

TT123出品

2025

TikTok Shop 年度调研报告

TT123

FOREWORD

前言

在全球电商增长疲软与政策波动交织的2025，TikTok Shop交出了一份彰显韧性增长的答卷。

2025年，TikTok Shop在欧洲、拉美、东亚相继落子，累计上线站点达到17个；在年中与黑五大促中，TikTok Shop多站点GMV创历史新高，德国、法国、巴西等新市场实现破发。

Kalodata统计数据显示，TikTok Shop在2025年全年实现GMV623.04亿美元，同比2024年上涨约96.12%。

事实上，2025年的外部环境并不温和。自年初的特朗普关税，再到之后反复的业务存续争议，以及来自欧盟、东南亚多国的数据监管和税务合规新政，都对TikTok Shop整体运营造成了冲击。

期间，TikTok Shop通过升级平台治理规则、优化商家履约标准、加大优质内容激励力度，确保合规基本盘的同时，为商家创造新的流量窗口，最终在“大促加时赛”实现多站点、多店铺的协同共振。

在2025年，TikTok Shop“一站式卖全球”的愿景，正以内容场为战略支点，依托品牌托管等运营模式、AI驱动、达人带货和内容激励机制，系统性建构起一套全球化增长范式。基于此，TT123制作了这份《2025 TikTok Shop 年度调研报告》，旨在通过对2025年的深度复盘，帮助卖家把握短期波动的机会，锁定2026年的确定性方向。

在本报告中，TT123将通过深度解析TikTok&TikTok Shop各市场的关键数据、复盘TikTok卖家2025年表现&2026规划、聚焦标杆品牌和头部达人运营策略，还原一个真实的TikTok业态图谱，提纯具有普适性的商业逻辑和运营打法，帮助卖家们读懂、更驾驭2026市场趋势。

CONTENTS

目录



01

TikTok市场表现

02

TikTok卖家经营现状

03

TikTok Shop市场表现

04

TikTok Shop平台大事件

05

TikTok Shop生态图谱

06

TikTok Shop趋势前瞻

01

TikTok市场表现

2025年，TikTok在全球市场实现了持续的业务增长，其全球月活跃用户规模超过19亿，各主要区域市场保持扩张。用户使用时长与站内交易数据表明，平台的用户粘性与商业闭环能力正在稳步增强。

伴随着业务扩张，TikTok面临的全球监管压力也同步提升。从欧盟依据《数字服务法》发起的多次调查与高额罚款，到部分国家实施的运营限制与数据安全审查，合规与适应各地法规成为贯穿全年的关键挑战。增长与监管，共同构成了TikTok这一年的发展主线。

TIKTOK数据概览

全球用户规模与增长

根据Sensor Tower的数据，截至2025年9月，TikTok全球下载量超过57亿次，月活用户超过19亿，较2024年8月的15.8亿增长了约3.2亿，同比增长率达到20.25%。

主要市场月活

美国

Similarweb数据显示，截至2025年8月，TikTok在美国的月活跃用户达1.83亿，同比增长16%。

欧洲

根据TikTok官方消息，9月初，TikTok在欧洲市场的月活用户已突破2亿大关，增速较去年提升14.29%。

东南亚

据TikTok在10月底公布的信息，其在东南亚地区的月活用户已突破4.6亿，其中印尼、越南和泰国的用户数分别约为1.6亿、7000万和5000万。

日本

截至2025年11月27日，TikTok在日本的月活用户数已超过4200万人。

用户画像

性别

平台用户性别比例呈现男性主导态势。男性用户占比55.7%，女性用户占比44.3%。

年龄

用户年龄结构高度年轻化。18至34岁的核心用户群体占比高达69.4%，构成平台的绝对主力。其中，25至34岁年龄组占比最大，为36.1%。

◉ 设备偏好

平台访问高度依赖移动端。截至2025年3月，超过65%的访问流量来自移动设备。

◉ TikTok移动端海外月活用户突破10亿

2025年5月，TikTok移动端海外月活跃用户数首次突破10亿。

◉ 使用时长与频率

TikTok用户日均使用时长稳居108分钟，长视频触达率达43.2%，推动用户从碎片化刷屏转向深度沉浸。55-64岁银发族每周定期活跃，平台实现跨代际高频渗透。

◉ 互动行为

用户年均完成5.3次站内交易，美容、女装为最强动销品类。互动行为已直接贯通“种草-拔草-复购”闭环，平台黏性持续转化为交易增量。

◉ 内容偏好

尽管TikTok上86%的视频时长短于1分钟，但长视频在关键指标上已实现反超：超过60秒的视频触及率平均高出43.2%，观看时长提升63.8%，说明平台正通过推动长内容获取更深的用户黏性。

超过60秒的视频
触及率平均高

43.2%

观看时长提升

63.8%

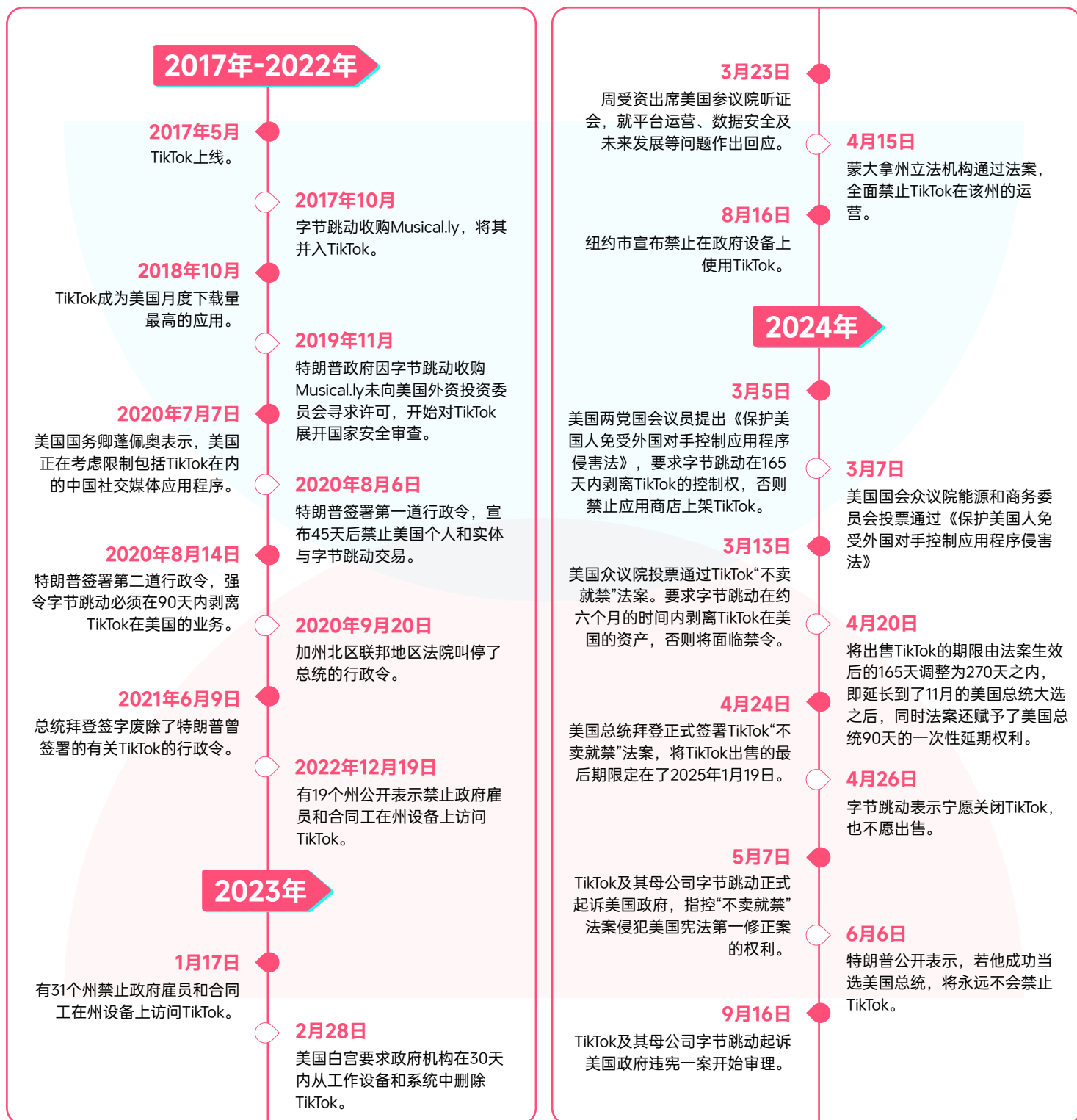
🌐 全球广告收入突破324亿美元，同比增长24.5%

2025年TikTok全球广告收入预计将达324亿美元，同比增长24.5%，其中美国市场贡献约118亿美元。

与此同时，平台搜索量同比激增40%，搜索广告已使品牌购买量最多提升2.2倍，成为广告主节日营销的新利器。

TIKTOK市场表现/动态

TikTok在美“不卖就禁”法案完整时间线



2025年

12月13日

美国联邦上诉法院驳回TikTok推迟禁令法案生效的请求。

12月22日

特朗普表示：他赞成TikTok在美国继续运营一段时间。

12月6日

美国哥伦比亚特区联邦巡回上诉法院拒绝驳回TikTok“不卖就禁”法案。

12月18日

美国最高法院决定审理TikTok对政府强制出售法案的上诉，并将于2025年1月10日就法案合宪性进行辩论。

12月27日

特朗普向美国最高法院提出请求，要求暂停执行TikTok强制出售令。

1月10日

美国联邦最高法院听取了关于“不卖就禁”法案是否违反美国《宪法第一修正案》的口头辩论。

1月17日

美国最高法院裁定支持TikTok“不卖就禁”法案，该法案按原计划将于1月19日生效。

1月19日

禁令正式生效，TikTok短暂停止了服务。当晚，TikTok恢复了基本功能的使用，但美国应用商店仍无法下载新版本。

3月6日

特朗普表示如果到4月5日仍未达成交易，他“很可能”会延长社交视频应用TikTok的出售期限。

6月19日

特朗普第三次签署行政令，将禁令宽限期再度延长90天，推迟至9月17日。

1月14日

两名民主党议员敦促美国国会和拜登总统延长这份禁令的生效期限，并计划提出法案将TikTok“不卖就禁”禁令的最后期限再推迟270天。

1月18日

TikTok通知美国用户平台将暂停服务，苹果应用商店下架了TikTok及字节跳动旗下其他应用。

1月20日

特朗普就任美国总统后，随即签署行政命令宣布将禁令执行期限延长75天，至4月5日。

4月4日

特朗普第二次签署行政令，将禁令宽限期再次延长75天，至6月19日。

7月4日

特朗普宣称美国“基本上达成了”由一家美国公司收购TikTok的协议，计划于7月7日或8日与中方磋商。

8月1日

马萨诸塞州民主党参议员埃德·马基起草《TikTok透明度与数据安全法案》，寻求以合法方式取消对TikTok的禁令。

9月16日

美国总统特朗普签署行政令，第四次延长对TikTok的禁令执行宽限期至12月16日。

9月20日

字节跳动发布公告：将按照中国法律要求推进相关工作，让TikTok美国公司继续服务好广大美国用户。

9月15日

中美双方经贸团队在西班牙马德里举行会谈，会后，中国商务部国际贸易谈判代表兼副部长李成钢表示，中美就TikTok问题达成了基本框架共识。

9月19日

中美元首通电话，中方表示在TikTok问题上的立场是清楚的，中国政府尊重企业意愿，乐见企业在符合市场规则基础上做好商业谈判，达成符合中国法律法规、利益平衡的解决方案。

9月25日

美国总统特朗普签署总统行政令，批准TikTok在美运营方案。

12月18日

TikTok CEO周受资发出内部信确认TikTok美国新方案，将成立新TikTok美国合资公司，合资公司负责数据安全，字节跳动继续拥有算法知识产权，负责电商、广告、市场运营等商业活动。

○ 多国审查与封禁

● 2025年1月1日起

阿尔巴尼亚政府在全国范围内暂停TikTok运营，为期一年。

● 2025年2月19日

欧盟委员会宣布，因对TikTok在未成年人保护、广告透明度及数据访问等方面的合规性不满，正式依据《数字服务法》（DSA）对其启动侵权诉讼程序。

● 2025年5月2日

爱尔兰数据保护委员会（DPC）宣布对TikTok处以总计5.3亿欧元的行政罚款。DPC认定其将欧洲经济区（EEA）用户的个人数据传输至中国的行为不符合欧盟《通用数据保护条例》（GDPR）的相关规定。

● 2025年5月15日

欧盟委员会发布通知：认为TikTok在广告库的设置和信息披露方面未能履行《数字服务法案》（DSA）规定的相关义务，特别是在广告透明度方面“存在重大不足”。

● 2025年10月24日

欧盟委员会发布公告，初步认定TikTok与Meta（旗下 Facebook、Instagram）违反《数字服务法案》（DSA）下的透明度义务。其中，TikTok 的问题集中在“未向研究人员提供充足公共数据访问权限”。

TikTok全球业务重组

2025年，TikTok进行了全球业务重组与人员调整。

2月

TikTok重组了全球信任与安全部门，其新加坡团队裁减了十余人。

3月

重组范围扩大至欧洲，计划在爱尔兰都柏林裁员约300人。

6月

在印度尼西亚，TikTok Shop在与收购的Tokopedia平台加速融合后，计划于7月裁撤数百个岗位，旨在将当地员工总数从约5000人缩减至2500人左右，以简化运营。

12月初

TikTok对其全球电商产品与数据团队进行了组织调整，此次调整的核心是加强AI协作与效率。

02

TikTok卖家经营现状

2025年，TikTok Shop在全球市场依旧狂飙不止。这一年，全球TikTok Shop卖家生态经历了从爆发性增长向深度经营与韧性增长的关键转型。

随着平台在全球主流电商市场站稳脚跟，TikTok卖家群体生态呈现出多元化发展特征。一方面，早期依赖流量红利的粗放型经营卖家面临严峻挑战，清退与淘汰加速；另一方面，成功完成本土化运营、品牌化建设与供应链优化的商家，则正构筑起深厚的竞争壁垒，享受着平台全球化扩张带来的持续红利。

面对充满机遇的增量市场，TikTok卖家不再只盯着单一市场，竞争维度也升级为内容创造力、品牌化和本土化营销能力的比拼。与此同时，个体经营压力与行业挑战也随之日益凸显。

经营规模与店铺形式

近四成卖家营收规模低于百万

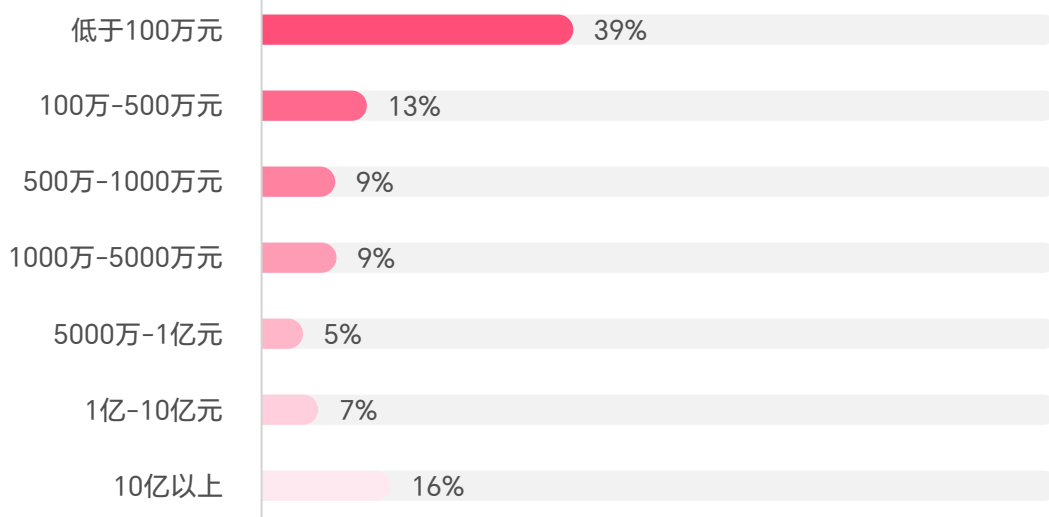
2025年，TikTok Shop卖家营收规模呈现出“两头大、中间小”的格局。具体来说，头部顶级卖家和大量尾部新入场的卖家，共同构成平台主要的生态力量。

根据TT123调查数据，2025年，近四成（39%）卖家年营收低于100万元，反映出TikTok Shop大量卖家仍处于起步或小规模经营阶段。

年营收超过10亿元的大卖家，位居第二，占比达到16%，这表明有一部分卖家通过规模化运营或差异化竞争实现了较高营收。

年营收在100万-500万元、500万-1000万元、1000万-5000万元、5000万元-1亿元、1亿元-10亿元之间的中间段卖家占比分别为13%、9%、9%、5%、7%，虽然个别数量较少，但是整体占比有43%，表明市场远未固化，中腰部卖家仍有成为头部的机会。

2025年跨境公司的营收规模占比



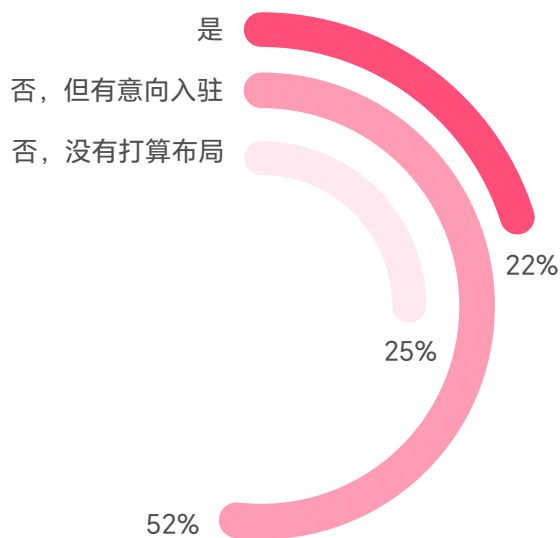
数据来源：TT123

仅两成卖家入驻TikTok Shop全托管模式

2025年，TikTok Shop全托管模式，表现出较强的增长潜力，从最初的“跨境新选项”，逐步成长为中国供应链商家出海的新增长引擎。过去一年，TikTok Shop全托管模式已覆盖美英德法等8个核心市场，并全新推出品牌托管和品质严选模式。这一创新升级意味着其入驻门槛提升，平台运营重点将从“广招”走向“精选”。

面对平台调整和市场挑战，大量卖家也开始更加谨慎。TT123调查数据显示，2025年，超半数（52%）卖家没有打算布局TikTok Shop全托管运营形式；而有意向入驻TikTok Shop全托管运营形式的TikTok卖家，仅有两成多，占比为22%，其余25%的卖家表示有意向入驻，但还在观望中。

2025年跨境卖家布局全托管业务比例



数据来源：TT123

盈亏情况及同比支出上涨项

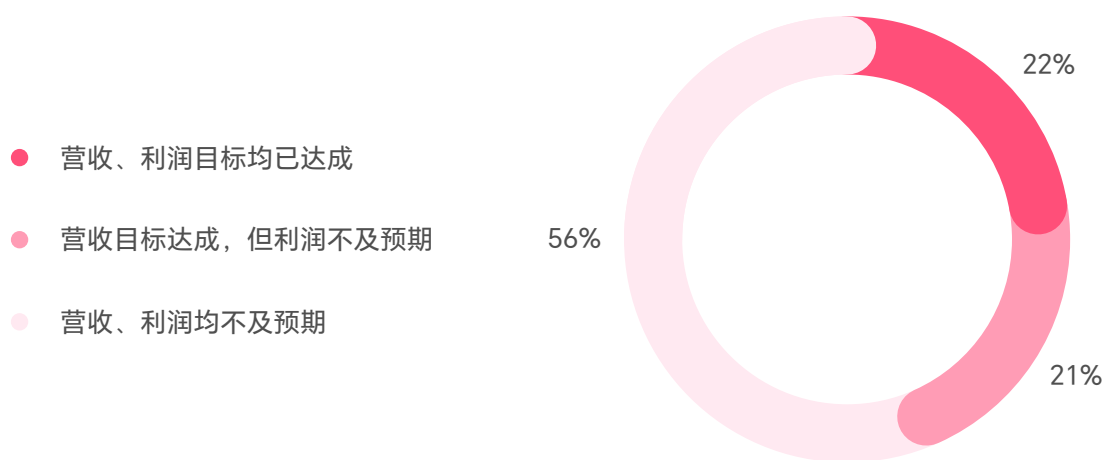
超半数卖家营收、利润均不及预期

2025年，TikTok Shop早已过了“遍地黄金”的草莽阶段，正在进入一个需要专业化、精细化和可持续商业模式的新竞争周期。在此背景下，TikTok卖家的营收呈现分化加剧特征。

TT123调研数据显示，2025年，超过半数（56%）卖家营收、利润均不及预期；21%的卖家营收目标达成，但利润不及预期；而营收利润目标均已达成的卖家仅占22%。

这一数据反映出，在过去一年，TikTok卖家普遍面临增收不增利甚至“量利双失”的经营压力，市场竞争激烈、成本攀升、利润空间受挤压的行业现状凸显。

2025年跨境公司预期业绩达目标情况



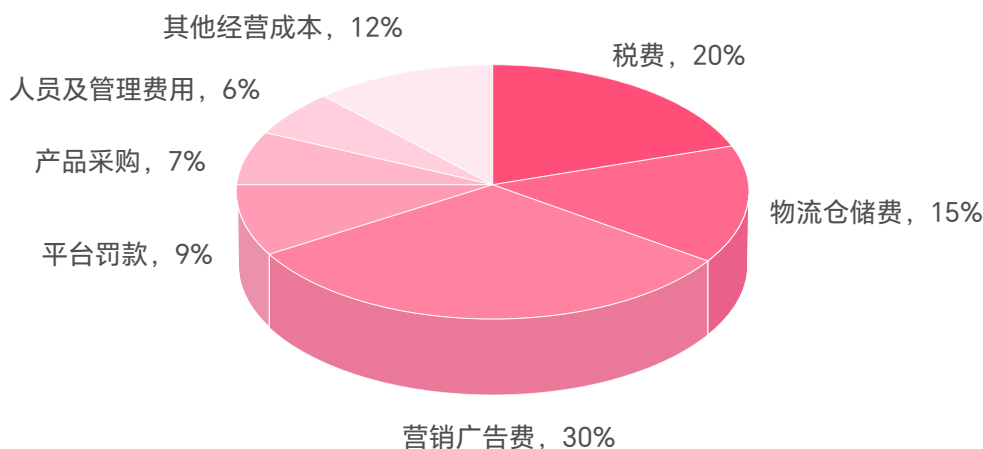
数据来源：TT123

广告营销费为超三成卖家支出上涨项

近年来，电商平台正将广告作为核心收入来源和流量分配机制，使得广告营销费越来越像一笔不投就难以被看见的“刚性支出”。另外，2025年，全球税务合规监管升级与数据透明化，也让许多跨境电商卖家面临全新的税务环境挑战。

根据TT123调研数据，超三成（31%）卖家表示，广告营销费为2025年成本支出同比上涨的首要因素，其次是税费，占比为20%，紧随其后的是物流仓储费，占比为15%。其余的成本支出项目中，其他经营成本、平台罚款、产品采购，也成为部分卖家的主要支出同比上涨项，占比分别为12%、9%、7%、6%。

2025年跨境公司成本支出同比上涨项



数据来源：TT123

主营类目及规划布局市场

主营类目，百花齐放

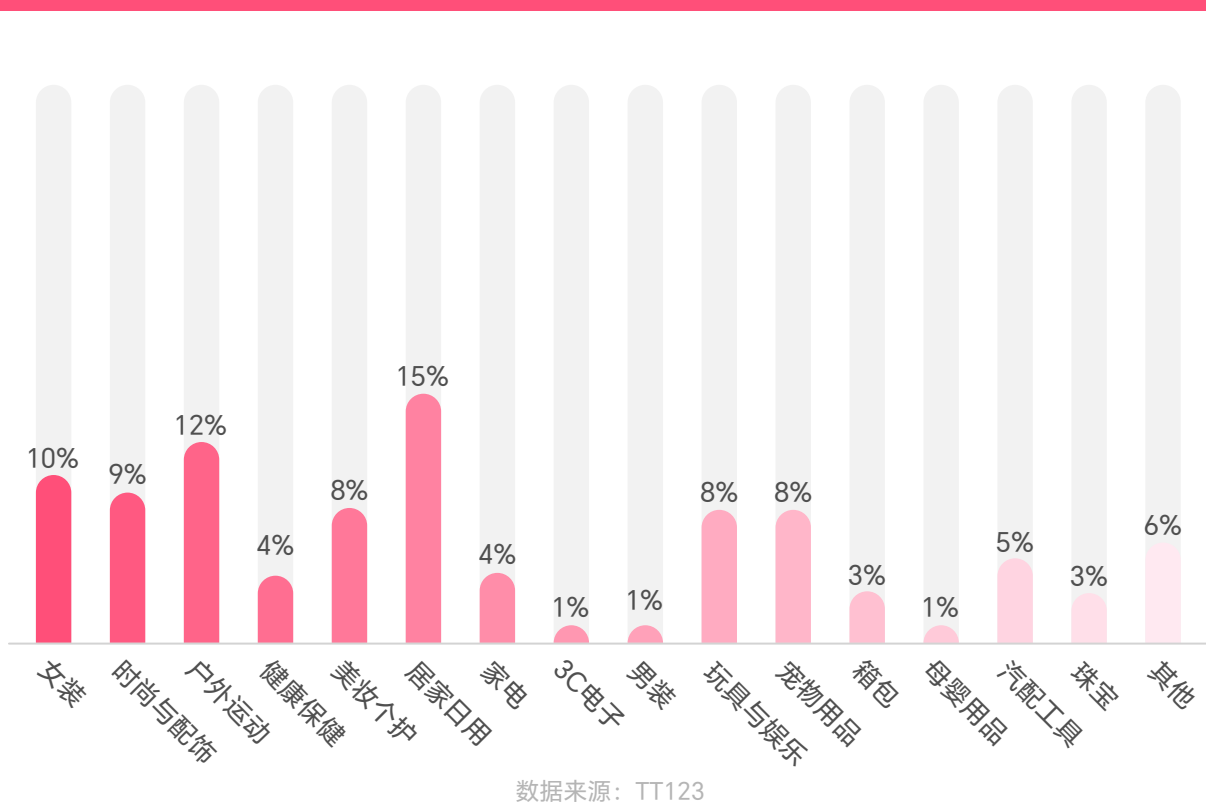
进入2025年，全球TikTok Shop生态呈现出高速扩张与结构性分化的鲜明特征。在此背景下，全球TikTok Shop卖家的主营类目并非单一图谱，而是深刻折射出区域性市

场成熟度与本地化消费偏好的差异。

根据TT123调查数据，2025年，TikTok Shop卖家主营类目“百花齐放”，呈现出显著的多元化特征，且各品类占比相对均衡。其中，主要核心类目及占比为，居家日用（15%）、户外运动（12%）、女装（10%）、时尚配饰（9%）、美妆个护（8%）、宠物用品（8%）、玩具与娱乐（8%）。

除此之外，一些“非主流”赛道的其他品类，也逐渐吸引许多TikTok卖家入局。

2025年跨境卖家主营类目占比

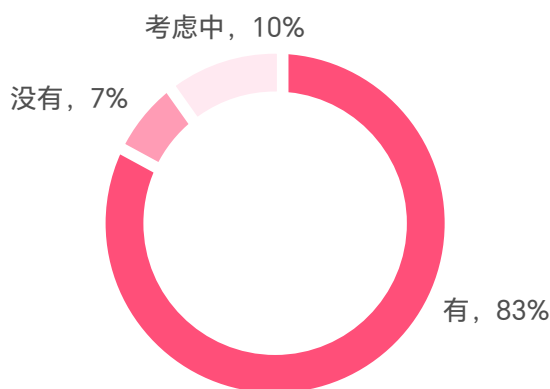


细分品类赛道，热度高涨

2025年，TikTok Shop除美妆个护、女装等传统大类持续领跑外，一批聚焦于特定需求领域与“情绪价值”的新兴细分赛道正异军突起，成为全球卖家发掘新蓝海、打造爆款的新热土。

TT123曾发起过一项关于情趣内衣品类的卖家意向投票，根据投票数据，超八成（83%）TikTok卖家表示，未来有意向上架情趣内衣相关产品，且还有10%的卖家称会考虑。与此同时，过去一年，以潮玩收藏、解压玩具、玄学水晶为代表的“情绪经济”赛道在TikTok Shop上持续火爆，并涌现出许多“爆品”，尤其在欧美市场表现突出。

你有意向上架情趣内衣相关产品吗？



数据来源：TT123

主营站点及规划布局市场

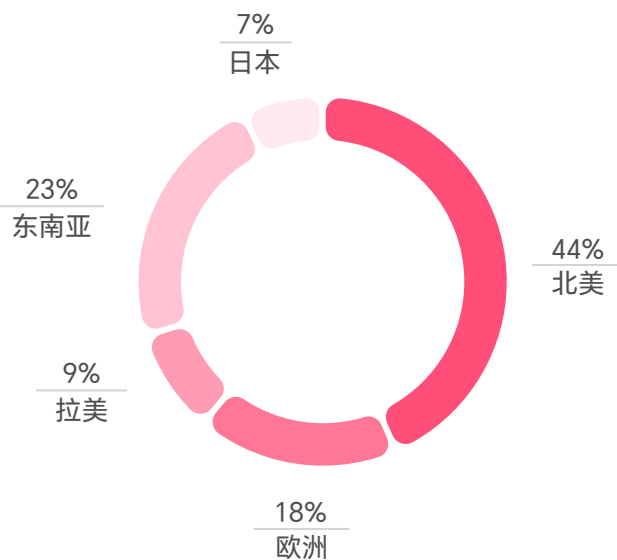
超四成卖家主营北美站点

2025年，以美国为主的TikTok Shop北美市场，依旧保持高速增长。根据Kalodata数据，2025年美国站点达成约142亿美元GMV，创历史新高。持续增长的韧性，吸引着许多跨境卖家继续“重仓”北美。

根据TT123调研数据，2025年，超四成（44%）卖家重点布局北美市场；东南亚市

场则位居第二，布局卖家占比为23%，紧随其后的是欧洲市场，卖家占比为18%。于2025年刚上线的拉美市场和日本市场，布局卖家的占比虽然只有9%和7%，但作为TikTok Shop重点开拓的新兴蓝海市场，展现出巨大潜力，未来发展前景可期。

2025年跨境卖家计划重点布局的市场



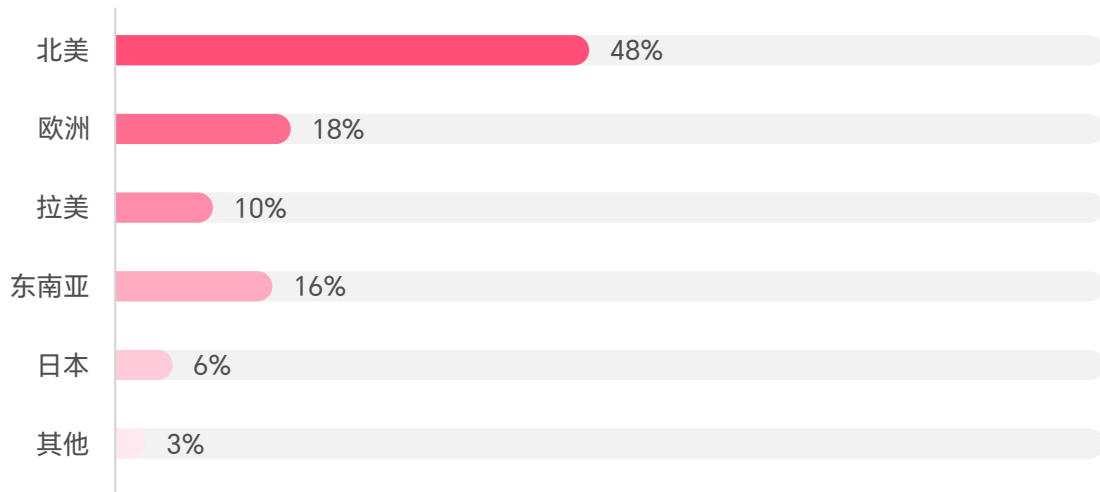
数据来源：TT123

近五成卖家将继续主攻北美市场

2025年，尽管面临关税政策、监管压力等挑战，但TikTok卖家普遍认为美国市场的长期增长潜力和用户基础仍具有吸引力。

TT123调研数据显示，有近五成（48%）卖家表示，未来将继续主攻北美市场；欧洲市场与东南亚市场则为卖家第二受欢迎的选择，未来想要投入布局这两个市场的卖家总占比为34%。其余市场投入占比较为相近，其中拉美市场投入卖家占比为10%，日本市场占比为6%。

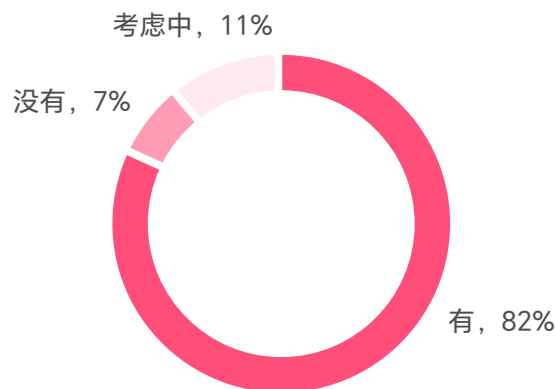
2026年跨境卖家规划布局市场占比



数据来源：TT123

值得关注的是，随着拉美、日本等TikTok Shop新兴市场的深入发展，未来，TikTok卖家对这两个市场的投入兴趣可能性较大。TT123曾发起过一项关于入驻TikTok Shop日本市场的调查，根据数据，有超过八成（82%）卖家有意向入驻日本市场。

你有意向入驻TikTok Shop日本市场吗？



数据来源：TT123

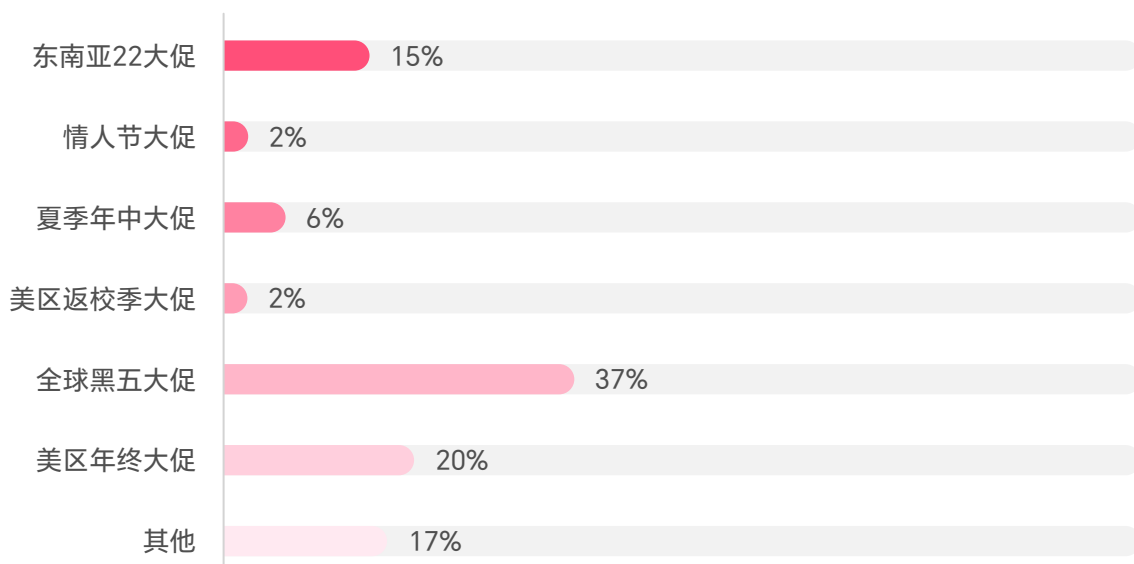
大促活动表现

近四成卖家在黑五大促中表现良好

2025年，TikTok Shop在全球多场关键大促中表现强劲，尤其在全球黑五大促期间，平台与大量卖家均取得突破性增长，创下多项纪录。其中，TikTok Shop美区在黑五网一4天内（2025年11月28日至12月1日）GMV突破5亿美元，消费者数量增加近50%。

据TT123调研数据，有近四成（37%）卖家表示在2025年全球黑五大促中表现良好，而有20%的卖家则表示在2025年的美区年终大促中有更好表现。另外，还有15%的卖家反映，2025年的东南亚22大促也有不错成绩。余下部分卖家表示在其他平台大促、夏季年中大促、情人节大促、美区返校季大促中有良好表现，分别占比17%、6%、2%、2%。

2025年跨境卖家表现优异的平台大促



数据来源：TT123

店铺业务受影响因素

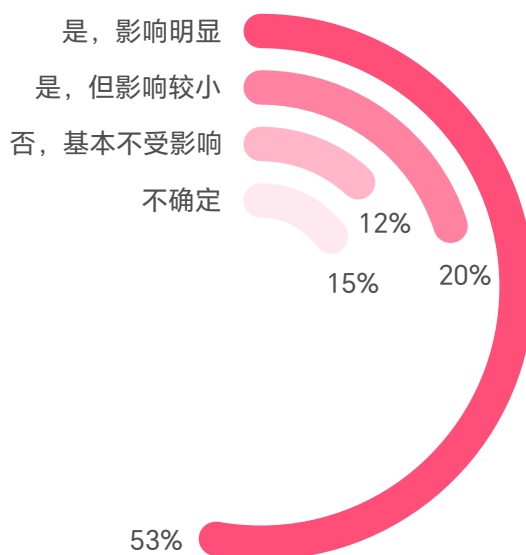
超半数卖家业务受关税政策影响明显

2025年，全球贸易环境在政策不确定性冲击下显著恶化，尤其是美国新关税上调与全面取消小包豁免政策，使得企业被迫在更高成本和更大不确定性的新常态中寻求生存。

TT123调研数据显示，超半数（53%）卖家表示，2025年其跨境业务受关税、小包监管等国际贸易政策影响明显；有20%的卖家表示跨境业务有受到国际贸易政策影响，但是影响较小，另外还有15%的卖家不确定业务是否受到影响。而仅有12%的卖家表示，其跨境业务基本不受影响。

这一数据差异表明，在贸易政策趋严下，卖家经营成本上升，更加注重合规，以及供应链优化与品牌建设。

2025年跨境业务受国际贸易政策影响比例



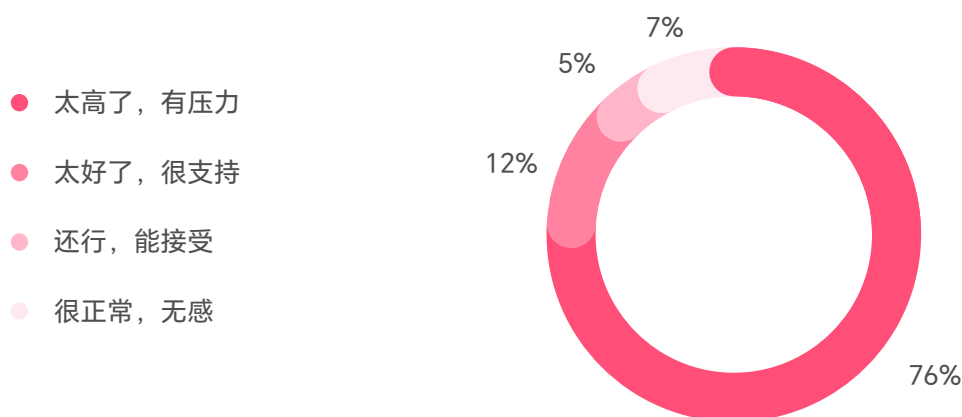
数据来源：TT123

近八成卖家表示美区保证金上调有压力

2025年12月，TikTok Shop美国站宣布，美区跨境自运营商家的保证金从500美元上调至1500美元，涨幅高达200%，该政策调整引发TikTok跨境卖家的广泛热议。

根据TT123调研数据，有近八成（76%）卖家反映，TikTok Shop美区保证金上调为1500美元太高了有压力，而表示支持、能接受的卖家仅占17%。这一压倒性的站队表明，当前，TikTok Shop美区中小卖家仍占据大头，保证金的大幅度上调，使得运营成本直线上升，对于一些经营规模较小，利润微薄的小卖家以及个人创业者来说，是不可忽视的成本压力。

你对TikTok Shop美区保证金上调为1500美元什么看法？



数据来源：TT123

未来挑战与调整策略

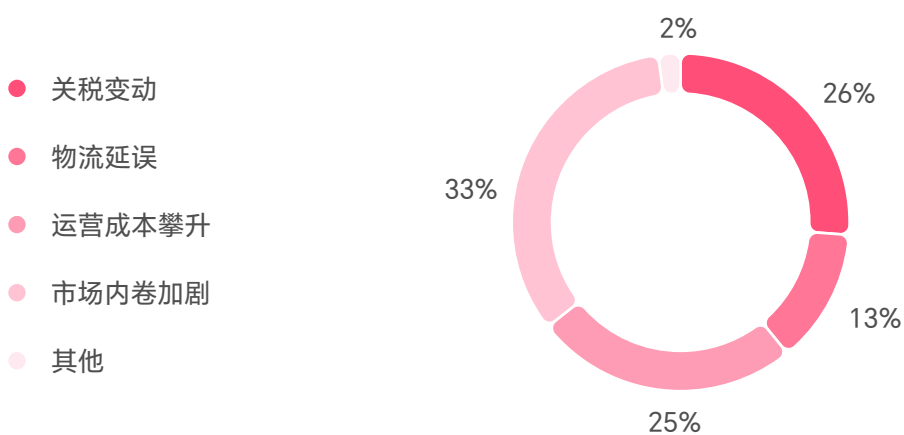
超三成卖家认为市场内卷加剧为主要挑战

TT123调研数据显示，超过三成（33%）的卖家认为市场内卷加剧将成为未来要面临的主要挑战。有26%的卖家则认为，关税变动将会是未来要面临的主要挑战，而运营成本攀升紧随其后，有25%的卖家将其作为未来的主要挑战。此外，还有一部

分卖家认为物流延误或其他因素将会是未来要面临的主要挑战，占比分别为13%和2%。

从上述数据来看，竞争与成本是核心压力源：前三项挑战市场内卷、关税、运营成本合计占比高达84%，表明卖家普遍担忧外部竞争环境和内部经营成本的双重压力。

2026年跨境卖家认为将面临的挑战



数据来源：TT123

超三成卖家将继续专注扎根主营平台

在复杂多变的国际贸易环境下，想要稳定发展，穿越周期，未来运营策略的调整就至关重要。调查显示，选择通过向内深耕、优化运营策略，提升产品竞争力等方式应对未来挑战的卖家占大部分。

根据TT123调研数据，超三成（35%）卖家表示，未来的运营策略将以专注扎根并深化主营平台的布局为主；而选择开拓更多渠道，聚焦多平台运营策略调整情况的卖家紧随其后，占比达26%，这一部分卖家注重向外探索，捕捉多元流量；还有16%的卖家也选择向内优化，将收缩产品规模，精益供应链管理作为未来运营策略调整的主要方向。

此外，未来将运营策略的调整重心放在加强品牌建设，加码产品差异化与分散经营风险，采取多元化投资的卖家也占有一定比例，分别为12%和10%。

2026年跨境卖家运营策略调整情况



数据来源：TT123

TT123xKalodata联合专访



宋志杰

TikTok美区 中国时尚功能性服饰品牌 SIIINSIIN 海外业务总负责人

“通过不断地“对照印证”，将国内的优势转化为全球市场的有效竞争力。”

Q1

回头看2025年，如果用一个词来形容这一年您在TikTok电商的经历，会选哪个词？为什么？

A1

是“对照印证”。进入TikTok Shop时，我们并非从零开始，而是带着一套经过国内市场考验的“工具箱”。但面对海外环境的变量，直接套用国内经验必然会“水土不服”。

因此，我们的核心工作就是在实践中不断“对照”国内经验与海外现实，通过 A/B 测试、数据分析、用户反馈等，“印证”哪些方法可以沿用、哪些要改良、哪些必须摒弃。这个过程是贯穿全年的动态校准，每一次“对照印证”，都是一次本土化创新的触发点。

所以，“对照印证”精准概括了我们2025年在TikTok Shop的战略姿态——既不是全盘照搬的冒进，也不是从零开始的迷茫，而是一种基于成熟经验的、审慎而积极的科学本土化过程。这一年，我们通过不断的“对照印证”，正将国内的优势转化为全球市场的有效竞争力，为未来的规模化深耕打下坚实的基础。

Q2

2025年，您所在的赛道或市场，发生的一个“颠覆性”变化是什么？
(是流量逻辑变了？还是竞争对手变了？)

A2

从ADS到GMVmax投流工具的转换，这里的变动是最大的。

GMVmax 的普及不是一次简单的工具迭代，而是 TikTok Shop从“流量场”加速迈向“交易场”的里程碑。它颠覆了过去的流量游戏规则，迫使所有参与者进行一次深刻的“效率进化”。谁能更快、更好地完成这次进化，谁就能抓住平台巨变中蕴藏的最大增长机会。

这对于我们而言，既是当下必须应对的最大挑战，更是构筑长期竞争力的核心契机。

Q3

您认为2026年最大的“红利或者机会点”会在哪里？

A3

做直播，就TikTok Shop美区市场而言，达播将会成为2026年最大的爆发点。

机会点的具体表现，首先是达人合作将从“散点合作”到“矩阵式管理”。红利将不再属于偶然的单场爆单，而属于能系统化筛选、孵化、管理并赋能一个达人直播矩阵的品牌或服务商。

此外，中腰部达人的价值将重估。除了顶级头部达人，拥有精准垂类粉丝、高互动率和高信任度的中腰部达人将成为爆发的核心引擎。

达人爆发的背后，是强大的柔性供应链和爆款孵化能力。所以，能为不同层级、不同风格的达人快速定制或匹配最具爆款潜力的货盘，并提供稳定履约的供应链，将成为吃透这波红利的关键。

NR

TikTok Shop市场表现

截至2025年，TikTok Shop全球布局持续加速，站点总数已扩展至17个。2025年，美国、英国、东南亚等站点年GMV均实现同比超65%涨幅，在新兴站点，TikTok Shop通过借势年中大促及复刻美区成熟爆品，迅速在欧洲地区打开局面，拉动德国、法国、西班牙等多个新站点实现“开门红”；在巴西、墨西哥，TikTok Shop依托本地化内容营销，激活了当地用户的购买热情，业绩突飞猛进。

TIKTOK SHOP数据概览

全球上线17个站点

自2024年底，TikTok Shop先后落子西班牙、爱尔兰和墨西哥，拉开了其全球扩张的序幕。

2025年3月31日，TikTok Shop正式开放德国、意大利、法国三大欧洲站点。加上此前开通的英国、西班牙及爱尔兰站，TikTok Shop目前在欧洲已开通六国站点。

2025年5月8日，TikTok Shop巴西站正式上线，2025年6月30日，TikTok Shop日本站正式开售，截至目前，TikTok Shop已在全球17个站点上线。

TikTok Shop站点分布情况

市场	站点	上线时间
北美	美国	2023年9月
东南亚	泰国	2023年2月
	印尼	2021年2月
	越南	2022年初
	菲律宾	2023年2月
	马来西亚	2022年4月
	新加坡	2022年6月
	中东	沙特
欧洲	英国	2021年4月
	西班牙	2024年12月
	爱尔兰	2024年12月
	德国	2025年3月
	法国	2025年3月
	意大利	2025年3月
拉美	巴西	2025年4月
	墨西哥	2025年1月
东亚	日本	2025年6月

「数据来源于网络，由TT123收集整理」

随着TikTok Shop的全球扩张计划稳步推进，2026年，TikTok Shop将上线波兰站点，未来还将覆盖更多的国家和地区。

2025年全球GMV约623.04亿美元

根据Kalodata数据，2025年，TikTok Shop全球15个站点共达成GMV约623.04亿美元。其中，印尼站排名第1，GMV达成约148.75.74亿美元，美国站点达成约141.86亿美元GMV，创历史新高。

新站点中，2025年最晚上线的新站点巴西站用时约半年时间跻身新增站点中的GMV TOP，约为5.33亿美元，另一位于拉美地区的新站点墨西哥则达成3.69亿美元GMV，彰显了TikTok Shop在蓝海市场的发展潜力。

此外，TikTok Shop在2025年重点布局的欧洲市场，已初见成效。多站点在“一店卖6国”政策、复刻美国和英国站爆款进行本土化适配等官方政策引导下，市场表现一路狂飙，其中表现最为抢眼的德国和法国站分别在2025年录得GMV2.51亿美元、1.62亿美元。

2025年TikTok Shop各站点GMV表现			
排名	站点	GMV(\$)	GMV合计 (约)
1	印尼	148.75亿	623.04亿
2	美国	141.86亿	
3	泰国	95.79亿	
4	越南	76.63亿	
5	菲律宾	55.19亿	
6	马来西亚	54.60亿	
7	英国	28.77亿	
8	巴西	5.33亿	
9	新加坡	4.81亿	
10	墨西哥	3.69亿	
11	德国	2.51亿	
12	法国	1.62亿	
13	西班牙	1.46亿	
14	意大利	1.09亿	
15	日本	0.95亿	

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年GMV增速超96%，新加坡站增速超2倍

Kalodata数据显示，2025年全站总GMV达成约623.04亿美元，同比2024年的317.68亿美元同比上涨约96.12%，其中，新加坡站从2024年的1.61亿美元规模，跃升至2025年的4.81亿美元，以200%的涨幅位居榜首；印尼与英国两大成熟市场表现强劲，涨幅分别达到131%和100%；印尼、马来西亚、泰国等东南亚站点保持稳健增长，增幅均超过65%。

2025年TikTok Shop 各站点GMV增长率排名

排名	站点	2024年GMV (\$)	2025年GMV (\$)	年增长
1	新加坡	1.60亿	4.81亿	200%
2	印尼	63.18亿	148.75亿	131%
3	英国	14.39亿	28.77亿	100%
4	美国	73.27亿	141.86亿	94%
5	马来西亚	29.57亿	54.60亿	85%
6	菲律宾	32.75亿	55.19亿	69%
7	越南	46.09亿	76.63亿	66%
8	泰国	58.03亿	95.79亿	65%
9	日本	0.00亿	0.95亿	-
10	墨西哥	0.00亿	3.69亿	-
11	巴西	0.00亿	5.33亿	-
12	德国	0.00亿	2.51亿	-
13	法国	0.00亿	1.62亿	-
14	意大利	0.00亿	1.09亿	-
15	西班牙	0.00亿	1.46亿	-

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

全球店铺总量突破270万

2025年，TikTok Shop全球店铺总数达270.22万家。印尼以70.13万家店铺位居第一，美国与泰国分别以41.16万、34.8万位列2、3名。

地区方面，TikTok Shop东南亚全站点店铺总数超过181万家，占据TikTok Shop全

球店铺总量的半壁江山，以美国站点的北美市场店铺数量为41.16万，欧洲地区，除英国站点拥有超10万店铺保有量，其余站点均处在2万水平，墨西哥、巴西所在的拉美地区，店铺总量合计为6万+。

结合Kalodata统计的站点店铺数量及GMV情况，可知东南亚站点的竞争强度高于其他站点，欧洲、拉美等地仍处于发展初期，竞争强度较为宽松。

2025年TikTok Shop各站点店铺数量			
排名	站点	店铺数量	合计
1	印尼	70.13万	270.22万
2	美国	41.16万	
3	泰国	34.8万	
4	越南	32.7万	
5	马来西亚	20.03万	
6	菲律宾	18.79万	
7	英国	12.56万	
8	新加坡	5.09万	
9	巴西	3.83万	
10	墨西哥	2.57万	
11	德国	2.51万	
12	法国	2.39万	
13	意大利	2.12万	
14	西班牙	2.11万	
15	日本	1.69万	

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

注：此处仅统计动销店铺数量

此外，从不同店铺类型来看，本土卖家贡献了561.85亿美元GMV，跨境店次之，全托管店受美国等多地取消小额包裹免税影响，实现GMV仅为20.7亿美元。

2025年TikTok Shop各类店铺数量					
本土店	GMV (\$)	跨境店	GMV (\$)	全托管店	GMV (\$)
205.16万	561.85亿	55.6万	40.49亿	9.46万	20.70亿

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

美妆个护、女装及内衣类目持续领跑

2025年，TikTok Shop各热门类目均呈现强劲增长。Kalodata数据显示，美妆个护、女装及内衣、手机及电子产品类目分别达成110.7亿美元、69.2亿美元、39.6亿美元，延续2024年的头部类目优势，GMV持续领跑。

涨幅方面，时尚配饰类以约147%的增速位居增长榜首，家居用品、健康产品等类目的同比涨幅也超过100%。整体来看，平台的增长动力已从美妆个护、女装等，进一步向时尚配饰、穆斯林时尚更广泛的日常生活领域扩散，呈现出多元发展的增长格局。

2025年TikTok Shop热销类目Top10			
类目名称	24年GMV (\$)	25年GMV (\$)	年增长
美妆个护	59.7 亿	110.7 亿	85.40%
女装及内衣	37.3 亿	69.2 亿	85.80%
手机及电子产品	19.1 亿	39.6 亿	107.70%
家居用品	12.7 亿	29.4 亿	131.60%
食品饮料	14.0 亿	27.1 亿	94.10%
运动户外	12.2 亿	26.5 亿	117.60%
健康产品	10.1 亿	20.6 亿	103.90%
男装及内衣	10.3 亿	19.6 亿	90.90%
穆斯林时尚	8.4 亿	16.5 亿	95.70%
时尚配饰	6.5 亿	16.2 亿	147.00%

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年，TikTok Shop各站点GMV TOP1小店中，有3家属于美妆个护类目，其中美国站点的medicube US Store年GMV达到近亿美元，另有4家属于女装及内衣类目，2家属于手机及电子产品类目，均主要来自TikTok Shop位于英美、东南亚的核心站点。综合以上可以看出，TOP级类目在核心市场已经形成集群效应，而家电、健康、运动户外等类目则在新市场更具备发展潜力。

2025年TikTok Shop 各站点TOP1小店总榜

站点	小店名称	主类目	GMV (\$)
美国	medicube US Store	美妆个护	9864 万
英国	plmakeupacademy	美妆个护	7007 万
印度尼西亚	glad2glow.indo	美妆个护	6630 万
菲律宾	CM WORADA	时尚配饰	4478 万
泰国	Namkang mobile	手机及电子产品	3933 万
越南	TOPGIAHN	家居用品	3740 万
马来西亚	Panda eyes	女装及内衣	2618 万
新加坡	One2world	手机及电子产品	1568 万
巴西	Always Fit Suplementos	健康产品	636 万
墨西哥	Super de Ropa	女装及内衣	535 万
日本	ABITOKYO チャンネル	女装及内衣	398 万
德国	MC Smart Home-EU	家电	380 万
西班牙	ARMONIAS SPAIN	女装及内衣	277 万
意大利	Arcamania Group Srl	家电	195 万
法国	Umay FR	运动户外	171 万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」



全球带货达人总量破千万，视频量破8亿

根据Kalodata数据，2025年，TikTok Shop全球带货达人数量达到了1142.8万，累计发布视频量突破8亿。地区分布来看，以印尼为首的东南亚各站点在带货达人基数和视频发布量上均处于领先地位；2025新开站点中，巴西、墨西哥站则凭借人口红利和社媒在当地的超高渗透率，遥遥领先于其他新开站点。

2025年TikTok Shop带货达人及视频量					
排名	站点	达人数量	达人视频量	达人合计	达人视频合计
1	印尼	322.3万	2.69亿	1142.8万	8.15亿
2	越南	173.8万	1.31亿		
3	泰国	166.4万	1.21亿		
4	菲律宾	163.3万	1.09亿		
5	美国	145.4万	8212.8万		
6	马来西亚	91.2万	6880.5万		
7	英国	24.0万	1318.4万		
8	新加坡	15.8万	387.5万		
9	巴西	12.4万	731.4万		
10	墨西哥	11.5万	325.0万		
11	德国	4.3万	165.4万		
12	日本	4.0万	60.1万		
13	法国	3.3万	160.7万		
14	西班牙	2.9万	132.0万		
15	意大利	2.2万	90.3万		

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

背靠内容生态和带货玩法，带货达人依旧是2025年TikTok Shop实现GMV跃升的总引擎。其中，美国站点的达人GMV贡献达到了100.64亿美元，断层领先于排名第2的印尼站，其中优质带货达人数量领先第2名印尼一倍，美国达人商业价值可见一斑。

在东南亚多站点，以及巴西、墨西哥等TikTok渗透率高的市场，带货达人GMV贡献值也均处于高位，由于巴西、墨西哥等2025新站点上线时间较短，累计的入驻带货

达人数量以及优质达人数量规模较小，未来随着平台在这些区域的持续投入，内容生态的逐步完善，带货达人驱动的GMV增长空间将更为可观。

2025年TikTok Shop带货达人国家分布情况				
排名	达人国家	达人总数	优质达人数量(>10万粉丝)	达人GMV (\$)
1	美国	145.4万	10.6万	100.64亿
2	印尼	322.3万	5.5万	54.93亿
3	泰国	166.4万	3.3万	50.73亿
4	越南	173.8万	2.9万	39.04亿
5	菲律宾	163.3万	2.6万	31.87亿
6	马来西亚	91.2万	1.3万	25.43亿
7	英国	24.0万	1.1万	15.09亿
8	巴西	12.4万	1.0万	4.03亿
9	墨西哥	11.5万	0.7万	2.21亿
10	德国	4.3万	0.3万	1.56亿
11	新加坡	15.8万	0.7万	1.47亿
12	法国	3.3万	0.3万	1.02亿
13	西班牙	2.9万	0.2万	0.92亿
14	意大利	2.2万	0.2万	0.53亿
15	日本	4.0万	0.2万	0.52亿

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

TIKTOK SHOP主要市场表现

美国

2025年，美国站点顶住了业务停摆与关税风波的短期双重压力，实现了韧性突围与持续增长。根据Kalodata数据，2025年全年，TikTok Shop美国站达成约141.86亿美元GMV。其中，在3月和6月，平台举办了春季大促和年中大促，成为上半年GMV猛增的关键托举；下半年，黑五、圣诞大促再度发力，推动站点单月GMV创历史新高，在11月、12月分别达成超20亿美元、19.84亿美元GMV。

2025年TikTok Shop美国站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	7.93亿	141.86亿
2月	7.10亿	
3月	10.44亿	
4月	8.82亿	
5月	9.29亿	
6月	9.56亿	
7月	10.72亿	
8月	11.82亿	
9月	12.19亿	
10月	13.64亿	
11月	20.50亿	
12月	19.84亿	

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

品类方面，2025年，美妆与个护、女装与女士内衣、健康产品分别实现GMV27.13亿、17.43亿、10.19亿美元，占据类目GMV TOP3位置。运动与户外、手机与配件、居家用品、家用电器等围绕日常的相关品类保持着稳定的市场需求度，构成了平台的基本盘。

此外，时尚配饰、收藏品、玩具及爱好品类则借助悦己消费、情绪价值等趋势，跻身2025年消费的主线之一，展望2026年，或将引领新一轮潮流。

2025年TikTok Shop美国站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	27.13亿
2	女装及内衣	17.43亿
3	健康产品	10.19亿
4	运动户外	9.75亿
5	手机及电子产品	7.34亿
6	时尚配饰	7.19亿
7	居家用品	6.13亿
8	收藏品	5.58亿
9	家用电器	4.59亿
10	玩具及爱好	4.44亿

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年，美妆个护品牌medicube US Store以近亿美元的GMV，成为TikTok Shop美国站TOP1商家，其余入围年GMV TOP10的商家基本来自服饰和健康保健领域。其中，Halara US、VEVOR Store、POPMART US SHOP均是来自中国的企业，为中国品牌依托TikTok Shop打入美国主流消费市场提供了优质范本。

2025年TikTok Shop美国站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	medicube US Store	美妆个护	9864万
2	QVC, Inc	家用电器	8866万
3	Tarte Cosmetics	美妆个护	8098万
4	Comfrit	女装内衣	7735万
5	Halara US	运动户外	7721万
6	VEVOR Store	工具五金	6819万
7	Goli Nutrition	健康保健	6489万
8	Dr.Melaxin Global	美妆个护	6451万
9	Micro Ingredients	健康保健	5504万
10	POPMART US SHOP	玩具爱好	5237万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

另外，从美国站GMV TOP10商品中能看出，美妆个护、保健品仍然是消费者的主要需求，两个类目销量最高的单品分别是护肤套装和马黛茶速溶粉，分别实现GMV 2810万美元、1880.3万美元。总体来看，热销产品大多属于能满足大多数人需求的入门和基础款。

2025年TikTok Shop美国站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV (\$)
1	护肤套装	美妆个护	33.2万	2810万
2	保湿精华	美妆个护	58.2万	2238.3万
3	马黛茶速溶粉	保健	66万	1880.3万
4	自动清洁猫砂盆	宠物用品	11.6万	1823.8万
5	益生菌套装	保健	59.5万	1708.6万
6	遮瑕膏	美妆个护	52.5万	1560.6万
7	卷发棒	美妆个护	43.6万	1416.1万
8	遮瑕刷	美妆个护	51.6万	1319.2万
9	膳食补充剂	保健	41.2万	1311.6万
10	营养补充剂	保健	35万	1275.6万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

东南亚

2025年，TikTok Shop东南亚各站点分别面临了税务报送、平台限制低质量带货内容等监管措施，但这些举措并未阻碍其增长势头。

Kalodata统计显示，截至2025年，TikTok Shop在东南亚的总GMV已突破435.77亿美元，其中，印尼站以148.75亿美元GMV居首，泰国、越南站点紧随其后。

2025年TikTok Shop印尼站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	7.63亿	148.75亿
2月	8.68亿	
3月	15.09亿	
4月	13.36亿	
5月	14.78亿	
6月	11.62亿	
7月	11.89亿	
8月	12.87亿	
9月	10.38亿	
10月	12.51亿	
11月	13.83亿	
12月	16.11亿	

2025年TikTok Shop泰国站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	4.50亿	95.79亿
2月	4.57亿	
3月	7.24亿	
4月	7.43亿	
5月	8.59亿	
6月	8.02亿	
7月	8.11亿	
8月	8.67亿	
9月	7.82亿	
10月	8.91亿	
11月	10.61亿	
12月	11.31亿	

2025年TikTok Shop越南站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	4.23亿	76.63亿
2月	3.24亿	
3月	6.32亿	
4月	5.98亿	
5月	6.26亿	
6月	6.23亿	
7月	6.41亿	
8月	6.91亿	
9月	6.46亿	
10月	7.06亿	
11月	8.23亿	
12月	9.30亿	

2025年TikTok Shop菲律宾站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	3.22亿	55.19亿
2月	2.84亿	
3月	5.77亿	
4月	3.96亿	
5月	4.87亿	
6月	4.76亿	
7月	4.53亿	
8月	4.39亿	
9月	4.04亿	
10月	4.65亿	
11月	4.97亿	
12月	7.19亿	

2025年TikTok Shop马来西亚站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	2.76亿	54.60亿
2月	2.93亿	
3月	5.57亿	
4月	3.97亿	
5月	4.59亿	
6月	4.13亿	
7月	4.63亿	
8月	5.11亿	
9月	3.86亿	
10月	5.04亿	
11月	5.80亿	
12月	6.20亿	

2025年TikTok Shop新加坡站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	2423.9万	4.81亿
2月	2859.2万	
3月	4149.3万	
4月	3168.1万	
5月	3890.0万	
6月	3599.5万	
7月	3857.7万	
8月	4255.0万	
9月	3718.6万	
10月	3983.0万	
11月	5656.2万	
12月	6505.3万	

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

东南亚6大站点中，美妆个护继续稳居GMV TOP1类目，女装及内衣类目GMV在马来西亚站点居第4，在其余站点均位列第2，此外，手机及电子产品整体排名较为靠前，以上3个类目集中了TikTok Shop东南亚用户的主要需求；穆斯林时尚在印尼、马来西亚站点有较为强劲的需求表现，泰国、越南、菲律宾等地消费者则对食品饮料类产品青睐有加。

2025年TikTok Shop印尼站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	21.36亿
2	女装及内衣	11.71亿
3	手机及电子产品	11.04亿
4	穆斯林时尚	9.21亿
5	男装及内衣	6.62亿
6	食品饮料	6.25亿
7	汽车及摩托车	4.35亿
8	家居用品	4.33亿
9	母婴用品	4.20亿
10	运动户外	4.14亿

2025年TikTok Shop泰国站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	16.93亿
2	女装及内衣	11.36亿
3	食品饮料	9.52亿
4	家居用品	6.65亿
5	保健品	5.52亿
6	手机及电子产品	5.43亿
7	男装及内衣	3.95亿
8	汽车及摩托车	3.30亿
9	运动户外	3.18亿
10	家居装修	2.99亿

2025年TikTok Shop越南站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	15.61亿
2	女装及内衣	11.62亿
3	男装及内衣	5.31亿
4	食品饮料	5.08亿
5	母婴用品	4.28亿
6	家居用品	4.27亿
7	手机及电子产品	3.91亿
8	时尚配饰	3.19亿
9	运动户外	2.74亿
10	鞋类	2.61亿

2025年TikTok Shop菲律宾站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	9.52亿
2	女装及内衣	6.10亿
3	手机及电子产品	5.09亿
4	男装及内衣	3.05亿
5	家居用品	2.83亿
6	时尚配饰	2.42亿
7	母婴用品	2.33亿
8	汽车及摩托车	2.30亿
9	运动户外	2.24亿
10	鞋类	2.24亿

2025年TikTok Shop马来西亚站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	10.14亿
2	穆斯林时尚	7.32亿
3	食品饮料	4.46亿
4	女装及内衣	3.26亿
5	手机及电子产品	2.99亿
6	家居用品	2.33亿
7	汽车及摩托车	2.29亿
8	保健品	2.24亿
9	时尚配饰	1.98亿
10	运动户外	1.92亿

2025年TikTok Shop新加坡站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	9581万
2	女装及内衣	5025万
3	手机及电子产品	4157万
4	食品饮料	3446万
5	家居用品	3158万
6	保健品	3155万
7	时尚配饰	2483万
8	珠宝配饰及衍生品	2455万
9	玩具及爱好	2220万
10	家用电器	1952万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年，TikTok Shop东南亚各站点头部商家持续发力，在印尼站，美妆个护商家 glad2glow.indo 实现年GMV高达6630万美元，泰国和越南站TOP1卖家也都达成接近4000万美元GMV。类目方面，印尼、泰国站点的头部卖家主要来自美妆个护、手机电子，菲律宾站的TOP卖家则来自时尚配饰领域，且已断层优势领跑，总体而言，各站点TOP1商家所属类目基本不一致，说明各站点头部卖家并未形成跨站点的集群效应。

2025年TikTok Shop印尼站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	glad2glow.indo	美妆个护	6630万
2	Xiaomi Indonesia	手机电子	5913万
3	Semar Nusantara	珠宝配饰及衍生品	3926万
4	Studio Ponsel Store	手机电子	3662万
5	Collins Official	手机电子	3352万
6	Lakuemas	珠宝配饰及衍生品	2827万
7	Skintificid	美妆个护	2807万
8	AppelHouse.Store	手机电子	2752万
9	Infinix Indonesia	手机电子	2480万
10	JESTHAM TIOS	美妆个护	2457万

2025年TikTok Shop泰国站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Namkang mobile	手机电子	3933万
2	พิมรี่พายขายทุกอย่าง	美妆个护	2194万
3	ทีชซูชลบุรี ราคาปลีก-ส่ง	家居用品	2045万
4	Solomon Mattress	家具	2038万
5	Mc Jeans	男装内衣	2018万
6	Dodolove Thailand	母婴用品	1963万
7	TCL Electronics Thailand	家用电器	1864万
8	Kongnaphat	美妆个护	1835万
9	ATIPASHOPP	女装内衣	1680万
10	BioActive Brand	健康保健	1669万

2025年TikTok Shop越南站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	TOPGIAHN	家居用品	3740万
2	GMEELAN.Malaysia	美妆个护	2073万
3	COLORKEY LUMINOUS VIỆT NAM	美妆个护	1986万
4	Blemil Beauty	美妆个护	1820万
5	Cocoon Vietnam	美妆个护	1751万
6	HASAKI BEAUTY	美妆个护	1672万
7	GOOJODOQ VN	手机电子	1594万
8	L'oreal Paris Việt Nam	美妆个护	1432万
9	Nesty Store VN	鞋靴	1337万
10	KAER VB668	时尚配饰	1325万

2025年TikTok Shop菲律宾站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	CM WORADA	时尚配饰	4478万
2	Nestle PH	食品饮料	2673万
3	Infinix	手机电子	2624万
4	petwellshop	宠物用品	2059万
5	Dermorepubliq	美妆个护	1721万
6	Mumu PH	箱包	1395万
7	Tecno Mobile Philippine Store	手机电子	1287万
8	SEOUL SECRETS	厨具	1168万
9	Sunray Lamp	家居装修	1147万
10	MIA SHOES	鞋靴	1141万

2025年TikTok Shop马来西亚站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Panda eyes	女装内衣	2618万
2	FAYCY BEAUTY MALAYSIA	美妆个护	2398万
3	Skintific.my	美妆个护	2205万
4	ELGINI MALAYSIA	运动户外	2119万
5	Glad2Glow.my	美妆个护	1878万
6	Dr. Cardin	鞋靴	1401万
7	DESSINI Malaysia	厨具	1389万
8	Nur Shahida Mohd Rashid	美妆个护	1313万
9	ANAS	美妆个护	1120万
10	Best jimat sales	珠宝配饰及衍生品	1080万

2025年TikTok Shop新加坡站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	One2world	手机电子	1568万
2	POP MART Singapore Online	玩具爱好	1005万
3	chaozangwenhua	珠宝配饰及衍生品	530万
4	Medicube Singapore	美妆个护	502万
5	Skintific.sg	美妆个护	367万
6	Lassie Manna	美妆个护	311万
7	The Purest Co.	健康保健	306万
8	Topazette	女装内衣	303万
9	mikayla.sg	女装内衣	278万
10	Carrisabelle	女装内衣	242万

「数据来源：Kalodata，由TT123收集整理」

从2025年各站点热销商品TOP10中可以看到，印尼、新加坡站点的热销单品主要来自电子产品，泰国、马来西亚站点的需求则主要集中在食品饮料，越南站进入GMV TOP10的产品则清一色来自家居用品类目，说明，东南亚各市场在消费结构与用户需求上呈现出显著的区域性分化。

2025年TikTok Shop印尼站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	黄金硬币	其他	8.1万	2523.6万
2	苹果iPhone 13	电子产品	2万	981.3万
3	POCO X7 Pro 5G手机	电子产品	2.8万	783.1万
4	袋装咖啡	饮料	14.3万	741.5万
5	哑光唇膏	美妆个护	151.5万	670.8万
6	iPhone 13 128GB	电子产品	1.2万	575.5万
7	POCO C71 手机	电子产品	9.1万	573.7万
8	美白牙膏	家居用品	397.2万	548.6万
9	POCO C75 手机	电子产品	6.2万	461.7万
10	韩式发圈	服装配饰	7.5万	454万

2025年TikTok Shop泰国站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	绿茶咖啡	食品饮料	22.3万	1204万
2	速溶咖啡粉	食品饮料	17.4万	1065万
3	iPhone 13	电子产品	1.6万	814万
4	营养补充剂	保健	79万	651万
5	iPad 11代	电子产品	1.4万	538万
6	海滩睡袋	户外运动	6.5万	495万
7	维生素面霜	美妆个护	82万	428万
8	狗粮 (20kg)	宠物用品	0.8万	420万
9	iPhone 15	电子产品	0.6万	398万
10	宠物美容用品	宠物用品	72.3万	388万

2025年TikTok Shop越南站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	粘胶挂钩	家居用品	47.2万	811万
2	洗衣液	家居用品	9.3万	433万
3	壁挂式纸巾	家居用品	100.5万	420万
4	厨房纸巾	家居用品	70.3万	410万
5	卫生纸套装	家居用品	95.8万	395万
6	辣味鸡爪	食品饮料	3.5万	346万
7	抽纸套装	家居用品	73.7万	339万
8	抽纸套装	家居用品	118万	293万
9	床品套装	家居用品	28.3万	291万
10	香皂	家居用品	7.1万	268万

2025年TikTok Shop菲律宾站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	特惠日用礼包	其他	33.5万	2254万
2	直播福利礼包	其他	34.8万	1617万
3	特惠礼盒	其他	15.6万	1025万
4	精华液	美妆个护	178.3万	428万
5	奶粉	食品饮料	34.7万	425万
6	防晒霜	美妆个护	192.9万	420万
7	纸尿裤套装	母婴用品	168.4万	392万
8	合浆果饮品	食品饮料	136.9万	381万
9	男女通用香水	服装配饰	2.9万	369万
10	阔腿牛仔裤	服装配饰	90.3万	353万

2025年TikTok Shop马来西亚站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	美妆套装	美妆个护	6万	603万
2	速食意面	食品饮料	33.6万	547万
3	香水	服装配饰	7.6万	499万
4	袋装咖啡	食品饮料	20.3万	481万
5	柠檬饮品	食品饮料	137万	433万
6	头巾胸针	服装配饰	5.5万	433万
7	益生菌胶囊	保健	29.2万	386万
8	美妆套装	美妆个护	3.8万	375万
9	不粘锅套装	家居用品	11.1万	313万
10	辣椒酱	食品饮料	1.2万	303万

2025年TikTok Shop新加坡站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	精华液	美妆个护	0.5万	110万
2	直播专属玛瑙链接	其他	0.2万	103万
3	大疆Osmo Pocket3	电子产品	0.2万	101万
4	玛瑙链接	其他	0.2万	84万
5	荣耀X9d 5G手机	电子产品	0.2万	81万
6	三星Galaxy S24手机	电子产品	0.1万	64万
7	遮瑕粉底	美妆个护	0.9万	60万
8	洗发水套装	美妆个护	0.8万	55万
9	维生素软糖	保健	3万	51万
10	玛瑙天珠手串	服装配饰	0.2万	50万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

拉美

2025年，TikTok Shop首次上线拉美市场，其位于墨西哥和巴西站点分别在3月和6月开售，根据Kalodata，截至2025年底，两个站点累计GMV分别达到3.69亿美元和5.33亿美元，得益于墨西哥亡灵节、黑五及圣诞节等大促，临近年末期间涨势尤为强劲，墨西哥站在12月录得单月最高GMV，为8709.5万美元，巴西站则在11月创下月GMV峰值，达到约1.39亿美元。

2025年TikTok Shop墨西哥站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	3.69亿
2月	-	
3月	109.2万	
4月	865.7万	
5月	1820.7万	
6月	2554.6万	
7月	2930.9万	
8月	3531.4万	
9月	4038.5万	
10月	4908.9万	
11月	7386.7万	
12月	8709.5万	

2025年TikTok Shop巴西站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	5.33亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	-	
6月	1070.4万	
7月	3362.6万	
8月	5033.0万	
9月	6955.6万	
10月	9361.4万	
11月	13861.9万	
12月	13675.5万	

类目方面，美妆和个护登上两站点的类目GMV榜首，在墨西哥站达成GMV 7855万美元，在巴西站达成GMV 9856万美元。两个站点TOP5类目呈现出一致性，侧面说明在内容电商领域，拉美地区的市场需求较为集中在美妆个护、手机及电子产品、女装及内衣、保健品和运动户外。此外，两站点也表现出了需求分析，墨西哥消费者更偏爱鞋类和家居装修用品，巴西人则倾向于购买工具五金和行李箱包。

2025年TikTok Shop墨西哥站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	7855万
2	手机及电子产品	4822万
3	女装及内衣	4665万
4	保健品	3290万
5	运动户外	2267万
6	家居用品	2020万
7	男装及内衣	1329万
8	鞋类	1293万
9	厨具	1025万
10	家居装修	1024万

2025年TikTok Shop巴西站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	9856万
2	女装及内衣	7571万
3	手机及电子产品	4978万
4	保健品	3049万
5	运动户外	2972万
6	工具及五金	2737万
7	家居用品	2701万
8	厨具	2688万
9	男装及内衣	2557万
10	行李及箱包	2258万

2025年，TikTok Shop墨西哥站的女装及内衣商家Super de Ropa登顶TOP商家，实现GMV 535万美元，排名2、3商家分别来自美妆个护和保健领域；在巴西站，保健类目商家实现年636万美元GMV，登顶全站，排名2、3的商家分别来自保健和箱包类目。

2025年TikTok Shop墨西哥站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Super de Ropa	女装内衣	535万
2	Wavytalk MX	美妆个护	470万
3	Windboss Oficial	健康保健	380万
4	SACE LADY MX	美妆个护	324万
5	Beyond Vitamins	健康保健	323万
6	VivoNu	健康保健	292万
7	FELYFIT	运动户外	247万
8	BEAUTY CREATIONS MX	美妆个护	242万
9	TOPWEAR MX	手机电子	201万
10	yestoremexico	女装内衣	196万

2025年TikTok Shop巴西站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Always Fit Suplementos	健康保健	636万
2	Bodyaction	健康保健	423万
3	Tomimitoo	箱包	368万
4	Bloom Body Br	美妆个护	314万
5	Gummy Original	健康保健	313万
6	Aura Beauty Club	美妆个护	246万
7	ARARA SPORT	女装内衣	224万
8	DAFUSHOP BRASIL	手机电子	216万
9	ByMaisonDeParfum	美妆个护	208万
10	PRINCIPIA	美妆个护	207万

2025年，墨西哥站热销商品TOP10主要来自美妆个护和保健，其中以美发用品、化妆品以及保健食品需求量最大；巴西消费者对于保健用品则更为热衷，年GMV排名前2款产品均为保健食品，此外，巴西人对于美妆个护需求更多表现在防晒、美白等。

2025年TikTok Shop墨西哥站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	卷发棒	美妆个护	4.8万	210万
2	复合维生素	保健	9.3万	173万
3	陶瓷卷发棒	美妆个护	3.3万	156万
4	女士运动夹克	服装配饰	17万	121万
5	牛至油胶囊	保健	8.3万	114万
6	蒸汽清洁器	家居用品	2.5万	89万
7	苹果醋软糖	保健	9.8万	88万
8	定妆粉饼	美妆个护	9.3万	86万
9	去角质凝胶	美妆个护	9.4万	84万
10	益生菌胶囊	保健	6.5万	77万

2025年TikTok Shop巴西站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	镁与肌醇	保健	21.5万	191万
2	保健品	保健	14.6万	161万
3	男士香水	美妆个护	10.6万	154万
4	电钻螺丝刀套装	家居用品	5.2万	107万
5	保健品	保健	17万	105万
6	软糖补充剂	保健	5.9万	103万
7	身体喷雾	美妆个护	7.9万	95万
8	维生素胶囊	保健	13.1万	94万
9	女性紧身裤	服装配饰	13万	93万
10	精华液 (30ml)	美妆个护	6.6万	92万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

欧洲

作为其加速全球化战略的关键一步，TikTok Shop于2025年大举进军欧洲市场。截至2025年，TikTok Shop在欧洲共上线6个站点，Kalodata统计显示，2025年TikTok Shop位于欧洲的英国、德国、法国、西班牙、意大利5个站点共实现GMV 35.45亿美元。其中，最早上线的英国站点达成年GMV 28.77亿美元，新上线站点中，德国、法国站点表现最为强劲，分别实现年GMV 2.51亿美元和1.62亿美元。

年中大促期间，平台鼓励卖家复刻英美爆款以快速实现本土化的打法卓有成效，之后官方主导的一店卖6国政策进一步开拓了卖家对于欧洲市场的想象空间，拉动各站点业绩持续走强，其中德国站在年末旺季的加持下，在11月GMV首次突破5000万美元。

2025年TikTok Shop英国站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	1.45亿	28.77亿
2月	1.26亿	
3月	2.40亿	
4月	1.97亿	
5月	2.09亿	
6月	2.31亿	
7月	2.06亿	
8月	2.08亿	
9月	2.21亿	
10月	2.69亿	
11月	4.43亿	
12月	3.80亿	

2025年TikTok Shop德国站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	2.51亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	393.7万	
6月	2010.8万	
7月	2851.1万	
8月	2719.1万	
9月	3077.6万	
10月	3428.7万	
11月	5630.2万	
12月	5014.0万	

2025年TikTok Shop法国站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	1.62亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	-	
6月	994.0万	
7月	1499.9万	
8月	1609.5万	
9月	1899.0万	
10月	2115.3万	
11月	3820.1万	
12月	4260.5万	

2025年TikTok Shop西班牙站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	1.46亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	-	
6月	1308.5万	
7月	1411.8万	
8月	1348.9万	
9月	1575.3万	
10月	1865.3万	
11月	3264.8万	
12月	3795.6万	

2025年TikTok Shop意大利站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	1.09亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	-	
6月	581.2万	
7月	892.2万	
8月	940.7万	
9月	1182.9万	
10月	1491.4万	
11月	2755.0万	
12月	3050.2万	

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

类目方面，美妆个护、女装及内衣、手机及电子产品为TikTok Shop欧洲各站点的TOP级类目，保健品和运动户外则均入围全站点TOP10的类目。

除了市场主要需求存在相似性，欧洲各站点也表现出了分歧。例如汽车与摩托车类目在法国和西班牙站点拥有一席之地，玩具及爱好则更符合英国和法国消费者的偏好；另外需求量上也有较大差异，尤其在英国站，美妆个护类目年GMV达到了5.91亿，女装及内衣达到5.24亿，与排名第3的家居用品类目差值超过3亿美元。

2025年TikTok Shop英国站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	5.91亿
2	女装及内衣	5.24亿
3	家居用品	1.93亿
4	运动户外	1.67亿
5	手机及电子产品	1.33亿
6	保健品	1.28亿
7	玩具及爱好	1.17亿
8	食品饮料	1.13亿
9	家用电器	1.02亿
10	时尚配饰	0.96亿

2025年TikTok Shop德国站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	4761万
2	手机及电子产品	3747万
3	家用电器	2304万
4	女装及内衣	1914万
5	运动户外	1503万
6	保健品	1424万
7	收藏品	1137万
8	男装及内衣	989万
9	食品饮料	867万
10	汽车及摩托车	831万

2025年TikTok Shop法国站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	3036万
2	手机及电子产品	2464万
3	女装及内衣	1881万
4	运动户外	1023万
5	时尚配饰	956万
6	家用电器	841万
7	男装及内衣	749万
8	保健品	747万
9	玩具及爱好	442万
10	家具	438万

2025年TikTok Shop西班牙站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	2060万
2	手机及电子产品	2037万
3	女装及内衣	1670万
4	保健品	1111万
5	汽车及摩托车	933万
6	家用电器	743万
7	运动户外	695万
8	食品饮料	641万
9	家居用品	581万
10	男装及内衣	457万

2025年TikTok Shop意大利站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	2180万
2	手机及电子产品	1469万
3	女装及内衣	1107万
4	家用电器	634万
5	时尚配饰	585万
6	食品饮料	475万
7	家居用品	475万
8	运动户外	437万
9	行李及箱包	395万
10	保健品	393万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年，进入TikTok Shop欧洲站点GMV TOP商家基本活跃在美妆个护、家用电器、女装及内衣等领域，尤其，美妆品牌plmakeupacademy和家用电器品牌Shark UK分别录得7007万、1936万美元。

值得一提的是，入围TOP10的商家有许多中国品牌，比如运动器材品牌Umay登上了法国站TOP1，个护品牌Wavytalk、运动器材品牌Merach（麦瑞克）、电器品牌Lubluelu等占据德国站TOP10商家的多个席位，女装品牌Katch Me和九阳电器旗下的电器品牌Shark和Ninja则在英国站表现亮眼，年GMV均突破千万美元，为中国品牌深入欧洲腹地以及跨地区运营提供了优良范式。

2025年TikTok Shop英国站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	plmakeupacademy	美妆个护	7007万
2	Shark UK	家用电器	1936万
3	Halara UK Shop	女装内衣	1854万
4	madebymitchell	美妆个护	1557万
5	Wellgard	健康保健	1527万
6	Free Soul	健康保健	1456万
7	halara.wardrobe	女装内衣	1421万
8	Ninja UK	家用电器	1395万
9	Nutrition Geeks	健康保健	1210万
10	Katch Me UK	女装内衣	1207万

2025年TikTok Shop德国站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	MC Smart Home-EU	家用电器	380万
2	Lubluelu_DE	家用电器	374万
3	lsq24	美妆个护	336万
4	Hanadis Marken Welt	美妆个护	323万
5	REDHUT-DE	家用电器	300万
6	Merach DE Sports	运动户外	289万
7	svenja.walberg	美妆个护	281万
8	Wavytalk DE	美妆个护	222万
9	APRIZO_Germany	美妆个护	217万
10	Halara Damenmode	女装内衣	213万

2025年TikTok Shop法国站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Umay FR	运动户外	171万
2	La mode Halara	女装内衣	166万
3	FUFFI Global Store	手机电子	161万
4	APRIZO	美妆个护	152万
5	Carrefour France	家用电器	141万
6	Magcubic Tech	手机电子	114万
7	LA BOUTIQUE ANAIS	女装内衣	111万
8	ISEE HAIR WIG	时尚配饰	111万
9	Bling Hair Princess Store	时尚配饰	109万
10	FITNESS FR	运动户外	102万

2025年TikTok Shop西班牙站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	ARMONIAS SPAIN	女装内衣	277万
2	Utopya Shop	女装内衣	216万
3	MIKOMIKA	家具	213万
4	Aldous Bio	健康保健	175万
5	Nutribrain	健康保健	173万
6	DESPEGUE	食品饮料	142万
7	FUFFI Global Store	手机电子	85万
8	buenos bonitos y baratos	食品饮料	75万
9	Vitalis Nova	健康保健	73万
10	Bymia.club	汽车摩托车	73万

2025年TikTok Shop意大利站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	Arcamania Group Srl	家用电器	195万
2	Moero Shop	箱包	143万
3	VARRIALE PROFUMI	美妆个护	105万
4	Avilia Home	家居用品	95万
5	Annaira Collection s.r.l	时尚配饰	95万
6	SUPER TOP Perfumes	美妆个护	90万
7	Allydollina	美妆个护	86万
8	VIKIB_JEWELS	时尚配饰	81万
9	nelmondodialicesrl	时尚配饰	74万
10	Current Boutique Store	手机电子	70万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

热销品方面，2025年，英国站GMV TOP10商品中，美妆个护与服装配饰类商品占据七席，其中唇釉套装以超1400万美元GMV位居榜首，女士牛仔裤则多次上榜，表明市场需求量大；在德国、法国和意大利站点，热销产品大多为家居用品、美妆个护等类目，而在西班牙站点，汽配和保健用品成为本年度爆款。

2025年TikTok Shop英国站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	唇釉套装	美妆个护	66.8万	1405.4万
2	香水	服装配饰	25万	874.4万
3	唇彩	美妆个护	43.7万	631.3万
4	女士牛仔裤	服装配饰	20.4万	630.4万
5	女士牛仔裤	服装配饰	16.3万	579万
6	洗衣增香珠	家居用品	20.5万	479.2万
7	蒸汽清洁器	家居用品	11.3万	407万
8	阔腿牛仔裤	服装配饰	12万	398.8万
9	针织牛仔裤	服装配饰	10.4万	394.2万
10	卫生纸套装	家居用品	12.5万	381.4万

2025年TikTok Shop德国站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	无线吸尘器	家居用品	2.7万	241万
2	干湿两用吸尘器	家居用品	1.1万	194万
3	卷发棒	美妆个护	4.9万	189万
4	蒸汽清洁器	家居用品	4.7万	187万
5	智能手机	电子产品	2.2万	119万
6	充电式吸尘器	家居用品	0.7万	104万
7	睫毛精华液	美妆个护	4.5万	98万
8	弹簧床垫	家居用品	0.8万	86万
9	牙齿美白贴	美妆个护	9万	84万
10	热风刷套装	美妆个护	2.1万	76万

2025年TikTok Shop法国站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	皮质醇调节补剂	保健	2.5万	73万
2	投影仪	家居用品	2.2万	71万
3	智能手机	电子产品	1.2万	69万
4	空气炸锅	家居用品	0.6万	65万
5	肠道清洁	保健	2.4万	63万
6	风衣	服装配饰	3.3万	54万
7	牛至油胶囊	保健	2.3万	46万
8	牛仔裤	服装配饰	1.2万	44万
9	日夜修护霜	美妆个护	0.6万	43万
10	跑步机	户外运动	0.2万	42万

2025年TikTok Shop西班牙站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	LED信号灯	汽配	2.4万	65万
2	镁复合配方	保健	1.8万	57万
3	汽车应急灯	汽配	2万	50万
4	健身补充剂	保健	1.2万	47万
5	牛至油胶囊	保健	2.2万	45万
6	苹果醋软糖	保健	2.4万	44万
7	女士毛绒外套	服装配饰	2.2万	42万
8	LED灯吊扇	家居用品	0.8万	40万
9	紧急照明灯	汽配	1.7万	38万
10	营养补充剂	保健	1.4万	36万

2025年TikTok Shop意大利站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	无线吸尘器	家居用品	0.4万	53万
2	5合1吹风机	美妆个护	0.9万	38万
3	乳清蛋白粉	保健	0.8万	35万
4	护发油	美妆个护	1.4万	33万
5	眼线笔	美妆个护	1.9万	24万
6	蓝牙耳机	电子产品	1.2万	23万
7	便携式清洗机	家居用品	1.1万	22万
8	平板电脑	电子产品	0.3万	22万
9	智能手机	电子产品	0.3万	22万
10	男士劳保鞋	鞋履	1.1万	21万

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

日本

2025年6月，TikTok Shop登陆日本市场，经历过一段时间磨合后，业绩逐渐爆发，根据Kalodata，至12月TikTok Shop日本站单月GMV达到峰值3473.8万美元，年GMV达成约9500万美元。

从类目结构看，美妆个护与女装内衣是两大核心类目，年GMV分别达到1882万美元和1359万美元，TOP10商家中，女装及内衣类商家占据6席，不过头部商家GMV规模普遍在百万美元级别，仍有上升空间。

此外，尽管美妆类目总GMV最高，但具体热销单品则由便携投影仪、食品等主导。这反映出直播电商在引爆特定实用单品与特色消费品方面的独特优势。

2025年TikTok Shop日本站1-12月GMV

月份	GMV (\$)	合计 (\$)
1月	-	0.95亿
2月	-	
3月	-	
4月	-	
5月	-	
6月	0.9万	
7月	266.3万	
8月	762.0万	
9月	1243.2万	
10月	1510.2万	
11月	2258.6万	
12月	3473.8万	

2025年TikTok Shop日本站Top10类目

排名	类目	GMV (\$)
1	美妆个护	1882万
2	女装及内衣	1359万
3	手机及电子产品	987万
4	食品饮料	986万
5	玩具及爱好	969万
6	男装及内衣	468万
7	行李及箱包	352万
8	保健品	297万
9	家用电器	277万
10	时尚配饰	275万

2025年TikTok Shop日本站Top10商家

排名	商家	主营类目	GMV (\$)
1	ABITOKYOチャンネル	女装内衣	398万
2	KYOGOKU JAPAN	美妆个护	289万
3	SelectShop Mal.	女装内衣	254万
4	港ダイニングしおそう	食品饮料	197万
5	Ways will	女装内衣	120万
6	BONBON_92	男装内衣	119万
7	地底人ONLINE	女装内衣	111万
8	Mellojoy-JaPan	玩具爱好	100万
9	SAISON DE PAPILLON 【公式】	女装内衣	96万
10	HUG.U (ハグユー)	女装内衣	93万

2025年TikTok Shop日本站热销商品榜

排名	商品名称	类目	销量	GMV约 (\$)
1	便携投影仪	电子产品	2.7万	76万
2	芝浦蟹	食品饮料	2.4万	76万
3	猪肉盖饭	食品饮料	1.7万	57万
4	运动裤	服装配饰	1.3万	49万
5	海鲜蛤蜊	食品饮料	1.7万	37万
6	手机贴膜	电子产品	4.6万	37万
7	智能眼镜	电子产品	3.5万	37万
8	车载手机支架	汽配	3.9万	36万
9	蒸汽直发梳	美妆个护	0.6万	32万
10	磁吸假睫毛	美妆个护	2.1万	30万

「数据来源: Kalodata, 由TT123综合整理」

TIKTOK SHOP营销洞察

短视频成核心增长引擎

时至今日，短视频不仅是驱动TikTok Shop GMV增长的主引擎，更是引爆单品销量最高效的路径之一。根据Kalodata数据，2025年美国站点TOP10短视频共计达成GMV 1210万美元，占全年100.64亿美元的达人GMV贡献比值约为1%，说明短视频带货领域并未形成垄断态势。

2025年，美国站GMV TOP1短视频出自美妆达人@kaycstash，其与TOP1商家medicube US Store形成深度捆绑，利用黑五大促这一流量高地顺势破发，单子带货视频播放量破4000万，实现GMV 174万美元。播放量方面，达人@torineu04单则视频达到8700万+播放，火遍全美的美妆博主@jeffreestar单则视频达到约8260万次播放，紧随其后。



从发布时间来看，GMV TOP10短视频发布时间紧贴年中、黑五等大促，展现出达人们迎合平台流量趋势的精准打法，同时，就转化率而言，除一则1月发布的带货视频之外，其余入围TOP10视频转化率均为3%以上，这也从侧面说明了大促对于业绩推动和制造爆款视频的助推作用。

印尼GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	kaycstash	174万	42.58	12.39	2025/11/15	1	3.88
2	ghall6623	145万	23.62	11.35	2025/10/20	0.99	3.66
3	the_geriatricmillennial	126万	46.8	19.97	2025/5/7	0.95	3.46
4	cassieeverytts	120万	33.39	56.1	2025/1/30	0.27	0.48
5	dealswithty	115万	69.1	35.45	2025/11/8	1	4.17
6	jeffreestar	114万	82.6	128.61	2025/4/23	0.24	4.52
7	anniedanner	113万	50	21.3	2025/11/26	0.87	4.22
8	torineu04	104万	87.3	77.9	2025/4/10	0.11	4.36
9	roy_mccarty	101万	18.82	21.85	2025/7/14	0.12	4.1
10	takaraamoore	98万	22.15	18	2025/7/5	0.76	3.27

在东南亚，印尼站点全年达人GMV贡献为54.93亿美元，GMV TOP10短视频合计GMV贡献达到305万，后者占前者比例约为5.6%，说明相比与美国站点，印尼的短视频带货更依赖爆款驱动，这一点在泰国、越南、菲律宾等市场更为明显。

带货收入方面，单则视频带货GMV最高者来自泰国达人@framejjfz2，GMV贡献达到48万美元；播放量上，东南亚地区有2则视频播放量破亿次，来自印尼站的@byn-naice和@dissamutiara，单则视频最高播放量分别达到1.68亿和1.22亿，另外来自越南的@cerave.vietnam_official单则带货视频播放量达到了8000万+。此外，就发布日期来看，爆单视频的发布时间大多围绕2月的斋月大促、7月的年中大促等。

印尼GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	ischaindyofc	34万	84.73	42.79	2025/10/16	0.62	4.26
2	nbeautyku	34万	64.03	21.52	2025/2/6	0.7	4.95
3	richannelvt	33万	63.29	33.79	2025/2/26	0.44	3.27
4	bynnaice	33万	167.85	39.43	2025/2/19	0.88	1.43
5	shopjojoo	31万	47.35	11.4	2025/1/31	0.73	4.81
6	cetaphilindonesia	31万	23.71	9.97	2025/3/13	0.77	4.1
7	rnsaadah	28万	14.58	4.71	2025/3/14	0.74	3.95
8	dissamutiara	27万	121.58	165.06	2025/6/4	0.9	3.74
9	zh.store2	27万	68.25	26.13	2025/6/24	1	3.33
10	cetaphilindonesia	27万	18.81	10.4	2025/5/27	0.97	2.98

泰国GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	framejifz2	48万	18.97	11.77	2025/2/13	0.95	3.27
2	nung_kati	46万	21.17	18.2	2025/5/26	1	2.77
3	lovelishop478	45万	41.49	25.27	2025/3/31	0.94	3.33
4	winwincenter1	43万	28.82	25.48	2025/10/28	0.99	3.51
5	jacky7805	42万	2.17	0.76	2025/2/20	0.5	4.03
6	sri.999_	40万	42.38	35.69	2025/6/6	0.94	3.29
7	ford789789789	37万	72.55	42.09	2025/7/11	0.95	3.56
8	chaintanamcm	36万	44.83	26.11	2025/1/9	0.63	2.56
9	winwincenter1	35万	53.55	54.57	2025/3/25	0.75	3.32
10	mintrako8764	34万	45.41	16.53	2025/4/15	0.88	3.7

马来西亚GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	znfavs	33万	7.48	17.29	2025/3/20	0.77	6.11
2	kak.ayu70	29万	19.45	7.52	2025/6/29	0.65	4.21
3	ika_hostlive	26万	16.01	15.26	2025/4/23	1	2.73
4	machinesapr	25万	0.77	1.24	2025/11/3	0	-
5	benzaid.co	24万	9.62	4.97	2025/4/18	1	2.79
6	khairulaming	24万	3.01	9.76	2025/4/15	0.19	2.74
7	izr4m	23万	1.8	1.35	2025/4/14	0.28	6.02
8	mommyawisy2509	21万	8.5	4.69	2025/3/13	0.39	4.75
9	sikentanggoyeng	20万	10.02	2.45	2025/6/16	1	2.57
10	_sstrayberies	19万	8.06	2.61	2025/3/30	1	2.81

菲律宾GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	sxymeds	47万	18.72	21.63	2025/7/3	0.12	2.88
2	mommy_rochelle08	39万	14.52	7.15	2025/1/28	0.49	2.61
3	abigailvianajabel_	38万	55.15	84.2	2025/2/23	0.81	2.53
4	karina.recos	38万	26.96	5.56	2025/2/8	0.33	3.93
5	vianzkie90	32万	22.15	10.48	2025/2/28	0.67	3.71
6	kimmm851	32万	38.19	40.07	2025/2/15	0.78	2.91
7	kristinevitable	28万	16.12	9.05	2025/6/5	1	2.73
8	simwood.sport	26万	24.3	12.71	2025/3/7	1	2.89
9	dermorepubliq	26万	52.4	3.96	2025/10/16	1	3.86
10	realme.philippines	25万	4.38	4.69	2025/2/15	0.66	3.92

越南GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	goya.official	41万	3.77	0.64	2025/7/8	0.87	2.95
2	hoaminzy_hoadambut	39万	42.43	47.62	2025/1/7	0.37	2.98
3	cuthoc8888	30万	35.62	22.84	2025/3/4	0.32	4.4
4	cocoon.vietnam	30万	3.45	0.55	2025/5/18	0.9	2.98
5	mqskin.tuyendoan	28万	2.84	0.38	2025/10/13	1	3.45
6	saiza.taylonggiat	26万	49.88	5.15	2025/1/18	0.73	2.55
7	tunpham97	24万	13.84	17.66	2025/3/21	0.38	3.41
8	quyenleoreview	24万	42.02	9.83	2025/3/25	0.97	3.06
9	cam.cosmetic	23万	48.5	16.77	2025/4/17	1	3.18
10	cerave.vietnam_official	22万	84.84	2.8	2025/7/29	1	3.62

新加坡GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	honorsingapore	13万	0.96	0.16	2025/9/25	0.97	3.29
2	hithisizack	12万	2.64	1.09	2025/4/16	0.84	2.97
3	densonccc	8万	0.75	0.29	2025/10/9	0.85	2.27
4	ismeggwen	7万	0.17	0.07	2025/7/23	0.65	1.98
5	jjaxuanwithnof	6万	1.91	1.51	2025/3/22	0.32	2.24
6	xianexy	6万	1.71	0.9	2025/5/22	0.95	1.77
7	medicube_sg	6万	0.55	0.03	2025/8/20	1	1.96
8	helloimagination	6万	1.11	0.17	2025/3/5	0.94	2
9	mrsmafood	4万	0.83	0.13	2025/9/20	0.99	2.25
10	dewychoo	4万	1.8	1.49	2025/3/13	0.27	2.45

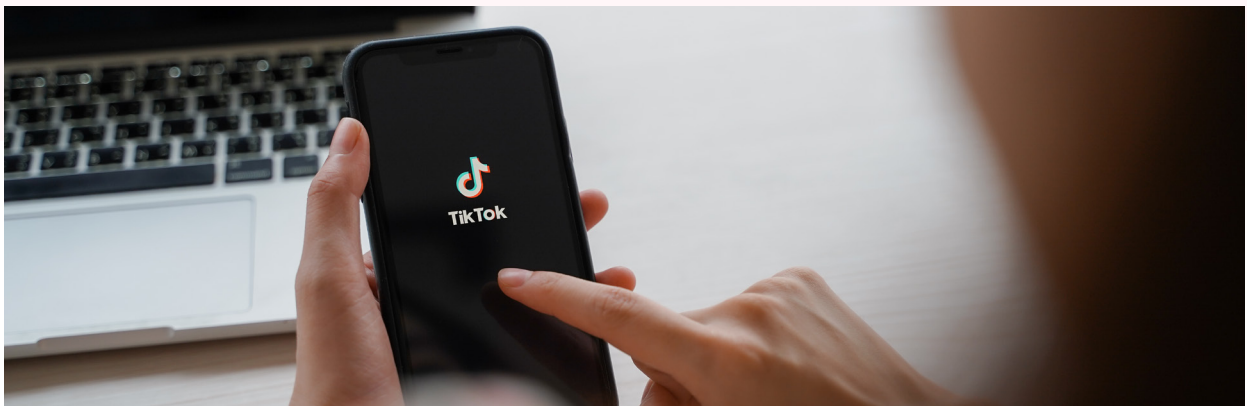
「数据来源: Kalodata, 由TT123综合整理」

在拉美，墨西哥和巴西站上线时间较短，短视频带货GMV表现依旧可圈可点。

Kalodata数据显示，2025年墨西哥和巴西TOP带货视频GMV均突破20万美元，尤其墨西哥@soysuale仅用374万播放就达成13万美元GMV，视频转化极为可观，达人“tokshopfind”有两则视频上榜，体现了持续产出爆款的能力；在巴西站点，TOP10带货视频广告投资回报率整体处于高位，说明基于人口红利的流量打法在巴西仍具有一席之地。

墨西哥GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	meif_espinosa	25万	32.19	68.67	2025/4/3	0.45	3.7
2	diary.clari	13万	5.24	7.36	2025/4/22	0.8	2.91
3	karyamm	13万	40.95	17.47	2025/8/12	0.49	4.16
4	soysuale	13万	3.74	3.31	2025/6/2	0.94	2.76
5	alondra.galindor	13万	20.09	14.48	2025/5/25	0.72	3.17
6	gaby_access	12万	5.6	3.08	2025/10/29	0.74	3.05
7	kals_alex	10万	24.1	43.65	2025/5/20	0.14	3.2
8	tiktokshopfindsmx	10万	25.07	59.66	2025/6/19	0.58	3.83
9	tiktokshopfindsmx	10万	41.27	100.3	2025/7/10	0.96	3.8
10	descuentos_tiktokshop	10万	3.98	9.06	2025/5/20	0.44	2.9



巴西GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	maicon.tiktok.shop	21万	77.27	166.93	2025/10/11	0.17	4.4
2	keycianecruz	13万	34.45	56.54	2025/10/16	0.25	4.27
3	lealrecomenda	13万	26.77	20.46	2025/11/13	0.8	4.04
4	dudashopttk	13万	33.4	21.44	2025/12/3	0.48	4.39
5	guhfontes_	11万	20.7	11.48	2025/11/1	0.71	4.22
6	marinatheesr	10万	15.44	23.84	2025/11/6	0.16	4.33
7	idailysarah	10万	19.03	28.05	2025/9/19	0.78	3.63
8	lunabshopp	10万	30.11	22.64	2025/12/7	0.33	4.22
9	camishop02	10万	25.73	33.25	2025/10/7	0.98	3.48
10	marialiviaas	10万	29.98	28.17	2025/9/11	1	3.41

2025年，得益于内容带货在欧洲本土持续渗透以及TikTok Shop的密集布局，短视频带货成为撬动GMV增长的关键支点。根据Kalodata，2025年，英国站达人GMV总值为15.09亿美元，TOP10带货视频累计GMV为410万美元，TOP带货视频GMV贡献比值约为2.7%，高于美国站但普遍低于东南亚站，说明流量对于销量仍有一定的号召力。

在德国、法国等新站点，单个达人发布的多条带货视频跻身TOP10榜单，说明消费者对于特定达人有粘性，而在意大利、西班牙站点，视频带货仍属于发展阶段，TOP1带货GMV不足10万美元；其次从ROAS数值看来，欧洲站点的广告投资回报率较低，说明内容是否有趣、达人是否有吸粉魅力仍是消费者的首要考虑，也是撬动转化的主要动因。

英国GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	meganclements__	94万	12.28	3.67	2025/2/15	0.57	3.19
2	nigelhegartyy	41万	6.3	2.68	2025/1/28	0.18	1.53
3	amytaylor417	41万	11.25	1.39	2025/8/15	1	2.76
4	hanandkal	41万	11.34	2.87	2025/10/1	0.91	3.08
5	lauradoddi	35万	10.07	3.16	2025/9/30	1	2.82
6	soph.h32	33万	5.53	1.35	2025/11/18	0.34	3.98
7	jaabbex	33万	8.42	3.94	2025/8/31	1	2.75
8	courtneygreenx	32万	2.31	1.85	2025/1/8	0	-
9	thetiktokedit1	30万	4.68	1.13	2025/11/4	0.68	3.23
10	hanmaexx	30万	7.46	1.65	2025/6/6	0.33	3.14

德国GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	pizzaquads	15万	11.4	7	2025/8/30	0.51	3.65
2	pizzaquads	13万	8.5	5.8	2025/9/28	0.48	3.68
3	produktschmiede	12万	3.18	2.05	2025/11/25	1	3.08
4	likedanny	11万	2.5	0.66	2025/6/20	0.82	2.14
5	themo10700	11万	4.46	4.41	2025/11/26	0	-
6	dejangarz	11万	7.57	4.37	2025/11/25	0.67	3.46
7	produktguru	11万	10.18	6.14	2025/11/11	0.57	3.99
8	pizzaquads	11万	6.36	5.33	2025/7/28	0.36	2.99
9	pizzaquads	10万	7.46	7.18	2025/8/30	0.81	3.33
10	nimakhodae	9万	3.85	4.12	2025/11/22	0.85	3

法国GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	mikeletiktokeur	19万	19.5	4.3	2025/6/25	0.99	3.02
2	monshowroommakeup	8万	8.75	7.45	2025/9/1	0.72	3.34
3	bonplandenils	7万	6.96	1.57	2025/6/29	0.97	2.69
4	yao_ag	7万	2.74	1.94	2025/7/23	0.78	2.53
5	pnnlaura	6万	3.23	4.64	2025/6/13	0.71	2.33
6	manonshony	6万	9.24	3.62	2025/11/2	0.21	3.84
7	ludosansfiltre	6万	11.14	8.25	2025/9/24	0.53	3.82
8	audreynoelsaba	5万	5.66	1.34	2025/11/2	1	2.99
9	24.amelie_	5万	4.46	10.08	2025/9/28	0.12	3.11
10	vakart	5万	9.57	3.1	2025/8/19	0.88	2.95

西班牙GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	dani_alcarria	8万	19.18	7.4	2025/4/26	0.37	2.96
2	evalopez_fit	7万	5.91	2.22	2025/12/6	0	-
3	luciaa.vr	7万	6.77	3.09	2025/11/22	0.23	3.2
4	miguelassal	6万	9.84	13.68	2025/9/12	0.61	2.95
5	ruben_nouhome	6万	16.53	11.94	2025/7/29	0.58	3.84
6	ruben_nouhome	6万	9.24	4.38	2025/8/25	0.93	2.81
7	chotas.ttshop	6万	9.8	15.04	2025/11/12	0.67	3.69
8	evalopez_fit	6万	4.77	1.35	2025/12/8	0	-
9	dani_alcarria	6万	12.28	3.74	2025/7/1	0.7	3.41
10	ofertairresistible	5万	7.08	6.46	2025/11/14	0.33	3.01

意大利GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	ponifogu	7万	6.11	1.7	2025/7/3	0.97	2.75
2	moero_official	7万	6.77	0.66	2025/11/5	1	2.96
3	famiglia2.3	6万	3.19	1.18	2025/11/2	1	2.63
4	veroonixca	4万	4.46	2.36	2025/9/30	1	2.47
5	yle.944	4万	1.31	0.44	2025/10/18	0.92	2.36
6	fischiapodcast	4万	6.8	2.73	2025/6/3	0.24	2.22
7	luca403039	4万	5.25	4.67	2025/11/27	0.1	3.14
8	moero_official	4万	8.3	6.64	2025/11/27	0.96	3.45
9	luca403039	4万	4.22	7.22	2025/11/20	0.85	3.02
10	prezzi_migliori	4万	7.41	21.41	2025/9/11	0.35	3.1

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

在日本，2025年GMV TOP视频的带货GMV为9万美元，随着短视频带货在当地逐渐深入人心，仍有大好发展前景。

日本GMV Top 10电商短视频榜单

排名	达人账号	GMV (\$)	总播放量 (百万)	总点赞 (万)	发布日期	广告流量占比	ROAS
1	shoaya_2life	9万	10.98	4.92	2025/8/15	1	3.06
2	maru_disney21	7万	9.59	5.38	2025/8/23	0.66	3.72
3	vitas.official.jp	7万	8.63	1.45	2025/8/29	1	2.75
4	luana.beauty.05	6万	16.94	9.74	2025/9/10	0.47	3.91
5	a_pple_pie	6万	6.47	2.4	2025/11/5	1	3.07
6	oshima_miku	6万	10.69	6.53	2025/8/29	0.82	2.88
7	magicjohn.japan	6万	12.48	10.86	2025/7/24	0.57	3.4
8	amemiii_nancy	5万	5.61	7.09	2025/11/25	0.65	3.63
9	no1_neat	5万	3.77	3.02	2025/11/6	0.77	2.78
10	titeizin.official	5万	7.78	4.88	2025/8/4	0.57	3.13

直播带货迎爆发式增长

凭借实时互动性的趣味性与即时转化的高效性，直播带货已迅速崛起，与短视频带货共同构成驱动TikTok Shop全球GMV增长的又一引擎。



根据Kalodata，2025年，GMV TOP1带货直播间由泰国达人@janeydm在10月12日发起，这场直播销售的是美妆个护类产品，历经约13小时直播，最终录得GMV 132.8万美元。

GMV排名第2的直播由中国潮玩品牌泡泡玛特在新加坡站点发起，凭借LABUBU这一超强IP，以及直播拆盒、限时抢购等玩法，最终取得GMV 125.2万美元；GMV排名第3的直播间来自印尼手机与电子产品达人@kohcun，约123个小时的马拉松式直播最终斩获GMV 120.8万美元，第4、第5名的直播间分别来自美国黑五主题直播和英国“CEO is back”主题直播。

可以看到，直播间GMV排名靠前的多为TikTok Shop核心站点，加码直播时长、迎合大促主题、贴近消费潮流趋势等不同因素加持，成为各站点直播间销量走高的动因。而在新站点中，日本站凭借强劲购买力成为新站点中直播GMV TOP1站点，随着直播带货在各市场兴起，未来还将持续释放增长活力。

2025年TikTok Shop各国Top1直播间排名

排名	国家	直播名称	类目	达人名称	直播日期	直播时长 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	泰国	เงินนี้มาแล้วจ้า	美妆个护	janeydm	2025/10/12	795.95	132.8万	2537.4
2	新加坡	Welcome to POP MART !!!	玩具及游戏	popmart.sg.shop	2025/2/24	480.62	125.2万	5.2
3	印尼	AWAL BULAN MURAH	手机和电子产品	kohcun	2025/11/30	7,390.75	123.1万	261.1
4	美国	BLACK FRIDAY MEGA LIVE	美妆个护	simplymandys	2025/11/26	749.7	120.8万	136.3
5	英国	The CEO is back 🤔	美妆个护	plmakeupacademy	2025/8/31	843.22	96.6万	153.2
6	菲律宾	3.15 Payday KLS	珠宝及配件	marigoldphilippines	2025/3/19	601.82	86.4万	8.3
7	日本	LIVE配信カレンダー	美妆个护	enyonjin	2025/10/26	2,577.87	68.3万	144.2
8	越南	MEGALIVE 36H - EM XINH DEAL XIN	鞋、女装和内衣	ngoctrinh89	2025/8/8	2,308.43	62.4万	600.1
9	马来西亚	Cikgu Shaari 11.11 Super Sale!	珠宝及配件	cikgu.shaari_	2025/11/7	927.33	47.0万	53.0
10	墨西哥	1er MEGA LIVE	保健	hekkerphood	2025/3/30	252.63	17.5万	5.0
11	意大利	Riapertura Allycore	美妆个护	allydollina	2025/11/4	159.68	13.7万	19.4
12	巴西	BLACK FRIDAY DA FAMILIA TUBE	美妆个护	viihtube	2025/11/27	492.2	9.8万	62.8
13	德国	Blackweek Aktion Tagesangebot	美妆个护	hanadismarkenwelt	2025/11/28	658.63	5.9万	10.0
14	法国	BLACK FRIDAY 24H !!! 🎁🛒❄️	女装和内衣	fleuretcompagnie7	2025/11/27	1,434.97	5.3万	39.8
15	西班牙	Maletas ultra resistentes	行李与箱包	s7.star.es	2025/6/4	719.72	3.2万	5.7

具体来看，2025年美国 GMV TOP10类目直播间主要围绕年中和黑五两个时间点，围绕大促，官方主导了不同品类的大促直播活动，其中黑五期间的美妆个护直播间创下136.33万人次观看，120.8万美元GMV。

值得一提的是，中国品牌OQ Hair（假发品牌）、麦瑞克（运动器材品牌）、泡泡玛特（潮玩品牌）也在黑五期间创下年度直播GMV峰值。这表明，品牌正将电商大促的流量风口与直播的内容场深度结合，将其转化为年度销售爆发点。

2025美国Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	BLACK FRIDAY MEGA LIVE	simplymandys	2025/11/26 18:00	749.7	120.8万	136.33
2	女装与内衣	Black Friday Cyber Monday LIV	highland.fashion7	2025/11/13 12:25	6035.58	40万	130.78
3	保健	Mega Live - Daisy & Carla Saenz	daisycabral_	2025/4/16 17:00	815.68	56.6万	116.16
4	运动与户外	Black Friday Cyber Monday LIVE	merach.us	2025/11/24 2:18	10253.65	24.2万	48.82
5	手机与电子产品	Plug's Black Friday Mega Live 🔥	plugbettertech	2025/11/27 16:04	735.27	16.6万	48.95
6	时尚配饰	Black Friday Cyber Monday LIVE	oqhairshop	2025/11/28 11:35	5548.68	13.5万	23.8
7	家居用品	BLACK FRIDAY MEGA LIVE ⚡❤️	mawwicksfrances	2025/11/28 16:40	835.75	11万	12.2
8	收藏品	SKULLPANDA New Arrivals Live	popmart.uslocalshop	2025/6/5 22:57	485.12	48.1万	82.17
9	家用电器	Cordless vacuum cleaner 🙌👍	bana2267	2025/6/20 15:51	16954.58	20万	42.79
10	玩具和游戏	New Launch Day!	popmart.usshop	2025/11/13 21:51	1991.13	80.3万	104.53

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

在东南亚，从观看人次来看，印尼、越南、泰国消费者对于直播带货有着更高的参与度，这与其市场发展早、用户习惯培养深密切相关；在菲律宾、新加坡等地，虽然观看人数有限，但转化率却不低，以菲律宾美妆个护品类的TOP直播间为例，该直播间的观看人数仅为3000+，GMV贡献达到了45万美元，就转化而言同比热门站点高出许多，说明直播带货在当地仍有发展前景。

此外，一般来说，直播间GMV数值与其所属类目在当地的热度呈正相关，偏小众类目的用户购物习惯还亟待养成。

2025印尼Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	Promo Guncang 12.12	louissescarlettfamily	2025/12/12 2:00	1329.75	17.8万	158.84
2	女装与内衣	FLASH SALE JEANS SERBA 100RB🔥	jiniso.id	2025/4/28 17:26	1413.87	4.1万	5.71
3	手机与电子产品	AWAL BULAN MURAH	kohcun	2025/11/30 22:51	7390.75	114.4万	261.12
4	穆斯林时尚	Ramadan Ekstra Seru	diandramarshas	2025/3/21 9:27	455.02	6.4万	56.92
5	男装与内衣	PROMO DISKON SPECIAL WEEKDAY!!!	aerostreet	2025/5/21 2:19	1000.53	7.1万	7.89
6	食品饮料	hajaTEN 10.10	siswanto140688	2025/10/5 16:34	6640.02	50.1万	92.82
7	汽车与摩托	HEADLAMP DISKON BESAR BESARAN	ayotoled.official	2025/8/16 17:00	10080.85	3万	73.75
8	家居用品	PROMO HEMAT	jastipbyvi	2025/6/24 17:00	1297.95	3.9万	4.25
9	母婴用品	-	babyshop_permata	2025/4/26 3:19	16309.52	66.1万	18.64
10	运动与户外	SPECIAL LIVE SALE!!!	pumaindonesia	2025/8/14 0:58	962.37	2.8万	21.95

2025越南Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	SÍNH LỄ CỰC TO 12/12	chanhbeauty93	2025/12/11 2:59	3302.5	38.6万	637.42
2	女装与内衣	MEGALIVE 36H - EM XINH DEAL XỊN	ngoctrinh89	2025/8/8 3:01	2308.43	35.3万	600.1
3	男装与内衣	04/11 SIÊU SALE CHẠM ĐÁY	thanhdongian.dtt	2025/11/4 13:41	337.35	10.5万	41.5
4	食品饮料	Live Ngày cuối năm Tại Tân Cương	hangkat6668	2025/1/14 4:33	499.87	9.4万	246.55
5	母婴用品	Megalive DEAL NHƯ MƠ TRẦN BỘ NHỚ	thegioimebimsua	2025/3/28 2:00	905.6	20.7万	43.44
6	家居用品	SIÊU SALE ĐÓN MÃ HỜI TOPGIA🛒	topgiahn	2025/8/21 0:20	1047.53	8.2万	15.55
7	手机与电子产品	⚡ MEGALIVE CÔNG NGHỆ 16/07 🎁🛒	luongtoanhang712	2025/7/16 11:53	359.85	10.9万	24.85
8	时尚配饰	MEGALIVE 36H ĐẠI TIỆC GIÁNG SINH	ngoctrinh89	2025/12/19 3:01	2346.17	17.2万	446.79
9	运动与户外	NITRO - BƯỚC NHẼ VỀ ĐÍCH	puma_vietnam	2025/11/14 0:52	1028.87	6.3万	6.72
10	鞋履	MEGALIVE 36H - EM XINH DEAL XỊN	ngoctrinh89	2025/8/8 3:01	2308.43	8万	600.1

2025菲律宾Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	Up to 10% Off on selected items!	detailcosmetics	2025/3/18 17:00	180.25	45万	0.32
2	女装与内衣	pajama on sale	metoofashion1	2025/3/19 9:46	524.2	25.8万	6.42
3	手机与电子产品	POCO Tech Wednesday	pocophilippines	2025/3/19 2:00	719.6	79.3万	1.24
4	男装与内衣	3.19 DISCOUNT SALE	madelnmnl	2025/3/19 10:05	207.85	11.7万	1.38
5	家居用品	MABANGO AT LONG LASTING PERFUME	glowderm.main	2025/3/19 13:49	145.38	10.9万	0.29
6	时尚配饰	GRAND PISO IPHONE/JEWELRYLIVE ❤️	aerieljantolentino	2025/9/9 4:04	573.67	9.7万	226.69
7	母婴用品	UNI-LOVE LIVE EXCLUSIVE!	uniloveph	2025/3/18 21:58	1082.83	54.7万	2.91
8	汽车与摩托	apido chicken pipe.7mm cannister	juncanci1	2025/3/19 10:28	173.9	19.1万	0.88
9	运动与户外	ANTA Brand DAY!!!	anta_globalstore	2025/3/19 1:00	821.55	16万	1.07
10	鞋履	Mia shoes ON SALE!	mia shoes.official	2025/3/18 23:59	961.02	25.3万	3.53

2025马来西亚Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	TikTok Shop Bazar Raya LIVE!	anaszahrin	2025/3/22 16:04	417.92	27.2万	33.15
2	穆斯林时尚	TikTok Shop Bazar Ramadan LIVE!	bulanbintangclothing	2025/3/4 22:09	16759.97	8.9万	99.67
3	食品饮料	🌸 11.11 MEGA SALESSSS !!! 🔥🔥	papalarisofficial	2025/11/5 12:20	112.85	11.4万	11.6
4	女装与内衣	TikTok Shop 11.11 Mega Sale !	pandaeyesofficialstore	2025/11/11 23:00	1079.28	4.8万	29.5
5	手机与电子产品	12.12 LAST VOUCHER SALE	tiktokshopelectro	2025/12/10 22:23	2491.08	8.8万	11.74
6	家居用品	LELONG HABISSSS	aidafitry68	2025/8/29 3:16	1629.15	1.4万	5.83
7	汽车与摩托	TEMAN BUAT QEJA SAT OIII	adib.vinciii	2025/12/25 17:19	214.98	5万	6.91
8	保健	Nak lagi ke adiah??	farhanazahra91	2025/11/13 17:09	77.87	5.7万	5.7
9	时尚配饰	Cikgu Shaari 11.11 Super Sale!	cikgu.shaari_	2025/11/11 12:19	947.98	21.8万	44.35
10	运动与户外	Seluar Track Unisex SALESSS 🙏	lihyingg0330	2025/11/9 21:00	2687.25	5.2万	60.71

2025泰国Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	เจนนีมาแล้วจ้า	janeydm	2025/10/12 8:17	795.95	112.1万	2,537.39
2	女装与内衣	BNK TIKTOK LIVE WITH K.DAO 🧑❤️	bnkbrand	2025/10/20 13:13	229.22	12.5万	14.49
3	食品饮料	โปรคัมมาแล้วว	lookball999	2025/9/24 9:19	5466.35	53.5万	56.71
4	家居用品	BIG EVENT 11.11 WIN DAY	win.william_official	2025/11/11 12:53	269.88	10.5万	459.21
5	保健	เจนนีมาแล้วจ้า	janeydm	2025/10/12 8:17	795.95	19.1万	2,537.39
6	手机与电子产品	11.11 ใครกดทัน..คัม	guntouch	2025/11/10 9:51	2140.57	52.2万	638.23
7	男装与内衣	เสื้อสีตามาก่อนมีไซค์ก่อน เพิ่มชื่อ	kslsport.warrix	2025/10/24 23:24	409.98	4.2万	52.23
8	汽车与摩托	ลดแรง กล้องติดรถยนต์	aston_thailand	2025/7/14 0:39	1201.08	1.5万	1.62
9	运动与户外	เก้าอี้แคมป์ลดยะนะในไลฟ์ 🍉❤️	dcplastic	2025/12/16 12:39	9883.1	9.2万	109.76
10	家居装修	ข้าวหอมมะลิ22กิโล320ส่งฟรี	you.pon0	2025/11/10 8:03	4572.37	4.1万	10.08

2025新加坡Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	🔥🇰🇷 MEDICUBE KOREA SALE!! 🔥	shopwithsasax	2025/2/20 12:44	237.05	10.5万	2.79
2	女装与内衣	FENG SHUI FINALE LIVE!!	branreckaymends	2025/2/13 14:07	220.38	5.8万	2.16
3	手机与电子产品	Electronics Mega Marathon!	baldbodhi	2025/3/2 1:01	1076.15	13.4万	5.88
4	食品饮料	MR POPIAH + ORIENT OCEAN!	branreckaymends	2025/3/3 12:34	208.9	7.6万	1.64
5	家居用品	#TikTokShpSGSale #Raya2025 #fyp	eleganz_kurve	2025/3/18 23:32	151.33	3.4万	0.4
6	保健	DR ORA CRAZY DEALS	angelatanlala	2025/3/1 13:05	128.1	2.9万	0.2
7	时尚配饰	🔥🇨🇳九华山祈福来了!!	shopwithsasax	2025/2/16 2:28	346.65	5.3万	2.56
8	珠宝配饰	2-8 MARCH SUPER SALE!	branreckaymends	2025/3/6 12:31	270.22	4.4万	2.56
9	玩具和游戏	Welcome to POP MART !!!	popmart.sg.shop	2025/2/24 4:00	480.62	118万	5.18
10	家用电器	🎄Christmas Marathon 🎄	thejianhaotan	2025/12/6 8:02	806.45	4.9万	22.32

「数据来源: Kalodata, 由TT123综合整理」

在拉美，得益于TikTok前期积攒的庞大用户基数，TikTok Shop的直播带货玩法在上线后不久，即为当地用户所追捧，Kalodata数据显示，巴西站TOP1直播间GMV已与新加坡TOP1直播间持平，前者为9.6万美元，后者为10.5万美元。墨西哥站的保健类直播间甚至实现对旧站点的反超，达到12.6万美元。

直播间类型方面，巴西和墨西哥站GMV TOP3直播间均来自美妆个护、手机与电子产品、女装与内衣类目。

2025墨西哥Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	PROBANDO TODO DE PINK UP!	pinkupcosmetics	2025/4/14 18:00	120.52	3.9万	3.05
2	手机与电子产品	Buen Fin Official	infinixmexico	2025/11/15 15:37	862.93	1.9万	25.54
3	女装与内衣	Super De Ropa	superderopa.mx	2025/11/14 16:36	826.9	2.6万	27.61
4	保健	1er MEGA LIVE	hekkerphood	2025/3/30 1:59	252.63	12.6万	5.01
5	运动与户外	Ventas tiktokshop	carloozz8	2025/12/29 23:19	210.43	2.6万	3.38
6	家居用品	Show de Luces Navideñas	easytao_comercializadora	2025/11/27 15:02	748.73	0.8万	7.52
7	男装与内衣	OFERTONES yestore 08 DIC	yestoreonline	2025/12/10 11:58	1094.87	1万	11.44
8	鞋履	Buen Fin Official	calzadoandy_mx	2025/11/16 13:57	1175.65	1.7万	21.75
9	厨房用品	ELEGATE te menciono	elegate	2025/10/9 16:17	488.63	2.4万	3.65
10	家居装修	50% de descuento hoy 🐱👉		2025/4/11 20:10	411.63	0.4万	2.98

2025巴西Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	BLACK FRIDAY DA FAMILIA TUBE	viihtube	2025/11/27 13:19	492.2	9.6万	62.81
2	女装与内衣	Oferta Relâmpago ⚡	garcia_indica	2025/10/6 11:34	577.92	3.8万	11.21
3	手机与电子产品	Super ofertas exclusivas !	livepann	2025/11/9 18:01	671.42	2.5万	27.44
4	保健	24H BLACKFRIDAY MAGNÉSIO PROMO	patrickbeneducci	2025/11/28 15:23	702.48	1.5万	10.91
5	运动与户外	LIVE ESPECIAL DE 10K SEGUIDORES	vangaosapato	2025/7/2 22:24	160.63	1.9万	4.62
6	工具与配件	LIVE Oportunidade BLACK FRIDAY	loretto1233	2025/11/20 17:55	1079.6	1.8万	15.8
7	家居用品	-	mim.indica	2025/11/9 8:20	831.83	1.5万	27.87
8	厨房用品	Promoção Relâmpago	garcia_indica	2025/11/28 22:07	249.05	2.1万	12.11
9	男装与内衣	-	nusa.maria	2025/10/9 8:39	351.43	1.3万	16.43
10	箱包	Tomi Mito **muito Beneficios**	tomi__mito	2025/10/17 16:00	598.5	8.1万	23.41

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

2025年，直播板块在TikTok Shop英国站点表现亮眼，TOP直播间单场GMV达到接近百万美元，观看人次达到了153.23万人次，另一观看人次破百万的直播间是保健品直播间，历经约80个小时直播，观看人次突破百万，但就GMV贡献而言，保健品因难以有直观的效果对比，GMV落后于女装与内衣、玩具与游戏等品类。

在新站点中，意大利站创下了直播带货GMV峰值，该所属类目为美妆个护的直播用时约3小时达成13.7万美元，GMV大幅领先于其他新开站点，说明欧洲消费者目前更习惯于通过短视频内容接入购买行为，直播间购买习惯亟待养成。

2025英国Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	The CEO is back 🤖	plmakeupacademy	2025/8/31 9:04	843.22	96.6万	153.23
2	女装与内衣	Spring Sale Key Live Session	virgoboutiques	2025/3/28 9:19	825.08	16.9万	14.23
3	家居用品	Yass Clean Mega Brand Day	yassclean	2025/6/30 5:59	901.28	5.5万	15.77
4	运动与户外	Treadmill 🏃	chloecr3	2025/9/15 14:43	384.72	2.9万	5.78
5	手机与电子产品	NEW YEARS DAY SALES!! 🔥🔥🔥	todaysshoppicks	2025/1/1 18:28	177.08	3.7万	7.81
6	保健	-	q131452092	2025/8/28 1:07	4381.2	8.2万	118.87
7	玩具和游戏	Super Brand Day 🎉	popmart.uk.online	2025/10/18 13:00	484.48	16.4万	16.56
8	食品饮料	TRIP LIVE	trip.drinks	2025/9/19 9:00	720.45	3.7万	5.05
9	家用电器	Ninja Super Brand Day Live	ninjakitchenuk	2025/10/4 8:30	775.92	10.8万	28.15
10	时尚配饰	VR XXL SCRUNCHIE ADVENT LAUNCH💖	vvictoriarose	2025/11/18 10:01	610.03	2.6万	9.88

2025意大利Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	Riapertura Allycore	allydollina	2025/11/4 16:31	159.68	13.7万	19.43
2	手机与电子产品	NAPOLI	newmartina	2025/11/2 16:03	51.18	3.9万	4.28
3	女装与内衣	Prepariamo ordini 🍓	gretaasantarelli	2025/6/4 11:07	368.27	1.6万	15.57
4	家用电器	Benvenuti nella mia LIVE	mr.aspirapolvere	2025/7/21 6:31	123.63	0.8万	1.39
5	时尚配饰	3 ore 3 offerte!	annaira.collection	2025/6/4 10:01	200.48	2.9万	3.02
6	食品饮料	NONNA SILVI SHOP 🛍️	nonnasilviofficial	2025/6/4 9:13	143.53	3.1万	4.26
7	家居用品	Xmas Super Deal	aviliahome	2025/12/2 13:02	212.2	0.2万	1.98
8	运动与户外	Tapis Roulant a prezzo da Urlo!	spotteoeclarissa	2025/12/18 6:58	49.45	0.3万	1.19
9	箱包	Benvenuti nella mia LIVE	moero_official	2025/11/21 10:01	539.65	1.1万	3.75
10	保健	LIVE 300625	farmaciestilo	2025/7/18 11:07	174.9	0.5万	2.46

2025法国Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	LE LIVE BEAUTÉ DE L'ANNÉE 🧐	marioncameleon	2025/11/27 17:45	258.92	2.5万	6.59
2	手机与电子产品	Flash deals	aderecording	2025/11/20 19:31	628.67	1.1万	3.08
3	女装与内衣	BLACK FRIDAY 24H !!! 🎁🛒🎁	fleurfratacci	2025/11/27 19:00	1441.62	3.1万	41.44
4	运动与户外	Tapis de course France:Soldes!	umay.fit	2025/11/27 10:05	1044.63	1万	2.42
5	时尚配饰	Live vente privée 🎁💖	graindecafee	2025/12/6 19:51	223.9	1万	4.83
6	家用电器	PROMO BLACK FRIDAY AIRFRYER 🥰	clembonplan	2025/11/18 8:11	517.97	1.8万	6.24
7	男装与内衣	#solde	bonhommeboutique2	2025/7/15 19:34	204.12	0.4万	1.68
8	保健	欢迎光临我的直播	sain.dao	2025/6/4 19:20	98.13	0.8万	0.91
9	玩具和游戏	LOTS DOUBLÉS CE SOIR 🎁	candymixfrance	2025/8/22 18:39	238.62	0.3万	12.23
10	家具	1er jour du black Friday 🖤🥰	mobilierchic	2025/11/21 10:13	762.67	1.7万	1.92

2025西班牙Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	Directo OFERTONES !!	tiendaselcastor_oficial	2025/6/4 18:05	184.23	1.5万	1.53
2	手机与电子产品	Te doy la bienvenida a mi LIVE	kiwi_xu	2025/11/21 19:59	244.8	2.3万	5.84
3	女装与内衣	Bienvenido reinas ✨	nil_xia	2025/6/4 19:16	193.88	2.4万	2.68
4	保健	Suplementos, descuentos y sorteos	nutralie	2025/6/4 14:17	100.7	1.1万	1.1
5	汽车与摩托	🌟 ESPECIAL NAVIDAD OFERTAS ✅	nicottshop	2025/12/23 13:14	242.97	1万	2.37
6	家用电器	🌟 ESPECIAL BLACK FRIDAY 🌟	nicottshop	2025/11/30 6:51	131.6	0.4万	1.89
7	运动与户外	live de tiktokshop 😔😔😔	asturianuderaza	2025/12/25 20:54	264.75	0.6万	1.35
8	食品饮料	Feliz todos los días ❤️❤️❤️	despegue026	2025/6/4 15:17	230.05	0.9万	1.34
9	家居用品	SACOS SORPRESA NAVIDAD	vikguiraoshop	2025/12/14 14:00	250.58	0.6万	6.55
10	男装与内衣	12:12:12	totamona_shop	2025/12/12 11:04	442.28	0.4万	5.55

2025德国Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	1 + 1 Aktion	lsq24.de	2025/10/22 16:26	215.07	4.4万	5.06
2	手机与电子产品	Mega Deals Livestream	xiaomi.deutschland	2025/10/29 16:00	180.77	3万	4.79
3	家用电器	Weihnachts Deals %	casiraghi99	2025/12/10 8:03	253.78	1.1万	1.49
4	女装与内衣	Cozy Layers Collection 🍷🍷	trend.lounge	2025/10/5 17:09	341.82	3.4万	8.65
5	运动与户外	Welcome to the good live ❤️	dienuni	2025/6/18 8:06	139.7	1.5万	3.38
6	保健	More Black Friday LIVE 🎁🎁	morenutrition.de	2025/11/28 10:00	131.07	0.3万	1.29
7	收藏品	ESKALATION PRB02 BREAK	cascabreaks	2025/8/2 19:31	389.62	3.2万	4.77
8	男装与内衣	新活动	herrenfashion	2025/11/28 10:13	359.57	0.6万	1.1
9	食品饮料	Asia Food Stream	maomaosupermarket	2025/5/26 14:42	122.58	1.8万	1.88
10	汽车与摩托	Produkt-Test 😊	erdem.sa_	2025/12/14 8:52	203.03	1.5万	2.67

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

日本站是2025年新开站点中直播带货表现最强劲的站点，TOP10类目下TOP10直播间录得GMV分别为35.5万美元、14.9万美元、7.9万美元，其中有3个类目TOP直播间观看人次破400万。值得一提的是，保健用品在日本站表现出了在其他站点不同的强势，原因在于，一方面日本人消费力更强，其次是日本人更看重成分而非即时效果，结合以上，卖家在深入直播领域时不光要注意趋势、需求，更要把握消费者心态有的放矢。

2025日本Top10类目下Top 1直播间

排名	类目名称	直播名称	达人名称	创建日期	持续时间 (Min)	GMV (\$)	总观次 (万次)
1	美妆个护	LIVE配信カレンダー	enyonjin	2025/10/26 19:59	7696.43	35.5万	456.91
2	女装与内衣	LIVE配信カレンダー	enyonjin	2025/10/26 19:59	7696.43	14.9万	456.91
3	手机与电子产品	最大30パーセントオフクーポンあるよ～	sena..222	2025/12/30 22:03	708.12	2.5万	56.3
4	食品饮料	滋賀米配信!! 新米の甘さの秘密を徹底解説!!	okome_toki	2025/11/11 9:03	358.87	7.5万	57.95
5	玩具和游戏	Shigetsuの配信ようこそ!	mellojoylive	2025/8/30 11:00	293.05	2.7万	8.05
6	男装与内衣	LIVE配信カレンダー	enyonjin	2025/11/5 20:01	267.38	1.3万	22.14
7	箱包	live	sevenfairy_mama	2025/12/9 7:38	355.82	2.5万	3.55
8	保健	秋の収穫トクトクセール! 特典満載企画始まります～	joshinoasami	2025/9/27 22:11	3564.42	7.9万	42.44
9	家用电器	LIVE配信カレンダー	enyonjin	2025/10/26 19:59	7696.43	1.5万	456.91
10	时尚配饰	コメント欄賑やかすぎ! 見に行かないの?	andrewbootonb24817	2025/9/28 10:00	232.13	3.6万	4.7

「数据来源：Kalodata，由TT123综合整理」

TT123xKalodata联合专访



kohcun  Kohcun

[关注](#) [消息](#) [+](#) [↔](#) [...](#)

85 已关注 2.1M 粉丝 26.7M 赞

Loker cohost wanita evostartiktok@gmail.com
Tidak Ada Akun Admin/Rekapan Tidak pernah DM atau WA

kohcun

TikTok Shop印尼站 3C类目 TOP带货联盟达人

“ 人类的情绪和感受是独一无二的，2026年的AI
还无法取代靠信任建立影响力的创作者 ”

数据概览

TikTok粉丝 210万+

全网粉丝 500万+

2025年达成GMV 约3亿人民币

Q1

请Kohcun 简单介绍一下自己，以及团队是如何在TikTok Shop发展到今天这样的规模？

A1

我叫Kohcun，来自北京门客的Pematangsiantar。2020年，我在TikTok上传评测小工具的视频，这是我与TikTok Shop结缘的起点。到2021年，TikTok Shop正式进入印尼市场，我是最早被邀请合作做带货联盟的达人之一。我独自搬到雅加达，决定全心投入直播，从零开始学习，在自己的小房间里直播9-12小时，拍摄剪辑都是我一个人。之后团队逐渐壮大，2025年我们达成GMV约3亿人民币。我的人生原则是：持续学习，从错误中爬起。

Q2

在选择推广产品时，Kohcun 会优先查看哪些数据或信息？

A2

Kohcun 是行业公认非常严谨的带货联盟达人，我本人非常重视“信任”两个字，所有商品我们都会检查其品质、价格、许可证，在Kalodata检查评价、商品PQP。我们一向保持谨慎和对消费者的负责的态度，确保产品对所有人都有用处。

Q3

随着 AI 技术越来越发达，越来越多创作者和品牌使用它来制作内容，Kohcun 如何看待AI对2026年TikTok Shop的影响？

A3

人类是独一无二的，人类有情绪、有感受。我们作为创作者是靠故事、靠信任来建立影响力的，因此我认为在2026年，AI还无法取代真实的人类。

Q4

请Kohcun对刚开始做带货联盟达人的新人给一些经验分享或建议。

A4

很多带货联盟达人入行就急着卖货，其实这并不可取。带货联盟达人的起点应该是内容创作者，先把视频做出来，建立观众，收集数据，进而了解受众。带货联盟达人不是只靠 GMV“撑场面”，销售能力、提升产品价值的的能力、触达用户痛点的能力，这些才是长期主义的基石。

MCN机构成带货主力

2025年，大量中国MCN选择出海再创增长动能。三只羊、美ONE、遥望科技等国内耳熟能详的MCN机构在今年均有出海动作，三只羊以TikTok Shop为落脚点进驻了东南亚和拉美市场，美ONE和遥望科技剑指美国市场，不过，国内MCN机构出海虽是行业方向，但目前暂未有MCN机构在目标市场跻身头部，其潜力仍待市场拆解。

2025年，美国TOP10 MCN机构主要来自美妆个护类目，带货总GMV超10亿美元；东南亚站点的TOP10 MCN机构主要来自美妆个护、食品饮料、家居用品等，也是站点GMV贡献的主要来源之一；欧洲站点TOP10 MCN机构主要来自美妆个护、女装及内衣、手机及电子产品等，拉美站点TOP10 MCN机构主要来自美妆个护，日本站点TOP10 MCN机构主要来自美妆个护、食品饮料，新站点的MCN机构带货矩阵尚未形成，将会是未来中国MCN寻求增长机遇的主要战场。

2025年TikTok Shop 美国MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	TABOOST	美妆个护	1.71亿	280
2	The Alps Us	美妆个护	1.49亿	277
3	Social Army	保健	1.37亿	201
4	Outlandish US	美妆个护	1.30亿	462
5	Thundrr	美妆个护	1.04亿	303
6	CarterPulse	美妆个护	1.01亿	514
7	Brands Meet Creators	美妆个护	7589万	687
8	AFM Agency	美妆个护	7432万	311
9	NextWave	美妆个护	7244万	321
10	Grail	美妆个护	7043万	225

2025年TikTok Shop 印尼MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	MEA Digital Marketing	手机与电子产品	8176万	1590
2	FOLAGO	手机与电子产品	6345万	157
3	YUXI JAYATAMA	美妆个护	5817万	417
4	DCT	手机与电子产品	5609万	273
5	ONE LINK MEDIA	美妆个护	3940万	148
6	Agensi Anak Bangsa	手机与电子产品	3780万	67
7	EvoStar	手机与电子产品	3698万	3
8	FYC	美妆个护	3238万	312
9	VOBI	母婴用品	3014万	732
10	Haluan Digital	手机与电子产品	2958万	364

2025年TikTok Shop 泰国MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	SHOPGENIX Co., Ltd.	食品饮料	1.25亿	3406
2	YOUPIK.TH	美妆个护	7389万	314
3	Vega Creator Academy By Artee Media	手机与电子产品	4468万	331
4	RiseNova	美妆个护	4274万	271
5	DD trade	美妆个护	2940万	3
6	NZ MCN	食品饮料	2820万	194
7	GreyRhino TH	美妆个护	2159万	163
8	CUTE LIVE PRODUCTION	家具	2069万	16
9	MOCA CREATIVE MEDIA	美妆个护	1943万	1358
10	MCN_MinProductive	家居用品	1924万	8

2025年TikTok Shop 越南MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	PHS GROUP	女装与内衣	6888万	693
2	Melive MCN	美妆个护	5931万	407
3	SONNET	女装与内衣	5699万	662
4	NST Digital	女装与内衣	4623万	335
5	UpBase Technology Joint Stock Company	美妆个护	3379万	245
6	BMS PARTNERS	家居用品	2678万	191
7	SINGO	女装与内衣	2601万	104
8	BYSCOM	美妆个护	2140万	228
9	TRUE NETWORK	美妆个护	2052万	14
10	HEPMIL VIETNAM	手机与电子产品	1702万	37

2025年TikTok Shop 马来西亚MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	LV Media	美妆个护	1.03亿	825
2	ZLCH-MY	美妆个护	6796万	1024
3	STORE N GO ACADEMY	美妆个护	4144万	1233
4	Three Kittens	穆斯林时尚	1733万	234
5	ZLCH	美妆个护	1695万	343
6	Appledot Studio	厨房用品	1045万	276
7	TED	美妆个护	1013万	291
8	BIG HOST AGENCY SDN BHD	运动与户外	991万	9
9	SEA IDEAL Malaysia	美妆个护	749万	31
10	ULTRA MOON	美妆个护	747万	46

2025年TikTok Shop 菲律宾MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	ICONIFY	女装与内衣	3012万	111
2	QQEnglish	食品饮料	2636万	66
3	GLOBAL MEDIA	男装与内衣	883万	303
4	SYJL Rich8	美妆个护	563万	2
5	Three Ants Trade corporation	手机与电子产品	530万	23
6	Unbox Diaries	手机与电子产品	523万	5
7	DSGSHS media	美妆个护	430万	125
8	AnyMind Philippines Inc	保健	366万	73
9	Star Digital Solutions	美妆个护	364万	44
10	TRND Marketing	美妆个护	354万	140

2025年TikTok Shop 新加坡MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	ALL OUR DESTINY	手机与电子产品	351万	5
2	Visual Reels Media	手机与电子产品	305万	11
3	VEDAWIN HOLDINGS	美妆个护	290万	17
4	Innovative Hub (SG) Pte Ltd	美妆个护	226万	39
5	AROUND AGENCY SINGAPORE	美妆个护	219万	24
6	Miracle Q1	家居用品	200万	981
7	Miracle Brand Collaboration	男装与内衣	144万	200
8	MYBKK PTE. LTD.	美妆个护	122万	1
9	Mingdao Technology	女装与内衣	119万	165
10	Sailwind	美妆个护	118万	79

2025年TikTok Shop 英国MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	TT MEDIA	女装与内衣	1.01亿	410
2	Liveology UK	美妆个护	6335万	382
3	I.F. CONCEPT LTD	美妆个护	4785万	187
4	VibraVerse	女装与内衣	4749万	677
5	Influ	美妆个护	4233万	566
6	Flair MGMT	女装与内衣	2769万	99
7	Mesoo	女装与内衣	2306万	119
8	Grail Talent	美妆个护	2168万	107
9	Boundless MGMT	女装与内衣	1907万	196
10	HonestCreators	美妆个护	1449万	125

2025年TikTok Shop 德国MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	Creatorflow	美妆个护	583万	60
2	fyy	手机与电子产品	444万	153
3	Papaya Given Agency	美妆个护	352万	33
4	ENKIME	美妆个护	235万	67
5	Adbaker GmbH	家用电器	227万	15
6	VibraVers GM	手机与电子产品	213万	36
7	Black Flame	手机与电子产品	187万	192
8	CreatorEmpire	美妆个护	165万	13
9	Zeitflix Media	美妆个护	163万	40
10	UN CO	家用电器	131万	106

2025年TikTok Shop 西班牙MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	THE BRAINZ	手机与电子产品	696万	149
2	MITURE	手机与电子产品	664万	248
3	fyf	手机与电子产品	204万	93
4	TrendLab Media	女装与内衣	204万	48
5	TT Partner	手机与电子产品	177万	47
6	STARLIVEMEDIA	男装与内衣	168万	44
7	Sellery Spain	女装与内衣	147万	95
8	Creatok	手机与电子产品	144万	77
9	ZANVIC SERVICES	汽车与摩托	75万	3
10	UN CO	手机与电子产品	74万	115

2025年TikTok Shop 法国MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	Agence Rise Up	美妆个护	211万	23
2	UN CO	女装与内衣	167万	86
3	The Alps EU	手机与电子产品	166万	3
4	Monsieur Darmon	手机与电子产品	148万	16
5	fyf	手机与电子产品	145万	97
6	Hoshihide	手机与电子产品	136万	86
7	Black Flame	美妆个护	132万	140
8	OneTrust	手机与电子产品	92万	34
9	Adopterz	女装与内衣	68万	19
10	TALENT CRUSH	女装与内衣	49万	2

2025年TikTok Shop 意大利MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	The Brainz IT	美妆个护	447万	136
2	UN CO	美妆个护	215万	169
3	Black Flame	美妆个护	213万	261
4	CreationDose Srl SB	手机与电子产品	144万	55
5	fyf	手机与电子产品	116万	94
6	Kawaii Agency	美妆个护	84万	39
7	Hoshihide	运动与户外	59万	51
8	anyStarr US	家居装修	43万	43
9	cfactor	女装与内衣	32万	23
10	CREATOOR	女装与内衣	30万	52

2025年TikTok Shop 墨西哥MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	CHECK AZUL MEDIA	保健	790万	153
2	The Brainz MX	美妆个护	541万	340
3	Gmart-MXN	美妆个护	376万	103
4	Black Flame MX	美妆个护	283万	459
5	Social Army MX	手机与电子产品	222万	23
6	Creatorev Mexico	美妆个护	191万	100
7	Lefundo Mexico	美妆个护	172万	30
8	fyyk	美妆个护	136万	189
9	The Alps MX	美妆个护	92万	57
10	SAGA powered by VKNG	保健	74万	88

2025年TikTok Shop 巴西MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	COMU	美妆个护	1677万	653
2	The Brainz BR	美妆个护	883万	364
3	Access Agencia	美妆个护	562万	181
4	Renoir Agency	手机与电子产品	368万	35
5	Lirios	手机与电子产品	191万	63
6	NoAging br	美妆个护	181万	96
7	StarLive	女装与内衣	138万	32
8	ABLELIVE	手机与电子产品	91万	49
9	ACID ASSESSORIA	美妆个护	83万	149
10	CLICK LIVE	女装与内衣	74万	35

2025年TikTok Shop 日本MCN机构榜Top10

排名	MCN	热销品类	销售额 (\$)	合作达人人数
1	LIVE COMMERCE JAPAN	美妆个护	246万	7
2	TORIHADA Inc.	手机与电子产品	214万	187
3	itsumo.inc.	女装与内衣	203万	38
4	ULTRA SOCIAL Inc.	美妆个护	112万	44
5	The Alps JP	美妆个护	60万	162
6	studio15 Inc.	手机与电子产品	49万	123
7	N Group	美妆个护	42万	65
8	Castee, Inc.	食品饮料	33万	77
9	Live commerce.inc	食品饮料	25万	8
10	U PLUS	美妆个护	23万	12



GIMmedia Sdn Bhd

Mike

TikTok Shop东南亚 TOP MCN机构 GIMmedia Sdn Bhd 策略总监

“ 许多依赖运气或单一爆款的玩家被淘汰，真正有体系的‘正规军’开始浮现 ”

Q1 回顾2025年，您认为哪一个词最能代表2025？

A1 我会选择“洗牌”。2025年，市场不再奖励运气，而是奖励“生存能力”。流量不再平均分配，平台将资源倾斜给有稳定成交能力、强供应链和强执行力的团队。许多依赖运气或单一爆款的玩家被淘汰，真正有体系的“正规军”开始浮现。

Q2 相比往年，你觉得2025年行业发生的最大变化是什么？

A2 最大的变化是竞争维度升维了。过去是内容为王，视频爆了就能卖货。2025年，竞争从“内容战”变成了“系统战”，比拼的是“短视频引流×直播间转化×投放放大×后端履约”的综合效率。平台更看重长期转化与复购，仅靠内容但接不住流量的账号正被边缘化。

Q3 展望2026年，你认为最大的机会点在哪里？

A3 我认为最大的机会仍在东南亚，尤其看好马来西亚市场。展望2026，市场机会将不在于低价竞争，而在于本地化零售，如日用品、保健品等高频率生活消费品。未来比拼的是履约速度、用户信任以及线上线下的联动能力，能把TikTok变成本地化入口的玩家将会是未来赢家。

Q4

现在大家都在谈论 AI，你们团队实际使用 AI 的情况如何？

A4

我们主要在内容生成和素材测试阶段使用 AI。内容制作成本降低了约 30%-40%，测试效率大幅提升；初级剪辑、字幕生成、脚本初稿等基础工作已基本由 AI 完成。我认为，2026 年 AI 工具的普及会进一步降低执行门槛，真正的竞争壁垒将回归于人的选品眼光、商业判断力和组织效率。





TikTok Shop平台大事件

2025年，TikTok Shop围绕全球市场扩张、运营能力深化与运营体系规范化三大主线展开布局。平台陆续在德、意、法、巴西及日本上线，同时通过升级品牌托管、开展全球大促、全面应用AI工具，提升电商生态效率；并在佣金、物流、合规等方面推出一系列政策调整，以适应不同市场要求。

平台动态

TikTok Shop新增德意法、巴西及日本站点

2025年3月31日，TikTok Shop正式开放德国、意大利、法国三大欧洲站点。加上此前开通的英国、西班牙及爱尔兰站，TikTok Shop目前在欧洲已开通六国站点。

2025年5月8日，TikTok Shop巴西站正式上线。这是TikTok Shop在南美洲的重要一步，也是其全球扩张战略的一部分。

2025年6月30日上午11点，TikTok Shop日本站正式开售，支持品牌、卖家和创作者通过直播/短视频直接销售，用户可在App内一站式完成购买。

截至目前，TikTok Shop已在全球17个站点上线，包括美国、英国、印尼、新加坡、泰国、越南、马来西亚、菲律宾、沙特阿拉伯、日本、西班牙、爱尔兰、德国、法国、意大利、墨西哥和巴西。

TikTok Shop站点分布情况

市场	站点	上线时间
北美	美国	2023年9月
东南亚	泰国	2023年2月
	印尼	2021年2月
	越南	2022年初
	菲律宾	2023年2月
	马来西亚	2022年4月
	新加坡	2022年6月
中东	沙特	2023年
欧洲	英国	2021年4月
	西班牙	2024年12月
	爱尔兰	2024年12月
	德国	2025年3月
	法国	2025年3月
拉美	意大利	2025年3月
	巴西	2025年4月
拉美	墨西哥	2025年1月
	日本	2025年6月

「数据来源于网络，由TT123收集整理」

目前来看，TikTok Shop的全球扩张计划正在稳步推进，未来还有可能覆盖更多的国家和地区。

🔴 TikTok Shop升级品牌托管模式，覆盖八国市场

2025年6月27日，TikTok Shop正式升级品牌托管模式，向法国、德国、意大利、西班牙、日本及墨西哥六大新市场开放，加上原有的美英两国，该服务已覆盖全球八大核心电商市场。



图源：TikTok Shop

不同阶段的商家都可以通过品牌托管模式获得全方位支持：

传统跨境贸易优质工厂

可借助「品牌TikTok账号建设支持」，配合达人种草和品牌营销IP活动，快速从“卖货”向“做品牌”转型；

已开展经营的跨境品牌

可通过「TikTok Shop商品曝光权益」完善达人种草机制，形成灵活的价格策略，适配平台玩法；

国内电商平台成熟品牌

可依靠TikTok Shop品牌托管打造跨境仓储/物流/商家客服，进行海外达人资源对接，有效补全品牌跨境基建、本土化短板。对于高度依赖内容种草、需要打造品牌差异性的服饰、运动行业商家来说，品牌托管更是能够提供“轻装出海”方案。

TikTok Shop首次发起全球黑五大促，多国市场破纪录

2025年12月，TikTok Shop首个“全球黑五”大促季圆满收官。

数据显示，黑五期间其跨境自运营（POP）模式在美国市场表现强劲，五次刷新单日销售纪录，整体规模较年中实现翻倍。



在内容场，达人单场直播成交额突破30万美元，品牌最高GMV超千万美元，GMV破百万美元的品牌达20个；活动期间，新奇潮玩、节庆及秋冬商品单日销售爆发增长213%，FBT核心商品单量翻倍，为消费者提供了高效稳定的物流服务。

与此同时，英国、欧盟四国（德、法、意、西）及日本等市场GMV相比年中实现多倍增长，整体突破历史峰值。具体来看，英国市场增长达184%，欧盟四国整体增幅更高达224%，日本市场也实现了151%的明显提升。

英国市场GMV

184% ↑

欧盟四国整体市场GMV

224% ↑

日本市场GMV

151% ↑

🔴 TikTok在美成立独立数据安全新公司，核心算法仍由字节控制

当地时间12月18日，TikTok CEO周受资发出内部信，更新TikTok美国业务进展。

内部信称字节跳动、TikTok已与三家投资者签署协议，并将成立新的TikTok美国合资公司。

新合资公司名为TikTok美国数据安全合资有限责任公司（TikTok USDS Joint Venture LLC），将负责美国的数据保护、算法安全、内容审核和软件保障。由字节跳动全资控股的、TikTok在美国的其他实体将继续负责电商、广告、市场运营等商业活动，以及TikTok产品的全球互联互通。

据悉，协议执行截止日期为2026年1月22日。



🔴 TikTok大范围接入AI工具

2025年，TikTok通过全面整合AI工具，深度赋能电商卖家与内容创作者。在内容创作侧，平台推出了Smart Split、AI Outline等AI工具，前者能自动将长视频或播客切分为多条短视频，后者可辅助生成标题、标签及视频脚本，并支持进一步编辑，降低了创作门槛。

此外，新上线的生成式AI功能还包括将静态图转为动态视频、依文本生成完整视频以及智能添加转场效果，这些能力已系统融入创作流程，预计将进一步带动短视频内容的产出与消费趋势。

在电商带货方面，TikTok Shop依托AI强化了直播与短视频两大场景。



AI导购能实时解析评论、即时解答产品疑问，甚至进行竞品对比，并根据互动数据引导主播聚焦核心卖点，提升转化效率。



AI根据用户互动与消费记录，实现更精准的商品推荐；同时，比价提醒、虚拟试穿、AI搜索等常见电商功能也已完备。

值得关注的是，在美国市场，约35%的TikTok购物成交来源于AI驱动的个性化内容推荐。

TikTok购物成交
来源于AI驱动

35%

用户服务同样迎来AI升级，例如在越南站点推出的AI聊天机器人“TikTok Lead Genie”，可通过私信自动与用户互动，识别潜在客户并推动销售转化。

整体来看，TikTok正通过AI工具在创作、营销与服务环节实现全面渗透，持续优化平台生态，为卖家和创作者提供更智能、高效的成长支持。



TIKTOK SHOP涉及费用、物流、广告及合规的重大政策

TikTok Shop佣金费率调整

2025年4月1日

TikTok Shop越南站对佣金费率进行了上调。其中，普通店铺的费率区间由原先的2-3%提升至3-4%，平均涨幅约1个百分点；官方旗舰店（Shop Mall）的费率则由4.54-5.78%升至5.78-7.7%，平均增幅约2个百分点。

2025年9月底

TikTok Shop泰国站宣布自2025年10月1日起调整收费结构，新增“商业增长费”，电子类产品费率为5.35%，其他品类为6.42%，每件商品费用最高不超过199泰铢（含增值税），并设置1.07泰铢的基础设施费。但需要注意的是，月订单量少于100单的卖家可以免收基础设施费。

2025年12月

TikTok Shop宣布，自2026年1月8日起，对欧盟五国（包括德国、西班牙、法国、意大利及爱尔兰）的平台佣金费率进行统一上调，由现行的5%提升至9%。同时，平台为部分特定品类提供了费率优惠，例如电子产品类目的佣金可申请下调至7%。

TikTok Shop全面收紧内容风控

2025年5月

TikTok Shop升级了全球内容审核与合规措施，在美区和东南亚市场都推出针对性限制政策。

5月22日

TikTok Shop东南亚站发布通知，明确禁止卖家进行同步直播（多平台同步推流），并规定所有直播及短视频带货内容必须使用原创素材，不得直接使用非原创或盗用内容，以强化本地原创生态保护。

与此同时，美国站点自5月初起开始严格执行新规，严禁使用AB融帧（拼接替换画面）等剪辑手法制作带货视频，并持续打击低质量、同质化的营销内容，旨在提升用户购物体验与内容真实性。

🔴 TikTok Shop发布GMV Max智能广告解决方案

自2025年6月1日起，TikTok全站点的新店铺无法创建手动广告（ADS）。

6月25日起，新店铺全面下线手动广告功能，而从7月15日起，所有老店铺也强制切换至GMV Max模式。



图源：TikTok Shop

GMV Max是TikTok Shop推出的一种智能广告解决方案，旨在通过自动化和智能化的投放方式，帮助商家更高效地实现广告目标，提升广告投放的精准度和转化率。与手动广告相比，GMV Max能够利用TikTok的算法优势，自动优化广告投放策略，减少商家在广告管理上的时间和精力投入，同时提高广告的整体效果。

TikTok广告投流专家

1对1专属顾问

1小时下户

1秒充值到账

广告投放，就用Ads123！

为什么选择Ads123？

快

1小时下户·秒级到账

好

专属服务群·陪伴式解决广告难题

稳

协助账号申诉·数据实时追踪

准

定制化投放方案·爆款素材赋能

专属福利

- ★ 免费资源对接
- ★ TikTok新客消耗最高可送\$4800
- ★ 开户赠送TT必备数据分析软件会员



扫码咨询详情

○ TikTok Shop物流政策持续调整

11月5日

TikTok Shop宣布对平台发货政策进行更新，允许卖家在同一店铺内混合使用“平台发货（Shipped via Platform）”和“卖家自发货（Shipped by Seller）”两种模式。

12月9日

TikTok Shop美国站发布公告，对跨境自营卖家的发货政策进行重大调整，宣布下架自发货（3PL）功能，要求所有订单必须通过平台官方物流进行履约。

12月

TikTok Shop东南亚站宣布在广西凭祥增设境内认证仓，并正式推出3PL边境仓业务模式，为商品直达越南、泰国市场搭建新的物流通路。

○ TikTok Shop菲律宾站征收5比索订单处理费

11月14日，TikTok Shop菲律宾站宣布，从12月1日起，将向卖家收取每笔订单5比索的“订单处理费”。

根据TikTok Shop的通知，该费用以每单5比索的固定金额收取，含税且不区分订单金额和商品数量。TikTok Shop同时表示，为减轻新收费对卖家的影响，平台将在12月1日先行实施每单3比索的较低费用，直至另行通知。

○ TikTok Shop美区保证金上调至1500美元

TikTok Shop于2025年12月15日起对美区跨境自运营（POP）商家的保证金额度进行大幅上调，由原先的500美元提升至1500美元，且新规覆盖调整生效后入驻的所有商家。

05

TikTok Shop 生态图谱

生态图谱

解锁你的出海「盟友圈」

为你系统梳理TikTok Shop核心服务商资源
从入驻到爆单，一站式连接可落地的增长伙伴



免费报名活动
到场即有机会领取
《TikTok电商资源手册》2026版

持续更新中...
更多生态服务请登录 >>>

www.tt123.com



TikTok Shop 趋势前瞻

2025年，全球电商合规化进程持续提速。TikTok Shop也正从一个高速扩张的社交电商新星，加速迈向一个规则成熟、生态多元的全球性商业平台。这一转型的核心特征是平台侧通过系统性政策收紧，拉高运营门槛与合规标准，同时驱动整个生态向提升用户体验和运营效率的深水区迈进。

未来，在平台合规化背景下，TikTok Shop对卖家的长期经营能力与系统化运营水平提出更高要求。与此同时，TikTok Shop持续开拓新市场，并逐渐进入深耕阶段；多元化消费趋势，带火新兴品类市场；平台与MCN机构呈现日益融合趋势，为跨境卖家带来全新增长机遇。

平台趋势

入口拓宽、内规收紧

2025年，TikTok Shop在全球电商领域的策略发生根本性转变，其政策生态正经历一场深刻的“合规化”重塑。平台呈现出“入口拓宽，内规收紧”的鲜明特征：一方面，通过降低部分市场的入驻门槛吸引更广泛的卖家群体；另一方面，在内容审核、税务、物流等核心运营环节，合规要求正以前所未有的力度系统化收紧。

市场准入拓宽方面，TikTok Shop新增欧洲、拉美、日本等多个站点，并推出欧盟“一证多开”政策；东南亚市场，大幅放宽入驻政策，企业卖家取消电商经验要求；美国市场则允许商家0粉丝挂小黄车带货，降低中小卖家入局门槛。

内规收紧方面，TikTok Shop内容合规要求全面升级，全球范围内禁止低质、重复带货内容、AB融帧内容，加强对知识产权侵权的打击。美国站税务合规要求收紧，物流管控方面，逐步强制使用TikTok官方渠道生成USPS运单，打击“虚假面单”。

这一系列趋势表明，未来，合规化经营将是卖家生存与发展的基石。



用户体验升级

2025年，TikTok Shop的战略重心已从追求单纯的规模扩张，转向构建一个健康、可信且高效的全球内容电商生态系统。平台通过一系列体验升级措施，对消费者与卖家进行了双重重塑。

消费者体验方面，TikTok Shop通过在全球各市场持续进行支付、物流、语言等本地化适配、扶持优质内容、淘汰劣质商品和卖家、优化官方售后流程等措施，为全球消费者打造无缝、可靠且充满发现乐趣的购物体验，并以此建立用户深度信任与消费惯性。



图源：TikTok Shop

卖家端，TikTok Shop通过推出GMV Max智能广告解决方案、官方PEAKS经营方法论与数字经营工具等举措，为卖家提供清晰的成长路径和运营框架，降低试错成本。此外，平台赋予卖家更灵活的自主权与多样化物流解决方案，以及简化合规流程，来提升运营效率。

可以预见的是，未来的TikTok Shop生态，将更青睐那些能够提供好商品、好内容、好服务的“专业玩家”。

市场扩张趋势

新兴市场，潜力释放

2025年，TikTok Shop在全球范围内的新兴市场扩张呈现出多点爆发、高效复制、模式成熟的显著特点。其在欧洲、拉美、东亚等市场接连开辟新兴站点，为全球卖家勾勒出一条全新增长曲线。

其中，德国、法国、意大利、西班牙四国组成的欧盟市场是TikTok Shop扩张的重点方向，上线以来展现出强劲增长，尤其是德国站与法国站。凭着成熟的电商环境与庞大的消费群体，欧洲市场正在成为TikTok Shop新兴市场的重要增长极。

此外，TikTok Shop日本站点开放仅30天就显示出较强的市场潜力，首月GMV约达1600万元；巴西站与墨西哥站也呈现出市场爆发式增长趋势。据Kalodata数据，2025年，TikTok Shop巴西站仅半年多的时间，就达成总GMV5.33亿美元。

随着新兴市场潜力持续释放，未来，TikTok Shop在全球范围内的市场布局将继续推进，为卖家提供更多元广阔的发展机遇。



● 欧美成熟市场，持续深耕

过去一年，除了全球市场横向覆盖，TikTok Shop也开始实施纵向区域性深耕和填补成熟市场空白的发展策略，尤其针对欧美成熟市场。

作为TikTok Shop的核心增长引擎，TikTok Shop美区是平台深耕的重点市场。2025年，平台通过优化物流履约服务、上调保证金、优化店铺体验分等措施，提升运营生态与用户体验，吸引更多优质商家入驻。并推出商家扶持计划、加强品牌合作等方式，不断深化市场渗透。

在填补市场空白方面，平台鼓励商家探索新兴品类和细分市场，并陆续开通新兴类目。2025年TikTok Shop美区上线了情趣内衣新类目，英国、欧盟等站点也全面开放全类目入驻。

未来，TikTok Shop的全球市场扩张将从单一国家拓展迈向更深层次，更具多元化特点，对于卖家而言要以开放心态拥抱多元市场。



图源：TikTok Shop

卖家运营趋势

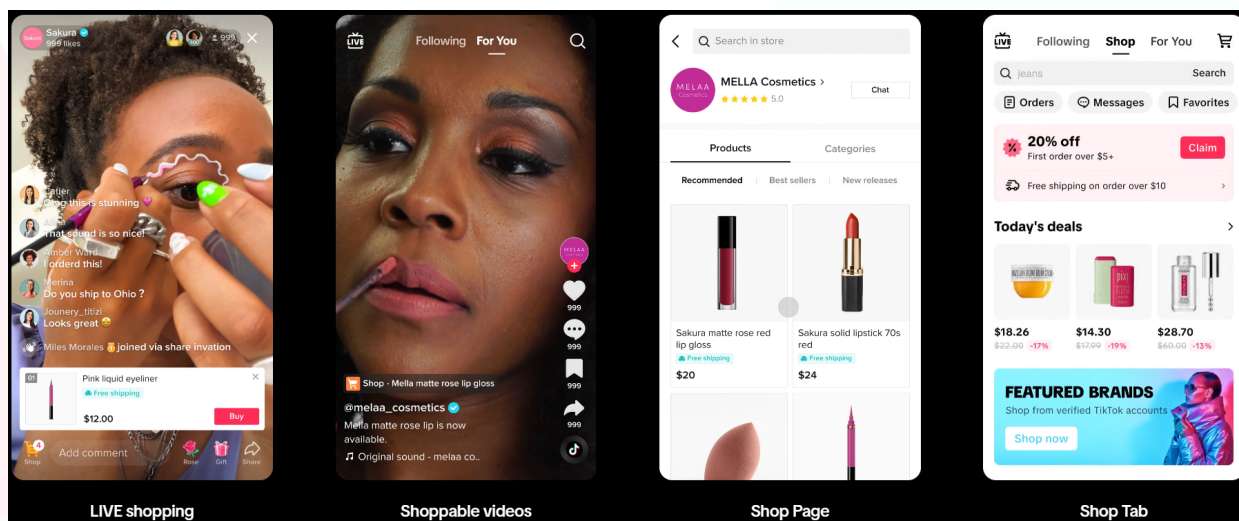
运营策略：从“流量收割”到价值沉淀

2025年，随着全球电商监管收紧，免税时代走向终结，跨境“精耕时代”开启。

TikTok Shop卖家的运营策略也经历一场深刻调整，即从过去的“流量驱动”的粗放式增长，全面转向构建以“内容”为引擎、以“自运营”为根基、以“全域协同”为目标的精细化和长期主义模式，追求品牌自身价值沉淀。

具体来看，广告内容更精品化，从粗放铺量到高质量互动；运营重心更数据化，从经验驱动到系统管理、精细化复盘；运营重心方面，从追逐短期GMV到追求稳健盈利，且更加合规化、专业化；运营模式，也从“单一试水”向“全域协同”转变。

未来，卖家的运营策略核心将是用高质量内容获取精准流量，用专业工具确保健康利润，并用合规与稳固的供应链构建长期壁垒。



图源：TikTok Shop

广告内容：从流量到“留量”

2025年，TikTok Shop全面切换至GMV Max智能广告模式，依靠平台算法自动优化广告投放策略，这意味着卖家的广告内容需更精准地匹配目标受众的兴趣和需求，才能获得算法的青睐和更多流量分配。

该政策调整表明，TikTok Shop已从“流量扶持”转向“重成交、强算法”的交易逻辑。由此，平台对卖家运营的广告内容质量提出了更高要求。卖家的广告内容创作将从过去的“泛娱乐化”迈向专业化与本土化，此外，互动性与用户参与度也成为关键指标。

与此同时，平台的内容监管趋严，对广告内容原创性与合规性要求提升，短影音内容向“原生感”、精细化和场景化深度演进。

未来，能“留住”用户的优质好内容，将成为品牌竞争的核心壁垒和用户留存与转化的关键驱动力。



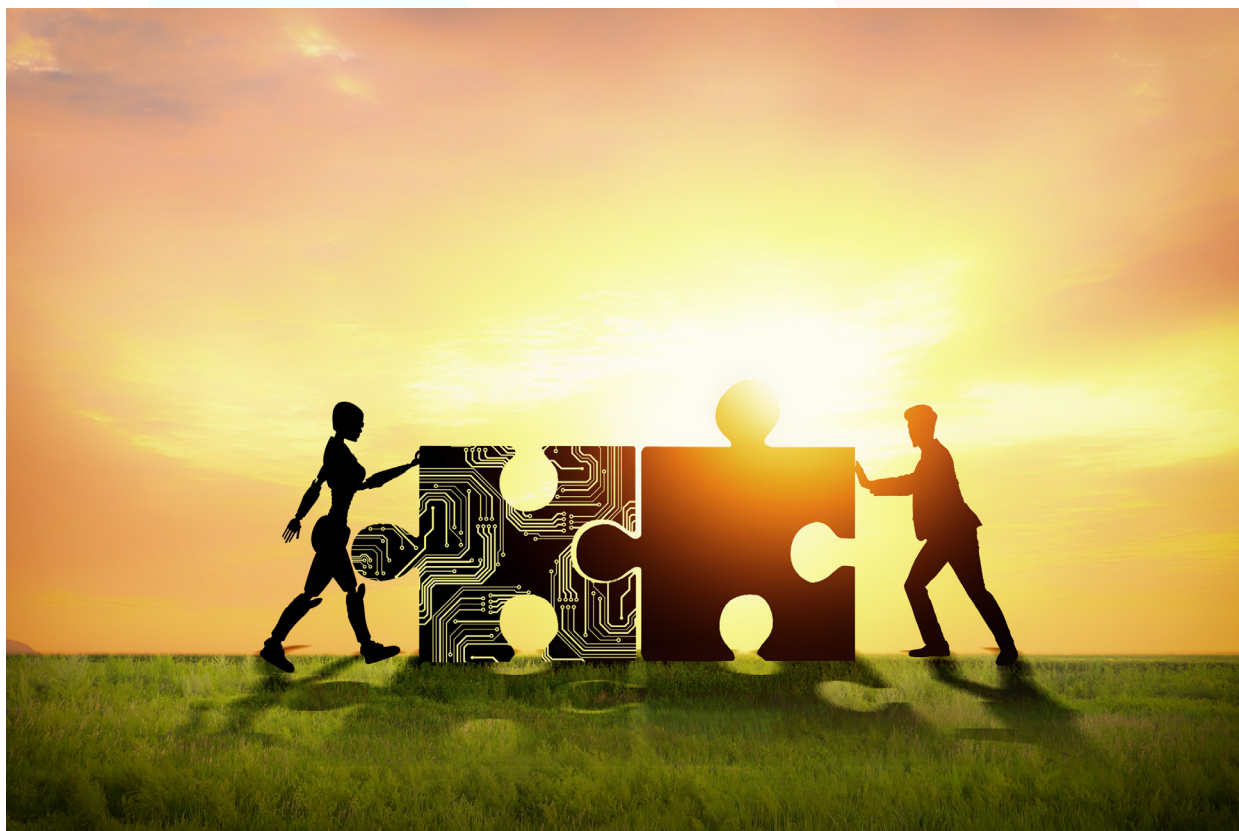
运营工具：AI工具全链路应用

2025年，TikTok Shop卖家的运营正经历一场由AI工具引领的“自动化革命”。从内容创作到广告投放，从达人管理到店铺日常运营，AI已深度融入卖家经营的各个环节，成为重塑工作流程和产品成交的重要驱动力。

过去一年，TikTok Shop大范围接入AI工具。内容创作上，平台推出了Smart Split、AI Outline等AI工具，降低卖家内容创作门槛，提升产出效率；电商带货方面，TikTok Shop依托AI强化了直播与短视频两大场景，平台AI带货账号兴起，并取得不俗成绩。

此外，AI工具在达人建联、跟进及客服、选品、库存管理等方面都发挥了重要作用，形成全链路自动化趋势。

AI+电商是大势所趋。未来，卖家要积极拥抱AI技术，善用AI工具，将核心竞争力从“投放技巧”转向内容生产力、合规运营能力和数据分析能力。



品类趋势

核心品类，强势领跑

2025年，TikTok Shop全球卖家的主营类目形成鲜明的地域与市场特色。以美妆个护、女装及内衣、手机与数码为主的核心品类，凭借韧性增长，强势领跑。

据Kalodata数据，美妆个护以110.7亿美元的总GMV，占据所有站点年度类目销量榜第一，成为核心品类中的绝对主力。

此外，TikTok Shop品类增长的引擎正由健康、家居、时尚配饰这三大新势力驱动，它们精准对应了全球消费者对身心健康、品质生活和个性表达的深层需求。更为关键的是，这些类目的成功路径已深度绑定地域特色：在欧美，健康品类讲求科技与成分；在东南亚，家居用品凸显性价比与实用创新；而时尚配饰则在各大市场凭借快速迭代的潮流设计，渗透全域。

这一趋势标志着，卖家已从追逐单一爆品，进入深耕垂直品类与本地化运营的新竞争阶段。



多元化消费，带火新兴品类

2025年，除了核心类目依旧发挥稳定外，一些由多元化、圈层化消费趋势带火的新兴品类也在TikTok Shop上有亮眼表现，并逐渐成为平台生态中最具活力的新势力。

其中，“情绪消费”催生的情绪疗愈、氛围感类产品和个性化消费趋势推动的DIY类产品，在TikTok Shop市场增长较快。玄学水晶、解压玩具，氛围装饰品、DIY玩具及工具等品类，通过TikTok内容种草，屡出“爆款”。

此外，圈层文化中的小众需求与爱好，通过TikTok的兴趣算法与社区，让一些小众产品不再“冷门”，成功“破圈”。

这些新兴品类的崛起，反映出以“内容+兴趣”为核心的新电商模式，正在改变全球消费市场。对卖家而言，这不仅拓展了选品空间，更要求其从“卖货思维”转向“兴趣服务思维”。



TIKTOK SHOP与MCN生态融合

从流量合作到生态共建

2025年，TikTok Shop的全球化浪潮与MCN机构的专业化转型正加速汇流，两者的交集从过去的“流量合作”、“达人撮合”升级为在平台战略支持、数据工具共享、生态角色深化等多个层面上的“生态共建”。

通过与品牌合作，MCN机构为商家提供“账号运营+内容+供应链+技术”的一体化解决方案，提升产品曝光和销售转化。Kalodata数据显示，2025年，MCN机构在TikTok Shop上的成绩亮眼，尤其在美国、英国、泰国等市场表现突出，主要品类为美妆和女装。其中，TikTok美区年度MCN销售榜Top10中，有6家机构年销售总额超过1亿美元，位列第一的MCN机构年销售额达1.71亿美元。

与此同时，TikTok Shop从流量、合作、物流到市场拓展等多维度为MCN机构提供支持，吸引越来越多的国内头部MCN机构入驻。

总体来看，TikTok Shop与MCN生态的融合是全球电商行业发展的必然趋势，其目标是共同培育更健康、更具品牌价值的内容电商生态。它不仅改变消费者的购物方式，也为品牌和商家提供新的增长机遇。



FOREWORD

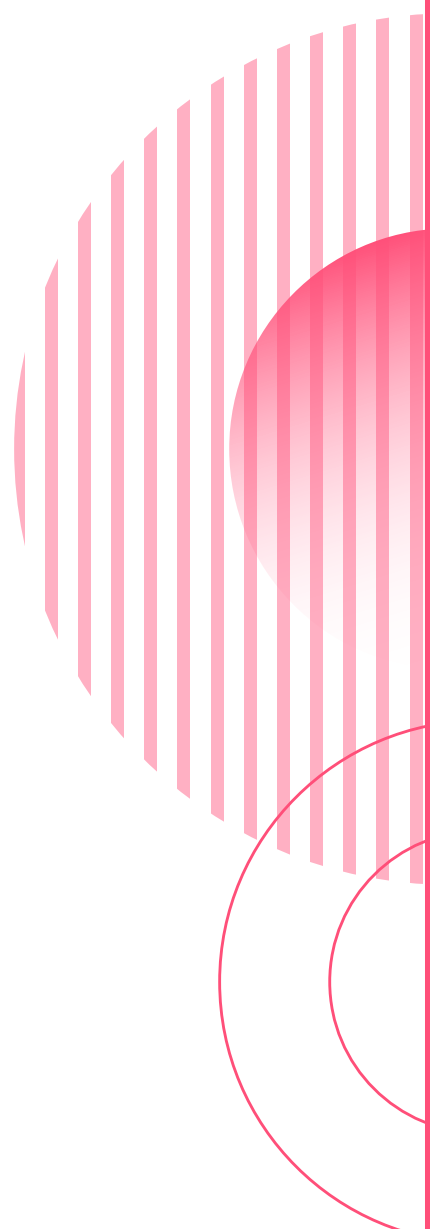
结语

如果说2024年的TikTok Shop是在内容电商赛道上“加速跑”，那么2025年对于TikTok Shop而言更像一次“换挡”，从追风口，转向练内功。

2025年，平台一边把AI等技术嵌入经营细节，利用AI工具、GMV MAX广告投放工具让内容生产、转化链路运营决策更省力；一边用限制自发物流、严控发货时效、禁止AB融帧等新规，重塑秩序以校准增长，把以内容为依托的带货逻辑，拉回到可复制、可持续的节奏。

站在2026的新起点，TikTok Shop仍会继续向外扩边界，也会继续向内做精细化。但下一阶段的增量，不会只来自更大的市场，也来自更成熟的生态：更好的内容生态、更可靠的交付、更清晰的规则。

如今，以TikTok Shop为代表的 content 电商正深刻重塑全球消费者的购物习惯，这不仅推动了行业的迭代升级，也为全球电商生态注入了新的动能与可能性。对跨境卖家而言，展望2026，TikTok Shop流量仍在，机会仍在，但入场门票已然升级。卖家唯有将本土化洞察为罗盘、品牌价值为压舱石、合规框架为地图，方能驶向可持续发展的彼岸。



关于TT123

TT123是跨境生态平台【品牌方舟】旗下专注于TikTok卖家导航的网站，围绕商家出海需求，持续收集整理TikTok商家运营必备工具。

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

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

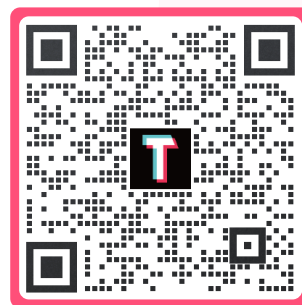
关注我们 >>>



TT123公众号



TT123视频号



TikTok卖家交流群

关于AMZ123

AMZ123是跨境生态平台【品牌方舟】旗下专注于跨境卖家导航的网站，围绕卖家需求，以一站式入口持续收集整理亚马逊卖家运营必备工具。

AMZ123拥有庞大的粉丝群体，是目前跨境电商垂类领域流量前列的网站。旗下公众号【AMZ123跨境电商】粉丝数40w+，另有多个公众号为辅，涉及领域包括品牌出海、独立站、TikTok等主流跨境话题及市场，打造跨境电商自媒体矩阵，拥有一级垂直流量池，覆盖人群精准且庞大。

关注我们 >>>



AMZ123跨境电商



AMZ123跨境导航



跨境电商交流群

关于Ads123

Ads123——跨境电商品牌出海营销服务商

Ads123是跨境生态平台【品牌方舟】旗下的出海营销服务商，专注为出海企业提供数字营销解决方案，包括一站式广告开户、个性化广告定制、实时监控转化等项目服务。Ads123以全球化营销解决方案驱动客户实现高效获客、品牌增值与商业变现的全链路增长。

依托卓越的服务口碑与行业影响力，Ads123已构建覆盖全球头部媒体与本地化流量资源的战略矩阵，与TikTok For Business、Google、Meta等平台建立深度合作联盟，持续为广告主输送高价值商业资源。

Ads123核心服务——全球主流媒体精准投放



高效营销，突破流量壁垒，轻松触及亿万用户



精准投放，提升品牌曝光，助力业绩增长



深度洞察，打造个性化广告，提升品牌影响力



立即详询

关于品牌方舟BrandArk

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

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

欢迎关注品牌方舟，让我们一同将出海之帆驶向更广袤的天地。

关注我们 >>>



品牌方舟公众号



品牌方舟视频号



扫码添加社群

AMZ123星球

「AMZ123星球」是跨境生态平台【品牌方舟】旗下跨境电商优质内容分享圈子，旨在打造更聚焦、更具针对性的会员服务，满足跨境用户对优质跨境内容的需求。

加入「AMZ123星球」，你将获得以下权益：

每日一店·洞见卓越运营

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

跨境干货·全链路知识库

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

跨境报告·洞察行业脉络

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



加入星球



星球咨询

TT123活动预告

2026年上半年 TT123线下活动预告



TT123活动商务合作

3月6日 杭州

「AI启幕 2026」TikTok Shop 内容驱动增长峰会

3月26日 广州

TikTok Shop东南亚开年首场千人招商大会

4月9日 青岛

破局美墨市场-TikTok Shop城市巡回峰会-青岛站

4月16日 佛山

解码欧洲机遇-TikTok Shop城市巡回峰会-佛山站

4月23日 武汉

抢滩东南亚-TikTok Shop城市巡回峰会-武汉站

5月14日 深圳

TikTok Shop流量增长私享会第一期

特别鸣谢Kalodata对本报告的大力支持

关于Kalodata

Kalodata 全球用户规模超 350 万，是市场占有率 No.1 的 TikTok 电商数据分析工具，并率先成为业内首家同时覆盖 TikTok、Amazon、Shopee 三大跨境电商平台的一站式选品与数据分析工具。

Kalodata 以 TikTok 电商数据分析切入，聚焦解决商家在竞品洞察、内容创作、达人合作与商品规划中的策略制定和效率提升。

其核心团队来自抖音、TikTok、阿里巴巴、Lazada 等顶级互联网与电商平台，具备大数据分析、海外电商与内容电商的综合背景。目前已在中国深圳、杭州、美国亚特兰大、印尼雅加达、泰国曼谷、越南河内、马来吉隆坡等地设立本地办公室。



扫码添加官方经理

特别鸣谢

感谢以下合作伙伴对本报告的大力支持

 **Kalodata**

全球 350万+ 品牌、卖家与机构信赖的 TikTok 电商数据分析工具

 **DNY123.com**
东南亚卖家导航

东南亚跨境电商网站，专注平台出海工具与出海资源

 **达人精灵**

TikTok内容电商从0到爆款，就用达人精灵

 **SHOPLAZZA**

国内最大的独立站建站SaaS平台

 **TKLM**
TK 跨境电商

一个具备价值，资源整合，抱团取暖的生态圈。

 **爱亚仓**
国货品牌出海一站海外仓

品牌极速出海东南亚，就用爱亚仓

 **influx**
一站式TikTok达人营销云

独家合作TikTok官方 | 多渠道自动批量建联3000万+达人

 **Ticehato**
天诚浩通海外仓

美国海外仓小件代发，认准天诚浩通

 **稳卖AI浏览器**
WenMai-AI.com

10亿大卖云平台联合投资跨境电商市占率第二

报告团队

特此鸣谢参与本报告调查的跨境电商从业人员以及TT123报告团队：

TT123内容负责人：西月

TT123跨境电商：小卉、思思、念一

数据收集整理：大木

报告设计制作：33

审核与校对：西月



报告/媒体合作



版权声明

本数据报告页面内容、页面设计凡注明来源TT123的内容（文字、图片、标志、商标等）版权均归属于TT123所有，任何媒体、网站或个人未经AMZ123协议授权不得转载、链接、复制或以其他方式提供给第三方使用本数据报告相关内容。

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

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

TT123

免责声明

1、本市场报告仅供参考和信息传递之用途，不构成任何形式的投资建议、推荐或担保，任何人在参考本报告时，应自行承担风险，并在必要时寻求专业意见。

2、本市场报告的内容是基于TT123所掌握的公开信息、第三方数据、自发收集数据。TT123已尽力确保报告中的信息准确、完整和及时，但对于任何由于报告中的错误、遗漏或不准确信息而导致的损失或损害，我们概不负责。

3、市场的情况和条件可能随时发生变化，本报告中的内容可能因此而过时。

TT123不保证报告中的信息在未来的市场环境中仍然有效或适用。

4、本市场报告中的观点、意见和预测仅代表TT123观点，并不代表任何其他组织或个人的观点。这些观点、意见和预测可能受到市场波动、政策变化。受跨境电商贸易政策、经济环境等因素的影响，可能随时改变，因此不应作为决策的唯一依据。

5、在任何情况下，我们不对使用本市场报告所导致的任何直接或间接损失或损害承担责任，无论是合同、侵权行为还是其他方面的责任。

6、在引用或引用本市场报告的内容时，请确保与我们事先取得书面许可，并明确标注出处。

7、本报告中引用的所有图片均来自网络，如有侵权，请联系我们立即删除。

8、最后，我们保留随时修改或更新本免责声明的权利，而无需另行通知。

请在使用本市场报告前仔细阅读并理解本免责声明的内容，如果您不同意本声明的任何部分，请不要使用本市场报告。通过使用本市场报告，即表示您同意遵守本免责声明。

TT123

