

2017-2022年中国跨境电商行业市场深度调查评估 及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国跨境电商行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/304805.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在传统外贸受压的背景下，跨境电商体现出来的优势和竞争力显著，再加上技术层面的完善以及政策层面的扶持，跨境电商的渗透率持续提升；跨境 B2C 电商面对的是全球消费者，可拓展的区域维度和品类维度都非常大，万亿级别的市场并未充分挖掘；并且从目前市场格局看，仍处于群雄逐鹿阶段，市场集中度低，具备较大的整合潜力

国内出口和进口贸易总额及增长率

跨境电商渗透率持续提升

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 跨境电商的界定及意义

1.1 跨境电商的定义及优势

1.1.1 跨境电商的定义

1.1.2 跨境电商流程

1.1.3 跨境电商企业类型

1.1.4 跨境电商的优势

1.2 跨境电商分类

1.2.1 以产业终端用户类型分类

1.2.2 以服务类型分类

1.2.3 以平台运营方分类

1.3 跨境电商的特征

1.3.1 全球性

2014-2020 年全球跨境 B2C 电商市场增长趋势

1.3.2 无形性

1.3.3 匿名性

1.3.4 即时性

1.3.5 无纸化

1.3.6 快速演进

1.4 跨境电商对外贸转型升级的意义

1.4.1 促进外贸转型升级

1.4.2 促使中小企业进入国际市场

1.4.3 提升中小企业外贸经济效益

第二章 2013-2016年中国跨境电子商务行业发展环境分析

2.1 政策环境分析（political）

2.1.1 监管部门

2.1.2 整体市场政策

2.1.3 海关监管政策

2.1.4 出口电商政策

2.1.5 进口电商政策

2.1.6 跨境支付政策

2.1.7 区域政策特色

2.2 经济环境分析（economic）

2.2.1 全球经济运行态势分析

2.2.2 中国宏观经济运行状况

2.2.3 中国对外贸易发展规模

2.2.4 人民币汇率变动状况

2.2.5 中国宏观经济发展趋势

2.3 社会环境分析（social）

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 网购的普及化

2.4 技术环境分析（technological）

2.4.1 网络技术

2.4.2 web浏览技术

2.4.3 安全技术

2.4.4 数据库技术

2.4.5 电子支付技术

第三章 2013-2016年中国跨境电子商务市场深度分析

3.1 中国跨境电子商务发展历程

3.1.1 跨境电商1.0阶段（1999-2003年）

3.1.2 跨境电商2.0阶段（2004-2013年）

3.1.3 跨境电商3.0阶段（2015年至今）

3.2 中国跨境电子商务市场运行分析

3.2.1 总体发展分析

3.2.2 市场发展特点

3.2.3 市场发展规模

3.2.4 市场变革特征

3.2.5 消费群体分析

3.3 中国跨境电子商务市场格局分析

3.3.1 市场结构状况

3.3.2 区域发展格局

3.3.3 营销方式结构

3.3.4 品类结构状况

3.4 国内外两大跨境电商企业的比较

3.4.1 平台的比较

3.4.2 集货模式比较

3.4.3 物流服务比较

3.4.4 清关模式比较

3.4.5 价格优势比较

3.5 中国跨境电商知识产权的探析

3.5.1 电商与知识产权

3.5.2 纠纷特点分析

3.5.3 存在的问题

3.5.4 知识产权风险

3.5.5 应对策略分析

3.6 中国跨境电商市场面临的问题及建议

3.6.1 通关问题

3.6.2 物流问题

3.6.3 信用问题

3.6.4 产品国际竞争力

3.6.5 发展政策建议

3.7 企业开展跨境电商业务的步骤

3.7.1 确定模式及经营场所

3.7.2 获得相关部门认可

3.7.3 海关注册及备案

3.7.4 数据对接

第四章 2013-2016年出口电子商务市场分析

4.1 中国出口电子商务市场参与主体分析

4.1.1 买家的分布及规模

4.1.2 卖家环境分析

4.2 中国出口电子商务市场发展态势分析

4.2.1 整体发展状况

4.2.2 行业生命周期

4.2.3 市场规模状况

4.2.4 市场发展热点

4.2.5 主流模式分析

4.2.6 服务市场状况

4.2.7 市场发展趋势

4.3 出口电商产业链分析

4.3.1 产业链简况

4.3.2 产业链上游

4.3.3 产业链中游

4.3.4 产业链下游

第五章 2013-2016年进口电子商务市场分析

5.1 进口电子商务市场整体分析

5.1.1 市场发展态势

5.1.2 市场规模状况

5.1.3 市场投资潜力

5.2 进口电商消费者分析

5.2.1 消费者属性

5.2.2 跨境购物动机偏好

5.2.3 跨境购物频率

5.2.4 主要跨境购国家

5.2.5 跨境购品类偏好

5.2.6 海淘平台的选择

5.2.7 产品的注重因素

5.2.8 支付方式的选择

5.2.9 物流的选择

5.3 进口电商主要竞争主体分析

5.3.1 国内电商企业

5.3.2 国外电商企业

5.3.3 物流/支付企业

第六章 2013-2016年跨境电子商务市场重点区域格局分析

6.1 广东省跨境电商市场发展分析

6.1.1 政策环境

6.1.2 国内地位

6.1.3 市场规模

6.1.4 分布状况

6.1.5 区域特色

6.1.6 发展动态

6.2 浙江省跨境电商市场的发展

6.2.1 国内地位

6.2.2 整体状况

6.2.3 市场规模

6.2.4 主要园区

6.2.5 主要县市发展

6.2.6 发展规划

6.3 福建省跨境电商市场的发展

6.3.1 政策环境

6.3.2 市场规模

6.3.3 市场动向

6.3.4 主要市县发展

6.4 江苏省跨境电商市场的发展

6.4.1 政策环境

6.4.2 市场格局

6.4.3 主要市县发展

第七章 2013-2016年中国跨境电商试点城市分析

7.1 中国跨境电商试点城市整体分析

7.1.1 试点城市分布

- 7.1.2 试点城市规模
- 7.1.3 发展模式对比
- 7.1.4 试点条件分析
- 7.2 上海跨境电商市场的发展
 - 7.2.1 相关鼓励政策
 - 7.2.2 市场结构分析
 - 7.2.3 市场发展规模
 - 7.2.4 发展态势分析
- 7.3 重庆跨境电商市场的发展
 - 7.3.1 行业发展政策
 - 7.3.2 市场发展特点
 - 7.3.3 市场发展规模
 - 7.3.4 市场发展动力
 - 7.3.5 未来发展展望
- 7.4 杭州跨境电商市场的发展
 - 7.4.1 建立综合试验区
 - 7.4.2 发展态势分析
 - 7.4.3 商务园区布局
 - 7.4.4 市场发展动态
 - 7.4.5 未来发展展望
- 7.5 宁波跨境电商市场的发展
 - 7.5.1 行业发展政策
 - 7.5.2 市场发展规模
 - 7.5.3 市场发展动态
 - 7.5.4 发展经验借鉴
- 7.6 郑州跨境电商市场的发展
 - 7.6.1 行业发展政策
 - 7.6.2 市场发展规模
 - 7.6.3 市场发展概况
 - 7.6.4 未来发展规划
- 7.7 广州跨境电商市场的发展
 - 7.7.1 行业扶持政策
 - 7.7.2 市场规模状况
 - 7.7.3 出口模式分析
 - 7.7.4 市场发展动态

7.7.5 面临的问题

7.8 深圳跨境电商市场的发展

7.8.1 行业相关政策

7.8.2 市场发展规模

7.8.3 市场发展特点

7.8.4 市场发展优势

7.8.5 市场发展动态

7.9 苏州跨境电商市场的发展

7.9.1 行业扶持政策

7.9.2 市场发展态势

7.9.3 面临的问题

7.10 青岛跨境电商市场的发展

7.10.1 行业发展鼓励

7.10.2 市场发展环境

7.10.3 市场发展规模

7.10.4 市场发展条件

7.10.5 市场发展动态

7.11 其他试点城市跨境电商的发展

7.11.1 北京

7.11.2 长沙

7.11.3 银川

7.11.4 哈尔滨

7.11.5 西安

第八章 2013-2016年出口跨境电商主要平台分析

8.1 ebay

8.1.1 平台简介

8.1.2 主要产品及潜力产品

8.1.3 区域投资分布

8.1.4 国内市场特点

8.1.5 区域分布特征

8.1.6 战略动态

8.2 亚马逊

8.2.1 平台简介

8.2.2 发展优势

8.2.3 经营状况

8.2.4 战略动态

8.3 速卖通

8.3.1 平台简介

8.3.2 交易规模

8.3.3 发展态势

8.3.4 战略动态

8.4 敦煌网

8.4.1 平台简介

8.4.2 市场规模

8.4.3 业务模式

8.4.4 盈利模式

8.4.5 核心竞争力

8.4.6 swot分析

8.5 wish

8.5.1 平台简介

8.5.2 盈利模式

8.5.3 融资状况

8.5.4 战略动态

8.6 兰亭集势

8.6.1 平台简介

8.6.2 发展优势

8.6.3 主要品类

8.6.4 战略动态

8.7 大龙网

8.7.1 平台介绍

8.7.2 发展模式

8.7.3 融资状况

8.7.4 战略动态

8.8 其他出口电商平台的发展

8.8.1 零米海淘

8.8.2 唯一品

8.8.3 宝贝格子

9.1 进口电商平台类型分析

9.1.1 海淘插件类

9.1.2 资讯导购类

9.1.3 一站代购类

9.1.4 平台类

9.1.5 自营类

9.2 天猫国际

9.2.1 平台简介

9.2.2 运营模式

9.2.3 经营状况

9.2.4 面临的挑战

9.3 京东海外购

9.3.1 平台简介

9.3.2 品类特征

9.3.3 运营模式

9.3.4 经营状况

9.3.5 战略动态

9.4 苏宁易购

9.4.1 平台简介

9.4.2 品类特征

9.4.3 运营模式

9.4.4 产业链布局

9.4.5 跨境电商的发展

9.5 洋码头

9.5.1 平台简介

9.5.2 品类特征

9.5.3 经营状况

9.5.4 运营模式

9.5.5 融资状况

9.5.6 物流体系的建立

9.5.7 服务保障

9.6 其他进口电商平台

9.6.1 唯品会

9.6.2 顺丰海淘

9.6.3 聚美海淘

9.6.4 1号店

9.6.5 考拉海购

9.6.6 万国优品

9.6.7 蜜芽宝贝

第十章 中国跨境电子商务平台建设分析

10.1 跨境电商服务平台类型

10.1.1 通关服务平台

10.1.2 公共服务平台

10.1.3 综合服务平台

10.2 平台建设流程分析

10.2.1 平台建设调查

10.2.2 团队的建立

10.2.3 客户体验障碍

10.3 提高跨境电子商务平台信任度的策略

10.3.1 专业的设计外观和用户体验

10.3.2 国际第三方资质认证和服务

10.3.3 客户的推荐和评论

10.3.4 全面的内容和网站基本信息

第十一章 中国跨境电子商务商业模式分析

11.1 跨境电商商业运营模式介绍

11.1.1 模式结构

11.1.2 b2b模式

11.1.3 b2c模式

11.1.4 c2c模式

11.2 进口电商模式分析

11.2.1 海外代购模式

11.2.2 直发/直运平台模式

11.2.3 自营b2c模式

11.2.4 导购/返利平台模式

11.2.5 海外商品闪购模式

11.2.6 各模式的比较

11.3 出口跨境电商b2c模式优劣势分析

11.3.1 优势分析

11.3.2 劣势分析

11.4 中国跨境电商开启产业园发展模式

11.4.1 产业园模式的需求分析

11.4.2 建立产业园的作用

11.4.3 产业园区区域布局

11.4.4 典型产业园分析

11.4.5 产业园建设动态

第十二章 2013-2016年跨境电子商务产业链分析

12.1 跨境电商供应链

12.1.1 供应链发展现状

12.1.2 供应链的管理

12.1.3 供应链金融分析

12.1.4 供应链面临的问题

12.1.5 供应链风险分析

12.1.6 国外供应链建设的借鉴

12.1.7 供应链整合成未来竞争点

12.2 跨境支付

12.2.1 主要支付方式

12.2.2 主要支付系统

12.2.3 国内发展总况

12.2.4 市场结构状况

12.2.5 面临的问题

12.2.6 未来发展趋势

12.3 跨境物流

12.3.1 跨境物流规模

12.3.2 主要物流模式

12.3.3 主要物流企业

12.3.4 进关方式

12.3.5 海外仓的发展

12.3.6 面临的风险

12.3.7 存在的问题

12.3.8 未来发展焦点

12.3.9 投资逻辑分析

第十三章 2013-2016年中国跨境电子商务领先企业发展分析

13.1 阿里巴巴集团

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营状况分析

13.1.3 跨境电商业务发展

13.1.4 跨境电商战略动态

13.2 北京敦煌禾光信息技术有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营状况分析

13.2.3 跨境电商业务发展

13.2.4 跨境电商战略动态

13.3 焦点科技股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 环球资源集团有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营状况分析

13.4.3 企业盈利模式

13.4.4 企业运营特征

13.4.5 跨境电商动态

13.5 环球市场集团

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营状况分析

13.5.3 业务模式分析

13.5.4 企业目标客户

13.5.5 风险因素分析

13.6 浙江网盛生意宝股份有限公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营效益分析

13.6.3 业务经营分析

13.6.4 财务状况分析

13.6.5 未来前景展望

13.7 兰亭集势控股有限责任公司

13.7.1 企业简介

13.7.2 主营业务分析

13.7.3 企业经营状况

13.7.4 跨境电商战略动态

第十四章 中国跨境电子商务市场投资机会及建议分析

14.1 中国跨境电商市场融资分析

14.1.1 区域分布状况

14.1.2 融资项目结构

14.1.3 融资方式结构

14.1.4 市场融资动向

14.2 中国跨境电子商务市场投资机会

14.2.1 进口电商投资机会

14.2.2 通关服务成行业投资机会

14.2.3 供应链领域的投资机会

14.2.4 融资领域的投资机会

14.2.5 支付领域的投资机会

14.2.6 物流领域的投资机会

14.3 出口跨境电商的投资机会分析

14.3.1 卖家的机会

14.3.2 物流商的机会

14.3.3 金融服务商的机会

14.3.4 代运营服务的机会

14.3.5 投资商的机会

14.3.6 其他投资机会

14.4 跨境电商投资建议

第十五章 国际跨境电商市场机遇及中国企业进入风险

15.1 全球跨境电商市场发展分析

15.1.1 行业发展历程

15.1.2 市场规模状况

15.1.3 市场调查分析

15.1.4 市场竞争状况

15.2 国际跨境电商区域格局特征分析

15.2.1 区域格局分析

15.2.2 欧洲市场规模最大

15.2.3 北美市场最受欢迎

15.2.4 亚洲市场增长最快

15.3 美国

15.3.1 美国跨境电商消费市场规模

15.3.2 美国跨境电商市场调查分析

15.3.3 美国跨境电商主要平台介绍

15.4 西班牙

15.4.1 西班牙电子商务状况

15.4.2 西班牙跨境电商的机遇

15.4.3 巴西跨境电商消费市场规模

15.4.4 西班牙电商首选支付方式

15.4.5 西班牙电子商务法律法规

15.4.6 进入西班牙电商市场的风险及措施

15.5 俄罗斯

15.5.1 俄罗斯跨境电商状况

15.5.2 俄罗斯跨境电商的机遇

15.5.3 俄罗斯电商支付方式

15.5.4 进入俄罗斯电商市场的风险

15.6 波兰

15.6.1 波兰电子商务状况

15.6.2 波兰跨境电商的机遇

15.6.3 波兰电商支付方式

15.6.4 波兰电子商务法律

15.6.5 进入波兰电商市场的风险

15.7 加拿大

15.7.1 加拿大电商状况

15.7.2 加拿大跨境电商的机遇

15.7.3 加拿大电商支付方式

15.7.4 进入加拿大电商市场的风险及措施

15.8 土耳其

15.8.1 土耳其电商市场状况

15.8.2 土耳其跨境电商的机遇

15.8.3 土耳其电商支付方式

15.8.4 进入土耳其电商市场的风险

15.9 日本

15.9.1 日本电商状况

15.9.2 日本跨境电子商务的机遇

15.9.3 日本电商支付方式

15.9.4 进入日本市场的风险

15.10 法国

15.10.1 法国电商市场状况

15.10.2 法国跨境电子商务的机遇

15.10.3 法国电商支付方式

15.10.4 进入法国市场的风险

第十六章 跨境电子商务市场发展前景分析

16.1 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势

16.1.1 发展前景分析

16.1.2 市场发展趋向

16.1.3 交易平台的发展趋势

16.2 2017-2022年中国跨境电子商务市场预测

16.2.1 中国跨境电子商务发展因素分析

16.2.2 2017-2022年中国跨境电子商务交易总额预测

16.2.3 2017-2022年中国进口电子商务交易额预测

16.2.4 2017-2022年中国出口电子商务交易额预测

图表目录：

图表1 跨境电商流程（按进出口分）

图表2 跨境电商业务流程

图表3 跨境电商产品及渠道等整体布局图

图表4 跨境电商平台的交易流程

图表5 跨境电商企业分类

图表6 跨境电商企业模式分类

图表7 中国跨境电商的pest分析图

图表8 中国跨境电商相关政策概览（一）

图表9 中国跨境电商相关政策概览（二）

图表10 中国跨境电商相关政策概览（三）

图表11 中国跨境电商相关政策概览（四）

图表12 2015-2016年世界工业生产月度增速走势情况

图表13 2015-2016年三大经济体零售额同比增长率情况

图表14 2015-2016年世界贸易量月度增长情况

图表15 2015-2016年世界、发达国家和发展中国家消费价格上涨情况

图表16 2015-2016年美国、日本和欧元区失业率情况

图表17 2011-2016年国内生产总值及其增长速度

图表18 2011-2016年国家全员劳动生产率

图表19 2016年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表20 2011-2016年全国一般公共预算收入

图表21 2011-2016年全国粮食产量增长情况

图表22 2011-2016年全部工业增加值及其增长情况

图表23 2011-2016年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表24 2011-2016年全社会固定资产投资规模

图表25 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/304805.html>