

1 USD=7.2033 / 1 EUR=8.0482

近九成美国人青睐免费送货

★网购时，近九成（89%）美国消费者认为免费送货重要且影响购物决策，女性消费者中这一比例更高（92%）

★43%消费者若零售商不提供免费送货，即便商品价格最低也不会下单

★多数消费者为凑免邮门槛花费超预算，女性超预算倾向更高

★约四分之三（74%）消费者认为快速送货对购物决策重要，超一半（51%）人愿为快速送货支付更高费用

★多数人（62%）倾向于寻求免费送货和快速送货的平衡，少部分人愿为快速送货支付更高成本（5%）或为降低运费接受更长送货时间（28%）

★5月初，亚马逊宣布扩大欧洲快速送货规模，未来一年内在欧洲20个新地点推出当日送达服务（仅对Prime会员免费且适用于最低消费门槛订单），还计划拓展“快速配送”试验区

★4月中旬，沃尔玛墨西哥公司宣布在墨西哥电商部门引入半小时达服务，速度较之前提高两倍；此前推出“Pronto”服务，平均90分钟内送达。4月底，沃尔玛首席执行官透露今年将利用新技术和零售门店体系扩大美国快速配送网络，年底将3小时送货上门服务覆盖95%美国人

Shein美区降价13%，承诺关税不转嫁消费者

TikTok美区放宽小黄车门槛

Shein因中美关税调整，于本周主动下调美国商品零售价，平均降幅达13%，并向用户明确承诺“无关税额外成本”。此前因涨价导致美区销售额同比下滑15%，此次调整旨在稳住消费信心、拉升销量



TikTok美区宣布：绑定渠道号后，商家无需1000粉丝和实名认证即可挂小黄车推广自有店铺商品，极大降低入驻门槛。账号需归属美国、无违规记录、运营者年满18岁。该政策将进一步激活中小卖家的带货潜力

日本拟对低价进口商品征消费税

日本正考虑自2026年起，对单价低于1万日元（约465元人民币）的进口商品征收消费税。2024年此类商品进口量达1.7亿件，五年增幅达5倍，Temu、Shein等中国平台为主要推动力。新规将要求平台完成税务登记并代缴消费税，但保留现行关税豁免

亚马逊与联邦快递重启合作，物流格局生变

★合作重启：近日亚马逊与联邦快递签署新合作协议，联邦快递成为其第三方合作伙伴之一，负责部分包裹递送，该合作较与UPS合作更具成本优势，但不会完全取代UPS。双方经一年多讨论达成互惠互利多年期协议，联邦快递将为亚马逊提供部分大型包裹住宅配送服务

★过往纠葛：2019年因亚马逊扩大自身配送服务网络，联邦快递拒绝续签合同并将亚马逊视为竞争对手，双方断绝合作，亚马逊也曾反击禁止平台卖家假期用联邦快递进行Prime发货。时隔6年，双方“大和解”

★UPS“助攻”：今年初UPS计划到2026年下半年将亚马逊货运量减少50%以上，上个月底又加速削减并裁员2万人。在美国物流市场，联邦快递和UPS竞争激烈，此番联邦快递与亚马逊合作不足为奇

★亚马逊崛起：亚马逊在美国物流领域实力和地位渐强，威胁扩大。自2014年起自建仓库和车队，物流网络体系不断完善，配送能力和速度提升，市场份额增加。2020年家庭包裹运送量超联邦快递，2022年超UPS，成为美国最大快递公司；2024年运送63亿个包裹，远超UPS和联邦快递，在全球货运企业排名中也登顶第一

★合作需求：因部分地区未设物流中心且逆向物流薄弱，亚马逊仍需第三方物流合作伙伴支持，今后将继续加大物流建设投入。此次与联邦快递合作情况及关系持续时间尚不明确