

俄罗斯儿童用品市场预计2025年增长15%

俄罗斯儿童用品市场预计在2025年将实现约15%至16.7%的增长，年总额或达到约4.55万亿卢布；其中，在线销售将成为主要动力，预计该细分市场增长率将达21.4%，规模逼近5100亿卢布。报告显示，电商平台如Wildberries在2025年上半年儿童用品的销售额环比增长约30%。儿童服装和鞋类预计将分别增长约9%和10%，服装规模约2360亿卢布，鞋类约1020亿卢布

● TikTok Shop越南站佣金调整迎双11

10月27日起，TikTok Shop越南站实施佣金新政：商城卖家取消SFP包邮服务费，个体卖家杂货、母婴等类目佣金下调，电子/时尚类则有升有降。同时每单增收3000越南盾（约8毛）手续费，引发卖家争议。平台同步开放SFP至全体卖家，商品可获Xtra Shipping标识提升曝光。时值东南亚双11备战，越南站活动周期仅4天，平台推出商家合资券、直播间补贴及跨境商品定向折扣

● Shopee豪掷3600万优惠券，全力冲刺11.11和黑五

Shopee宣布投资3600万雷亚尔（约合人民币4500万元）用于优惠券促销，以推动11.11和黑色星期五购物季销售。其中11.11期间将投放2000万雷亚尔优惠券，黑色星期五追加1600万雷亚尔，并提供"年度最低价"标签商品和满10雷亚尔免运费服务。Shopee同时扩大次日达服务范围至圣保罗、里约热内卢和米纳斯吉拉斯州的75个城市

● 亚马逊热卖品成专利诉讼重灾区

美国法院近期集中受理五起专利维权案件，时间集中在9月底至10月中旬，涉案产品涵盖方形磁性玩具、车座间隙防护装置及泳池储物篮等亚马逊热销品。原告包括Picasso Tiles母公司及多家德国企业，指控外观设计或发明专利侵权，功能或结构相似即可能构成违规

● 美国玩具制造商重塑供应链

全球最大的玩具制造商之一美泰公司日前表示，零售商正在从“直接进口”模式转向“国内运输”模式，即由美泰这种供应商处理进口和仓储事宜，零售商来解决更小的、更贴近需求的订单。当前，美泰面临关税带来的阻力：在有关措施做出调整前，关税将导致其全年利润损失高达2亿美元

● Shopee与Meta合作推动社交电商变现效率

Shopee与Meta10月23日宣布合作，推出一系列新功能，旨在加强用户在Facebook平台内发现并购买Shopee商品的能力。根据合作内容，双方将建立联属营销体系。创作者可将其Facebook账号与Shopee联盟账号进行绑定，并在发布的帖子或Reels内容中标记相关商品。当粉丝通过标记链接完成购买后，创作者可获得相应佣金

● eBay将店铺推广的广告预算改为月度管理模式

eBay宣布，将对其Promoted Stores按点击付费广告（CPC）活动的预算管理方式进行调整，从每日平均预算改为每月平均预算，新规将于2025年10月28日生效