



TikTok Shop

跨境电商

2023年度策略报告

双优经营，三重增长，迈入高质量经营新时期

CONTENT OVERVIEW

内容综述

回望 2022,

TikTok Shop跨境电商乘风破浪,携手商家和服务生态伙伴领航生意新蓝海。
整体经营规模和质量齐头并进,全球化布局全面提速。

展望 2023,

TikTok Shop跨境电商
2023年度策略重磅发布
以「双优经营,三重增长」为重点,

助力跨境商家和服务生态伙伴,
“跨境新增长,一店卖全球”。



目录

contents

2022年度回顾

01

规模质量齐头并进，持续赢得用户信赖	02
助力品牌全球化，激活传统产业带	04
内容服务生态量到质的跃迁	05

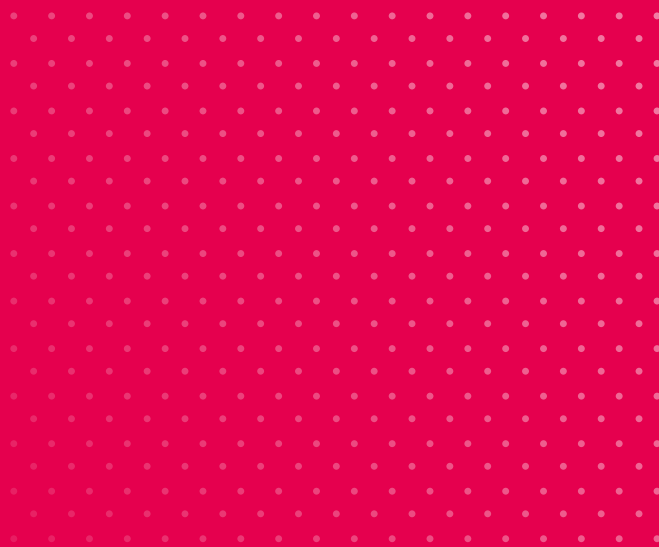
2023年度策略

02

1. 「两大策略」保障高质量增长	
优质商家提速	08
优质生态加持	08
2. 「三大动力」提供确定性增长	
市场精细化运营	09
场域多样化驱动	11
营销多节点爆发	13

2022 年度回顾

2022这一年,TikTok Shop跨境电商携手商家和服务生态伙伴,在“直播”和“短视频”的内容电商特色经营模式下,不仅实现生意规模化增长,同时不断提升经营质量,加速生意全球化布局,打造了出海新高度。



2022

规模质量齐头并进 持续赢得用户信赖

六大市场齐爆发，覆盖英国及东南亚

● 跨境全球市场 ●

2022年，随着英国市场的持续增长和东南亚的开拓，TikTok Shop跨境电商成交规模实现了有力的扩张。在全年多个重要节点，跨境GMV增长显著，如**2022年圣诞季期间跨境GMV对比2021年圣诞季期间同比提升近270%**。

“圣诞季”的统计周期为
2022.12.12-2022.12.25

270%
跨境GMV

● 跨境东南亚市场 ●

2022年上半年，东南亚开放跨境电商入驻，引领跨境新增长，**全年GMV月平均复合增速近90%**。

90%
东南亚跨境GMV

● 跨境英国市场 ●

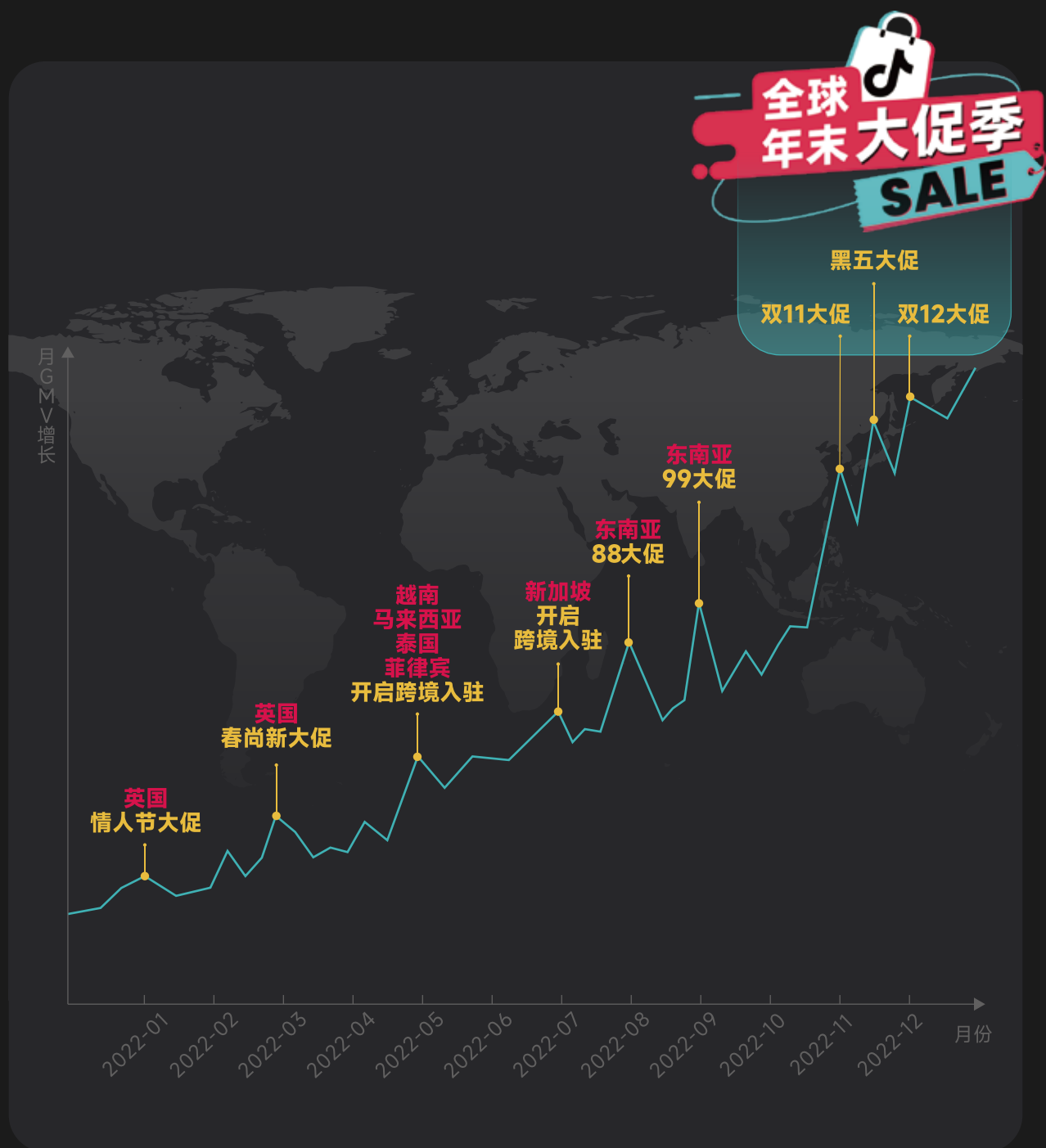
2022年，英国市场在GMV持续增长的同时，也进入了加速提质阶段。**2022年12月英国市场跨境平均交易客单价对比2021年12月提升近40%**。

40%
英国跨境平均交易客单价

*数据统计: TikTok shop跨境电商2022.1.2-2022.12.13内部统计数据

2022年，TikTok Shop跨境电商在新市场开拓、营销活动等方面重点发力，创下了一路高歌猛进的GMV增长趋势。

2022年TikTok Shop跨境电商 年度发展里程碑



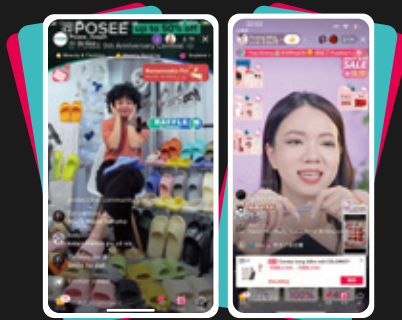
2022

助力品牌全球化 激活传统产业带

各类商家多元经营，六大行业树立标杆

品牌商家全球化提速

品牌商家通过更具当地特色的内容和商品布局，持续走向海外市场，为品牌全球化进程提速。通过TikTok Shop跨境电商，众多跨境品牌发展了具有高忠诚度的品牌粉丝，构筑品牌全球化的护城河。



产业带商家 焕发新活力

紧抓TikTok Shop跨境电商的发展机遇，产业带商家在内容电商平台上的持续焕发品牌活力。

- ▶ 服饰鞋包、家居生活、3C数码、美妆快消、运动户外、珠宝水晶等六大传统行业，在平台上通过优质内容实现精准的人群匹配，吸引了大量潜在用户的关注与购买。
- ▶ 与此同时，涌现了一批头部标杆商家和黑马商家，跟着平台的步伐走向全球，持续探索跨境新增长。



民族服饰商家Melody展示直播场景

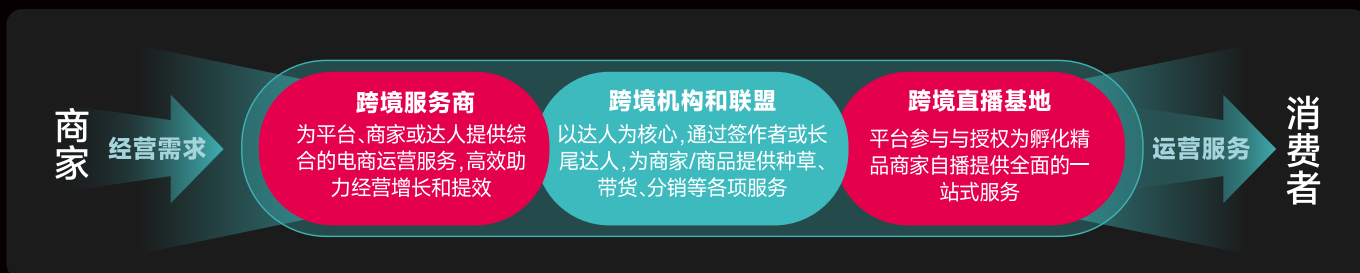
TikTok Shop跨境电商2022年度优秀获奖商家的名单现已正式出炉，扫码关注右方官方公众号，查看完整获奖名单。



2022

内容服务生态 量到质的跃迁

生态伙伴能力不断加强，服务市场上线规范标准



● 多类服务生态

2022年,TikTok Shop跨境电商服务能力不断加强,发展出了**跨境服务商(TSP)**、**跨境达人机构(MCN)**和**达人联盟(TAP)**、**跨境直播基地**等多类服务生态,为商家和达人提供涵盖综合电商运营、商品种草带货分销、自播一站式服务等全面服务。



● 多家服务支持

截至2022年12月,TikTok Shop跨境电商入驻服务方近**2000**家,为越来越多的跨境商家和达人在平台上开展生意提供了坚实的生态服务保障。



● 多种规范上线

2022年末,**TikTok Shop跨境电商服务市场**上线,不仅为商家、服务生态提供全品类、高效的产品解决方案,更是成为商家生意增长的一大助力!



TikTok Shop跨境电商2022年度服务生态伙伴获奖名单现已正式发布,包含跨境服务商(TSP)、跨境达人和达人机构(MCN)、以及跨境达人联盟(TAP)。扫码关注右方官方公众号,查看完整获奖名单。



2023 年度策略

在跨境生意机会爆发的新一年, TikTok Shop跨境电商将「双优经营, 三重增长」作为年度重点策略, 助推各位航海家向生意增长新高度扬帆起航!

「双优经营 · 三重增长」 迈入高质量经营新时期

「两大策略」
保障高质量经营

优质商家
提速

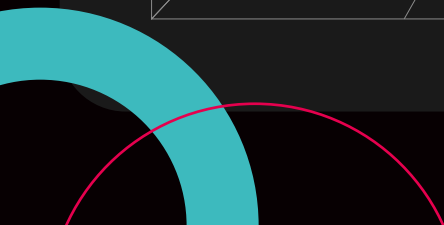
优质生态
加持

「三大动力」
提供确定性增长

营销多节点
爆发

场域多样化
驱动

市场精细化
运营



「两大策略」 保障高质量经营

优质商家提速

● 2023年,优质商家提速将成为平台重点方向

平台将出台一系列扶持政策,提升对优质商家的扶持力度。在**品牌冷启、达人建联、商业化投流等**重点方向,高质量商家和商品将获得更多的政策支持与曝光机会。

如北极星Polaris品牌计划,将全面升级为**北极星Polaris 优质商家计划**,更加系统性地助力品牌提升全球化效率,与更多优质品牌共同成长。

优质生态加持

● 优质服务增长

2023年平台将加大优质服务生态伙伴的引入和扶持力度,为跨境商家提供更加优质的生态服务。

● 内容生态升级

2023年,平台将从以下三个维度,持续建设跨境生态服务体系。

提升服务生态类目的丰富度

打造生态服务的标杆案例并进行规模化复制

扩大生态服务覆盖范围



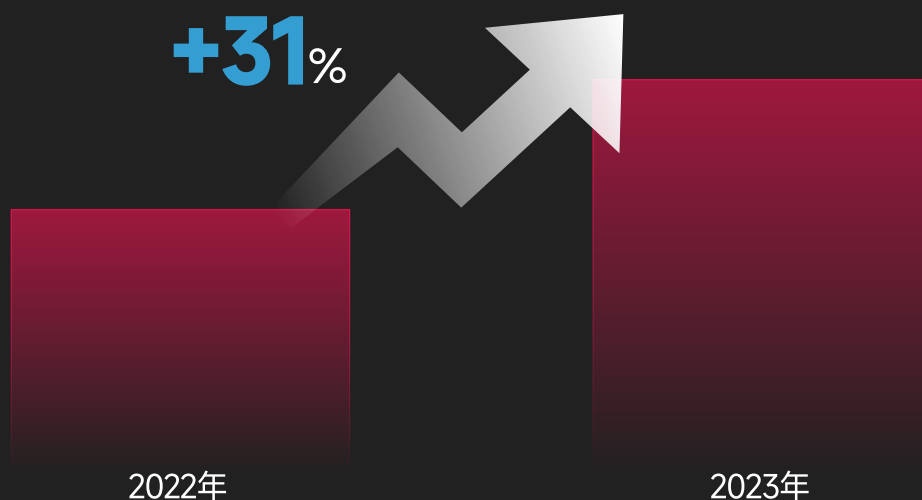
「三大动力」 提供确定性增长

市场精细化运营

- 全球经济回暖,市场加速拓展

2023注定是全球经济回暖的一年。全球内容电商预计将**增长31%**,其中不乏东南亚、英国等重要市场的增长贡献。

顺势而上,TikTok Shop跨境电商将持续在全球开拓**新的国家市场**,开放跨境入驻,帮助商家抓住更多出海新机遇。



2023年全球内容电商销售预估 (数据来源: statista)

● 多市场高增长, 聚焦品类深耕


泛英语市场:包括英国、菲律宾、马来西亚、新加坡等, 利用英语语言成本优势, 增加优质内容和商品供给, 实现**一店卖全球**, 提升带货效率。

小语种市场:包括越南、泰国等, 将推动跨语种迁移能力的建设, 增加优质本土化内容供给, 快速**激活小语种市场活力**。

品类深耕:持续助力跨境商家提升品类经营的专业度。鼓励商家深耕垂直类目, 积累类目运营技巧, 通过优质内容沉淀精准度更高的**垂类用户资产**。

跨境商家可以参考「2023年度机会类目」, 进行专一品类布局。下附机会类目榜单

2023年TikTok Shop跨境电商机会品类榜单

行业	英国	菲律宾	马来西亚	新加坡	泰国	越南
 美妆快消	<ul style="list-style-type: none"> 美妆香水 皮肤护理 	<ul style="list-style-type: none"> 化妆品 沐浴与身体保养 护肤品 	<ul style="list-style-type: none"> 化妆品 沐浴与身体保养 护肤品 	<ul style="list-style-type: none"> 护肤品 	<ul style="list-style-type: none"> 美妆香水 美容护肤 	<ul style="list-style-type: none"> 美妆香水 美容护肤
 3C数码	<ul style="list-style-type: none"> 音频视频 手机配件 游戏机 智能穿戴设备 	<ul style="list-style-type: none"> 智能穿戴设备 手机配件 耳机 	<ul style="list-style-type: none"> 智能穿戴设备 手机配件 耳机 	<ul style="list-style-type: none"> 手机配件 	<ul style="list-style-type: none"> 影音设备 手机配件 	<ul style="list-style-type: none"> 影音设备 手机配件
 服饰鞋包	<ul style="list-style-type: none"> 女士上衣 女士套装和工作服 女士连衣裙 女鞋 穆斯林女装 男士上衣 	<ul style="list-style-type: none"> 女包 凉鞋 & 拖鞋 休闲鞋 女士上衣 连裙 长裤&紧身裤 	<ul style="list-style-type: none"> 手表 穆斯林女装 女士上衣 	<ul style="list-style-type: none"> 女包 	<ul style="list-style-type: none"> 女鞋 女士上装 女包 女士连衣裙 男鞋 女士下装 服饰配件 女士套装 连体衣 	<ul style="list-style-type: none"> 男士下装 女士上装 女鞋女包 男士上装 女士连衣裙 男鞋 服饰配件 男士内衣
 家居生活	<ul style="list-style-type: none"> 个人护理用品 饮具 厨房用具和小工具 办公文具用品 	<ul style="list-style-type: none"> 婴童用品 玩具 厨房家电 小型家电 	<ul style="list-style-type: none"> 厨房家电 小型家电 	<ul style="list-style-type: none"> 居家日用品 餐饮用品 装饰 玩具 	<ul style="list-style-type: none"> 美容 个护电器 	<ul style="list-style-type: none"> 儿童时尚配件 节庆及派对用品 婴儿服饰与鞋 摩托车配件
 珠宝水晶	<ul style="list-style-type: none"> 非天然水晶 天然水晶 	<ul style="list-style-type: none"> 黄金配饰 	<ul style="list-style-type: none"> 黄金配饰 	<ul style="list-style-type: none"> 翡翠玉石 		
 运动户外	<ul style="list-style-type: none"> 运动和户外服装 健身器材 					<ul style="list-style-type: none"> 运动鞋

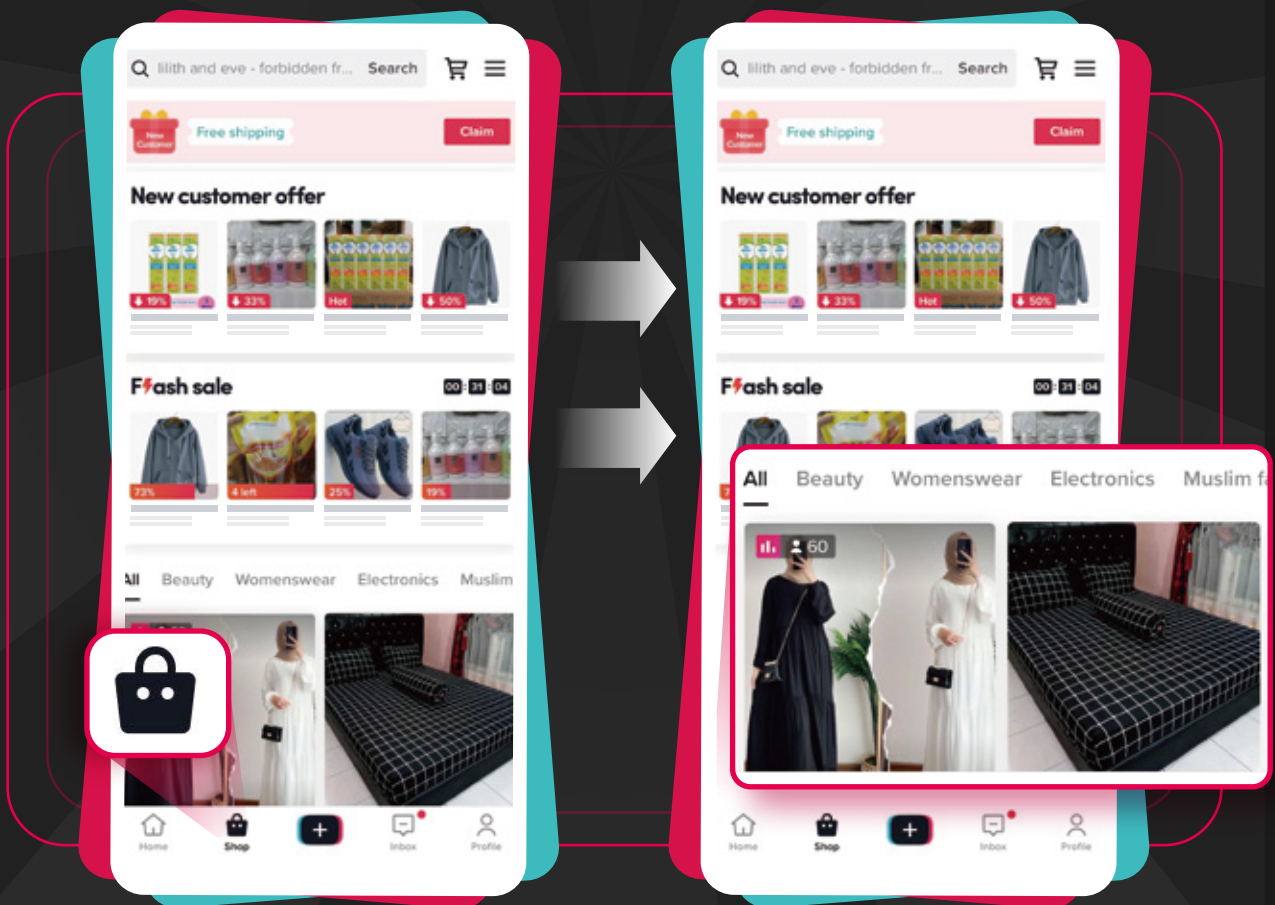
场域多样化驱动

● 商城全新增长

2023年，TikTok Shop商城在东南亚多国陆续上线，解锁全新带货场域。

在商城模式之下，商家将获得直播、短视频之外新的流量来源，并通过商品的货架式呈现，促进购物流量的转化，实现新的增长。

传统电商平台商家，也可以通过商城模式，快速入局TikTok Shop跨境电商，获取全新的生意增长。



【商城入口】

【商城首页商品推荐位】

上图仅供参考，各国商城入口可能略有差异，具体以实际上线界面为准。

● 直播视频提质

2023年,TikTok Shop跨境电商将持续助力跨境商家提升直播和短视频带货效率,实现更有质量的增长。



在货盘匹配方面：平台将助力商家发挥跨境货盘优势,推动商家与本地达人的合作,产出更加本地化的带货内容。

在内容运营方面：平台将助力商家实现运营精细化,协助解决运营中遇到的问题。



以精耕细作的方式提升直播、短视频等内容电商模式的带货质量,同时积极参与商城的卖货场景搭建,将为跨境商家2023年取得新的增长奠定坚实有效的基础。

营销多节点爆发



● 营销活动升级

2023年, TikTok Shop跨境电商将推动营销活动的**全面升级**。

在覆盖市场、面向的品牌和行业、活动频次、营销节奏等方面, 平台将持续进行**优化升级**, 增强营销活动对生意增长的促进作用。

● 把握节点爆发

2023年, 平台将实现东南亚和英国**重要营销节点的全覆盖**, 如东南亚的斋月、双11、双12大促, 英国的复活节、夏季大促、黑色星期五/网络星期一等。



2023年TikTok Shop >>

跨境电商营销活动一览

SALE

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
平台大促			全球春季大促 (包含斋月、泼水节和复活节营销节点)			东南亚年中66大促
主题营销	全球 新派对·新年礼遇	全球 新生活·陪伴宠爱	全球 新势力·春季上新		全球 新生活·环保健康	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
平台大促	英国夏季大促		东南亚99大促		东南亚双11大促 英国黑五网一大促	东南亚双12大促
主题营销	全球 新势力·夏日清爽	全球 新生活·年轻奕奕	全球 新生活·成长快乐	全球 新势力·秋冬焕新		全球 新派对·年末狂欢

品牌营销活动 > 品牌入驻, 新品首秀, 超级品牌, 品牌大赏年度庆典

Big Saving Day > 平台满减+限时限量大额券秒杀, 全品类可参与



TikTok Shop跨境电商重磅发布「**双优经营,三重增长**」的年度策略,正式迈入**高质量、精细化**的经营新阶段。

2023年,我们期待与更多跨境商家和服务生态伙伴,以更优质的商品和内容,带来更高速的生意发展,**共同实现「跨境新增长,一店卖全球」**。



关注官方微信公众账号和抖音号,2023抢占出海新商机

 **TikTok** Shop 跨境电商