

TikTok Shop 2023-2024上半年 全球美妆个护类目报告

TikTok Shop Market Report:
Cosmetics & Skin Care Category
(2023-2024)

www.echotik.ai

☑ 选爆品 👤 找达人 🔍 查店铺 📊 看数据

数据统计时间：2023年5月-2024年5月



EchoTik官网



EchoTik公众号

CONTENTS

目录

01

主流市场：美妆个护表现及趋势分析

1. TikTok Shop美妆个护类近一年表现
2. TikTok Shop美妆个护类前景趋势分析
3. 近一年主流市场热门广告素材Top 5

02

美国市场：美妆个护表现及趋势分析

1. 近一年整体美妆个护表现及趋势变化
2. 优秀美妆个护店铺表现及分析
3. 爆品数据表现及分析

03

泰国市场：美妆个护表现及趋势分析

1. 近一年整体美妆个护表现及趋势变化
2. 优秀美妆个护店铺表现及分析
3. 爆品数据表现及分析

04

印尼市场：美妆个护表现及趋势分析

1. 近一年整体美妆个护表现及趋势变化
2. 优秀美妆个护店铺表现及分析
3. 爆品数据表现及分析

05

越南市场：美妆个护表现及趋势分析

1. 近一年整体美妆个护表现及趋势变化
2. 优秀美妆个护店铺表现及分析
3. 爆品数据表现及分析

06

报告总结

INTROUCTION

引言

数据说明

1. 统计周期：2023年5月到2024年5月
2. 研究对象：分析TikTok Shop美国、泰国、印尼、越南等主流市场短视频及直播电商数据，选取TikTok与美妆个护相关的内容进行分析报告。
3. 数据来源：基于第三方TikTok数据分析平台EchoTik所追踪到的数据，非官方全量数据。基于隐私及数据安全考虑，本报告数据经过脱敏处理。
4. 免责声明：由于统计分析领域中的任何数据来源均存在局限性，报告中所估算、分析得出的数据仅供参考。

版权说明

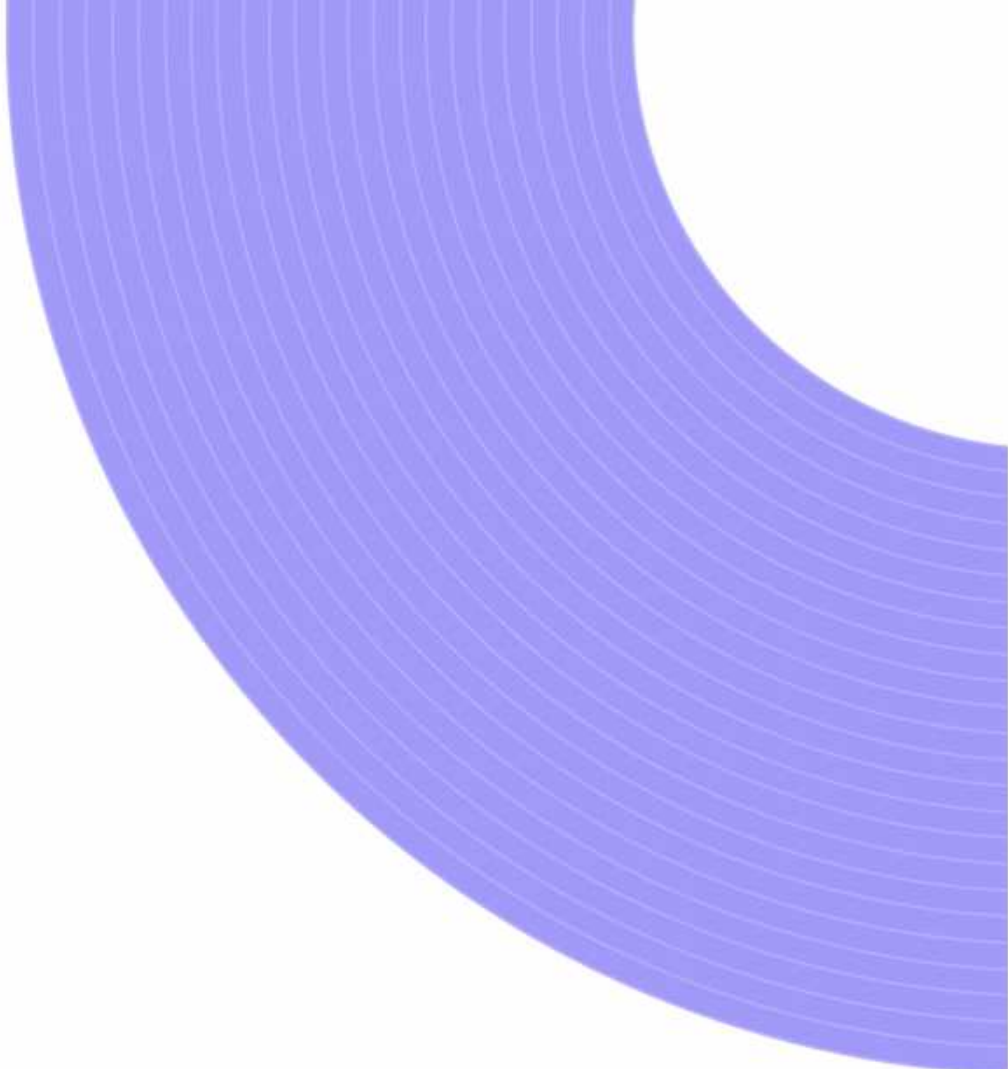
本报告除部分内容来源于公开信息外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归EchoTik所有。EchoTik获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得EchoTik方同意，且不得对本报告进行有悖意愿的删减与修改。

本数据及报告来源于EchoTik，违者将追究其相关法律责任。

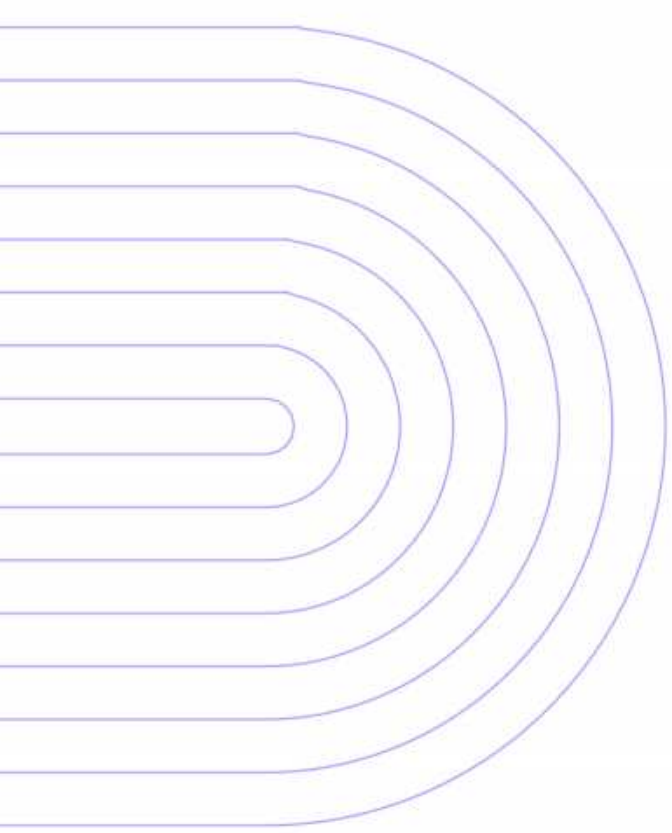
*更多数据，详见EchoTik官网：<https://echotik.ai>





主流市场

美妆个护表现及趋势分析



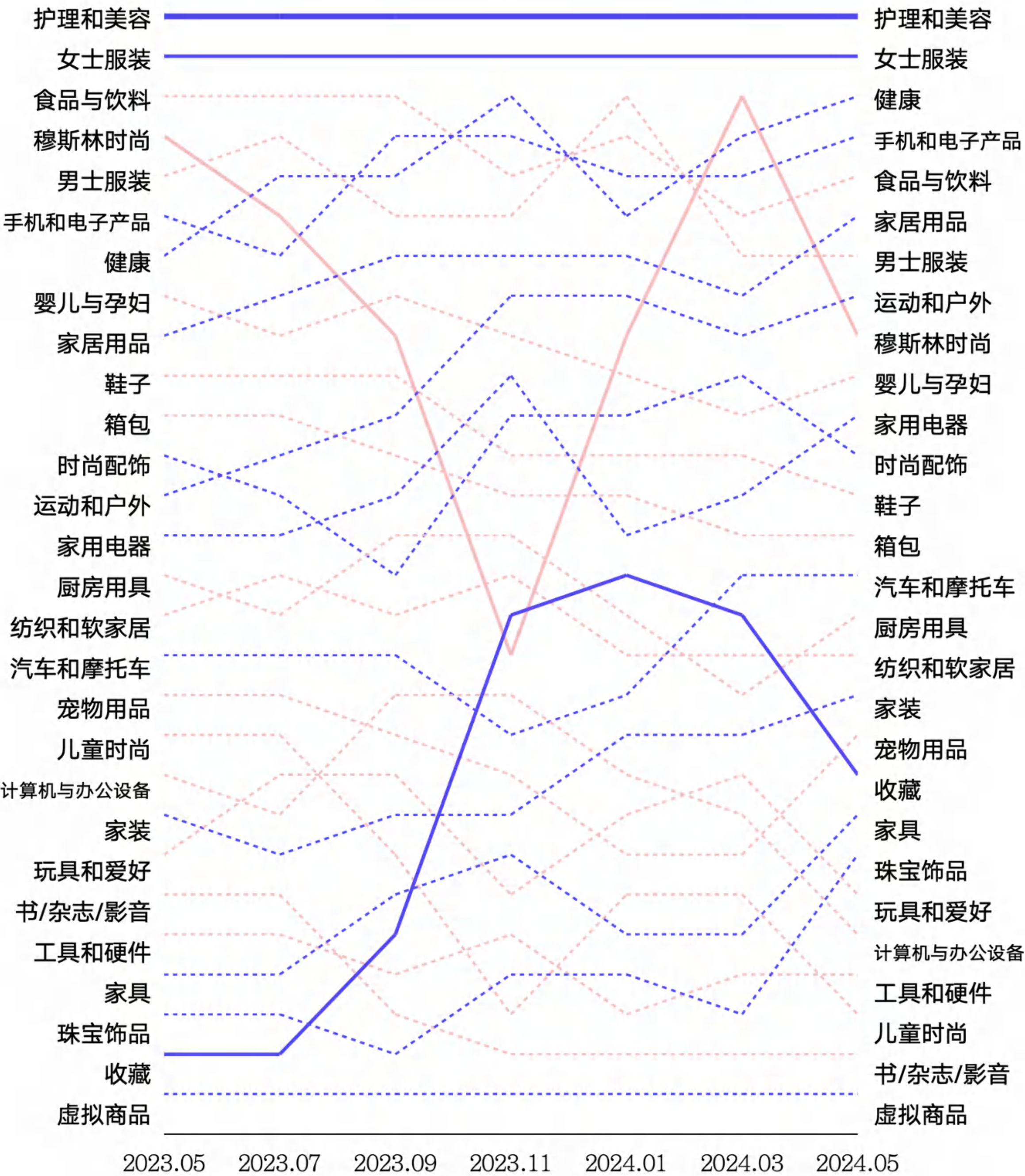
第一章

CHAPTER ONE

美妆个护持续领跑TikTok电商类目，近一年GMV稳居第一

TikTok电商各品类中，美妆个护与女士服装GMV始终占据全站点前两位。受文化因素影响，在东南亚地区穆斯林时尚GMV排名波动较大，在斋月销量达到顶峰。

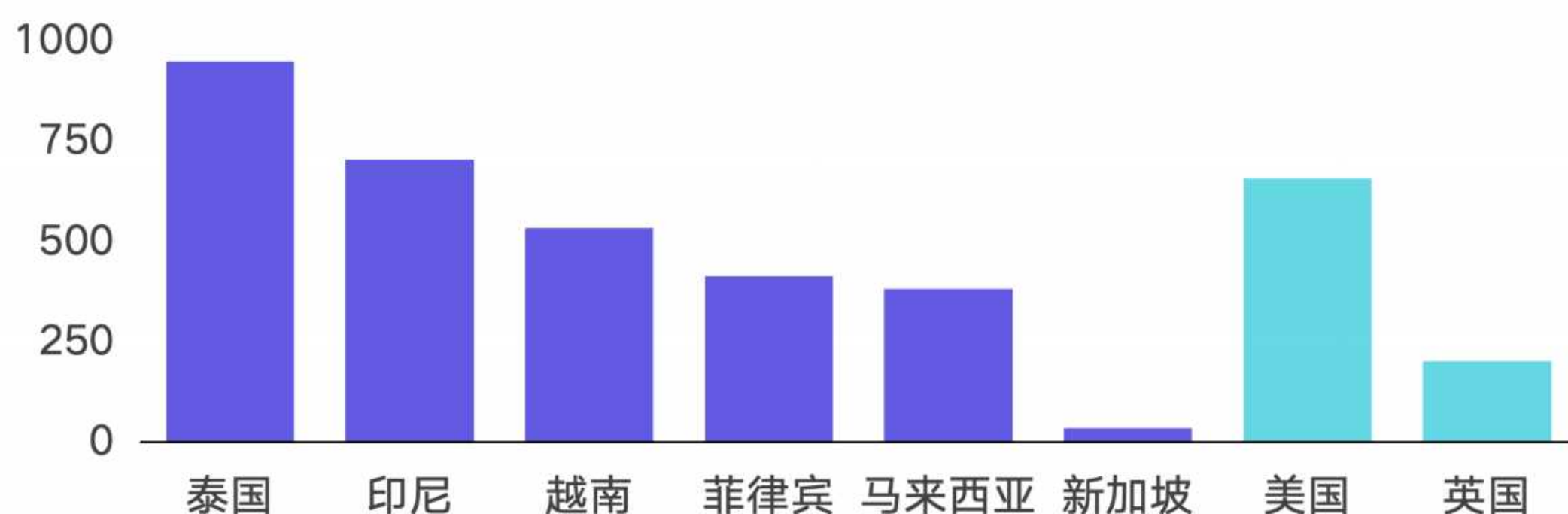
TikTok电商各品类GMV排名变化图



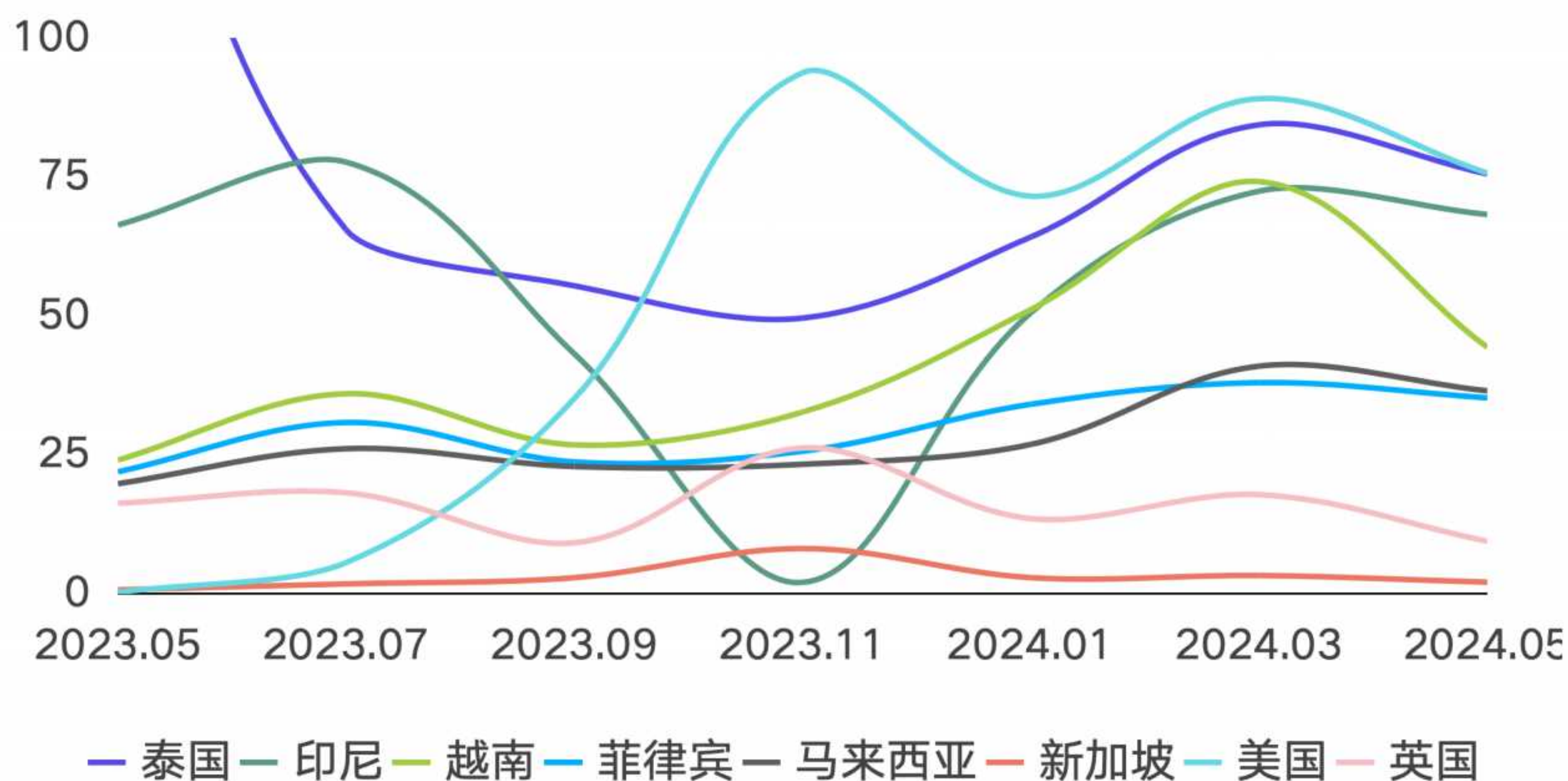
东南亚先发优势，美妆个护全年GMV泰国处领先地位 美国市场增长强势，已成为当下GMV最高的主力战场

从近一年美妆个护品类GMV绝对值来看，泰国位列第一、美国暂居第三；
从GMV增长来看，美国成为增速最快的站点，近半年已成为GMV最高的主销国；
东南亚市场中，印尼受封禁风波影响，暂未恢复至最佳状态，泰国与越南表现较好，GMV均有大幅提升，其他市场保持稳步增长。

近一年TikTok主销国美妆个护品类GMV（百万美元）

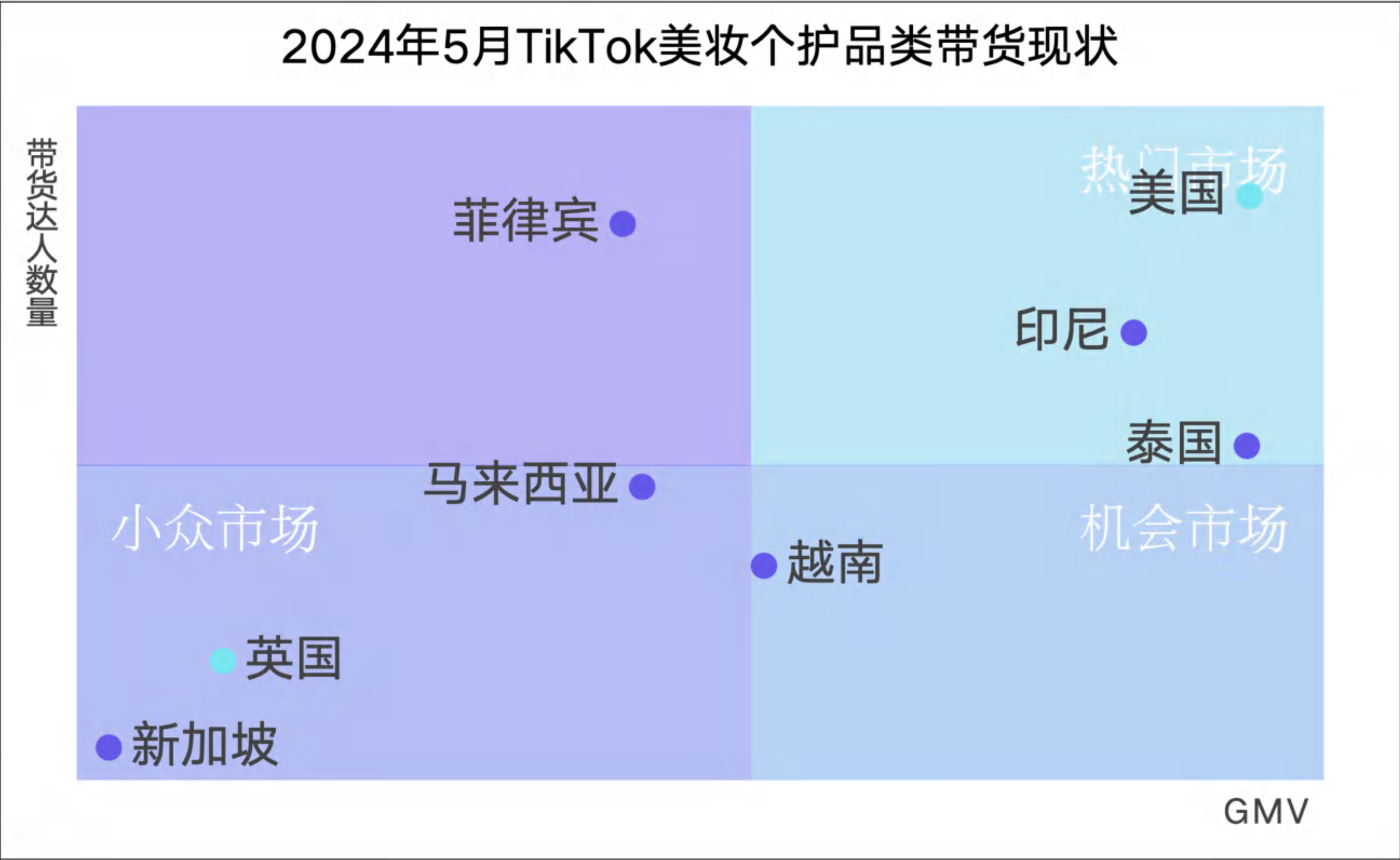


美妆个护市场GMV趋势图（百万美元）



美国直播带货大爆发，市场机遇与达人竞争并存

近一年，TikTok各主销国小店数、达人数、及带货视频/直播数均呈倍数增长；其中增速最快的当属美国，使其在GMV高速增长背景下同时面临剧烈竞争；泰国与越南拥有相对高市场体量以及低入局达人，是新入局带货的不错选择。

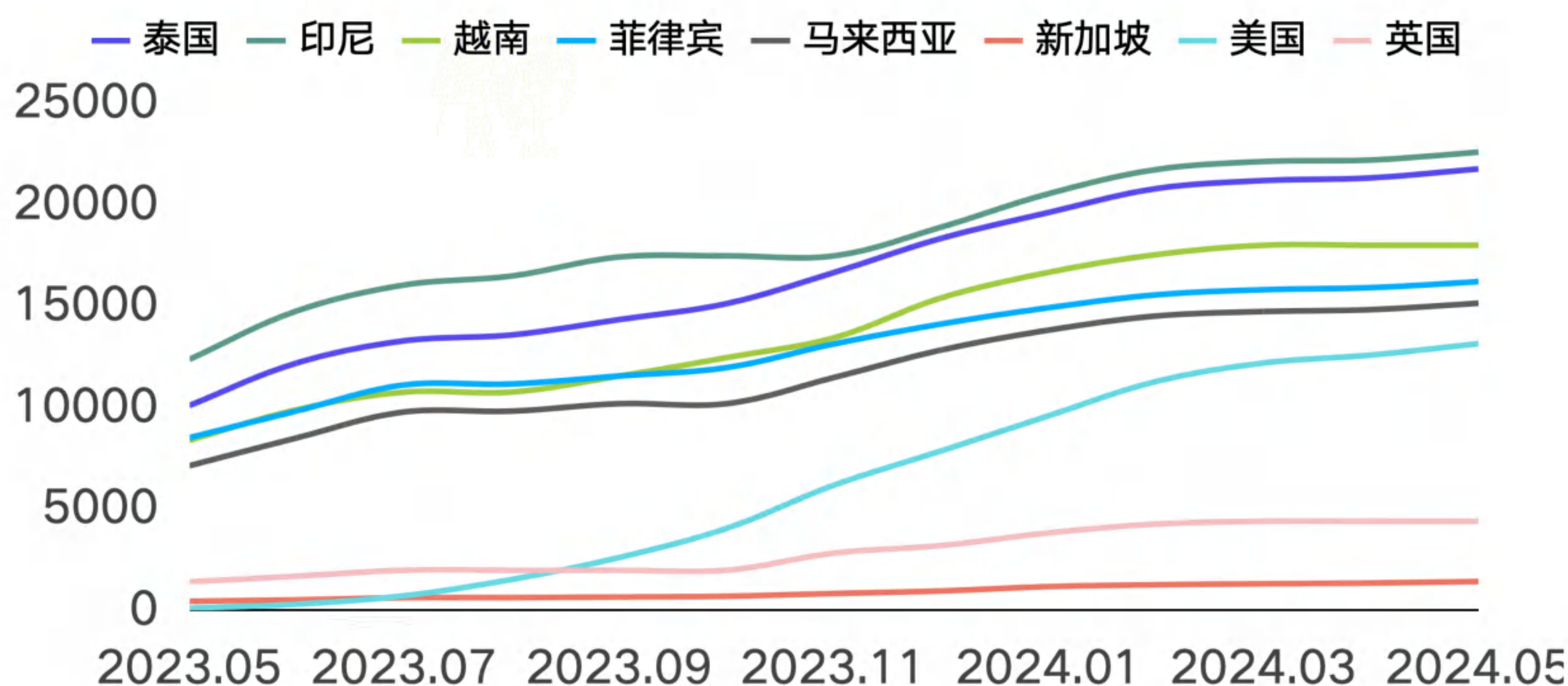


近一年美妆个护品类小店与带货趋势变化			
泰国	印尼	越南	菲律宾
小店数 2.2倍 达人数 2.2倍 视频数 7倍 直播数 77倍	小店数 1.8倍 达人数 1.7倍 视频数 5倍 直播数 28倍	小店数 2.1倍 达人数 2.2倍 视频数 5倍 直播数 83倍	小店数 1.9倍 达人数 4.0倍 视频数 8倍 直播数 63倍
马来西亚	新加坡	美国	英国
小店数 2.1倍 达人数 2.4倍 视频数 6倍 直播数 43倍	小店数 3.2倍 达人数 2.9倍 视频数 5倍 直播数 36倍	小店数 125倍 达人数 4.6倍 视频数 265倍 直播数 598倍	小店数 3.1倍 达人数 2.1倍 视频数 4倍 直播数 32倍

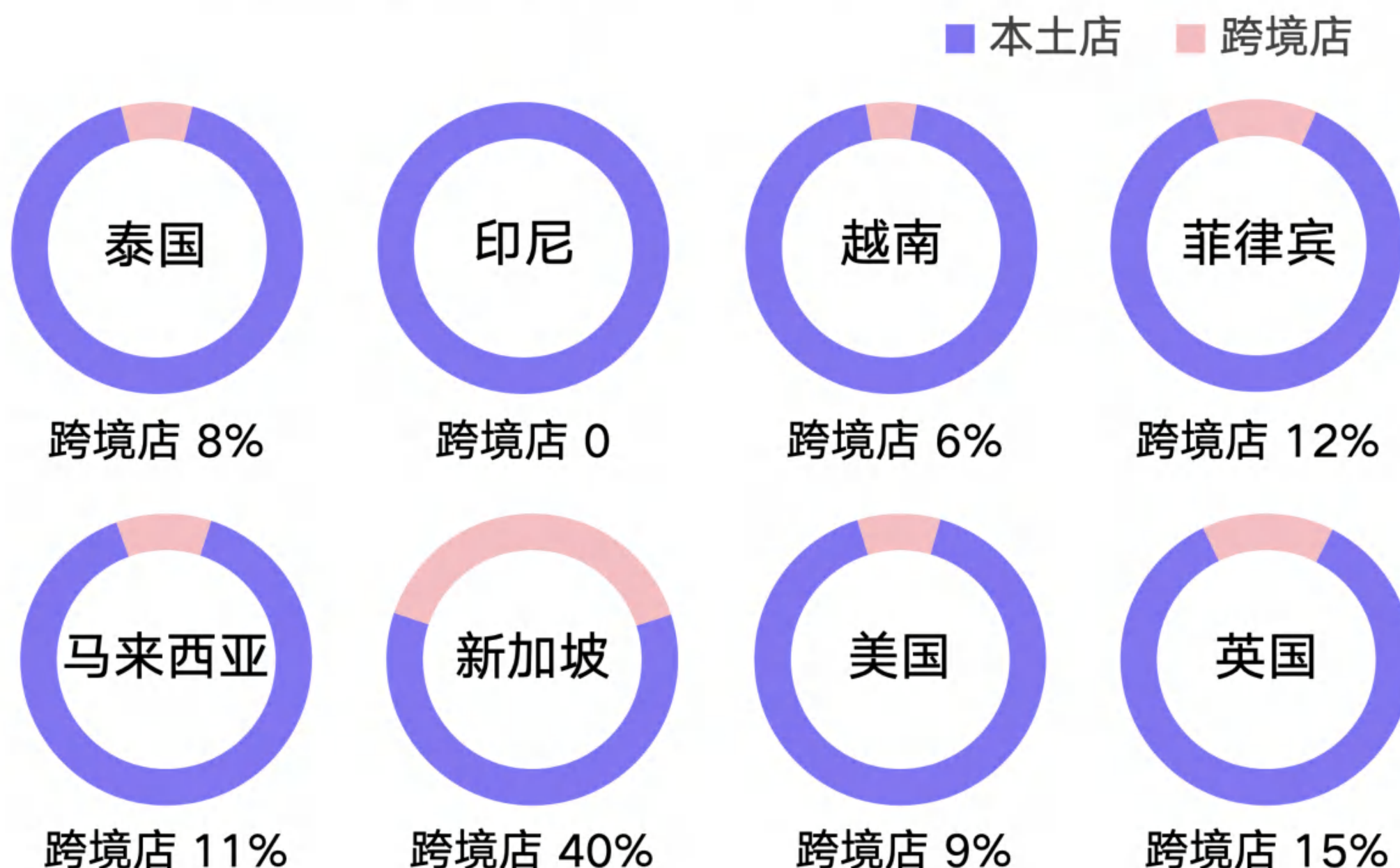
印尼、泰国美妆个护小店已超两万，新加坡跨境店比例最高

从美妆个护品类小店数变化趋势来看，各国均保持增长趋势，目前小店数量最高的印尼、泰国已超两万；从小店类别看，印尼当地政策限制开设跨境店，新加坡跨境店比例最高，达到了40%，造成这个情况主要和当地的运营成本相关。

近一年各主销国美妆个护品类小店数增长趋势



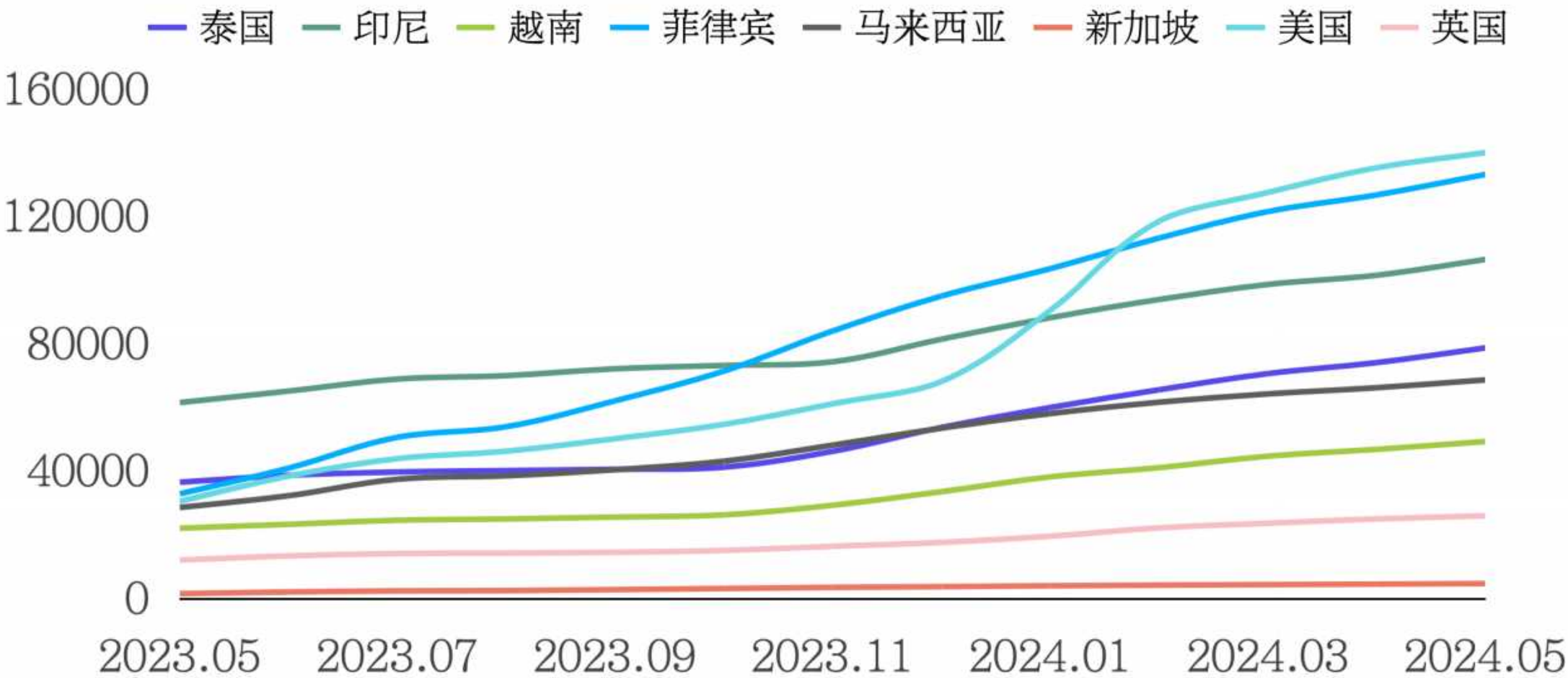
各主销国美妆个护品类动销小店类别分布



各国达人规模保持增长趋势，头部达人粉丝数量超500万

从美妆个护品类达人数变化趋势来看，各国均保持增长趋势，其中美国与菲律宾增量最高，目前达人数量已超13万；各国达人大多处于10w粉丝以下级别，但也已出现粉丝超过500万的头部达人。

近一年各主销国美妆个护品类达人数增长趋势



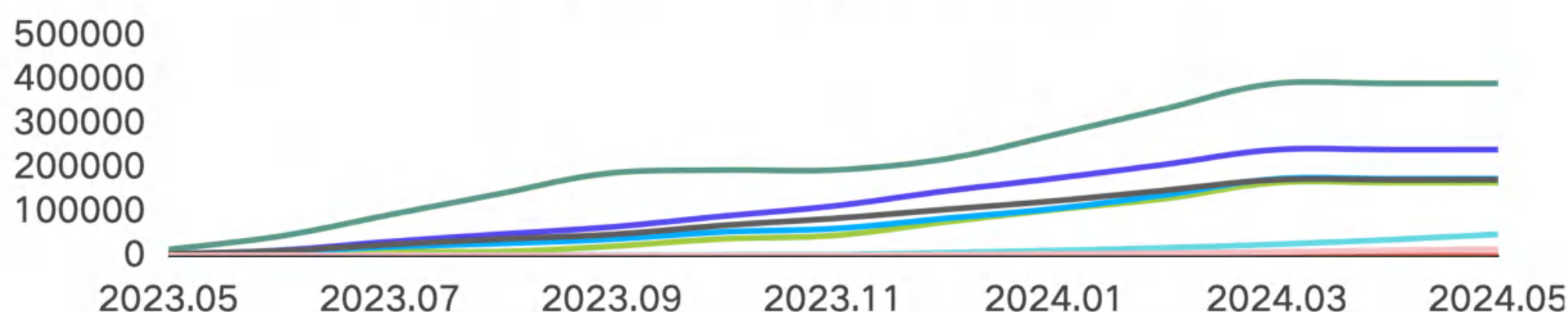
近一年美妆个护品类关联达人粉丝量级分布

	泰国	印尼	越南	菲律宾	马来	新加坡	美国	英国
0-10w	96.5%	93.8%	94.4%	97.5%	98.2%	99.3%	94.6%	93.8%
10-100w	3.4%	6.0%	5.5%	2.4%	1.7%	0.7%	5.3%	6.0%
100-500w	0.11%	0.21%	0.13%	0.08%	0.01%	0	0.18%	0.21%
500-1000w	0	0.002%	0	0.001%	0	0	0.002%	0.002%
>1000w	0	0	0	0	0	0	0	0

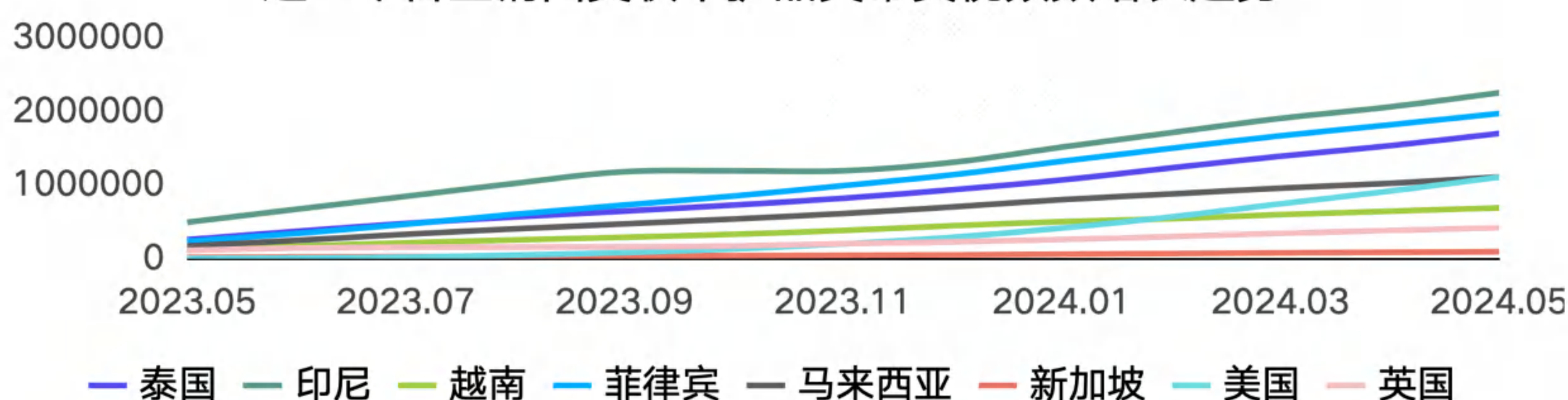
短视频带货依然主流带货方式，30秒以下的短视频最受欢迎

对于各国来说，短视频均为主流带货方式，美妆个护关联带货视频数稳步增长；从视频时长来看，创作者倾向于制作和发布15到30秒的短视频；从发布时间来看，12-21点为短视频发布高峰期，越南出现12点与19点双高峰。

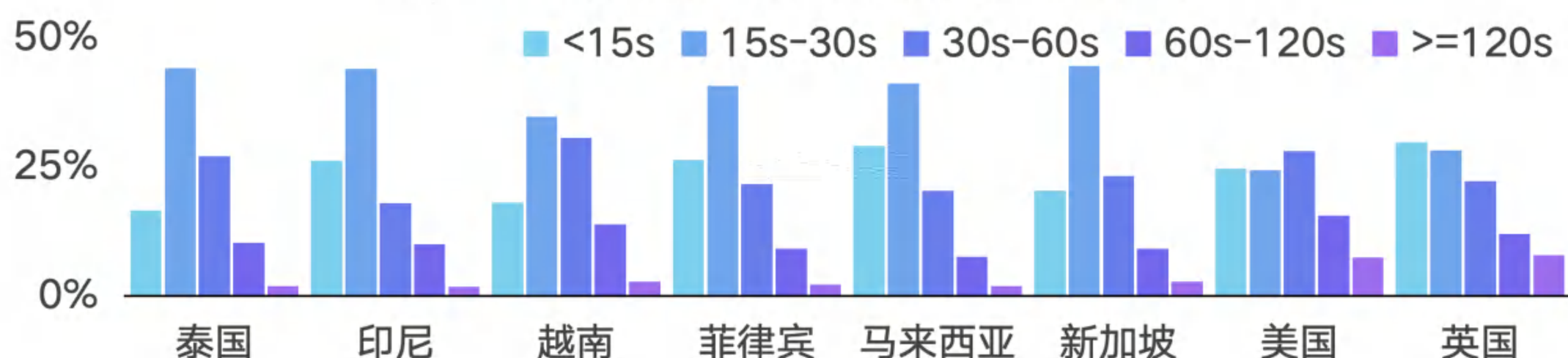
近一年各主销国美妆个护品类关联直播数增长趋势



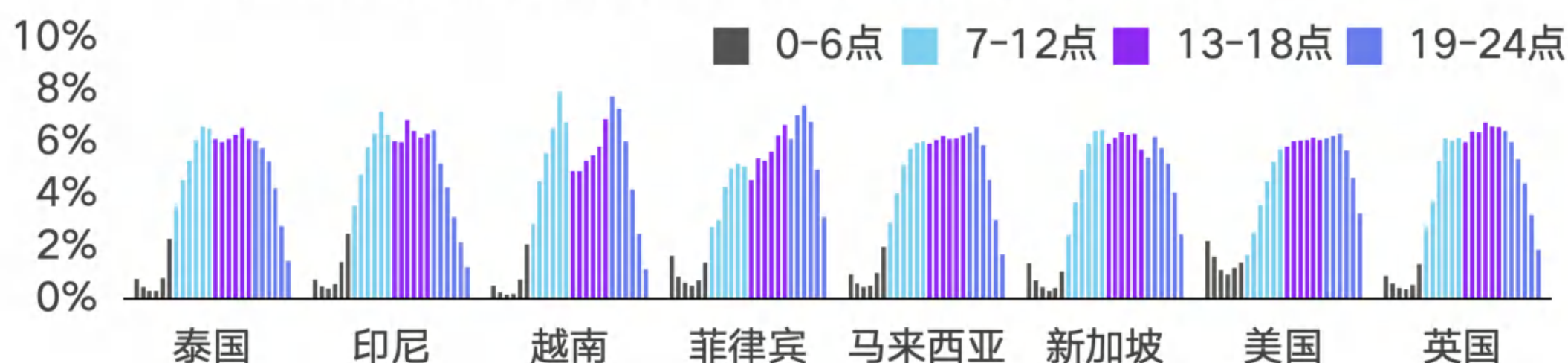
近一年各主销国美妆个护品类带货视频数增长趋势



2024年5月美妆个护关联视频时长分布



2024年5月美妆个护关联视频发布时间分布（本地时间）



美国市场

近一年美妆个护视频广告TOP 5（按展现估值排序）



广告主：Sephora

渠道：TikTok 展示商品：棕色睫毛膏
展现估值：328M 视频时长：8秒
投放时间：2024-02-17 ~ 2024-02-17
内容：达人演示棕色睫毛膏的上色和睫毛加长加密的效果



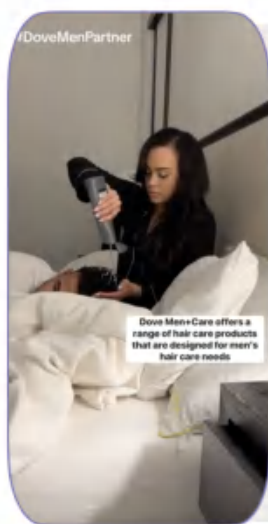
广告主：Ulta Beauty

渠道：TikTok 展示商品：防晒粉底液
展现估值：194.1M 视频时长：15秒
投放时间：2024-02-21 ~ 2024-03-13
内容：达人口播+展示粉底液上妆后的无毛孔、自然的肌肤效果



广告主：the urban gadget

渠道：YouTube 展示商品：多用刮毛刀
展现估值：112.1M 视频时长：32秒
投放时间：2023-08-22 ~ 2024-05-19
内容：通过幽默的镜头展示刮毛刀的多重功能



广告主：MikMak

渠道：TikTok 展示商品：男士洗发水
展现估值：111.3M 视频时长：44秒
投放时间：2023-11-25 ~ 2023-11-29
内容：在深夜的床上，妻子为老公洗发。通过荒谬的场景抓眼球



广告主：Amazon

渠道：YouTube 展示商品：黑色美白牙膏
展现估值：105.6M 视频时长：15秒
投放时间：2022-02-10 ~ 2024-06-09
内容：顾客使用美白牙膏后，情不自禁地拿出手机与牙膏牙刷自拍

数据来源：BigSpy - 全球领先的出海广告SPY工具 <https://bigspy.com/>
统计时间：2023年6月-2024年6月

东南亚市场

近一年美妆个护视频广告TOP 5（按展现估值排序）



广告主: L'Oréal

渠道: YouTube 展示商品: 男士控油洗面奶
展现估值: 126.5M 视频时长: 15秒
投放时间: 2024-02-15 ~ 2024-02-29
内容: 产品促销折扣信息, 搭配口播介绍



广告主: Skull Shaver

渠道: YouTube 展示商品: 电动剃头刀
展现估值: 123.8M 视频时长: 15秒
投放时间: 2023-11-01 ~ 2023-12-01
内容: 电动剃头刀在人头上刮过, 以及从骷髅模型划过的画面



广告主: pantene

渠道: YouTube 展示商品: 洗发水
展现估值: 116.1M 视频时长: 44秒
投放时间: 2024-02-07 ~ 2024-02-29
内容: 长发男人使用洗发水后, 头发瞬间变得清爽柔顺, 充满喜感



广告主: the urban gadget

渠道: YouTube 展示商品: 多用刮毛刀
展现估值: 112.1M 视频时长: 32秒
投放时间: 2023-08-22 ~ 2024-05-19
内容: 通过幽默的镜头展示刮毛刀的多重功能



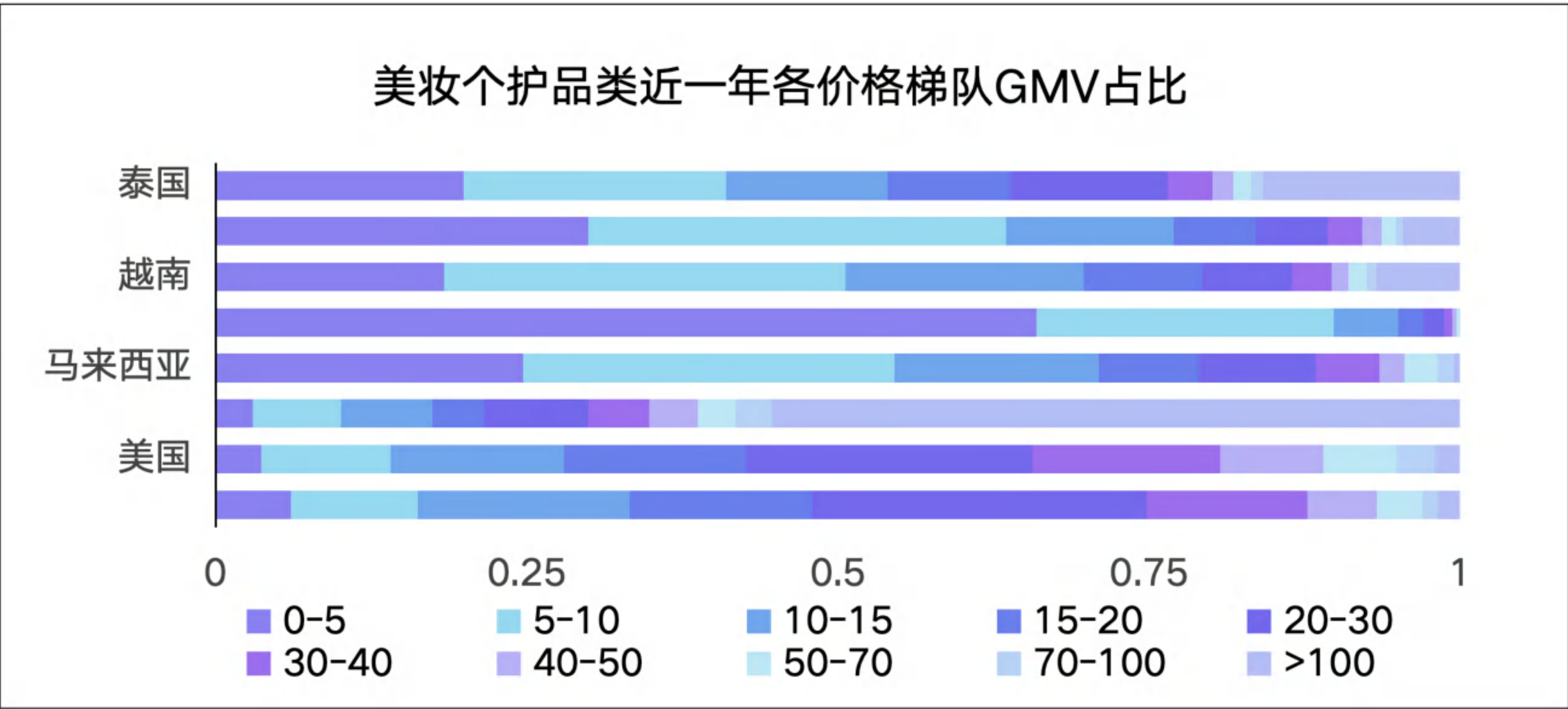
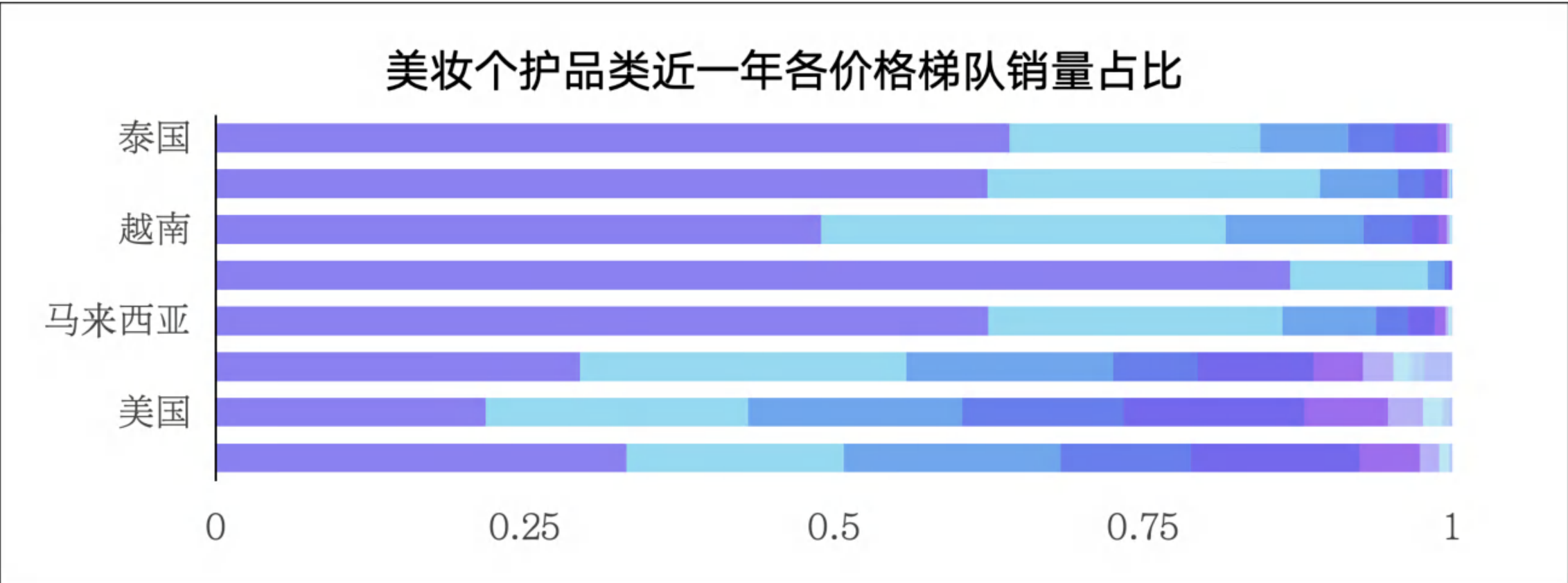
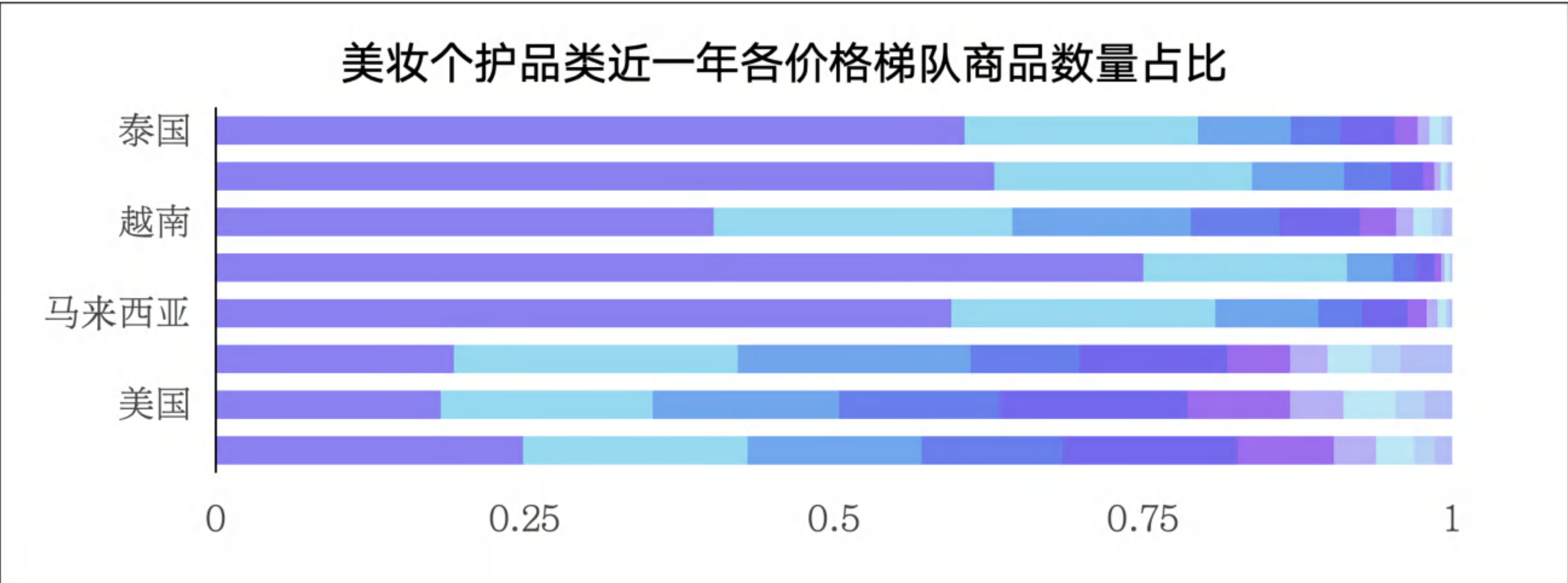
广告主: marianneymt

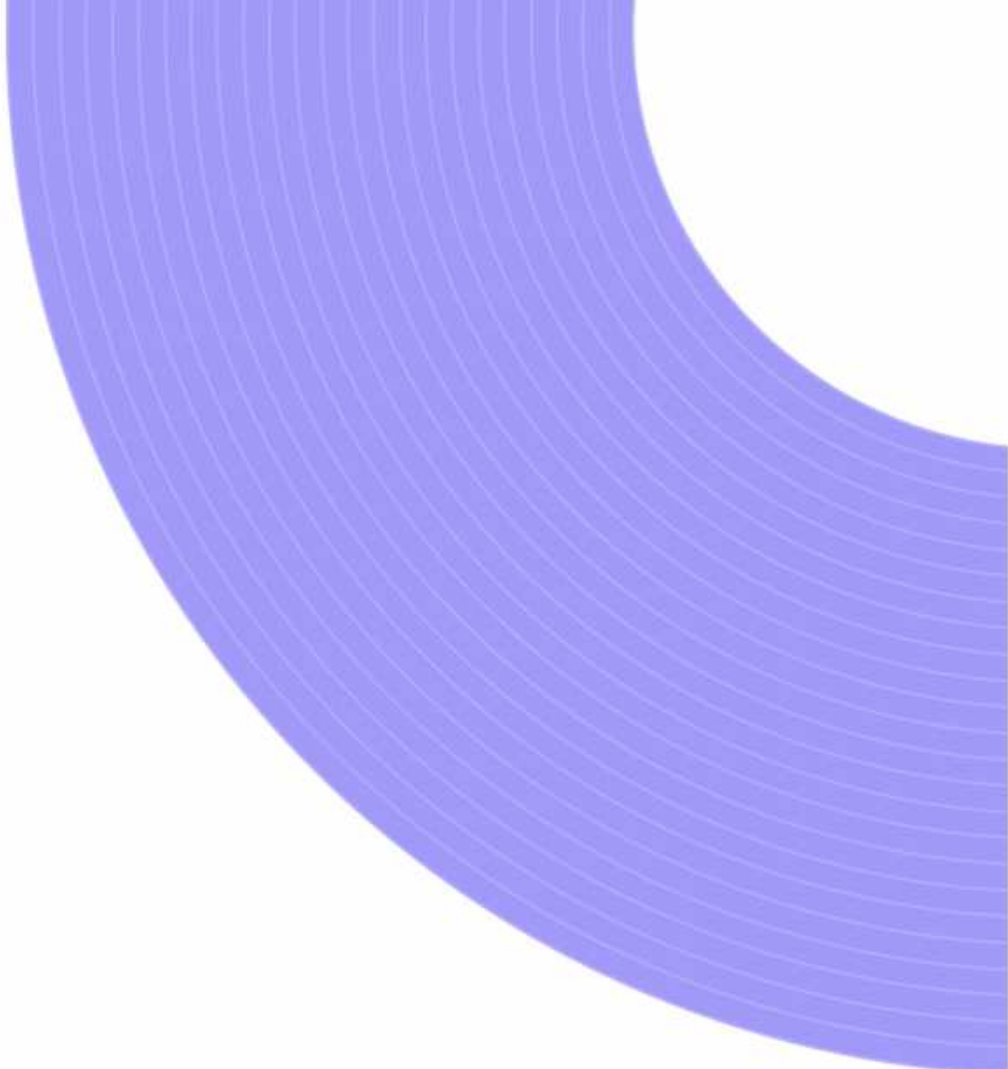
渠道: TikTok 展示商品: 香体喷雾
展现估值: 112M 视频时长: 12秒
投放时间: 2024-02-29 ~ 2024-02-29
内容: 产品展示, 搭配音乐

数据来源: BigSpy - 全球领先的出海广告SPY工具 <https://bigspy.com/>
统计时间: 2023年6月-2024年6月

商品销量与GMV价格段分化：发展中国家销量集中在0-10美元，菲律宾市场最下沉，新加坡最适合带货高价商品

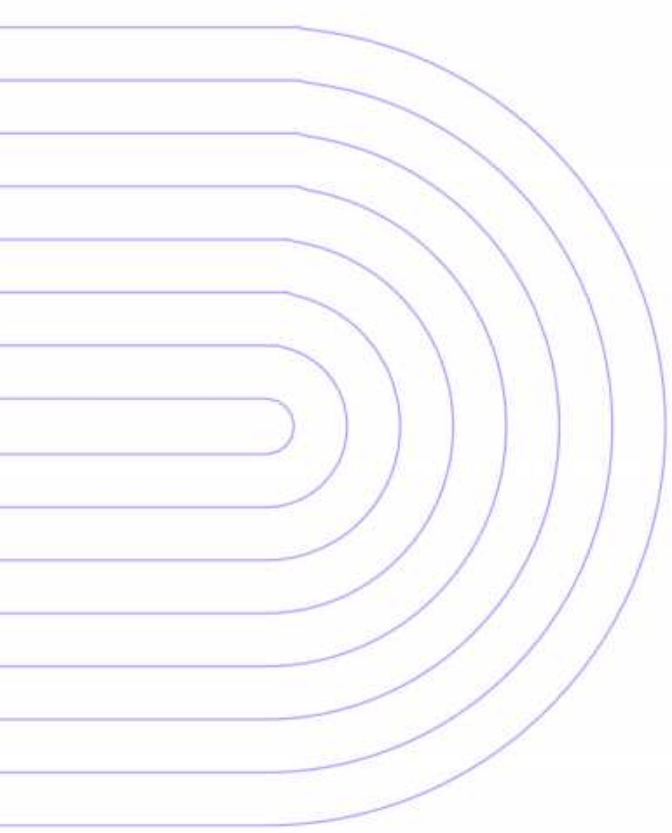
各国销售情况与供货情况较一致，发展中国家销量更集中在0-10美元商品；美国与英国GMV最高的商品在20-30美元，新加坡在100美元以上。





美国市场

美妆个护表现及趋势分析



第二章

CHAPTER TWO

历经半年爆发增长，美国市场当前增势趋于平稳

美国TikTok市场GMV最高的品类为：美妆个护、女士服装、健康，整体头部趋势较弱，前三品类约占据所有以及品类GMV的42%。
各一级品类在23年第三、四季度的购物旺季呈倍数增长。24年上半年增长放缓，趋于平稳。



近一年TikTok美国市场各一级品类双月环比增速

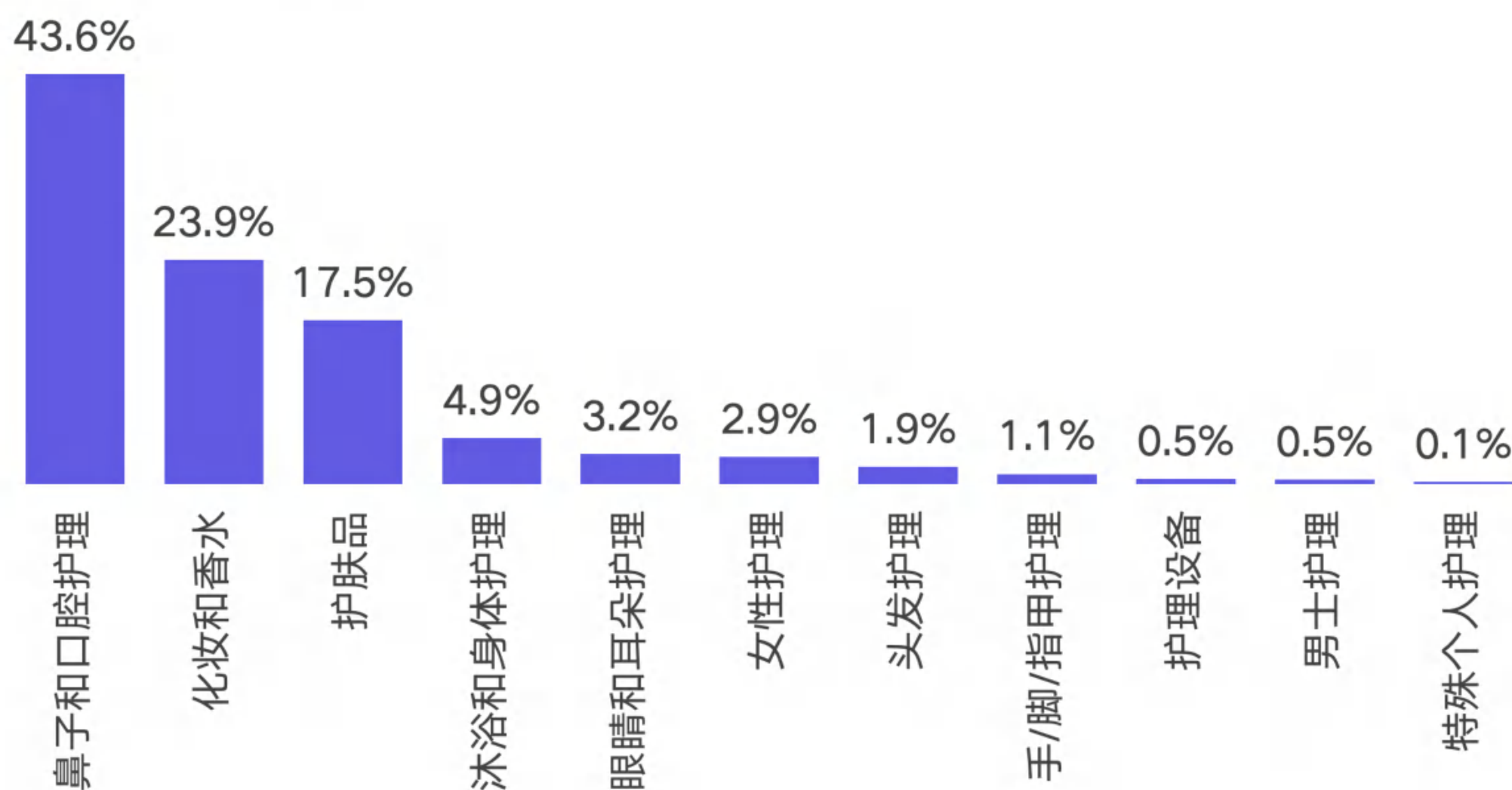
	2023.7	2023.9	2023.11	2024.1	2024.3	2024.5
护理和美容	2576.85%	529.54%	166.88%	-23.70%	24.54%	-15.04%
女士服装	1178.91%	214.80%	153.67%	7.85%	-2.55%	-23.83%
健康	51252.82%	1576.14%	825.23%	-5.33%	51.00%	49.71%
收藏	1242.22%	224.55%	304.89%	75.13%	15.83%	-54.55%
运动和户外	754.95%	357.92%	627.88%	-1.54%	2.99%	-17.75%

美国消费者偏好鼻子和口腔护理，更多细分市场需求待开发

从美妆个护的二级品类来看，区别于其他国家市场更加注重基础的肌肤护理，美国消费者最关注鼻子和口腔护理，对于鼻子和口腔护理，美国消费者最看重牙齿美白和口腔清洁。

化妆和香水、护肤品分别位列二级类目的第二名和第三名，前三者占比约84%。值得注意的是，从关键词来看，男士的护肤和美容需求在美国市场受到了许多消费者的关注。

美国市场美妆个护二级品类GMV分布



鼻子和口腔护理

亮肤加热 敏感 无氟 父亲节 薄荷 温和 舒适 牙菌斑 可充电 污渍 健康管理 去污 防水 清新 美白 清洁 喷雾 不锈钢 益生菌 礼物 儿童 笑容 口臭 母亲节

化妆和香水

滋润 闪光 初学者 浓密 海绵 潮流 畅销 清洁 蓬松 光泽 日常 保湿 自然 持久 长效 套装 防水 男士 友好 礼品 香味 柔软 密封 花香 舒适 奶油

Top 10小店GMV在160万美元以上
天然纯素成分和无动物实验为热销品牌卖点

美国美妆个护品类Top 1小店GMV在500万美元左右，其他小店差距不明显，GMV在160万到260万美元之间；Top 10小店中，所有小店均为本地小店，8个小店以美妆个护品类销售为主，GMV占比约90%，其他小店美妆个护品类占店总销售比例约在45%-70%。
在Top 10店铺中，宣称采用天然纯素成分的品牌占多数；品牌在历史起源和创业理念中主张不使用动物实验的环保主义，也逐渐成为消费者关注的重点。

2024年5月美妆个护品类TOP10店铺					
店铺名称	类型	商品数量 (件)	销量 (千件)	GMV (美元)	美妆个护占 店总销售比例
Tarte Cosmetics	本地	75	124.01	5.33M	91.32%
Cocomint Beauty	本地	109	120.81	2.59M	99.16%
Jeffree Star Cosmetics	本地	153	169.29	1.90M	67.50%
Herfessmartlife	本地	8	66.11	1.82M	99.03%
Gopure	本地	32	69.08	1.81M	99.28%
simplymandys	本地	46	98.79	1.78M	88.01%
The Beachwaver	本地	108	40.01	1.75M	45.47%
wavytalk	本地	9	77.90	1.72M	99.59%
ONE SIZE BEAUTY	本地	32	71.22	1.71M	98.24%
The Ordinary Store	本地	68	146.19	1.62M	97.89%

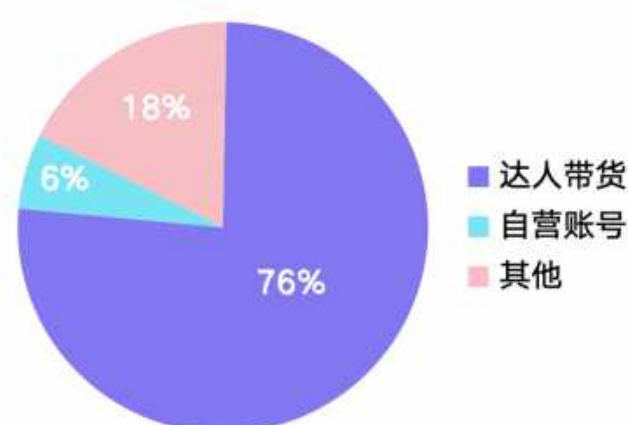
美国市场小店分析

tarte

TOP 1 : Tarte Cosmetics

Tarte Cosmetics是成立于1999年的美国彩妆品牌，以北美为市场中心。高丝集团九年前将其收购作为全球化战略的一部分。如今，该品牌已然成为集团彩妆板块的营收支柱。2023年入驻TikTok本土小店后，Tarte Cosmetics经常名列前茅。在TikTok，该品牌的商品价格分布在\$11-\$68，平均价格为\$29.06。主要销售方式是视频带货，关联达人数量11.2k，视频数34.3k，直播数7.3k。小店主打化妆品套装，通过不同价位、不同类型的组合商品满足顾客需求。

销售渠道分布



带货达人趋势



近30天热销产品Top 3

化妆套装



价格: \$39.00
30天销量: 24.3k

带货达人数量: 969
商品销量稳步增长

化妆套装



价格: \$27.30
30天销量: 6.4k

带货达人数量: 239
销量持续增长，但增速放缓

化妆套装



价格: \$31.00
30天销量: 4.9k

带货达人数量: 323
推广依赖性高，非推广期销量低

美国市场小店分析

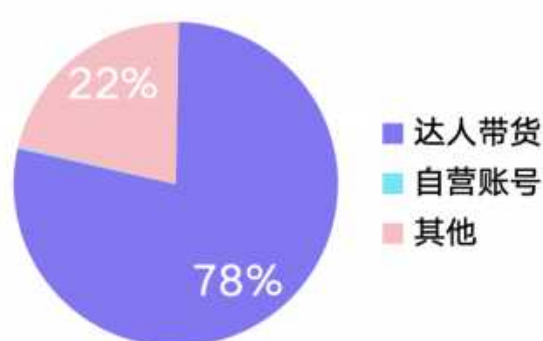
cocomint

TOP 2 : Cocomint Beauty

Cocomint Beauty 由Jane Collins创立于 2015 年，她是一位热衷于天然和可持续美容产品的护肤爱好者，由于天然的成分和环保的护肤理念，得到了来自欧美和亚洲多个国家地区的消费者的关注，该品牌主要通过线上进行销售，线下主要通过布局集合店和渠道小店来提高产品知名度。

在TikTok,商品价格分布在\$3.49-\$69.99，平均价格为\$20.60。主要销售方式是视频带货，关联达人5.5k，视频数11.2k，直播数3.4k。小店成交金额中达人带货占比较高，近三月关联达人增长约3倍。

销售渠道分布



带货达人趋势



近30天热销产品Top 3

面膜



价格: \$25.57
30天销量: 56.1k

带货达人: 1.1k
近1月销售增势放缓

防晒霜



价格: \$15.89
30天销量: 16.6k

带货达人: 211
近半年总销量稳步提升

眼部精华



价格: \$10.79
30天销量: 5.2k

带货达人: 95
近半年总销量稳步提升

美国市场小店分析



TOP 3 : Jeffree Star Cosmetics

Jeffree Star 化妆品于2014年由美妆博主Jeffree Star创立。商品价格分布在\$2.10-\$308.00，平均价格为\$40.93。主要销售方式是视频带货，关联达人数490，视频数899，直播数427。小店近期通过头部达人直播带货的方式，创造最高单日148.3k的销量。

小店90天销售趋势图



近30天热销产品Top 3

单色眼影



价格: \$2.10
30天销量: 75.8k

带货达人数: 31
单场直播创造18.2k销量

唇膏



价格: \$20.00
30天销量: 30.6k

带货达人数: 75
头部达人单场直播创造1.6k销量

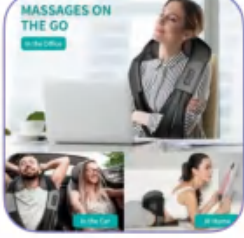
遮瑕膏

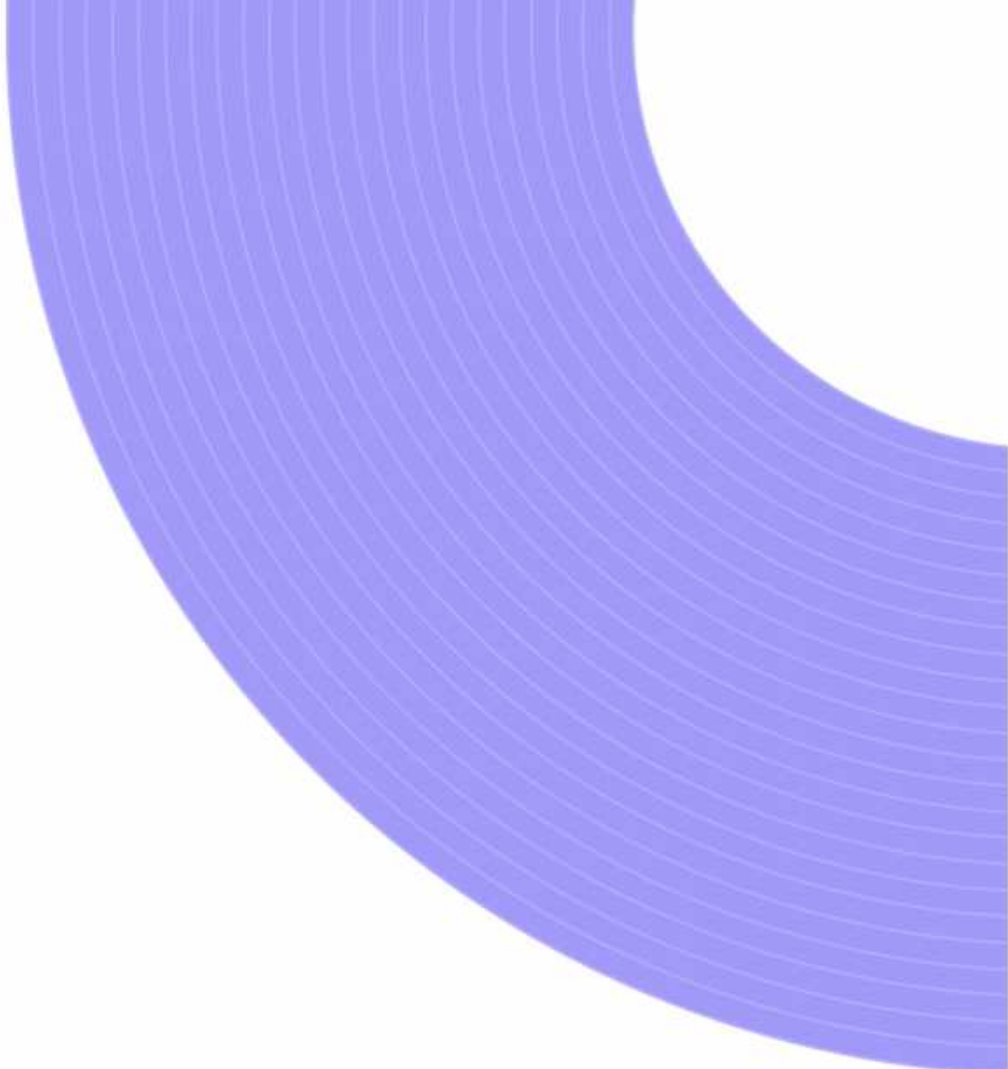


价格: \$25.00
30天销量: 9.2k

带货达人数: 88
头部达人单场直播创造1.4k销量

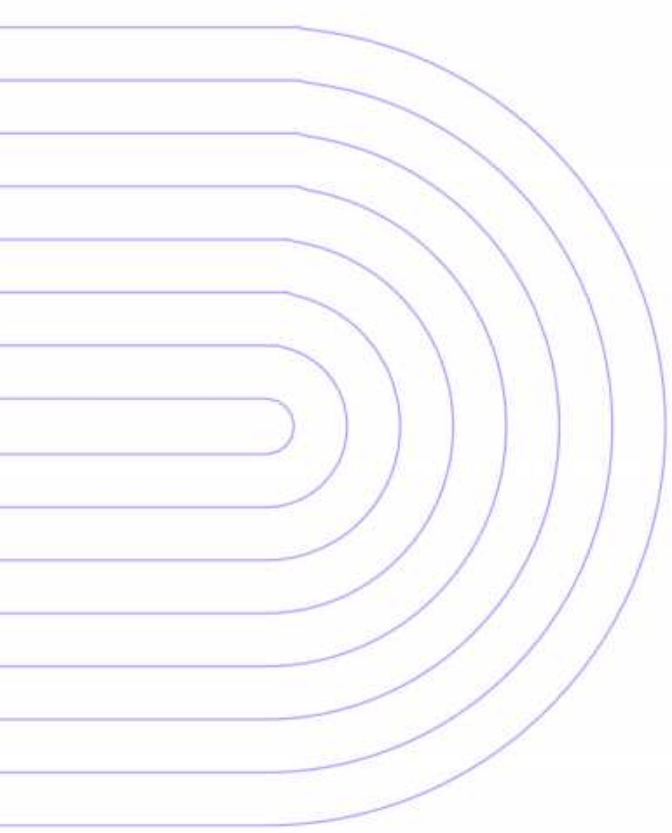
美国市场
2024年5月份美妆个护TOP 10热销单品

排名	商品	价格	销量	销售额	达人数	视频数
1	 Sungboon Editor - Deep Collagen Anti-Wrinkle Lifting Mask	\$28.74	62.84k	1.70M	620	790
2	 GOPURE Neck Cream - Tighten & Lift Firming Neck Cream for Crepey Skin	\$23.40	59.15k	1.50M	2498	2680
3	 tarte™ best-sellers trending trio	\$22.00	44.24k	1.22M	1145	1111
4	 Neck Shoulder Back Massager with Heat - Shiatsu Massager Adjustable Relaxing Gift Plug-in Comfort	\$24.49	53.88k	1.18M	697	711
5	 Akunbem Electric Shaver for Women Best Electric Razor for Womens Bikini Legs Underarm Public	\$20.22	63.37k	1.15M	844	934
6	 Glycolic Acid 7% Exfoliating Toner	\$10.85	100.6k	1.09M	938	1130
7	 LIP LINER STAY-N - PEEL-OFF LIP LINER TATTOO	\$16.14	66.79k	1.06M	1126	1428
8	 Wavytalk Negative Ion Single Thermal brush 1.5 Inch	\$19.98	37.70k	903.1k	706	878
9	 (NEW) BODY GLAZE: Pick your scent!	\$17.50	51.67k	894.5k	1074	1382
10	 Onion, Biotin and Rosemary Shampoo & Treatment Set for Stronger, Thicker and Longer Hair - Soft and Shine, Hair Loss and Thinning Hair	\$12.50	40.14k	693.7k	1384	1491



泰国市场

美妆个护表现及趋势分析

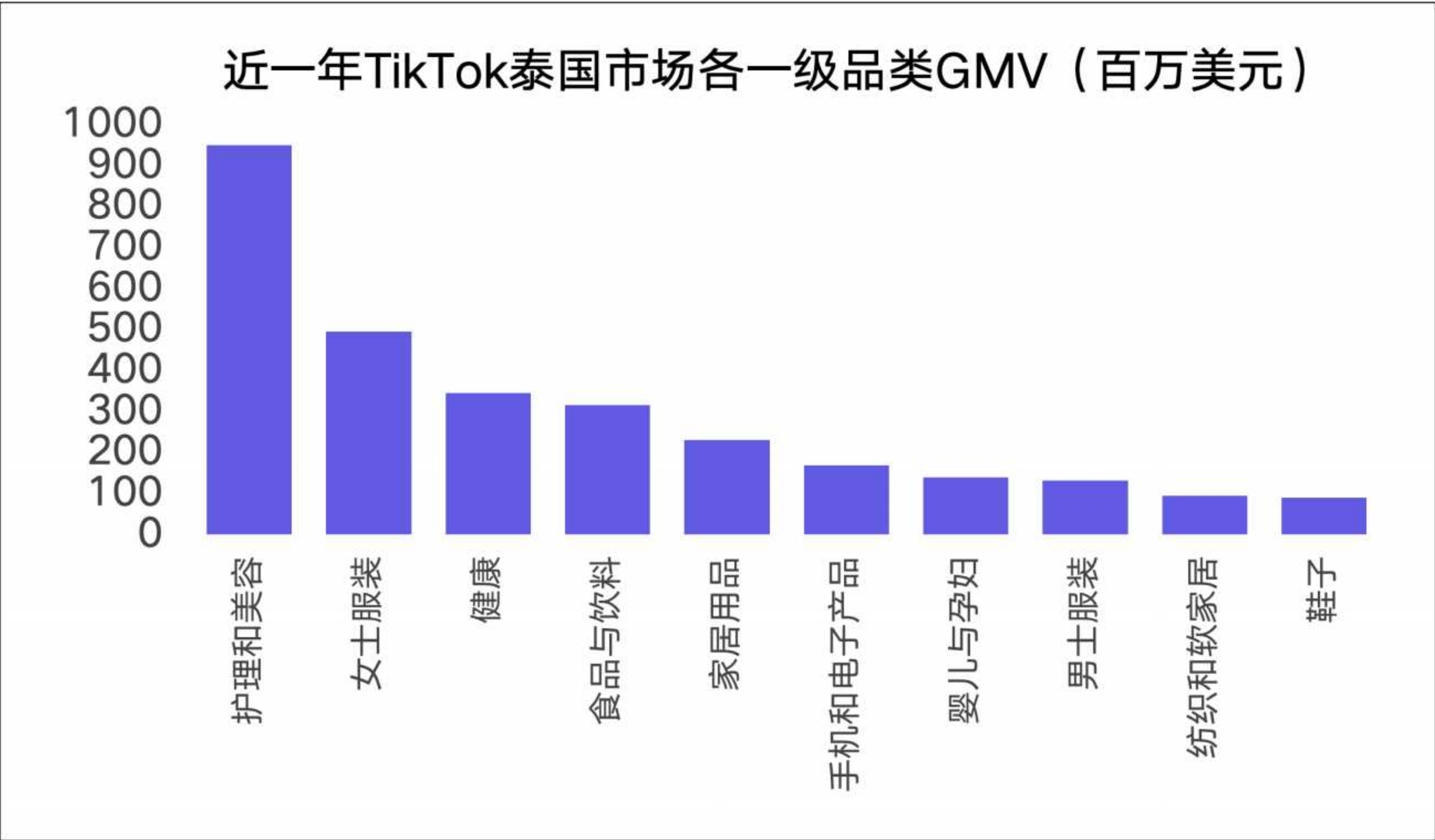


第三章

CHAPTER THREE

泰国美妆个护品类波动增长，占一级品类GMV总量约25%

泰国TikTok市场GMV最高的品类为：美妆个护、女士服装、健康，其中美妆个护断层领先，占据所有一级品类GMV的25%；各一级品类呈季节性波动增长，美妆个护继3个月的持续增长后有回落趋势。



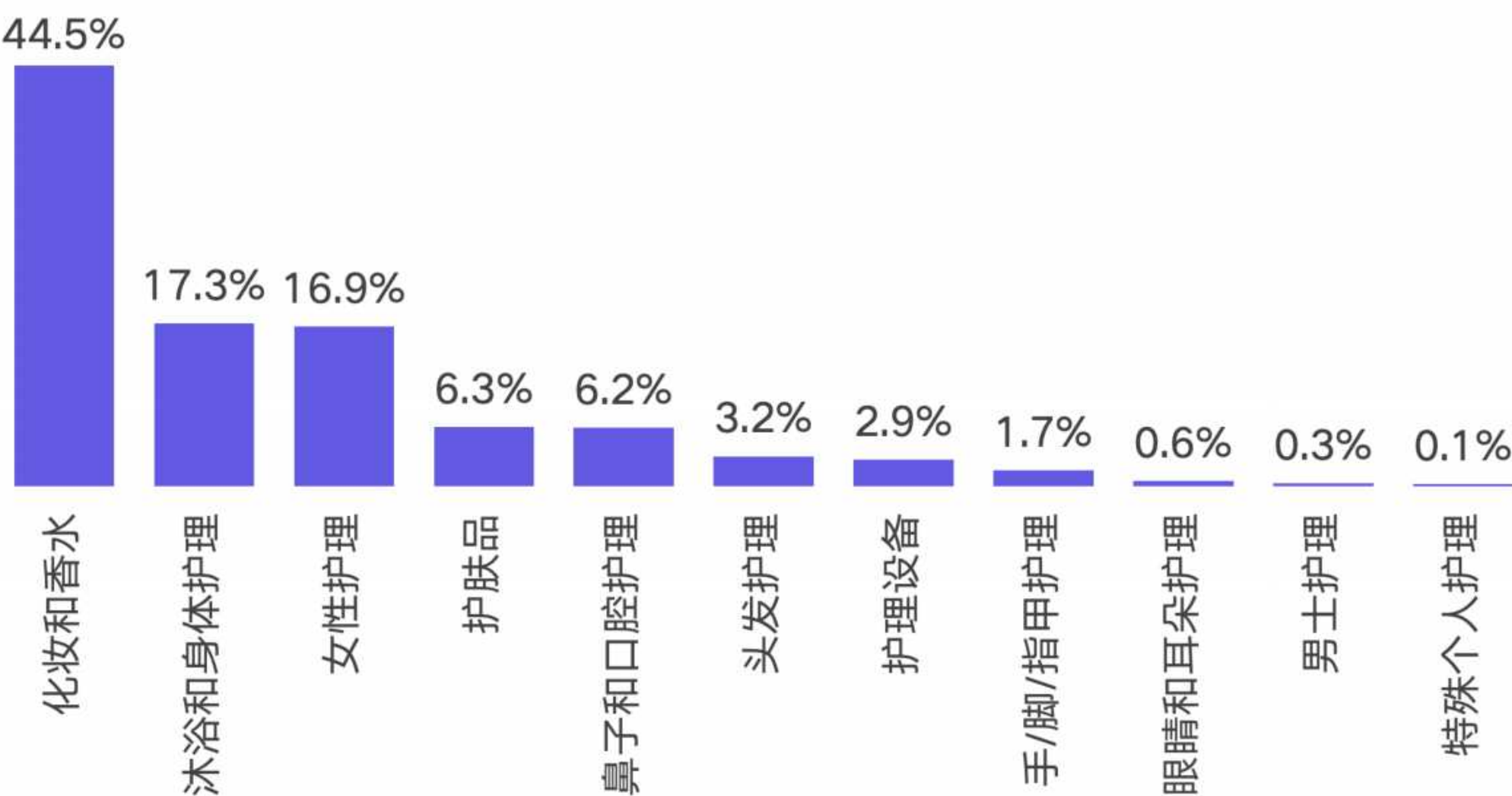
近一年TikTok泰国市场各一级品类双月环比增速

	2023.7	2023.9	2023.11	2024.1	2024.3	2024.5
护理和美容	-57.78%	-15.38%	-10.48%	29.43%	31.46%	-10.49%
女士服装	52.02%	-22.96%	84.68%	21.84%	4.22%	-23.12%
穆斯林时尚	67.85%	-2.77%	24.50%	14.38%	11.22%	-2.72%
男士服装	40.20%	-31.53%	-10.34%	32.22%	9.14%	-0.16%
手机和电子产品	53.71%	-18.05%	0.35%	32.59%	2.79%	18.95%

泰国消费者最偏好化妆和香水，最关注防水性和持久性

在美妆个护二级品类中，泰国消费者最偏好化妆和香水，GMV占比约45%，大幅领先其他二级品类；
对于化妆品，印尼消费者最关注防水性和持久性，其次看重保湿、防晒功效。

泰国市场美妆个护二级品类GMV分布



化妆和香水

发光 天鹅绒 视黄醇 干燥 浓缩
香味 哑光 保湿
有机 棕色 防水 防晒
长效 光滑 血清 持久
奶油 迷你 控油 防汗 茶树
透明 美白 光泽 遮盖

沐浴和身体护理

有机 天然 谷氨酰胺 人参 磨砂
蜂蜜 防晒 滋润 干燥
泡沫 护肤 保湿 血清
除臭 防水 脱毛 奶油 痤疮 茶树
亮肤 美白 清洁
神经酰胺 草药 积雪草

泰国美妆个护GMV Top 10店铺门槛在80万美元 本土小店占八成

泰国美妆个护品类小店头部效应较弱，Top 1小店GMV约200万美元，Top 2到Top 10小店GMV均在100万美元左右，总体差距较小，头部效应尚未产生。

在Top 10小店中，排名前八的均为本地小店，7个小店以美妆个护品类销售为主，GMV占比超80%。

2024年5月美妆个护品类TOP 10店铺					
店铺名称	类型	商品数量 (件)	销量 (千件)	GMV (美元)	美妆个护占 店总销售比例
korich	本地	60	214.33	2.03M	90.12%
drpongshop	本地	140	167.78	1.36M	65.48%
Madamefin	本地	81	84.64	1.30M	87.70%
Chaba168	本地	58	53.22	1.08M	100.00%
DKskinshop เครื่องสำอาง	本地	563	274.02	1.07M	87.61%
Swisslab Thailand	本地	88	43.19	955.38k	81.17%
SkintificThailand	本地	80	66.61	939.08k	100.00%
คำแน่น	本地	2	92.84	905.27k	100.00%
CHILLAB THAILAND	跨境	14	32413	879.02k	-
WOSADO.TH	跨境	31	13674	861.25k	-

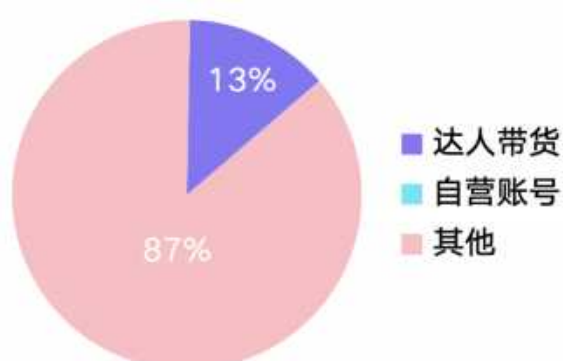
泰国市场



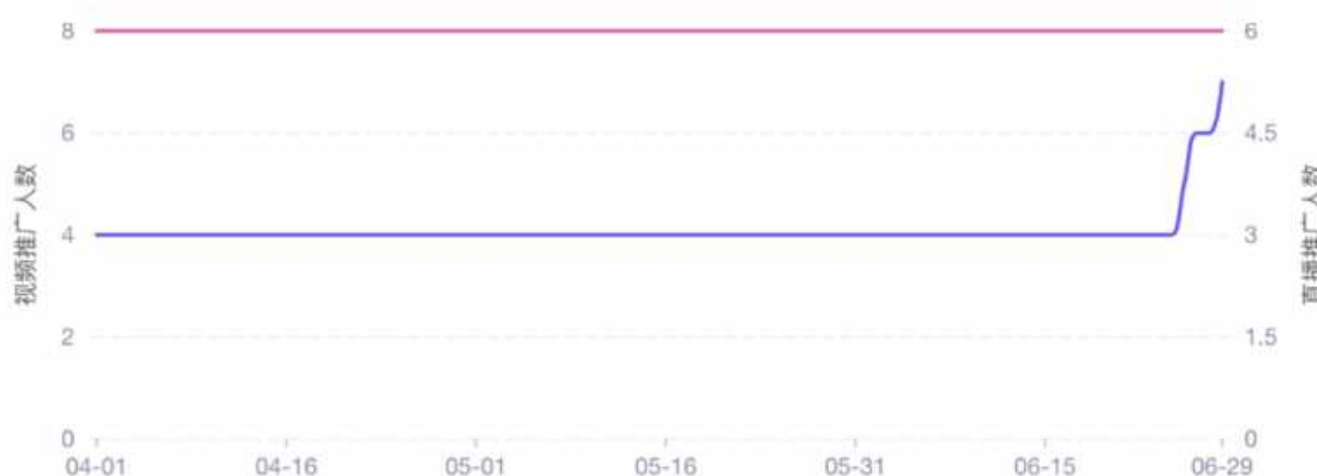
TOP 1: ELFORMULA ID

商品价格分布在฿2.93-฿498.49K，平均价格为฿3.09K。主要销售方式是视频带货，关联达人人数10，视频数451，直播数123。小店内Top 1热销商品在近1月开始视频推广，并因此带动销量增长。

销售渠道分布



带货达人趋势



近30天热销产品Top 3

洗发水+护发素



价格: ฿323.37
30天销量: 32.4k

带货达人人数: 2
近1月视频带货带动销量

润唇膏



价格: ฿105.72
30天销量: 21.7k

带货达人人数: 2
近3月销量整体呈下降趋势

沐浴皂



价格: ฿339.83
30天销量: 18.3k

带货达人人数: 2
近1月视频带货带动销量

泰国市场



TOP 2: drpongshop

商品价格分布在฿24.87-฿3.45K，平均价格为฿423.96。主要销售方式是视频带货，关联达人数3.7k，视频数11.7k，直播数6.3k。小店除美妆个护品类外，健康品类销售占比较高，热销商品中有一款是健康品类商品。

销售渠道分布



带货视频趋势



近30天热销产品Top3



遮瑕膏

价格：฿167.17
30天销量：29.1k

带货达人数：54
近1月销售额稳步提升



膳食补充剂

价格：฿377.51
30天销量：19.1k

带货达人数：76
产品销量与带货视频量相关高



精华液

价格：฿369.46
30天销量：17.2k

带货达人数：67
带货视频提升带动销量快速增长

泰国市场



TOP 3: Madamefin

商品价格分布在฿61.82-฿2.55K，平均价格为฿768.91。主要销售方式是视频带货，关联达人数2.4k，视频数11.8k，直播数5.0k。小店以香水销售为主，近期销量有走低趋势。

小店90天销售趋势图



近30天热销产品Top 3

香水+肥皂



价格：฿395.43
30天销量：10.6k

带货达人数：66
搭配香皂销售

香水+肥皂



价格：฿990.22
30天销量：4.8k

带货达人数：56
搭配香皂销售

香体喷雾

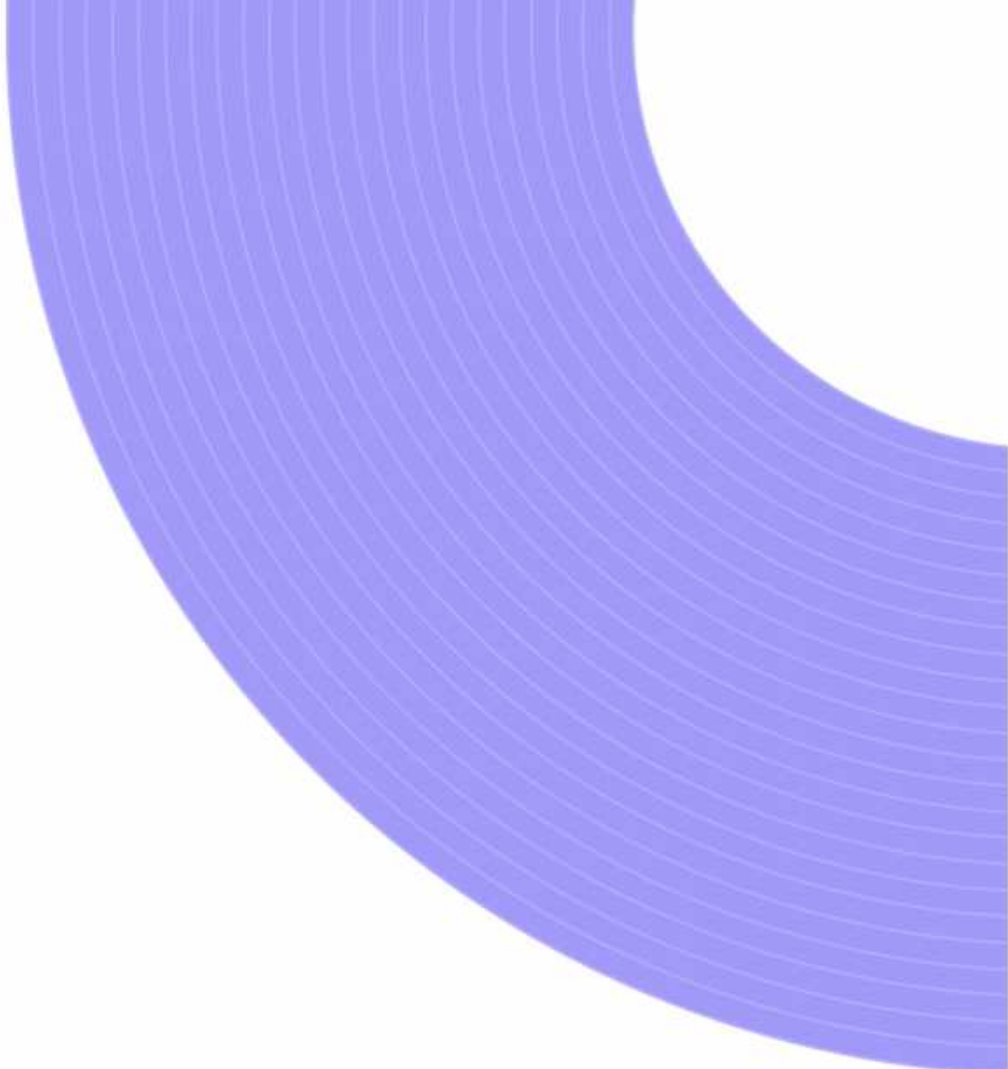


价格：฿276.91
30天销量：2.5k

带货达人数：16
近1月带货视频减少销量走低

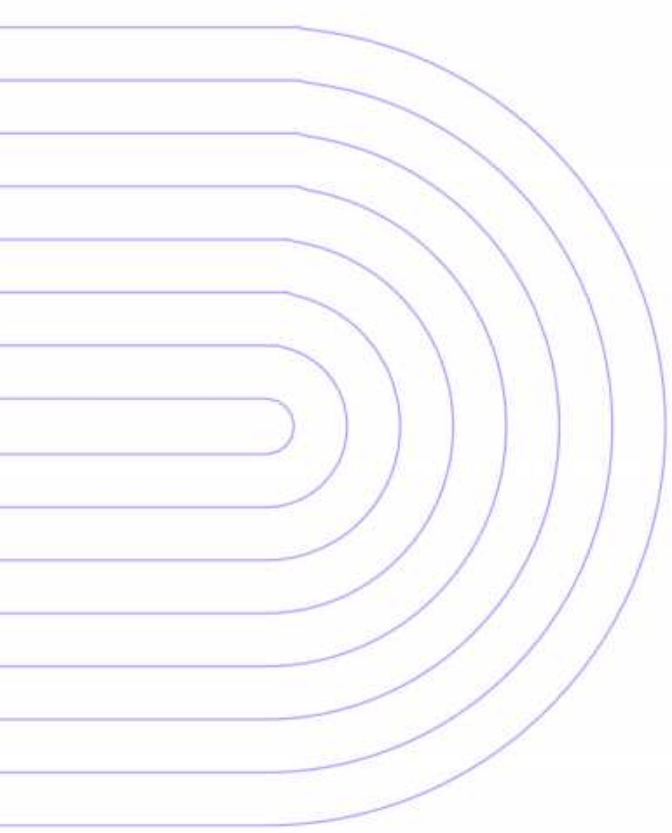
泰国市场
2024年5月份美妆个护TOP 10热销单品

排名	商品	价格	销量	销售额	达人数	视频数
1	 แอร์โทนิค 1 ขวด (35 ml.) แอมที่ปิดผิว 1 อัน โทนิคเซรัม เหมาะสำหรับผู้ที่อยากมีผิ หนวด คิ้ว ปลูก สงฟรี	\$23.26	41.45k	972.4k	186	555
2	 [บริษัทโดยตรง] สูตรใหม่ Ela Rae อีลาแร่ ครีมทารักแร้ แพคเก็จใหม่	\$10.08	92.77k	903.4k	186	644
3	 ครีมเมริโกะ ครีมบำรุงผิ ให้ความชุ่มชื้น	\$5.43	117.6k	870.2k	679	1661
4	 ครีมเวนิตา 15กรัม ผิวทุกประเภท Skincare	\$26.77	25.84k	644.5k	31	82
5	 CHILLAB Lavender Matte Powder - แป้งมวงควบคุมความมัน 1 ตลับ 2ตลับ 3ตลับ 10g ผิวมัน with puff	\$13.77	30.22k	503.5k	119	214
6	 น้ำตบลานอ Moisturizer Essenc	\$20.38	21.82k	444.3k	407	922
7	 ลูน่าอายครีมLUNA JELLY EYE CARE 10 g. (ห้วนวดเก็บความเย็น)	\$15.52	27.00k	423.4k	242	486
8	 ยาสีฟันขิงขิง แปรนด์บียอน - โปรโมชัน ซือ 1 หลอด แอมฟรี 1 หลอด	\$18.36	20.79k	380.1k	99	256
9	 DARARIN Perfect Whitening EX Body Serum 250 ml	\$5.41	59.70k	372.4k	1239	357
10	 The Skin Collection Serum Niacinamide10% + NAG8% เซรัมสำหรับคนที่มึปัญหาหารอยด้ ารอยแ 30ml	\$3.77	84220	318.2k	2111	754



印尼市场

美妆个护表现及趋势分析



第四章

CHAPTER FOUR

美妆个护占GMV总量约22%，目前GMV已超过封禁事件前

印尼TikTok市场GMV最高的品类为：美妆个护、女士服装、穆斯林时尚，前三品类约占据所有以及品类GMV的50%；封禁事件后各品类均快速增长，美妆个护虽近期有回落，但GMV已超小店下架前。



近一年TikTok印尼市场各一级品类双月环比增速

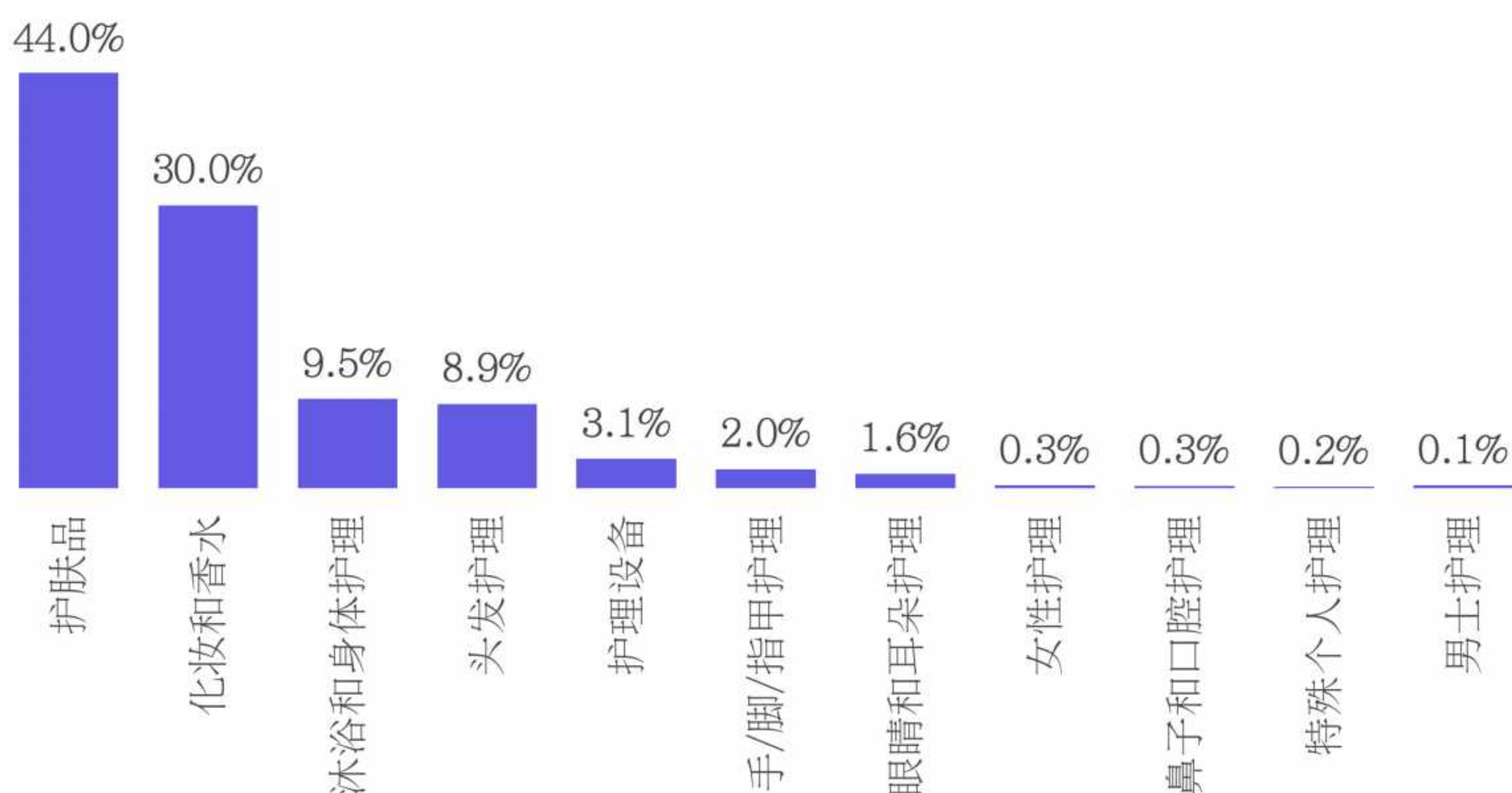
	2023.7	2023.9	2023.11	2024.1	2024.3	2024.5
护理和美容	17.07%	-44.45%	-	-	43.33%	-5.81%
女士服装	28.18%	-48.04%	-	-	40.72%	-16.82%
穆斯林时尚	19.14%	-44.71%	-	-	142.68%	-61.83%
男士服装	40.92%	-44.06%	-	-	80.23%	-47.43%
手机和电子产品	8.70%	-4.72%	-	-	47.20%	0.76%

印尼消费者最偏好护肤品，主要看重防晒、保湿功效

在美妆个护二级品类中，印尼消费者最偏好护肤品、化妆和香水，二者GMV占比约74%；

对于护肤品，印尼消费者最看重防晒功效，对于化妆品，最看重防水功效。

印尼市场美妆个护二级品类GMV分布



护肤品

所有皮肤 补水 抗衰老 温和 艾草 神经酰胺 保湿 防晒 烟酰胺 痤疮 透明质酸 三重护理 去角质 亮肤 水杨酸 磨砂 发光 维生素 美白 敏感皮肤 容光焕发

化妆和香水

屏障 透明质酸 芳香 保湿 防水 长效 干燥 水杨酸 防晒 无瑕疵 控油 持久 神经酰胺 美白 纹理 中性 玫瑰 完美 光泽 烟酰胺 控油 持久 神经酰胺 无瑕疵

印尼市场
美妆个护GMV TOP10 店铺门槛在90万左右
七成小店以美妆个护品类销售为主

排名前二的小店GMV超700万美元，断层领先排名第三的店铺，GMV约占印尼整体美妆个护市场的20%，头部效应明显；
Top10小店中，七成小店以美妆个护品类销售为主，GMV占比超80%，其他小店美妆个护品类占店总销售比例约在38%-58%。

2024年5月美妆个护品类TOP10店铺					
店铺名称	类型	商品数量 (件)	销量 (千件)	GMV (美元)	美妆个护 占店总销 售比例
ownerdavien askincare	本地	78	202.23	7.80M	89.66%
Glafidsya Skincare	本地	363	51.77	7.16M	38.56%
ELFORMULA ID	本地	15	216.19	1.99M	100.00%
Bella Shofie Dabe	本地	179	112.18	1.53M	58.13%
SSSKIN ID	本地	122	43.26	1.52M	38.23%
H&H Skincare	本地	355	62.47	1.29M	80.14%
The Originote	本地	55	380.29	1.12M	100.00%
ONLYOU Store	本地	98	140.52	940.74k	87.04%
Maybelline Indonesia	本地	95	124.55	915.00k	90.06%
facetologysto re	本地	36	151.00	888.46k	84.27%

印尼市场



TOP 1: ownerdaviena skincare

商品价格分布在Rp37.43K-Rp24.28M，平均价格为Rp906.26K。主要销售方式是视频带货，关联达人数1.7k，视频数6.9k，直播数5.0k。小店热销商品均与一款产品相关，或与其他商品打包销售，或拆分为不同规格销售。

销售渠道分布



带货视频趋势



近30天热销产品Top 3



精华+身体乳

价格: Rp622.43k
30天销量: 21.4k

带货达人数: 1
打包爆款产品销售



身体乳

价格: Rp487.34k
30天销量: 19.8k

带货达人数: 1
爆款产品拆分不同规格销售



身体乳

价格: Rp243.67k
30天销量: 19.4k

带货达人数: 13
夏季开始减少直播推广

印尼市场

HYPER-REZABLEADY
GLAFIDSYA
GLOW

TOP 2: Glafidsya Skincare

商品价格分布在Rp31.00K-Rp416.56M，平均价格为Rp3.27M。主要销售方式是视频带货，关联达人数量15，视频数50，直播数272。带货达人销售额仅占整体销售额8%，热销产品关联0带货达人，不依赖达人带货。

销售渠道分布



带货达人趋势



近30天热销产品Top 3

保湿面霜



价格: Rp1.95M
30天销量: 4.9k

带货达人数量: 0
店内持续热销

护肤套装



价格: Rp5.01M
30天销量: 3.4k

带货达人数量: 0
持续稳定出货

去角质霜



价格: Rp1.07M
30天销量: 2.1k

带货达人数量: 0
近1月表现优异

印尼市场

ELFORMULA

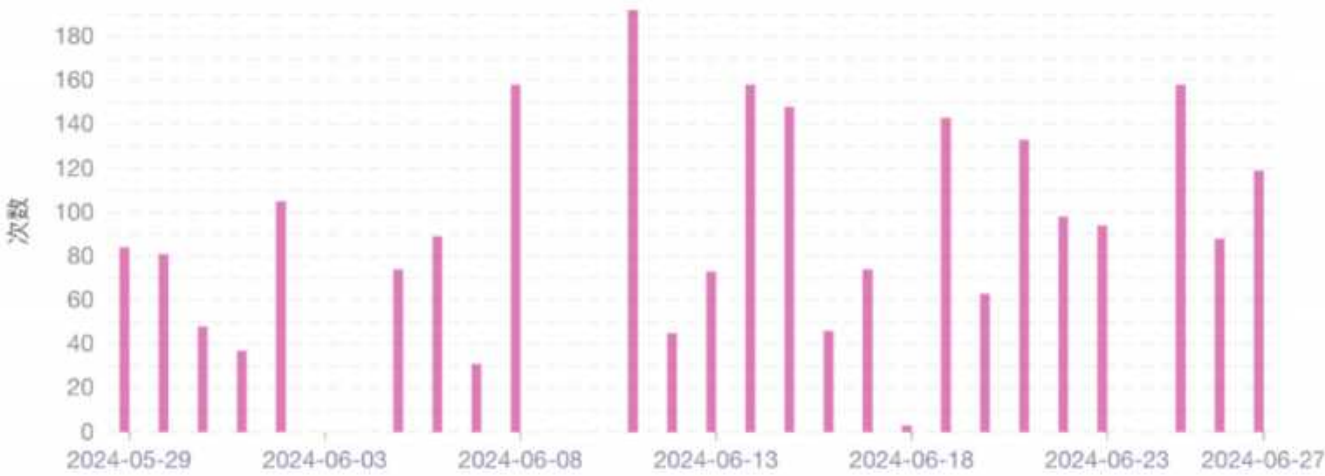
TOP3: ELFORMULA ID

商品价格分布在Rp60.72K-Rp407.51K，平均价格为Rp142.80K。主要销售方式是视频带货，关联达人数3.0k，视频数8.7k，直播数2.3k。小店Top 1商品销量断层领先，以此带动小店其他商品销售。

销售渠道分布



带货视频趋势



近30天热销产品Top 3

去角质精华液



价格: Rp111.31k
30天销量: 115.2k

关联视频数: 1.4k
上架时间长, 销售长期稳定

去角质精华
+保湿面霜



价格: Rp233.87k
30天销量: 46.1k

关联视频数: 810
去角质精华液与保湿面霜的套装

保湿面霜



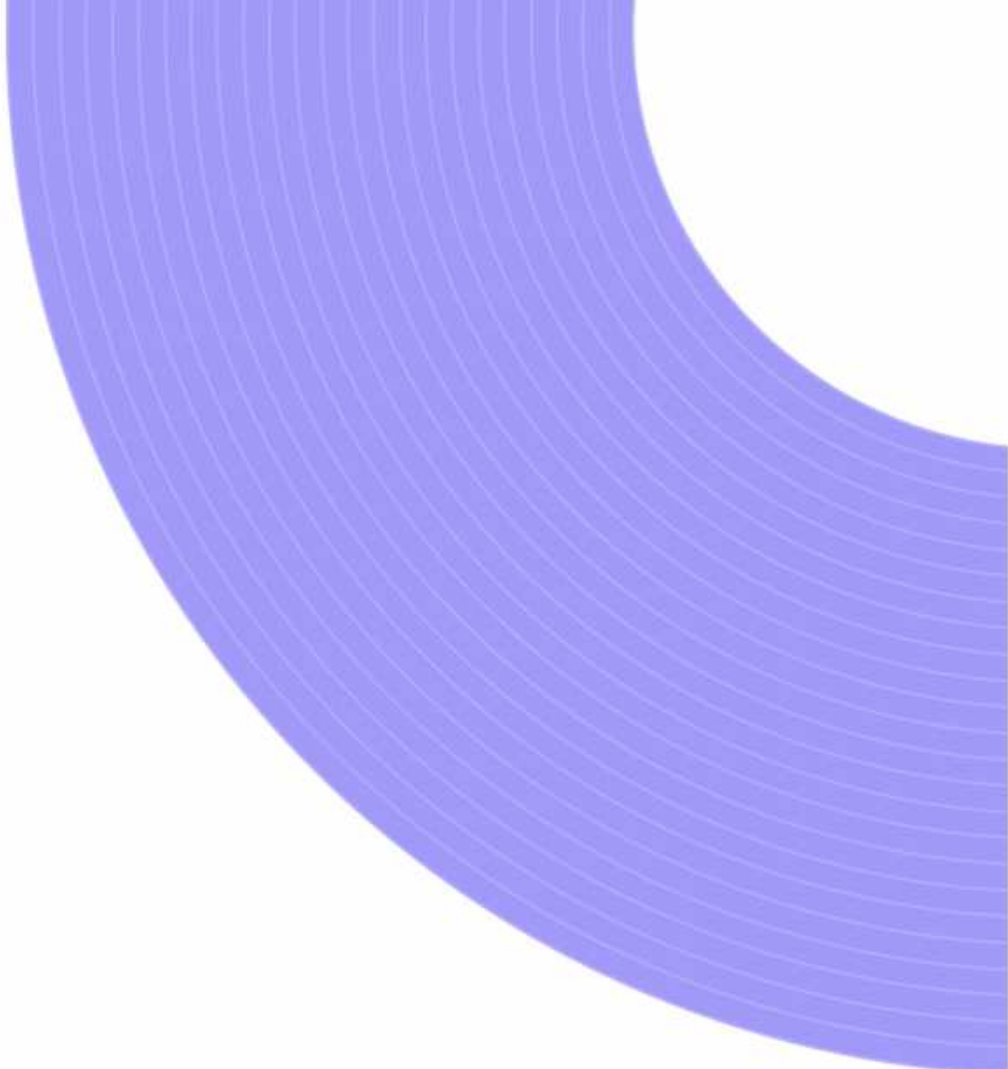
价格: Rp125.13k
30天销量: 26.4k

关联视频数: 602
上架时间长, 销售长期稳定

印尼市场

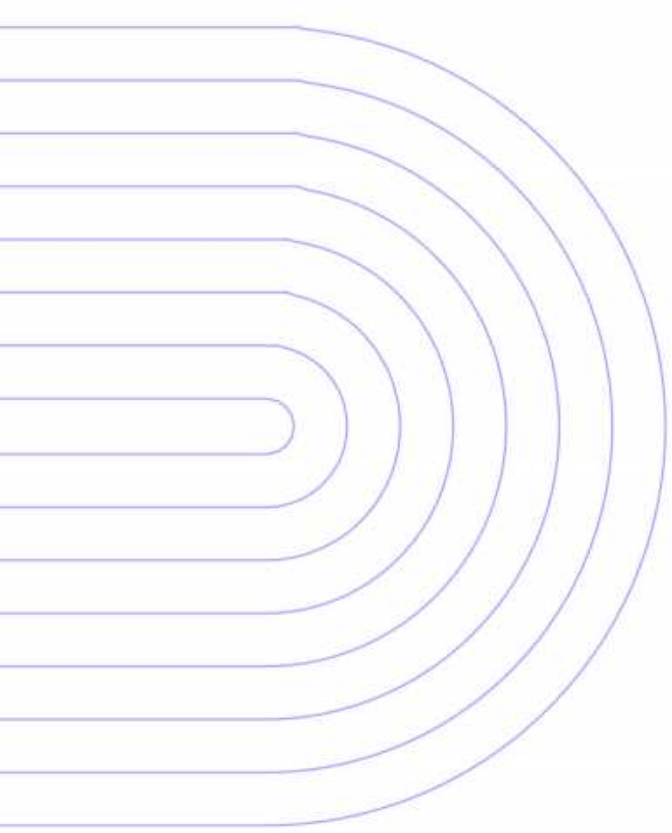
2024年5月份美妆个护TOP 10热销单品

排名	商品	价格	销量	销售额	达人数	视频数
1	 (DAPAT 100 PAKET RESELLER) BODY LOTION POWER MOONLIGHT DAVIENA SKINCARE	\$1.55K	0.90k	1.39M	11	12
2	 (DAPAT 100) PAKET RESELLER[[SLEEPING MASK RETINOL BOOSTER RETINOL BOOSTER]	\$1.49K	0.90k	1.33M	3	3
3	 GLAFIDSYA - DAILY BOOSTER MOISTURIZER JELLY	\$118.1	9.16k	1.07M	0	0
4	 ELFORMULA Intensive Peeling Solution - Serum Exfoliating Dark Spot Eksfoliasi Wajah Berminyak Mencerahkan Kusam dan Mengangkat Sel Kulit Mati dan Kotoran	\$7.96	133.3k	1.04M	606	1211
5	 (Dapat 100) Vampire Mask And Body Soap DAVIENA SKINCARE	\$803.1	1.00k	806.8k	2	2
6	 (DAPAT 3) SLEEPING MASK RETINOL BOOSTER DAVIENA SKINCARE	\$44.63	17.55k	781.2k	70	112
7	 ELFORMULA Bundle 2in1 - Peeling Serum + Barrier Moisturizer Gel	\$14.87	48.33k	701.8k	265	670
8	 [BMG PABRIK] PAKET 2 LOTION MALAM KUNING DAN 2 BODY NIGHT CREAM BPOM ORIGINAL	\$4.41	136.7k	663.4k	518	2425
9	 [BELI 2 GRATIS HADIAH] Maybelline Superstay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Waterproof Make Up Transferproof Tahan 16 Jam	\$6.05	87.71k	512.4k	320	1150
10	 (DAPAT 3) Vampire Mask And Body Soap DAVIENA SKICARE	\$24.09	21.05k	506.2k	20	21



越南市场

美妆个护表现及趋势分析



第五章

CHAPTER FIVE

越南美妆个护占一级品类GMV总量22%，5月同比增长85%

越南TikTok市场GMV最高的品类为：美妆个护、女士服装、男士服装，前三品类约占据所有以及品类GMV的51%；
各一级品类增长受季节影响，美妆个护GMV一季度增速较快，目前呈回落状态



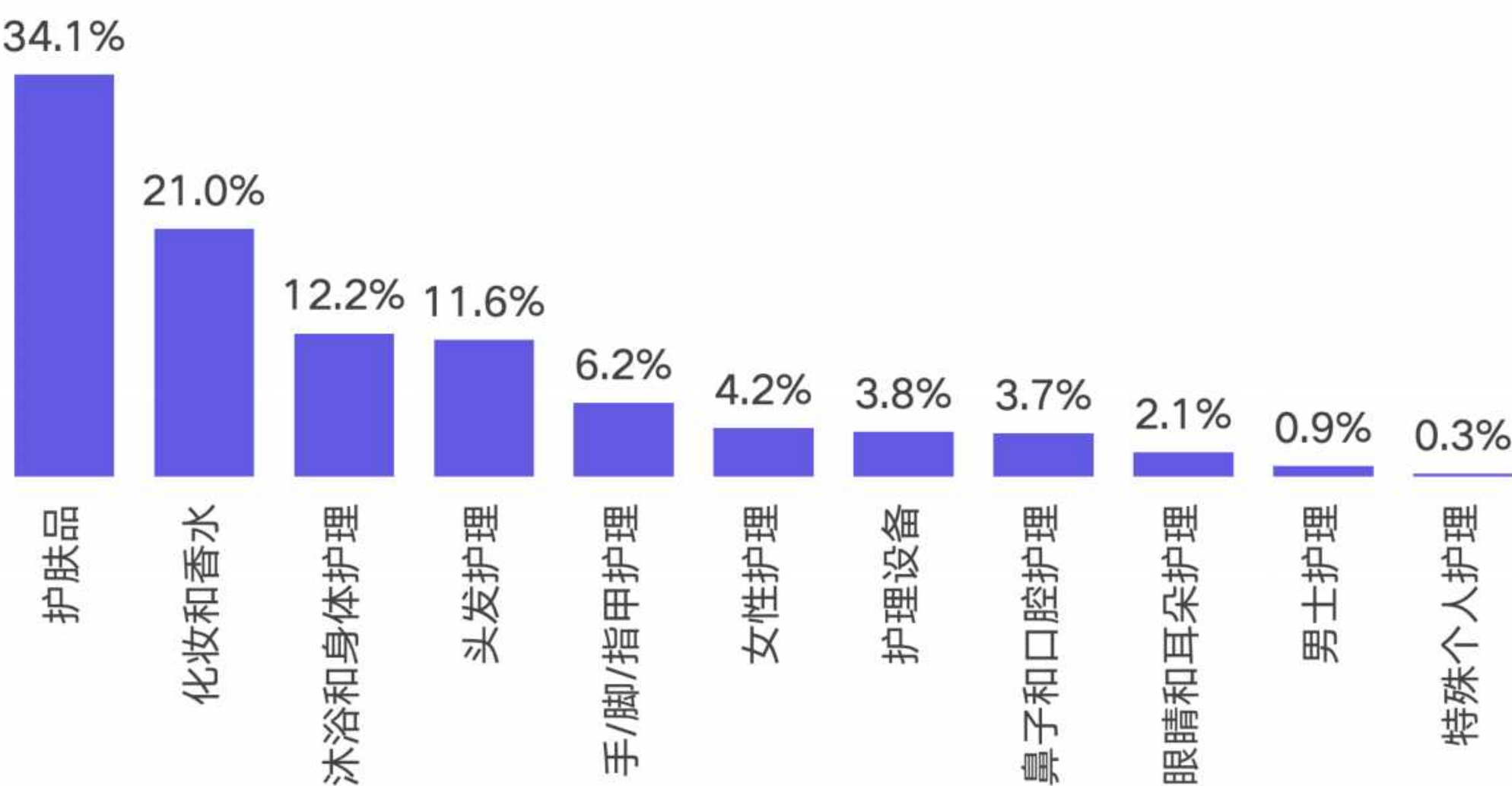
近一年TikTok越南市场各一级品类双月环比增速

	2023.7	2023.9	2023.11	2024.1	2024.3	2024.5
护理和美容	49.72%	-25.63%	22.12%	56.50%	45.06%	-40.21%
女士服装	55.65%	-43.25%	95.24%	95.99%	-13.31%	-57.43%
健康	53.37%	-33.13%	73.48%	119.30%	-25.97%	-49.00%
收藏	7.18%	-38.00%	16.27%	95.43%	3.55%	-12.07%
运动和户外	37.89%	-17.29%	37.12%	68.13%	1.39%	-34.39%

越南消费者最偏好护肤品，关注皮肤问题与护肤

在美妆个护二级品类中，泰国消费者关注度较分散，最偏好护肤品，GMV占比约34%，其次是化妆和香水，GMV占比约21.0%；
对于护肤品，印尼消费者最关注防晒保湿功效，此外对痤疮等皮肤问题较关注。

越南市场美妆个护二级品类GMV分布



护肤品



化妆和香水



越南市场
美妆个护GMV TOP 10 店铺门槛在40万左右
七成小店以美妆个护品类销售为主

泰国美妆个护品类top4小店GMV在100万美元左右，后六名断层明显，GMV在400万到700万美元之间；
Top 10小店中，9个小店为本地小店，7个小店以美妆个护品类销售为主，GMV占比超90%，其他小店美妆个护品类占店总销售比例约在30%-60%。

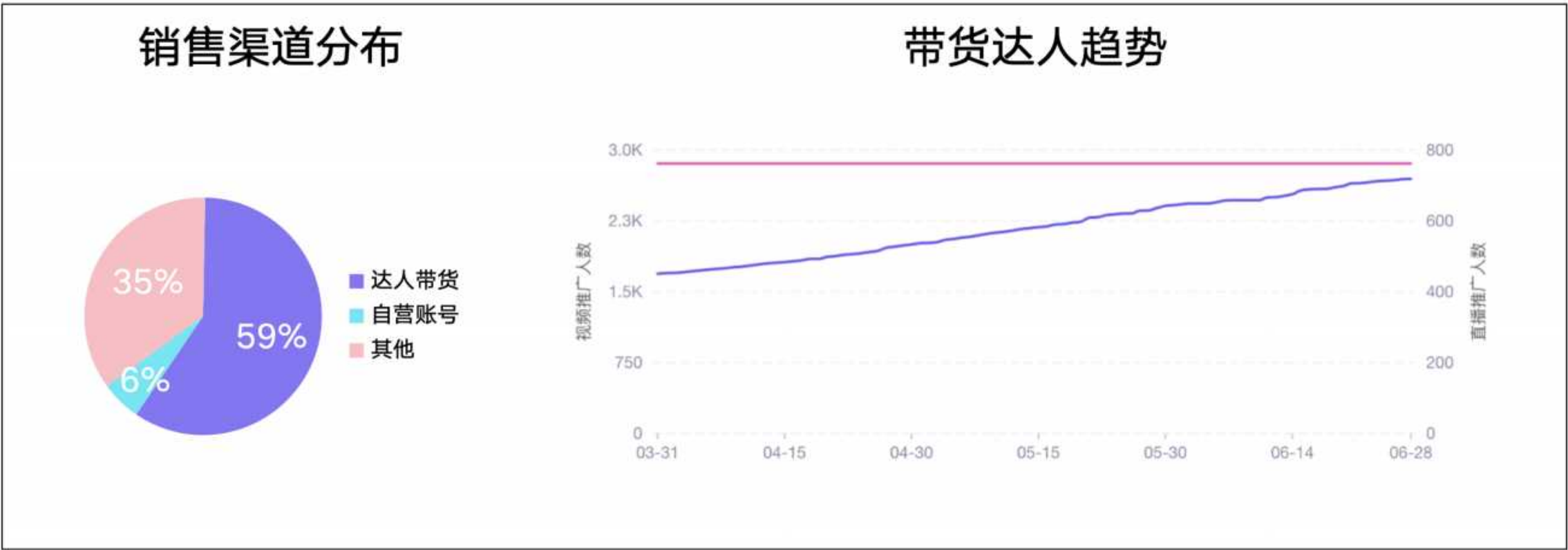
2024年5月美妆个护品类TOP 10店铺					
店铺名称	类型	商品数量 (件)	销量 (千件)	GMV (美元)	美妆个护 占店总销 售比例
eHerb Viet Nam	本地	53	325.69	1.31M	99.96%
COLORKEY Việt Nam	本地	89	137.11	1.04M	100.00%
HASAKI BEAUTY	本地	1623	147.60	1.03M	93.41%
GMEELAN Beauty Store	本地	83	144.52	909.05k	47.46%
MYLAI SKIN SHOP	本地	486	30.27	697.41k	61.63%
Carslan.VN	跨境	36	55.00	496.94k	99.85%
DrCung Store	本地	196	31.31	489.25k	29.43%
Thế Giới Skinfood Store	本地	1275	89.17	453.83k	99.35%
L'oreal Paris Việt Nam	本地	190	44.15	447.58k	100.00%
TMV MAILISA	本地	29	12.79	444.90k	100.00%

越南市场



TOP 1: Tarte Cosmetics

商品价格分布在₫13.50K-₫471.62K，平均价格为₫128.42K。主要销售方式是视频带货，关联达人数3.3k，视频数7.7k，直播数6.0k。小店以香体喷雾销售为主，并采取打折策略促进销售。



近30天热销产品Top 3

香体喷雾		
	价格：₫91.73k 30天销量：120.8k	带货达人数：123 近3个月销量稳步增长
香体喷雾		
	价格：₫137.33k 30天销量：96.0k	带货达人数：183 近3个月销量稳步增长
香体喷雾		
	价格：₫59.88k 30天销量：42.0k	带货达人数：18 近3个月销量稳步增长

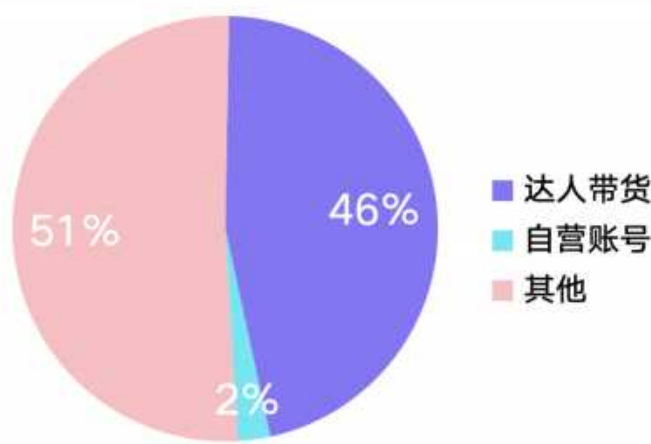
越南市场

COLORKEY

TOP 2: COLORKEY Việt Nam

商品价格分布在₫20.64K-₫806.93K，平均价格为₫344.48K。主要销售方式是视频带货，关联达人数1.0k，视频数2.5k，直播数2.5k。近1月小店依靠单日高密度视频，推动单日销量暴涨，继而推动整体销量。

销售渠道分布



带货视频趋势



近30天热销产品Top 3

面膜



价格：₫140.14k
30天销量：52.4k

带货达人数：73
近一月视频带货带动销量提升

粉底



价格：₫99.12k
30天销量：45.8k

带货达人数：0
近一月销量增长加速

面膜



价格：₫198.23k
30天销量：17.2k

带货达人数：63
近一月销量增长加速

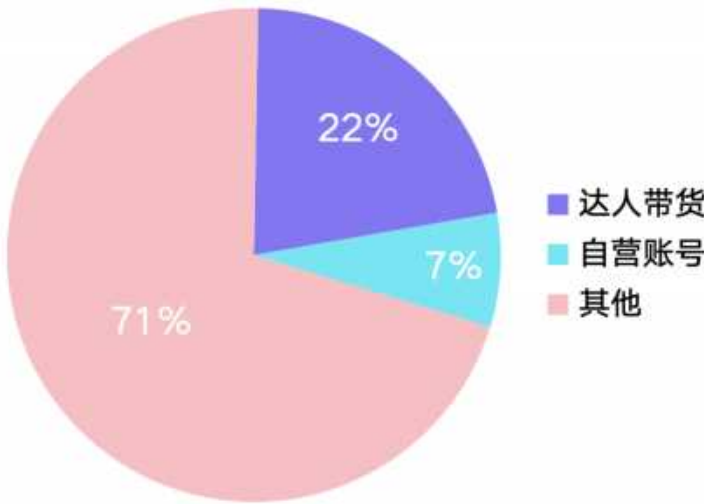
越南市场



Top 3: HASAKI BEAUTY

商品价格分布在₫1.53K-₫3.47M，平均价格为₫298.87K。主要销售方式是视频带货，关联达人数2.0k，视频数3.2k，直播数5.1k。店内Top1热销商品主要依靠单日的销量爆发，拉高整体销量。

销售渠道分布



带货视频趋势



近30天热销产品Top 3

防晒霜



价格：₫154.15k
30天销量：18.0k

带货达人数：8
单日销量爆发拉高整体，达8.7k

卸妆水



价格：₫125.36k
30天销量：12.6k

带货达人数：18
主要带货方式为直播带货

沐浴露



价格：₫75.93k
30天销量：10.2k

带货达人数：6
主要带货方式为直播带货

越南市场

2024年5月份美妆个护Top 10热销单品

排名	商品	价格	销量	销售额	达人数	视频数
1	 Body Mist Unisex Phù Hợp Hẹn hò, Đi Chơi - Xịt Thơm Toàn Thân Nam & Nước Hoa Nữ Thơm Lâu BODYMISS Perfume Cosmetic Cỏ hoa Women 105ml (Chai)	\$4.84	126.5k	620.6k	235	459
2	 Body Mist Unisex - Xịt Thơm Toàn Thân Nước Hoa Cho Nam & Nữ Phù Hợp Đi Học, Đi Chơi Hẹn hò BODYMISS Perfume Cosmetic Women Mỹ Phẩm 30ml - 105ml (Chai)	\$3.39	113.5k	387.5k	157	326
3	 GMEELAN Kem Dưỡng Nách Sakura Underarm Cream 30g Kem hỗ trợ dưỡng sáng nách	\$5.06	48.22k	258.2k	100	124
4	 Body mist Lưu Hương Lâu Chính Hãng Cho Nam Nữ Unisex, Bodymist Thơm Lâu Body Cho Học Sinh Sinh Viên Chai Lớn & Nhỏ - BODYMISS Perfume Cosmetic Nước Hoa Xịt Thơm	\$2.31	75.04k	233.1k	103	199
5	 【COD】GMEELAN ORANGE EXFOLIATING GEL 50g Tẩy Tế Bào Chết Da Mặt Skincare	\$4.67	46.87k	229.1k	97	104
6	 {Combo 6 sản phẩm} 2 Lọ Sữa Tắm Tía Tô SACHIMY(800ml 1 lọ); 1 lọ dung dịch tía tô tràu không;1 lọ dung dịch tía tô hoa bưởi;1 lọ dung dịch tía tô nano bạc; 1 nước hoa vk.	\$12.05	24.97k	227.3k	164	343
7	 N3 - BỘ SẢN PHẨM KEM DƯỠNG DOCTOR MAGIC HỖ TRỢ CẢI THIẾN TINH TRẠNG DA NAM, TÀN NHANG, ĐỒI MÔI Skincare Dưỡng Ẩm Da	\$82.41	2.11k	195.2k	0	0
8	 MÁY MASSAGE CẦM TAY Máy mát xa cầm tay toàn thân 6 cấp độ .	\$5.01	34.55k	173.6k	60	222
9	 Kem Body Miss Thái Lan Hỗ Trợ Dưỡng Da Body 170g	\$9.18	16.23k	171.16k	63	114
10	 Kem Dưỡng Thể Hỗ Trợ Dưỡng Sáng Da - Oshirma White Body Butter Cream 200G	\$13.65	10.67k	170.2k	15	34

SUMMARY

总 结

作为全球领先的社交媒体TikTok，整个电子商务领域在平台上表现出了很大的市场潜力。而美妆个护作为GMV长期排名榜首的品类，不仅是众多卖家加入TikTok的首要选择之一，也是TikTok Shop市场热度的风向标。

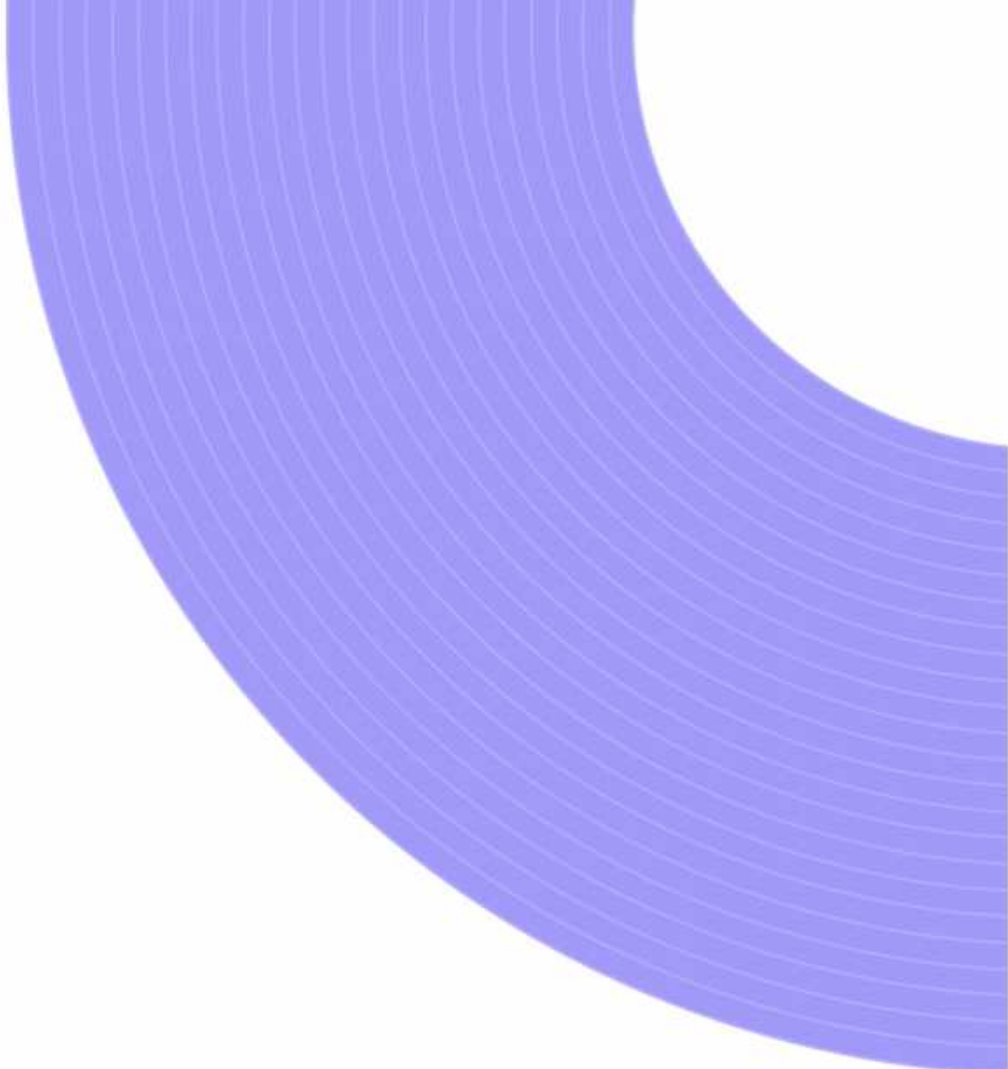
需求端来看，美妆个护品类在各主销国均排名第一，从近一年美妆个护品类GMV绝对值来看，泰国位列第一，但从GMV增长来看，美国成为增速最快的站点，目前已成为美妆个护GMV最高的主销国。

供给端来看，美国直播带货大爆发，在过去一年中，小店数、视频数及直播数均呈倍数增长。从整体竞争格局来看，美国市场机遇与竞争并存，泰国与越南拥有相对高市场体量与低入局达人，是新入局带货的不错选择。

价格销售梯队来看，美妆个护市场都分化为两个梯队，发展中国家无论是商品销量还是销售额，都集中在0-10美元范围内，其中以菲律宾市场最下沉；发达国家中，英国与美国销售额最高的商品在20-30美元，而新加坡销售额最高的价格段在100美元以上，适合带货高单价商品。

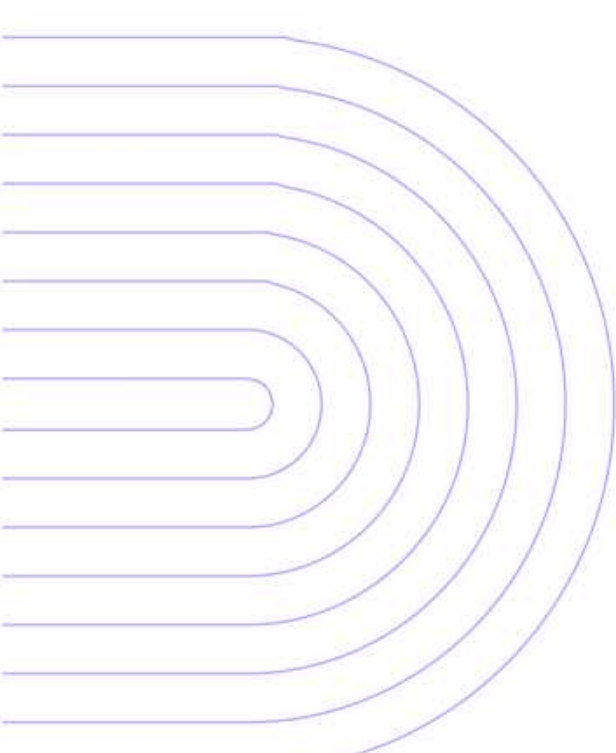
美国市场历经半年的爆发增长，当前增势趋于平稳。二级品类中，最受消费者偏好商品的是鼻子和口腔护理类，但热销店铺以彩妆销售为主，小店中头部效应尚不明显。

东南亚市场中，泰国、印尼、越南美妆个护品类GMV约占TikTok Shop整体25%左右。增长趋势上，印尼受封禁风波影响，暂未恢复至最佳状态，泰国与越南表现较好，GMV均有大幅提升，其他市场保持稳步增长。二级品类中，东南亚消费者普遍对护肤品、化妆和香水更为偏好。



出海新助力

关于EchoTik



第六章

CHAPTER SIX

EchoTik

你最专业的TikTok电商数据助手

EchoTik平台是第三方TikTok海外短视频及直播电商数据分析平台及AI工具。在2023年5月完成数千万天使轮融资，核心成员主要来自小米、金山、腾讯，团队成员具备大型电商前后端多场景的实操经验，深刻理解电商核心数据指标以及逻辑，能够成熟驾驭数据技术需求，为电商卖家以及流量网红选品提供精准定位以及有效建议。



扫码注册
领取免费会员



关注公众号
获取更多资讯

EchoTik生态服务



优质社群服务

每月定期举办直播活动，邀请官方广告经理、招商经理、行业优质服务商及头部卖家为用户答疑



TikTok觉醒日报

行业首创——觉醒日报，用AI捕捉最前沿的TikTok相关资讯，深受大众喜爱



数据榜单&行业报告

与亿邦动力等多家知名媒体合作，联合发布数据榜单及TikTok相关行业报告，总曝光率达到百万级



Echo跨境通告

行业首个促进资源链接的小程序，卖家和服务商可以实现跨群沟通和对接

为什么选择EchoTik?

EchoTik作为专业的TikTok电商数据SaaS服务商，坚守专业、专注与创新核心理念。团队精研TikTok电商生态，打造了一站式的数据分析解决方案，凭借深厚的专业素养与敏锐的市场洞察力，为企业提供精准、实时的TikTok电商数据支持。其高度专注TikTok电商赛道，不断创新优化产品功能，助力商家紧握短视频营销机遇，提升直播间运营效能，在激烈的市场竞争中取得优势，实现业绩增长。

EchoTik四大核心能力



最专业 最全面的数据和指标

- 13大热门排行榜、2个全景大盘助您全面了解TikTok行情；
- 14种维度和60多个指标帮助您选品；
- 17种维度和超过100个指标助您筛选与分析达人。



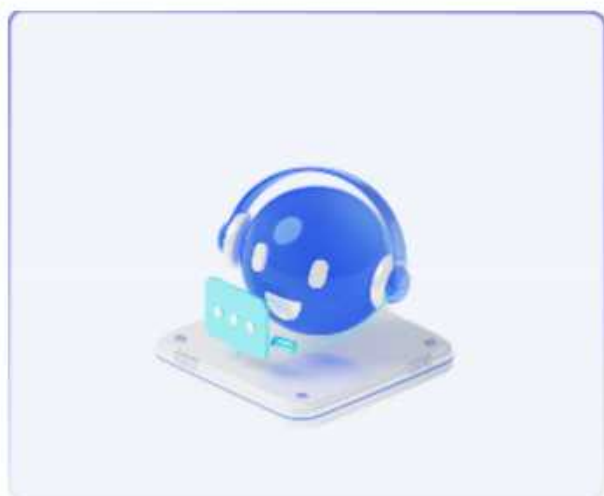
独家浏览器插件

- 在TikTok官网轻点一下，分析达人、选品、发现带货视频并排序收藏；
- 行业首创AI工具箱，基于ChatGPT，用最先进的人工智能技术，帮你提效TikTok业务。



实时直播间流量监控

- 实时直播间流量监控；
- 获取分钟级的流量、互动和销量数据，学习优秀直播间，优化直播策略。



平均5分钟响应咨询

- 核心团队直接与您沟通；
- 快速响应您的需求，平均每两周升级一次；
- 定价简单实惠，数据分析功能无限使用。

EchoTik

T i k T o k 选 品 工 具

助力卖家扬帆出海

定制报告请通过下方二维码详询

www.echotik.ai

✓ 选爆品 👤 找达人 🔍 查店铺 📊 看数据

数据统计时间：2023年5月-2024年5月



定制报告咨询



EchoTik公众号