

Google 开放日 第十八期

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
坐阵讲师擅长方向:广告投放及优化

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

报名入口

亚马逊日本站上线“海外购”

亚马逊官宣日本站正式上线“海外购”项目。据悉，该项目上线后，数百万件美国站亚马逊物流FBA商品，可通过系统自动上架直售日本消费者，并通过亚马逊物流配送。对于美国站的卖家而言，新项目上线后，可利用真实销售数据测试日本市场的反应，为后续正式布局提供决策支持

美国消费者圣诞购物呈现明显的实用主义倾向

受持续高通胀影响，美国消费者今年圣诞季购物呈现明显的实用主义倾向。调查显示，今年消费者减少礼品开支和赠送对象，更注重产品的实用性和性价比，必需品采购比例显著上升。同时美元树等折扣店60%的新增客户为年收入10万美元以上的高收入人群，美元通用同店销售额增长2.5%

CPSC召回1.27万台中国产碎冰机

美国CPSC发布紧急通知，因存在热失控起火风险，亚马逊大卖Vevor 12710台家用碎冰机被主动召回，涉及BY-300等两款型号，产自中国。据悉，该产品于2021年7月至2025年7月通过亚马逊、沃尔玛等平台售卖，美加市场分别涉及11650台、1060台，已报告两起相关事件。CPSC要求消费者立即停用，剪断电源线后申请全额退款

Temu集成应用上线，Shopify商家可直接上架商品

据外媒报道，Temu最近推出了一款集成应用，支持Shopify商家直接在Temu商城上架商品。通过这款全新应用，Shopify卖家可加入Temu本土卖家计划。此前，Shopify商家需手动对接各类外部平台，操作流程繁琐复杂。据悉，该应用支持多项流程自动化，包括商品上架同步、库存实时更新以及订单履约流程的优化

关税未影响美国电商黑五网一销售量

据Marketplace Pulse报告，美国电商行业在2025年假日季呈现出高度稳定增长态势，未受到外界普遍担忧的关税升级影响。Adobe数据显示，消费者在线支出依旧强劲，其中网络星期一的销售额达到142.5亿美元，同比增长7.1%；黑色星期五销售额为118亿美元，同比增长9.1%

泰国网购趋势升级：性价比与体验并重

泰国电商市场持续高速发展，消费者网购已高度常态化，87%的人群每周或每月都会线上购物。Shopee、TikTok Shop 和 Lazada 成为主要平台。消费决策正从单纯追求低价转向更重视“性价比”，折扣和免运费依然关键，但商品丰富度、真实评价和购物体验的重要性明显上升。物流仍是最大痛点，79%的消费者曾遭遇配送问题，93%希望平台统一物流服务标准，以提升整体购物体验