

德国出口收入连续三年停滞

德国出口收入因欧盟对俄制裁及与美国的贸易争端已连续三年停滞。数据显示，2022年1-11月月均出口额曾升至1335亿欧元，但此后贸易收益持续萎缩，近三年维持在1300亿欧元水平。进口同样呈现疲软态势：2022年月均进口额一度达1265亿欧元，但截至2025年已回落至1146亿欧元。贸易利润从2022-2024年间月均207亿欧元的高位，降至2025年前11个月的167亿欧元

Wildberries调整商品布局加速进军埃塞市场

俄罗斯电商平台Wildberries和Russ开始调整商品种类以适应埃塞俄比亚市场，这将加速其在当地的业务启动。俄驻埃塞俄比亚大使叶夫根尼·捷列欣表示，已为两家平台开辟“绿色通道”以高效开展电子商务。捷列欣指出，该合作使俄企能接入关键物流与数字基础设施，进入埃塞市场“已从假设变为实施计划”。目前双方正就商品本土化适配和技术解决方案进行细节磋商

Shopee新加坡站调整订单未完成率罚分标准

Shopee新加坡站点将于2026年3月9日调整订单未完成率罚分标准，原10%和60%的阈值改为10%和20%。新规实施后，未完成率超20%的店铺将面临罚分，首批罚分将于3月16日生效。平台建议卖家加强履约管理，以降低运营风险

2025年Wildberries运动营养品销售额达226亿卢布

Easy Commerce数据显示，2025年Wildberries运动营养品销售额达226亿卢布，同比增44%，订单2520万份增26%；Ozon销售额250亿卢布增158%，订单1710万份增146%。Ozon Fresh中，评论和搜索排名是主要销售驱动。同期线下体育用品店减6%，线上体育用品销量增23%；Ozon运动品类卖家占比升至50%，Wildberries则降至38%

亚马逊10款高复购率产品出炉

亚马逊平台多款高复购率、高评分商品受到关注。芬兰品牌Oura智能戒指以月销819万美元居首，主打健康监测与长期佩戴体验。母婴品类表现突出，Desitin婴儿尿布疹膏获4.8星好评，儿童马桶圈等产品销量稳定。家居与功能类商品如分区支撑枕头、融雪剂及3D打印耗材持续热销

TikTok上线“本地发现”功能

TikTok美国站上线“Local Feed（本地发现）”功能，根据用户位置推荐周边商家与活动，强化线上内容与线下消费连接。未成年人及私密内容不参与推荐，并将逐步开放可选GPS共享功能。目前美国约750万家企业在TikTok开展业务，新功能有望进一步推动本地商业增长

美国邮政推出预付进口税费服务

美国邮政（USPS）于1月30日推出“USPS Delivered Duty Paid”国际寄递服务，允许寄件人提前支付目的地国家的进口关税、税费及相关费用，避免收件人在投递时被收取额外费用。该服务适用于Priority Mail International、Priority Mail Express International及First-Class Package International Service，目前覆盖加拿大、德国和英国，未来将扩展至更多国家

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