	-4.3	10.2	19.7	2.2	-2.0	-11.2	0.8	-86.8
吸尘器及扫地机器人	281.4	-16.6	-20.0	-95.9	-58.7	-1.9	-16.4	87.3	-9.8	108.2	13.9	-19.0	-0.2	-17.2	35.4	270.6
手机	2.4	-286.8	-439.2	-16.0	-84.0	-263.5	8.2	6.1	-0.6	-14.8	-1.6	-53.5	-26.5	10.2	-9.8	-1169.4
身体霜、乳	-6.6	19.1	-50.2	-97.2	-10.1	21.0	-33.4	-23.2	-0.7	-1.3	0.5	-4.3	-2.9	-0.8	6.8	-183.5
女士休闲连衣裙	239.5	-17.6	-9.4	-107.0	12.6	8.5	120.0	-219.8	-11.8	-36.1	-11.1	-51.4	-23.9	10.2	-9.5	-106.6
女士香水	103.9	-77.1	-3.4	14.9	-48.5	12.4	-90.1	-12.3	0.5	-0.8	-0.3	-8.5	-2.7	-2.0	-2.0	-116.1
女士文胸	-66.6	2.5	-7.8	-60.3	2.7	-6.5	23.5	-99.9	2.5	-3.9	-4.5	-1.0	-4.1	2.8	-3.9	-224.6
女士套装	239.3	-38.1	37.1	-30.3	4.3	22.9	5.6	-12.2	-17.2	-11.4	-3.7	-0.9	-8.0	-0.1	-8.6	178.8
女士牛仔褲	328.7	-12.2	74.9	74.7	11.8	-19.9	-73.5	79.5	9.5	37.1	1.5	6.5	11.0	-1.2	6.0	534.4
女士裤子	119.9	-191.1	93.7	46.0	-8.1	-36.4	-223.5	144.5	-4.9	4.3	23.9	10.1	-4.4	3.7	-8.1	-30.4
女士短袖	179.1	-289.5	19.2	-35.2	9.4	-13.4	-25.1	38.3	49.3	-3.2	11.5	-4.3	1.3	4.5	-1.5	-59.7
女士单肩包及斜挎包	23.8	38.2	-74.1	-42.8	25.0	-38.0	-13.9	11.9	-0.8	2.3	-0.3	2.5	1.6	8.0	1.3	-55.1
女士衬衫	113.9	-137.7	81.6	-28.9	-11.1	-0.5	-15.1	-15.7	-7.5	-1.9	-12.3	0.2	2.3	16.8	-1.8	-17.8
男士裤子	26.3	17.2	-22.9	13.7	-11.0	-29.6	-155.7	27.4	-11.0	3.9	-41.6	4.6	3.3	-0.3	0.2	-175.6
男士T恤	-36.0	-152.6	-43.4	-30.7	0.2	-14.9	-94.0	15.7	32.9	-8.8	-5.4	-3.7	-2.1	0.0	-10.3	-353.1
男女通用香水	471.7	-49.0	-86.6	11.9	-40.2	-54.2	-90.3	14.3	1.9	0.7	-0.6	-20.0	-14.3	-9.8	-30.1	105.3
面部精华液	273.5	-13.0	-209.8	-229.8	-62.8	-1.3	-35.7	84.6	1.6	6.7	30.9	-60.6	3.3	1.0	-6.1	-217.4
面部护理套装	150.7	-5.8	4.2	-55.1	-59.6	-45.9	-86.5	15.8	-10.5	19.1	27.5	13.6	-7.0	-21.1	5.5	-55.1
美容保健食品	30.2	-16.6	-144.8	-41.5	-56.3	-28.4	-66.2	23.6	-3.5	16.5	18.8	0.5	-1.0	-47.2	1.2	-314.8
口红与唇彩	166.6	-170.8	-28.0	31.7	-22.3	-11.7	-0.2	-54.8	-0.7	2.5	-2.9	-3.5	2.0	-2.9	-2.2	-97.1
家用清洁剂	55.7	-12.0	-224.4	-102.7	-11.4	17.5	-6.9	29.7	-2.4	7.7	5.6	-1.8	0.3	2.6	-1.3	-243.9
耳机	29.3	-34.4	-162.5	-381.6	-56.4	-11.0	-48.2	4.1	5.0	0.6	8.8	-9.7	0.1	-1.0	0.0	-656.9
保湿乳液、乳霜与喷雾	56.4	-72.1	-45.2	-183.2	-32.0	-2.0	-11.3	90.7	-4.9	0.2	10.4	-8.7	-10.2	-3.4	-0.2	-215.5
保健食品	57.2	-106.1	-53.2	-139.9	-124.9	-21.4	-165.2	19.5	-44.1	2.6	30.4	-17.2	-75.2	-27.4	-6.2	-671.2
保护壳、屏幕保护膜、皮肤	7.1	-109.2	-1215.2	-48.6	-7.9	-21.0	12.9	-13.1	36.9	-1.4	21.7	-3.8	-4.6	1.8	0.9	-1343.4
总计	2861.5	-1742.5	-2525.2	-1631.1	-673.0	-530.4	-1141.0	314.8	5.7	138.7	140.7	-231.6	-164.0	-83.9	-43.3	-5304.8

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	巴西	英国	墨西哥	德国	日本	法国	西班牙	新加坡	意大利	总计
洗发护发	1.1%	-2.7%	0.8%	-11.8%	-13.4%	3.4%	-17.2%	43.8%	-7.1%	51.6%	67.6%	6.9%	-6.8%	-24.8%	4.2%	-2.0%
吸尘器及扫地机器人	16.3%	-9.3%	-11.2%	-26.1%	-23.2%	-2.2%	-19.0%	17.3%	-13.9%	39.6%	43.9%	-11.2%	-0.2%	-30.4%	47.5%	6.5%
手机	1.5%	-7.4%	-30.1%	-6.1%	-20.9%	-32.4%	12.9%	6.7%	-0.6%	-15.3%	-46.9%	-35.1%	-30.6%	23.5%	-15.9%	-15.3%
身体霜、乳	-0.8%	1.7%	-3.5%	-13.4%	-4.2%	6.0%	-21.7%	-16.7%	-3.6%	-9.0%	2.6%	-18.0%	-21.8%	-7.5%	58.9%	-3.6%
女士休闲连衣裙	10.9%	-3.4%	-1.4%	-9.5%	7.1%	2.4%	17.0%	-25.9%	-5.8%	-47.7%	-22.2%	-46.3%	-49.1%	30.8%	-30.6%	-1.5%
女士香水	9.4%	-17.5%	-1.2%	5.6%	-10.8%	6.3%	-15.2%	-4.5%	0.7%	-3.5%	-15.0%	-17.3%	-8.6%	-11.3%	-12.5%	-3.0%
女士文胸	-2.9%	0.5%	-1.5%	-15.5%	1.2%	-2.5%	12.5%	-24.2%	2.4%	-6.7%	-22.6%	-8.2%	-11.0%	12.8%	-16.8%	-4.4%
女士套装	14.3%	-3.3%	7.7%	-3.4%	1.8%	7.4%	0.7%	-2.0%	-6.5%	-26.9%	-12.7%	-1.9%	-29.2%	-0.4%	-35.7%	2.7%
女士牛仔褲	16.5%	-1.2%	6.1%	9.2%	5.1%	-5.4%	-11.3%	31.8%	4.7%	120.8%	7.1%	39.8%	80.4%	-6.6%	40.7%	7.8%
女士裤子	6.8%	-12.4%	9.2%	6.6%	-1.8%	-6.5%	-20.6%	36.8%	-2.0%	19.1%	48.3%	50.8%	-14.1%	15.4%	-36.3%	-0.4%
女士短袖	7.3%	-25.4%	1.6%	-3.0%	4.5%	-3.6%	-7.3%	18.0%	24.4%	-12.6%	16.2%	-17.9%	41.9%	16.2%	-14.4%	-0.8%
女士单肩包及斜挎包	3.6%	3.4%	-6.5%	-9.9%	6.6%	-9.3%	-5.5%	14.8%	-0.7%	29.2%	-0.5%	28.9%	40.3%	16.4%	20.5%	-1.2%
女士衬衫	17.3%	-7.6%	9.2%	-3.5%	-2.0%	-0.1%	-1.7%	-11.3%	-7.9%	-15.6%	-13.2%	3.8%	65.1%	26.1%	-32.9%	-0.3%
男士裤子	2.1%	2.0%	-4.3%	2.9%	-3.4%	-7.9%	-28.0%	29.6%	-8.8%	30.9%	-39.3%	37.8%	46.6%	-2.3%	2.0%	-3.7%
男士T恤	-1.5%	-9.3%	-4.2%	-3.7%	0.1%	-2.1%	-14.2%	12.4%	11.6%	-18.9%	-8.1%	-16.5%	-20.1%	0.1%	-37.0%	-4.2%
男女通用香水	31.0%	-6.6%	-13.1%	7.9%	-8.2%	-12.9%	-22.8%	6.4%	2.9%	0.4%	-4.5%	-20.6%	-20.9%	-16.0%	-22.0%	2.0%
面部精华液	19.8%	-1.8%	-14.0%	-18.8%	-13.5%	-0.4%	-17.4%	32.4%	4.2%	14.6%	44.6%	-32.7%	6.2%	1.6%	-14.4%	-3.3%
面部护理套装	9.6%	-0.4%	0.7%	-11.4%	-8.2%	-8.8%	-24.9%	2.8%	-13.6%	24.2%	213.8%	52.2%	-17.9%	-32.0%	36.2%	-0.8%
美容保健食品	2.7%	-4.1%	-10.1%	-14.3%	-9.2%	-5.1%	-40.2%	15.1%	-27.9%	60.5%	26.3%	2.4%	-6.1%	-30.2%	3.2%	-6.2%
口红与唇彩	19.3%	-19.2%	-4.1%	6.4%	-5.2%	-2.8%	-0.1%	-9.2%	-0.7%	24.4%	-6.5%	-31.2%	21.4%	-11.4%	-19.6%	-2.1%
家用清洁剂	9.3%	-4.6%	-13.1%	-7.7%	-4.7%	6.4%	-4.5%	7.8%	-5.6%	27.5%	19.4%	-4.2%	1.2%	5.6%	-10.0%	-4.7%
耳机	2.5%	-6.2%	-19.7%	-39.6%	-14.0%	-2.8%	-10.4%	3.1%	2.7%	1.4%	14.9%	-26.2%	0.3%	-1.9%	-0.1%	-12.3%
保湿乳液、乳霜与喷雾	4.8%	-5.8%	-4.0%	-18.8%	-6.1%	-0.7%	-8.2%	43.2%	-9.1%	0.9%	125.8%	-22.3%	-27.8%	-9.1%	-0.9%	-3.7%
保健食品	0.8%	-7.3%	-1.8%	-12.7%	-8.8%	-2.3%	-21.9%	2.3%	-6.8%	1.7%	57.8%	-11.6%	-25.0%	-12.8%	-5.0%	-3.7%
保护壳、屏幕保护膜、皮肤	0.5%	-17.2%	-45.1%	-6.0%	-2.3%	-3.5%	2.8%	-12.0%	12.2%	-4.2%	36.7%	-22.2%	-23.8%	6.7%	3.7%	-18.0%
总计	7.1%	-6.8%	-9.4%	-9.1%	-6.4%	-5.0%	-10.8%	4.0%	0.2%	10.2%	13.1%	-17.4%	-16.1%	-6.8%	-5.4%	-3.3%

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

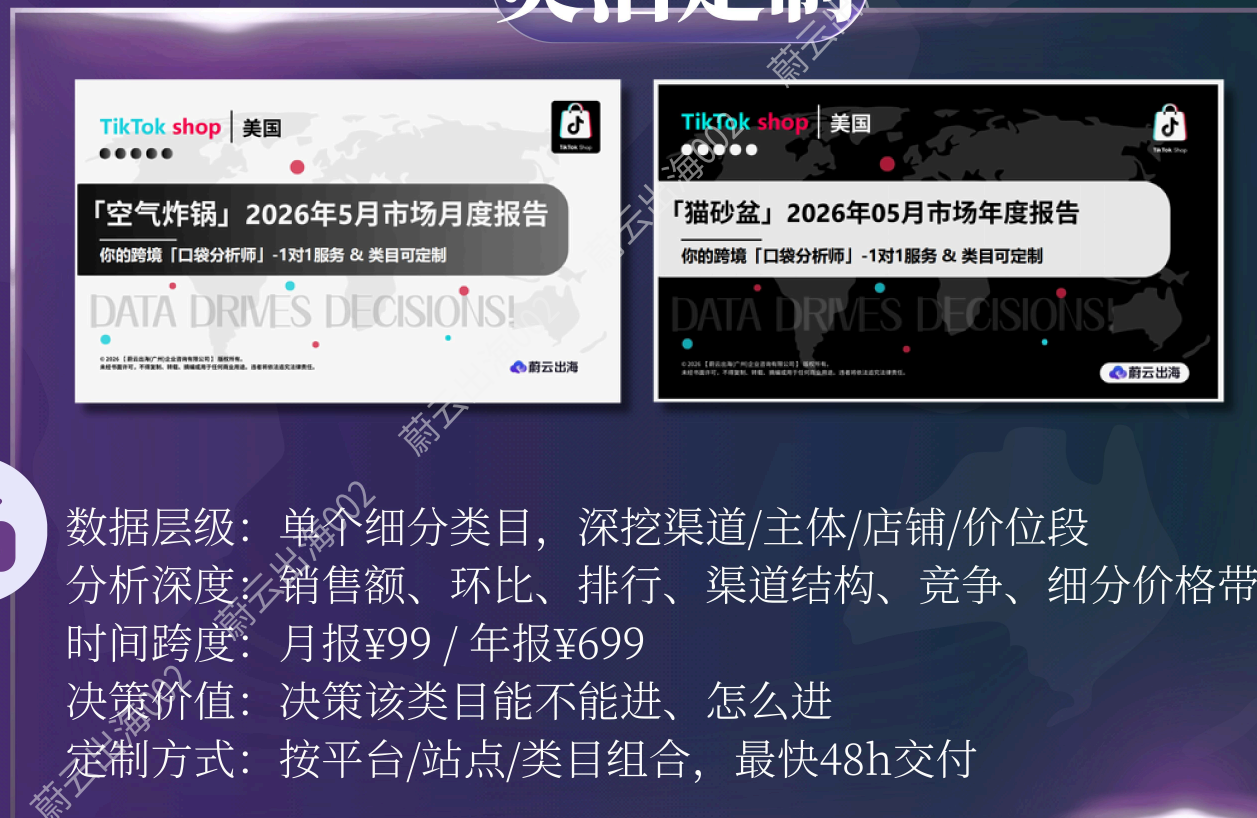
.....



蔚云出海

付费可获更深度细分类目洞察...

灵活定制



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

20+ 站点

五大平台



A 逛官网

查阅/搜索

www.vay-one.com

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

C 公众号

关注并查看首页菜单栏
或回复国家领免费报告

订阅号



服务号



About Us
关于我们

市场情报

产品开发

品牌营销



中国出海企业商业咨询机构

蔚云出海是一家专注中国企业海外增长的战略咨询机构，提供市场情报、产品开发及品牌本地化服务，以“扎根式全球化”理念助力品牌在海外市场长期可持续增长。

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