

MARGINPILOT

跨境 SKU 利润体检报告

样例客户 · 5 个 SKU · Amazon / TikTok Shop / Shopee

报告日期：2026-06-21

数据口径：人民币 · 单件经营贡献

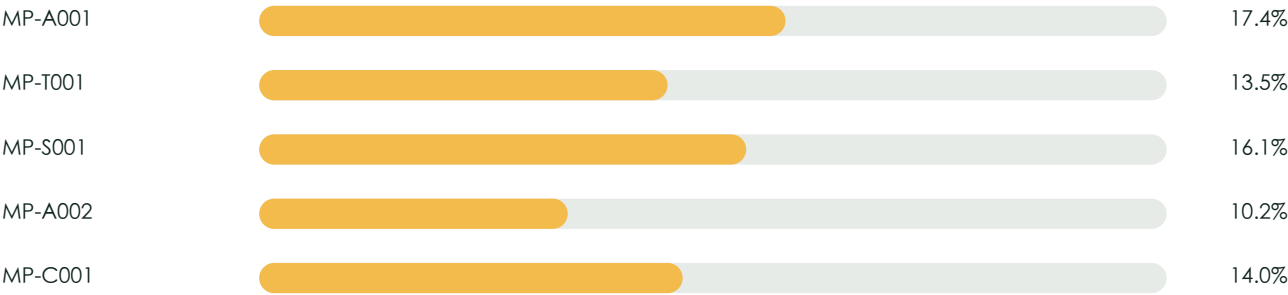
结论先行：当前组合有利润，但没有一个 SKU 达到 20% 健康净利率。先优化广告和定价，再扩大投放。

01 经营结论

本次分析把平台及支付费、广告与达人、商品与物流、预期退货损失、税费和其他单件成本放入同一口径。

5	0	14.2%
已分析 SKU	健康 SKU	组合平均净利率

SKU 净利率分布



优先级	发现	建议
P0	5 个 SKU 全部低于 20% 健康线	暂不整体放量，先做售价和广告敏感性测试
P1	MP-A002 净利率仅 10.2%	广告占比降低 5 个百分点或重新核价
P1	MP-A001 的利润弹性最好	先做 +8% 售价小流量测试，预计净利率升至 21.1%

02 SKU 诊断明细

净利率低于或等于 0% 为亏损；0%-20% 为偏薄；20% 及以上为健康。保本售价和广告上限均为模型估算。

SKU	平台	售价	销售收入¥	净利润¥	净利率	保本售价	广告上限	状态
MP-A001	Amazon US	\$29.99	215.93	37.57	17.4%	\$22.20	35.4%	偏薄
MP-T001	TikTok Shop US	\$24.99	179.93	24.30	13.5%	\$19.84	23.5%	偏薄
MP-S001	Shopee	\$18.99	136.73	21.96	16.1%	\$14.63	26.1%	偏薄
MP-A002	Amazon US	\$39.99	287.93	29.40	10.2%	\$33.51	32.2%	偏薄
MP-C001	自定义	\$14.99	107.93	15.15	14.0%	\$12.19	26.0%	偏薄

机会测算

动作	基准利润	新利润	净利率变化	测试建议
MP-A001 售价 +8%	¥37.57	¥49.14	17.4% → 21.1%	先对 10%-20% 流量测试 7 天
MP-A001 广告 -5pp、退货 -2pp	¥37.57	¥49.07	17.4% → 22.7%	拆分广告词并修正高退货承诺

03 七天行动计划

Day 1	暂停 MP-A002 的新增预算；确认 5 个 SKU 的实际平台账单费率。
Day 2	对 MP-A001 建立 +8% 售价测试组，控制在 10%-20% 流量。
Day 3	拆分广告词，停止最近 14 天无转化且已达到目标获客成本 1.5 倍的词。
Day 4	核对退货原因，把尺寸、材质或交付承诺问题写入商品页。
Day 5-6	保持其他变量不变，记录订单、广告占比和退款变化。
Day 7	用实际账单重算；净利率达到 20% 且转化未显著下降，再逐步放量。

方法与边界

销售收入 = 售价 × 汇率。平台及支付费、广告、达人和税费按销售收入比例计算；预期退货损失 = 退货率 × 单次退货损失；净利润为收入扣除全部上述成本及采购、物流、其他单件成本后的经营贡献。实际结算可能包含仓储、长期仓储、赔付、汇兑、促销补贴、逆向物流和税务差异，本报告不替代平台账单、税务或会计意见。

数据最小化：客户可以使用匿名 SKU。MarginPilot 不需要店铺密码、买家信息、订单明细或其他个人数据。