中国跨境电商行业发展调研分析及投资战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

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。2013年中国跨境电商交易规模为3.1万亿元，增长率为31.3%，其中B2C占比6.10%。2015年5月7日，自华南城电子商务产业园跨境电商企业入驻产业园后，主要的精力放在业务的开发上轻装上阵。根据财政部网站最新挂出的通知，从2016年4月8日开始，中国将执行新的跨境电子商务零售进口税收政策并调整行邮税政策。

2017年通过海关跨境电商管理平台零售进出口总额达到902.4亿元，同比增长80.6%。2018年10月1日起，财政部、国家税务总局、商务部、海关总署日前联合发文明确，对跨境电子商务综合试验区电商出口企业实行免税新规。电子商务是指以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动。近年来，我国电商产业发展迅速，数据显示，2010-
2019年，我国电子商务交易规模从4.55万亿元增长至了34.81万亿元，年均复合增速达25%。按照当前的增速，预计到2020年我国电子商务交易规模将会达到42.47亿元。

电商的兴起的确是给实体店的发展带来不小的冲击了，前一段时间就出现了一波实体店关门浪潮了，尤其是以吃喝玩乐、衣食住行等为依托的实体店的经营状况都是十分的不理想。

在体验上，实体店与电商最大的区别就是在于用户的直接体验，线上和线下的购物体验是完全不同，就比如买衣服，在服装店买衣服的话，可以当场试穿一下，这样就可以知道这件衣服合不合适了，如果不合适可以直接换其他的，还可以试试其他款式，而线上购买只能根据图片来选了，而且只能等到买回来之后才能试穿，如果不合适的话，还要再寄回去才能退，还是比较麻烦的，当然了，线上店铺的优惠力度还是要比实体店铺要大。

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，多角度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，为锂电池隔膜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

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 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

八、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、固定资产投资情况

5、工业经济增长情况

6、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 中国跨境电商行业总体规模分析

一、2014-2018年跨境电商企业数量分析

二、2014-2018年跨境电商人员规模状况

三、2014-2018年中国电子商务市场交易规模

四、2014-2018年中国b2b电商市场交易规模

五、近两年中国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、2014-2018年中国网络零售市场交易规模

八、2014-2019-2023年中国生鲜电商市场交易规模

九、2014-2019-2023年中国母婴用品电商交易规模

十、2014-2019-2023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、平台主营商品

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、云计算技术对电商的推动

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、平台主营商品

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

第十一节 shopee

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

第十二节 lazada

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、企业成功上市

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

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、跨境电商业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、我国将再新设46个跨境电商综合试验区

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、阿里巴巴收购跨境电商平台网易考拉事件影响分析

1、阿里巴巴收购网易考拉对跨境电商行业影响分析

2、天猫国际用户与业务量及市场份额提升

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

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

第十章 中国跨境电商发展趋势和前景及投融资分析

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 “网红经济”助推跨境电商发展提速

一、“网红经济”受资本市场狂热追捧

二、“网红”商品进清单，新增加22个试点城市

三、“网红经济”助力跨境电商零售行业发展的路径

四、“网红经济”流量担当，跨境电商市场发展迅速

第三节 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，成中东最大电商平台

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年主营跨境电商业务领域融资事件

1、“行云全球汇”获1亿美金b+轮融资

2、“飞熊领鲜”获数千万元pre-a轮融资

3、“执御”获g42集团6500万美元c+轮融资

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 跨境电商综试区扩容对经济发展的作用

一、跨境电商综合试验区再次扩围

二、综试区在外贸发展中的作用也日益凸显

三、跨境电商快速发展为“稳外贸”注入新动能

第三节 跨境电商行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、兼并重组情况分析

三、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、宏观经济风险

二、国际贸易风险

三、监管政策风险

四、市场供求风险

五、企业管理风险

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、中国跨境电商企业融资分析

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

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 疫情对跨境电商行业造成的影响分析

一、跨境电商成疫情时期外贸发展新亮点

二、全球疫情形势下，跨境电商行业面临的挑战

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：行业发展周期

图表：中国gdp增速

图表：2019-2023年3季度gdp初步核算结果

图表：gdp同比增长速度

图表：gdp环比增长速度

图表：社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表：2019-2023年8月份社会消费品零售总额主要数据

图表：2019-2023年01月-2022年12月居民消费价格指数(cpi)

图表：2019-2023年1-9月全国固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：第三方交易平台业务涵盖范围

图表：2019-2023年中国跨境电商交易规模及其增长率

图表：2019-2023年中国跨境电商企业数量

图表：2019-2023年中国跨境电商人员数量

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跨境电商市场交易规模

图表：2019-2023年我国b2b电商平台市场份额占比

图表：2019-2023年7月我国跨境电商融资情况

图表：2019-2023年中国跨境电商交易结构

图表：2019-2023年跨境电商销售毛利率

图表：2019-2023年跨境电商成本费用利润率

图表：2019-2023年跨境电商行业偿债能力分析

图表：2019-2023年跨境电商行业偿债能力分析

图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业运营能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析

图表：2019-2023年跨境电商行业发展能力指标分析

图表：2024-2029年亚马逊营收

图表：2024-2029年ebay营收

图表：2024-2029年速卖通营收

图表：2024-2029年敦煌网营收

图表：敦煌网盈利模式

图表：大龙网商业模式

图表：2024-2029年天猫国际营收

图表：2024-2029年京东全球购营收

图表：2024-2029年兰亭集势营收

图表：2024-2029年唯品会营收

图表：2024-2029年帕希姆营收

图表：shopee支付方式

图表：2024-2029年shopee营收

图表：lazada付款方式

图表：2024-2029年lazada营收

图表：小红书产品架构

图表：小红书收入来源

图表：2024-2029年小红书营收

图表：2024-2029年格格家营收

图表：2024-2029年什么值得买营收

图表：2024-2029年网易考拉海购营收

图表：2019-2023年我国跨境电商综合试验区数量分析

图表：云猴网全球购配送费用说明

图表：2019-2023年中国跨境电商行业融资事件分布

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20201223/193986.shtml

在线订购：点击这里