

美国假日季消费冲刺万亿，折扣零售商逆势领跑

美国假日季消费韧性凸显，NRF预测11-12月销售额达1.01-1.02万亿美元，同比增长3.7%-4.2%，较去年9760亿再创新高。沃尔玛、TJX、Gap等折扣商表现亮眼，TJX提供20%-60%折扣，Ross股价单日暴涨8.4%，沃尔玛吸收关税成本稳价提预期。黑五折扣最高达75%，但Target遭遇12季度销售疲软。消费者虽谨慎但追性价比，推动价值零售在关税压力下逆势增长

01 亚马逊关闭FBA卖家联系买家功能

2025年11月下旬，亚马逊实施新政策，关闭FBA订单卖家后台联系买家功能：订单详情页联系选项全呈灰色不可用，仅保留“发送发票消息模板”功能，还新增“此订单不是卖家自配送订单”提示。客服确认系平台标准流程调整，FBA售后由平台客服处理

02 Temu携手欧洲多国邮政，欧洲履约比例将达80%

近日，Temu与意大利邮政、奥地利邮政等签署合作备忘录，强化欧洲物流布局。合作将扩大分拣能力，推进“本地到本地”模式，为卖家简化履约流程、降本提速，为消费者提升配送效率。作为当地龙头企业，合作方将助力Temu实现80%欧洲区域内订单履约。目前Temu已开放德、法、意等多国本地卖家入驻，供应链效率与市场覆盖将持续提升

03 俄罗斯电商2025年销售额将达14.7万亿卢布

俄罗斯电商市场持续增长，预计到2025年销售额将达14.7万亿卢布（较2024年增长30%），其中快消品(FMCG)是主要驱动力之一，预计将增长41%至1.7万亿卢布。市场围绕生态系统平台发展，整合媒体资源、分析工具和采购功能，人工智能应用（从内容个性化到物流优化）和客户体验（配送速度、支付便利性及服务质量）成为关键竞争要素

04 俄罗斯拟强化电商税务监管

财政部长安东·西卢阿诺夫指出，在线交易平台仍是“高风险税务监管区”，部分卖家未完全遵守税法。当局拟强化监管措施，要求35家数字平台运营商承担税务监控职能，包括风险识别、信息上报、卖家账户通知及违规用户封禁。新规将带来巨额成本：平台每年需投入约2.47亿卢布，涵盖加密系统采购、税务对接系统开发、风险识别机制构建等

05 美国众议院要求亚马逊全面标注商品产地

美国众议院美中战略竞争特别委员会近日要求亚马逊在黑色星期五前明确标注平台上所有商品的原产国，并须在12月15日前提交书面答复，说明是否会落实相关改革。委员会指出，亚马逊目前的商品来源信息不够透明，消费者难以辨别产品产地，且部分商品可能带来国家安全风险，因此呼吁平台加强原产国标识管理

06 TEMU与意大利、奥地利邮政合作加强物流网络布局

TEMU近日宣布，与意大利邮政、奥地利邮政及其旗下的Express One和Aras Kargo签署合作备忘录，以加强在欧洲的物流网络布局。此次合作将扩大分拣能力，支持“本地到本地”物流模式的发展，并提升整体服务质量，旨在为欧洲消费者和卖家提供更加高效的履约体验

07 速卖通“黑五”首日欧洲下载量反超亚马逊

Sensor Tower数据：2025年“黑色星期五”开卖首日，阿里巴巴旗下跨境电商平台速卖通AliExpress在欧洲下载量超过亚马逊