

2026-2031年中国传统商贸企业跨境电商行业发展趋势展望及投资战略分析报告

报告简介

随着国内经济的发展，传统商贸企业跨境电商市场发展面临巨大机遇和挑战。在市场竞争方面，传统商贸企业跨境电商企业数量越来越多，市场正面临着供给与需求的不对称，传统商贸企业跨境电商行业有进一步洗牌的强烈要求，但是在一些传统商贸企业跨境电商细分市场仍有较大的发展空间，信息化技术将成为核心竞争力。本报告通过深入的调查、分析，投资者能够充分把握行业目前所处的全球和国内宏观经济形势，具体分析该产品所在的细分市场，对传统商贸企业跨境电商行业总体市场的供求趋势及行业前景做出判断;明确目标市场、分析竞争对手，了解产品定位，把握市场特征，发掘价格规律，创新营销手段，提出传统商贸企业跨境电商行业市场进入和市场开拓策略，对行业未来发展提出可行性建议。为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报;为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、传统商贸企业跨境电商行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国传统商贸企业跨境电商市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了传统商贸企业跨境电商前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对传统商贸企业跨境电商市场风险进行了预测，为传统商贸企业跨境电商生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在传统商贸企业跨境电商行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国传统商贸企业跨境电商行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一章 传统企业转型跨境电商的机遇与挑战

1.1 传统企业面临的极限挑战

1.1.1 宏观经济减速

(1)GDP增长情况

(2)社会消费品零售总额

(3)居民消费价格指数

(4)居民消费价格指数

(5)固定资产投资情况

工业经济增长情况

进出口总额走势分析

1.1.2 电商激烈竞争

(1)电商行业发展迅速

(2)跨境电商抢占市场

1.1.3 成本费用上升

1.2 跨境电商千载难逢的机遇

1.2.1 跨境电商重点扶持政策

(1)改善跨境电商市场环境政策

(2)优化配套的行业监管措施

(3)完善通关通检政策措施

(4)明确规范进出口税收政策

(5)完善电子商务支付结算管理

1.2.2 国际物流成本与效率优化

(1)邮政包裹

(2)国际快递

(3)专线物流

(4)传统外贸物流+海外仓

(5)不同物流模式对比

跨境通关服务平台

1.2.3 跨境支付系统日趋完善

(1)网民跨境支付偏好分析

(2)跨境支付企业经营模式

(3)跨境电商结汇方式

1.2.4 “大数据+云计算”作用突出

(1)“大数据+云计算”发展情况

(2)“大数据+云计算”政策分析

(3)“大数据+云计算”作用分析

(4)“大数据+云计算”应用案例

1.3 全国试点城市跨境电商平台分析

1.3.1 上海跨境贸易电子商务平台/“跨境通”

(1)上海自贸区具体情况概述

(2)上海自贸区内的政策

(3)跨境支付结汇

(4)跨境电商企业

(5)相关物流企业

1.3.2 重庆跨境贸易电子商务公共服务平台/ “e点即成”

(1)重庆两路寸滩保税港区概况

(2)政策优惠

(3)跨境支付结汇

(4)企业分类

(5)重庆与其他跨境电商城市相比的突出优势

1.3.3 中国(杭州)跨境电子商务综合试验区/ “跨境一步达”

(1)杭州保税区的具体情况概述——下沙保税区

(2)保税区内的关税税收优惠

(3)保税区对跨境电商企业的政策优惠

(4)跨境支付结汇

(5)跨境电商企业

相关物流企业

杭州独特的跨境电商发展优势

1.3.4 宁波保税区跨境贸易电子商务进口业务/ “跨境购”

(1)宁波保税区概述

(2)保税区内的优惠政策

(3)跨境支付结汇

(4)跨境电商企业

(5)相关物流企业

1.3.5 郑州国际E贸易园区/ “E贸易”

(1)郑州保税区具体情况概述

(2)保税区内的优惠政策

(3)跨境支付结汇

(4)跨境电商企业

(5)相关物流企业

郑州试点城市的优势

1.3.6 广东跨境电商产业园区

(1)广东自贸区的具体情况概述

(2)保税区内的优惠政策

(3)保税区内的跨境电子商务发展

(4)跨境支付结汇

(5)跨境电商企业

相关物流企业

第二章 第三方跨境电商平台的特色与选择

2.1 亚马逊——跨境电商巨头的多品类战略

2.1.1 平台主营产品

2.1.2 海外购模式

(1)海外购模式分析

(2)全球购·闪购项目

(3)亚马逊跨境战略进入2.0时代

2.1.3 跨境物流与海外仓物流(FBA)

2.1.4 经营情况分析

2.1.5 网站推广与优化

2.1.6 亚马逊的云服务(AWS)

(1)AWS概况

(2)AWS核心服务

(3)AWS创新加快

(4)AWS经营情况

(5)AWS发展动力

2.2 eBay外贸门户——全球最大的国际贸易电子商务平台

2.2.1 平台介绍和供应链

(1)eBay平台

(2)产品特点

(3)供应链服务分析

2.2.2 在线支付工具PayPal

(1)付款特点

(2)收款特点

2.2.3 盈利模式分析

(1)盈利模式

(2)收入来源

2.2.4 卖家保护政策分析

(1)不良交易记录移除政策

(2)新兴市场卖家相关移除政策

(3)国际e邮宝相关移除政策

(4)WINIT海外仓相关移除政策

(5)自动五星评价政策

举报及阻止不受欢迎的买家

2.2.5 贸易门槛分析

2.2.6 海外仓分析

(1)海外仓用户不断增长

(2)海外仓提升卖家竞争力

(3)各国海外仓商品统计

2.3 全球速卖通——中国最大B2C交易平台

2.3.1 平台主营产品

2.3.2 平台目标客户

(1)买家客户

(2)卖家客户

(3)买家卖家的扩展

2.3.3 平台服务提供

(1)平台自身的资源配置

(2)平台核心合作伙伴

2.3.4 速卖通联盟营销

2.3.5 平台收入来源

2.4 敦煌网——第三方B2B跨境交易平台

2.4.1 平台简介

2.4.2 商业模式

(1)交易佣金模式

(2)服务费模式

2.4.3 特点分析

(1)面向全国供应商

(2)平台化运营

(3)一体化服务

(4)移动端领先

2.4.4 敦煌网多语言站点

2.4.5 主要市场和客户

2.5 大龙网——跨境电子商务O2O平台

2.5.1 平台简介

2.5.2 商业模式

(1)自营：进销差价模式

(2)平台：服务收费模式

2.5.3 特点分析

(1)跨境O2O模式

(2)云库房

(3)本土化运营

2.5.4 Osell全球业务平台

2.5.5 主要市场分析

第三章 外贸企业转型跨境电商的方向与案例分析

3.1 建立自营式B2C电商平台

3.1.1 转型自营式B2C跨境电商面临的抉择

- (1)从线下营销向互联网营销转变
- (2)从以业务员为核心向以电商平台为核心转变
- (3)从薄利多销的批发模式向“小、快、灵”的零售模式转变

3.1.2 兰亭集势——自营式B2C出口电商平台案例分析

- (1)商业模式
- (2)供应链优势
- (3)网络营销分析
- (4)本地化举措
- (5)主营产品

主要市场和客户

3.1.3 蜜芽——自营式B2C进口电商平台案例分析

- (1)主营产品分析
- (2)交互社区建设
- (3)保税新渠道合作
- (4)商业模式：“直采+直邮/保税+特卖+社交”

3.2 成为跨境电商企业配套解决方案提供商

3.2.1 跨境电商配套服务主要链条

- (1)产品质量溯源
- (2)流程标准
- (3)质量鉴证
- (4)转运物流

(5)跨国支付

商户培训

3.2.2 传统外贸企业做配套服务的优势

3.2.3 东方创业案例——对接上海“跨境通”平台+建立自主进口电商

(1)公司主营业务分析

(2)配套方案解决提供

(3)跨境电商转型分析

第四章 零售企业转型进口电商的方向与案例分析

4.1 零售企业转型进口电商的方向与建议

4.1.1 建立合规电商平台，打造海外供应链

(1)建立符合监管要求的电商平台

(2)建立海外供应链，实现海外招商和采购

4.1.2 既有国内线下资源的扬长避短

(1)优势：线下实体店的体验功能

(2)挑战：与既有品类和品牌的协调

4.2 苏宁云商案例——自营+开放双模式，与外运发展开展战略合作

4.2.1 跨境电商先发和采购优势

(1)实体店连锁和电商平台

(2)首获国际快递牌照电商

(3)对海外零售连锁的并购

4.2.2 “自营+开放招商”双模式

(1)“全球购”业务分析

(2)跨境口岸入驻情况

(3)海外直接采购布局

(4)跨境物流项目合作

4.3 重庆百货案例——背靠重庆保税区，自采模式搭建跨境电商平台

4.3.1 网上商城“网商逛重百”

4.3.2 与重庆口岸的战略合作

4.3.3 跨境电商平台“世纪购”

(1)平台基本定位

(2)主要商品种类

(3)海外直采自营

(4)重点仓储基地

(5)世纪购优势

4.3.4 线下展示平台——世纪SHOW保税名品店

4.4 步步高案例——“O+O”大平台转型战略下的关键布局

4.4.1 步步高大平台战略解析

(1)大会员平台

(2)大电商平台

(3)大物流平台

(4)大便利平台

(5)大支付平台

4.4.2 云猴网全球购单元分析

(1)商品来源

(2)配送模式

4.4.3 海外供应链建设

(1)优质商品的代理权

(2)全球采购中心建设

(3)海外巡游模式规划

第五章 中国跨境电商发展趋势与投资机会

5.1 中国跨境电商发展趋势

5.1.1 交易特征：产品品类和销售市场更加多元化

5.1.2 交易结构：B2C占比提升，B2B和B2C协同发展

5.1.3 交易渠道：移动端成为跨境电商发展重要推力

5.1.4 产业生态：产业生态更为完善，各环节协同发展

5.2 跨境电商最新投资机会及案例

5.2.1 三维度——开创另类跨境电商新大陆

(1)“红条购物”投资+购物模式

(2)商业模式上的独特性体现

5.2.2 拉拉米——跨境电商获5000万A轮融资

(1)主营产品类目

(2)“N+1”盈利模式

(3)知名品牌代理

(4)产业链的整合

(5)获得融资情况

5.2.3 采伴网——专注于跨境电商B2B服务的平台

(1)独创跨境分销综合服务平台

(2)全方位跨境供应链服务体系

(3)中国跨境进口电商一站式采购服务平台

5.2.4 五洲会海购——进口电商平台获2亿元投资

(1)主打商品

(2)供货方式

(3)运营模式

(4)采购团队

5.2.5 么么嗖——专注美国购物的时尚社交电商平台

(1)么么嗖平台介绍

(2)平台定位

(3)产品功能

(4)创业团队

(5)技术优势

发展规划

图表目录

图表：2021-2026年我国GDP增长情况(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额变化情况(单位：亿元，%)

图表：居民消费价格指数(单位：%)

图表：工业生产者出厂价格涨跌幅(单位：%)

图表：工业生产者购进价格涨跌幅(单位：%)

图表：2021-2026年中国城镇固定资产投资及同比增速(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年我国规模以上工业增加值增速(月度同比)(单位：%)

图表：2021-2026年我国进出口总值情况(单位：亿美元)

图表：2021-2026年中国电子商务交易规模(单位：万亿元，%)

图表：2021-2026年中国电子商务直接从业人员规模(单位：万人)

图表：传统企业与跨境电商外贸模式对比分析图

图表：出口电商行业平台发展历程分析图

图表：进口电商行业平台发展历程分析图

图表：2021-2026年中国跨境电商交易规模走势图(单位：万亿元)

图表：2021-2026年中国跨境电商交易规模进出口结构图(单位：%)

图表：2021-2026年中国跨境电商交易规模B2B与B2C结构图(单位：%)

图表：2021-2026年中国跨境电商细分市场交易额比重结构图(单位：%)

图表：目前国内市场跨境电商经营模式格局分析图

图表：跨境电商商贸环境相关政策汇总

图表：跨境电商行业监管相关政策汇总

图表：跨境电商通关通检相关政策汇总

图表：跨境电商税收相关政策汇总

图表：跨境电商支付结算相关政策汇总

图表：海外仓储模式示意图

图表：不同物流模式对比分析列表

图表：跨境易对保税进口(B2B2C)的综合解决方案示意图

图表：我国网民跨境转账与汇款渠道分布示意图

图表：我国网民跨境支付偏好分布示意图

图表：跨境支付企业经营模式分析表

图表：出口电商主要结汇方式列表

图表：2021-2026年全球大数据市场规模以及预测走势图(单位：亿美元)

图表：2021-2026年国内大数据市场规模以及预测走势图(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年全球云计算市场规模以及预测走势图(单位：亿美元，%)

图表：2021-2026年国内公有云市场规模走势图(单位：亿元，%)

图表：新信息基础设施三要素

图表：不同行业对云服务的需求特点

图表：云计算+数据行业的主要政策列表

图表：数据不同特征下带来的应用价值示意图

图表：亿赞普跨境电商服务框架示意图

图表：“7+2” 税收政策简介

图表：两路寸滩保税港区图示

图表：保税港区优惠政策

图表：易结汇使用流程

图表：跨境电商企业分类表

图表：下沙保税区区位示意图

图表：“一心四区以心串区” 的物流产业布局分析表

图表：保税区税收政策一览表

图表：保税区对跨境电商企业的政策优惠分析表

图表：杭州试点园区跨境进口模式与流程示意图

图表：杭州试点园区跨境出口模式与流程示意图

图表：杭州跨境电商综合试验区的创新建设示意图

图表：跨境购运营方式示意图

图表：河南保税物流中心区位图

图表：“E贸易”配套服务体系分析表

图表：广东自贸区概览图

图表：保税港区便利通关措施分析表

图表：2021-2026年亚马逊中国品牌及SKU数量飙升(单位：个，万个)

图表：亚马逊海外购品类结构图(单位%)

图表：2021-2026年亚马逊海外购业务上线后流量暴增(单位：%)

图表：2021-2026年单个用户平均浏览页面数走势图

图表：亚马逊物流中心遍布主要国家(单位：万平方米，个)

图表：“亚马逊物流+”项目分析表

图表：亚马逊已完成多国家、多品类布局

图表：2021-2026年亚马逊国际市场与北美市场经营走势图(单位：亿美元)

图表：亚马逊开放第三方平台有效提振销售业绩(单位：亿美元，%)

图表：亚马逊AWS业务扩张时间表

图表：AWS全球区域和节点网络示意图

图表：亚马逊AWS主要应用与服务分析表

图表：2021-2026年AWS创新服务和应用增长情况

图表：2021-2026年AWS业务营收情况和占亚马逊总营收比例走势图(百万美元，%)

图表：2026-2031年AWS业务占亚马逊总营收比重预测图(单位：%)

图表：AWS 业务用户数增加带来“规模效应”

图表：全球速卖通买家客户分析

图表：全球速卖通卖家客户分析

图表：全球速卖通买家客户拓展分析

图表：全球速卖通买卖客户拓展分析

图表：速卖通联盟佣金类别分析

图表：敦煌网发展历程分析图

图表：大龙网发展历程分析图

图表：大龙网商业模式分析图

图表：2021-2026年A股外贸上市公司毛利率(单位：%)

图表：2021-2026年A股外贸上市公司净利率(单位：%)

图表：兰亭集势进销差价模式解析

图表：兰亭集势平台佣金模式解析

图表：兰亭集势本地化举措

图表：2021-2026年兰亭集势分区域营业收入情况(单位：万美元)

图表：2021-2026年兰亭集势分区域营业收入占比情况(单位：%)

图表：2021-2026年中国婴童行业市场交易规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国网络购物品类市场份额(单位：%)

图表：1985-婴儿潮新增人口正进入生育旺盛期

图表：2021-2026年母婴电商获得融资情况(单位：万美元)

图表：蜜芽交互社区的建设

图表：蜜芽商业模式(直采+直邮/保税+特卖+社交)

图表：保税进口与传统模式价格对比(以日本纸尿裤为例)

图表：传统买卖企业做配套服务的优势分析

图表：东方国际物流(集团)有限公司仓储资源分布

图表：上海领秀电子商务有限公司部分获取授权品牌

图表：2021-2026年苏宁云商大陆地区按照店面类型分布情况(单位：家，%)

图表：全球购开放类目

图表：全球购交易流程

图表：苏宁易购保税区发货示意图

图表：苏宁易购国际直邮示意图

图表：苏宁物流时效性分析

图表：步步高商业连锁股份有限公司大平台战略示意图

图表：网购保税区发货配送流程图(全程预计7-10天)

图表：直邮商品配送流程图(全程预计15-30天)

图表：跨境电商B2C优势列表

图表：红条购物模式解析

图表：移动商城APP、充值宝及刷卡器三角布局

图表：采伴网跨境分销综合服务平台结构示意图

图表：采伴网全方位跨境供应链服务体系

图表：五洲会海购主打产品列表

图表：五洲会海全球仓库分布图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：86309

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170707/86309.shtml>

在线订购：[点击这里](#)