

新规倒逼合规升级 中企深耕德国市场正当时

■ 本报记者 赵爱玲

4月6日,商务部联合中央网信办、工业和信息化部等6部门发布《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》,此次出台的政策覆盖物流、合规、品牌、人才全链条,推动跨境电商从规模扩张转向高质量发展,助力“中国制造”向“中国品牌”升级。

德国是中国在欧洲最重要的贸易伙伴之一,随着中德经贸合作持续深化,跨境电商正成为双边贸易增长的新引擎。从当前德国电商市场整体规模和消费潜力来看,中企布局德国市场,面临哪些利好与结构性机遇? 欧盟近期实施跨境电商海关监管新规,中企出海德国还会遭遇哪些挑战? 记者为此专访了eBay国际跨境贸易事业部大中华区总经理林文奎。

德国成中企布局欧洲优选地

德国作为世界第四大经济体,凭借优良的网络基础设施、约7000万网民规模及超80%的网购渗透率,孕育出成熟繁荣的电商生态。Statista发布的《eCommerce in Europe》报告显示,欧洲电商市场年复合增长率达12%,德国站作为核心引擎持续领跑。

林文奎表示,德国是eBay全球核心主力市场之一。自1999年在德国开展业务以来,eBay是德国消费者最常使用的线上购物平台之一。据eMarketer 2025年7月的数据,2025年至2029年市场年复合增长率预计为8.29%,长期增长动能强劲。同时

德国互联网普及率高达95%,电商渗透率已突破66%,为线上消费持续扩张奠定了基础。海外卖家贡献了德国线上销售额约10%的份额,其中中国卖家凭借在时尚、3C、汽摩配等品类的突出优势,已成为拉动德国电商市场增量的核心力量。

“eBay德国站成为中国卖家开拓市场的伙伴。早在2002年,就有中国卖家注意到了德国市场的商机,并借助eBay平台挖到了跨境零售出口的第一桶金。此后的十几年中,在eBay平台上开展德国出口业务的中国卖家数量增长了30倍,销售额增幅却高达6000倍。”林文奎称,中国正处在跨境电商“全球多元化布局”的关键时间窗口,随着北美市场的成熟,欧洲正成为跨境电商的新蓝海,是中国卖家进行国际市场多元化布局、实现业务稳健增长的重要阵地。eBay也在进一步加大对中国卖家拓展欧洲市场,尤其是德国的投入,推出更多针对性扶持政策帮助卖家。

中企布局德国电商市场面临哪些核心利好与结构性机遇? 林文奎介绍说,从eBay平台数据看,结构性机遇包括:德国客单价较高,中高客单价中国商品更易获得认可;德国作为欧盟核心市场,本土化能力可复制至全欧盟,边际扩张成本较低。“基于eBay平台数据,3C数码、家居园艺、汽摩配、户外用品是德国消费者最青睐的中国商品;吸尘类家居一直都是明星产品,扫地机曾连续6年蝉联eBay德国站黑五单品销

售冠军;家居园艺类中国卖家每1秒售出1件产品,园艺产品每30秒售出1件;汽摩配品类增长显著,2025年前三季度控制臂球头、高压燃油泵、火花塞等细分产品均实现高速增长。细分增长快车道品类中,3D打印设备、母婴用品和小家电品类增长势头强劲。”林文奎称。

“2026年,eBay将继续推进‘掘金欧洲’卖家奖励计划,支持中国卖家稳步进入并拓展欧洲市场。‘掘金欧洲’奖励政策在去年第三季度推出以来,吸引了大批卖家踊跃参与,众多卖家在平台激励与政策支持下迅速完成了欧洲市场的布局和扩张,实现从0到1的规模化突破,此后更有大批优质卖家在欧洲业务上顺利达到更高阶段的增长目标。这也让大家更直观地看到了欧洲市场的潜力。”他说。

林文奎提到,在欧洲汽车保有量高、售后需求稳定的背景下,汽摩配品类的长期需求强劲,为中国卖家带来了新的拓展空间。他介绍说,eBay在德国、英国等欧洲核心市场汽配线上销售排名第一。目前欧洲汽车售后市场规模超过1800亿欧元,并且以每年5%的速度稳定增长,目前电商渗透率仅15%,到2027年,欧洲汽车售后线上市场将突破300亿欧元。

欧盟海关监管新规落地 合规与运营标准提升

欧盟于3月28日通过新的海关法规,

对跨境电商平台实施更为严格的监管措施。欧盟跨境电商海关监管新规实施,叠加德国本土严苛标准,中国卖家出海面临合规、物流、运营多重挑战,合规成本与运营难度显著提升。

“德国市场整体标准较高,且具备鲜明的本土消费特点,对卖家的本土化运营能力提出了更高要求。”林文奎认为,虽然德国市场对中国产品的需求巨大,但由于诸多原因,如语言障碍、严格的零售标准、产品认证及合规要求等,中国卖家参与德国市场的程度相比美国、英国等英语市场有较大提升空间,挑战集中在:语言沟通与本土化运营、产品合规与认证要求、精准把握当地消费者需求。

林文奎称,合规是跨境业务可持续发展,实现长效经营的重要基础。德国市场的合规要求覆盖税务、产品安全与环保等多个维度,确实具有一定复杂度。针对目前德国市场的合规要求,卖家需要特别关注以下三方面:首先是税务合规,确保德国增值税号码及企业信息需要和平台登记信息完全匹配,按时申报和缴纳增值税;其次是产品安全,例如产品需符合CE认证标准,需要提前准备测试文档等资料;最后是环保方面的法规,例如生产责任延伸包装法、能效标签等。

德国本土物流体系完善,消费者对配送时效、售后退换货及物流服务体验要求极高,跨境物流与海外仓布局也因此成为卖家运营的关键能力支点。面对这一高标准市

场,中国卖家在物流履约方面积极应对:合规成本随VAT新规、德国包装法及小包免税门槛取消而上升;德国买家对1天至2天送达与便捷退换的普遍期待,推动卖家持续提升本地化服务能力;清关与DDP模式需在用户体验与成本之间精细权衡等等。

德国市场是中国外贸高质量、品牌化数字化转型的试金石,其高合规标准与严苛消费需求,倒逼中国企业从“价格竞争”转向“品质竞争”。林文奎称,eBay从四方面助力中国品牌出海:开设德国站专属品牌店铺,提供定制化装修与流量倾斜;开展本地用户调研,适配德国消费文化,指导讲好品牌故事;依托欧洲站点资源,实现“德国布局,多站运营”,降低全域扩张成本;分享欧洲消费数据与品类趋势,指导品牌产品创新与市场定位,推动“商品出海”向“品牌出海”转型。

“eBay正依托德国站本土化优势,搭建入驻、运营、合规、物流、营销全链路扶持体系,助力中国企业实现规范稳健、可持续的全球化发展。”林文奎称,eBay长期以来为卖家提供合规层面多方面的支持。一是提供面向卖家的实时合规看板,面向卖家提供账号合规体检与规范运营指引;二是提供数据支持,一站式销售数据下载,支持申报资料的便捷整理与提取;三是提供合规政策专栏和线上线下的卖家培训,解读合规要点、分享最佳实践。此外,eBay还为卖家链接各领域的合规服务商资源,与行业专家共同为卖家提供专业支持。

2026年全国知识产权宣传周主场活动在京举行

■ 本报记者 钱颜

近日,由全国知识产权宣传周活动组委会主办的2026年全国知识产权宣传周主场活动在北京举行。

记者了解到,今年全国知识产权宣传周活动的时间为4月20日至26日,活动主题为“加强新兴领域知识产权保护 加快新质生产力发展”,将集中宣传习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论述精神,知识产权事业高质量发展成就、新兴领域知识产权保护实践、知识产权与国计民生的密切关系,充分展示知识产权在保护发明创造、促进产业创新、激发文化创意、助力品牌创建中的重要作用。

活动上,国家知识产权局局长申长雨表示,过去一年,在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下,我国知识产权事业发展取得新的进展,顺利实现“十四五”圆满收官。当前,新兴技术飞速发

展,新兴产业、未来产业快速崛起,这对加强新兴领域知识产权保护提出了新的更高要求。要深入学习贯彻习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论述和党中央、国务院决策部署,加快完善新兴领域知识产权保护制度,促进新质生产力发展,更好服务高质量发展。

中央宣传部副秘书长陈文俊表示,党的十八大以来,在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下,我国版权法律制度不断完善,保护环境持续改善,创造活力不断迸发,社会版权意识大幅提高。当前,以人工智能、大数据等为代表的新技术迅猛发展,为版权内容的创作、传播、保护、运用带来了新的机遇与挑战。要进一步提高政治站位,完善制度规则,强化执法监管,优化公共服务,深化国际合作,激发新兴领域版权创新创造活力。

国家市场监督管理总局副局长束为表示,新兴领域是科技创新的主战场,也是培育新质生产力的核心阵地。国家市场监督管理总局全面贯彻习近平总书记重要指示精神,党中央、国务院决策部署,持续推进专利、商标、地理标志等领域知识产权执法,强化商业秘密保护,依法保护各类经营主体的知识产权。下一步将深入开展专项执法行动,严厉打击侵权假冒行为,强化知识产权全链条保护,为加快建设创新型国家、推进中国式现代化提供坚实支撑。

世界知识产权组织(WIPO)总干事邓鸿森在视频致辞中表示,今年世界知识产权日的主题是“知识产权和体育:各就位、预备、创新!”知识产权不仅改变竞技方式,也在塑造竞技生态。专利、外观设计、商标、版权等知识产权促进体育相

关技术研发创新,鼓励对新装备、新系统、新想法的投资,帮助树立品牌并驱动体育营销,保护体育风格设计、赛事广播、社交媒体内容。知识产权资产的保护、管理和发展,已经成为体育的重要组成部分,激励着体育相关的创新创造。

宣传周主场活动现场发布了知识产权“便民利企”十件实事,包括集成办理、智能问答、按需审查、出海护航、多元化化解等服务。新兴领域创新主体代表、强脑科技高级副总裁杨承君和运动员代表、奥运会冠军张雨霏就加强新兴领域知识产权保护发起倡议并宣读倡议书。

宣传周期间,组委会各成员单位和各地方将围绕活动主题,在全国范围内集中开展知识产权宣传普及活动,共同营造“尊重知识、崇尚创新、诚信守法、公平竞争”的知识产权文化氛围。

《互联网平台价格行为规则》已于4月10日正式实施,我国在经济治理方面迈出关键一步。规则围绕平台经营者与平台内经营者的定价权利、价格内行规范及消费者权益保护等作出系统性规定,对于营造公平有序的市场环境、稳定市场预期以及推动平台经济健康可持续发展具有重要意义。

从制度设计看,规则是在充分尊重市场机制的基础上强化行为约束。一方面,明确平台经营者和平台内经营者依法享有自主定价权,有利于平台和商户根据成本、供需和市场竞争状况形成价格。针对低于成本销售、“大数据杀熟”、操纵价格等行为划定红线,有效防范平台利用数据与技术优势扭曲价格信号、扰乱市场秩序。另一方面,通过对明码标价、补贴促销等作出具体规范,强化行为监管,进一步提升价格信息透明度,防止虚假、夸大宣传误导消费者。将消费者权益保护摆在更加突出位置,明确免密支付、自动续费、自动扣款等支付相关服务,以及搭售服务,应当以显著方式提醒消费者并提供便捷取消途径,鼓励建立价格争议在线解决机制,有助于增强消费透明度和可预期性。

近年来,平台经济在促进消费、扩大内需、带动就业等方面发挥了重要作用,但同时也出现了一些价格行为失范问题。例如,复杂补贴规则掩盖真实价格,“同货不同价”现象引发争议,个别经营者通过低价销售排挤竞争对手等。这些行为不仅损害消费者权益,也削弱了市场公平竞争基础。此次规则的落地实施,有助于矫正这些偏差,推动平台经济回归规范发展轨道。

同时也要看到,面对平台经济覆盖范围广、交易模式复杂的特点,推动规则落地仍面临不小挑战。下一步,应持续推动互联网平台价格更加真实透明,让竞争更加公平有序,为经济高质量发展注入持续动力。

提升监管的精准性和穿透力。平台经济具有跨区域、数据化、隐蔽性强等特点,传统监管方式难以完全适应。需要监管部门加强协同,探索运用大数据、算法审查等技术手段,提高问题发现能力。还应完善消费者举报和线索反馈机制,降低维权成本,形成多元共治格局。

加强正面引导与规则宣传贯彻。规范价格行为并不意味着限制促销活动,而是要求其更加透明、真实、易理解。要引导平台和商户在规则框架下开展促销,避免通过复杂规则或虚假宣传误导消费者。可通过典型案例解读,让经营者知边界、守规则,也让消费者看得懂、算得清。

夯实商品与服务基础。督促经营者对商品规格、产地、等级及服务内容进行清晰标注,切实保障消费者知情权和选择权,让优质优价成为市场共识。

着力营造公平竞争的市场环境。以推动落实该规则为契机,防止平台滥用市场支配地位,保护中小经营者发展空间,推动形成竞争充分、优胜劣汰的市场环境,进一步增强企业发展预期和发展信心,充分释放市场活力。

(作者系国家发展改革委营商环境发展促进中心副研究员 来源:经济日报)

规范价格行为 让竞争更公平

■ 翟大伟

美国232关税升级 中国企业如何破局

■ 柴裕红 赵博宇

2026年4月2日,特朗普签署第11021号总统公告,宣布自4月6日起对2018年实施的232钢铝关税(以下简称“232关税”)进行调整,全面升级计税方式并扩大适用范围,进一步强化其第一任期内实施的单边贸易保护措施。232关税是特朗普政府对全球贸易伙伴施压的关键贸易武器之一,理清其发展历史和运行机制有助于应对美国单边主义行为,降低企业贸易风险。

美国232关税运行特点

232关税规则早在冷战期间就已经建立,在2017年前仅用于石油、铀等少数国防相关产品,很少实施全面关税。2018年3月,特朗普政府启动232关税,对美国进口的钢铁和铝分别加征25%和10%的关税。虽然世贸组织专家组明确裁定该关税违法,但美国政府拒绝执行裁决,232关税在经过拜登政府微调后延续到特朗普政府第二任期内。2026年4月,特朗普政府大幅修改关税征收规则,将铜和相关金属制品纳入征收范围,并将计税基数调整为按商品完整海关总货值全额征税,大大加强了232关税的征收力度。

与3月发起的301调查类似,232关税的发起与实施由总统主导,国会和最高法院难以形成有效牵制。依据第232条(c)(d)款,关税由商务部发起,总统最终裁定,除石油制品外国会无否决权。在准备时间上,相较于301调查最长12个月的漫长调查期限,232关税调查期限仅为270天,经总统批准仅需15天即可实施,灵活性和可执行性显著高于过去实施的关税。

232关税的启动门槛极低,事实上允许总统根据需要随时启动和调整关税。第232条(d)款设置了极为宽泛的关税启动条件,只要认为“外国竞争对国内产业经济福利造成影响”,美国总统或美国商务部长就可以发起关税调查。与反倾销税、122国际收支临时关

税等传统税种相比,232关税的启动实施不设最长期限制,不受国会和法院的双重监督,是完全受行政权主导的单边贸易武器。

232关税的覆盖范围极其广泛,可以针对某一产品的全产业链及其衍生品征收关税。第232条(c)(1)(ii)款明确授权总统调整涉案产品及其衍生品的进口,不存在针对产品品类或产业链环节的限制,总统可自主将各类工业制品随时纳入关税管制范围,构建全覆盖无死角的贸易壁垒。此次调整表明在单边主义抬头的背景下,特朗普政府随时可能利用232关税条款授权扩大贸易限制范围,未来全球产业链与国际贸易的不确定性将进一步加剧。

关税调整下的贸易风险

首先,计税基数扩大,税负显著增加。在计税基数上,调整后的关税“适用于铝、钢、铜制品及其衍生制品的全部海关完税价格,不论其金属含量多少”,完全抛弃此前按照金属含量计税的规则,将计税基数从金属部件价值扩大至产品全部价值。在税率层面,公告对钢铝基础品设定50%从价税、衍生品设定25%从价税。只有英国等少数国家产品可以享受优惠税率,原有的数十万项特定产品例外条款被取消,中国出口商品在税率提高的同时无法享受任何关税豁免或减免。全货值计税方式叠加高税率无减免大幅抬高我国出口商的关税成本,整体出口成本显著上升。

其次,不设政策缓冲期,在途货物直接承压。公告第4.5条规定,新的关税政策在2026年4月6日美东夏令时00:01起正式生效,从公告发布到新规落地仅4天时间。本次关税调整不设置政策缓冲期,仅以进口清关时间作为适用判定标准,未对在途货物作出任何豁免或过渡安排,已装运发运的货物抵达美国口岸后须直接适用新的全货值计税方法和海关清关审查规则,企业将面临极高

的成本溢价与合规压力。

最后,海关执法收紧,规避难度增大。美国海关与边境保护局将在商品过关时针对原产地实施穿透式审查,公告第20条明确要求进口商提供材料证明“所涵盖金属制品的原材料在哪些国家进行冶炼,以及这些金属制品最终在哪些国家完成铸造”,通过转口贸易和第三国加工的方式规避关税的难度激增。举证责任完全由出口商承担,企业必须提供原产地证明、冶炼铸造证明和第三方材质检测报告,数据不符即按违规处理。海关还将严查通过伪报商品归类、低报货值、拆分货值等方式进行的避税行为,违规后果从补缴税款升级为货物扣押,甚至刑事追责。

中国企业的应对之道

中国企业应对232关税有以下路径。一是加强合规建设,开展风险排查。针对美国海关大幅提高的执法力度,中国企业应结合总统公告和美国海关发布的“232关税常见问题解答”开展经营风险排查,在不触碰红线的前提下最大限度维持对美贸易。对照商品名称及编码协调制度(HS)和公告清单核对产品税号,区分50%税率原料品、25%税率制成品、附件二免税品和附件三临时降税品,避免归类错误而被执法当局认定存在违法避税行为。必须放弃违规转口避税,向供应商索取冶炼铸造证明和原产地证书,积极应对美国海关的穿透式审查。

服務四海 誠信天下

中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com

廣告