

Temu强制卖家签署《商品合规声明》

Temu平台近期强制推送《商品合规声明》，要求卖家严格遵守目标市场法规及认证标准，违规者将承担全部责任。协议明确列出各地区核心要求：韩国需KC认证、日本需PSE标识、美国需CPC证书、欧盟需CE认证等，涉及电器、儿童用品、化学品等多类目。平台强调，若违反规定将采取商品下架、限制提现甚至清退店铺等措施

● 亚马逊2025黑五报名费暴涨490%

2025年黑五网一促销临近，亚马逊报名费大幅上涨引发卖家关注。核心活动Prime专属折扣（PED）费用从2024年的50美元飙升至245美元，涨幅达490%，中小卖家需卖出200+单才能覆盖成本。费用上涨迫使卖家调整策略：通过父子体共用报名费降低单ASIN成本，与工厂谈判获0.3-0.5美元/件让利，借助TikTok等站外CPS分佣8%-10%拉量

● Wildberries 正测试“销售支持”工具

据消息，俄罗斯电商平台Wildberries 正在测试一项名为“销售支持”的新工具，用于限制卖家在参与促销活动（如折扣）后抬高商品价格的行为——只要超出限价哪怕1卢布，就会取消促销资格和折扣收益。Wildberries 表示，此举意在保障消费者真切享受折扣，同时减轻平台成本压力。然而，由于系统自动启用且卖家无法主动选择参与，许多卖家担心被动参与可能导致利润风险

● 德国圣诞购物季提前启动

德国圣诞购物消费数据显示，10%的消费者早在8月就已开始计划圣诞购物，46%的人在10月进入积极采购阶段。市场需求变化显著，10月底圣诞老人靴子需求同比增长145%，降临节日历需求增长25%。72%的消费者预算较2024年保持稳定或增加，但Z世代呈现截然不同的消费习惯——54%的人群拖延至12月才开始计划，该群体预计将支出9%的月度收入用于最后一刻采购

● TikTok美区腕带血压计成保健爆品

近期，TikTok美区小店“Magic shop”8月18日上架的腕带式血压计，跻身类目近7天热销榜第5。该产品针对老年人设计，一键可测血压、心率等数据，支持大字体、语音播放及双用户记录，售价10.99美元免邮。上架仅个位数天数，其销量达1.45万单，销售额16.63万美元（约120万人民币）；25位达人发布83条带货视频，其中一则播放超200万的视频贡献6000+销量