

亚马逊终止Prime受邀用户免费福利

多年来，亚马逊通过"Prime受邀用户"计划让数百万美国消费者免费享受会员免运费服务。这一福利将于10月1日终止，亚马逊旨在推动用户转为付费会员。数据显示，美国约有1.97亿人使用Prime服务，但付费会员仅1.4-1.6亿人。亚马逊正引导用户转向需共享支付方式的"亚马逊家庭"计划，同时推出首年14.99美元的特惠方案吸引转化

Temu欧盟用户破1.15亿

根据Temu最新发布的欧盟DSA透明度报告显示，2025年上半年该平台在欧盟27国的平均月度活跃用户达1.157亿，其中德国（1930万）、法国（1600万）、波兰（1320万）、意大利（1290万）和西班牙（1260万）五大核心市场合计贡献7400万月活，占比64%。值得注意的是，波兰市场表现突出，月活排名从2024年的第四位升至第三位，超越意大利

亚马逊FBA更新退货政策，破损库存设置影响赔偿权益

亚马逊近期更新FBA退货评估政策，悄然上线“破损库存所有权”设置，该设置直接影响卖家货损赔偿权益。设置路径为“设置>亚马逊物流>亚马逊物流退货评估和所有权设置>破损库存所有权”，系统默认选项为“允许亚马逊拥有所有ASIN的所有权”，即亚马逊在仓储、配送等环节导致货损时，会自动赔偿，卖家无需举证申报

Ozon优化商品分类，引入属性细分背包类型

近日，俄罗斯电商平台Ozon对商品分类系统进行优化调整，包括合并某些商品类型、将部分类型重划至其他类别以及更新部分类型名称。此次调整不会影响商品的销售费用、内容排名，也不会对商品整合、仓储配送造成影响，旨在优化平台分类结构、提升搜索和管理效率

俄罗斯电商本土平台主导市场

俄罗斯最新民调显示，Ozon与Wildberries成消费者首选电商平台，常用率分别达86%和77%，本土平台占据96%用户选择，中国电商使用率仅37%。网购动机以省时（66%）、品类全（60%）和价格优惠（54%）为主。服装消费中，88%消费者趁促销购买，30%支出增长，20 - 40美元价位热销。71%通过移动端下单，商品质量（67%）和价格（66%）是选店核心

TikTok：义乌小商品两周创收10万美元

义乌一款不锈钢压蒜器在TikTok Shop美区市场引发抢购热潮，上架两周即售出1.64万单，销售额近10万美元。数据显示，5-10美元价格区间的厨房小工具在社交电商平台最具爆发潜力，同类热销品还包括奶酪刨丝器等。通过1688同款搜索可见，这类产品进货价可低至0.7元人民币，以5.99美元售价计算毛利率高达89.94%，展现出中国小商品在海外市场的巨大利润空间

9月25日 周四 独立站变化&机遇

🕒 时间：9月25日（周四）13:30-16:00 📍 地点：国际航运中心19楼

★ 打造高转化独立站：从建站到出单的系统指南

① 品牌出海为什么必须做独立站

② 独立站VS平台，怎么选

③ 如何打造高转化的独立站

★ Google AI 时代全球获客新攻略

① AI 时代的营销方式变化

② YouTube内容赋能与加持

点击报名预约