

亚马逊更新FBM退款政策，2026年1月26日生效

亚马逊宣布2026年1月26日起调整卖家自配送（FBM）退款政策。原2个工作日退款处理窗口延长至4个自然日，超期未处理将触发自动退款，仅退货丢失等特定情况可申请SAFE-T索赔。亚马逊明确RFS（首次扫描即退款）政策保留，仅适用于未通过平台预付退货标签授权的退货。部分卖家对SAFE-T索赔规则存疑，认为需进一步澄清

● 美客多墨西哥启用索诺拉州首个配送中心

近日，美客多在墨西哥索诺拉州首府埃莫西约启用当地首个配送中心，这是其该州500万美元年度投资的一部分。新中心占地1万平米，配备自动化与AI技术，日处理数千件包裹，为多座城市提供当日达服务，部分订单时效缩至48小时内

● 日本三大电商家电12月需求创全年新高

日本机构Nint分析乐天、亚马逊、Yahoo购物三大平台家电类目（覆盖10类常用家电），发现2020-2024年家电销售持续增长，12月为全年需求最集中月份，7类家电12月达销售峰值，加湿器、电视等表现突出。家电全年有12月、3月两高峰，3月冰箱等耐用品因“新生活季”需求高

● Ozon将于2026年关闭“特别展示”广告

近日俄罗斯电商平台Ozon 宣布将自2026年1月28日起逐步关闭其现有的特别展示广告工具。这一广告工具原本允许卖家将商品展示在搜索结果和首页的前四个位置，但Ozon 表示将集中推广更统一的广告体系，如“Вывод в топ”和按点击付费模式，以便为卖家提供更灵活的广告控制与优化选项，同时实现广告系统的标准化调整

● 俄罗斯2025年零售总额将破60万亿，线上销售占比近20%

据国家信用评级机构（HKP）评估，2025年俄罗斯零售总额将增长7.5%，首次超60万亿卢布，实际增长约2.4%。线上销售为核心驱动力，占比从2024年15%升至近20%，非食品类线上占比过半。市场places依托20万自提点（与头部线下连锁门店数量相当）下沉市场，线下则靠食品和快消品的通胀及扩店支撑，其线上占比5-7%，零售市场正形成线上引领、双线共存格局

● 亚马逊南非站平台规模和订单量明显提升

亚马逊在过去一年中显著加快了在南非电商市场的推进节奏，平台规模、订单量和消费者渗透度均出现明显提升，逐步成长为当地重要的线上购物平台之一。2025年黑五大促，亚马逊将该活动称为南非站点上线以来规模最大的销售节点。第三方机构FNB和Discovery Bank的数据显示，在其客户群体中，亚马逊在交易金额排名中位列第三，仅次于Takealot和Checkers Sixty60；在Discovery Bank统计的交易笔数中，亚马逊排名第四

● Shopee越南跨境店优惠券政策调整

自2025年12月29日（当地时间）起，Shopee将对越南跨境店的共付优惠券政策所适用的固定分摊比例进行调整。新的分摊比例仅适用于生效日期之后生成的订单