

## Temu墨西哥站开放个人卖家入驻

Temu墨西哥半托管本土店政策迎来重大调整，现已开放个人卖家入驻通道，仅需墨西哥身份证或护照（二选一）及对应税号即可申请，而跨境店仍要求中国大陆或中国港澳台公司资质。需要注意的是，所有卖家必须提供180天内的水电、信用卡等账单作为地址证明，且账单姓名需与联系人完全一致，个人证件仅限开设一家店铺，同时必须通过人脸识别验证



## TikTok Shop墨西哥跨境商家自运营模式即将上线



据了解，TikTok Shop墨西哥商家自运营模式即将面向中国主体跨境商家开放。这意味着，此前受限于本地资质门槛、在场外观望的商家，将有机会使用中国的公司营业执照入驻开店、掘金墨西哥

## 美国关税再加码，八类家电被加入清单

美国发布关于家用电器产品适用额外钢材衍生品关税的指导意义。根据美国海关与边境保护局（CBP）声明，6月23日起，冰箱冷冻柜、小型和大型烘干机、洗衣机、洗碗机、卧式和立式冷冻柜、烹饪炉具、烤箱、食品垃圾处理器以及焊接钢丝架将被征收关税。进口关税为钢材含量价值的50%，但来自英国的产品关税为25%。美国熔炼和浇注的钢材制成的产品免征关税，即使产品在其他国家加工

## Shopee 在巴西运营 5 年：社交商务本土化发展

### 运营概况

★7月Shopee在巴西完成五年运营，上半年业绩和参与度表现良好。双重日期促销活动（如3.3、6.6、11.11）和社交商务策略是平台主要流量驱动因素

### 社交商务战略

★Shopee关注社交商务趋势，通过视频进行销售，该战略与TikTok商店类似但避免比较。Shopee定位100%转向巴西国内市场，走自己的发展道路

### 物流布局

★在巴西拥有约15000名员工，13个配送中心，150多个首英里和最后一英里枢纽，最大物流仓库在累西腓，还有2000多个退货点

### 品牌与消费者行为

★Shopee与影响者和名人的活动按多种标准衡量，还评估召回和观众感受。消费者中“聪明买家”价格敏感，卖家需通过促销、优惠券和福利激活这些受众

### 应对竞争

★面对更敏捷服务压力，Shopee强调经济效益是购买主要动力，双人约会会有免费送货、优惠券和促销活动

### 社交商务成熟度

★巴西社交商务成熟依赖卖家、消费者和附属公司三大支柱协调，直播营业额和传输数量逐年增长，Shopee自2025年初定位为社交商务行家，体现平台在电商发展方面有更广泛机会