

## 春节将至AliExpress对俄配送或延迟

受2026年2月17日中国春节影响，国内工厂、物流及港口停运，AliExpress自华直邮俄罗斯的订单或出现配送延迟，未在2月中旬发出的订单大概率3月下旬送达，节后两周物流将恢复常态。节前中国年货需求激增40倍，中俄物流需求走高推高11-12月运费。若订单从俄、阿联酋等海外仓发出，则可正常配送

### ● 2026年英国电商增长加速，AI成核心驱动力

Metapack与Retail Economics最新报告显示，英国零售商预测2026年在线销售将加速增长，AI技术全面革新购物与配送体验。49%的45岁以下英国成年人已使用AI进行产品研究和价格比较，90%全球零售商计划未来1-2年增加AI投资。英国消费者对AI购物信任度领先欧洲(64%)，30%愿让AI担任个人购物助手

### ● 沃尔玛推出购后评价计划助力卖家合规获取评论

沃尔玛为第三方卖家提供"购后评价"计划，允许通过优惠券激励买家留下评论，但该计划仅限部分符合条件的卖家参与。平台严禁卖家自行通过邮件索要好评、提供礼品卡或包裹内夹带促销材料等违规行为，违者可能面临账户封禁。除官方计划外，卖家可通过三种合规途径提升商品评价：使用Review Accelerator工具、与授权第三方合作开展产品试用活动，或将外部网站评论同步至沃尔玛平台

### ● Ozon上调多品类佣金至55%并调整物流计费模式

俄罗斯电商平台Ozon宣布自4月6日起上调部分商品类目的销售佣金，其中儿童交通工具、自行车、个人卫生用品和行李箱等品类的最高佣金将达55%，较现行标准提高逾10个百分点。平台表示300卢布以下低价商品的费率维持不变，同时将同步实施物流费用下调政策——取消平均配送时效考核，采用基于运输方向和货量的固定计价模式，并对跨区域销售收取0-8%的附加费

### ● Wildberries推出视频横幅广告，助力卖家提升曝光

Wildberries向卖家开放WB Media视频横幅广告新形式，视频时长不超过15秒、格式为16:9，将展示在平台首页主滑块这一核心位置，适配移动端和网页端。2025年Q4测试显示，该格式平均点击率达0.5%。视频可自动适配设备，需经ORDi注册，支持全平台定向设置，卖家还能获取消耗、播放、点击率等详细数据，助力提升品牌曝光与用户互动

### ● 韩电商巨头Coupang再确认16.5万用户数据泄露

韩国电商企业Coupang表示，已确认再有16.5万用户的个人数据遭到泄露。去年，Coupang因涉及超3300万客户的数据泄露事件正接受韩国政府调查

### ● TikTok启动“Live to Shine”大赛

TikTok Shop在菲律宾成功举办首届直播创作者大赛“Live to Shine”，旨在为有志成为电商直播创作者的草根创业者提供技能培训、导师指导和新的收入渠道，帮助更多普通用户通过直播带货实现商业突破