

## 亚马逊推出“预留广告占有率”功能

亚马逊近日推出品牌推广新功能“预留广告占有率”，可提前锁定品牌词顶部广告位，目前多站点陆续开放。测试显示，该功能使品牌词广告展示占比升至99.3%，点击转化销售额提升143%。需品牌备案且投品牌广告，选5个以上品牌词，美站最低预算6000美元。其能防对手截流，适配新品发布、旺季冲量，为品牌守稳流量基本盘

## 2025年英国万圣节开支增3.2%达5.37亿英镑

GlobalData与Shopify最新报告显示，2025年英万圣节开支增3.2%达5.37亿英镑，增幅低于去年，60%消费者因财务压力减支，建议推小额持久商品。Shopify称假日支出升至181英镑，80%企业预期销增，但63%消费者设支出上限。93%企业拟投AI，然67%消费者存警惕，混合购物成常态

## 印尼投资新政落地，外资实缴资本门槛降至25亿盾

据消息称，印度尼西亚2025年投资新政正式实施，外资有限责任公司最低实缴资本从100亿印尼盾大幅降至25亿印尼盾（约112.5万人民币），且按单家公司统一核算无需按行业代码拆分缴纳，缓解了中小投资者初期资金压力。但新政同步加强合规监管，要求实缴资金存入后12个月内不得随意转移，且每类行业代码搭配单一经营地点需满足100亿印尼盾总投资规模

## 美国9月线上零售价格2023来首涨，销售额增6%

Signifyd数据显示，2025年9月美国线上零售价格同比涨0.82%，为2023年来首次上升，线上销售额同比增6%，虽环比降但延续六年同比增长趋势。NRF数据显示，剔除汽车与汽油的整体零售同比增5.42%、环比降0.66%，因消费者返校季后攒钱迎假期。线上杂货销125亿美元创新高，业内认为需求稳健，假日季可期

## 澳零售商呼吁立法监管，应对Temu与Shein竞争压力

澳大利亚媒体报道，Temu与Shein在澳市场快速扩张，本土零售商呼吁政府加强监管。WesfarmersCEO Scott称其分流市场、税负优势致旗下Catch倒闭，AdairsCEO Roseby指产品遭抄袭、其短周期产品污染环境，二者未受同等法规约束。目前Temu 2025财年销售额预计26亿澳元、占澳电商5%，Shein预计13亿澳元。此背景下，《澳大利亚人报》等发起“支持澳大利亚”运动

## 欧洲零售业迎来AI购物革命

Temu平台近期严查重复铺货行为，明确将同一商家在同站点发布标题、图片、详情描述及其他重要属性完全相同或高度相似商品定义为违规操作。平台规定服装类可按颜色分链接上架，同一产品可设置不同数量SKU，但禁止同一主体多店铺销售同款、仅包装不同产品跨类目上架、相同产品分规格销售等行为

## YouTube加码印度电商市场

YouTube近日宣布扩大其在印度市场的电商业务，新增美妆平台Nykaa和Purplle加入其购物联盟计划，允许内容创作者在视频中直接标注商品链接以实现变现