

## 亚马逊升级FBM卖家工具，推出多项功能

亚马逊针对卖家自配送（FBM）推出一系列新功能，旨在提升发货控制与库存管理效率。其中，“卖家自定义假期”功能允许设置休业日期而不下架商品，系统自动调整交付日期；新增“地点”标签支持为不同发货地单独设定营业时间与截单规则，优化配送承诺准确性。订单报表新增处理时长与运输时长数据列，便于追踪计算参数，并支持按SKU编辑处理时长。

## TEMU在欧盟27国推出Y2直发模式

TEMU宣布在欧盟27国正式推出Y2模式，覆盖德国、法国、意大利等近30个站点，英国市场暂未纳入。该模式作为半托管模式的延伸，允许卖家从中国直发商品至海外消费者，无需提前备货至海外仓，整体履约周期不超过21天，其中备货时效8-12个工作日，运输时效3-9天。

## 德国大使辟谣，德国未调整跨境小包税制

近日，德国驻华大使馆官方澄清两项虚假报道：不存在对中国跨境小包征收23%增值税的政策，也未取消原相关免税规则。德国2025年增值税标准税率仍为19%，特定商品适用7%优惠税率，在线交易税制未作任何调整。

## 奥地利“黑色星期五”销售额预计达4.6亿欧元

源自美国的“黑色星期五”购物节在奥地利日益受到欢迎。尽管经济停滞可能影响消费热情，但贸易协会预计今年“黑色周”（含黑五和网络星期一）当地消费额将达4.6亿欧元，超过去年的4亿欧元。值得注意的是，相当部分消费将通过亚马逊等海外电商流出。消费者保护机构提醒民众警惕虚假折扣、冲动消费和透支风险。

## 德国十大电商平台年销售额超300亿欧元

德国十大电商平台2024年净销售额总计达303亿欧元，其中亚马逊以158亿欧元的销售额位居榜首，占据德国线上总销售额的近60%。奥托集团以40亿欧元位列第二，Zalando以26.2亿欧元排名第三，MediaMarkt（21.2亿欧元）和宜家（14.3亿欧元）分列第四、五位，苹果、Lidl、Shop-Apotheke、Docmorris和H&M跻身前十。

## 美国黑五线上销售创纪录

Adobe Analytics 最新数据显示，今年美国黑色星期五当天线上消费额达到 118 亿美元，同比增长 9.1%，创下历史新高。基于对逾 1 万亿次零售网站访问的监测，Adobe 预计周六与周日的线上支出将分别达到 55 亿美元 和 59 亿美元，同比增长约 3.8% 与 5.4%。另一方面，Salesforce 报告称，美国黑五整体线上销售规模达 180 亿美元，同比增幅为 3%，其中奢侈服饰与配饰表现尤为强劲。尽管整体消费金额走高，但受通胀影响，消费者结算时的购买件数较去年减少，“高价格、低数量”的消费趋势愈发明显。

## TEMU升级欧盟电器产品合规标准

TEMU近日宣布升级电网供电电器产品的上架合规标准，要求所有销往欧盟的高压电器必须符合欧洲经济区相关法规，并提供由权威机构出具的CE-LVD测试认证报告。未按时提交有效报告的商品将被下架处理。