

Amazon Working Day 第十九期

时间：3月13日 周五 全天各时段可预约

地点：黄岛区青铁广场17楼

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

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

点击报名

01 2025年美国玩具市场回暖，中高端及IP玩具拉动增长

Circana报告显示，2025年美国玩具市场结束两年下滑，销售额同比增长6%，均价、销量双双上涨。游戏与拼图类增幅达37%，30至69.99美元中高端玩具需求增长18%。宝可梦玩具销售额激增87%至25亿美元，孩之宝全年营收增14%。市场由IP授权与收藏类玩具驱动，不过关税、通胀等因素仍给行业带来不确定性

02 美国CPSC召回2.7万瓶TOMUM生发喷雾，存儿童误食风险

近日，美国消费者产品安全委员会紧急召回约27400瓶TOMUM生发精华喷雾。该产品含米诺地尔，未采用儿童防开启包装，不符合安全标准，儿童误食可致严重中毒。产品由中国企业分销，2025年3-9月在亚马逊销售，单价约20美元。目前暂无相关伤害报告，消费者可联系厂商免费更换带儿童安全包装的新品

03 亚马逊厨具品类热销，多款产品月销超百万美元

近日，亚马逊平台厨具产品搜索量显著增长，10款产品表现突出。其中，COSORI空气炸锅月销达200万美元，NutriBullet搅拌机月销116万美元，空气炸锅纸垫、慢炖锅等产品也跻身热销榜单。这些产品凭借健康便捷、多功能设计等特点深受消费者青睐，涵盖烹饪、清洁等多个厨房场景，展现出强劲的市场需求

04 2026年全球电商销售额达8.1万亿美元

《2026年九大商业趋势》报告显示，预计2026年全球电商销售额达8.1万亿美元。AI成核心生产力，生成式AI消费支出快速增长；社交营销转向社群与微网红；最后一公里配送、5G、沉浸式技术加速落地；可持续消费成主流，AI持续优化客户体验，技术成为行业增长关键

05 Mango2025财年营收38亿欧元，连续六年实现增长

Mango2025财年营收38亿欧元，同比增长13%，净利润2.42亿欧元、EBITDA7.22亿欧元，分别同比增11%、13%，实现连续六年增长。线上销售占总营收三分之一，海外收入占78%，女装贡献79%营收。品牌全年投资2.25亿欧元，新开260家门店，全球门店超2900家。年内完成管理层换届，新任掌门人表示将持续推进全渠道与全球化战略

06 亚马逊为延迟收货提供7%折扣

亚马逊推出新服务，消费者若选择延迟收货可获得7%折扣，体现物流策略从“更快配送”转向“更慢但更便宜”。该调整与物流成本上升有关——自2020年以来，UPS和FedEx运费每年上涨4.9%-6.9%。调查显示，超过95%消费者更倾向4-7天的免费标准配送，且延长配送时间可降低20%-30%的退货率