

跨境电商税务破局& 亚马逊 CPF 运营实战沙龙

时间：2026年01月15日 周四 14:00-17:00

地点：青岛市李沧区176号 信联天地3号楼 34层

点击立即报名预约

一、Q3-Q4 税务破局！

①掌握最新政策动态 ②分享成功案例 ③搭建长效合规体系

二、跨境合规 × 亚马逊绿标 CPF

①跨境合规地图 ②材质合规要点（木/纺织/塑料）

③亚马逊绿标 CPF ④木制品行业关注热点

01 TikTok年终大促：GMV多模式实现翻倍增长

TikTok Shop 美国站年终大促“Holiday Haul”落幕，跨境自运营（POP）GMV较基准期增长超130%、品牌商家增长超160%，全托管模式增长110%且海外仓助推周期内爆发超280%；内容场成为核心引擎，AI工具与图文/定时发布推动短视频量同比增3倍，平台宣布将于2026年3月中下旬启动春季大促，建议商家提前布局“春上新”

02 亚马逊退货新政：2月8日起高价值商品也需用预付标签

亚马逊宣布自2026年2月8日起，所有美国站卖家无论商品价值高低，均需统一通过亚马逊预付退货标签（APRL）计划处理客户退货，高价值商品原有的豁免条款将被取消。此举旨在提供更一致的退货体验，并将退款周期从14天缩短至7天。部分类别如手工制品、危险品、超大超重商品等仍享受豁免。若卖家认为退款非自身责任，可通过“电子商务交易卖家保障计划”（SAFE-T）申请索赔

03 TikTok上线邮件订阅功能

TikTok Shop 近期推出邮件订阅功能，允许消费者在结账时授权向卖家共享邮箱，用于订单通知、售后沟通与会员体系建设，突破传统平台的数据隔离限制，助力卖家沉淀客户资产并提升复购，平台正加速从“卖货平台”向“品牌增长平台”转型

04 俄罗斯拟2026年实施本土商品优先展示法案，规范电商线下

俄工贸部长宣布，“俄罗斯货架”法已完成跨部门协调，2026年3月1日起实施。电商平台无品牌搜索需优先展示俄产商品，选外资品牌须搭配俄替代款，比例按品类灵活设定；线下门店俄货需置于80-160cm显眼处。年营收低于20亿卢布的门店、单品牌店及免税店豁免，欧亚经济联盟产商品可纳入“俄罗斯货架”

05 亚马逊进军实体零售

亚马逊计划在芝加哥地区开设一家占地229,000平方英尺的商店，销售食品杂货和一般商品。这是亚马逊公司在实体零售领域的一次全新尝试，借鉴了沃尔玛公司和塔吉特公司等竞争对手的大型超市模式

06 泰国将启动双重用途物品出口许可制

泰国商务部外贸局宣布，将于2026年第一季度正式实施双重用途物品出口许可制度，并公布三项配套法规草案。新规将核武器相关产品列为"0类"管制物，细分为设备、测试仪器和材料三大类，要求列入国家战略物品清单的货物必须申请出口许可。同时，涉大规模杀伤性武器的物品将分为清单1（明确列管）和清单2（最终用途或用户涉嫌违规）两类管理