

亚马逊在德国启动“购物返利”奖励计划

亚马逊近日在德国启动“购物返利”奖励计划。与直接降价不同，顾客需在购买前于促销页面手动激活优惠，并在通过亚马逊支付完成交易后方可获得积分返还。目前，该计划在美国已较为成熟，但在德国市场面临合作商家稀少的挑战——目前仅有四家网店参与，极大地限制了消费者的选择空间。业界认为，该计划能否成功推广，关键在于能否快速吸引更多商家加入

● 亚马逊FIST新功能上线

亚马逊FBA入仓货件追踪智控系统（FIST）正式推出送达时段自动更新（DW Automation）功能，旨在帮助卖家实现更自动、透明、高效的入库管理。该功能通过与FIST认证承运商系统对接，可根据货件实时运输状态自动更新预计送达时段，免除卖家手动操作的繁琐。准时送达的货件将获得优先入库预约资格，有效避免因延误导致的销售损失

● 英国节后退货潮来袭，中小卖家承压成本高企

据配送服务商Parcelhero消息，2026年1月初英国迎来节后退货高峰，预计11-12月购买的商品退货金额达15.5亿英镑。法定无理由退货要求消费者收货后14天内告知卖家、再14天内退回，亚马逊等大零售商放宽圣诞退货政策，但中小卖家承压显著。其退货成本最高达商品原价66%，部分退货率超60%，且需维持五星评级，叠加线上14天“冷静期”规定，利润空间大幅压缩

● 美标未按时宣誓致亚马逊品牌失效

近期多名亚马逊卖家因未完成美国商标宣誓导致品牌备案被撤、功能丧失。美标规定注册后5-6年、9-10年及每10年续展时，需提交使用声明、证据等，2020-2021年注册的商标今年需办理5-6年宣誓。宣誓分两种方式，证据需符合英文、真实等要求，未按时提交失效的，可通过“新申请+加速审查”挽回。墨西哥、菲律宾等国商标也需宣誓，卖家需留意时限

● 泰国电商预计年均增15%，AI与视频电商推动增长

近日泰国aCommerce集团报告显示，泰国电商市场预计年均增长15%，受产品折扣、BNPL策略及AI提效驱动，零售渗透率未来将从25%升至40%-50%。传统零售疲软，卖家加大电商投资，聚焦直播、视频电商等渠道。AI替代线性搜索，视频电商占交易额25%，AI代理、RMN兴起，高负债下靠数字信贷保增长，市场向大企业集中，企业倾向DTC模式以控利润

● TikTok Shop涌现7000万违规商品

据报道，TikTok Shop 正面临大量由生成式AI制造的虚假品牌与商品冲击，违规商品数量高达约7000万件，诈骗者利用AI批量伪造产品并收款不发货，类似问题亦出现在Amazon 等电商平台，凸显AI技术对平台治理带来的新挑战

● SHEIN户外沙发销量环比增长超100%

随着北半球进入春夏户外备货周期，SHEIN平台数据显示，一款适用于露营、沙滩等多场景的便携户外沙发在2025年末旺季销量环比增长超100%，评分达4.72分，反映轻量化、便携化户外装备需求明显升温