

Facebook推创作者快速通道计划

Facebook宣布启动“创作者快速通道”计划。该计划面向已在Instagram、TikTok或YouTube拥有10万及以上粉丝的创作者，提供为期三个月的保底收入（10万粉每月1000美元，100万粉每月3000美元）及Reels专属曝光扶持。参与者可豁免常规粉丝门槛，直接使用变现工具；过往优质内容亦可合规参与。此举旨在降低跨平台入驻门槛，加速创作者在Facebook建立受众。2025年Facebook向创作者支付近30亿美元，同比增长35%

● 2025年俄两大电商男士化妆品

据Easy Commerce统计，2025年俄罗斯Wildberries男士化妆品营收247.8亿卢布，为Ozon（145.1亿卢布）的1.7倍，销量同样领先。两平台品类布局差异明显，Wildberries聚焦面部护理，Ozon分布更均衡。销售均呈7月低谷、12月高峰，12月剃须品类表现分化。客单价定位有别，仅护发品类单价接近

● 靠“睡眠美容”破局，千元真丝枕套在海外年销3亿

澳大利亚品牌Slip将枕套从家居弱势品类重塑为“睡眠美容”刚需品，以6A级桑蚕丝材质打造产品，精准定位护肤重视者，通过“减少面霜吸收、降低皮肤摩擦”等科学卖点建立认知。品牌年销达3亿元，83%销售来自独立站，复购率40%，其品类重塑、用户精准运营及专业背书策略，为跨境品牌破局提供范本

● 尼日利亚数据保护委员会对Temu启动数据合规调查

近日，尼日利亚数据保护委员会（NDPC）以涉嫌违当地数据保护法律，对Temu启动个人数据处理合规调查，重点核查在线监控、数据最小化、跨境传输等问题，涉及其在尼1270万用户数据，违规将依法处罚。Temu近年全球快速扩张，已在欧盟、美国遭多项合规调查，目前其尚未回应此次调查

● Ozon大幅扩围物流自动化，2026年流程将增8倍

2025年Ozon在仓库试点3D分拣机、大件非接触测体积称重设备，2026年计划将物流自动化流程扩大8倍，3D分拣机将增至330台，分拣效率提升3倍。其超8000人技术团队自主研发设备，可自给 conveyor 生产安装，自动化大幅减少人力。自研仓储管理系统优化运营，伴随订单与物流设施快速扩张，企业用工向工程师、技术人员转型

● 亚马逊美国站卖家头部效应加剧

Marketplace Pulse研究显示，亚马逊美国站第三方卖家集中度快速攀升，仅7760名头部卖家（占活跃卖家1.6%）贡献平台第三方总GMV的一半，较2023年的1.5万家近乎减半，对应GMV升至1500亿美元，头部卖家年均营收翻倍。美国本土卖家在头部阵营占主导，受成本上涨等因素影响，平台资源向头部集中，中小卖家生存空间被持续挤压

● 巴西跨境网购激增，合规包裹计划税收创新高

2025年巴西国际入境包裹达1.655亿件，97%纳入合规包裹计划，带来税收35.2亿雷亚尔，黑五月创单月最高。该计划2024年实施，对不同价值包裹实行差异化进口税率，旨在遏制逃税。调查显示46%巴西消费者常海淘，45%曾遇问题，70%反对服饰相关税费