

2024-2029年中国跨境电商行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

发展现状

跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。与传统贸易相比，跨境电商缩短了从批发到零售等多个环节，有效降低了各种商业成本，拓展了对外贸易的新渠道。跨境电商不仅改变了传统的世界贸易格局，冲破了国家间障碍，促进了全球贸易便利化，也引发了世界经济贸易的巨大变革。跨境电商作为新的外贸方式、新的交易模式和新的经济增长点，有着巨大的市场潜力和生命力。随着国家电商运营环境的改善和相关扶持政策的出台，为跨境电商的发展提供了更大机遇。未来跨境电商行业有望继续保持强劲增长态势。近年来，我国跨境电商的交易规模保持快速增长态势，在进出口贸易中的渗透率逐年攀升，保持了年均约30%的增速。在外贸进出口增速下滑，传统竞争优势削弱的压力下，国家出台了一系列政策和居民消费结构变化等因素，推动了跨境电商的发展。跨境电商日渐成为新的外贸增长点，对外贸增长起到了较大的推动作用。全球化趋势与中国电商行业发展迅猛，给跨境电商带来巨大发展机遇，大型平台的专业运营给行业带来口碑，中国跨境电商市场的发展态势良好。

市场容量

2017年跨境电商交易规模仍以较高增速发展，增至8.06万亿元。2013-2018年，中国跨境电商交易规模增速持续下滑，其中2013-2014年下滑幅度最大，后3年(2015-2017年)的增速下滑水平保持稳定。2018年跨境电商交易规模继续实现平稳增长，预计2019-2021年交易规模年均增长速度保持25%左右，2019年中国跨境电商交易规模有望突破11万亿。中国是世界上重要的产品出口大国，近几年整体出口总量相较稳定，出口跨境电商逐步取代了一般贸易，成长性良好。2018年货物进出口总额305050亿元，同比增长9.7%;贸易总量首次超过30万亿元，创历史新高。据海关统计，2019年1-4月，我国货物贸易进出口总值9.51万亿元人民币，比2018年同期增长4.3%。其中，出口5.06万亿元，增长5.7%;进口4.45万亿元，增长2.9%。

2017年中国出口跨境电商交易规模为6.3万亿元，同比增长14.5%。2017年中国跨境电商的出口占比达到78.2%，2018年中国出口跨境电商交易规模达7.9万亿元，占比达80.6%。随着云计算、大数据、人工智能等新兴数字技术广泛运用于跨境贸易服务、生产、物流和支付环节，将大幅提升跨境电商行业效率。受政策支持、市场环境改善等诸多利好因素影响，中国跨境出口电商持续扩张。由于产品的性价比和交易的便利性，跨境贸易线下部分环节开始移至线上，传统外贸企业加速触网。在传统外贸转型升级的过程中，跨境电商重要性凸显。

格局方向

中国跨境电子商务主要集中在长江三角洲和珠江三角洲两地。沿海经济发达省份海淘热度高，占据了订单量最高的前10名中的8席。其中，上海市、广东省、浙江省订单量排名前三，江苏省和北京市分列第四和第五位，服饰、鞋帽和家居类产品销售领先;珠三角拥有高度集中的生产制造基地、丰富的外贸人才储备，成

为跨境电子商务卖家集聚地。近年来，B2B电子商务交易成为投资与创业的热点，成为外贸增长的新动力。跨境电商在构建“网上丝绸之路”、促进创新创业，推动传统产业转型升级方面将进一步发挥积极作用。随着“一带一路”沿线国家跨境电商政策逐渐放开，经济增长带来的可支配收入提升、移动互联网发展带来的互联网普及率提高以及支付、物流等配套服务设施的进一步完善将进一步推动我国跨境电子商务快速增长；另一方面，“一带一路”沿线国家的优质品牌也将通过跨境电商渠道进入中国市场，实现当地产业升级和中国市场消费升级的双赢。

趋势预测

跨境电商是互联网时代的产物，是“互联网+外贸”的具体体现，必将成为新的经济增长热点。由于信息技术快速发展，规模不再是外贸的决定性因素，多批次、小批量外贸订单需求正逐渐代替传统外贸大额交易，为促进外贸稳定和便利化注入了新的动力。2018年11月，财政部、海关总署与税务总局联合发布通知，2019年起将跨境电子商务零售进口商品的单次交易限值由人民币2000元提高至5000元，年度交易限值则提高至26000元。中国跨境电商行业处稳步增长期，市场规模不断扩大，用户的跨境网购习惯已逐渐养成，进口电商零售市场将在未来几年仍保持平稳增长，进入高质量、快速发展的重要阶段。近年来，中国跨境电子商务交易规模迅速增长。2018年中国跨境电商交易规模达到9.8万亿元，2020年跨境电商交易规模有望突破12万亿元，占整体货物进出口比重超过37%。

前景分析

近年来，国家力促跨境电商的发展，更多旨在扶持传统外贸企业借助互联网的渠道实现转型升级。在“互联网+外贸”的模式下，催生了蓬勃兴起的跨境电子商务行业。跨境电商平台通过引入高质量海外进口商品获得国内消费者的青睐，未来跨境电商行业将持续高速发展。未来跨境电商行业商品多样化趋势会更加明显，通过加强和国内跨境电商平台合作，大量中小型海外优质品牌得以进入中国市场，满足消费者的同时，这些品牌也迎来极大发展空间。

问题分析

我国跨境电子商务虽然近年来发展较快，但全球竞争力排名依然比较落后，相关资料显示，从连贯性和技术基础设施、商务环境、社会文化环境、法律环境、政府政策、消费者和企业接受度6个方面来看，我国跨境电子商务仅排在全球第56位，信用、物流、通关、检验检疫、支付、结汇、退税等诸多环节存在的问题，以及现行管理体制、政策、法规等都影响了跨境电子商务的发展。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国电子商务协会、中国商业联合会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国跨境电商及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国跨境电商行业发展状况和特点，以及中国跨境电商行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的跨境电商行业发展态势作了详细分析，并对跨境电商行业进行了趋向研判，是跨境电商经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前跨境电商发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【美国启动对中国输美商品加征关税，贸易摩擦如何影响全球贸易格局?国际贸易环境和关系将发生如何变化?主要国家贸易及跨境电商交易会有哪些变化?】

第一章 跨境电商发展综述

第一节 跨境电商的定义及分类

一、跨境电商定义

二、跨境电商的主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 跨境电商的统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2019-2023年中国跨境电商行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 跨境电商行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、海外大型零售商超的供货

2、贸易商的供货

3、品牌商的供货

五、行业下游产业链相关行业分析

1、产业链服务商

2、外贸从业人员培训

3、跨境电商平台培训

4、跨境电商托管

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 跨境电商的市场环境及影响分析 (pest)

第一节 跨境电商的政治法律环境(p)

一、行业监管政策动态

二、国内跨境电商政策规划

三、国外跨境电商相关政策

四、政策环境对行业的影响

第二节 跨境电商行业的经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 跨境电商行业的社会环境分析(s)

一、跨境电商产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、跨境电商产业发展对社会发展的影响

第四节 跨境电商行业的技术环境分析(t)

一、大数据技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、我国大数据行业新技术研究

二、edi技术发展水平

- 1、我国电子商务行业技术水平所处阶段
- 2、与国外电子商务行业的技术差距

三、sku管理技术发展分析

四、跨境电商主要技术发展趋势

五、技术环境对跨境电商的影响

第三章 关税税率调整的背景下跨境电商的机遇与挑战分析

第一节 宏观经济对跨境电商竞争的影响分析

一、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
- 6、工业经济增长情况
- 7、进出口总额走势分析

二、电商激烈竞争

- 1、电商行业发展迅速
- 2、跨境电商抢占市场

三、成本费用上升

第二节 关税税率对跨境电商的影响分析

一、中国税率设置分析

- 1、法定税率分析
- 2、最惠国税率分析
- 3、协定税率分析
- 4、特惠税率分析
- 5、普通税率分析
- 6、暂定税率分析
- 7、配额税率分析
- 8、信息技术产品税率(下称ita税率)分析
- 9、特别关税分析

二、税率适用分析

- 1、税率的适用分析
- 2、税率适用中的几种特殊情况
- 3、税率适用的时间分析

三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

- 1、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》税率调整分析
- 2、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》对跨境电商交易限额分析
- 3、《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》对跨境电商出口影响
- 4、我国跨境电商平台数量规模分析
- 5、我国跨境电商平台进出口额规模分析
- 6、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》对跨境电商影响分析

第三节 跨境电商千载难逢的机遇

一、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

二、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
- 6、跨境通关服务平台

三、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

四、“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

第二部分 行业深度分析

【跨境电商行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(产值、市场规模.....)?跨境电商市场供需形势怎样?未来需求形势如何?】

第四章 我国跨境电商行业运行现状分析

第一节 我国跨境电商行业发展状况分析

一、我国跨境电商行业发展阶段

二、我国跨境电商行业发展总体概况

三、我国跨境电商行业发展特点分析

四、我国跨境电商行业商业模式分析

第二节 2019-2023年跨境电商行业发展现状

一、2019-2023年我国跨境电商行业市场规模

二、2019-2023年我国跨境电商行业发展分析

三、2019-2023年中国跨境电商企业发展分析

第三节 2019-2023年跨境电商市场情况分析

一、2019-2023年中国跨境电商市场总体概况

二、2019-2023年中国跨境电商产品市场发展分析

第四节 区域性跨境电商产业园区运营模式研究

一、产业园区运营模式的理论分析

1、投资开发模式

2、管理模式

3、赢利模式

二、区域性跨境电商产业园区的运营现状

三、区域性跨境电商产业园运营存在的问题

四、对策建议

第五章 我国跨境电商行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国跨境电商行业总体规模分析

一、2019-2023年跨境电商企业数量分析

二、2019-2023年跨境电商人员规模状况

- 三、2019-2023年中国电子商务市场交易规模
- 四、2019-2023年中国b2b电商市场交易规模
- 五、2019-2023年中国b2b电商平台市场份额占比情况
- 六、2019-2023年中国b2b电商融资事件与金额
- 七、2019-2023年中国网络零售市场交易规模
- 八、2019-2023年中国生鲜电商市场交易规模
- 九、2019-2023年中国母婴用品电商交易规模
- 十、2019-2023年中国跨境电商b2b、b2c交易结构

第二节 2019-2023年中国跨境电商行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国跨境电商行业销售利润率
- 2、我国跨境电商行业成本费用利润率
- 3、我国跨境电商行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国跨境电商行业资产负债比率
- 2、我国跨境电商行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国跨境电商行业应收帐款周转率
- 2、我国跨境电商行业总资产周转率
- 3、我国跨境电商行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国跨境电商行业总资产增长率
- 2、我国跨境电商行业利润总额增长率
- 3、我国跨境电商行业主营业务收入增长率

4、我国跨境电商行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

【电商平台市场、电商自营市场.....各细分市场情况如何?细分产品发展情况如何?】

第六章 第三方跨境电商平台的特色与选择

第一节 亚马逊——跨境电商巨头的多品类战略

一、平台主营产品

二、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

三、跨境物流与海外仓物流(fba)

四、经营情况分析

五、网站推广与优化

六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第二节 ebay外贸门户——全球最大的国际贸易电子商务平台

一、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

二、在线支付工具paypal

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第三节 全球速卖通——中国最大b2c交易平台

一、平台主营产品

二、平台目标客户

1、买家客户

2、卖家客户

3、买家卖家的扩展

三、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

四、速卖通联盟营销

五、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第四节 敦煌网——第三方b2b跨境交易平台

一、平台简介

二、商业模式

1、交易佣金模式

2、服务费模式

三、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

四、敦煌网多语言站点

五、主要市场和客户

六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第五节 大龙网——跨境电子商务o2o平台

一、平台简介

二、商业模式

1、自营：进销差价模式

2、平台：服务收费模式

三、特点分析

1、跨境o2o模式

2、云库房

3、本土化运营

四、osell全球业务平台

五、主要市场分析

六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第六节 天猫国际——阿里巴巴旗下国际贸易电子商务平台

一、平台介绍和供应链

1、阿里巴巴平台

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具支付宝

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第七节 京东全球购——京东旗下国际贸易电子商务平台

一、平台介绍和供应链

1、京东平台

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第八节 兰亭集势

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第九节 唯品国际

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第十节 帕西姆网上商城

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第七章 自营型跨境电商的特色与选择

第一节 小红书

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第二节 格格家

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第三节 达令

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第四节 什么值得买

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第五节 网易考拉海购

一、平台介绍和供应链

1、平台简介

2、产品特点

3、供应链服务分析

二、在线支付工具

1、付款特点

2、收款特点

三、盈利模式分析

1、盈利模式

2、收入来源

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

五、贸易门槛分析

六、海外仓分析

第四部分 竞争格局分析

【跨境电子商务市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?并购重组有什么趋势?区域市场发展情况如何?品牌企业经营情况怎样?】

第八章 2024-2029年跨境电商行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、跨境电商行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、跨境电商行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、跨境电商行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、跨境电商行业swot分析

1、跨境电商行业优势分析

2、跨境电商行业劣势分析

3、跨境电商行业机会分析

4、跨境电商行业威胁分析

第二节 中国跨境电商行业竞争格局综述

一、跨境电商行业竞争概况

1、中国跨境电商行业品牌竞争格局

2、跨境电商未来竞争格局和特点

3、跨境电商市场进入及竞争对手分析

二、中国跨境电商行业竞争力分析

1、我国跨境电商行业竞争力剖析

2、我国跨境电商企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内跨境电商企业竞争能力提升途径

三、中国跨境电商产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

四、跨境电商行业主要企业竞争力分析

第三节 2019-2023年跨境电商行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外跨境电商竞争分析

二、2019-2023年我国跨境电商市场竞争分析

三、2019-2023年我国跨境电商市场集中度分析

四、2019-2023年国内主要跨境电商企业动向

五、2019-2023年国内跨境电商企业拟在建项目分析

第四节 跨境电商行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 跨境电商市场竞争策略分析

第九章 零售企业转型进口电商的方向与案例分析

第一节 零售企业转型进口电商的方向与建议

一、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

二、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

三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第二节 苏宁云商案例——自营+开放双模式，与外运发展开展战略合作

一、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

二、“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

三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第三节 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

一、网上商城“网商逛重百”

二、与重庆口岸的战略合作

三、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

四、线下展示平台——世纪show保税名品店

五、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第四节 步步高案例——“o+o”大平台转型战略下的关键布局

一、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

二、云猴网全球购单元分析

1、商品来源

2、配送模式

三、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

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析

第五部分 发展前景展望

【跨境电商行业“十三五”规划如何?未来跨境电商行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资价值怎样?投资机会在哪里?】

第十章 中国跨境电商发展趋势与投资机会

第一节 中国跨境电商发展趋势

一、交易特征：产品品类和销售市场更加多元化

- 二、交易结构：b2c占比提升，b2b和b2c协同发展
- 三、交易渠道：移动端成为跨境电商发展重要推力
- 四、产业生态：产业生态更为完善，各环节协同发展

第二节 2019-2023年跨境电商投资及融资案例代表

一、豌豆公主获6800万美元c轮融资

- 1、融资情况
- 2、供应链建设
- 3、运营模式

二、洋码头获c轮融资，超1亿美元

- 1、融资情况
- 2、洋码头上线“码头优选”
- 3、盈利情况

三、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

四、赛维电商——募集资金2.22亿元

- 1、企业性质——资本密集型企业
- 2、企业核心业务
- 3、品牌产品覆盖
- 4、服务运营模式

五、执御：完成c轮融资，估值超10亿美元

- 1、短短数年做到移动跨境电商出口第一
- 2、拥有六大优势抢占中东电商市场

3、经营模式：倚靠出类拔萃的供应链自营

4、销售规模：成立至今销售额逐年攀升

5、竞争优势：技术实力雄厚，实现差异化竞争

六、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、技术优势

七、2019-2023年其他跨境电商领域融资案例

1、小红书融资超3亿美元，公司估值超过30亿美元

2、母婴b2b平台“海拍客”完成5000万美元c轮融资

3、母婴出口电商patpat获3亿元c轮融资

4、“行云全球汇”完成数千万美金融资

第十一章 2024-2029年跨境电商行业投资价值分析

第一节 跨境电商行业投资特性分析

一、跨境电商行业进入壁垒分析

二、跨境电商行业盈利因素分析

三、跨境电商行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年跨境电商行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 跨境电商行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、跨境电商行业投资现状分析

第四节 2024-2029年跨境电商行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、跨境电商行业投资机遇

第五节 2024-2029年跨境电商行业投资风险

一、经济风险

二、政治风险

三、政策风险

四、供求风险

第六节 中国跨境电商行业投资建议

一、中国跨境电商行业投资建议

二、跨境电商行业主要投资建议

三、中国跨境电商企业融资分析

第六部分 发展战略研究

【跨境电商行业面临哪些问题及瓶颈?有哪些解决对策?未来的投资战略和发展战略如何制定?】

第十二章 中国跨境电商行业面临的困境及对策

第一节 中国跨境电商发展中存在的问题

一、管理体系不完善

二、法律法规不健全

三、跨境物流滞后

四、跨境电商人才稀缺

第二节 中美贸易战下我国跨境电商困境及对策分析

- 一、中美贸易战背景及进展
- 二、中美贸易摩擦事实解读
- 三、中美贸易战对跨境电商的影响分析
- 四、中美贸易战下我国跨境电商对策分析

第三节 跨境电商企业面临的困境及对策

- 一、重点跨境电商企业面临的困境及对策
- 二、中小跨境电商企业发展困境及策略分析
- 三、国内跨境电商企业的出路分析

第四节 中国跨境电商行业存在的问题及对策

- 一、中国跨境电商行业存在的问题
- 二、跨境电商行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第五节 中国跨境电商市场发展面临的挑战与对策

第十三章 跨境电商行业发展战略研究

第一节 跨境电商行业发展战略研究

- 一、产业战略规划

二、竞争战略规划

三、营销品牌战略

四、区域战略规划

第二节 对我国跨境电商品牌的战略思考

一、跨境电商品牌的重要性

二、跨境电商实施品牌战略的意义

三、跨境电商企业品牌的现状分析

四、我国跨境电商企业的品牌战略

五、跨境电商品牌战略管理的策略

第三节 “一带一路” 战略下跨境电商物流发展及对策

一、“一带一路” 战略下跨境电商物流现状分析

1、跨境电商物流研究综述

2、“一带一路” 战略下我国跨境电商物流发展现状

二、与沿线国家和地区跨境电商物流发展遇到的问题

1、跨境电商物流通道基础设施建设滞后

2、通关效率低、时间长

3、物流费用高且运输时间长

4、售后服务问题难以有效解决

三、“一带一路” 战略下跨境电商物流发展建议

1、综合运用多种运输方式

2、加快建设跨境电商物流海外仓库

3、改善通关环境，提高通关效率

4、构建跨境电商物流信息平台

第四节 “一带一路” 战略背景下跨境电商发展对策

一、“一带一路”战略加速我国跨境电商发展

- 1、“一带一路”战略为跨境电商发展提供政策支持
- 2、“一带一路”战略推进了跨境物流体系建设
- 3、“一带一路”战略为跨境电商开辟了广阔的市场

二、“一带一路”区域跨境电商发展的制约因素

- 1、基础设施建设水平限制物流成本下降空间
- 2、沿线省份经济发展差异限制了跨境电商的市场规模
- 3、“一带一路”战略红利的释放效应存在区域差异

三、“一带一路”政策红利对跨境电商发展的定量分析

四、借助“一带一路”战略推进跨境电商发展的建议

- 1、充分利用推进“一带一路”战略实施的优惠政策
- 2、以跨境电商为着力点缩小区域发展差距
- 3、强化以个性化和多样化需求为主导的消费理念
- 4、积极推进“一带一路”区域的多式联运工程建设

图表目录

图表：传统贸易与跨境电商业务流程比较

图表：跨境电商产业链全景图

图表：海外直邮进口模式及自贸进口模式的业务流程图

图表：跨境电商行业平台发展历程分析图

图表：中国跨境电商细分市场交易额比重结构图

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
- 图表：2019-2023年中国货物进出口贸易总额
- 图表：2019-2023年中国跨境电商交易规模
- 图表：2019-2023年中国跨境电商交易规模进出口结构
- 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：出口电商主要结汇方式列表
- 图表：“一带一路”沿线电商繁荣程度
- 图表：“一带一路”战略红利与电商发展相关性回归分析
- 图表：进口跨境电商用户年龄分布
- 图表：进口跨境电商用户职业分布
- 图表：小红书与洋码头平台创新模式对比
- 图表：小红书用户区域分布
- 图表：洋码头用户区域分布
- 图表：2019-2023年3月-2019-2023年3月中国自贸区数量分布
- 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：“e贸易”配套服务体系分析表

图表：2019-2023年海淘用户购买商品类目排名

图表：亚马逊中国品牌及sku数量飙升

图表：亚马逊海外购品类结构图

图表：亚马逊海外购业务上线后流量暴增

图表：亚马逊物流中心遍布主要国家

图表：“亚马逊物流+”项目分析表

图表：亚马逊国际市场与北美市场经营走势图

图表：亚马逊开放第三方平台有效提振销售业绩

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：aws创新服务和应用增长情况

图表：aws业务营收情况和占亚马逊总营收比例走势图

图表：aws 业务用户数增加带来“规模效应”

图表：2019-2023年中国电子商务市场交易规模

图表：2019-2023年中国b2b电商市场交易规模

图表：2019-2023年中国b2b电商平台市场份额占比情况

图表：2019-2023年中国b2b电商融资事件与金额

图表：2019-2023年中国网络零售市场交易规模

图表：2019-2023年中国生鲜电商市场交易规模

图表：2019-2023年中国母婴用品电商交易规模

图表：2019-2023年中国跨境电商b2b、b2c交易结构

图表：进口跨境电商物流对比图

图表：中国跨境电商试点城市情况

图表：2019-2023年中国出口跨境电商政策

图表：2019-2023年中国进口跨境电商政策

图表：2019-2023年深圳跨境电商发展概况

图表：2019-2023年广州跨境电商发展概况

图表：2019-2023年上海跨境电商发展概况

图表：2019-2023年天津跨境电商发展概况

图表：2019-2023年杭州跨境电商发展概况

图表：2019-2023年宁波跨境电商发展概况

图表：2019-2023年郑州跨境电商发展概况

图表：2019-2023年重庆跨境电商发展概况

图表：2019-2023年大连跨境电商发展概况

图表：2019-2023年苏州跨境电商发展概况

图表：2019-2023年青岛跨境电商发展概况

图表：全球速卖通卖家客户分析

图表：全球速卖通客户拓展分析

图表：速卖通联盟佣金类别分析

图表：产业园区不同生命周期阶段的盈利分析

图表：2019-2023年进口跨境电商4大平台销售规模

图表：2019-2023年中国出口贸易类上市公司毛利率

图表：2019-2023年中国出口贸易类上市公司净利率

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：2019-2023年母婴电商融资案例

图表：2024-2029年跨境电商供应链服务市场规模预测

图表：蜜芽商业模式(直采+直邮/保税+特卖+社交)

图表：传统买卖企业做配套服务的优势分析

图表：上海领秀电子商务有限公司部分获取授权品牌

图表：苏宁云商大陆地区按照店面类型分布情况

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：2024-2029年跨境电商行业渗透率预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190530/121191.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)