

2026美国复活节消费预计达249亿美元

Adobe预测，2026年复活节前美国节日相关线上消费将较年内均值大涨255%，远超去年同期，彩蛋、装饰等品类增幅翻倍。AI工具带来的电商流量同比将增210%，成为新购物入口。今年美国复活节总消费预计达249亿美元创新高，人均消费近196美元。糖果、食品为主要消费品类，折扣店为主要渠道，节日消费在多重因素下保持稳健增长

欧盟启动史上最大关税改革，跨境电商迎严监管

近日欧洲议会与欧盟理事会达成1968年以来最大规模关税法改革协议，新增非欧盟直邮包裹处理费，叠加3欧元单件关税。新规将电商平台与非欧盟卖家视为进口商，要求在欧设实体或委托合规代表，违规将处1%-6%罚款。欧盟将建统一海关数据库，2034年全面强制使用，以应对激增的小额包裹监管压力

TikTok爆款迷你冰箱玩具5月登陆巴西

风靡全球TikTok的迷你冰箱玩具Mini Brands Fill The Fridge，将于5月由Candide在巴西正式发售。产品搭配微缩收藏食品，采用盲盒开箱模式，深受儿童与成年玩家喜爱。巴西多位网红助推该潮流，Candide已在当地运营迷你收藏系列三年，涵盖美食、家居等多款主题产品线，持续引入全球潮流玩具

伊朗战争持续冲击，快时尚电商面临成本与涨价压力

伊朗战争进入第四周，全球快时尚供应链承压。上海至鹿特丹海运价涨20%，东南亚至欧洲空运价涨25%，原油上涨推高涤纶等服装原料成本超25%，Shein、BooHoo等品牌受显著影响。H&M等成本红利消退，英国Next称战事超三月或将提价。低端品牌因客群对价格敏感，涨价难度大，长期将面临成本高企、需求疲软的多重压力

国产吊带裙TikTok美区爆火

距离夏季还有2个月，TikTok美区女装类目迎来换新，广州产纯色吊带连衣裙强势登顶热销榜。该款连衣裙兼具时尚与舒适，适配多场景穿搭，7天售出8350件、销售额约132万元，上架一年总GMV超1252万元。卖家通过尾部达人素人试穿视频、热门标签精准营销，贴合女性审美需求，为跨境女装卖家布局夏季市场提供了借鉴

全球二手服饰市场加速增长

美国二手服饰电商ThredUp报告显示，2024年美国二手服饰市场同比增14%，是整体服装零售市场5倍，线上市场增速达23%。预计2029年全球市场规模将达3670亿美元，美国达740亿美元。年轻群体为核心消费力，价格因素、社交电商普及及AI应用深化推动市场增长，消费者二手服饰消费预算占比持续提升

2026年美国宠物行业斜预计升至1650亿美元

美国宠物用品协会发布2026行业报告显示，2025年美国宠物行业总支出达1580亿美元，同比增3.7%，2026年预计升至1650亿美元。超9500万户家庭养宠，年轻世代成核心消费力，X世代空巢家庭带动小众宠物增长。宠物支出以食品、医疗为主，消费更注重性价比，整体市场向多元化、精细化方向发展