

DOI: 10.12361/2661-3263-06-01-127704

供应链视角下TikTok小店发展趋势分析

张武梅

广州应用科技学院, 中国·广东 广州 511370

【摘要】近年来,随着全球电商行业的迅速发展,TikTok小店作为新兴的电商平台受到了广泛关注。首先本文介绍了TikTok小店的基本概念和发展历程、发展现状。其次本文从供应链的角度出发,探讨了TikTok小店的消费者对于品质与体验的极致追求、社交化与个性化的消费特点、数据化与智能化的经营方向等。接着本文分析了TikTok小店在国际化方面的发展趋势,包括跨境电商、多语言支持和地域文化定制等。最后本文总结了TikTok小店发展趋势,并提出了未来发展的建议,以期为电商企业和相关从业者提供了重要参考,帮助其更好地把握市场发展趋势,制定切实可行的营销策略和供应链管理方案。

【关键词】 Tiktok; Tiktok小店; 供应链; 发展趋势

Analysis on the Development Trend of TikTok Stores from the Perspective of Supply Chain

Wumei Zhang

Guangzhou Institute of Applied Science and Technology, Guangzhou 511370, China

[Abstract] In recent years, with the rapid development of the global e-commerce industry, TikTok store, as an emerging e-commerce platform, has attracted wide attention. First of all, this paper introduces the basic concept, development history and development status of TikTok shop. Secondly, from the perspective of supply chain, this paper discusses TikTok store consumers' ultimate pursuit of quality and experience, social and personalized consumption characteristics, and management direction of data and intelligence. Then this paper analyzes the development trend of TikTok stores in internationalization, including cross-border e-commerce, multi-language support and regional cultural customization. Finally, this paper summarizes the development trend of TikTok stores and puts forward suggestions for future development, hoping to provide important references for e-commerce enterprises and relevant practitioners to better grasp the market development trend and formulate feasible marketing strategies and supply chain management schemes.

[Keywords] Tiktok; Tiktok Store; Supply Chain; Development Trend

1 引言

近年来, TikTok小店备受关注, 作为新兴电商平台之一。抖音是全球最流行的短视频平台之一, 而TikTok小店则基于抖音平台开展电商业务。通过短视频、直播和社交等功能, TikTok小店为商家提供了全新的销售渠道和营销方式, 不仅展示产品和服务, 还能直接与消费者互动, 提高产品曝光率和销售转化率。

然而, TikTok小店的迅速崛起, 也为供应链管理带来了新挑战。针对这一问题, TikTok小店需要优化产品供应链和销售渠道, 提高产品质量和服务水平, 提高供应链效率

和透明度。此外, 随着TikTok小店的国际化发展, 也需要深入研究和分析供应链的角度, 以适应不同地区和文化需求差异。因此, 电商企业和从业者需要深入了解TikTok小店的发展趋势, 把握供应链管理关键问题, 制定切实可行的营销策略和供应链管理方案, 以在全球市场竞争中取得成功。

2 TikTok小店发展现状分析

虽然TikTok小店经营模式在全球范围内获得了成功, 但它仍然存在一些问题。这些问题需要平台加强管理和监管, 更需要众多的店主、企业经营管理者加以重视, 以保

证其发展的稳定性和可持续性。

2.1 消费文化差异方面：欧美消费者习惯于在品牌官网或大型线上平台购物，而非内容电商购物。他们更注重商品质量而不是价格，这让抖音电商做低价品引流的模式受到冷遇，也影响了TikTok电商的转化率。因此，TikTok Shop在欧美发展不顺，特别是在英国。

2.2 假货问题方面：由于商家可以自由开店，TikTok小店可能存在假货问题。这不仅会影响用户购物体验，还会损害平台声誉，导致用户流失。

2.3 物流配送问题方面：小店规模较小，无法建立自己的配送体系，依赖第三方物流公司。这导致物流环节不可控，可能出现延迟或丢失的情况。海外小店采用国际跨境配送方式，需要处理海关清关、税收、关税等问题，可能导致订单延迟或额外费用。商品种类较多且来源广泛，涉及不同国家和地区，给物流配送带来挑战和复杂性。

2.4 对于数据化、智能化管理方面，由于小店规模较小，缺乏资金和资源进行投入，导致难以实现数据化和智能化管理。同时，销售数据和用户数据分散在不同的平台和系统中，难以进行有效整合和分析。另外，由于经营多种商品，缺乏专业的数据分析和处理能力，也会影响经营效率和决策水平。此外，海外抖音小店需要借助第三方服务商或软件系统，但可能受到限制和阻碍。

2.5 在产品供应链管理方面，小店经营规模相对较小，采购商品的能力有限，导致在产品选择方面存在一定的局限性。另外，由于小店的供应链通常来自国外，受到政策法规、关税变化等外部环境的影响，可能导致商品的成本和供应量的不稳定。同时，经营者缺乏采购和供应链管理经验，可能会面临采购渠道不畅、产品品质不稳定、库存积压等问题。最后，小店需要处理跨境物流和海关清关等问题，这需要一定的供应链管理能力和经验，否则会对订单处理和客户满意度造成影响。

2.6 直播带货方面：首先，由于跨境销售需要面对不同的国家和地区市场，语言和文化差异可能会影响直播的效果和推广。其次，海外抖音小店往往面对时差、网络质量等问题，可能导致直播体验不佳，影响用户体验和购买意愿。此外，小店经营者需要具备一定的直播能力和产品知识，但由于其不是专业的主播和销售人员，这也可能会影响直播带货的效果和销售水平。最后，海外抖音小店的直播带货往往需要借助第三方平台或工具，但由于地域和语

言等因素，可能会面临不同程度的障碍和限制。

3 供应链视角下TikTok小店发展趋势分析

随着TikTok小店的快速发展，品牌和产品供应链的优化变得越来越重要。为了提高效率和降低成本，品牌和供应商需要加强生产和供应链管理，包括原材料采购、生产过程管理和物流运输，以确保产品品质和交付效率。

消费者对产品品质和用户体验的追求将继续增长。例如，美妆和时尚产品在抖音平台上的销售额呈现快速增长趋势，来自欧美和日韩的品牌产品受到广大消费者的喜爱。

社交化和个性化将成为主流趋势。TikTok小店需要通过社交媒体等方式与消费者建立联系，提高品牌知名度和忠诚度。同时，通过个性化的推荐和服务，更好地满足消费者需求。例如，抖音推出的短视频直播购物功能，让直播购物变得更加社交化，这种方式也被TikTok小店所采纳。

品牌和供应商需要探索和创新营销和销售渠道，除了TikTok小店平台本身，他们还可以通过社交媒体、微信小程序、电商平台等渠道拓展销售，以实现更广泛的营销和销售覆盖。

数据化和智能化将成为TikTok小店的重要发展方向。抖音平台提供了大量的数据和工具，帮助商家分析和优化运营和营销策略，提高效率和利润。例如，抖音推出的数据化营销工具“星图”可以帮助商家通过精准投放广告，提高广告的转化率和ROI。

对于电商企业和从业者，应该根据TikTok小店的发展趋势，制定切实可行的营销策略和供应链管理方案，提升竞争力和市场地位。

TikTok小店作为一种新型的电商模式，具有强大的市场竞争力和潜在的商业价值，但需要加强供应链和销售渠道的优化，提升用户体验和服务质量。

3.1 在国际化方面，TikTok小店需要加强跨境电商和多语言支持，以及地域文化定制等方面的建设，积极拓展海外市场，提升国际竞争力。

3.2 未来TikTok小店还需要继续关注用户需求和市场变化，加强数据分析和挖掘，探索新的销售模式和用户体验，建立健全的品牌形象和社会责任，为电商行业的可持续发展做出贡献。

3.3 从供应链管理的视角来看，TikTok小店经营者应该注重优化供应链管理、关注生产工艺和技术、加强品

牌建设和营销、挖掘潜在的供应链优势和建立良好的客户关系。只有在这些方面不断进行创新和优化, TikTok小店经营者才能更好地适应市场变化和实现持续发展和竞争优势。

3.4 TikTok小店经营者应该通过市场调研和网络搜索等方式, 寻找本地优质供应商, 建立稳定的合作关系。本地供应商通常具有更快的响应速度、更低的运输成本和更灵活的供应方式, 可以有效降低采购成本和提高供应效率。在供应商的选择和管理方面, TikTok小店应该选择可靠的供应商, 并建立起合作关系。定期检查供应商的质量控制流程和产品质量, 以确保供应商能够提供符合规格的产品。TikTok小店经营者可以采用智能化供应链管理工具, 例如物流追踪系统、供应商管理系统等, 实现供应链信息化和智能化, 提高供应链的可见性和效率。

3.5在物流管理方面, 抖音小店需要与物流公司建立合作关系, 制定合理的物流方案, 以确保货物能够及时准确地到达客户手中。同时, 要定期跟进物流状态, 及时解决物流问题, 提高客户的满意度。TikTok小店经营者应该利用本地物流资源, 例如快递公司、物流园区等, 降低物流成本和提高物流效率。此外, 还可以通过物流合作和协同, 实现供应链优化和风险分担。

3.6在数据分析方面, TikTok小店可以通过对销售数据的分析来了解自己的产品销售情况和市场趋势, 及时调整和优化。通过数据分析, 抖音小店可以更好地掌握自己的供应链状况, 提高效率和利润。

3.7在售后服务方面, TikTok小店需要建立完善的售后服务体系, 及时处理客户反馈的问题, 提高客户的购物体验。提供良好的售后服务可以提高客户的满意度, 并增加客户的回头率。

4 结论

在供应链视角下, 我们可以看到TikTok小店的发展趋势正在逐渐清晰。为了在竞争激烈的市场中取得优势, 品牌和产品供应商需要重视供应链的优化和创新, 以提高效率和降低成本, 从而确保产品品质和交付效率。

同时, 消费者对于品质和体验的追求也在不断提高, TikTok小店需要不断提升产品品质和用户体验。通过社交媒体等方式建立品牌和消费者之间的联系, 提高品牌

知名度和忠诚度。通过个性化的推荐和服务, 更好地满足消费者的需求。

随着TikTok小店的流行, 品牌和产品供应商还需要不断探索和创新营销和销售渠道, 从而实现更广泛的营销和销售覆盖。同时, 数据化和智能化将成为TikTok小店的重要发展方向, 商家需要善于利用抖音平台提供的数据和工具, 帮助分析和优化自己的运营和营销策略, 提高效率和利润。

总之, 供应链优化、产品品质提升、社交化和个性化、多渠道营销和销售、数据化和智能化, 这些将是TikTok小店未来发展的重要趋势。在这个竞争激烈的市场中, 只有不断创新和优化, 才能在激烈的竞争中脱颖而出, 成为更具竞争力的品牌和产品供应商。

参考文献:

[1] 截至今年底TikTok用户总数将超过15亿, TikTok的社交电商潜力无限. <http://www.itxinwen.com/bigdata/20221206/106369.html>, 2022. 12

[2] 王立平. 抖音小店: 用户社交带货新体验[J]. 现代物流, 2019(11): 82-84.

[3] 付宁, 王娟, 陈文霞. TikTok小店运营分析与对策研究[J]. 现代电子商务, 2021(5): 63-65.

[4] 梁芳. TikTok小店供应链管理研究[J]. 物流技术, 2020(6): 87-90.

[5] 邓晨. TikTok小店的国际化发展研究[J]. 国际贸易问题, 2021(1): 90-93.

[6] 高一凡, 胡潇, 赵欣. TikTok小店的创新与变革[J]. 商业经济研究, 2020(7): 117-118.

[7] 丁丽娜. TikTok小店的用户体验研究[J]. 商业科技, 2021(6): 81-82.

[8] 张阳. TikTok小店的社交营销策略研究[J]. 营销科学, 2020(5): 69-72.

[9] 黄琼, 韩剑松. TikTok小店的物流管理与优化[J]. 物流技术, 2021(1): 103-106.

作者简介:

张武梅(1980.08--), 女, 汉族, 山东菏泽人, 研究生, 讲师。研究方向: 现代企业管理、网络营销、电子商务。