

## 2024-2029年中国跨境电商行业深度分析与投资战略研究咨询报告

## 报告简介

中国是世界上重要的产品出口大国，在整体出口总量较为稳定的情况下，出口跨境电商逐步取代一般贸易，成长性良好。

按业务模式划分，我国跨境电商主要以B2B为主，占比达到80%以上。但随着智能手机、网购消费的兴起，以及物流、支付系统的完善，跨境电商零售(B2C、C2C)增长势头强劲。

从产品种类上，3C电子和服饰类商品的占比较高。

在卖家地域分布上，广东、浙江、江苏三省占比超一半。

在出口跨境电商卖家地域分布上，中国出口跨境电商卖家主要集中在广东24.8%、浙江16.8%、江苏11.3%、北京8.6%、上海6.5%、福建5.4%、山东3.6%、河南3.2%、其他19.8%。广东、浙江、江苏三省跨境电商卖家贡献的收入占全国52.9%。广东庞大的经济基础、高度集中的生产制造基地、丰富的外贸人才储备成为出口电商卖家集聚地的主要因素。

在出口目的国上，新兴市场有待发展。

在主要的出口跨境电商国家分布中，中国出口跨境电商的主要目的国，美国15%、俄罗斯12.5%、法国1.4%、英国8.7%、巴西6.5%、加拿大4.7%、德国3.4%、日本3.1%、韩国2.8%、印度1.6%、其他30.2%。新兴市场仍然有待发展，新兴市场如东南亚、南美、非洲等市场都处于初级阶段，拉美、中东欧、中亚、中东、非洲是快速增长的新兴市场，跨境电商发展市场仍较为广阔。。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国跨境电商市场进行了分析研究。报告在总结中国跨境电商行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国跨境电商行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一章 跨境电商发展综述 1

## 第一节 跨境电商的定义及分类 1

## 一、跨境电商定义 1

## 二、跨境电商的主要分类 1

## 三、行业特性及在国民经济中的地位 3

第二节 跨境电商的统计标准 10

一、统计部门和统计口径 10

二、行业主要统计方法介绍 10

三、行业涵盖数据种类介绍 11

第三节 2019-2023年中国跨境电商行业经济指标分析 11

一、赢利性 11

二、成长速度 12

三、附加值的提升空间 12

四、进入壁垒/退出机制 12

五、风险性 13

六、行业周期 15

七、竞争激烈程度指标 16

八、行业及其主要子行业成熟度分析 16

第四节 跨境电商行业产业链分析 17

一、产业链结构分析 17

二、主要环节的增值空间 18

三、与上下游行业之间的关联性 18

四、行业产业链上游相关行业分析 19

1、海外大型零售商超的供货 19

2、贸易商的供货 19

3、品牌商的供货 20

五、行业下游产业链相关行业分析 20

1、产业链服务商 20

2、外贸从业人员培训 20

- 3、跨境电商平台培训 21
- 4、跨境电商托管 23
- 六、上下游行业影响及风险提示 24
- 第二章 跨境电商的市场环境及影响分析 ( pest ) 26
  - 第一节 跨境电商的政治法律环境(p) 26
    - 一、行业监管政策动态 26
    - 二、国内跨境电商政策规划 33
    - 三、国外跨境电商相关政策 40
    - 四、政策环境对行业的影响 66
  - 第二节 跨境电商行业的经济环境分析(e) 68
    - 一、宏观经济形势分析 68
    - 二、宏观经济环境对行业的影响分析 74
  - 第三节 跨境电商行业的社会环境分析(s) 74
    - 一、跨境电商产业社会环境 74
    - 二、社会环境对行业的影响 76
    - 三、跨境电商产业发展对社会发展的影响 77
  - 第四节 跨境电商行业的技术环境分析(t) 78
    - 一、大数据技术分析 78
      - 1、技术水平总体发展情况 78
      - 2、我国大数据行业新技术研究 84
    - 二、edi技术发展水平 97
      - 1、我国电子商务行业技术水平所处阶段 97
      - 2、与国外电子商务行业的技术差距 98
    - 三、sku管理技术发展分析 101

- 四、跨境电商主要技术发展趋势 105
- 五、技术环境对跨境电商的影响 105
- 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 107
  - 第一节 宏观经济对跨境电商竞争的影响分析 107
    - 一、宏观经济 107
      - 1、gdp增长情况 107
      - 2、社会消费品零售总额 108
      - 3、居民消费价格指数 110
      - 4、固定资产投资情况 113
      - 5、工业经济增长情况 114
      - 6、进出口总额走势分析 114
    - 二、电商激烈竞争 115
      - 1、电商行业发展迅速 115
      - 2、跨境电商抢占市场 116
    - 三、成本费用上升 116
  - 第二节 关税税率对跨境电商的影响分析 117
    - 一、中国税率设置分析 117
      - 1、法定税率分析 117
      - 2、最惠国税率分析 117
      - 3、协定税率分析 118
      - 4、特惠税率分析 119
      - 5、普通税率分析 119
      - 6、暂定税率分析 119
      - 7、配额税率分析 119

- 8、信息技术产品税率(下称ita税率)分析 120
- 9、特别关税分析 120
- 二、税率适用分析 120
  - 1、税率的适用分析 120
  - 2、税率适用中的几种特殊情况 120
  - 3、税率适用的时间分析 121
- 三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 121
  - 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 121
  - 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 122
  - 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 122
  - 4、我国跨境电商平台数量规模分析 123
  - 5、我国跨境电商平台进出口额规模分析 124
  - 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 124
- 第三节 跨境电商千载难逢的机遇 125
  - 一、跨境电商重点扶持政策 125
    - 1、改善跨境电商市场环境政策 125
    - 2、优化配套的行业监管措施 125
    - 3、完善通关通检政策措施 125
    - 4、明确规范进出口税收政策 125
    - 5、完善电子商务支付结算管理 126
  - 二、国际物流成本与效率优化 126
    - 1、邮政包裹 126
    - 2、国际快递 126
    - 3、专线物流 127

- 4、传统外贸物流+海外仓 127
- 5、不同物流模式对比 128
- 6、跨境通关服务平台 128
- 三、跨境支付系统日趋完善 129
  - 1、网民跨境支付偏好分析 129
  - 2、跨境支付企业经营模式 129
  - 3、跨境电商结汇方式 131
- 四、“大数据+云计算”作用突出 132
  - 1、“大数据+云计算”发展情况 132
  - 2、“大数据+云计算”政策分析 132
  - 3、“大数据+云计算”作用分析 133
  - 4、“大数据+云计算”应用案例 133
- 第四章 我国跨境电商行业运行现状分析 135
  - 第一节 我国跨境电商行业发展状况分析 135
    - 一、我国跨境电商行业发展阶段 135
    - 二、我国跨境电商行业发展总体概况 136
    - 三、我国跨境电商行业发展特点分析 137
    - 四、我国跨境电商行业商业模式分析 138
  - 第二节 2019-2023年跨境电商行业发展现状 139
    - 一、2019-2023年我国跨境电商行业市场规模 139
    - 二、2019-2023年我国跨境电商行业发展分析 142
    - 三、2019-2023年中国跨境电商企业发展分析 144
  - 第三节 2019-2023年跨境电商市场情况分析 145
    - 一、2019-2023年中国跨境电商市场总体概况 145

- 二、2019-2023年中国跨境电商产品市场发展分析 146
- 第四节 区域性跨境电商产业园区运营模式研究 147
  - 一、产业园区运营模式的理论分析 147
    - 1、投资开发模式 147
    - 2、管理模式 148
    - 3、赢利模式 149
  - 二、区域性跨境电商产业园区的运营现状 149
  - 三、区域性跨境电商产业园运营存在的问题 149
  - 四、对策建议 151
- 第五章 我国跨境电商行业整体运行指标分析 153
  - 第一节 2019-2023年中国跨境电商行业总体规模分析 153
    - 一、2019-2023年跨境电商企业数量分析 153
    - 二、2019-2023年跨境电商人员规模状况 154
    - 三、2019-2023年中国电子商务市场交易规模 154
    - 四、2019-2023年中国b2b电商市场交易规模 156
    - 五、2019-2023年中国b2b电商平台市场份额占比情况 157
    - 六、2019-2023年中国b2b电商融资事件与金额 157
    - 七、2019-2023年中国网络零售市场交易规模 164
    - 八、2019-2023年中国生鲜电商市场交易规模 165
    - 九、2019-2023年中国母婴用品电商交易规模 166
    - 十、2019-2023年中国跨境电商b2b、b2c交易结构 166
  - 第二节 2019-2023年中国跨境电商行业财务指标总体分析 167
    - 一、行业盈利能力分析 167
      - 1、我国跨境电商行业销售利润率 167

2、我国跨境电商行业成本费用利润率 167

3、我国跨境电商行业亏损面 167

二、行业偿债能力分析 168

1、我国跨境电商行业资产负债比率 168

2、我国跨境电商行业利息保障倍数 168

三、行业营运能力分析 168

1、我国跨境电商行业应收帐款周转率 168

2、我国跨境电商行业总资产周转率 168

3、我国跨境电商行业流动资产周转率 169

四、行业发展能力分析 169

1、我国跨境电商行业总资产增长率 169

2、我国跨境电商行业利润总额增长率 169

3、我国跨境电商行业主营业务收入增长率 169

4、我国跨境电商行业资本保值增值率 170

第六章 第三方跨境电商平台的特色与选择 171

第一节 亚马逊--跨境电商巨头的多品类战略 171

一、平台主营产品 171

二、海外购模式 171

1、海外购模式分析 171

2、全球购o闪购项目 171

3、亚马逊跨境战略进入2.0时代 172

三、跨境物流与海外仓物流(fba) 173

四、经营情况分析 173

五、网站推广与优化 173

- 六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 174
- 第二节 ebay外贸门户--全球最大的国际贸易电子商务平台 175
  - 一、平台介绍和供应链 175
    - 1、ebay平台 175
    - 2、产品特点 175
    - 3、供应链服务分析 175
  - 二、在线支付工具paypal 176
    - 1、付款特点 176
    - 2、收款特点 176
  - 三、盈利模式分析 177
    - 1、盈利模式 177
    - 2、收入来源 177
  - 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 177
  - 五、贸易门槛分析 178
  - 六、海外仓分析 178
- 第三节 全球速卖通--中国最大b2c交易平台 179
  - 一、平台主营产品 179
  - 二、平台目标客户 179
    - 1、买家客户 179
    - 2、卖家客户 179
    - 3、买家卖家的扩展 179
  - 三、平台服务提供 180
    - 1、平台自身的资源配置 180
    - 2、平台核心合作伙伴 180

四、速卖通联盟营销 180

五、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 181

第四节 敦煌网--第三方b2b跨境交易平台 181

一、平台简介 181

二、商业模式 182

1、交易佣金模式 182

2、服务费模式 182

三、特点分析 183

1、面向全国供应商 183

2、平台化运营 183

3、一体化服务 184

4、移动端领先 184

四、敦煌网多语言站点 184

五、主要市场和客户 184

六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 184

第五节 大龙网--跨境电子商务o2o平台 185

一、平台简介 185

二、商业模式 185

1、自营：进销差价模式 185

2、平台：服务收费模式 186

三、特点分析 186

1、跨境o2o模式 186

2、云库房 186

3、本土化运营 187

四、osell全球业务平台 187

五、主要市场分析 187

六、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 188

第六节 天猫国际--阿里巴巴旗下国际贸易电子商务平台 188

一、平台介绍和供应链 188

1、阿里巴巴平台 188

2、产品特点 188

3、供应链服务分析 190

二、在线支付工具支付宝 192

1、付款特点 192

2、收款特点 194

三、盈利模式分析 194

1、盈利模式 194

2、收入来源 195

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 195

五、贸易门槛分析 196

六、海外仓分析 196

第七节 京东全球购--京东旗下国际贸易电子商务平台 197

一、平台介绍和供应链 197

1、京东平台 197

2、产品特点 197

3、供应链服务分析 198

二、在线支付工具 199

1、付款特点 199

- 2、收款特点 199
- 三、盈利模式分析 199
  - 1、盈利模式 199
  - 2、收入来源 203
- 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 203
- 五、贸易门槛分析 204
- 六、海外仓分析 204
- 第八节 兰亭集势 205
  - 一、平台介绍和供应链 205
    - 1、平台简介 205
    - 2、产品特点 206
    - 3、供应链服务分析 206
  - 二、在线支付工具 207
    - 1、付款特点 207
    - 2、收款特点 208
  - 三、盈利模式分析 209
    - 1、盈利模式 209
    - 2、收入来源 210
  - 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 211
  - 五、贸易门槛分析 211
  - 六、海外仓分析 213
- 第九节 唯品国际 213
  - 一、平台介绍和供应链 213
    - 1、平台简介 213

- 2、产品特点 213
- 3、供应链服务分析 214
- 二、在线支付工具 215
  - 1、付款特点 215
  - 2、收款特点 215
- 三、盈利模式分析 215
  - 1、盈利模式 215
  - 2、收入来源 216
- 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 216
- 五、贸易门槛分析 216
- 六、海外仓分析 216
- 第十节 帕西姆网上商城 217
  - 一、平台介绍和供应链 217
    - 1、平台简介 217
    - 2、产品特点 217
    - 3、供应链服务分析 217
  - 二、在线支付工具 218
    - 1、付款特点 218
    - 2、收款特点 218
  - 三、盈利模式分析 218
    - 1、盈利模式 218
    - 2、收入来源 218
  - 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 219
  - 五、贸易门槛分析 219

六、海外仓分析 219

第七章 自营型跨境电商的特色与选择 220

第一节 小红书 220

一、平台介绍和供应链 220

1、平台简介 220

2、产品特点 221

3、供应链服务分析 221

二、在线支付工具 222

1、付款特点 222

2、收款特点 223

三、盈利模式分析 223

1、盈利模式 223

2、收入来源 225

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 227

五、贸易门槛分析 227

六、海外仓分析 228

第二节 格格家 228

一、平台介绍和供应链 228

1、平台简介 228

2、产品特点 229

3、供应链服务分析 229

二、在线支付工具 230

1、付款特点 230

2、收款特点 230

三、盈利模式分析 230

1、盈利模式 230

2、收入来源 231

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 231

五、贸易门槛分析 231

六、海外仓分析 232

第三节 达令 232

一、平台介绍和供应链 232

1、平台简介 232

2、产品特点 233

3、供应链服务分析 233

二、在线支付工具 235

1、付款特点 235

2、收款特点 235

三、盈利模式分析 235

1、盈利模式 235

2、收入来源 236

四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 237

五、贸易门槛分析 237

六、海外仓分析 238

第四节 什么值得买 238

一、平台介绍和供应链 238

1、平台简介 238

2、产品特点 239

- 3、供应链服务分析 239
- 二、在线支付工具 239
- 1、付款特点 239
- 2、收款特点 240
- 三、盈利模式分析 240
- 1、盈利模式 240
- 2、收入来源 241
- 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 242
- 五、贸易门槛分析 242
- 六、海外仓分析 243
- 第五节 网易考拉海购 243
- 一、平台介绍和供应链 243
- 1、平台简介 243
- 2、产品特点 245
- 3、供应链服务分析 245
- 二、在线支付工具 246
- 1、付款特点 246
- 2、收款特点 246
- 三、盈利模式分析 247
- 1、盈利模式 247
- 2、收入来源 247
- 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 247
- 五、贸易门槛分析 248
- 六、海外仓分析 248
- 第八章 2024-2029年跨境电商行业竞争形势及策略 249

## 第一节 行业总体市场竞争状况分析 249

### 一、跨境电商行业竞争结构分析 249

- 1、现有企业间竞争 249
- 2、潜在进入者分析 249
- 3、替代品威胁分析 250
- 4、供应商议价能力 251
- 5、客户议价能力 252
- 6、竞争结构特点总结 252

### 二、跨境电商行业企业间竞争格局分析 253

- 1、不同地域企业竞争格局 253
- 2、不同规模企业竞争格局 253
- 3、不同所有制企业竞争格局 254

### 三、跨境电商行业集中度分析 254

- 1、市场集中度分析 254
- 2、企业集中度分析 254
- 3、区域集中度分析 255
- 4、集中度变化趋势 255

### 四、跨境电商行业swot分析 255

- 1、跨境电商行业优势分析 255
- 2、跨境电商行业劣势分析 256
- 3、跨境电商行业机会分析 258
- 4、跨境电商行业威胁分析 259

## 第二节 中国跨境电商行业竞争格局综述 260

### 一、跨境电商行业竞争概况 260

- 1、中国跨境电商行业品牌竞争格局 260
- 2、跨境电商未来竞争格局和特点 260
- 3、跨境电商市场进入及竞争对手分析 261
- 二、中国跨境电商行业竞争力分析 261
  - 1、我国跨境电商行业竞争力剖析 261
  - 2、我国跨境电商企业市场竞争的优势 262
  - 3、民企与外企比较分析 262
  - 4、国内跨境电商企业竞争能力提升途径 264
- 三、中国跨境电商产品竞争力优势分析 264
  - 1、整体产品竞争力评价 264
  - 2、产品竞争力评价结果分析 265
  - 3、竞争优势评价及构建建议 265
- 四、跨境电商行业主要企业竞争力分析 266
- 第三节 2019-2023年跨境电商行业竞争格局分析 268
  - 一、2019-2023年国内外跨境电商竞争分析 268
  - 二、2019-2023年我国跨境电商市场竞争分析 268
  - 三、2019-2023年我国跨境电商市场集中度分析 268
  - 四、2019-2023年国内主要跨境电商企业动向 269
  - 五、2019-2023年国内跨境电商企业拟在建项目分析 270
- 第四节 跨境电商行业并购重组分析 271
  - 一、行业并购重组现状及其重要影响 271
  - 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析 271
  - 三、本土企业投资兼并与重组分析 271
  - 四、企业升级途径及并购重组风险分析 271

五、行业投资兼并与重组趋势分析	272
第五节 跨境电商市场竞争策略分析	272
第九章 零售企业转型进口电商的方向与案例分析	273
第一节 零售企业转型进口电商的方向与建议	273
一、建立合规电商平台，打造海外供应链	273
1、建立符合监管要求的电商平台	273
2、建立海外供应链，实现海外招商和采购	274
二、既有国内线下资源的扬长避短	274
1、优势：线下实体店的体验功能	274
2、挑战：与既有品类和品牌的协调	275
三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析	275
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	276
一、跨境电商先发和采购优势	276
1、实体店连锁和电商平台	276
2、首获国际快递牌照电商	277
3、对海外零售连锁的并购	278
二、“自营+开放招商”双模式	278
1、“全球购”业务分析	278
2、跨境口岸入驻情况	279
3、海外直接采购布局	279
4、跨境物流项目合作	280
三、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析	280
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	281
一、网上商城“网商逛重百”	281

- 二、与重庆口岸的战略合作 282
- 三、跨境电商平台"世纪购" 283
  - 1、平台基本定位 283
  - 2、主要商品种类 283
  - 3、海外直采自营 283
  - 4、重点仓储基地 283
  - 5、世纪购优势 284
- 四、线下展示平台--世纪show保税名品店 284
- 五、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 285
- 第四节 步步高案例--"o+o"大平台转型战略下的关键布局 286
  - 一、步步高大平台战略解析 286
    - 1、大会员平台 286
    - 2、大电商平台 286
    - 3、大物流平台 287
    - 4、大便利平台 287
    - 5、大支付平台 288
  - 二、云猴网全球购单元分析 289
    - 1、商品来源 289
    - 2、配送模式 289
  - 三、海外供应链建设 290
    - 1、优质商品的代理权 290
    - 2、全球采购中心建设 291
    - 3、海外巡游模式规划 291
  - 四、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》影响剖析 292
- 第十章 中国跨境电商发展趋势与投资机会 293

## 第一节 中国跨境电商发展趋势 293

一、交易特征：产品品类和销售市场更加多元化 293

二、交易结构：b2c占比提升，b2b和b2c协同发展 293

三、交易渠道：移动端成为跨境电商发展重要推力 294

四、产业生态：产业生态更为完善，各环节协同发展 297

## 第二节 2019-2023年跨境电商投资及融资案例代表 298

一、豌豆公主获6800万美元c轮融资 298

1、融资情况 298

2、供应链建设 299

3、运营模式 301

二、洋码头获c轮融资，超1亿美元 301

1、融资情况 301

2、洋码头上线"码头优选" 302

3、盈利情况 303

三、采伴网--专注于跨境电商b2b服务的平台 304

1、独创跨境分销综合服务平台 304

2、全方位跨境供应链服务体系 304

3、中国跨境进口电商一站式采购服务平台 305

四、赛维电商--募集资金2.22亿元 305

1、企业性质--资本密集型企业 305

2、企业核心业务 306

3、品牌产品覆盖 307

4、服务运营模式 307

五、执御：完成c轮融资，估值超10亿美元 308

- 1、短短数年做到移动跨境电商出口第一 308
- 2、拥有六大优势抢占中东电商市场 309
- 3、经营模式：倚靠出类拔萃的供应链自营 312
- 4、销售规模：成立至今销售额逐年攀升 313
- 5、竞争优势：技术实力雄厚，实现差异化竞争 316
- 六、么么嗖--专注美国购物的时尚社交电商平台 317
  - 1、么么嗖平台介绍 317
  - 2、平台定位 317
  - 3、产品功能 317
  - 4、技术优势 318
- 七、2019-2023年其他跨境电商领域融资案例 320
  - 1、小红书融资超3亿美元，公司估值超过30亿美元 320
  - 2、母婴b2b平台"海拍客"完成5000万美元c轮融资 321
  - 3、母婴出口电商patpat获3亿元c轮融资 322
  - 4、"行云全球汇"完成数千万美金融资 323
- 第十一章 2024-2029年跨境电商行业投资价值分析 326
  - 第一节 跨境电商行业投资特性分析 326
    - 一、跨境电商行业进入壁垒分析 326
    - 二、跨境电商行业盈利因素分析 326
    - 三、跨境电商行业盈利模式分析 326
  - 第二节 2024-2029年跨境电商行业发展的影响因素 327
    - 一、有利因素 327
    - 二、不利因素 329
  - 第三节 跨境电商行业投融资情况 330

- 一、行业资金渠道分析 330
- 二、固定资产投资分析 331
- 三、兼并重组情况分析 331
- 四、跨境电商行业投资现状分析 332
- 第四节 2024-2029年跨境电商行业投资机会 332
  - 一、产业链投资机会 332
  - 二、细分市场投资机会 332
  - 三、重点区域投资机会 333
  - 四、跨境电商行业投资机遇 333
- 第五节 2024-2029年跨境电商行业投资风险 334
  - 一、经济风险 334
  - 二、政治风险 334
  - 三、政策风险 334
  - 四、供求风险 335
- 第六节 中国跨境电商行业投资建议 335
  - 一、中国跨境电商行业投资建议 335
  - 二、跨境电商行业主要投资建议 336
  - 三、中国跨境电商企业融资分析 336
- 第十二章 中国跨境电商行业面临的困境及对策 337
  - 第一节 中国跨境电商发展中存在的问题 337
    - 一、管理体系不完善 337
    - 二、法律法规不健全 337
    - 三、跨境物流滞后 337
    - 四、跨境电商人才稀缺 338

## 第二节 中美贸易战下我国跨境电商困境及对策分析 338

### 一、中美贸易战背景及进展 338

### 二、中美贸易摩擦事实解读 343

### 三、中美贸易战对跨境电商的影响分析 361

### 四、中美贸易战下我国跨境电商对策分析 362

## 第三节 跨境电商企业面临的困境及对策 363

### 一、重点跨境电商企业面临的困境及对策 363

### 二、中小跨境电商企业发展困境及策略分析 364

### 三、国内跨境电商企业的出路分析 366

## 第四节 中国跨境电商行业存在的问题及对策 367

### 一、中国跨境电商行业存在的问题 367

### 二、跨境电商行业发展的建议对策 367

#### 1、把握国家投资的契机 367

#### 2、竞争性战略联盟的实施 369

#### 3、企业自身应对策略 370

### 三、市场的重点客户战略实施 370

#### 1、实施重点客户战略的必要性 370

#### 2、合理确立重点客户 371

#### 3、重点客户战略管理 372

#### 4、重点客户管理功能 373

## 第五节 中国跨境电商市场发展面临的挑战与对策 375

## 第十三章 跨境电商行业发展战略研究 378

### 第一节 跨境电商行业发展战略研究 378

#### 一、产业战略规划 378

- 二、竞争战略规划 378
- 三、营销品牌战略 380
- 四、区域战略规划 381
- 第二节 对我国跨境电商品牌的战略思考 381
  - 一、跨境电商品牌的重要性 381
  - 二、跨境电商实施品牌战略的意义 383
  - 三、跨境电商企业品牌的现状分析 383
  - 四、我国跨境电商企业的品牌战略 385
  - 五、跨境电商品牌战略管理的策略 387
- 第三节 "一带一路"战略下跨境电商物流发展及对策 391
  - 一、"一带一路"战略下跨境电商物流现状分析 391
    - 1、跨境电商物流研究综述 391
    - 2、"一带一路"战略下我国跨境电商物流发展现状 391
  - 二、与沿线国家和地区跨境电商物流发展遇到的问题 392
    - 1、跨境电商物流通道基础设施建设滞后 392
    - 2、通关效率低、时间长 392
    - 3、物流费用高且运输时间长 393
    - 4、售后服务问题难以有效解决 393
  - 三、"一带一路"战略下跨境电商物流发展建议 394
    - 1、综合运用多种运输方式 394
    - 2、加快建设跨境电商物流海外仓库 394
    - 3、改善通关环境，提高通关效率 395
    - 4、构建跨境电商物流信息平台 395
- 第四节 "一带一路"战略背景下跨境电商发展对策 396

- 一、"一带一路"战略加速我国跨境电商发展 396
  - 1、"一带一路"战略为跨境电商发展提供政策支持 396
  - 2、"一带一路"战略推进了跨境物流体系建设 396
  - 3、"一带一路"战略为跨境电商开辟了广阔的市场 398
- 二、"一带一路"区域跨境电商发展的制约因素 399
  - 1、基础设施建设水平限制物流成本下降空间 399
  - 2、沿线省份经济发展差异限制了跨境电商的市场规模 399
  - 3、"一带一路"战略红利的释放效应存在区域差异 400
- 三、"一带一路"政策红利对跨境电商发展的定量分析 401
- 四、借助"一带一路"战略推进跨境电商发展的建议 403
  - 1、充分利用推进"一带一路"战略实施的优惠政策 403
  - 2、以跨境电商为着力点缩小区域发展差距 403
  - 3、强化以个性化和多样化需求为主导的消费理念 403
  - 4、积极推进"一带一路"区域的多式联运工程建设 404

#### 图表目录

- 图表：行业发展周期 15
- 图表：行业生命周期图 16
- 图表：跨境电商平台的交易环节 18
- 图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度 68
- 图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 69
- 图表：2019-2023年万元国内生产总值能耗降低率(%) 69
- 图表：2019-2023年全员劳动生产率(元/人) 70
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 70
- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数 71

- 图表：2019-2023年居民消费月度涨跌幅度(%) 71
- 图表：2019-2023年居民消费价格比2019-2023年涨跌幅度 72
- 图表：2019-2023年年末国家外汇储备 72
- 图表：2019-2023年年末全国农村贫困人口(万人)和贫困发生率(%) 73
- 图表：2019-2023年国内游客人次(亿人次)及其增长速度(%) 75
- 图表：2019-2023年年末卫生技术人员人数(万人) 76
- 图表：2019-2023年4季度和全年 gdp初步核算数据 107
- 图表：gdp同比增长速度 108
- 图表：gdp环比增长速度 108
- 图表：社会消费品零售总额分月同比增长速度 109
- 图表：固定资产投资同比增速 113
- 图表：各类跨境电商服务平台对比 128
- 图表：第三方交易平台业务涵盖范围 129
- 图表：2019-2023年中国跨境电商市场交易规模 140
- 图表：2019-2023年中国跨境电商企业数量 153
- 图表：2019-2023年中国跨境电商人员数量 154
- 图表：2019-2023年中国电子商务市场交易规模 156
- 图表：2019-2023年中国跨境电商b2b市场交易规模 157
- 图表：2019-2023年中国b2b电商十大融资案例 164
- 图表：2019-2023年中国跨境电商网络零售交易规模 165
- 图表：2019-2023年中国生鲜电商市场交易规模 166
- 图表：2019-2023年中国跨境电商b2b、b2c交易结构 166
- 图表：2019-2023年跨境电商行业盈利能力指标分析 167
- 图表：2019-2023年跨境电商行业盈利能力指标分析 167

- 图表：2019-2023年跨境电商行业偿债能力分析 168
- 图表：2019-2023年跨境电商行业偿债能力分析 168
- 图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析 168
- 图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析 168
- 图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析 169
- 图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析 169
- 图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析 169
- 图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析 169
- 图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析 170
- 图表：敦煌网盈利模式 183
- 图表：大龙网商业模式 185
- 图表：小红书产品架构 222
- 图表：小红书收入来源 226
- 图表：云猴网全球购配送费用说明 289
- 图表：四种基本的品牌战略 390

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190612/123112.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)