

11月20日 周四 Google开放日 第十六期

🕒时间：11月20日（周四）全天各时段可预约

📍地点：黄岛区青铁广场17楼

★具体内容

①1小时高效咨询，精准解答实操演练官方 ②讲师全天1V1精细化解答

★适宜人群

①有GMC解封以及品牌增长相关需求的C端企业

②网页优化、广告效果等SEM相关的运营老手

点击报名预约

坐阵讲师擅长方向
广告投放及优化

01 两年增长率179%，Temu在法国Q3稳居第三

Fevad与Médiamétrie/NetRatings发布2025Q3法国电商报告，每月超5100万网民访问Top20电商平台，渗透率达80%。亚马逊等稳居前五，Temu巩固第三，新增访客超200万，两年增长率179%。Shein连续两季攀升至第六，月活1950万，新增近300万。本土平台Darty重返Top20，90%用户通过移动端访问Lidl等平台，跨境低价平台崛起正撬动市场格局

02 欧洲能源危机催生需求，中国电热毯海外销量暴涨

受欧盟对俄液化天然气禁令影响，欧洲能源供应紧张，低能耗取暖需求激增。中国电热毯等小家电通过中欧班列出口欧洲，在TikTok英区等平台热销，产品兼具多档位加热、过热保护等功能。美国市场更青睐可穿戴款，部分产品销量同比暴涨31053.33%，带货博主助力推广。中国电热毯凭借高性价比与适配设计，成为欧美民众冬季取暖热门选择，出口持续走俏

03 速卖通美国推卖家新工具

近日，阿里速卖通在美国市场推出面向本地卖家的AI赋能、物流及营销新服务，含AI图像优化、平台标签履约服务与Brand+营销通道，降低运营成本、提升效率。配合11.11购物节，平台推出2-8天交付、最高90%折扣、PayPal满减等福利，同步上线AI评论摘要等买家工具。通过AliExpressLocal项目实现本地发货与两日达，彰显其从跨境平台向“混合型”本地化市场服务商的战略转变

04 美国黑五折扣力度缩水，关税政策致品牌促销空间受限

受关税政策影响，今年美国黑五期间许多商品折扣力度明显不及去年。上游品牌公司负责人表示，由于金属关税导致成本飙升，一款铜制香料剥离器价格从去年20美元上涨至30美元，导致"打折已无利可图"。Coach、Therabody等品牌纷纷缩减促销活动，部分因关税通胀压力，部分为维持品牌溢价。尽管黑五仍会有"可观折扣"，但实际优惠幅度可能因前期涨价而缩水

05 亚马逊圣诞季强化玩具监管

亚马逊在圣诞季期间要求玩具卖家提供符合欧盟EN 71和EN 62115标准的检测证书，每款产品检测费用约100欧元，且报告需由检测机构直接提交平台。值得注意的是，CE标志并非官方认证，仅是制造商自我符合性声明，而亚马逊的要求超出了法定标准，在销售旺季为卖家增加了不必要的行政负担和额外成本

06 Shopee双11十二小时销售额超越黑五全天

Shopee在11.11购物节开幕的前12小时内，销售额已超过2024年黑色星期五全天的业绩，创下平台在访问量和订单量方面的新纪录