

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

点击报名预约

★Google AI 时代全球获客新攻略

①AI 时代的营销方式变化    ②YouTube内容赋能与加持

● 亚马逊Prime Big Deal Days即将开启

亚马逊秋季会员大促将于10月7日至8日举行，覆盖家居、服饰、玩具、美妆等全品类商品。活动于太平洋时间10月7日凌晨0:01启动，仅限付费Prime会员参与，非会员可通过30天免费试用资格加入。此次大促以专属优惠拉开假日购物季序幕，将提供包括节日限定商品在内的年度最佳折扣。平台现已提前开放"早鸟特惠"预热活动

● 欧盟将强制网店使用统一保修标签

欧盟将于2026年9月起实施新规，要求所有在线零售商必须使用统一的保修和担保标签。该标签需包含至少两年的保修期、出现缺陷时的消费者权益说明以及链接欧盟信息页面的二维码，且必须在签订合同前以彩色突出显示。根据规定，商家只能使用指定的欧盟模板，不得自行修改措辞

● 俄罗斯园艺与乡村家具线上占比升至13.5%

俄罗斯零售商OBI报告称，2025年庭院与乡村别墅用品需求相比同期增长了约50%。调研显示，庭院种植用具、装饰植物、有机肥与浇水系统等品类尤其受欢迎，而线上销售在该类别中的占比也已达到13.5%。购买者以35—44岁人群为主，他们更看重便利性、组合服务与整体解决方案。同时，“宅居绿化”的趋势在年轻一代中继续扩大

● 2025英国护肤品有效性为首要购买因素

YouGov 2025年英国护肤趋势调查显示，60%英国成年人过去一年购买过护肤品，其中女性占比78%，显著高于男性的42%。护肤习惯上，60%的人无固定流程，男性该比例更高，而女性多选择1至3步的基础流程。产品选择方面，42%女性倾向单一功效产品，30%男性则偏好多功能产品。购买时，47%消费者将有效性列为首要因素

● SHEIN等电商平台欧洲用户持续增长

据平台依《数字服务法》公布数据，2025年2月至7月，中国跨境电商平台在欧洲用户规模稳步扩张。SHEIN欧盟月均用户达1.457亿，较前一周增1520万，增幅11.6%；Temu月均用户1.157亿，同比增12.5%增速略快，但用户少3000万；AliExpress以近1.9亿月均用户居首，三大平台共同推动中国跨境电商欧洲渗透

● YouTube宣布向创作者支付超1000亿美元

YouTube宣布，自2021年以来已向平台创作者、艺术家及媒体公司支付超过1000亿美元。该公司表示，这一金额的大幅增长部分得益于联网电视端观看量的持续上升，目前通过电视端获得超过10万美元收入的频道数量同比增长45%，凸显大屏生态对创作者经济的显著推动作用