

亚马逊美国市场贡献超70%收入

亚马逊全球市场格局呈现"一超多强"态势，美国市场以月收入345亿美元独占全球70%份额，远超日本（37亿）、德国（32亿）等第二梯队市场，英法西墨印澳等市场月收入均不足10亿。美国用户单次访问转化率达国际市场的2-3倍，这得益于10%的高转化率、强劲消费力、Prime会员高黏性及品牌信任度



迷你风扇登顶TikTok美区新品榜第一



一款名为"Portable Silent Mini Bladeless Fan"的迷你风扇近日在TikTok美国市场强势登顶新品热销榜，单日销售额突破1万美元。TikTok年轻用户对实用小家电的高接受度，叠加夏季个性化降温需求，共同助推这款风扇爆火出圈

亚马逊推出“不可退货”标签

据报道，部分亚马逊自营商品现已开始展示“Final sale-No returns”（最终销售-不可退货）标签，此举可能会彻底改变电商退货的生态。目前，该标签仅适用于亚马逊自营及VC账号，允许商家将特定商品标记为“最终销售”，以彻底规避退货风险

亚马逊借高级美容品类应对Prime Day关税挑战

背景

- ★因唐纳德·特朗普贸易提案引发关税担忧，部分亚马逊卖家退出Prime Day，影响参与率
- ★亚马逊转向增长迅速的“高级美容”类别，以抵消Prime Day参与率下降带来的潜在损失
- ★2024年4月至2025年4月，亚马逊高级美容销售额增长20%至150亿美元，增速超更广泛美容类别和电商总销售额。雅诗兰黛等顶级品牌加入仅限受邀者计划

优势

- ★高级美容产品Prime Day折扣低（10% - 17%），利润高；尺寸小、价值高，降低运输成本影响
- ★亚马逊Premium Beauty有10000多种商品，卖家支付15%费用（主要品牌条款未披露），助其与Ulta、丝芙兰竞争，吸引年龄较大、收入较高消费者

7月4日 周五 社媒出海闭门会

- 人数有限，仅限10人
- 对标人群:无账号小白+新手账号
- 携带可登录的电脑(海道可远程协助提前安装)

★社媒助力品牌出海★精细化海外社媒全渠道介绍：LinkedIn、Facebook, Instagram
YouTube、TikTok平台分析★海外社媒账号基础搭建★答疑、协助账号注册、账号诊断

- 7月4日 周五 下午2:00-4:00 (1:30签到)
- 青铁广场17楼会议室1

点击立即报名