

跨境电商合规管理

课程代码：CM-101 | 本文档为第1课完整教案（讲师版样例）

完整课程资料（全课教案 / 讲师手册 / PPT大纲 / 配套工具包）面向报名学员定向分发

一、时间分配表（总计约200分钟）

时间段	环节	PPT页码	时长
0-15分钟	开场导入与破冰	P1-P5	15分钟
15-50分钟	合规的定义与七大维度	P6-P12	35分钟
50-105分钟	合规的战略价值与成本冲击	P13-P21	55分钟
105-125分钟	实操练习	P22-P23	20分钟
125-135分钟	回顾与课后作业	P24-P25	10分钟

二、逐字讲授脚本

环节一：开场导入（0-15分钟）

【5分钟】开场定调（展示P1-P2）

各位同学，欢迎参加《跨境电商合规管理》课程。我先报三个数字：800美元、150欧元、1万日元。这是美国、欧盟、日本三大市场的小额包裹免税门槛——在过去两年里，它们全部被取消或者正在被取消。免税时代终结之后，跨境电商靠什么活下去？这就是我们这门课要回答的问题。（展示P5）

这门课一共8个模块：从合规全景认知、税务变局，到美国体系、欧盟体系、多市场认证，再到数据贸易ESG、平台知产成本，最后是体系搭建和12个月行动方案。考核两块：每模块作业占40%，期末你们要交一份自己企业的12个月合规行动方案，占60%。课程结束的时候，你手里必须有一份能直接执行的合规方案。

【10分钟】破冰与分组（展示P3）

现在做破冰，三个问题：第一，你的主力市场是哪里？第二，过去一年你遇到过的最痛合规事件是什么——被下架、被罚款、被扣货，都算？第三，你的合规投入大概占销售额多少？

（讲师按企业规模分组：小型<1亿/中型1-10亿/大型10亿+。把“最痛合规事件”高频词记在白板上，第8课结课时回看。）

环节二：合规的定义与七大维度（15-50分钟）

【8分钟】核心定义与四大特征（展示P6）

先立定义：跨境电商合规，是企业在跨国商品交易中遵守目标市场法律法规、平台规则和行业标准的全部行为。注意“全部”两个字——不是做了税务就不管产品，过了海关就不管数据。

跨境合规有四大特征：法域多元——一家典型卖家同时面对美、欧、英、日多个法域；规则复杂——每个法域的税务、产品、数据标准都不一样；变动频繁——我们这门课的政策时间线，两年内密集出台；处罚严厉——一张GDPR罚单可以是全球营业额的4%。

【10分钟】七大维度框架（展示P7）

（数据页）这张图是全课程的地图，请记住它。合规分七大维度：第一，税务合规——关税、VAT、HS编码、完税价格；第二，产品合规——安全认证、标签、包装、化学品；第三，数据合规——个人信息保护和跨境传输；第四，贸易合规——出口管制和制裁筛查；第五，ESG合规——碳排放、强迫劳动、绿色包装；第六，平台合规——平台规则和账户健康；第七，知识产权合规——商标、专利、著作权。

后面每个模块开始前，我们都会回到这张图定位。今天先有个整体印象：这七件事，每一件都有人正在被罚。

【12分钟】合规环境全景与五大执法数据（展示P8-P10）

2025-2026年是合规环境发生根本性转变的时期。宏观上三个变化：全球贸易体系告别一刀切时代，关税壁垒变得精准化、区域化；碳边境调节机制全面实施；数据本地化成为合规必需。

政策密度是爆发式的。（数据页）只看美国一条线：2025年8月取消Section 321非邮政商业渠道免税，2026年5月永久关闭T86清关通道，2026年7月国际邮政渠道切换新流程，7月24日加征12.5%的新301关税——两年之内，层层加码。

接下来五组执法数据，是本课必须记住的，我一个一个念。

第一组，产品安全：2026年第一季度，美国CPSC发布召回通报142例，同比暴涨40.6%；其中来自中国的产品120例，占84.5%、同比增长73.9%，涉及金额约20.8亿美元。中国产品不是召回名单上的常客，是主角。

第二组，数据合规：TikTok因GDPR被罚5.3亿欧元，Meta被罚12亿欧元，GDPR罚款上限是全球营业额的4%。

第三组，成本结构：行业平均合规成本已经占到货值的18%到25%。

第四组，市场规模：2024年进入欧盟的150欧元以下跨境小包达46亿件，其中91%来自中国——这是欧盟税改的直接靶子。

第五组，利润冲击：单价20欧元以下的商品面临利润归零，而65%的欧洲站中国卖家SKU就在这个价格区间。

【10分钟】贯穿案例引入+维度自查（展示P11-P12）

从今天起，我们有一个贯穿全课程的主角案例：一家深圳3C卖家。起点是这样的：年销售额6000万元，主力市场是美国和欧盟，SKU 150多个，合规状态是“出了问题再补救”，已经两次被平台下架产品。这家企业接下

来怎么补课、怎么建体系，我们分八段讲完，今天先记住它的起点。

（互动）现在用七大维度给你的企业打分，每个维度1到5分，打完找出你的最短板。两两交流2分钟。

（讲师统计“总分 ≤ 14 分”的比例，通常过半。点评：分数低不可怕，可怕的是不知道哪里低——今天打完分，后面七节课逐块补。）

环节三：合规的战略价值与成本冲击（50-105分钟）

【8分钟】从成本中心到竞争优势（展示P13-P15）

传统认知里，合规是成本中心——投入投钱确保不违规，不直接创造收入。这个认知在2024年之前勉强成立，在2026年彻底不成立了。合规正在变成三种竞争优势。

第一，市场准入优势：能率先满足合规要求的企业，率先进入新市场、新品类；合规能力不足的，直接被挡在门外。第二，成本优势：听起来反直觉——合规增加成本，怎么反而是成本优势？因为违规成本远高于合规成本，一次CPSC召回就是数百万美元，一次账户封禁就是全部销售收入。第三，信任与融资优势：合规领先意味着更快的清关速度、更低的查验风险、更强的消费者信任、更好的融资条件。

还有一个窗口期判断：2025-2026年是建设合规体系的关键窗口。错过这个窗口，2027-2028年法规全面落地的时候，你将无法应对。记住今天的第一句金句：**合规不再是可选项，而是生存线。**

【15分钟】成本冲击双案例（展示P16-P18）

合规成本到底多疼？用两个案例讲透。

（案例页）第一个，10欧元T恤。税改前，这件T恤的利润空间约0.5欧元，薄但能转。税改后：3欧元固定关税叠加2欧元清关处理费，综合新增成本5到8欧元——超过了商品原有售价。也就是说，卖一件亏一件。这不是理论推演，这是2026年7月1日之后欧盟直邮的真实成本结构。

（案例页）第二个更直观。一位在欧洲的留学生Emily，7月2日在Temu下单猫玩具和厨房用品，总价约20欧元，结果税费账单12欧元。为什么？因为3欧元关税是按HS6类目收的，她这一单涉及4个类目，4乘3等于12欧元。这个案例告诉我们：**类目数是乘数**——多品类混装订单，关税成本可能比商品本身还吓人。

（案例页）市场层面的反应：2026年7月1日之后，多位卖家反映欧盟销量出现不同程度下滑，直邮模式迎来生死时刻。结论就一句：全球任何市场，都无法再依赖免税政策维持低价优势。

【12分钟】合规成本快算互动（展示P19）

（互动）现在动手：按你的货值结构，估算你当前的合规成本占比——关税、VAT、认证、咨询、合规人力都算进去，对照18-25%的行业基准。

（抽点3位学员回答。讲师追问：你的占比在什么水平？哪块成本最大？低于18%的要警惕——可能是该花的没花，风险在暗处。）

【10分钟】观念辩论（展示P20-P21）

(互动) 最后一个环节，微型辩论：正方观点——合规投入占销售额3%值得投；反方观点——小卖家根本投不起。各给2分钟陈述。

(讲师总结：不是"投不投"的问题，是"按风险排序投多少"的问题。小卖家用轻量化打法——平台依赖、SaaS工具、Checklist——也能守住基本盘，第8课展开。)

环节四：实操练习 (105-125分钟)

【20分钟】双练习 (展示P22-P23)

练习一，七大维度诊断表：用工具一完成你的合规现状诊断，每个维度的打分都要附证据——是制度、是记录，还是"靠感觉"。输出三样：七维评分、最短板维度、一句话整改方向。

练习二，合规成本快算表：把你的占比估算落到纸面，对照18-25%基准写结论。

(小组分享，讲师抽点2-3人点评。点评重点：证据是否具体、最短板判断是否诚实。)

环节五：回顾与作业 (125-135分钟)

【10分钟】 (展示P24-P25)

回顾今天的框架：七大维度、五大执法数据、三大竞争优势、两个成本冲击案例。金句重申：合规投入不是费用，是保险。

课后作业：诊断表加快算表整理版，下次课前提交。预习任务：梳理你的主力SKU清单——货值、HS6类目数、目标市场。下节课我们拿着这份清单，重算税改后的成本账。

三、课后Q&A预案

Q1: "合规投入这么大，我们小卖家怎么活？"

A: 三个认知。第一，不合规的代价更大——一次CPSC召回可达数百万美元，一次账户封禁是全部销售收入，合规投入是保险不是消费。第二，合规有轻重——小卖家先守两条底线：产品认证齐全+税务申报准确，其余按风险排序逐步补。第三，有杠杆——平台依赖策略（全托管让平台承担大部分责任）+低成本SaaS工具+Checklist合规，1亿以下体量用轻量化打法就能满足基本盘，第8课有完整方案。

Q2: "我们只做美国市场，欧盟税改和我们有关系吗？"

A: 有，两层关系。第一层是间接的：欧盟税改把Temu、SHEIN的直邮模式逼向海外仓和多市场分散，这些平台的流量和价格策略变化会传导到美国市场竞争格局。第二层是直接的：美国自己的免税取消+12.5% 301关税已经生效，你今天的美国成本结构同样需要重算——这正是下节课的内容。另外提醒：只做单一市场本身就是合规风险（平台封号/政策突变时没有备份市场），多市场布局的合规尽调从第5课开始讲。