

中国电商占东南亚半壁江山，国际化提速

贝恩最新报告显示，2024年中国电商平台在印尼、泰国、菲律宾占约50%市场份额，阿里、TikTok Shop、Shein、Temu为主要推手，且在美、巴等国建立增长势头。淘宝“双11”已扩展至20国，与亚马逊黑五竞争。中国卖家融资加速，成功源于直播、物流等本土经验。但Lazada在新被超，美国市场非中企仍占95%

越南批准电子商务法草案，明确10类禁止行为规范数字市场

越南政府近日发布第352/NQ-CP号决议，正式批准由工贸部主导制定的《电子商务法》草案内容，该草案共7章55条，明确规范电子商务交易者、在线经营者、电商平台及支付物流服务商等主体的权利与义务，特别针对跨境活动的外国企业设立管理机制。草案列出10类禁止行为包括非法集资、消费者欺诈、交易违禁品、操纵评论、强制垄断注册等，旨在构建透明竞争安全的电商市场

亚马逊Rufus AI购物助手有望推动百亿销售额

11月3日消息，亚马逊宣布其人工智能购物助手Rufus表现出色，有望为公司带来超100亿美元的额外销售额。亚马逊首席执行官Andy Jassy强调，Rufus在促成用户购买决策、智能推荐商品及优化购物流程方面发挥积极作用，充分彰显AI技术驱动电商业务增长的强劲潜力，成为平台新的增长引擎

俄罗斯“黑五”线上销售额预计增长15%-20%

据预测，2025年“黑色星期五”期间俄罗斯线上销售额预计同比增长15%-20%，延续往年增长趋势。消费者调研显示72%俄罗斯民众专门等待11月大促，最热门品类为服装鞋履、电子产品及家电，其中74%消费者将折扣力度作为核心决策因素。商家策略发生显著转变：仅35%卖家计划采用直接降价，而40%将提供购物赠品，38%侧重促销码与会员积分，25%主打免费配送等增值服务

泰国黑色服装需求激增，线上线下渠道供不应求

由于诗丽吉王太后逝世及政府要求公务员穿着丧服一年、民众穿着黑色或素色服装90天，泰国线上线下店铺出现黑色服装抢购潮，销量创2016年先王普密蓬逝世哀悼期以来的最高水平。部分商家黑色衬衫、连衣裙等商品迅速售罄，有摊贩表示日均销量从平时的200-300件猛增至1万件，服装厂出现黑色T恤断货现象

美国万圣节消费创131亿美元新高

美国零售联合会（NRF）与Prosper Insights & Analytics联合调查显示，2025年美国万圣节消费总额达131亿美元，创历史新高，人均支出114.45美元均超越2023年峰值。尽管面临中美关税推高物价及政府停摆风险，消费者仍通过服装（43亿美元）、装饰（42亿美元）、糖果（39亿美元）及宠物装扮（8.6亿美元）等消费寻求“欢乐逃避主义”

亚马逊稳居2025年全球电商访问量榜首

根据Visualcapitalist发布的2025年全球电商平台访问量数据，亚马逊以绝对优势继续主导市场，其网站amazon.com月访问量达27亿次，占全球前20大零售网站总流量的四分之一。Temu与速卖通分列第二、三位，月访问量分别为16亿和6.46亿，两者合计近23亿次，约占亚马逊流量的四分之一