

## Amazon Working Day 第十八期

时间：2026年01月23日 全天各时段

地点：黄岛区青铁广场17楼

点击立即报名预约

一、具体内容

①线下1v1对话官方经理 ②针对目前阶段获得相应指导 ③亚马逊赛道的直通车入口

二、适宜人群

①未接受系统培训的亚马逊运营小白 ②开拓新品类或区域需求的老卖家

③开店初期需要引导帮助的新手

## 2026TikTok趋势报告：品牌需适配用户主动探索需求

TikTok发布《TikTok Next 2026》趋势预测，指出2026年用户从被动刷内容转向主动探索，追求时间投入的实际回报，对品牌内容提出更高要求。报告归纳三大趋势：内容偏好真实克制与自我提升导向，搜索行为受好奇心驱动且跨场景延展，消费决策更重目的性与情感价值。81%用户依赖平台参考真实使用体验，品牌需结合AI与数据，平衡价值、情感与回报，灵活适配生态。

## 亚马逊在英国推出Amazon Now即时零售服务

亚马逊在英国推出了首个"Amazon Now"站点。这一新服务标志着亚马逊进一步拓展即时零售市场的战略布局，旨在为英国消费者提供更快捷的商品配送体验。通过该平台，顾客可订购各类日常必需品，并享受极速送达服务。此举不仅强化了亚马逊在欧洲市场的竞争力，也反映了电商行业向即时性服务转型的趋势。目前该服务已覆盖伦敦部分区域，有望扩展至更多城市。

## 社交趋势驱动美国家居消费，市场转向个性化长期价值

美国消费者年均家居装饰支出1598美元，三分之一线上买家受社交平台美学影响，74%网购后后悔，Z世代和千禧一代趋势驱动型购买后悔率达70%。新趋势上，大墙面艺术等搜索热度居前，消费者偏好自然材料、灵活空间设计。美妆领域韩妆销量大增174%，配饰追求大胆个性化风格。整体市场正从短期流行转向个性化与长期价值。

## TikTok美区情人节饰品爆火，7天销售额破50万元

距情人节尚有月余，TikTok美区情人节消费热潮已起，一款“Love You More”金属锡装饰品脱颖而出。该单品设计怀旧，适配多场景，定价7.69-12.7美元，7天卖出5643件，销售额约50万元人民币。其热销得益于带货视频，该视频因AI锐化争议推高互动量，获得近260万播放。当前美区情人节消费呈现悦己、宠物礼品等新趋势，品类逐渐跳出传统框架。

## 波兰电商普及度攀升，新支付方式优化购物体验

波兰无现金基金会数据显示，77%成年波兰人月均至少一次线上购物，21%每周网购，2025年网购网民比例近70%。服装鞋类（53%）为最受欢迎品类，66%消费者用智能手机购物。新支付方式Click to Pay落地，凭令牌化技术提升安全与便捷性。虽市场潜力可观，但企业因数字化能力不足、资金短缺等，线上业务拓展受限，市场尚未完全释放。

## TikTok在马来西亚流量首超Shopee

Shopee当月总访问量达5.41亿次，环比增长7.87%；TikTok Shop访问量为3.79亿次，已相当于Shopee规模的70%。其中在马来西亚市场，TikTok Shop以5891万次访问量首次小幅超过Shopee的5807万，出现流量反超，凸显内容电商在当地的快速崛起。