

Amazon Working Day 第十六期

🕒时间：11月14日（周五）全天各时段可预约

📍地点：黄岛区青铁广场17楼

★具体内容

①线下1v1对话官方经理 ②针对目前阶段获得相应指导 ③亚马逊赛道的直通车入口

★适宜人群

①未接受系统培训的亚马逊运营小白 ②开拓新品类或区域需求的老卖家

③开店初期需要引导帮助的新手

点击报名预约

01 全球婴儿洗护市场稳步增长

2024年全球婴儿洗发水和护发素市场规模达64.7亿美元，预计2025-2030年复合年增长率3.9%。美国儿童护发品牌SoCozy凭借天然无害配方脱颖而出，2002年成立以来坚持无刺激成分标准，产品覆盖洗护、造型等多品类。通过沃尔玛、亚马逊等全渠道布局及社媒真实场景营销，其亚马逊店铺免洗护发喷雾月销超3万瓶，成为美国家庭信赖的儿童专护代表性品牌

02 俄罗斯Ozon银行获证券交易商许可

俄罗斯银行向Ozon银行（电商平台Ozon的子公司）颁发专业证券市场参与者许可证，允许其开展证券交易商业业务。10月中旬，央行已将Ozon Capital（整合Ozon大部分金融服务的主体）列入统一投资顾问登记册，为未来金融科技业务发展铺路。公司表示投资业务或于2026年实现盈利。2025年7月30日Ozon Capital注册成立资产管理公司，目前正申请基金管理许可证，计划管理投资基金、私募基金及非国家养老基金。2026年该金融科技板块还计划获取经纪和存款牌照。Ozon Capital整合了银行、信贷、租赁、投资等多项金融科技业务

03 TikTok美区冬季保暖品热销

北半球入冬带火美国跨境电商“暖经济”，TikTok美区保暖产品销量飙升。SWEET MAYHEM的抓绒紧身裤表现亮眼，28天销量达7.8万件，销售额215.62万美元，凭借大码适配、塑形保暖优势切入美国细分市场，85%成交来自中小达人带货。此外，保暖袜子、户外手套等品类也热销，亚马逊美区取暖设备需求同步走高，跨境卖家可聚焦应季需求与细分市场布局

04 美国美妆线上销售占比达41%

美国美妆及个护行业正经历销售渠道的彻底变革，目前41%的销售额来自线上渠道。亚马逊和TikTok Shop等电商平台成为主要推动力，全球范围内社交电商已占美妆销售额的68%，其中TikTok处于领先地位

05 TikTok德国:10%网购者已下单电子品类占比20%

自3月底上线以来，德国已有十分之一的网购者在TikTok Shop完成消费，使该平台在短短28周内跻身德国销售额前24大电商平台。平台初期以美妆为主导的品类结构已趋多元化，电脑及电子产品目前以20%的占比成为最畅销品类。TikTok Shop用户展现出更强的购物意愿，年均下单47次，尽管平均客单价相对较低，仅为26.8欧元