

## Tik Tok Shop 美国地区家电企业运营情况

行业评级

看好 (维持)

国家/地区

中国

行业

家电行业

报告发布日期

2024 年 01 月 12 日

### 核心观点

- **美国区 Tik Tok Shop 刚刚起步，国内家电企业逐渐布局运营**，自 23 年 9 月 Tik Tok Shop 在美国上线，为中国家电企业出海提供了新的渠道，但是当前各家电品牌在美国区域的 Tik Tok Shop 仍处于刚刚起步状态。新的渠道仍处于蓝海状态。通过对比不同地区、品类与品牌三方面的运营情况我们发现国内小家电企业正逐步发力布局，未来有望享受新的渠道红利。
- **从地域上来看**，由于 Tik Tok 电商在美国刚刚起步，而在东南亚运营已久，具有时间优势，因此国内家电企业东南亚地区账号累计的粉丝数量与视频数量高于美国区，并且已开设店铺多在东南亚国家。但是随着 Tik Tok Shop 美国地区上线后，各家电企业加大力度运营，未来在美国地区开设 Tik Tok 店铺数量有望提升；
- **从品类来看**，在美国地区清洁电器企业对于 Tik Tok Shop 新渠道的运营利用更加积极。石头科技、追觅、添可都在 Tik Tok 美国地区开设了店铺并进行销售，小家电运营策略也在跟随，逐渐重视新渠道带来的红利。而国内大家电受品类、运输安装等限制，对于 Tik Tok Shop 仍处于观望状态，暂无店铺开设；
- **从国内外品牌商来看**，国内品牌在经历了直播电商高度内卷后，对 Tik Tok 运营更有经验，在美国上线 Tik Tok Shop 后对于新渠道做出了更快的反应。其中最为优秀的是长期深耕美国市场的国内企业安克创新与 Vesync。两家公司一方面长期贴近美国消费者，了解当地的消费习惯与营销偏好，另一方面在国内能够学习大量抖音电商运营的经验。而海外品牌对于新渠道的变化普遍反应较慢，即使戴森拥有“清洁电器+美发个护”在直播电商中较为占优势的品类组合，但是仍未开设店铺将品类及品牌优势转化为销量。海外品牌与国内品牌相比缺乏直播电商运营经验，目前主要仍将 Tik Tok 作为广告宣传平台。

### 投资建议与投资标的

美国作为世界最大的家电消费海外市场，Tik Tok Shop 美国区自去年 9 月上市以来为国内家电出海提供了新的渠道，通过梳理自商城上线后各产品表现，我们发现目前美国区域 Tik Tok Shop 仍是一片蓝海，官方品牌入驻数量与店铺销量、SKU 等关键指标仍有提升空间。而一方面国内品牌经历了抖音电商在大陆与东南亚的发展更加具有经验，可以将运营模式复制到海外，例如小熊电器、石头科技逐渐尝试在 Tik Tok 美区电商投入运营，科沃斯也有望将长期积累的较高的粉丝数量转化为成交量，另一方面海外的品牌对于新渠道的变化反应较慢，均未开设店铺，为国产品牌让出了巨大市场红利。从品类上看清洁电器对于渠道变化反应更加积极。建议关注清洁电器里面的科沃斯(603486, 买入)、石头科技(688169, 买入)、安克创新(300866, 未评级)，小家电里面的小熊电器(002959, 增持)、九阳股份(002242, 增持)、北鼎股份(300824, 增持)，个护按摩里面的倍轻松(688793, 未评级)。

### 风险提示

海外消费不振；政策监管风险；汇率波动风险



### 证券分析师

周振

zhouzhen@orientsec.com.cn

执业证书编号：S0860523070002

### 联系人

路天奇

lutianqi@orientsec.com.cn

### 相关报告

- 哪些小家电有望受益 Temu、TikTok 出海红利？ 2023-12-18
- iRobot 新品反响如何？颓势能否逆转？ 2023-12-04
- 追寻细分景气，把握盈利拐点：家电行业 2023-11-23
- 2024 年度投资策略

## 目录

TiK Tok 各类家电品牌运营情况 .....	4
小家电 .....	4
清洁家电 .....	5
个护按摩 .....	9
大家电 .....	10
其他电器 .....	12
国外电器品牌 .....	16
投资建议 .....	19
风险提示 .....	20

## 图表目录

图 1: 小熊电器美国账号 .....	4
图 2: 北鼎全球账号.....	5
图 3: 九阳美国区账号 .....	5
图 4: 石头科技全球账号 .....	6
图 5: 石头科技 Tik Tok 美国店铺.....	6
图 6: 科沃斯全球账号 .....	7
图 7: 添可全球账号.....	8
图 8: 添可 Tik Tok 美国店铺.....	8
图 9: 追觅全球账号.....	9
图 10: 追觅 Tik Tok 美国店铺.....	9
图 11: 倍轻松美国账号 .....	10
图 12: 倍轻松 Tik Tok 美国店铺 .....	10
图 13: 美的 Tik Tok 账号开设地区.....	11
图 14: 海信 Tik Tok 账号开设地区.....	11
图 15: 海尔 Tik Tok 账号开设地区.....	12
图 16: Anker 美国账号与店铺 .....	12
图 17: Eufy 美国账号.....	13
图 18: Eufy Tik Tok 美国店铺.....	13
图 19: Cosori 美国区账号 .....	14
图 20: Cosori Tik Tok 美国店铺.....	14
图 21: Levoit 美国区账号 .....	15
图 22: Levoit Tik Tok 美国店铺 .....	15
图 23: 戴森美国区账号 .....	16
图 24: 惠而浦美国区账号 .....	16
图 25: Instant pot 美国区账号.....	17
图 26: iRobot 美国区账号 .....	17
图 27: 截止至 1 月 9 日 Tik Tok 美国区各家电品牌运营汇总 .....	19

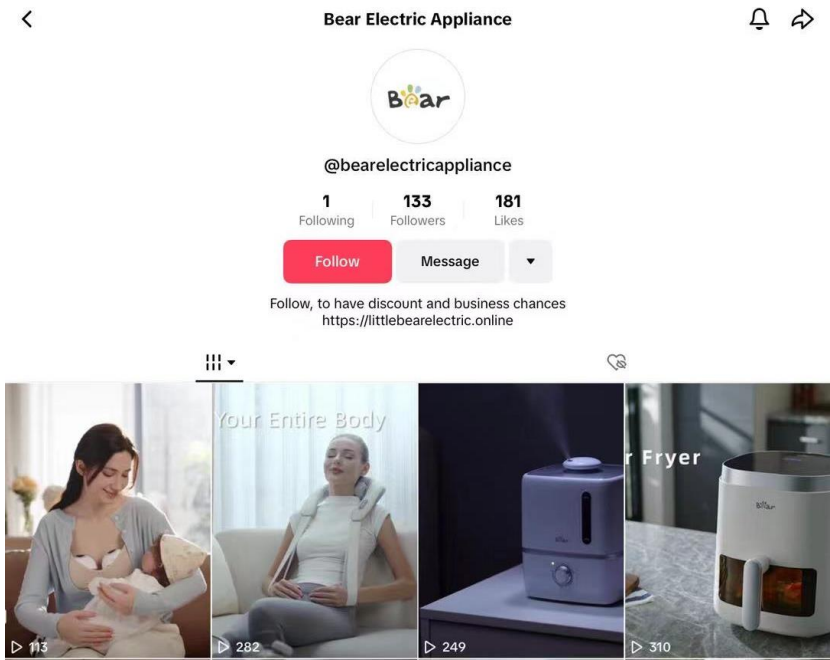
## Tik Tok 各类家电品牌运营情况

在前序报告中，我们讨论了国内跨境电商的发展为家电出海带来的机遇。综合考量产品、价格、渠道、推广等因素，目前 Tik Tok Shop 对于家电品牌出海更加具有积极意义。本篇报告将详细讨论截止到 2024 年 1 月 9 日 Tik Tok 上各品牌店铺的开设运营情况，并分析未来哪些品牌与品类将会受益。

### 小家电

小熊电器：目前小熊电器在 Tik Tok 上处于起步阶段。主要在 Tik Tok Shop 布局较早的东南亚市场（菲律宾、印度尼西亚）开设有账号。其中印尼账号粉丝近 9000 人，发布 168 支视频，菲律宾账号粉丝近 5000 人，发布 121 只视频。而小熊电器在美国区域视频账号粉丝仅数 100 余人，暂未在美国地区开设 Tik Tok Shop，获客转化主要通过介绍中的链接方式将用户引流至小熊电器美国区官方网站。

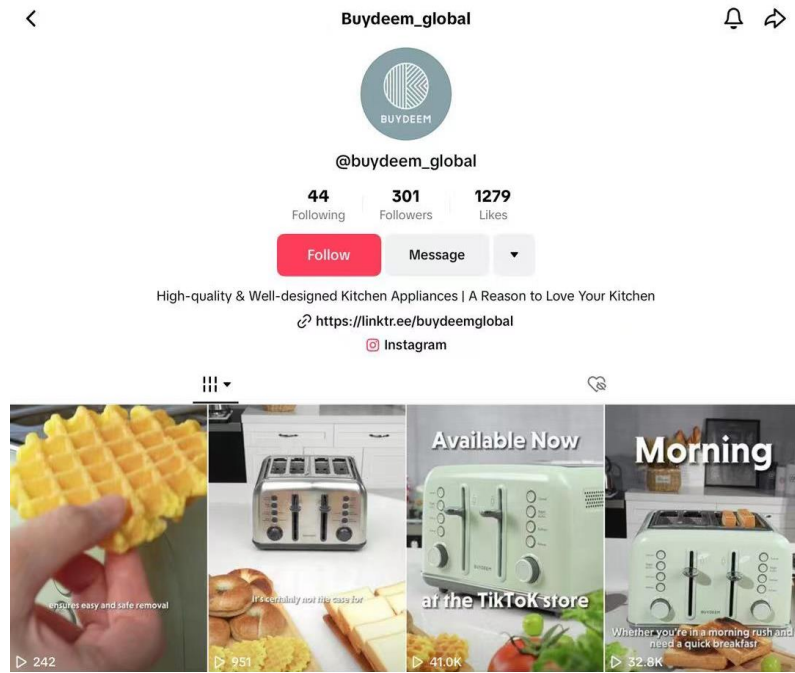
图 1：小熊电器美国账号



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

北鼎：在 Tik Tok 中有“北鼎全球号”，目前粉丝数约 300 人，发布 54 条视频，美国地区暂时并未开通 Tik Tok Shop，同样通过介绍中的链接方式将用户引流至北鼎海外官方网站。但是在 Tik Tok Shop 中有第三方店铺售卖公司产品。

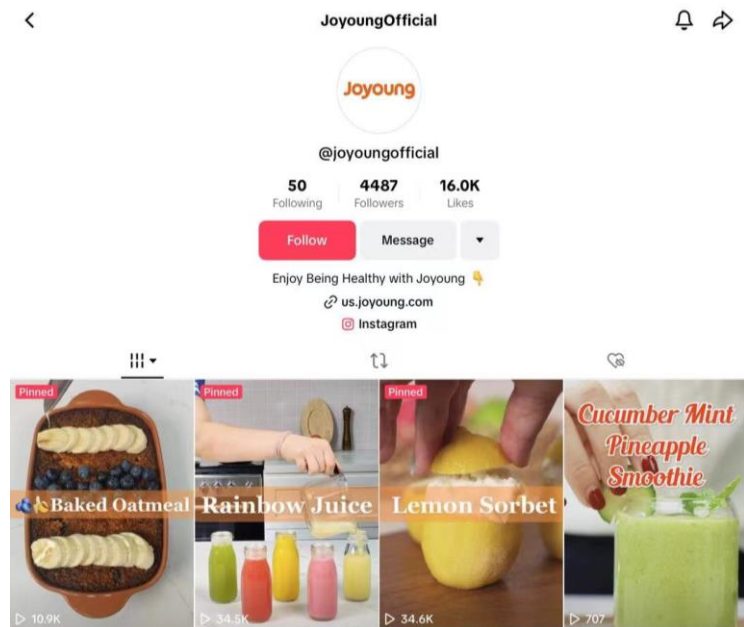
图 2：北鼎全球账号



数据来源：Tik Tok, 东方证券研究所

九阳：九阳在 Tik Tok 美国与英国区开设账号，目前美国区粉丝约 4500 人，发布视频 119 个，九阳在两个地区均未开通 Tik Tok Shop，同样通过介绍中的链接方式将用户引流至九阳海外官方网站。

图 3：九阳美国区账号

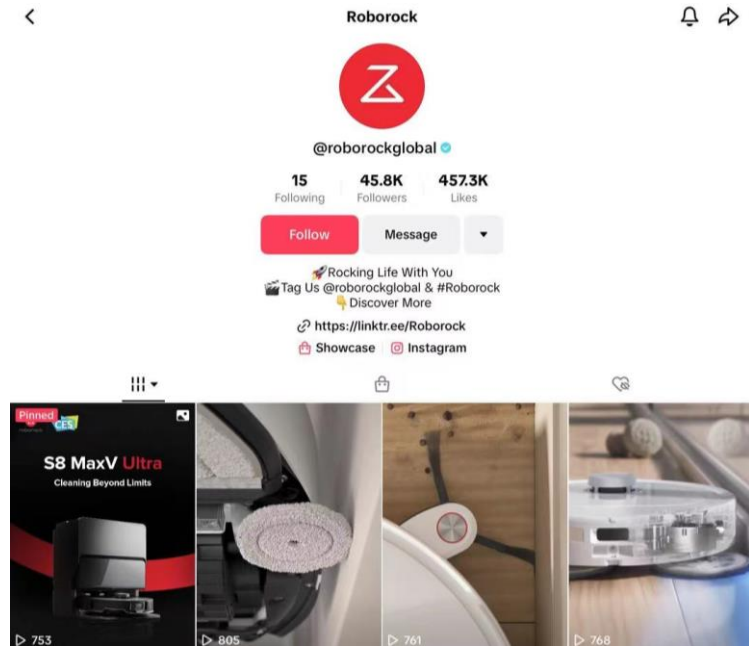


数据来源：Tik Tok, 东方证券研究所

## 清洁家电

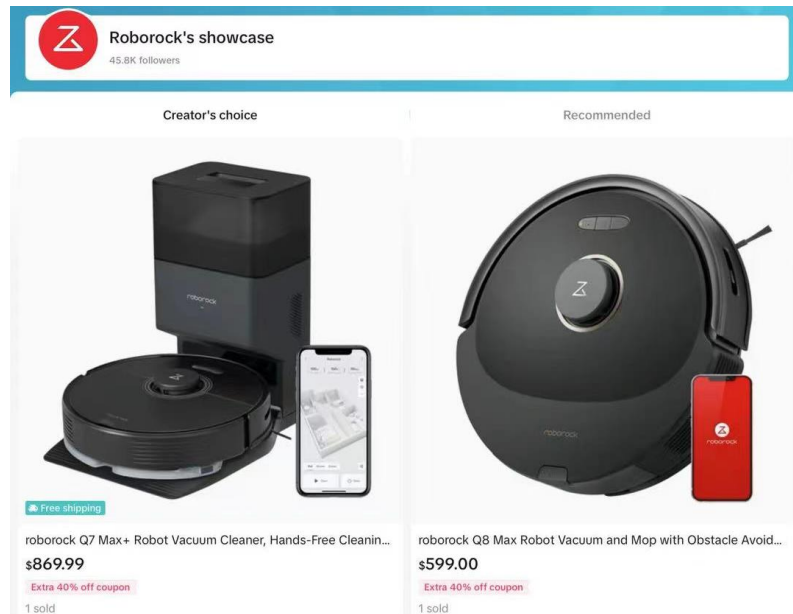
石头科技：石头科技在 Tik Tok 多个国家区域开设账号运营，包括法国，德国，泰国，菲律宾及印度尼西亚等，其中“石头科技全球号”主要负责美国地区宣传与销售，粉丝量约 4.5 万人，发布视频 50 条。石头科技在美国地区开设有 Tik Tok Shop，店铺内共有 12 个 SKU，涵盖由 449 至 1599 美元的洗地机与扫地机器人。目前店铺销量合计约 20-30 台。

图 4：石头科技全球账号



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

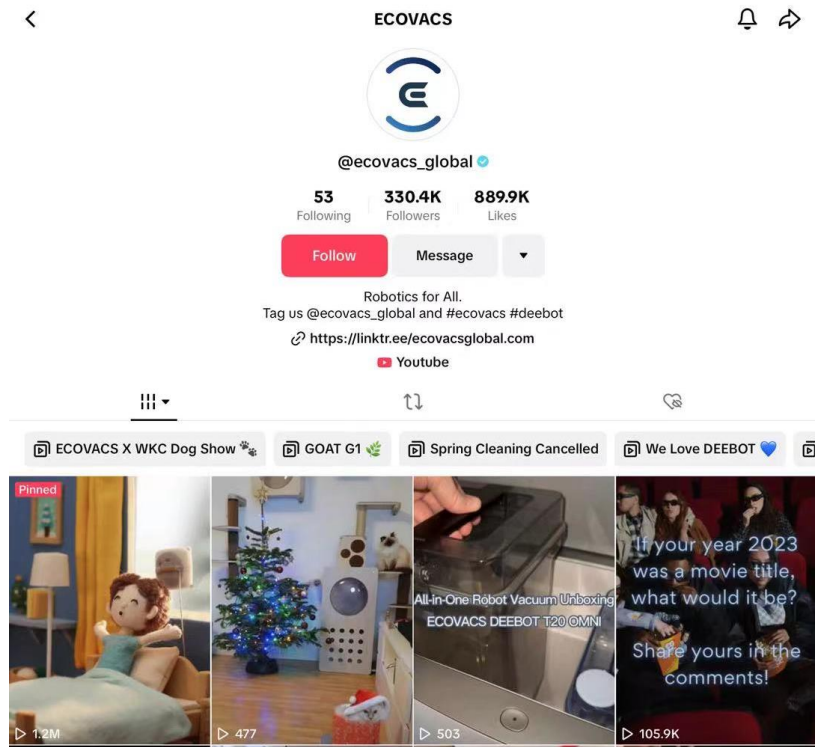
图 5：石头科技 Tik Tok 美国店铺



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

科沃斯：科沃斯在 Tik Tok 上账号运营情况较好，在印度尼西亚、英国、越南、韩国、美国等地区开设有账号，其中“科沃斯全球号”拥有超 33 万粉丝，发布了 415 条视频，单条视频最高播放量超过 350 万次。但科沃斯在美国地区暂时还未开通 Tik Tok Shop，而是通过介绍链接将用户引流到亚马逊与品牌官网。

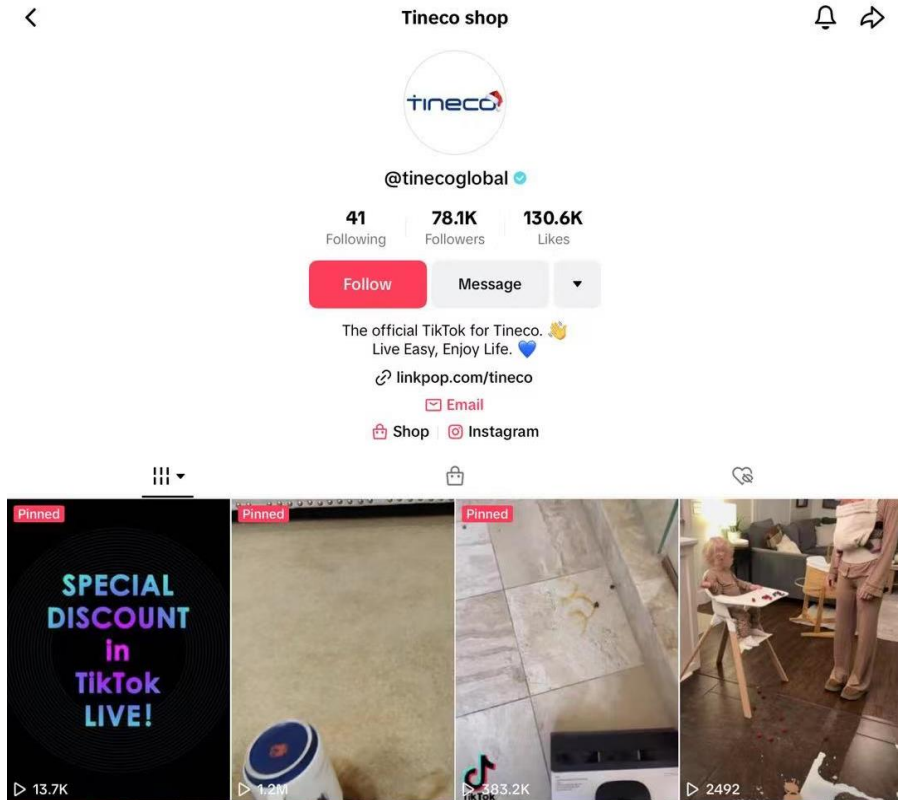
图 6：科沃斯全球账号



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

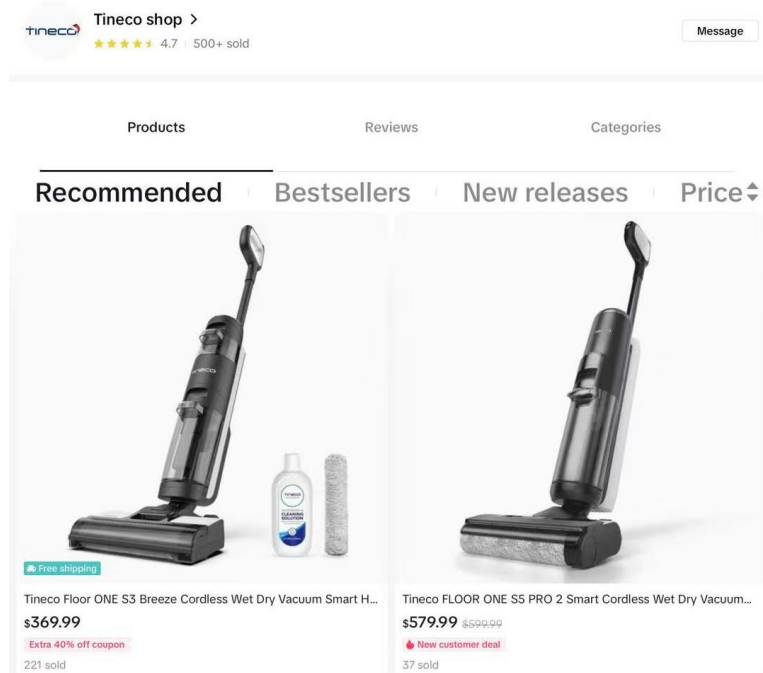
添可：添可在土耳其、美国、印度尼西亚、日本、马来西亚等地区开设有视频账号，其中“添可全球号”拥有 7.8 万粉丝，发布了 379 条视频，单条视频最高播放量超过 120 万次。该账号在美国地区开设有 Tik Tok Shop，店铺内 9 个 SKU，产品主要为售价 200-600 美金的洗地机，店铺累计销量超 500 个。

图 7：添可全球账号



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

图 8：添可 Tik Tok 美国店铺

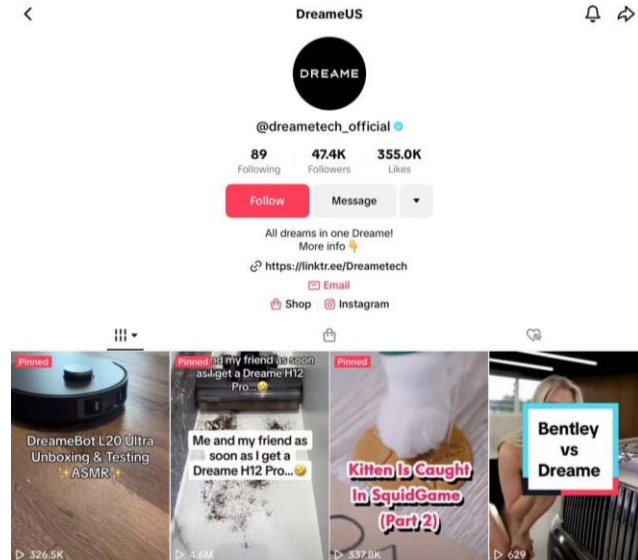


数据来源：Tik Tok，东方证券研究所



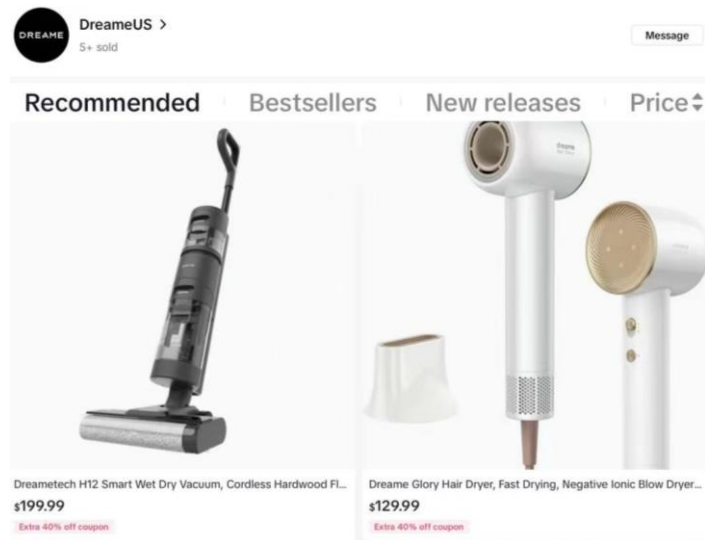
追觅：追觅在美国地区开设有视频账号，拥有 4.7 万粉丝，发布了 220 条视频，该账号开设有 Tik Tok Shop，店铺内 2 个 SKU，分别是售价 200 美金的洗地机与 130 美金的吹风机，店铺累计销量较少。

图 9：追觅全球账号



数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

图 10：追觅 Tik Tok 美国店铺

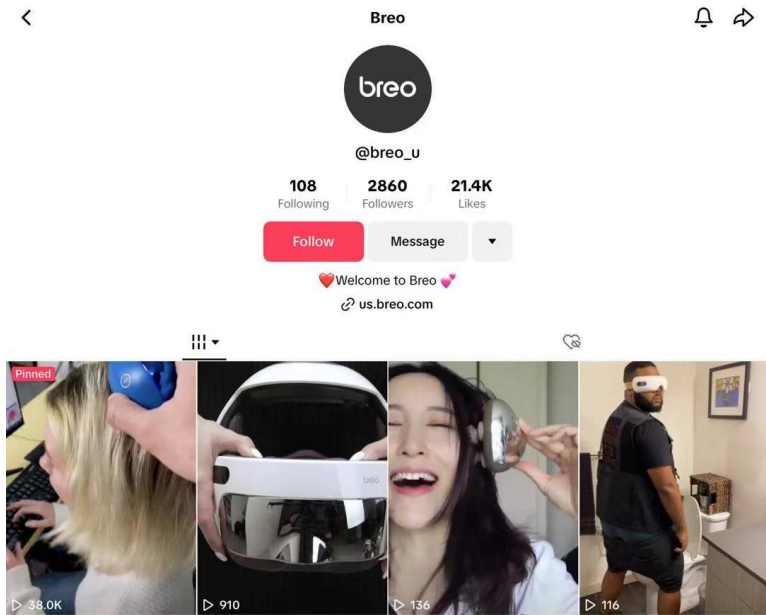


数据来源：Tik Tok，东方证券研究所

## 个护按摩

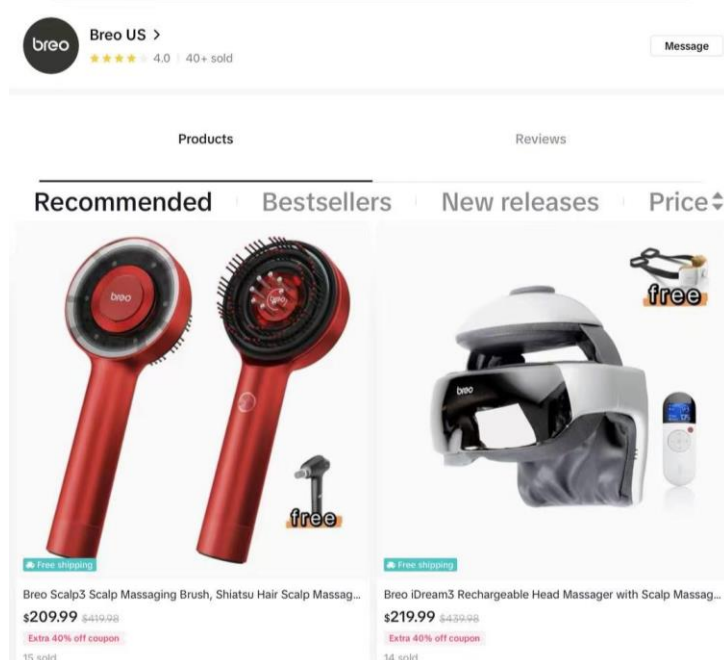
倍轻松：倍轻松在美国地区开设有视频账号，粉丝数量约 2000 人，发布视频 112 条，倍轻松在美国开设有 Tik Tok Shop，店铺内 16 个 SKU，主要为各类个护按摩类产品，主要价格区间 50-200 美金，店铺累计销量约 40-50 件。

图 11: 倍轻松美国账号



数据来源: Tik Tok, 东方证券研究所

图 12: 倍轻松 Tik Tok 美国店铺








数据来源: Tik Tok, 东方证券研究所

## 大家电

美的: 美的在美国、印度尼西亚、马来西亚、柬埔寨地区开设有视频账号, 其中柬埔寨地区粉丝数量最多, 超 140 万人, 发布视频 262 条, 美国地区粉丝数量约 3.7 万, 发布视频数量 71 支, 美国区账号暂未开设 Tik Tok Shop。





图 13: 美的 Tik Tok 账号开设地区

	<b>mideaamerica</b> MideaAmerica 37.2K followers · 71 videos	Follow
	<b>midea_indonesia</b> ✓ Midea Indonesia 357.0K followers · 405 videos	Follow
	<b>midea_malaysia</b> ✓ Midea Malaysia 12.2K followers · 93 videos	Follow
	<b>mideacambodia</b> Midea Cambodia 1.4M followers · 262 videos	Follow
	<b>mideachile</b> Midea 4171 followers · 23 videos	Follow

数据来源: Tik Tok, 东方证券研究所

海信: 海信在泰国, 美国, 加纳、中东、菲律宾、阿根廷等地区开设有视频账号, 其中“海信全球号”粉丝数量最多, 超 100 万人, 发布视频 351 条, 美国地区粉丝数量约 4600 人, 发布视频数量 88 支, 美国区账号暂未开设 Tik Tok Shop。

图 14: 海信 Tik Tok 账号开设地区

	<b>hisense</b> ✓ Hisense 1.0M followers · 353 videos	Follow
	<b>hisense_ar</b> ✓ Hisense_ar 158.8K followers · 248 videos	Follow
	<b>hisense_usa</b> Hisense USA 4587 followers · 88 videos	Follow
	<b>hisenseghana</b> ✓ Hisense Ghana 19.8K followers · 75 videos	Follow
	<b>hisensethailand</b> ✓ Hisense Thailand 72.7K followers · 271 videos	Follow

数据来源: Tik Tok, 东方证券研究所

海尔: 海尔在 Tik Tok 中开设视频号地区较多, 包含了泰国、俄罗斯、马来西亚、埃及、菲律宾、日本、巴基斯坦、沙特等地区, 其中东南亚地区账号运营状况较好, 粉丝量最多的地区为巴基斯坦地区, 数量达 31 万, 发布视频 165 支, 泰国、马来西亚、菲律宾等国家粉丝数量均超 10 万人。海尔全球站粉丝数量约 1.7 万人, 发布视频 241 条。海尔在全球各地区均未开通 Tik Tok Shop, 均以介绍链接的方式将用户引流到当地品牌官网。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/597154042104006033>