

亚马逊推出卖家挑战功能

亚马逊近日向账户健康保障计划（AHA）会员推出新功能“卖家挑战”，为平台卖家提供三种申诉机会，每180天可获得三次挑战权限，允许卖家对平台执法决定提出异议。若挑战成功，亚马逊将立即撤销执法决定；若失败，则需等待六个月后重置挑战机会。该功能独立于现有的账户停用保护机制，旨在为品牌和卖家处理商品列表执法问题提供额外救济渠道。

俄罗斯电商广告市场爆发，2025年规模将达8910亿卢布

俄罗斯电商和零售媒体广告市场预计在2025年底达到8910亿卢布，占整体广告支出的近50%，已超越传统数字广告板块。数据显示，2025年4月至8月期间，俄罗斯电商平台89%的广告投放集中在20%的大型广告主手中，主要品类为美妆健康、鞋类和家电。其中Wildberries平台71%的广告由20%公司投放，Ozon为84%，Yandex Market高达89%。

eBay调整广告预算为月度模式，卖家忧成本失控

eBay宣布10月28日起，将Promoted Stores CPC广告预算从每日平均改为月度平均，日支出可超目标两倍，月总支出不超30.4倍，自动过渡无需操作，称可优化高流量日曝光。卖家担忧预算快速用尽被迫加投，外界亦关注成本——平台去年曾未通知将广告最低出价大幅上调。

Ozon平台冬季轮胎需求激增，销量涨1.6倍

俄罗斯电商平台Ozon报告显示，冬季前夕汽车用品需求显著增长，其中冬季轮胎销量在10月前两周同比增长1.6倍，区域市场表现尤为突出，滨海边疆区增长5.7倍，车臣共和国增长5.2倍，阿穆尔州增长4.2倍，均超过莫斯科和圣彼得堡的增速。Cordiant、Ikon Tyres和Pirelli成为最受欢迎轮胎品牌，商用车轮胎销量因B2B企业采购推动增长2.6倍。

DPD法国推出Singular平台，助力中小企业跨境销售

近日，拉美电商巨头美客多在墨西哥推出Fan Zone专区，集结Adidas、Nike等品牌DPD法国推出Singular平台，为中小企业提供线上展示与销售窗口，帮助本地品牌通过故事化方式展示特色产品，并借助DPD物流网络触达法国、意大利、西班牙、克罗地亚及斯洛文尼亚的消费者。该平台汇聚手工艺人、本地食品品牌和独立设计师等，每件商品可直接跳转至商家官网完成购买，实现物流与品牌协同赋能。

亚马逊推出AI购物助手Help Me Decide

亚马逊推出全新的生成式AI购物工具Help Me Decide，旨在帮助消费者更高效地筛选和决策商品，该功能目前已在美国面向数百万用户开放。当消费者浏览多个相似商品却尚未做出购买决策时，产品详情页顶部会出现Help Me Decide按钮。点击后，系统将基于用户的浏览记录、搜索行为、购物历史和偏好数据进行分析，并推荐最适合的商品。系统还可显示更高价升级款和经济型选项，帮助用户在不同预算间做出权衡。

Etsy美国站9月爆款出炉：秋季装饰登顶

9月Etsy美国站爆款多为新晋产品，其中“fall decor”因换季适配高净值用户需求登顶榜单，“sapphire birthstone”以200-500美元客单价成为高利润黑马，“press on nails”凭借手工设计热销且点击率高，“badge reel”受开学季带动，“car accessories”装饰小品搜索量超16.6万次。