

Temu日本用户满意度超七成

Ipsos最新调查显示，Temu日本平台用户满意度突出，76%用户认可其帮助日常开支节约，四分之三用户明确感受到购物支出减少。在物价上涨背景下，超四成日本消费者调整购物方式，更依赖促销优惠与低价商品，约七成受访者优先考虑低价但要求品质保障，六成强调“低价获可靠商品”

● 2025年俄罗斯电商市场汽配智能设备需求激增

2025年俄罗斯电商市场规模突破11.3万亿卢布（约9400亿元人民币），增速37%领跑全球。本土平台Ozon和Wildberries活跃用户均超5000万，Q4旺季智能保暖设备、小家电、汽配应急工具等品类将迎爆发。俄罗斯年轻消费者（35岁以下占60%）偏好高性价比功能型商品，叠加环保政策推动可降解产品缺口达300%

● TikTok欧洲营收突破63亿美元

TikTok英国子公司最新财报显示，2024年欧洲市场营收达63.1亿美元，同比增长38%，较2022年增长1.4倍。尽管增速较2023年的74.5%明显放缓，但通过成本优化实现毛利12.07亿美元，并将税前亏损收窄至6.1亿美元。收入主要来自广告、直播打赏及电商佣金，同时员工数缩减6%至7981人

● 中美电商交易量下滑欧洲市场承接增长

今年5 - 7月，中国电子商务出口格局生变。美国接收占比降至15%，同比下降16%；欧洲占比升至27%，同比增长6%。欧洲市场表现亮眼，匈牙利、比利时和英国共接收5.3万吨货物，前三目的地日均宽体货机数量同比增±6架。同时，其他地区电商份额从48%升至57%。TIACA白皮书指出，受政策影响，亚太地区已成电商航空货运更大来源，全球电商贸易流加速重构

● 亚马逊"Haul"平价板块登陆网页端

亚马逊已将其"Haul"平价购物板块从移动端应用程序扩展至网页版，该专区主要提供价格低于10欧元的时尚、生活方式和家居类商品。作为Temu的竞争对手，Haul板块自6月在德国上线后，现通过分阶段折扣和满20欧元免3.5欧元运费的策略吸引用户，但产品选择范围较Temu或AliExpress等传统低价平台更为有限，且配送周期最长需两周