

# 2024上半年 TikTok电商 数据报告



# 目录 | CONTENTS

## 01 行业生态洞察

全球下载量与月活用户

各国家下载量分布

全球内购收入表现

## 02 电商生态洞察

市场份额趋势

销量变化趋势

全球店铺概况

## 03 重点市场洞察

市场份额趋势

销量变化趋势

全球店铺概况

## 04 年中榜单盘点

商品销售额排行

小店销售战绩公开

年度带货达人盘点

# PART 01



## TikTok行业生态洞察

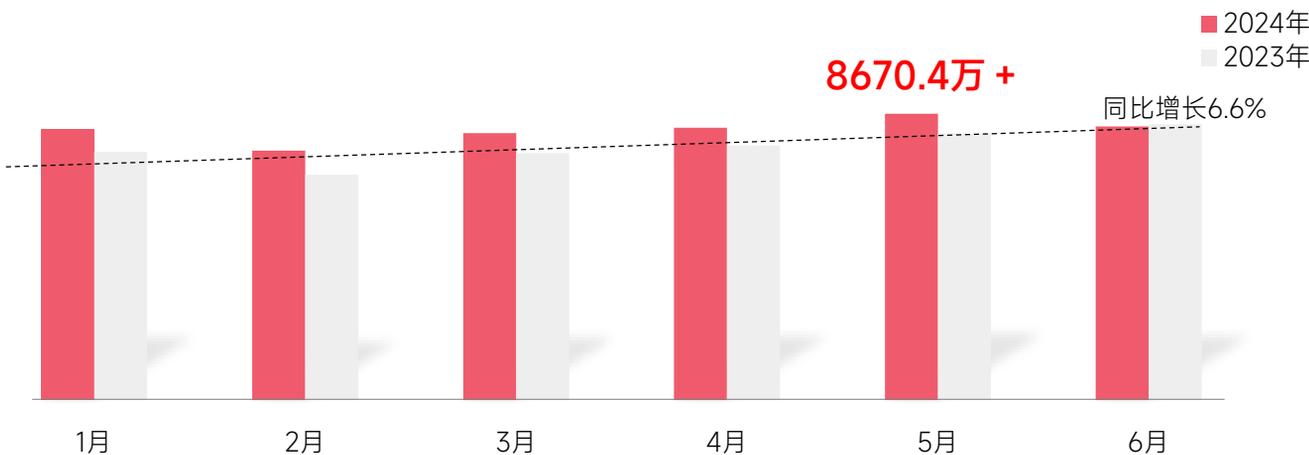


# TikTok下载量与月活用户

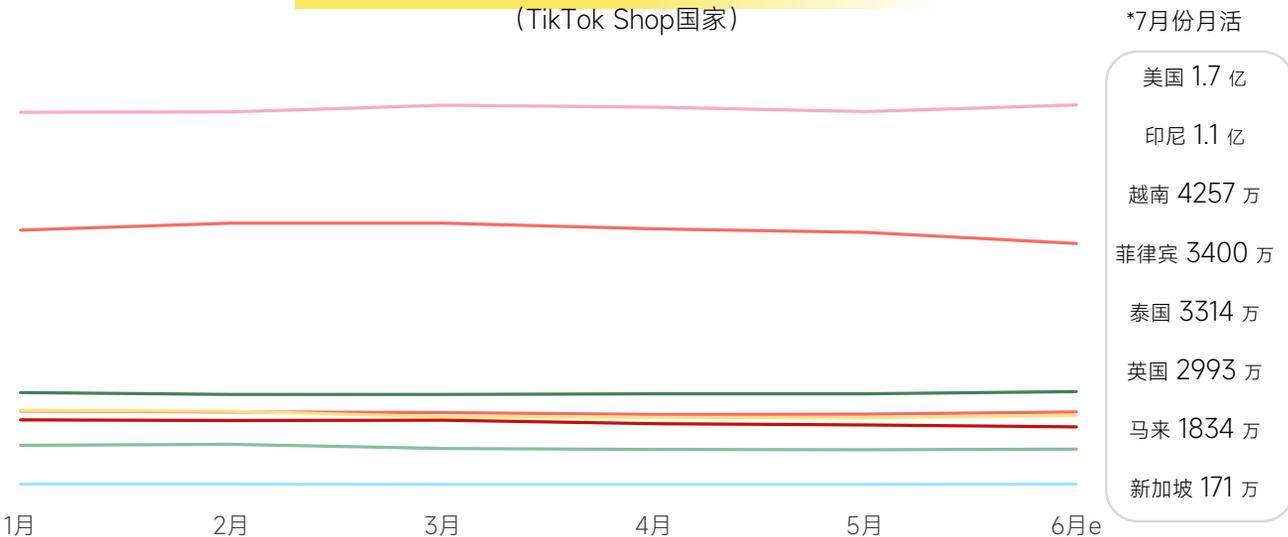
全球下载量稳健增长，美区MAU稳定1.7亿以上

2024年上半年，TikTok全球月均下载量达到8173万次，同比去年上升6.6%。其中，5月份下载量达到新高，突破8670亿次。从月活跃用户量来看，上半年美国月或稳定在1.7亿以上，在TikTok Shop国家中位居第一，并未受到“禁令”影响。

### 2024年上半年全球TikTok下载量趋势



### 2024年上半年TikTok月活跃用户量 (TikTok Shop国家)



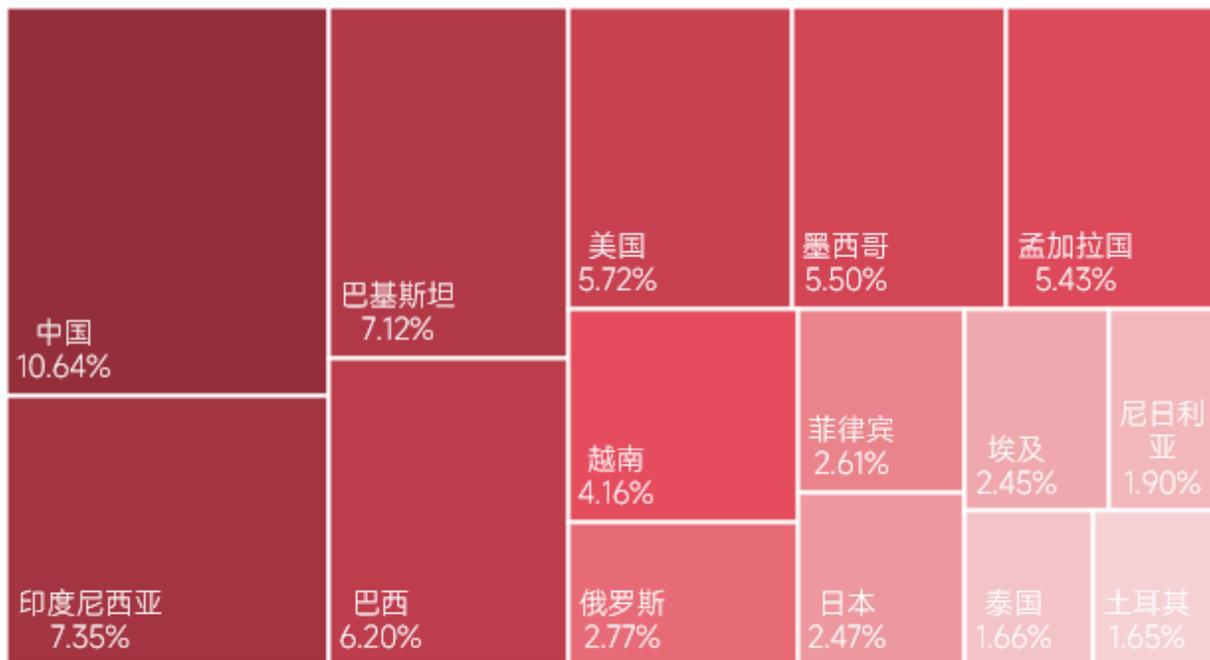
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# TikTok全球下载分布

## 东南亚、南亚、拉美等市场成新增量

另一方面，尽管美国存量庞大，但从新增下载量来看，东南亚（如印度尼西亚、越南和菲律宾）、南亚（巴基斯坦、孟加拉国）和拉美（巴西、墨西哥）是2024年上半年TikTok的主要增量市场。

2024年上半年全球TikTok下载量分布  
(Top15国家)



5215 万  
<中国>

3602 万  
<印度尼西亚>

3492 万  
<巴基斯坦>

3038 万  
<巴西>

2806 万  
<美国>

2664 万  
<孟加拉国>

2478 万  
<墨西哥>

2038 万  
<越南>

1359 万  
<俄罗斯>

1280 万  
<菲律宾>

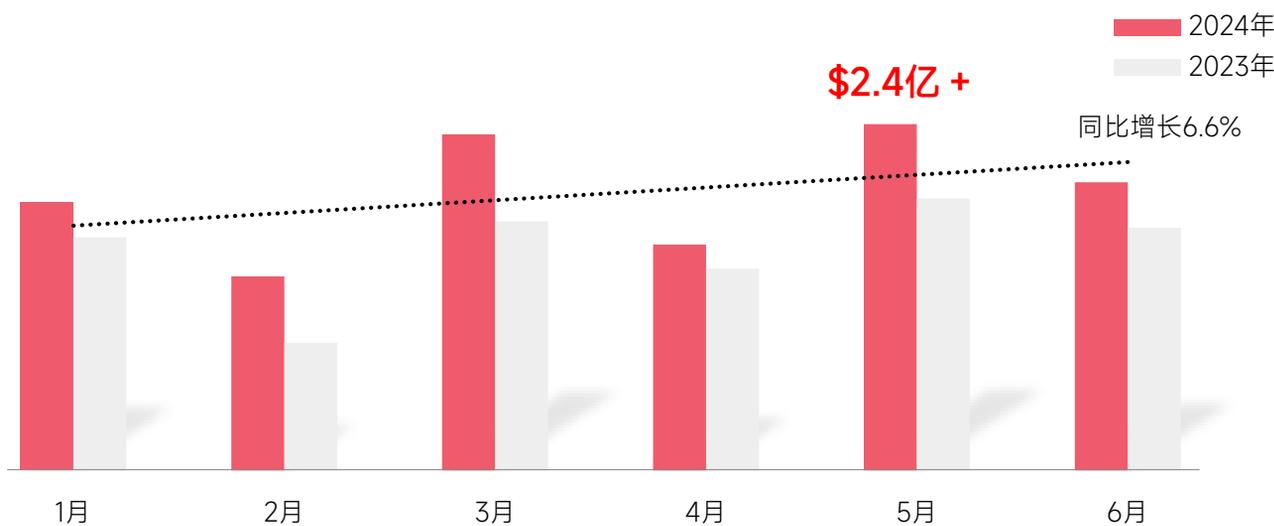
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# TikTok内购收入表现

## TikTok全球内购增长强劲

上半年TikTok全球内购同比增长6.6%，月均内购收入为2.2亿美金。其中，5月份内购收入最高，突破2.4亿美金。具体市场来看，美国仍是TikTok商业化布局的核心市场，占大盘高达35.2%。

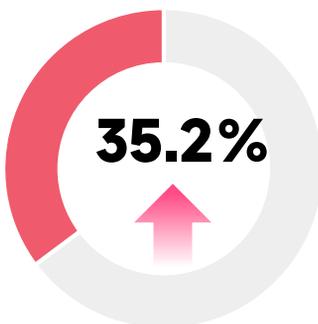
2024年上半年全球TikTok收入（内购）趋势



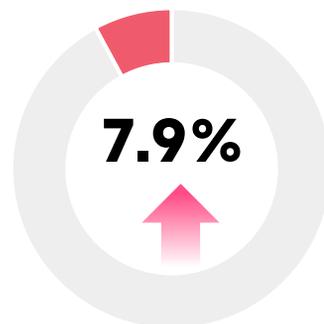
+ **6.7%** 美国

+ **4.6%** 东南亚

美国和东南亚市场  
内购同比上升趋势



美国  
占全球市场总收入



东南亚六国  
占全球市场总收入

数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# PART 02



## TikTok电商生态洞察

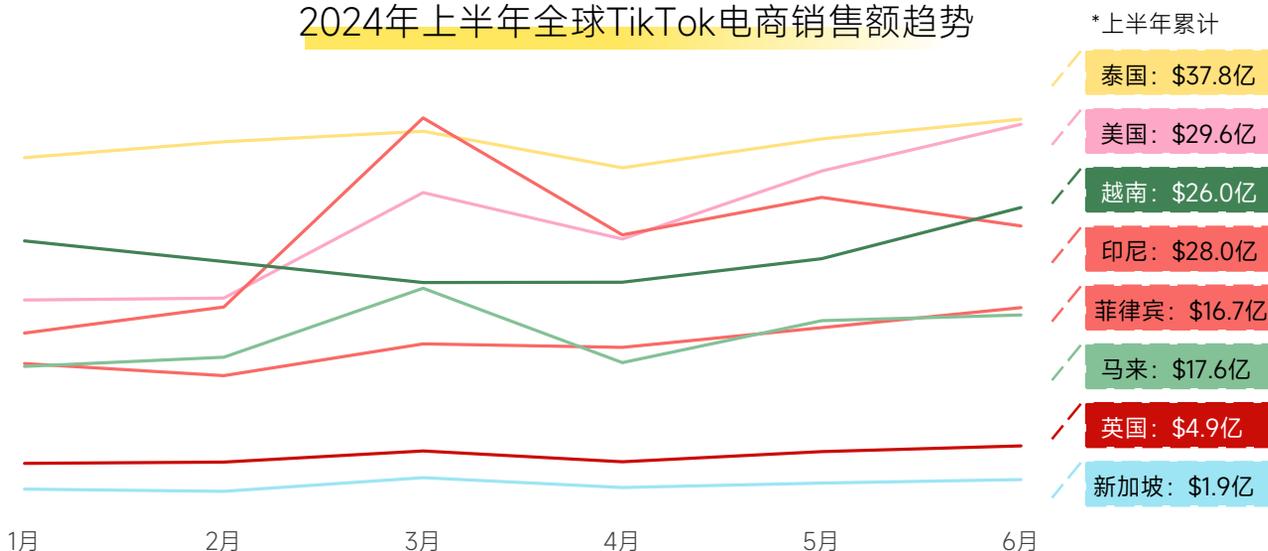


# TikTok市场份额趋势

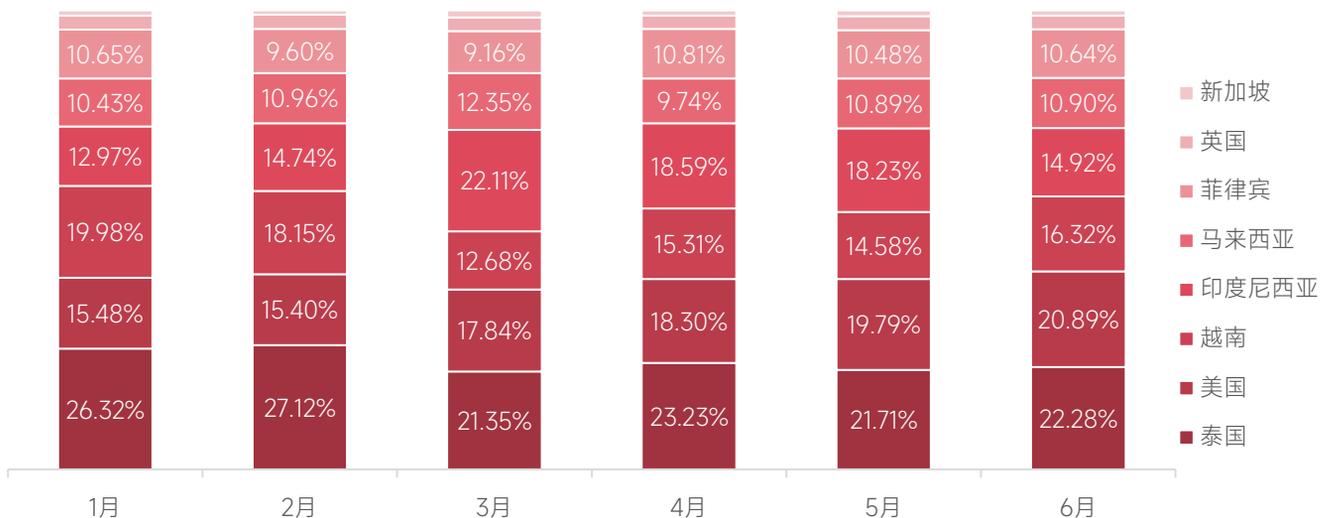
## 泰国问鼎第一，美国市场份额持续扩大

上半年各国累计销售额来看，泰国以37.8亿美金的GMV位居第一，其次是美国市场，累计近30亿美金。从市场份额来看，美国市场由1月的15.4%持续扩张，到6月份的20.8%，增长势头明朗。

### 2024年上半年全球TikTok电商销售额趋势



### 2024年上半年全球TikTok电商销售额占比



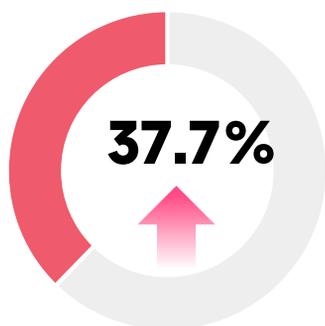
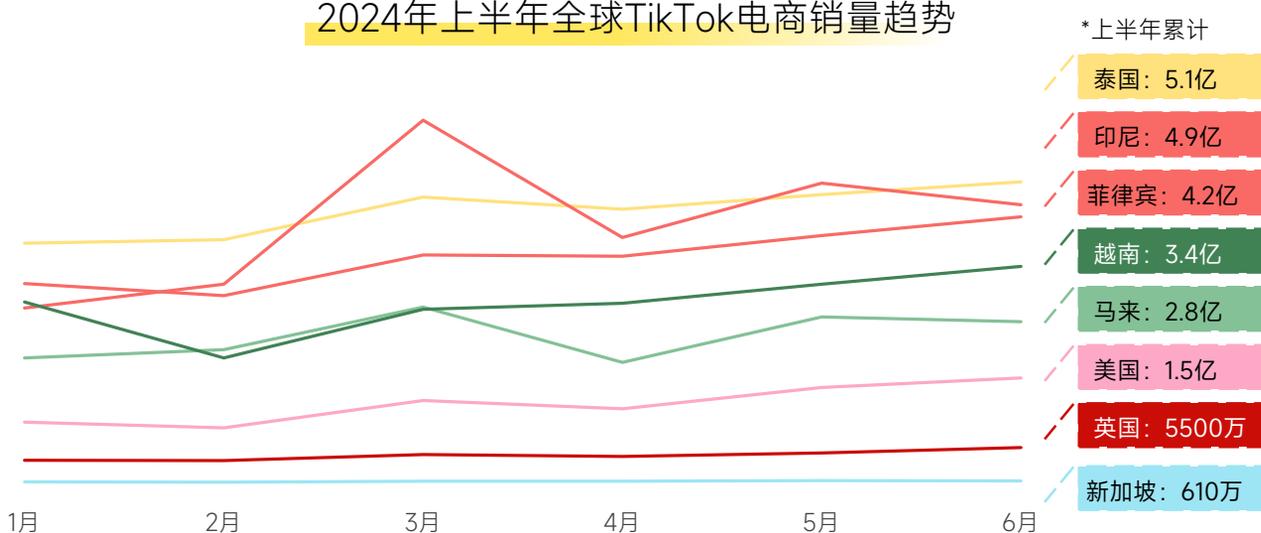
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# TikTok销量变化趋势

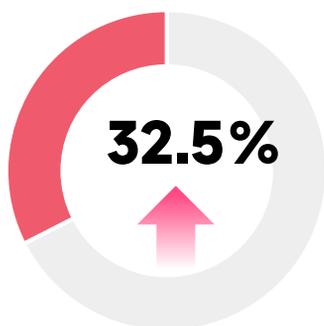
## 泰国出单超5亿，美国、新加坡客单价高

泰国市场上半年销量突破5亿，印尼紧随其后。从动销率上看，TikTok平台上半年的商品动销率为32.5%。其中马来西亚的动销率最高，达37.7%，新品售出机会更大。商品价格上，美国以19.5美元的平均客单价领先于平台。

### 2024年上半年全球TikTok电商销量趋势



马来西亚  
上半年商品动销率



TikTok平台  
上半年商品动销率

\$19.5 美国  
平台平均值 \$7.1

上半年成交商  
品平均客单价

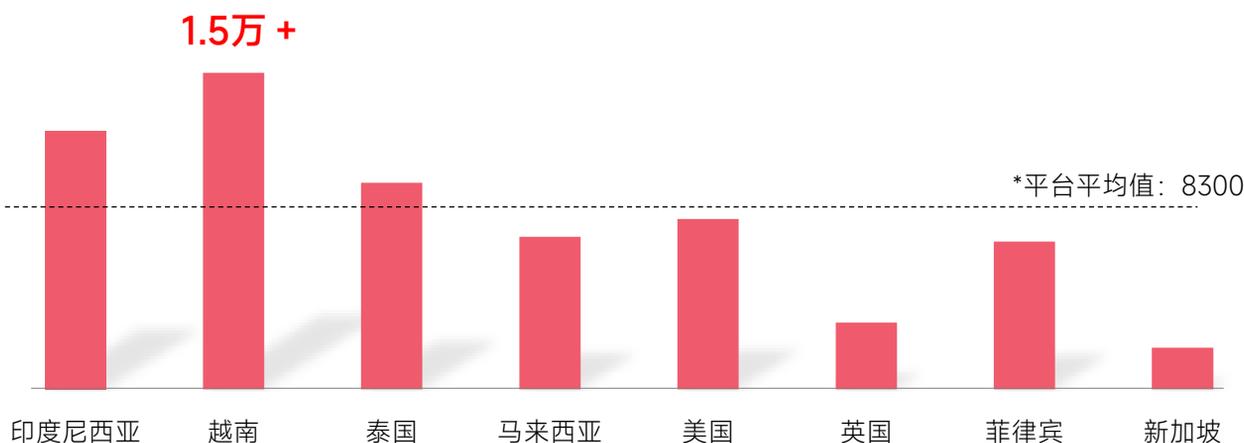
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# TikTok全球店铺概况

**越南活跃店铺数量最大，英国和新加坡最低**

2024年上半年，平台平均活跃的店铺数量为8300家。其中，越南的活跃店铺超过1.5万家，位居第一。据Shoplus超店有数统计，上半年，平台上销售额超过100美金的店铺有1881家。店铺属性上，欧美以本土店铺数量稍微领先，而东南亚大部分都是本土店。

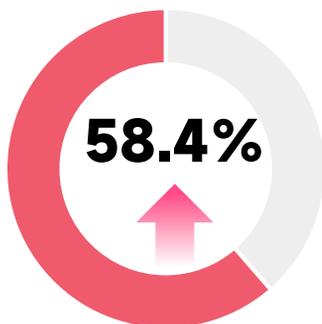
2024年上半年全球TikTok电商每月活跃店铺量



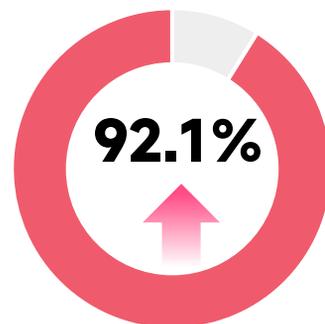
# 1881家



GMV≥100万美  
元店铺数量



2024年上半年  
欧美本土店铺  
占比



2024年上半年  
东南亚本土店  
铺占比

数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# PART 03



## TikTok重点市场洞察

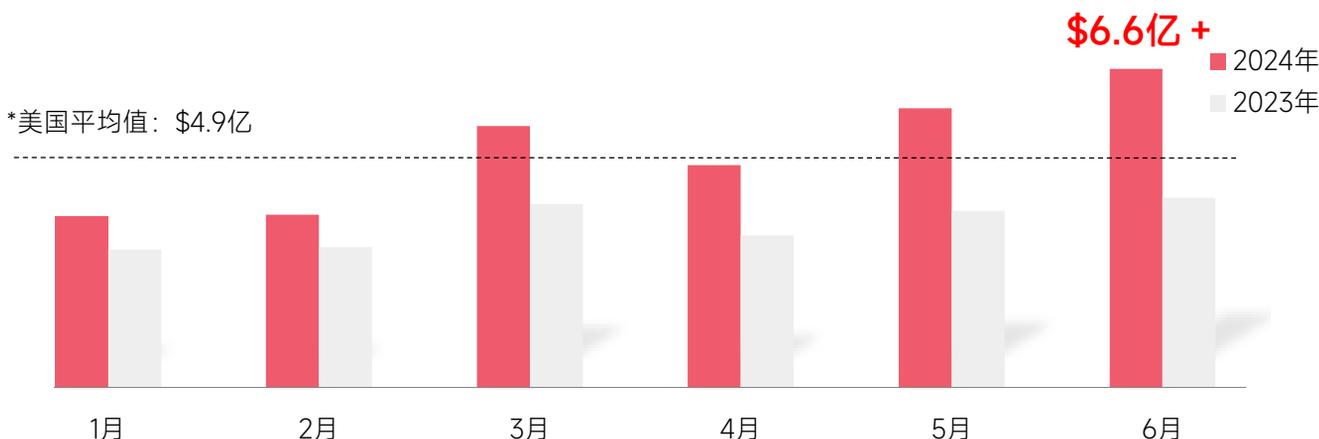


# 美国市场

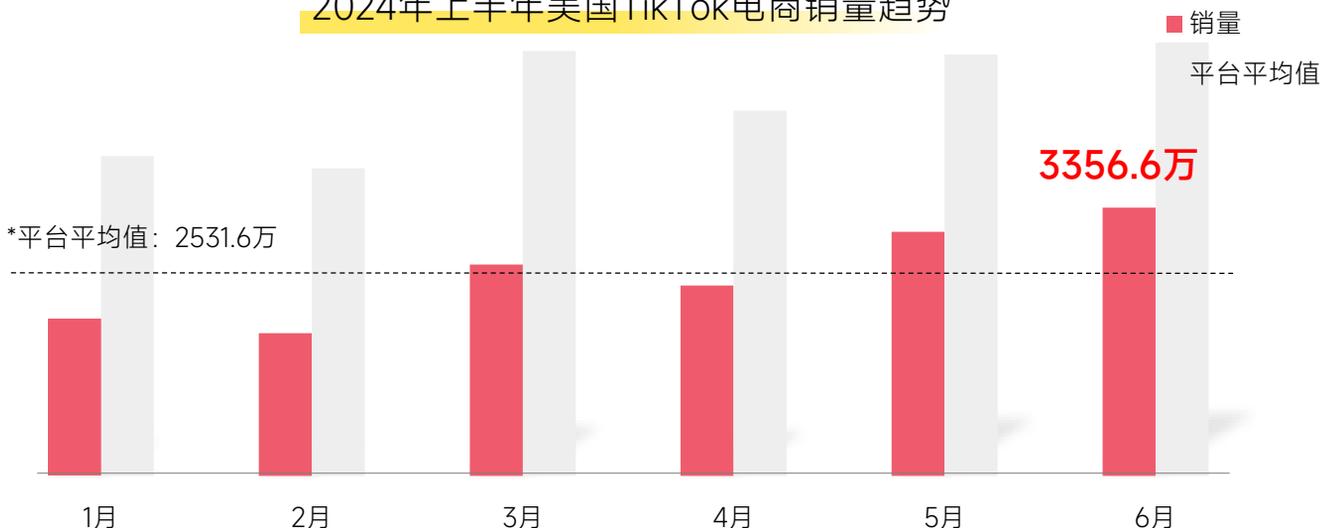
## 销售额稳定增长，6月份达到高峰

2024年上半年，美国的月均销售额达到4.9亿美元，高于平台平均值。其中，6月份销售额最高，突破6.6亿美元。销量上，趋势与销售额保持一致。6月份销量最高，达到3356.6万件。

### 2024年上半年美国TikTok电商销售额趋势



### 2024年上半年美国TikTok电商销量趋势



数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 美国市场

## 月活跃店铺近8千家，以本土自营店铺居多

上半年美国平均每月活跃的店铺量为8331家，高于平台平均水平。其中，6月份最高，达到1.1万家。体量来看，上半年有414家店铺的销售额超过100万美金。目前，美国的店铺主要以本土自营店铺为主。

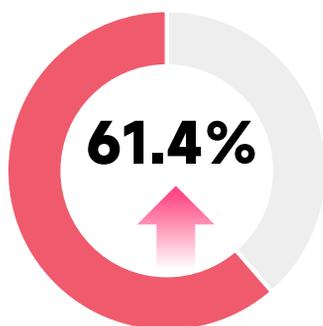
2024年上半年美国TikTok电商每月活跃店铺量



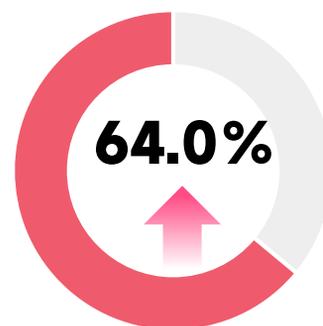
# 414家



GMV≥100万美  
元店铺数量



2024年上半年  
本土店铺占比



2024年上半年  
自营店铺占比

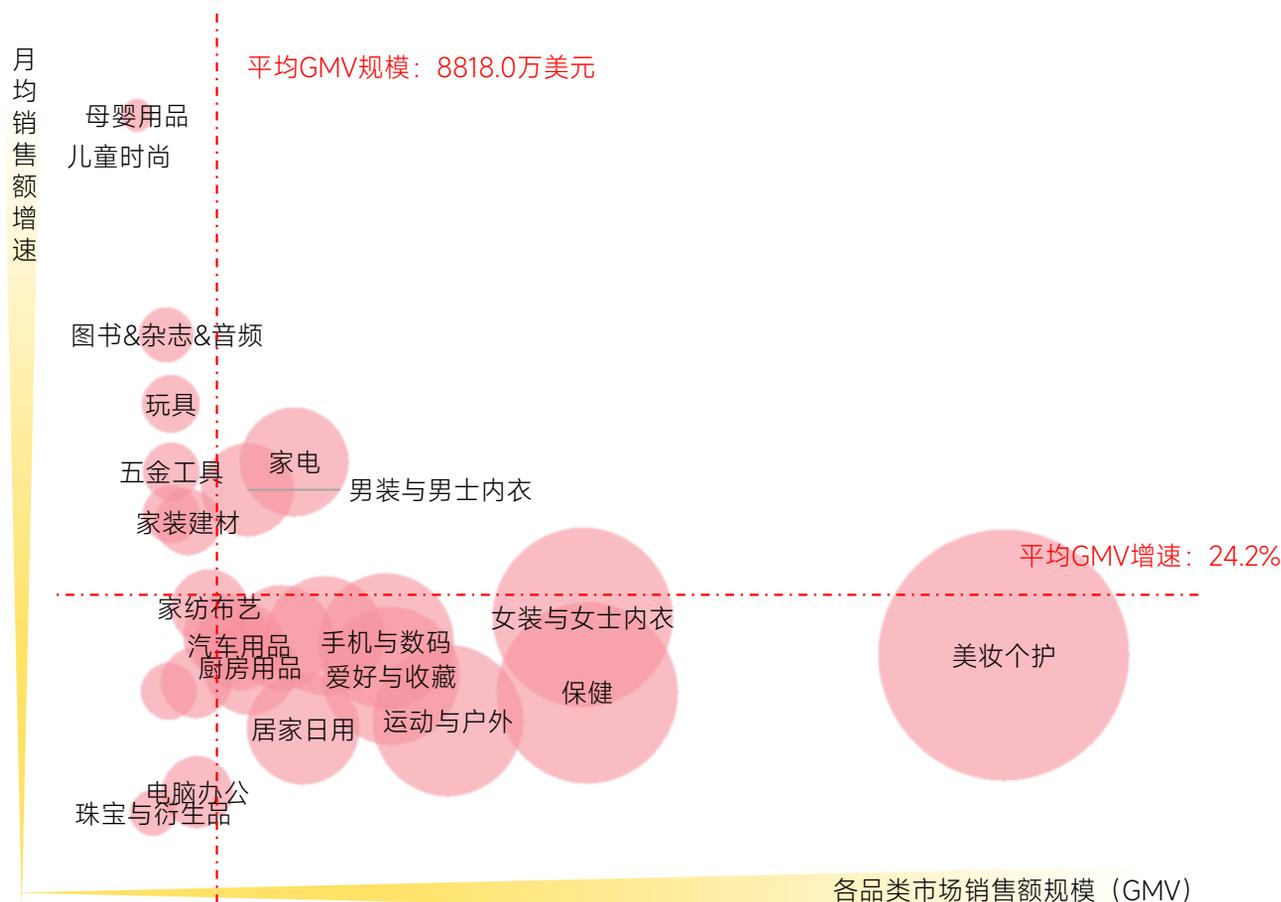
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 美国市场

## 美妆个护品类体量最大，母婴用品增速最高

从各品类的表现来看，上半年各品类GMV均保持正增长，平均GMV增速达到24.2%。其中，美妆个护体量最大，上半年累计销售额超过4.4亿美元。此外，母婴用品和儿童时尚品类月均增速均超过50%，但体量较小。而家电上半年增速达到32.8%，规模将近1亿美金，值得卖家关注。

### 2024年上半年美国TikTok电商品类概况



\*气泡大小表示品类市场份额

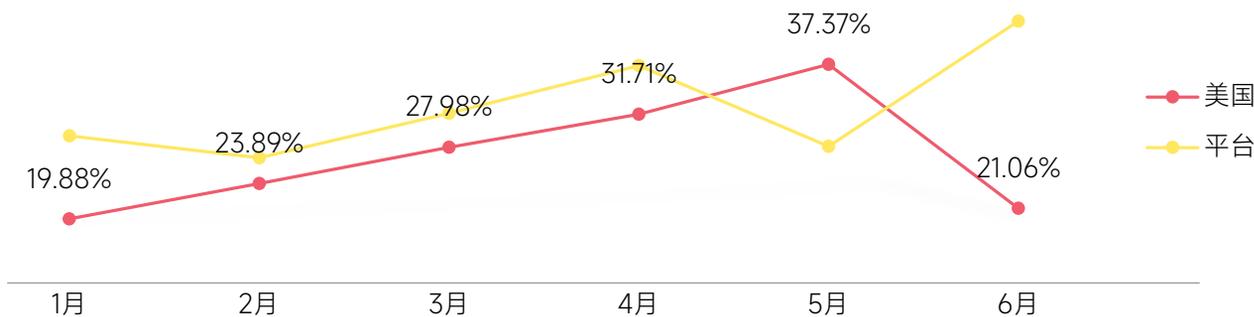
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 美国市场

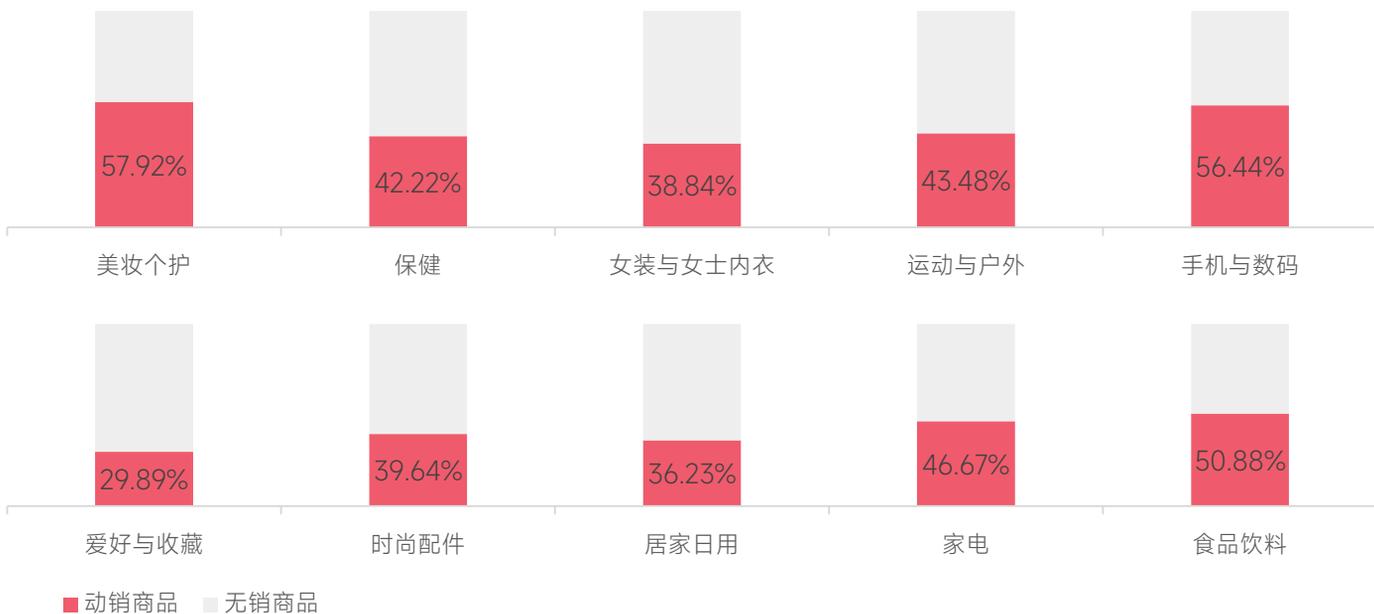
## 1月-5月动销率持续上升，美妆和数码品类更易出单

动销状况上，尽管美国1月至4月动销率持续上升，但仍低于平台平均值。仅在5月份超过平台，达到37.3%。从品类上看，美妆个护和手机数码品类的动销率最高，分别为57.9%和56.4%。

### 2024年上半年美国TikTok电商动销概况



### 2024年上半年美国TikTok电商品类动销概况



数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

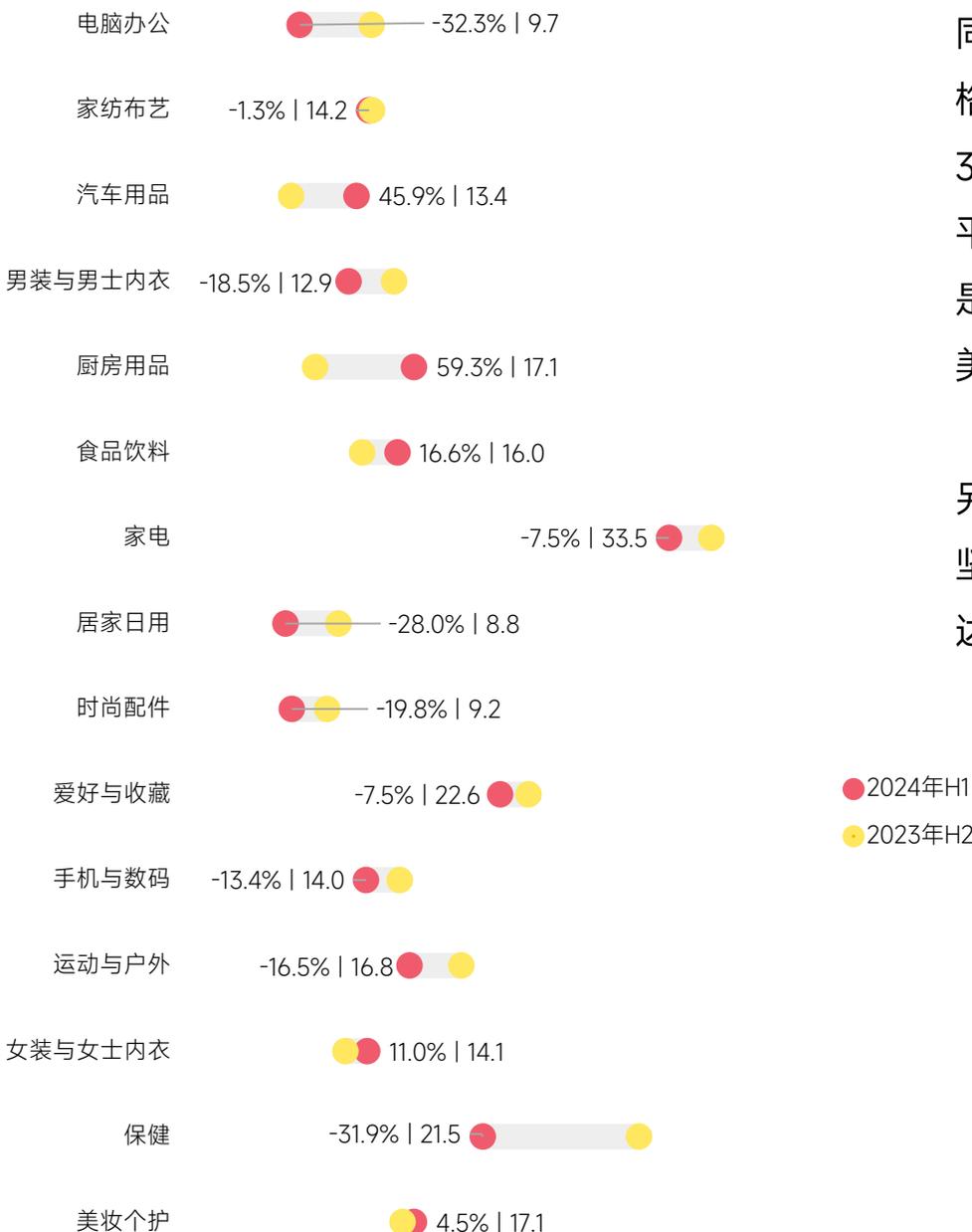
# 美国市场

## 美妆个护高销商品价格坚挺，电脑办公下降最大

2024年上半年美国电商各品类价格变化趋势  
(单位：同比% | 美元)

相较于去年，美国各品类的高销商品价格表现均有不同程度下降。电脑办公价格同比下降最大，达到-32.3%，2024年上半年平均价在9.7美元。其次是保健，价格下降至21.5美元。

另一方面，美妆个护价格坚挺，同比上升4.5%，达到17.1美元。



\*统计销量排名前1000的商品平均价格

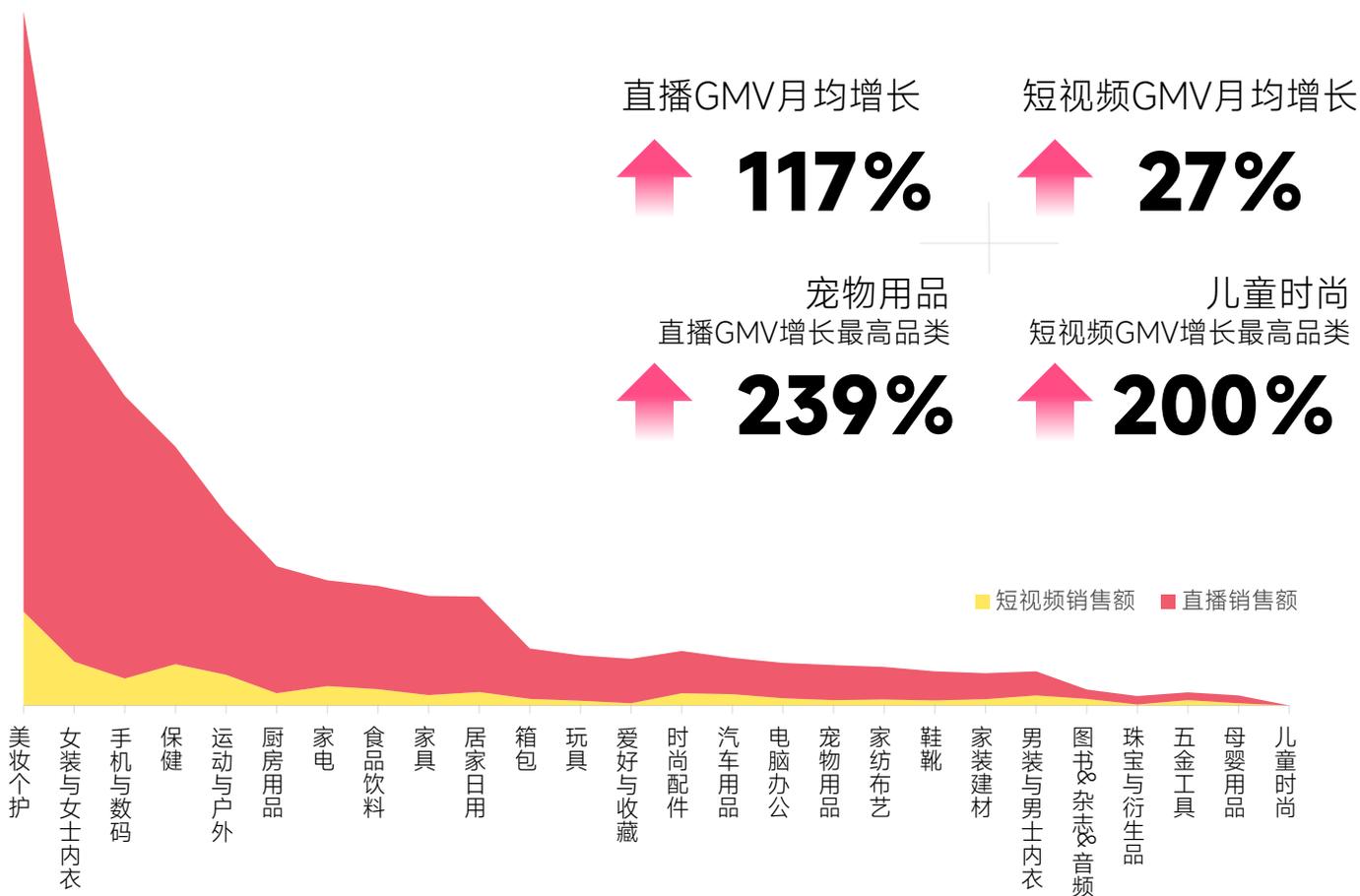
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 美国市场

## 直播带货规模持续扩大，宠物用品迎来暴涨

美国上半年直播带货迎来暴涨，月均环比增长为117%，直播带货销量前三品类分别是美妆个护、女装以及手机数码。其中，宠物用品直播增长最快，达到239%。短视频带货上，月均增长为27%。增长最快的品类儿童时尚，上半年月均增速达到200%。

2024年上半年美国TikTok电商直播和短视频带货概况



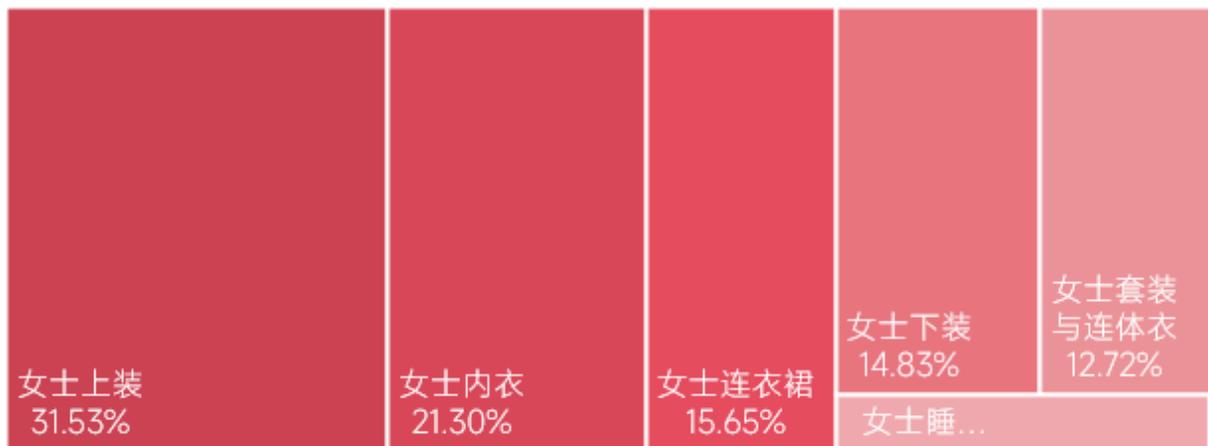
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 美国市场

## 二级品类市场分析-女装与女士内衣

女装类目下，销量表现最佳的是女士上装，上半年销售额占女装类目的比重高达31.5%。其中，短袖、无袖上衣是主要的高销单品。另外，女士内衣和女士连衣裙占比分别为21.3%和15.6%。塑身内衣和印花裙是主要的高销产品。

2024年上半年美国TikTok电商细分女装品类销售额占比



  
**TOP 5**  
女士上装

短袖  
无袖上衣  
三件套连体衣  
女式连体衣  
女式短袖T恤

  
**TOP 5**  
女士内衣

塑身衣  
塑身背心  
紧身衣  
腰封塑身衣  
花朵蕾丝文胸

  
**TOP 5**  
女性连衣裙

印花连衣裙  
运动裙  
女式紧身裙  
女式印花裙  
露背背带裙

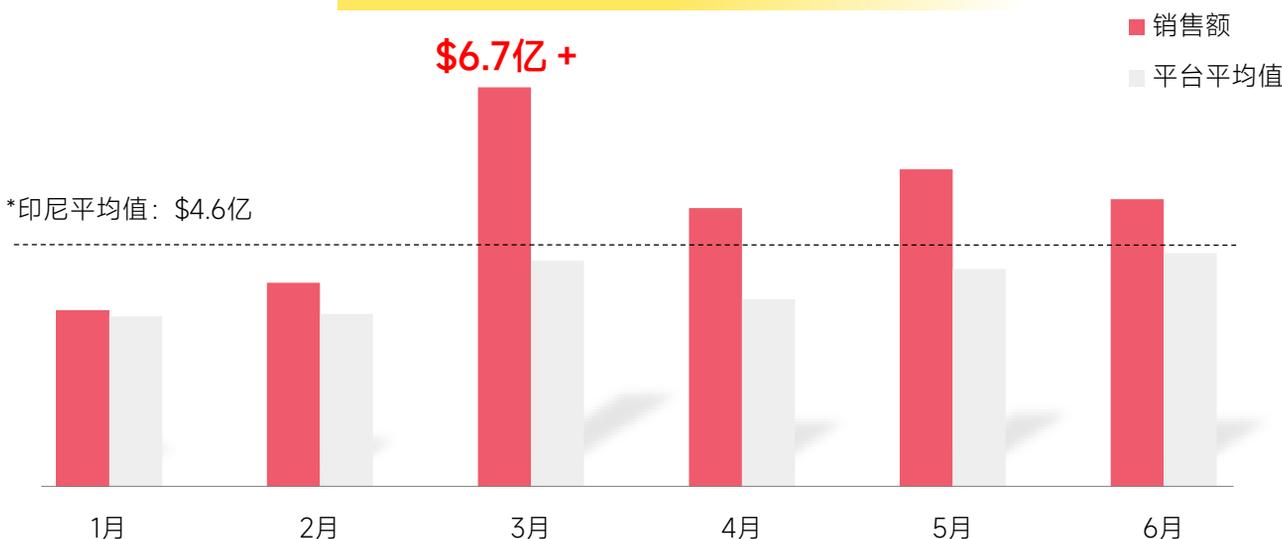
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

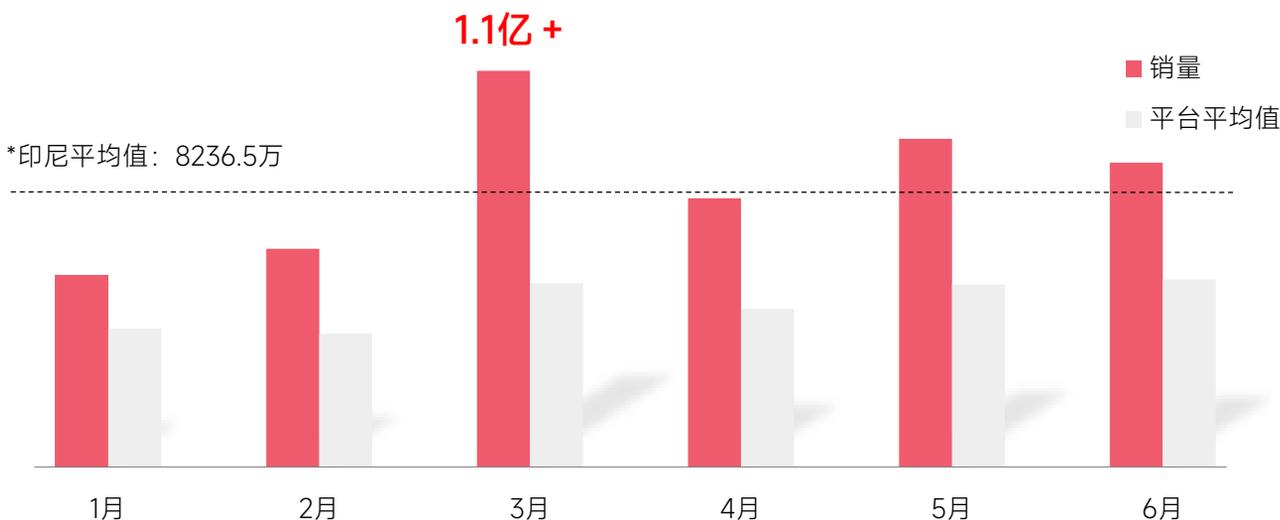
## 销售额高于平台平均值，消费潜力大

上半年，印尼市场的月均销售额为4.6亿美元。其中，3月销售额最高，达到6.7亿美元。整体来看，远高于平台平均值，是目前TikTok的主力市场。销量上，与销售额走势保持一致，3月份销量最高达到1.1亿。

### 2024年上半年印度尼西亚TikTok电商销售额趋势



### 2024年上半年印度尼西亚TikTok电商销量趋势



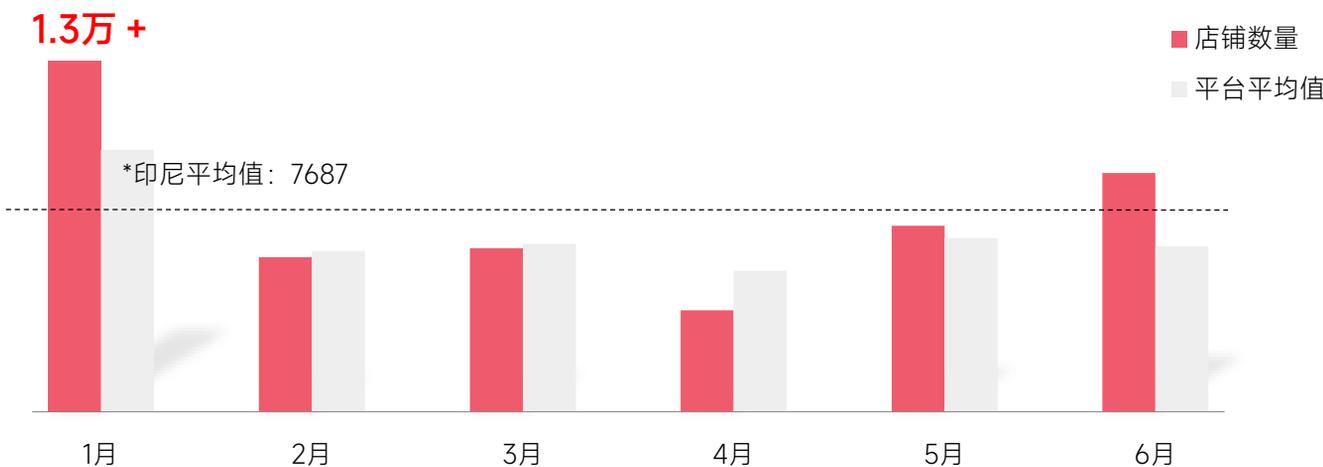
数据来源: 超店有数, 数据统计时间: 2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

机会大，销售额超100万的店铺数量最多

印尼上半年每月活跃店铺数量为7687家，其中，1月最高达到1.3万家。体量上看，印尼是所有市场中GMV超过100万美元店铺数量最多的国家，高达625家。店铺属性上，印尼目前只能做本土店。

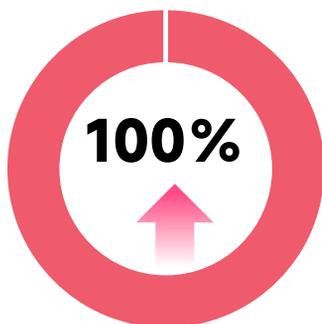
2024年上半年印度尼西亚TikTok电商每月活跃店铺量



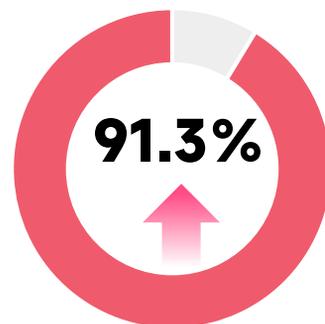
625家



GMV≥100万美  
元店铺数量



2024年上半年  
印尼本土店铺  
占比



2024年上半年  
印尼店铺存活  
率

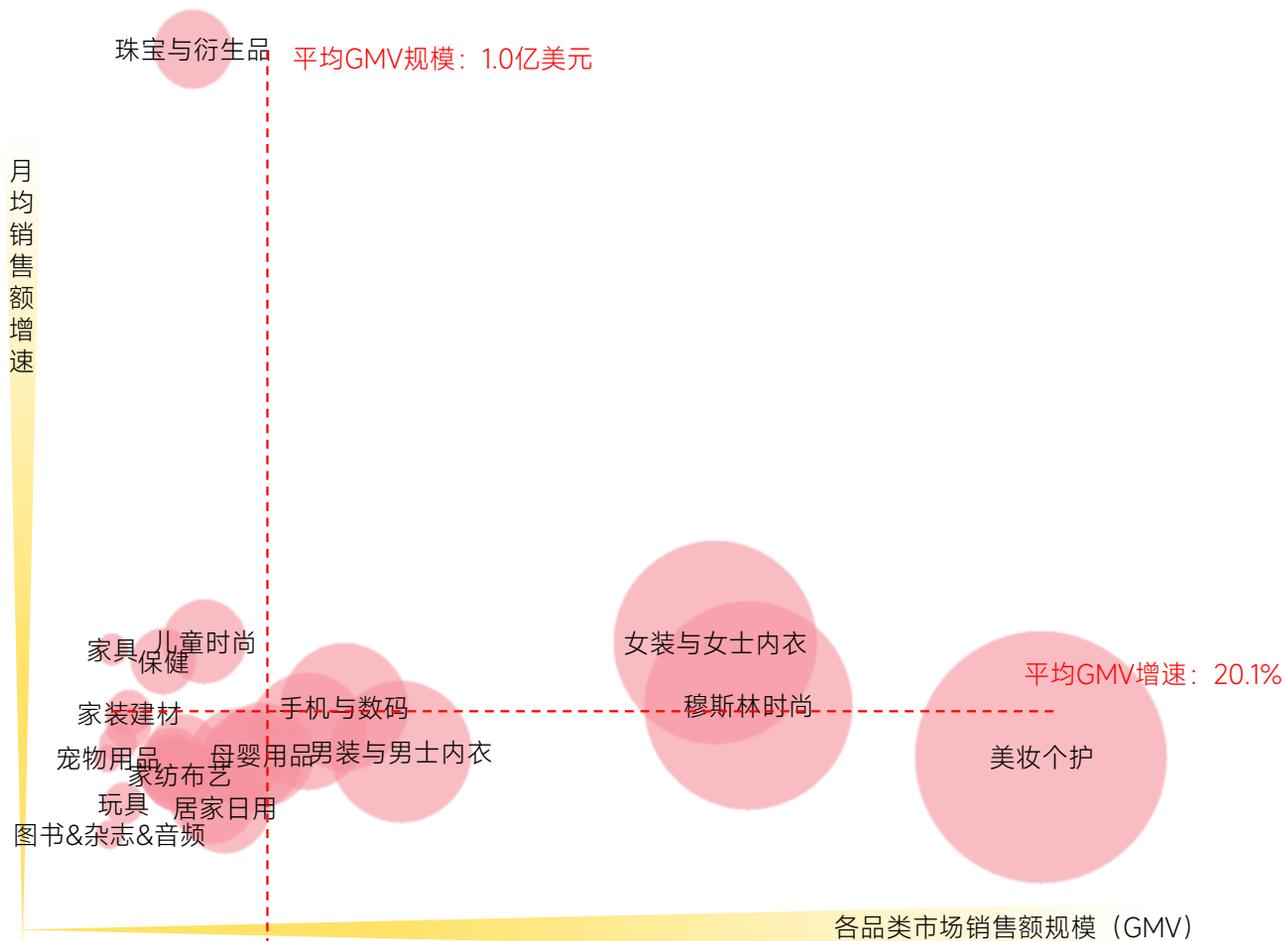
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

## 各品类保持正增长，珠宝品类增速飙升

印尼市场上半年各品类GMV均保持正增长，平均GMV增速达到20.1%，仅次于美国。美妆个护体量领先，穆斯林时尚和女装的规模紧随其后，销售额分别达到5.4亿美元、3.7亿和3.5亿。增速上，珠宝与衍生品“一骑绝尘”，增速高达94.4%。而家居和娱乐相关品类的表现相对较弱。

### 2024年上半年印度尼西亚TikTok电商品类概况



\*气泡大小表示品类市场份额

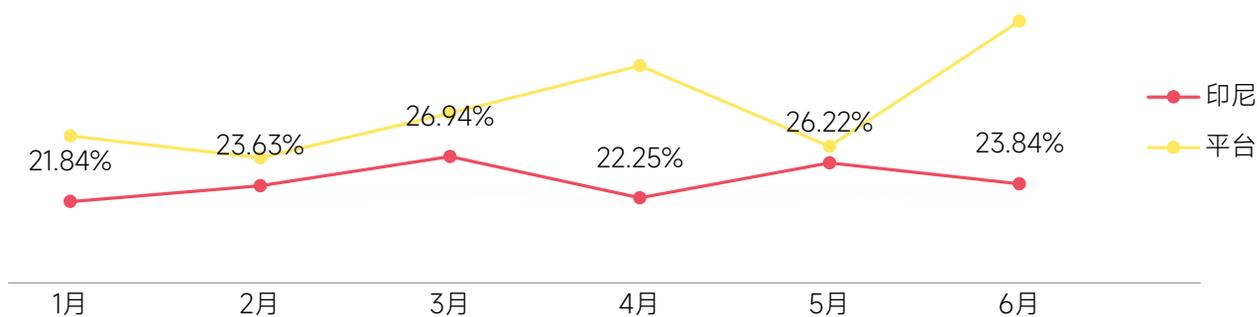
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

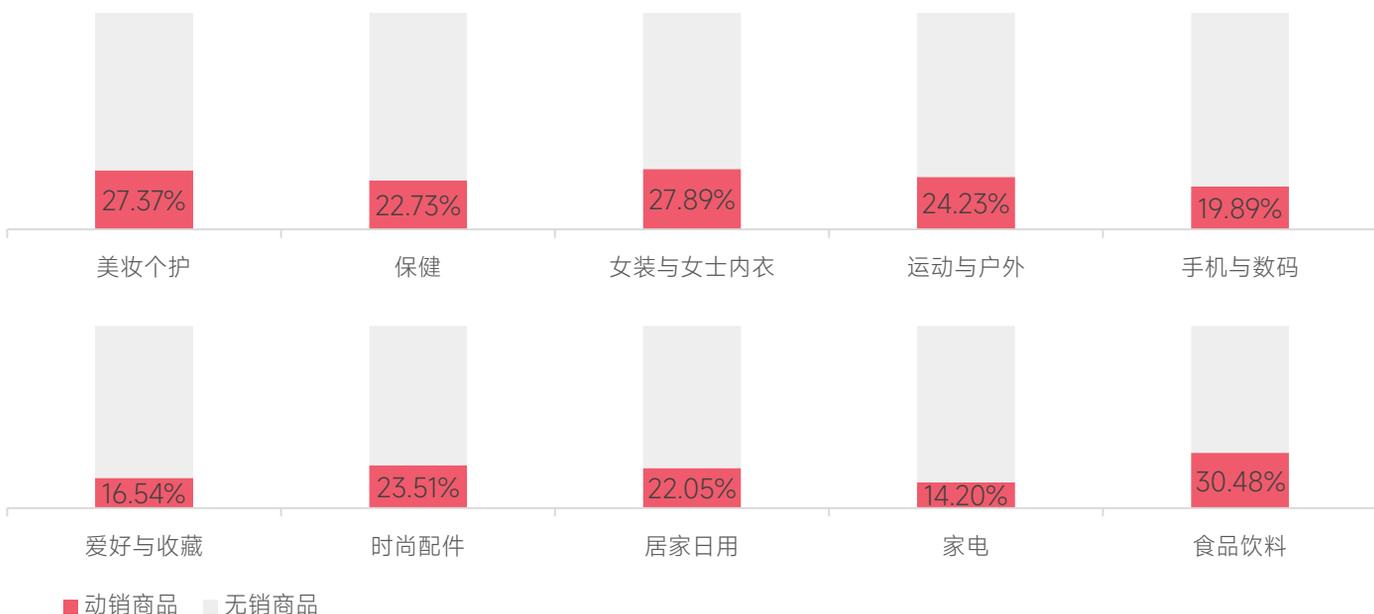
## 动销率低于平台平均值，竞争激烈

尽管印尼市场体量在第三，但动销状况上，印尼上半年出单率低于平台平均值，在各国家中倒数，月均动销率仅为24.1%。其中家电、爱好收藏和手机数码的动销率低于20%。

### 2024年上半年印度尼西亚TikTok电商动销概况



### 2024年上半年印尼TikTok电商品类动销概况

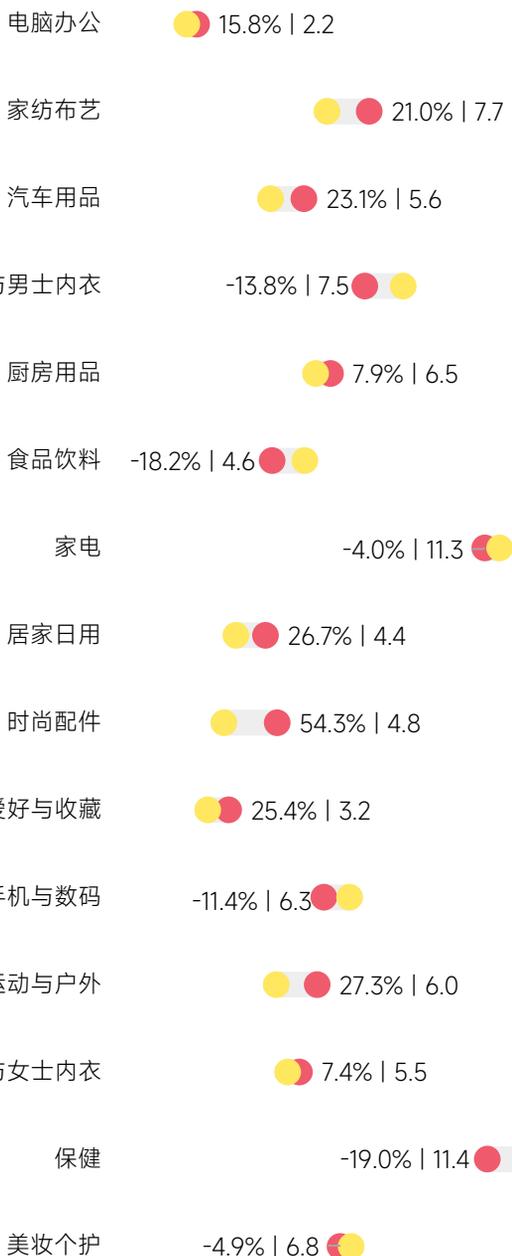


数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

## “涨多跌少”，时尚配件高销商品平均价上涨最快

2024年上半年印度尼西亚电商各品类价格变化趋势  
(单位：同比% | 美元)



价格上，印尼市场各品类表现“涨多跌少”。其中，时尚配件高销商品平均价格上升54.3%，上涨至4.8美元。其次是运动户外，上涨至6.0美元。

此外，美妆个护、保健和男装和手机数码价格有不同程度下跌。

● 2024年H1  
● 2023年H2

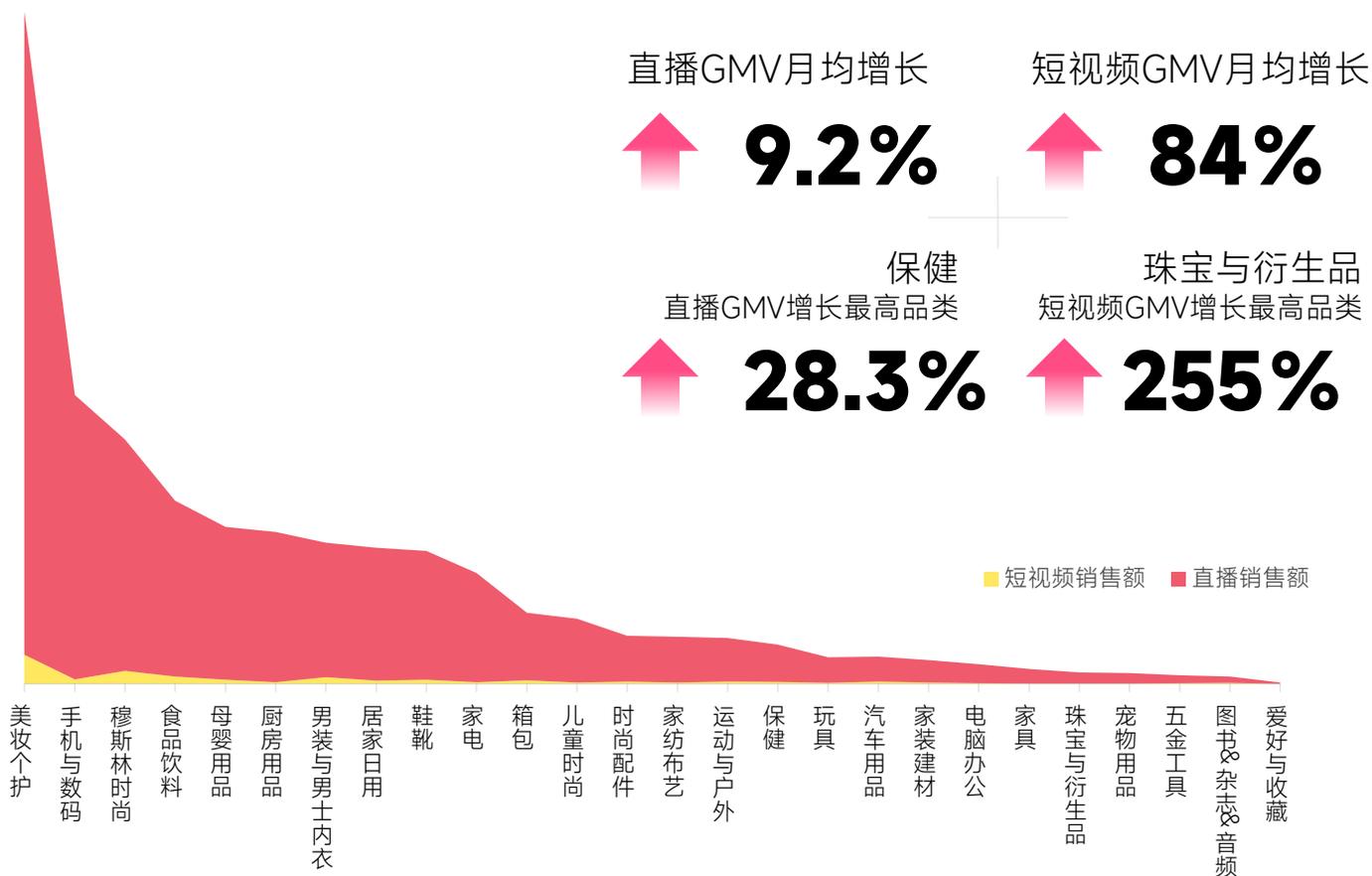
\*统计销量排名前1000的商品平均价格  
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

## 短视频带货增长迅速，但体量远低于直播带货

印尼市场直播带货规模轻微上涨，月均增长率为9.2%。其中，保健品类的直播带货上涨最快，增长28.3%。而短视频带货规模上涨相对迅猛，但整体体量远不及直播带货。珠宝类以255%的月均增速位居第一。

### 2024年上半年印度尼西亚TikTok电商直播和短视频带货概况



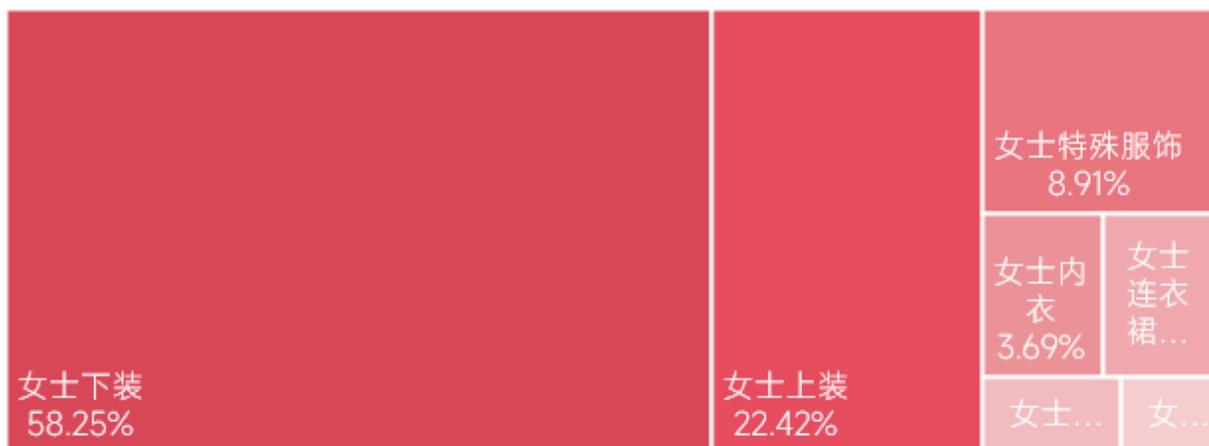
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 印度尼西亚市场

## 二级品类分析-女装与女士内衣

女装是印尼市场上半年的潜力品类。其中，女士下装销售额占比最高，达到58.2%，其次是女装上装、特殊服饰和内衣。从单品上看，高腰类下装，如裙裤、针织裤受欢迎。上装类，如长袖衫、T恤以及民族风格上装受欢迎。

2024年上半年印度尼西亚TikTok电商女装与女士内衣品类销售额占比



**TOP 5**  
女士下装

- 高腰裙裤
- 高腰针织裤
- 高腰针织裙裤
- 宽松牛仔裤
- 高腰牛仔裤

**TOP 5**  
女士上装

- 方领长袖衫
- 女式宽松T恤
- 民族风上衣
- 女式Polo衫
- 女式大码上衣

**TOP 5**  
女士特殊服装

- 开衩套装
- 女士职业装
- 紧身开衩装
- 女警制服
- 婚礼套装

数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 销售额贴近平台平均值，3月份达到高峰

上半年，马来市场的月均销售额为2.9亿美元。其中，3月销售额最高，达到3.7亿美元。整体来看，贴近于平台平均值。销量上，与销售额走势大致保持一致，3月份销量最高达到5589.4万，高于平台平均值。

### 2024年上半年马来西亚TikTok电商销售额趋势



### 2024年上半年马来西亚TikTok电商销量趋势



数据来源: 超店有数, 数据统计时间: 2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 开店数量持续下跌，本土自营店铺居多

上半年马来平均每月电商开店数量为6899家，略高于平台平均水平，但逐月下跌。其中，1月份最高，达到1万家。体量来看，上半年有127家店铺的销售额超过100万美金。目前，马来的店铺9成以上为本土店铺，而且存活率也在9成以上。

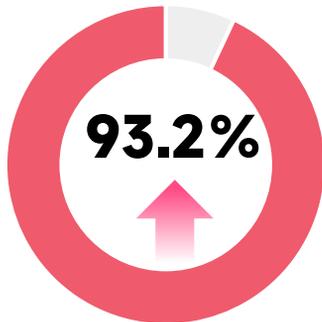
2024年上半年马来西亚TikTok电商每月活跃店铺量



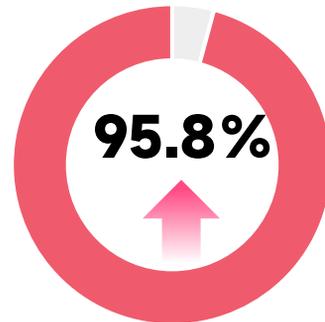
# 127家



GMV≥100万美  
元店铺数量



2024年上半年  
马来本土店铺  
占比



2024年上半年  
马来店铺存活  
率

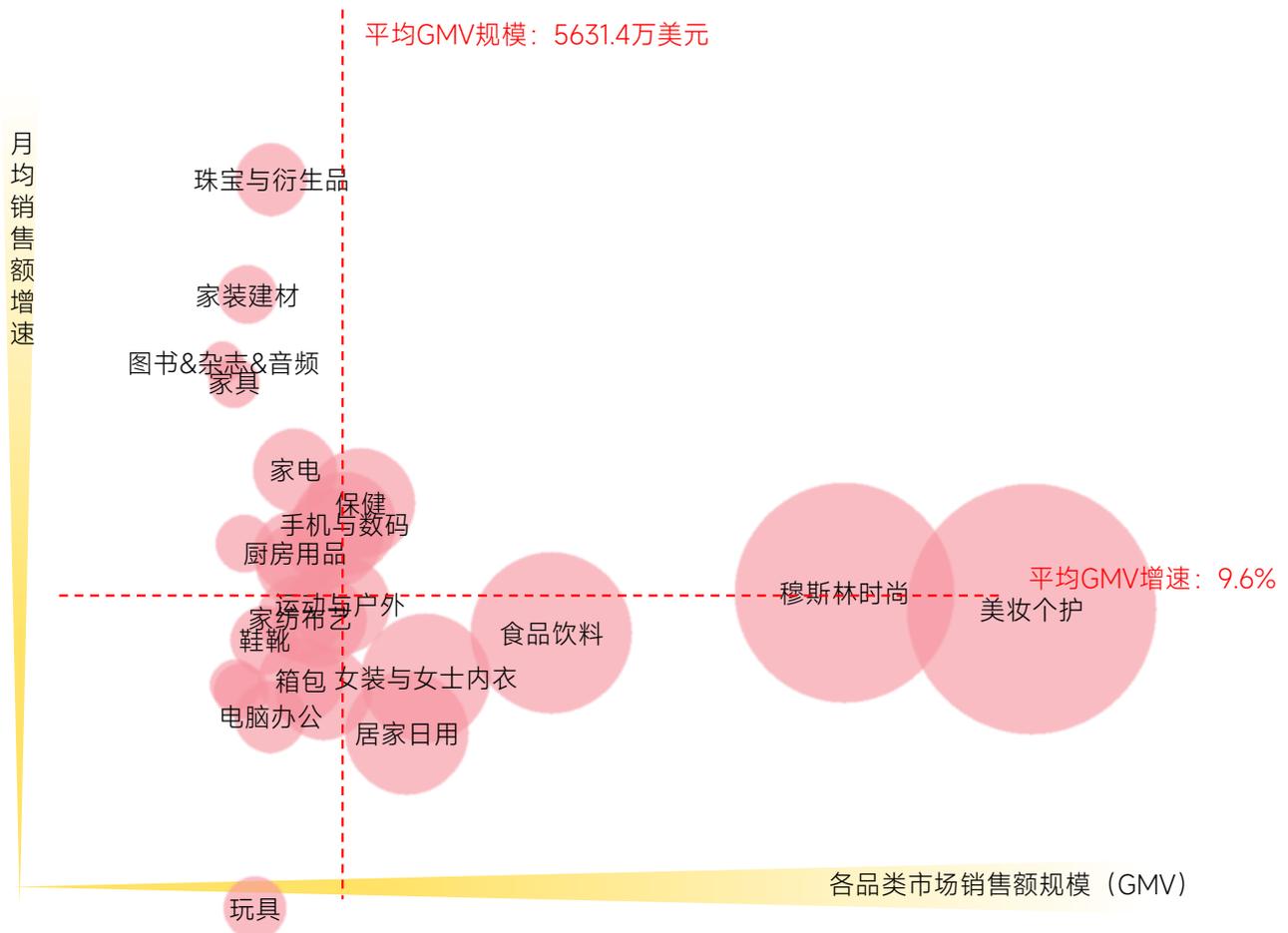
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 美妆个护品类体量最大，珠宝与衍生品增速最高

马来市场上半年各品类GMV均保持正增长，平均GMV增速达到9.6%。美妆个护体量领先，穆斯林时尚的规模紧随其后，销售额分别达到3亿和2.3亿美元。增速上，珠宝与衍生品增速超过22%，其他行业都能保持正增长，唯玩具类表现未如理想，出现负增长-1.01%。

### 2024年上半年马来西亚TikTok电商品类概况



\*气泡大小表示品类市场份额

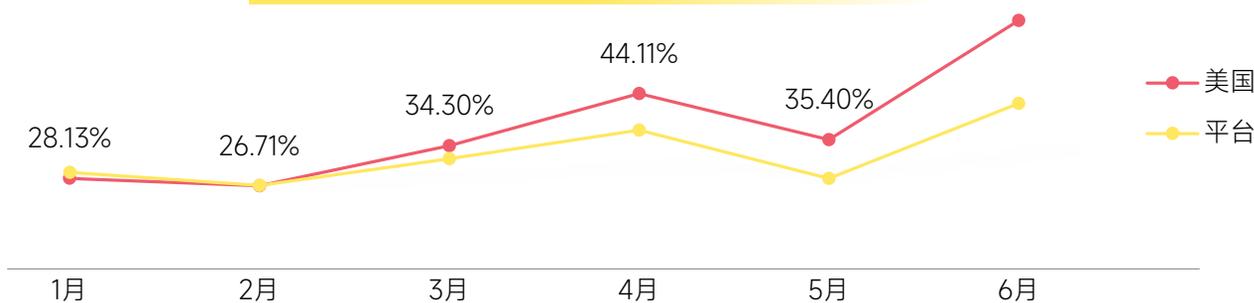
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

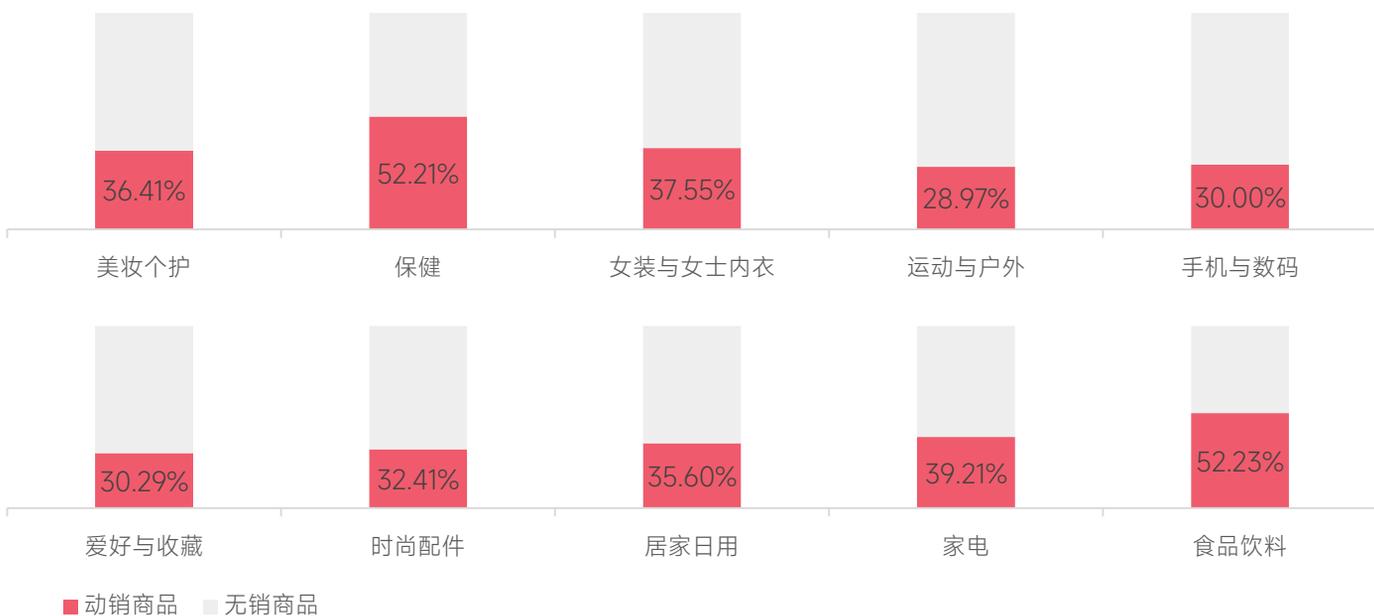
## 上半年动销率持续上升，保健和食品饮料品类更易出单

动销状况上，马来1月至6月动销率持续上升，在3月起已超越平台平均值。在6月份更达到57.91%，大幅高于平台。从品类上看，保健和食品饮料品类的动销率最高，分别为52.21%和52.23%。

### 2024年上半年马来西亚TikTok电商动销概况 57.91%



### 2024年上半年马来西亚TikTok电商品类动销概况

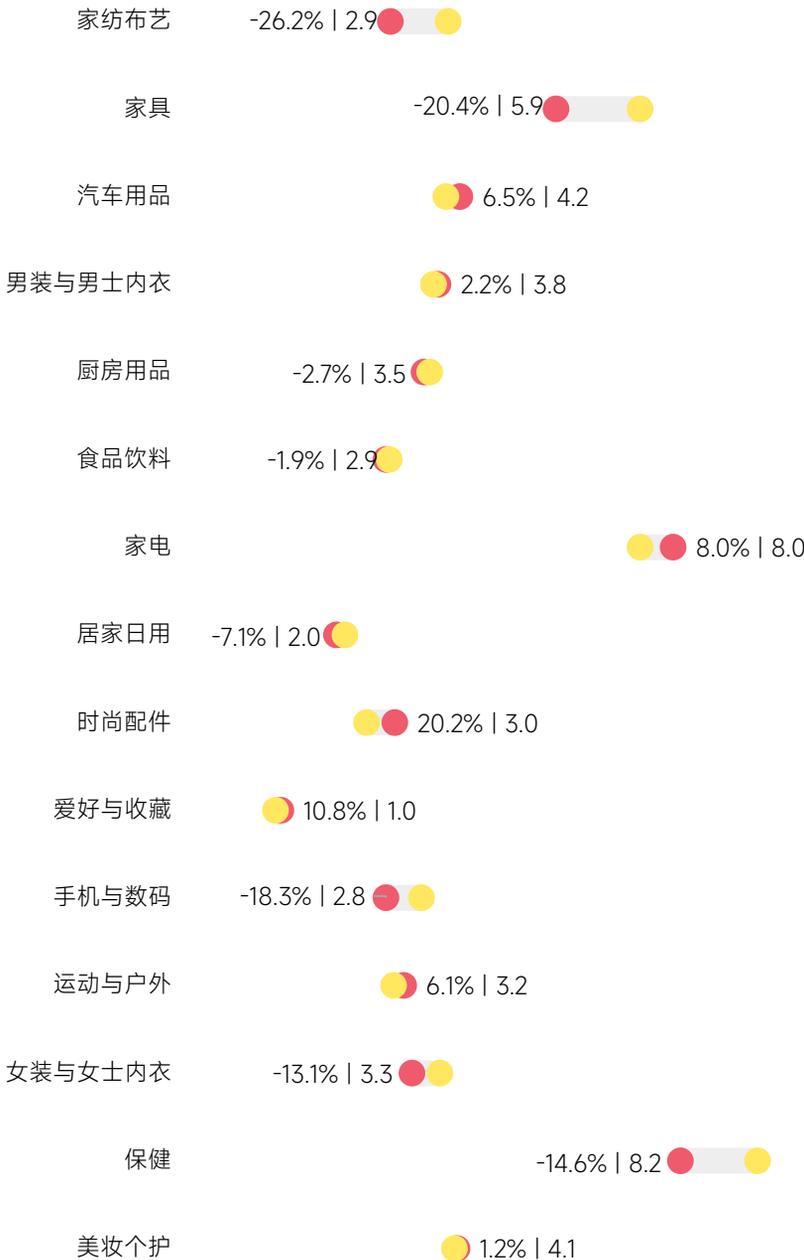


数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 各品类价格下跌居多，时尚配件大幅上升

2024年上半年马来西亚电商各品类价格变化趋势  
(单位：同比% | 美元)



相较于去年，马来各品类的高销商品价格表现均有不同程度下降。家纺布艺价格同比下降最大，达到-26.2%，家具也录得超过-20%的跌幅。

另一方面，时尚配件价格大幅提升，同比上升超过20%，达到3美元。爱好与收藏和家电也分别录得10.8%和8%的升幅。

● 2024年H1

● 2023年H2

\*统计销量排名前1000的商品平均价格

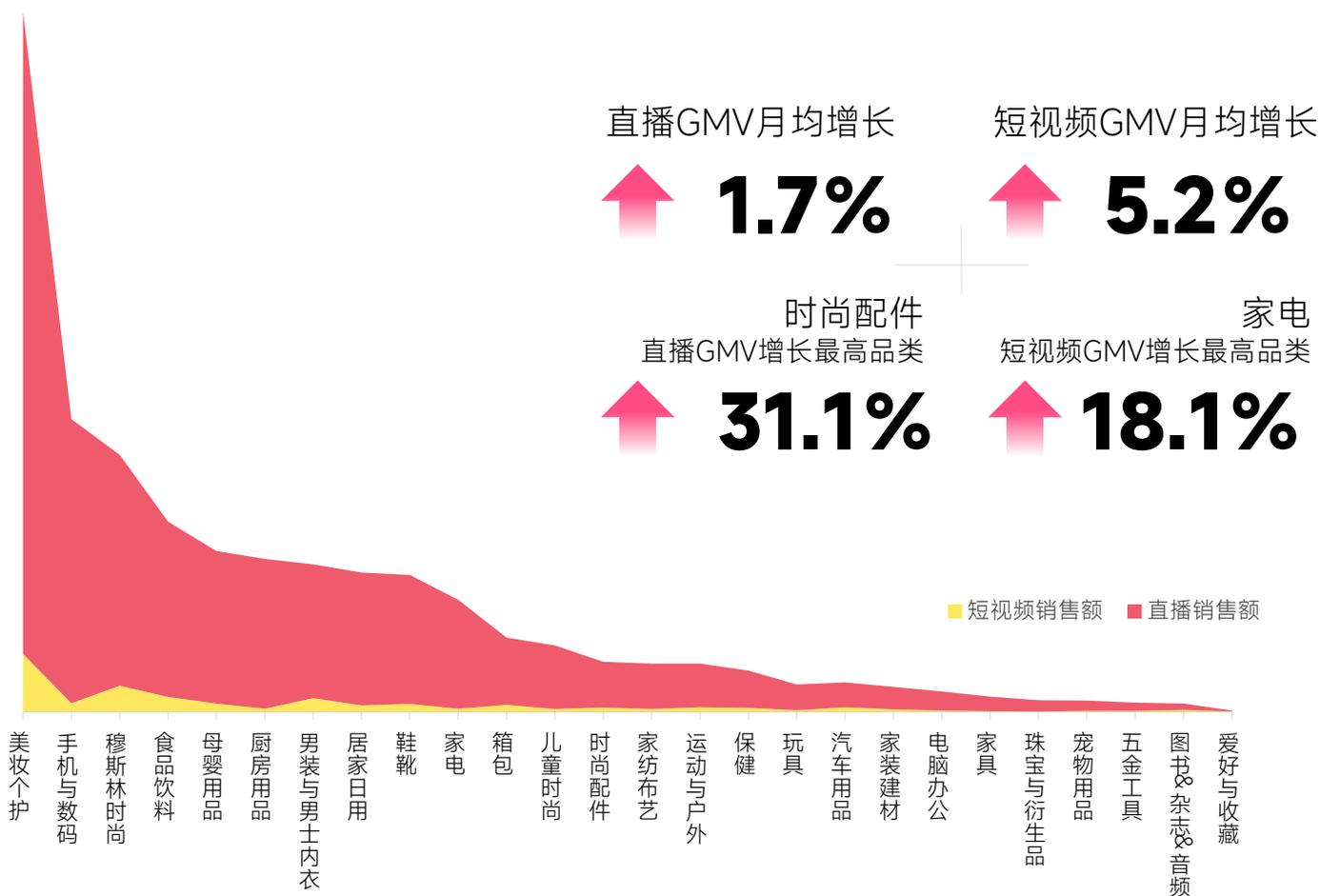
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 短视频带货增长迅速，但体量远低于直播带货

印度尼西亚市场直播带货规模轻微上涨，月均增长率为1.7%。其中，时尚配件的直播带货上涨最快，增长31.1%。而短视频带货规模上涨相对迅猛，达5.2%，但整体体量远不及直播带货。家电类短视频带货以18.1%的月均增速位居第一。

### 2024年上半年马来西亚TikTok电商直播和短视频带货概况



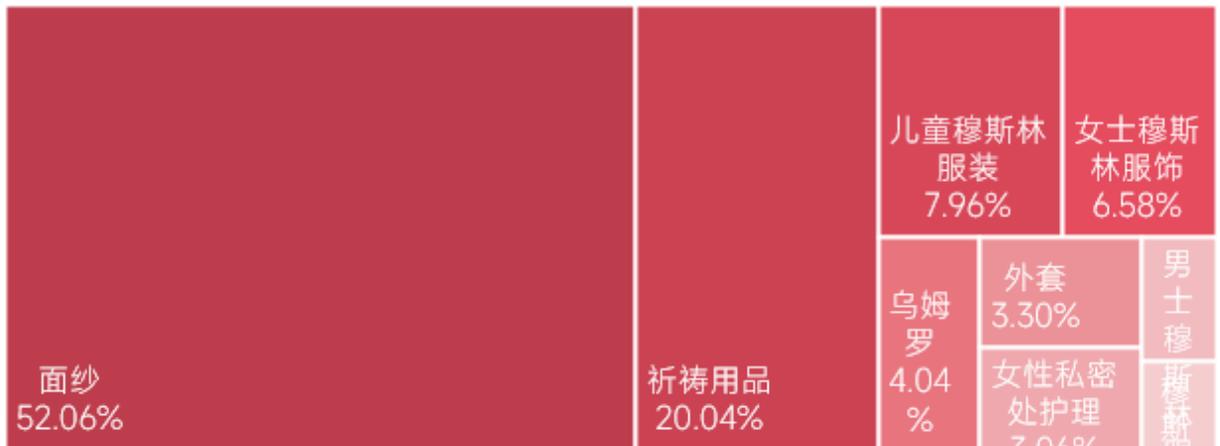
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 马来西亚市场

## 二级品类分析-穆斯林时尚

穆斯林时尚是马来市场上半年的潜力品类。其中，面纱销售额占比最高，达到52.06%，其次是祈祷用品、儿童和女士穆斯林服装。从单品上看，各式时尚单品如围巾、头巾和库尔塔很受欢迎。宗教用品，如祈祷垫和祈祷袍也受欢迎。

2024年上半年马来西亚TikTok电商穆斯林时尚品类销售额占比



### TOP 5 面纱

- 棉质围巾
- 内衬头巾
- 穆斯林头巾
- 即戴头巾
- 棉质头巾

### TOP 5 祈祷用品

- 男士围裙布
- 蕾丝头巾
- 迷你祈祷垫
- 蕾丝祈祷袍
- 免烫祈祷袍

### TOP 5 穆斯林服装

- 男士库尔塔
- 套装库尔塔
- 男士短袖
- 休闲库尔塔
- 儿童头巾

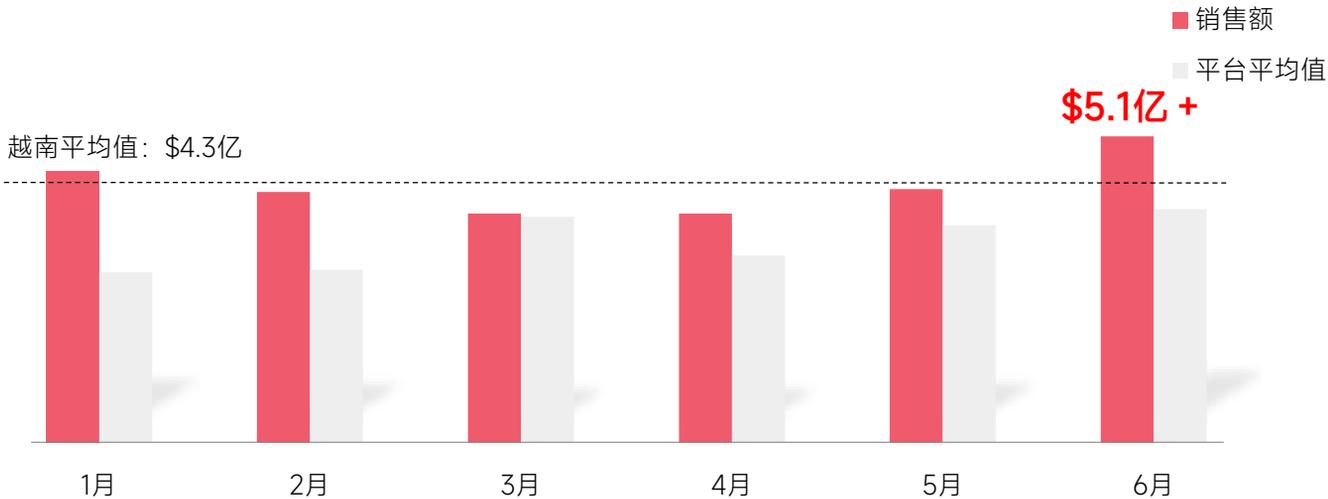
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 越南市场

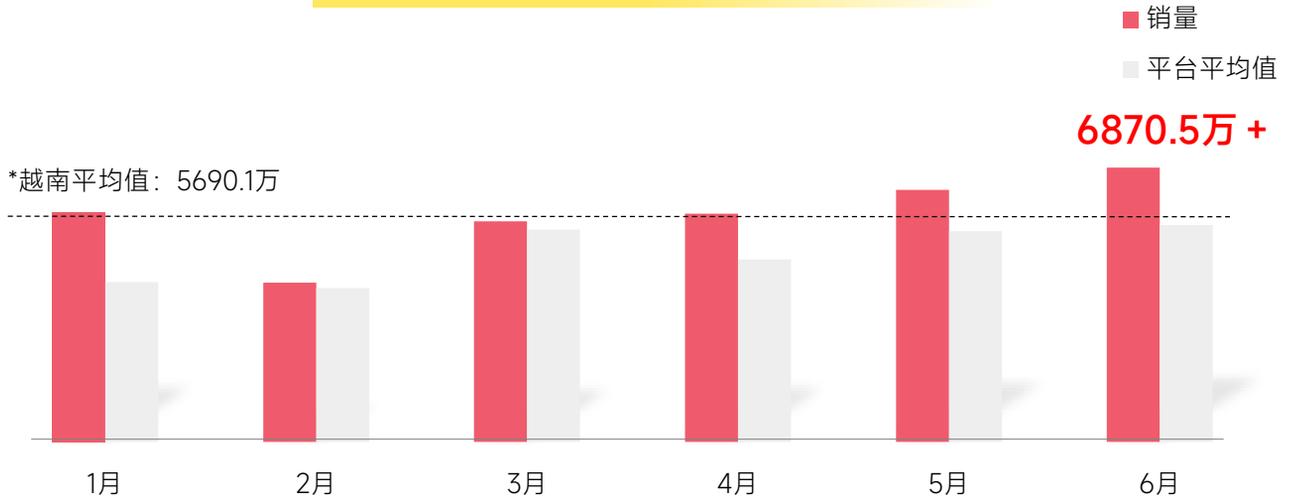
## 上半年销售额趋势平稳，6月份达到最高

越南上半年整体的销售额和销量趋势波动不大，高于平台平均值。销售额上，越南月均值达到4.3亿美元。其中，6月销售额最高，达到5.1亿美元。销量上，2月份出单量低，随后的4个月销量趋势平稳上升，6月最高达到6870.5万。

### 2024年上半年越南TikTok电商销售额趋势



### 2024年上半年越南TikTok电商销量趋势



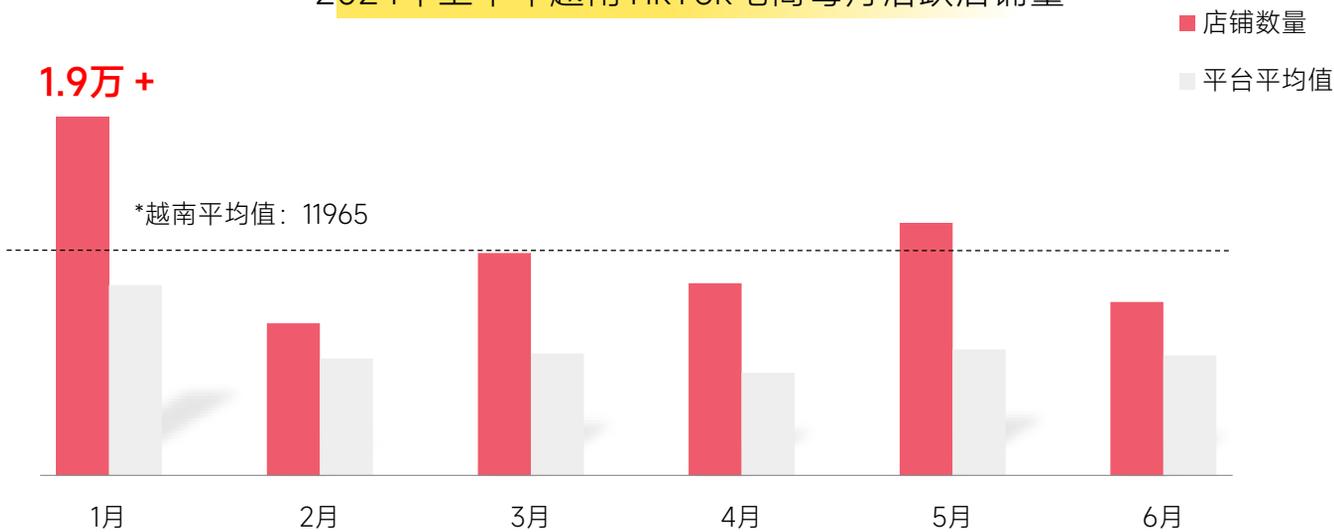
数据来源: 超店有数, 数据统计时间: 2024.1.01-2023.6.30

# 越南市场

## 每月平均活跃店铺数量高，但整体体量偏小

越南上半年月均活跃店铺数量为11965家，位居一第。其中，一月份最高达到1.9万家。尽管店铺数量多，但整体体量却不高，上半年销售额超过100万美元的店铺共有164家。此外，越南以本土店铺居多。

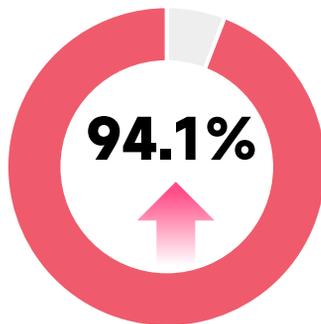
2024年上半年越南TikTok电商每月活跃店铺量



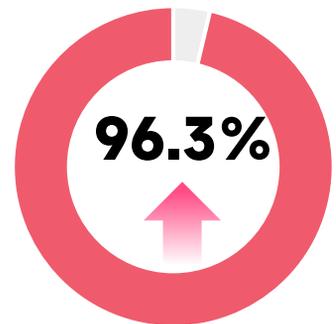
# 164家



GMV≥100万美  
元店铺数量



2024年上半年  
越南本土店铺  
占比



2024年上半年  
越南店铺存活  
率

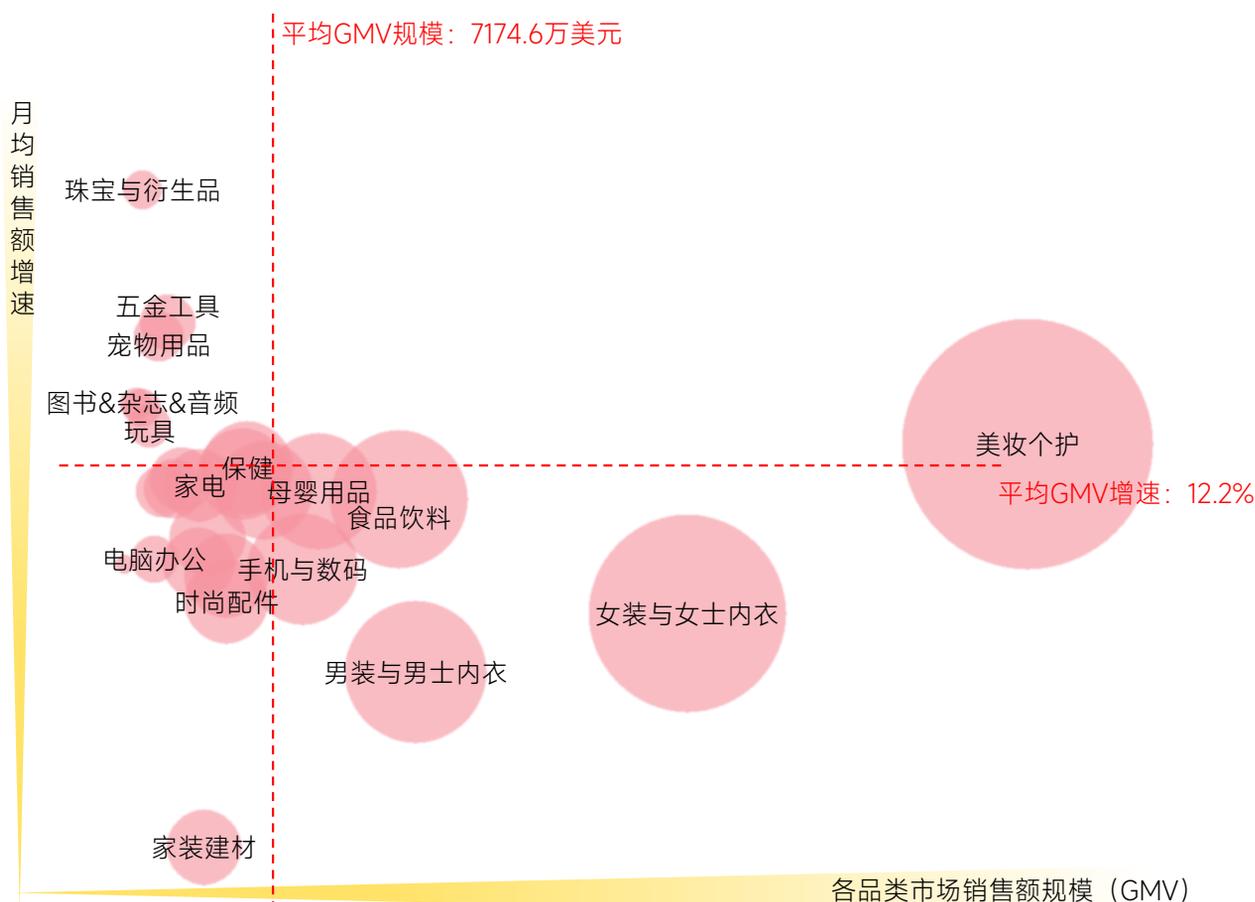
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 越南市场

## 美妆个护潜力持续释放，男装和家装品类上半年负增长

从各品类来看，除了男装（-2.8%）和家装建材（-15.8%）外，其他品类在上半年均保持正增长。其中，美妆个护品类持续领跑，不仅体量最大，达到4.6亿美元，月均增速也高于平均值，达到14.1%。此外，珠宝类增速最高。

### 2024年上半年越南TikTok电商品类概况



\*气泡大小表示品类市场份额

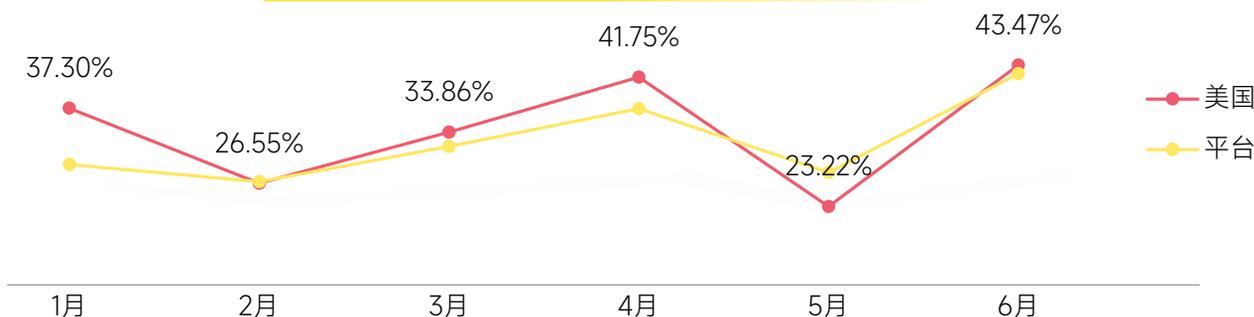
数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

# 越南市场

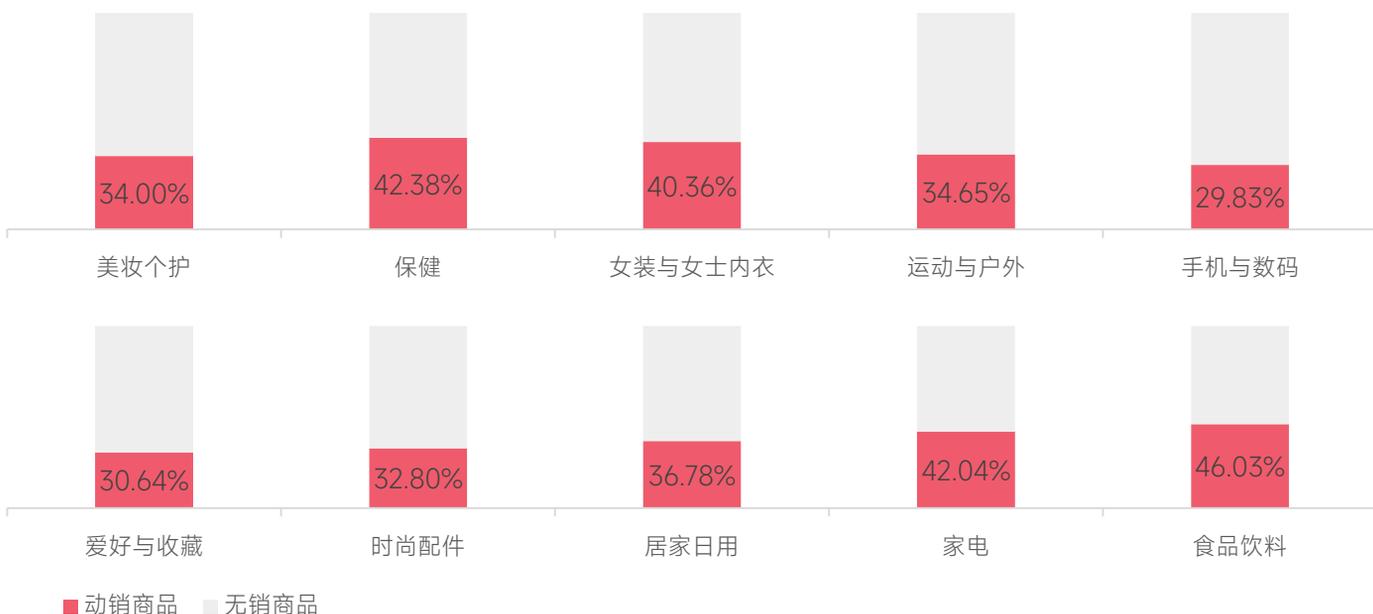
## 动销率稍高于平台平均值，食品类商品出单率最大

动销商品上，越南上半年月均动销率为34.3%，高于平台平均值。其中，6月份动销率最高，达到43.4%。品类上，动销率前三分别为食品饮料、保健和家电。

### 2024年上半年越南TikTok电商动销概况



### 2024年上半年越南TikTok电商品类动销概况



数据来源：超店有数，数据统计时间：2024.1.01-2023.6.30

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/326013152203010203>