

## SHEIN加速拓展德国市场，超600家本土零售商入驻

SHEIN在德国正式扩大开放平台业务，已接入超600家本土零售商。这些卖家可直接通过SHEIN平台销售商品，覆盖服饰配饰、灯具照明及地毯地面铺装等类目。此举旨在深化欧洲本地化运营，增强市场响应能力，并积极应对日趋严格的欧盟电商监管环境。SHEIN未披露具体合作模式与上线时间，但强调将持续支持中小商家数字化出海

### 01 家得宝升级专业客户数字化体验，引入AI与项目管理功能

美国家居电商平台家得宝宣布，面向Pro Xtra会员升级数字化体验，通过整合项目管理功能与AI工具，打造统一工作平台，解决专业客户分散工具效率低下问题。新平台支持项目规划、AI生成材料清单、实时配送跟踪、复杂订单调度及团队协作等功能，覆盖项目全流程

### 02 美国Section230条款争议升温，eBay胜诉后司法部撤上诉

美国司法部撤销针对eBay的Section230条款相关上诉，eBay此前凭《通信规范法》230条款胜诉，免于为平台违禁品承担责任。该条款成为亚马逊、eBay等电商平台的免责屏障，沃尔玛也援引其规避平台违法交易责任。美国会正考虑废除该条款，欧洲则着手整治Temu、亚马逊等平台违禁品销售，电商平台责任监管持续收紧

### 03 法国2025年电商交易额达1964亿欧元

数据显示，2025年法国电商市场持续增长，全年交易额达到1964亿欧元，同比增长7%。市场呈现结构性变化：交易笔数同比增长10%，达到32亿笔，但平均订单金额（客单价）则下降了3%。值得注意的是，在购物行为上，有31%的法国线上消费者在购买前会使用生成式人工智能（如用于产品比较），对数据隐私的担忧仍在制约这类技术的更广泛采用

### 04 国产多功能螺丝刀TikTok爆火，出海销售额破2800万

中国品牌SEESE的24合1多功能螺丝刀在TikTok美区走红，周环比涨幅146%，跻身五金工具大类销量前三。该产品凭借多功能、便携易收纳的设计，叠加复活节DIY消费趋势与达人带货加持，上架一年半累计销售额达2848万元。当前美国DIY消费热潮兴起，多功能五金工具成出海爆款，TikTok内容生态持续带动类目销量增长

### 05 亚马逊二季度拟再裁员1.4万人

市场消息称，亚马逊在确认缴员1.6万人后，或计划于2026年Q2再裁约1.4万人，推动以AI提升效率的“精简组织”策略。AWS等部门通过AI工具实现人效提升，部分团队规模大幅缩减；Alexa团队亦被大幅压缩。内部称此举已带来约2.8亿美元薪资节省，显示公司正加速向AI驱动运营模式转型

### 06 沃尔玛终止与ChatGPT合作“即时结账”功能

沃尔玛据悉将停止使用ChatGPT的“即时结账”功能，转而将其自研的AI购物助手Sparky以插件形式直接嵌入ChatGPT及谷歌Gemini平台。根据新方案，用户在AI平台上的购物请求将被转发给Sparky处理，由Sparky调用沃尔玛库存、完成推荐并执行交易