

TikTok Shop API与店群管理生态系统：一份技术与运营分析报告

执行摘要

本报告旨在全面解答关于TikTok Shop原生API接口及其在“店群”(多店铺集群)管理中的应用问题。核心结论如下：首先，TikTok Shop不仅拥有一个原生的应用程序接口(API)，而且其名为“TikTok Shop开放平台(TTS API)”的接口套件功能全面、架构成熟，并且正在快速迭代。其次，与作为参照基准的日本Mercari(煤炉)官方API相比，TikTok Shop的API在设计上更侧重于支持跨国、多店铺运营模式，其开放性和生态系统完整性在某些方面更具优势。最后，针对“店群”这一高级运营模式，其管理并非依赖于单一工具，而是构建在一个以官方API为基础、由第三方企业资源规划(ERP)系统主导的丰富生态系统之上。本报告将深入剖析TikTok Shop API的技术能力，与Mercari API进行详细的技术基准比较，并对用于大规模店群运营的软件工具生态进行市场分析，为电商运营者和开发者提供决策依据。

第一部分：深入分析TikTok Shop API生态系统

1.1 TikTok Shop开放平台(TTS API)：权威解析

针对核心问题“TikTok Shop是否有原生API”，答案是肯定的。TikTok Shop提供了一个功能极为详尽的官方API套件，其正式名称为**TikTok Shop开放平台(TTS API)**。

平台宗旨与设计目标

该API平台的设计初衷是赋能开发者，使其能够创建扩展卖家中心(Seller Center)核心功能的应用程序。其明确目标包括：提升商品目录刊登效率、简化订单履约流程、减轻商家运营负担，以及加速客户互动。这些目标与“店群”运营者对效率、自动化和规模化的核心诉求完全吻合。

访问权限与开发者入门

所有API的访问、测试和文档管理都通过一个中心化门户——**TikTok Shop合作伙伴中心(TikTok Shop Partner Center)**——进行。无论是独立开发者、技术合作伙伴(ISV)，还是商家自有的内部开发团队，都可以通过注册该中心获得API访问权限、用于测试的开发店铺以及完整的技术文档。这种结构化的开发者项目管理模式，标志着其API生态已经相当成熟和规范。

区分TikTok生态内的多种API

对于开发者而言，精确区分TikTok生态系统内的不同API至关重要。用户关于电商管理的需求明确由TTS API满足，而其他API则服务于不同目的：

- **TikTok API for Business**：主要面向广告和营销自动化，用于与TikTok广告管理平台(TikTok Ads Manager)和创作者市场(TikTok Creator Marketplace)等功能进行交互。
- **TikTok for Developers (通用平台)**：提供的是社交整合类工具，如登录工具包(Login Kit)、分享工具包(Share Kit)等，旨在将TikTok的社交功能嵌入到第三方应用中。

1.2 电子商务运营的核心API能力

TTS API的功能覆盖了电子商务运营的全链路,为实现端到端的自动化管理提供了坚实的技术基础。

- **商品API (Product API)**:这是店铺管理的核心。它允许开发者通过编程方式访问商品分类规则、上传图片和视频等媒体文件、创建和编辑商品信息,以及实时更新价格和库存。特别值得注意的是,该API套件中包含了**全球商品API (Global Product API)**,这项功能专为跨境卖家设计,允许他们跨多个国家市场进行统一的商品管理,极大地简化了跨区域运营的复杂性。
- **订单API (Order API)**:作为所有履约操作的起点,该API允许开发者获取详细的订单信息。同时,它也支持后续的订单取消和退货等操作。
- **履约API (Fulfillment API)**:管理整个发货流程,从同步履约状态,到使用TikTok提供的面单服务(4PL),再到通过第三方物流(3PL)完成订单发货,均可实现自动化。
- **退货退款API (Return & Refund API)**:管理售后生命周期,允许卖家通过程序化方式获取、审核并批准或拒绝消费者的退货退款请求。
- **物流API (Logistics API)**:对于拥有复杂供应链的卖家至关重要。它支持获取仓库列表(包括全球仓库)、已订阅的配送选项以及合作的物流供应商信息。一个具体的例子是,在多仓库模式下,创建商品前必须先调用Get Warehouse List接口获取仓库信息,这再次印证了平台对复杂物流场景的深度支持和API优先的设计理念。
- **财务API (Finance API)**:允许开发者获取支付和结算信息,这对于财务对账和会计自动化至关重要。
- **其他关键API**:官方文档还列举了促销API、授权API、事件API(用于Webhooks)、数据对账API和供应链API等,共同构成了一个功能完备、覆盖全面的电商管理生态系统。

1.3 驱动增长与规模化的专用API:“店群”模式的赋能者

除了基础的运营功能, TTS API还提供了一系列专为规模化增长设计的接口,这些接口是“店群”模式得以高效运作的关键。

- **卖家API (Seller API)**:这可以说是“店群”运营者最核心的API之一。它专为跨境业务设计,支持单一卖家主体在多个目标市场开设和管理店铺。通过此API,开发者可以获取一个卖家账户下所有授权店铺的状态列表。这一功能从根本上证实了TikTok Shop的平台架构是为支持“一对多”(一个卖家主体对多个店铺)的商业模式而构建的。
- **联盟API (Affiliate API)**:这是一个强大的增长杠杆,由联盟卖家API、联盟创作者API和联盟伙伴API三部分组成。它允许商家程序化地管理与TikTok庞大创作者生态系统的合作关系。对于“店群”运营者而言,这意味着他们可以自动化地将成千上万的商品加入到达人分销计划,与特定创作者群体创建定向合作,并跨多个店铺大规模追踪营销效果。这使得达人营销从一项劳动密集型的手工任务,转变为一个可扩展、自动化的销售渠道。

1.4 API的演进与未来能力

TikTok Shop的API并非一成不变,其快速的迭代周期反映了平台的活力和对市场需求的响应。

- **版本控制与迁移**:TTS API采用版本化管理,官方强烈建议开发者迁移至最新的API版本(例如, v202309)以使用最新功能并确保系统稳定性。这表明平台正处于积极的开发和维护周期中。
- **API路线图洞察 (v202309及未来)**:通过分析近期及未来的API更新计划,可以洞察平台的发展方向。
 - **优化的订单管理**:引入了“On Hold”(暂停)状态,用于处理消费者下单后1小时内的“反

悔期”，从而减少卖家发货后订单被取消的风险。

- 增强的履约能力：支持商品级别的取消和换货流程，简化了复杂的售后场景，使管理更为精细。
- 更丰富的数据维度：在订单API中增加了新的时间戳（如发货时间、妥投时间）、配送偏好（如“包裹放入邮箱”）以及更精确的地址等级信息，以提升数据质量和履约准确性。
- 改善开发者体验：推出了Check Listing Prerequisites（检查刊登先决条件）API，允许开发者在提交商品数据前进行验证，从而有效减少因格式或合规问题导致的刊登失败。同时，在刊登失败时支持将商品转为“草稿”状态，也是一项重要的体验优化。
- 全新的功能：新增了用于从外部系统导入商品评论的API。这表明平台认识到，许多卖家是从其他平台迁移而来，他们希望将已经积累的宝贵“社会证明”（social proof）带到新的店铺中。

从这一系列的技术细节和战略布局中可以看出，TikTok Shop API不仅是一个简单的工具集，更是其全球电商战略的核心支柱。其功能的全面性，特别是针对跨国、多店铺和联盟营销的深度支持，清晰地表明了平台意在吸引并赋能那些具备规模化运营能力的专业卖家——这正是“店群”运营者的画像。第三方ERP生态的繁荣是其API强大与可靠的结果，而非偶然。没有一个功能强大且稳定的API作为基石，如此丰富的应用生态是无法建立起来的。API的快速迭代，例如v202309版本中引入的商品级取消和刊登前预检等功能，也传递出一个强烈的积极信号：TikTok正在积极响应卖家反馈，并迅速弥合与亚马逊、Shopify等成熟平台在功能上的差距。对于考虑在TikTok Shop上进行长期投入的开发者 and 运营者而言，这种活跃的开发态势预示着平台巨大的发展潜力和长期的合作价值。

第二部分：基准比较：TikTok Shop API vs. Mercari API

为了更精确地评估TikTok Shop API的水平，本部分将以用户提到的“日本煤炉”（Mercari）作为基准，进行深入的技术对比。

2.1 厘清“Mercari API”的概念：官方与非官方之别

在进行比较之前，必须首先明确“Mercari API”这一模糊概念。市场上存在两种性质截然不同的“Mercari API”：

- **官方Mercari Shops API**：这是一个正式的、有官方文档支持的**GraphQL API**，专为B2C模式的“Mercari Shops”平台服务。这是本次比较的唯一合法和技术对等的主体。
- **非官方封装库/爬虫**：存在大量由第三方开发者创建的Python或Go语言库，它们通过模拟App请求或直接抓取C2C模式的Mercari.jp网站数据来工作。这些工具并非官方授权，违反了服务条款，且极不稳定，随时可能因平台更新而失效。因此，本报告的比较将聚焦于官方API。

一个关键的差异在于访问门槛。官方的Mercari Shops API目前是受限的，仅对与Mercari子公司Souzoh预先签订了合作协议的伙伴开放。相比之下，TikTok Shop的API通过其合作伙伴中心向更广泛的开发者开放，门槛相对较低。

2.2 Mercari Shops官方API功能深潜

- **技术架构**：Mercari Shops API采用**GraphQL**架构，这与TikTok Shop的RESTful架构形成了对比。GraphQL允许客户端精确请求所需的数据字段，避免了REST API中常见的“过度获取”（over-fetching）问题，从而提升了数据传输效率。
- **核心操作（查询与变更）**：

- 查询 (Queries): 用于数据检索, 包括products(获取商品列表)、order(获取单个订单详情)、productCategories(获取商品分类)等。
- 变更 (Mutations): 用于数据修改, 包括createProduct(创建商品)、updateProduct(更新商品)、cancelOrder(取消订单)、increaseProductVariantStock(增加库存)等。
- 功能覆盖: 其功能覆盖了电商运营的核心环节, 包括商品与库存管理、订单处理以及用于接收实时事件的Webhook, 是一个功能相当完善的店铺管理API。

2.3 技术参数的正面比较

下表从多个技术维度对两个平台的官方API进行了详细的并列比较。

特性维度	TikTok Shop API (TTS API)	Mercari Shops API
API架构	RESTful	GraphQL
认证机制	OAuth 2.0	个人访问令牌 (Personal Access Token)
多店铺支持	原生支持: 通过专门的Seller API管理一个卖家账户下的多个店铺	隐式支持: 未明确提及, 可能需要为每个店铺单独生成和管理令牌
跨境业务侧重	明确支持: 提供全球商品API和全球卖家API, 专为跨境运营设计	主要面向日本本土市场
速率限制	基于请求次数 (Request-based)	基于查询成本 (Query cost-based)
沙盒环境	提供, 通过开发者后台申请开发店铺	提供, 并包含用于测试的专用Debug API
访问模式	开放的合作伙伴计划: 通过在线注册申请	合同制: 需要与平台签订合作协议
生态系统	庞大且全球化: 拥有官方应用商店, 汇集了大量第三方ERP和应用	区域化: 与部分日本本土ERP系统(如LOGILESS, TEMPOSTAR)集成

2.4 战略洞察: 日本市场的机遇

将API的比较与市场动态结合, 可以发现新的战略机遇。

- 市场动态的连接: TikTok Shop已于2025年中旬正式在日本上线。至关重要的是, TTS API的官方文档已确认全面支持日本市场, 包括区域代码JP和语言代码ja-JP。
- 市场颠覆潜力: 这一举措使TikTok Shop直接与Mercari、乐天(Rakuten)和亚马逊日本等市场巨头展开竞争。对于熟悉Mercari API的日本卖家和开发者而言, TikTok Shop在同一市场提供了一个功能相当甚至更优、且更易于访问的API, 这无疑是一个巨大的商业机会。
- “第三渠道”战略: 通过API与Shopify等主流电商平台集成的能力, 使得TikTok Shop可以成为日本现有商家的一个强大的“第三销售渠道”, 与他们的自建站和在其他平台(如亚马逊、乐天)上的店铺并存, 共同发展。

综合来看, 尽管两个平台都为电商自动化提供了强大的API, 但TikTok Shop的API在战略层面似乎更倾向于吸引和赋能全球化的“店群”运营者。其REST架构可能对更广泛的开发者群体更为友好, 而其开放的访问模式、明确的跨境功能以及快速增长的全球应用商店生态, 使其成为一个更具可扩展性的选择。Mercari的API服务于其成熟的“Shops”业务, 而TikTok的API, 特别是其Seller API和Global Product API, 则是一种主动出击的战略工具, 旨在吸引全球范围内最高效、最大规模的卖家群体, 以此作为其电商业务的核心增长引擎。这种战略焦点的差异, 比REST与GraphQL的技术路线之争更为重要。TikTok Shop在日本市场上线之初就同步提供完整的API支持, 这是一

个明确的信号，旨在向熟悉API运作的日本成熟卖家和开发者社区展示其平台的技术实力和诚意，从而加速其在竞争激烈的日本市场的渗透和发展。

第三部分：精通TikTok Shop上的“店群”管理

对于“店群”运营者而言，成功的关键在于如何高效、规模化地管理多个店铺。TikTok Shop为此提供了从底层API到上层应用的全方位解决方案。

3.1 基础层：原生API对多店铺运营的支持

- **核心API回顾**：如前所述，**Seller API** 和 **Global Product API** 是构建任何多店铺策略的原生基石。前者确认了“一主体多店铺”的可行性，后者则实现了“一品多国”的便捷管理。
- **官方用例定义**：TikTok在其开发者文档中，明确定义了支持多店铺管理的用例(Use Case)。例如，SHOP-CONN-MULTI(将一个第三方平台店铺连接到多个TikTok店铺) 和 SHOP-MAN-MULTI(管理多个店铺连接)。这表明平台不仅在技术上支持，更在业务逻辑上鼓励和规范了第三方应用提供此类多店铺管理功能。
- **多仓库功能**：卖家中心和API均支持在单个卖家账户下管理多达20个仓库。这对于可能从不同地点为不同店铺或区域发货的“店群”运营者来说，是一个至关重要的物流支持功能。API调用Get Warehouse List是多仓库设置下创建商品的先决条件，再次强化了其API优先的设计思路。

3.2 第三方软件生态：事实上的标准解决方案

尽管API提供了构建模块，但绝大多数“店群”运营者并不会从零开始开发自己的管理系统。他们依赖于一个成熟的、基于TTS API构建的第三方软件生态。因此，“用什么来管理店群”的答案，主要就在于这个生态系统。

3.2.1 TikTok Shop应用商店：集成方案的中心枢纽

TikTok Shop应用商店(App Store)是官方认证和推荐的市场，卖家可以在这里找到满足各种业务需求的应用程序，涵盖“企业资源规划(ERP)”、“多渠道管理”和“订单管理”等关键类别。这里是发现和获取下述工具的主要渠道。

3.2.2 关键ERP与管理工具画像

以下是对几款主流管理软件的分析 and 比较，它们是“店群”管理的核心工具。

- **中国跨境电商巨头**：
 - **店小秘 (Dianxiaomi)**：中国跨境ERP领域的领军者。其功能强大，支持从60多个平台采集数据、在10大主流平台间进行数据搬家、与1688平台集成实现自动采购，并能统一管理物流和售后纠纷。店小秘对TikTok Shop的深度集成，标志着中国成熟的电商运营模式正在被完整地复制到TikTok生态中。
 - **马帮ERP (MabangERP)**：另一家专注于为跨境卖家提供全流程解决方案的重要服务商。其定价模式基于订单量分级，清晰地表明了其服务于规模化成长型卖家的市场定位。
- **全球化多渠道工具**：
 - **4Seller**：明确将自己定位为服务欧美本土卖家的免费ERP，支持TikTok、亚马逊、Shopify等多平台管理。它提供店铺搬家、订单履约和库存同步等核心功能。其“至少

免费三年”的激进定价策略，旨在快速抢占市场份额。

- **UpSeller**: 同样是一款专为TikTok Shop卖家设计的ERP，提供批量商品编辑、店铺产品迁移和数据分析等功能。

下表对这些主流的“店群”管理工具进行了比较：

工具 (Tool)	主要用例 (Primary Use Case)	核心“店群”功能 (Key "Store Cluster" Features)	目标市场 (Target Market)	定价模型 (Pricing Model)
店小秘	全功能跨境电商ERP	多店铺连接、跨平台数据搬家、批量刊登、统一订单处理、供应链整合（1688采购）	主要面向中国卖家	免费增值 (Freemium)
马帮ERP	全功能跨境电商ERP	多店铺连接、批量操作、统一订单与库存管理、财务管理	主要面向中国卖家	按订单量分级收费
4Seller	多渠道管理ERP	多店铺连接、店铺迁移、统一订单与库存同步、AI刊登工具	主要面向欧美本土卖家	免费（至少三年）
UpSeller	多渠道管理ERP	多店铺连接、店铺迁移、批量刊登、订单与库存管理	面向全球卖家	免费增值 (Freemium)
LitCommerce	多渠道同步连接器	将现有店铺（如Shopify）商品、订单、库存同步至TikTok Shop	面向全球多渠道卖家	免费增值 (Freemium)

3.2.3 面向多渠道卖家的平台连接器

这类应用的核心功能是将卖家已有的在线商店（如Shopify、WooCommerce）与TikTok Shop进行数据同步。典型代表包括官方的**TikTok for Shopify App**、**LitCommerce** 和 **QuickSync**。对于那些将TikTok Shop视为增量销售渠道而非主战场的卖家来说，这类工具是必不可少的。

3.3 替代性自动化策略：RPA的角色

除了基于API的官方集成方案，还存在一种非API的自动化方法：机器人流程自动化 (Robotic Process Automation, RPA)。

- 工作原理: **GeeLark** 和 **VMOS Cloud** 等工具，通过使用“云手机”（即虚拟化的安卓环境）来运行脚本，模拟真人在TikTok App内的界面操作，如点击、滑动和文本输入。
- 应用场景: 这种方法通常用于执行API无法覆盖的任务，例如新账户的“养号”（模拟真人浏览以建立账户权重）、自动化的私信营销或复杂的内容互动。通过云手机技术，一个运营者可以管理数百个拥有独立数字指纹（设备信息、IP地址）的TikTok账户。
- 风险与局限性: 必须强调，RPA是一种“灰色地带”的自动化方法。它的可靠性远低于API，因为任何UI界面的更新都可能导致脚本失效。对于复杂的数据操作，其可扩展性也较差。最重要的是，由于其行为可能被平台检测为非人类活动，因此存在更高的账户被限制或封禁的风险。因此，RPA应被视为一种辅助性的营销自动化工具，而不能替代基于API的ERP系统来执行核心的电商运营任务。

对“店群”管理工具的探讨揭示了一个分层化的生态系统。API是这个生态的基石；第三方ERP是主流和首选的管理方法；而RPA则是一种补充性的自动化策略。一个成熟的“店群”运营者很可能会组合使用这些工具：采用ERP系统处理核心的商业流程（商品、订单、库存），同时可能利用RPA进行前端的营销自动化（如私信互动、内容引流）。用户问题中“如果没有API用什么”的部分，实际上指向了RPA这类不依赖官方API的自动化方案，但这是一种伴随着显著风险和局限性的选择。

第四部分：战略建议与展望

基于以上分析，本部分为计划在TikTok Shop上进行规模化运营的商家和开发者提供战略性建议和对未来的展望。

4.1 决策框架：自研（Build）vs. 采购（Buy）

对于如何利用API实现自动化，运营者面临一个经典的“自研”与“采购”的选择。

- 自研（基于原生API构建定制化系统）
 - 优势：能够实现完全的控制，系统可根据自身独特的业务流程量身定制，可能形成独特的竞争优势。
 - 劣势：高昂的开发和长期维护成本，需要组建并维持一个专业的工程师团队，产品上市时间较慢。
 - 适用对象：拥有非常特殊的需求、现有ERP无法满足的超大型企业；或者计划开发下一代ERP解决方案的技术公司。
- 采购（采用现成的ERP/SaaS软件）
 - 优势：实施速度快，前期投入成本低，系统由第三方负责维护和更新，能够持续享受到服务商的新功能迭代。
 - 劣势：定制化程度较低，业务流程需适应软件功能，依赖服务商的发展路线图，需支付月度或年度订阅费用。
 - 适用对象：绝大多数“店群”运营者。对于他们而言，核心目标是高效地销售商品，而非开发软件。

4.2 TikTok Shop自动化与“店群”运营的未来

- 人工智能（AI）的深度融合：未来在于将AI技术叠加在API之上。目前已经出现了利用AI生成商品标题和描述的功能，未来将扩展到市场趋势预测、动态定价、以及自动化的达人匹配和内容创作。
- 更深入的财务集成：随着业务规模的扩大，可以预见将出现更多与专业财务软件（如NetSuite）的深度集成方案（例如通过Celigo这样的连接器），以满足跨店铺、跨区域业务复杂的财务对账需求。
- 规模化的超个性化运营：结合TikTok强大的推荐算法和灵活的API，“店群”运营者将能够开设大量高度垂直的“微型店铺”。每个店铺都可以有特定的细分领域、视觉风格和合作达人矩阵，而所有这些店铺的管理都通过一个中心化的仪表盘完成。
- 内容与商业的无缝衔接：API将进一步打通内容创作和销售运营之间的壁垒。例如，未来可能出现这样的场景：一个API可以根据某个视频的爆火数据自动触发一个新商品的上架流程，或者自动向内容风格匹配的达人寄送样品。

4.3 结论性总结

本报告的分析最终导向以下明确结论：

1. **TikTok Shop**拥有一个功能强大、原生且快速发展的**API**生态系统。与Mercari的官方API相比，其在设计理念上更倾向于支持全球化、多店铺的专业卖家，生态更为开放。
2. “店群”管理并非在“没有**API**”的假设下进行，而是建立在一个繁荣的、以官方**API**为基础的第三方软件生态之上。这个生态由功能强大的ERP系统主导，它们是实现规模化运营的事实标准。
3. 对于技术娴熟的运营者而言，面临的选择不是“能否实现自动化”，而是**“如何实现自动化”——是直接利用强大的原生API进行“自研”，还是在丰富的应用商店中选择一个成熟的工具进行“采购”。

无论是平台的底层架构、合作伙伴计划，还是API的发展路线图，所有迹象都表明，TikTok Shop正在为大规模、高效率的卖家铺就一条通往高度自动化未来的道路。

引用的文献

1. Overview - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/64f1990b93f5dc028e35604b>
2. TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/>
3. TikTok Shop developer guide, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/656559fcf4488c02dfe8ce82>
4. TikTok API documentation, <https://business-api.tiktok.com/portal/docs?id=1746998271267841>
5. Docs | TikTok API for Business, <https://business-api.tiktok.com/portal/docs>
6. TikTok Developer Documentation Overview, <https://developers.tiktok.com/doc/overview>
7. Explore TikTok's Developer Solutions and Integrations, <https://developers.tiktok.com/>
8. US Multi-Warehouse Feature - TikTok Shop Seller Center, https://seller-us.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6761469874456321&default_language=en
9. Seller API overview - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/650b1f2ff1fd3102b93c6d3d>
10. Affiliate Seller API overview - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/affiliate-seller-api-overview>
11. Upgrading to API version 202309 - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/upgrading-to-api-version-202309>
12. Upcoming updates to TikTok Shop open API (release: December 2023/Q1 2024), <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/upcoming-updates-to-tts-open-api-release-december-2023-q1-2024>
13. mercari shops API reference docs - メルカリShops(ショップス), <https://api.mercari-shops.com/docs/index.html>
14. メルカリShops APIの紹介, <https://engineering.mercari.com/blog/entry/20221121-mercari-shops-api/>
15. mercari - PyPI, <https://pypi.org/project/mercari/>
16. take-kun/mercapi: Python API for querying and browsing mercari.jp - GitHub, <https://github.com/take-kun/mercapi>
17. nicholasc861/Mercari-API - GitHub, <https://github.com/nicholasc861/Mercari-API>
18. メルカリShops APIで連携 - LOGILESS ヘルプセンター, <https://support.logiless.com/platforms/marketplace/mercari-shops/mercari-shops-api/>
19. メルカリShopsAPIの設定・利用方法 - SAVAWAY, <https://tempostarsupport.savaway.co.jp/s/article/000005477>
20. TNL Mediagene Supercharges Influencer Content Commerce Strategy With Launch of TikTok Shop Japan Strategy, Among First TikTok Shop Japan Adopters With 7NaNatural - GuruFocus, <https://www.gurufocus.com/news/2977748/tnl-mediagene-supercharges-influencer-content-commerce-strategy-with-launch-of-tiktok-shop-japan-strategy-among-first-tiktok-shop-japan-adopters-with-7nanatural>
21. TikTok Shop Launches in Japan Following its Expansion Strategy - CedCommerce, <https://cedcommerce.com/blog/tiktok-shop-launches-in-japan-following-its-expansion-strategy/>
22. TikTok Shop to launch e-commerce service in Japan as soon as this month,

<https://www.japantimes.co.jp/business/2025/06/17/companies/tiktok-shop-japan/> 23. Regions and languages - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/678e3a47bae28f030a8c7523> 24. TikTok Shop Debuts in Japan this June 2025 : A New Era of Live Shoppin – Flagship Inc., <https://flagship.cc/en/blogs/columns/tiktok-shop-japan-launch-2025> 25. Order management system (OMS) - TikTok Shop Partner Center, <https://partner.tiktokshop.com/docv2/page/65b35776ba276602e1fab962> 26. Multi-Warehouse Guide on TikTok Shop - Seller Center, https://seller-th.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6837801753167618&default_language=en 27. MWH(Multi-warehouse) Feature Guidance - TikTok Shop Seller Center | Singapore, https://seller-sg.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=7654184421934850&default_language=en 28. About the App Store - TikTok Shop Seller Center, https://seller-us.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=2960398055900970&default_language=en 29. TikTok Shop App Store | Discover Tools to Grow Your Business, <https://seller-my.tiktok.com/appstore/my> 30. Discover apps to power your business - TikTok Shop App Store, <https://seller-us.tiktok.com/appstore/us> 31. 店小秘ERP--免费的跨境电商ERP, <https://www.dianxiaomi.com/> 32. Top ERP Software for TikTok in 2025 - Slashdot, <https://slashdot.org/software/erp/for-tiktok/> 33. Best ERP Software for TikTok - SourceForge, <https://sourceforge.net/software/erp/integrates-with-tiktok/> 34. TikTok Shop Management Tools | Centralize Listings & Orders Across Platforms | 4Seller, <https://www.4seller.com/en/platform/tiktok.html> 35. 4Seller ERP | Sync Listings from Shopify and Amazon to TikTok, https://services.tiktokshops.us/open/detail?id=7257018034890819371&prev=independent&party=3&shop_region=US 36. 4Seller ERP-Free European and American local e-commerce ERP, <https://www.4seller.com/> 37. 4Seller Pricing 2025, <https://www.g2.com/products/4seller/pricing> 38. TikTok Shop 店铺管理| UpSeller ERP, <https://www.upseller.com/zh-CN/tiktok-integration/> 39. TikTok for Shopify: Shop Management Tab, https://seller-us.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=3945538525972266&default_language=en 40. Setting up TikTok Shop - Shopify Support, <https://help.shopify.com/en/manual/online-sales-channels/tiktok/setup> 41. TikTok Shop Listing Tool - Bulk Listing & Real-time Sync - LitCommerce, <https://litcommerce.com/tiktokshop-integration/> 42. QuickSync for TikTok Shop - Shopify TikTok Shop Integration – Sync Products & Orders, <https://apps.shopify.com/quicksync-for-tiktok> 43. How to Build TikTok Bots with RPA: The Ultimate Guide to TikTok Automation - GeeLark | The 1st Antidetect phone, <https://www.geelark.com/blog/how-to-build-tiktok-bots/> 44. How to Automate TikTok Messages Efficiently Using RPA Solutions - VMOS Cloud, <https://www.vmoscloud.com/blog/automate-tiktok-messaging-efficiently-using-rpa-solutions> 45. The Enterprise Brand Playbook: Scaling TikTok Shop & Social Commerce in 2025, <https://www.bluewheelmedia.com/resources-whitepapers/scaling-tiktok-shop-social-commerce-in-2025> 46. Tiktok Shop NetSuite Integration Services - Hairball.IO, <https://hairball.io/integrations/tiktok-shops-netsuite-integration/> 47. Next Sellers - Kickstart 2025 with success: Your ultimate guide to TikTok Shop! - TikTok Shop Blog | United Kingdom, <https://business.tiktokshop.com/uk/blog/detail/10022820>