

TikTok推出智能促销计划

TikTok推出"智能促销计划"吸引更多零售商入驻，这项本月启动的计划承诺为合格商家提供5倍投资回报率，并保证每1美元广告投入至少产生5美元商品交易总额（GMV），同时通过弹窗消息和产品页惊喜位增加曝光。参与商家需满足店铺绩效评分3.5分（满分5分）等条件，且须投入营销资金用于优惠券和新客折扣

01 亚马逊10款宠物产品热销，多款月销超百万美金

亚马逊多款宠物产品近期销量与搜索量大涨，10款产品表现亮眼。其中猫咪体外跳蚤防治药月销3.2万+、销售额139.9万美元居首，健康监测猫砂月销2.2万+、销售额98.76万美元。产品涵盖驱虫、健康监测、护理等品类，多款星级评分达4.5，最高折扣相关品类好评数超7.7万，深受消费者青睐

02 全球电商平台占比将达36%，澳洲市场竞争加剧

Shippit《2026年电商配送报告》显示，全球电商平台2026年将占澳电商市场36%份额，本土品牌配送履约差距凸显。澳包裹平均送达1.7天，品牌承诺却达5.2天；2018年至今快速配送成本降43.9%，免费退货品牌占比从49%跌至14%。92%消费者因便捷退货复购，62%品牌将AI视为重要趋势，履约能力成本本土品牌增长关键制约

03 国产收腹内裤TikTok爆火，美墨站点月销超千万

国产高腰收腹内裤成TikTok内衣类目爆款，美区MORELECT店铺该款产品28天售3.81万单、销售额847.23万元，上线5个月GMV达991.44万元；墨西哥站同款1月售2.63万单、销售额227.66万元，销量增2094.09%。产品靠高腰交叉塑形设计覆盖大码人群，经TikTok达人真实试穿带货引爆，单条视频播放超680万、售5000单，精准匹配平台内容生态实现快速出圈

04 2025全球电商退货量大涨18.1%，严政策难挡退货潮

ACI《全球电商报告》显示，2025年全球电商退货量同比大涨18.1%，退货金额增12.7%，与美区NRF退货量下降的数据相悖，或因前者聚焦全球、后者仅针对美国。数据显示每百万美元退货将产生130万美元综合成本，业内认为零售商应依托AI实时识别滥用行为，通过优化前端购物体验减少退货，而非单纯收紧政策，平衡成本与消费者信任

05 美国下调对孟加拉国关税，为纺织品提供新豁免

白宫周一表示，美国正着手下调对孟加拉国商品征收的所谓对等关税，并为纺织品提供新的豁免。特朗普将把对孟加拉国的整体对等关税降至19%，美国已在去年将该税率从37%降至20%。协议还包含一项机制，允许特定纺织品获得关税全面豁免，这将为孟加拉国的服装业带来支持

06 亚马逊巴西推出FBA新费率与促销计划

亚马逊巴西宣布推出新的FBA物流促销费率：2月期间售价超过100雷亚尔的商品免收FBA费用，低于该价格每件收取5雷亚尔，卖家还可享受免费仓储服务。若3月至7月期间卖家每月将营收的3.5%投入亚马逊广告，可延续上述优惠