

## 亚马逊加码推广高端美妆产品

1 USD=7.1564

1 EUR=8.3066

亚马逊正在加码推广高利润的高端美妆产品，以应对美国对中国产品征收新一轮关税所带来的潜在销售压力。亚马逊希望通过Amazon Premium Beauty板块的销售增长来缓冲关税对营收和消费者信心的影响。截至2025年4月，该板块年销售额同比增长近20%，达到150亿美元，增长速度超过非专属美妆品类的14%和整体线上零售5%的增长率。相比其他大类商品，美容产品因体积小、价格高且折扣幅度有限，更易获得高利润

## Temu日本站全面放开本地商家入驻

Temu近日正式面向日本本地商家全面开放入驻申请。此前Temu仅以邀请制方式引入部分日本卖家，本次调整后，凡是在日本国内注册并持有库存的商家，均可申请在平台上销售商品。这将有助于扩大在Temu上销售商品的日本企业数量



## eBay：买家付款后30分钟可取消或更新订单



eBay正在测试一项颇具争议的新功能——买家付款后30分钟内可自主取消订单或修改发货/付款信息。据社区用户反馈，新流程允许在点击付款后通过“更新订单”选项调整配送地址或支付方式，且无需卖家同意即可取消交易

## 亚马逊退货难题：卖家困境与应对举措

## 退货对卖家的影响

- ①亚马逊退货对购物者免费易操作，但对小企业卖家而言风险高、成本大，部分卖家退出履行计划甚至想离开平台
- ②退货欺诈大幅增加，如亚马逊给顾客发送用过的婴儿用品，有卖家因退货事件业务陷入困境
- ③美国零售联合会报告显示，2024年美国零售退货中近14%是欺诈性，零售商退货总成本达8900亿美元

## 亚马逊的应对措施及效果

- ①2024年6月，亚马逊对履行计划（FBA）中超过特定退货率阈值的卖家收取新费用，9月Helium 10数据显示美国亚马逊卖家退货率下降近5%
- ②在“经常退货的商品”上添加警告标签，可能导致价格下跌，同时新收费也可能致价格上涨，65%卖家因费用变化提高价格。
- ③亚马逊称不容忍欺诈性退货，采取拒绝退款、要求客户身份验证等措施，还允许小企业多次上诉、不使用100美元以上商品自动退货标签