

亚马逊美国站卖家头部效应加剧，仅7760家贡献半数GMV

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

沃尔玛调整AI购物合作，自研助手接入ChatGPT与Gemini

外媒报道，沃尔玛停止将OpenAI即时结账功能集成到ChatGPT，因测试中商品识别偏差、转化率偏低未达预期。转而将自研AI购物助手Sparky以插件形式接入ChatGPT及谷歌Gemini，由Sparky处理交易，沃尔玛保留客户数据与交易掌控权。新方式转化率更高，已向订阅用户开放，正商谈接入Claude，合作采用固定API调用费用

Wildberries2026年起按商品体积计退货费

Wildberries宣布调整退货物流计价机制，自2026年3月20日起，买家在取货点拒收或申请退货后的商品回仓费用将改为按商品体积（升）计算。此前固定费用为50卢布，新标准为首升46卢布，后续每升14卢布。运输公司KIT电商发展总监康斯坦丁·德尔别涅夫指出，此举将导致卖家成本激增——例如30升的低签收率商品（如冬季羽绒服），物流费用将上涨1.5倍

俄罗斯家电零售商M.Video跨界上线服饰配饰线上业务

俄罗斯老牌家电电子零售商M.Video正式上线线上服饰及配饰专区，推出服装、箱包、眼镜等时尚产品。前Wildberries联合创始人巴卡尔丘克出任公司CEO后，该跨界业务快速落地。M.Video称此举为布局多品类平台，将引入第三方卖家拓展时尚品类。公司此前获巨额注资、京东间接持股，此次跨界对标Wildberries，发力时尚电商赛道

意大利暂停低价跨境包裹税，各国单独施策遇瓶颈

外媒消息，意大利宣布暂停1月起执行的低价跨境包裹税至6月30日，官方称系为给海关与垄断管理局信息系统调整留时间。法、罗也已率先对小额包裹征税，欧盟拟2026年7月统一实施，政策初衷是遏制低价跨境商品涌入。但该税易规避，电商平台绕道欧盟低税国转运，法国申报量降90%但实际包裹量未减，凸显各国单独施策的局限性

亚马逊后台再现故障 大量商品被误标“缺货”

亚马逊3月20日发生系统异常，大批卖家库存正常的商品被错误标记为“缺货”，导致链接丢失购物车、销售受阻。官方回应称为库存信息未被抓取，问题仍在排查中。这已是亚马逊本月内第二次重大系统故障

Shopee泰国站调整“次日达”订单管理

Shopee泰国站将于3月25日起优化订单筛选方式：买家标签统一改为“明天快速送达订单”，原“预送货”筛选功能取消，次日达订单并入常规订单统一管理，卖家可通过买家名称标签进行识别与筛选

TikTok Shop越南收紧联盟门槛

TikTok Shop越南站将于4月6日起要求商家过去30天内无服务类负面评价，方可参与联盟营销。若存在发空包、假货或欺诈投诉，也将被取消资格，平台以此提升服务质量与用户体验