



百思特变革研究院 跨境电商智库

跨境电商行业研究周报

低价值包裹税制重构后，低价小包模型怎么重算

发布主体：百思特变革研究院 跨境电商智库

发布日期：2026-07-20

用途：专家研究、客户诊断、售前支持、方案设计、知识沉淀

目录

1. 本期怎么用
2. 一页结论
3. 宏观市场洞察
4. 本期专题深拆：低价值包裹税制重构后，低价小包模型怎么重算
5. 全链路分析
6. 成本/利润/销量影响
7. 专家建议沉淀
8. 专家工具包
9. 下期继续跟踪
10. 来源附录与链接

本期怎么用

本期供跨境电商智库专家在四类场景中使用：第一，售前诊断低价直邮、平台托管、海外仓备货和本地履约的路线选择；第二，为外贸工厂、平台卖家和DTC品牌更新美国、欧盟、英国低价值进口税制变化后的成本口径；第三，将平台规则、物流成本、税务合规和消费者价格敏感度纳入品类规划；第四，沉淀一套可复用的客户访谈、利润测算和咨询产品切入工具。

本期专题聚焦“低价值包裹税制重构后，低价小包模型怎么重算”。该问题贯穿美国de minimis暂停、欧盟150欧元以下包裹关税改革、英国135英镑低值进口改革、Amazon/TikTok Shop等平台费用变化和中国供给侧退货便利化政策，适用于客户经营模式复盘和2026-2027渠道规划。

一页结论

- 美国已在行政令层面对所有国家暂停免税de minimis待遇，低价直邮不再能把800美元以下免税作为稳定假设。客户经营含义：以中国直发美国的小件、服饰、家居轻小件、美妆工具和配件模型，需要把关税、报关主体、邮政/商业快件处理方式和售价承压同时纳入利润表。
- 欧盟已决定提前在2026年移除150欧元以下包裹的关税豁免，并以临时简化关税计算衔接至2028年海关数据枢纽。客户经营含义：欧盟低客单价SKU仍可使用IOSS处理VAT，但“VAT已缴=进口端无增量成本”的口径失效，德国、法国、荷兰、波兰等海外仓与本地退货能力的重要性上升。
- 英国保留135英镑以下进口VAT销售端征收框架，同时宣布改革低值进口关税减免，最迟2029年移除。客户经营含义：英国不是短期同欧盟同步变更关税门槛，但平台责任、VAT记录、商品分类和未来关税准备已经进入客户方案设计。
- 平台格局出现费用与控制权同步上升。Amazon 2026年美国FBA费用平均每件增加0.08美元，并自2026年4月起对FBA履约费加收燃油与物流附加费；TikTok Shop美国官方2024年已将推荐费提高至6%，媒体报道其2026年测试托管服务。客户经营含义：广告、履约、平台佣金和内容服务费要按渠道独立核算，不能再用单一毛利率判断平台优先级。
- 中国供给侧政策正在降低退货和合规处理摩擦。2026年4月起，跨境电商零售出口退货可跨关区办理。客户经营含义：适合把海外退货、翻新、二次销售、返修和税务处理设计成一体化运营能力，而不是只把退货计入损耗。
- 专家建议的重点是帮助客户重构“低价能力”。低价优势不再来自免税直邮套利，而来自产品组合分层、税则归类准确、合规资料前置、海外仓周转、内容转化效率、退货再销售和多平台价格带管理。

宏观市场洞察

市场大盘数据

全球电商仍在增长，但跨境经营的成本结构变化快于需求扩张。Shopify援引EMARKETER预测，全球电商销售额将从2025年的6.42万亿美元增至2026年的6.88万亿美元，2026年线上交易收入同比增长7.2%，占全球零售销售额21.1%。美国国际贸易署的B2B电商预测显示，全球B2B电商市场到2026年约36万亿美元，年复合增长率14.5%，亚太约占80%。这些数据说明，B2C跨境继续受线上零售渗透率驱动，B2B与工业品线上化也在扩大专家服务空间。

中国供给侧继续保持跨境电商规模优势。海关总署2026年6月发布的统计显示，2025年我国跨境电商进出口规模2.84万亿元，同比增长4.8%，占同期我国货物贸易进出口总值6.2%。另据海关年度发布会口径，2025年我国跨境电商进出口2.75万亿元，较2020年增长69.7%。两个口径均表明，跨境电商已从高增速新业态进入规模化、合规化和效率优化阶段。

国家/区域差异

区域	公开数据与政策状态	增长/渗透/竞争判断	专家建议
美国	2025年行政令要求暂停所有国家免税de minimis；CBP在2025年低值货物规则中披露，FY2023已清关超过10亿件低值货物，约每日400万件，低值货物超过全部入境件数90%。	需求仍大，但低价直邮模型的政策红利结束，报关、关税、平台本地履约能力成为竞争门槛。	用“美国售价-关税-平台费-FBA/本地仓-广告-退货”重做SKU利润表，优先测试中高客单、可品牌化和可本地备货品类。
欧盟	欧委会决定2026年移除150欧元以下包裹关税豁免；IOSS仍用于150欧元以下低值货物VAT申报；GPSR已自2024年12月13日适用，PPWR一般自2026年8月12日适用，EUDR延至2026年12月30日/2027年6月30日。	关税、VAT、产品安全、包装和供应链尽调叠加，低价轻小件和家居、木制品、儿童用品、美妆工具等类目的合规成本明显上升。	把欧盟按德国、法国、荷兰、波兰、西班牙、意大利拆分，看VAT/EPR注册、语言标签、责任人、退货网络和海外仓可达性。
英国	HMRC规则要求135英镑以下直接销售或平台销售在销售端征收VAT；英国政府2025-2026咨询确认改革低值进口关税减免，最迟2029年移除。	短期VAT规则稳定，关税改革预期使英国独立站和平台卖家提前积累商品分类、VAT记录和进口主体能力。	用英国作为欧洲独立站与品牌测试市场时，需同时评估135英镑价格带、平台代扣VAT和未来关税情景。
东南亚	Shopee母公司Sea披露2025年第四季度Shopee收入43亿美元，同比增长35.8%，成本端物流成本随订单增长上升。	人口和移动电商驱动仍强，价格竞争、包邮补贴、COD和本地仓成本决定盈利质量。	客户方案应区分印尼、越南、泰国、菲律宾，围绕Shopee/TikTok Shop内容转化、货到付款、退货和本地达人体系设计。
拉美	Mercado Libre披露2025年第四季度GMV约199亿美元，同比增长37%；季度独立买家8300万，近75%快速配送在48小时内完成。	巴西、墨西哥和阿根廷电商增长强，但税务、支付、尾程履约和本地库存要求高。	适合为有供应链和资金能力的卖家设计“拉美平台+本地仓+支付风控”进入方案。
中东	阿里AIDC披露2024年12月季度收入377.56亿元，同比增长32%，继续在欧洲与海湾市场投入获客。	海湾市场客单价和品牌接受度高，平台投入带来招商窗口，合规和本地化内容仍是进入门槛。	高客单家居、小家电、时尚配饰和B2B轻工业品可做区域机会筛选。

平台差异

平台	本期核验信号	对客户经营的含义
Amazon	2025年Amazon全球净销售7169亿美元，同比增长12%；北美销售4263亿美元，国际销售1619亿美元。2026年美国FBA费用平均每件增加0.08美元，并出现燃油与物流附加费。	适合利润厚、可合规、可本地备货和有广告效率管理能力的客户；低价SKU需重新测算FBA和广告后的贡献毛利。

平台	本期核验信号	对客户经营的含义
TikTok Shop	美国官方Seller Center显示2024年4月起推荐费提高至6%。Business Insider 2026年7月报道，TikTok Shop测试美国托管服务，费用为固定费加10%-20%销售佣金，平台未回应媒体置评请求。	内容电商正在提高控制权和服务化收费，适合把达人佣金、广告自动化、样品、视频生产和履约放在同一张经营表。
Shopee	Sea披露Shopee 2025年第四季度收入43亿美元，同比增长35.8%，成本端物流成本随订单增长上升。	东南亚增量仍在，但不能只看GMV；包邮、补贴、退货和本地仓周转决定利润质量。
AliExpress / Lazada / Trendyol	阿里AIDC 2024年12月季度收入377.56亿元，同比增长32%，跨境业务驱动，AliExpress Choice单位经济改善但投入增加。	平台仍在用托管、半托管和本地供给争夺市场，供应商型客户要比较账期、备货风险和定价权。
Mercado Libre	2025年第四季度GMV约199亿美元，同比增长37%，中国首个履约中心于2025年12月开设。	拉美从远程销售走向本地化履约，适合中高资金能力客户布局。
Temu / SHEIN	本期以监管和公开媒体信号为主，未使用未确认GMV数据；美国和欧盟低值进口政策变化直接影响其原有低价包裹优势。	供应商客户要关注平台转向本地仓、半托管或全托管后的价格、质量、合规资料和供货节奏要求。

品类机会与政策趋势

品类机会不再只由供给成本和平台流量决定。家居小件、服装配饰、美妆工具、宠物用品、消费电子配件和低客单礼品在美国、欧盟和英国同时面临低值包裹税制变化；木制家具、纸制包装、皮革和天然橡胶相关商品还要纳入EUDR尽调时间表；儿童用品、电子电器、厨房用具和泛家居需纳入GPSR、CE/UKCA、召回记录和警示标签。高货值、低退货、可标准化认证、可本地仓快速周转的SKU将比单纯低价SKU更适合2026年的跨境增长。

对客户的机会在于，用政策变化推动经营升级。外贸工厂可以把材料、测试报告、包装合规和HS归类能力作为卖点；平台卖家可以重构SKU组合和海外仓备货；DTC品牌可以把税费透明、当地退货和售后体验纳入品牌信任；服务商可以推出低值进口改革、欧盟合规包和海外仓利润诊断产品。

本期专题深拆：低价值包裹税制重构后，低价小包模型怎么重算

低价值包裹曾经支撑大量跨境电商低价直邮模型。美国800美元de minimis、欧盟150欧元以下关税豁免和英国135英镑低值进口关税减免，使平台、卖家和物流商可以用小包直发降低库存风险和进口端税费压力。2025-2026年，美国、欧盟和英国先后推进改革，客户必须把“免税小包”从默认经营假设中移除，改用按国家、平台、商品、价格带和履约方式拆分的测算模型。

市场	改革状态	本期判断	对销量/成本/利润的影响
美国	2025年行政令暂停所有国家免税de minimis；对非邮政渠道要求使用适当报关类型并承担税费。	直邮低价商品面临关税、报关、处理时效和售价承压的组合影响。	低客单价SKU毛利被关税和处理费快速吞噬，销量可能向本地仓、平台托管和中高客单产品迁移。

市场	改革状态	本期判断	对销量/成本/利润的影响
欧盟	2026年移除150欧元以下关税豁免，IOSS继续处理VAT；GPSR、PPWR、EUDR同步抬高资料和责任要求。	欧盟不只是加税，还是把进口数据、产品安全和平台责任统一收紧。	低价直邮转化率可能受含税价上升影响；合规资料不完整的SKU会被平台审核、海关查验或召回风险放大。
英国	135英镑以下销售端VAT规则稳定，关税减免改革最迟2029年实施。	英国给卖家留出准备期，但平台和卖家应提前建立商品分类和税务记录。	短期可继续做英国价格带测试，中期要为关税和行政费预留毛利。
中国供给侧	2026年4月起跨境电商零售出口退货可跨关区办理。	退货处理便利化降低逆向物流摩擦，有利于海外仓和退货再销售体系。	把退货商品回流、返修、翻新和二次销售做成流程，可以降低退货损耗率。

客户经营层面的结论：低价小包模型还能做，但要限定在税费可承受、退货低、资料齐、平台承接效率高的SKU。客户不能用中国出厂价加运费来判断价格优势，应使用“到岸合规成本+平台经营成本+退货损耗+现金周转”的全链路利润口径。

全链路分析

环节	关键变化	对战略/品类/营销/运营/销量/成本/利润/风险的影响	专家诊断问题
供应商/工厂	客户需要HS编码、材质说明、测试报告、包装信息、原产地和供应链文件。	能提供资料的工厂会获得平台卖家和托管平台优先合作；不能提供资料的工厂只能参与低议价供货，退货和罚款会倒逼供货价下调。	工厂是否能按目标市场输出合规资料包、材料追溯和包装申报数据？
卖家	价格表要从“售价-采购-运费”扩展为“售价-税费-平台-履约-广告-退货-合规摊销”。	SKU分层成为战略动作：引流款承接流量，利润款覆盖税费和广告，品牌款承担客户生命周期价值。	卖家是否按国家、平台和履约方式维护SKU级利润表？
平台	Amazon、TikTok Shop、Shopee、AliExpress等平台同时提高费用透明度、合规审核和履约控制。	平台会把不确定性转移给卖家，卖家要争取价格权和备货节奏；托管模式降低运营门槛但压缩经营自主权。	客户是否知道每个平台实际take rate、广告依赖和退货责任？
物流/海外仓	直邮小包的税费和查验不确定性上升，海外仓、本地退货和尾程时效的重要性提升。	海外仓增加库存和资金占用，但可改善时效、退货再销售和平台评分；低周转SKU不适合盲目备货。	客户是否有SKU周转天数、退货再销售率和仓储滞销预警？
支付/税务/合规	VAT/IOSS、英国VAT、美国进口税费、平台代扣、汇率和结算周期需要统一到经营口径。	税务错误会带来罚款、资金冻结和平台限制；汇率波动影响低毛利订单。	客户是否能按订单追溯税费、汇率、平台扣费和回款？
消费者	含税价、配送时效、退货便利性和商品安全信任影响转化。	低价优势被税费削弱后，内容、评价、时效和售后成为转化要素；高退货品类盈利能力恶化。	客户是否知道目标市场消费者愿意为本地发货和安心退货支付多少溢价？

成本/利润/销量影响

以下为测算框架和示意数字，用于专家与客户共同替换真实采购价、税率、平台费率、广告费率、履约费和退货率，不代表任何客户事实。

项目	直邮低价小包示意	本地仓/平台履约示意	专家核验口径
前台含税售价	30.00美元	34.99美元	是否含VAT/销售税/进口税；平台是否要求显示到手价
采购成本	8.00美元	8.00美元	含包装、质检、合规资料摊销前后分别列示
国际运输/头程	5.00美元小包直发	2.50美元摊入批量头程	按重量、体积重、旺季附加费和燃油附加费拆分
关税/进口税费	按商品税率或政策项计入，示意3.00美元	批量进口同样计入，示意3.00美元	美国需按原产地、HTS、关税措施和报关方式核验；欧盟需区分VAT与关税
平台佣金/支付费	10%-18%示意，按4.50美元计费	10%-18%示意，按5.25美元计	Amazon、TikTok Shop、Shopee、Mercado Libre分别建表
履约/尾程	4.00美元	5.50美元	本地仓提高时效但增加仓储、拣配和滞销风险
广告/达人/内容	3.00美元	4.00美元	按ACOS、达人佣金、样品和内容制作费核算
退货/破损/客服	1.80美元，按6%退货损耗	2.10美元，按本地退货和再销售净损耗	区分退款不退货、二次销售、返修和销毁
EPR/包装/GPS R等摊销	0.40美元	0.40美元	按年度注册、测试报告、责任人和包装申报摊销
示意贡献毛利	0.30美元	4.24美元	低价直邮在税费和广告上升后接近盈亏线，本地仓靠售价、转化和退货再销售改善毛利

销量影响的计算可使用三步法：第一，以含税到手价变化估计转化率弹性；第二，以配送时效和退货便利性估计平台评分、转化率和复购改善；第三，以库存周转天数和滞销清仓折扣修正毛利。低价小包如果售价上调5%-12%后转化率下降超过履约时效改善带来的转化增量，应减少投放或切换为利润款组合。

专家建议沉淀

客户类型	战略建议	品类建议	营销建议	运营建议	可形成的咨询产品
外贸工厂	由单纯接单供货升级为“合规资料+快速打样+小批量备货”供应商。	优先选择材料清晰、认证路径成熟、退货低、可做品牌化包装的SKU。	提供可用于平台详情页和合规审核的材料说明、测试证书和场景内容。	建立HS编码、BOM、包装、原产地、测试报告和批次追溯资料库。	工厂跨境供货能力诊断、平台卖家供应链协同方案、欧盟/美国合规资料包建设。
Amazon/平台卖家	从多SKU铺货改为按国家和平台重算利润，保留可承受税费和广告的SKU。	减少低客单、重退货、认证复杂品类，增加中高客单、低退货、可品牌化品类。	把含税价、时效、保障和本地退货转化为页面卖点。	SKU级利润表、FBA/海外仓周转、广告ACOS、退货再销售联动管理。	低值进口改革利润体检、平台费用与广告效率诊断、海外仓备货模型设计。
Temu/SHEIN供应商	评估托管/半托管下的价格权、账期、质量责任和合规资料责任。	优先选择标准化、可规模制造、低售后争议、资料完整的产品。	配合平台内容和主图规范，减少夸大宣传和知识产权风险。	加强质检、包装、交付稳定性和异常订单响应。	托管平台供应商盈利能力评估、质量与交期体系建设。

客户类型	战略建议	品类建议	营销建议	运营建议	可形成的咨询产品
DTC品牌卖家	以目标国家做价格带和本地化服务设计，减少单一美国市场依赖。	保留能支撑品牌故事和复购的品类，避免只靠低价获客。	用内容、测评、达人和客户案例解释税费透明、品质和售后保障。	打通Shopify订单、税费、支付、海外仓、客服和退货数据。	DTC出海国家选择、税费透明定价、内容转化与LTV模型。
物流/海外仓/服务商	从运输报价升级为税费、清关、海外仓、退货和数据服务组合。	聚焦家居、小家电、服饰、宠物用品等有本地仓需求的品类。	用时效、签收、退货再销售和清关稳定性形成销售证据。	建设关务数据、库存周转、退货处理和异常预警看板。	海外仓网络规划、逆向物流产品设计、跨境合规运营看板。

专家工具箱

客户沟通可直接使用的5句话

- 低价小包的经营假设已经改变，客户要把免税红利从利润表里拿掉，用国家、平台、品类和履约方式重新算账。
- 欧盟不是只增加一项关税，GPSR、包装、EUDR和平台审核会同时影响上架、转化和退货。
- 美国市场仍然大，但低客单直邮SKU要用关税、报关、平台费、广告和退货后的贡献毛利判断去留。
- 海外仓不是所有SKU的答案，只有周转快、退货可再销售、售价能覆盖资金占用的SKU才适合备货。
- 工厂的竞争力正在从出厂价延伸到合规资料、包装数据、追溯能力和小批量响应。

客户访谈问题

- 过去三个月按国家和平台拆分的SKU贡献毛利是多少？是否包含关税、VAT、广告和退货？
- 美国、欧盟、英国订单中，直邮、本地仓、平台履约各占多少？退货率和二次销售率分别是多少？
- 客户是否掌握主要SKU的HS编码、税率、材料证明、测试报告、包装申报和责任人资料？
- 平台费用、广告ACOS、达人佣金和履约费是否在同一张经营表内核算？
- 如果美国或欧盟低价SKU售价上调8%，客户估计转化率、销量和广告效率会怎样变化？

痛点识别信号

- 客户只看采购价和运费，无法说清平台扣费、税费和退货损耗。
- 客户大量SKU集中在30美元以下，且主要依赖直邮和平台活动流量。
- 客户在欧盟销售但缺少GPSR责任人、警示标签、包装EPR或材料追溯资料。
- 客户在海外仓有库存积压，但没有SKU周转、退货再销售和清仓策略。
- 客户供应商无法提供BOM、原产地、测试报告和批次追溯。

建议切入项目

- 低值进口税制改革下的SKU利润体检。
- 美国/欧盟/英国市场进入与履约模式选择。
- 欧盟GPSR、包装EPR、EUDR合规资料包建设。
- 海外仓备货、退货再销售与库存周转优化。
- 平台托管/半托管供应商盈利能力与组织能力诊断。

进一步核验的数据清单

- SKU级销售额、售价、采购价、重量、体积、HS编码、目标国家税率。
- 平台佣金、支付费、广告费、达人佣金、样品费、平台活动补贴。
- 直邮、海外仓、FBA/FBT/平台履约的头程、尾程、仓储、退货和销毁费用。

- GPSR责任人、测试报告、包装EPR注册、EUDR适用性、知识产权授权。
- 退货率、破损率、二次销售率、库存周转天数、滞销清仓折扣。

下期继续跟踪

- 美国de minimis暂停后的CBP执行细则、邮政包裹处理方式和平台价格变化。
- 欧盟150欧元以下包裹关税改革的成员国落地口径、临时简化关税计算和平台执行时间表。
- 英国低值进口改革咨询后的立法、关税和行政费用安排。
- Amazon 2026 FBA燃油与物流附加费、旺季履约费和库存入仓政策。
- TikTok Shop美国托管服务和Fulfilled by TikTok政策的官方确认进展。
- Temu/SHEIN本地仓、半托管和供应商合规资料要求变化。
- 中国跨境电商退货跨关区办理政策在卖家端的实际成本与周期变化。

来源附录与链接

序号	来源	时间	资料名称	链接
1	White House	2025-07	Suspending Duty-Free De Minimis Treatment for All Countries	https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/07/suspending-duty-free-de-minimis-treatment-for-all-countries/
2	Federal Register / CBP	2025-01	Entry of Low-Value Shipments	https://www.federalregister.gov/documents/2025/01/14/2025-00551/entry-of-low-value-shipments
3	European Commission TAXUD	2025-11	150 EUR customs duty exemption threshold to be removed as of 2026	https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/e-commerce-150-eur-customs-duty-exemption-threshold-be-removed-2026-2025-11-13_en
4	European Commission VAT OSS	2021-	VAT e-Commerce One Stop Shop / IOSS	https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index_en
5	European Commission Access2Markets	2024	General Product Safety Regulation applicable from 13 Dec 2024	https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/news/eus-general-product-safety-regulation-gpsr-new-era-consumer-protection
6	European Commission Environment	2025-2026	Packaging and Packaging Waste Regulation 2025/40	https://environment.ec.europa.eu/topics/waste-and-recycling/packaging-waste_en
7	European Commission Access2Markets	2025-12	EUDR postponed to 30 Dec 2026 / 30 Jun 2027	https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/news/delay-until-december-2026-and-other-developments-implementation-eudr-regulation
8	HM Treasury / HMRC	2025-11 to 2026-03	Reforming UK low value imports under GBP135	https://www.gov.uk/government/consultations/reforming-the-customs-treatment-of-low-value-imports-into-the-united-kingdom
9	HMRC	2022	VAT and overseas goods sold directly to customers in the UK	https://www.gov.uk/guidance/vat-and-overseas-goods-sold-directly-to-customers-in-the-uk
10	HMRC	2022	VAT and overseas goods sold through online marketplaces	https://www.gov.uk/guidance/vat-and-overseas-goods-sold-to-customers-in-the-uk-using-online-marketplaces
11	Amazon IR	2026-02	Amazon 2025 Q4 and full year results	https://ir.aboutamazon.com/news-release/news-release-details/2026/Amazon-com-Announces-Fourth-Quarter-Results/
12	Amazon Selling Partners	2025-10	Update to U.S. Referral and FBA fees for 2026	https://sellingpartners.aboutamazon.com/update-to-u-s-referral-and-fulfillment-by-amazon-fees-for-2026
13	Sea Limited IR	2026-03	Sea 2025 Q4 and full year results	https://cdn.sea.com/investor/4Q2025/JcKns4LaJC8bxcQdJwXz/2026.03.03%20Sea%20Fourth%20Quarter%20and%20Full%20Year%202025%20Results.pdf

序号	来源	时间	资料名称	链接
14	Mercado Libre / BusinessWire	2026-02	Mercado Libre 2025 Q4 results	https://www.businesswire.com/news/home/20260224265595/en/Mercado-Libre-Caps-Stellar-2025-Performance-with-45-YoY-Revenue-Growth-in-Q4-as-Strategic-Investments-Accelerate-Market-Share-Gains
15	Alibaba SEC filing	2025-02	AIDC December quarter 2024 results	https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1577552/000110465925015648/tm257183d1_ex99-1.htm
16	TikTok Shop Seller Center	2024	US referral fee update to 6%	https://seller-us.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=5982454398175018&lang=en
17	Business Insider	2026-07	TikTok Shop managed services pilot, documentation viewed by media	https://www.businessinsider.com/tiktok-shop-is-testing-a-managed-services-business-in-us-2026-7
18	Shopify citing EMARKETER	2026	Global ecommerce sales forecast	https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales
19	US International Trade Administration	2026 forecast	B2B ecommerce market forecast	https://www.trade.gov/ecommerce-sales-size-forecast
20	EMARKETER	2026	Asia-Pacific Ecommerce Forecast 2026	https://www.emarketer.com/content/asia-pacific-ecommerce-forecast-2026
21	中国海关总署	2026-06	2025年中国跨境电商进出口情况	https://www.customs.gov.cn/customs/2026-06/16/article_2026061616113889190.html
22	中国政府网 / 新华社	2026-03	跨境电商零售出口跨关区退货政策	https://english.www.gov.cn/news/202603/15/content_WS69b60842c6d00ca5f9a09e4b.html

说明：政府、监管、税务、平台官方和上市公司披露作为事实依据；媒体报道仅作为待跟踪信号使用。超过两年的数据已在正文标注为历史参考或规则背景。

重大遗漏检查

检查项	处理结果
低价值包裹税制	已进入专题、宏观政策和测算框架。
关税	已覆盖美国、欧盟、英国改革和测算口径。
VAT/IOSS/OSS	已覆盖欧盟IOSS、英国VAT和平台代扣。
海关改革	已覆盖CBP低值货物、欧盟海关改革、英国LVI改革。
平台责任	已覆盖英国平台VAT责任、欧盟平台责任趋势和平台规则。
GPSR	已进入欧盟合规和品类机会。
产品安全召回	已作为欧盟合规风险和待核验清单。
EPR/包装	已覆盖PPWR和包装EPR资料。
EUDR	已覆盖时间表和家居/木制品影响。
知识产权	已进入专家工具包痛点信号。
强迫劳动/供应链合规	已纳入资料追溯与下期合规核验。
平台费用变化	已覆盖Amazon FBA、TikTok Shop推荐费。
FBA/海外仓/尾程物流	已进入专题和测算框架。
支付和汇率	已进入全链路分析和核验清单。
主流平台政策	已覆盖Amazon、TikTok Shop、Shopee、AliExpress、Mercado Libre、Temu/SHEIN。
投融资/IPO/并购	本期未发现对专题有决定性影响的官方新增事件，列入下期资本市场跟踪。

检查项	处理结果
重要展会和平台招商政策	本期未作为专题关键变量，列入下期平台招商跟踪。