

2019-2025年中国跨境电商行业市场全景调研及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国跨境电商行业市场全景调研及投资战略研究报告》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/456746.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

随着中国经济水平的提高，近几年中国跨境电子商务进入了爆发期。许多公司开始进入跨境电商这个领域。其中既有京东、天猫传统电商平台，也有像网易考拉、小红书等垂直电商。2018年，网易考拉、天猫国际和海囤全球分别以27.1%、24.0%以及13.2%的市场份额雄踞跨境电商市场三甲。

2018年中国跨境电商平台市场份额占比

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 跨境电商定义

1.1.2 行业基本特征

1.1.3 跨境电商流程

1.1.4 跨境电商企业类型

1.1.5 跨境电商与传统外贸区别

1.2 跨境电商行业发展意义分析

1.2.1 利润增长引擎

1.2.2 传统外贸转型

1.2.3 重构国贸生态

1.2.4 建立信用体系

1.2.5 开放新窗口

1.2.6 全球经济开放

第二章 2017-2018年中国跨境电子商务行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 国家政策回顾

2.1.2 跨境电商试点

2.1.3 国家进口关税

2.1.4 行业监管政策

2.1.5 零售出口货物

2.1.6 跨境电商新政

2.2 经济环境

2.2.1 国际经济形势

2.2.2 宏观经济概况

2.2.3 对外经济分析

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 宏观经济展望

2.3 社会环境

2.3.1 社会消费规模

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 消费市场特征

2.3.5 居民网购环境

2.4 产业环境

2.4.1 电商监管现状

2.4.2 电商发展规模

2.4.3 电商发展特点

2.4.4 电商发展机遇

2.5 技术环境

2.5.1 网络技术

2.5.2 支付技术

2.5.3 大数据技术

2.5.4 区块链技术

2.5.5 云计算技术

第三章 2017-2018年全球跨境电商行业发展分析

3.1 全球电子商务发展分析

3.1.1 全球发展形势

3.1.2 行业发展规模

3.1.3 区域发展分析

3.1.4 行业投资分析

3.1.5 消费群体分析

3.1.6 新兴市场发展

3.2 全球跨境电子商务发展解析

- 3.2.1 行业市场规模
- 3.2.2 区域发展特点
- 3.2.3 跨境高端市场
- 3.2.4 市场消费分析
- 3.2.5 国际经验借鉴
- 3.3 全球跨境电子商务用户消费行为分析
 - 3.3.1 再次海外购物情况
 - 3.3.2 商业诚信的重要性
 - 3.3.3 消费者购买期望分析
- 3.4 全球跨境电商发展趋势及问题对策分析
 - 3.4.1 行业发展建议
 - 3.4.2 行业发展趋势

第四章 2017-2018年中国跨境电子商务市场深度分析

- 4.1 中国跨境电商行业发展概述
 - 4.1.1 行业发展历程
 - 4.1.2 行业发展概况
 - 4.1.3 行业发展特点
- 4.2 2017-2018年中国跨境电子商务市场运行分析
 - 4.2.1 市场交易规模
 - 4.2.2 市场渗透率分析
 - 4.2.3 用户画像分析
 - 4.2.4 市场结构状况
- 4.3 中国跨境电商商业模式分析
 - 4.3.1 商业模式概述
 - 4.3.2 商业模式份额
 - 4.3.3 按运营模式分类
 - 4.3.4 按经营品类分类
 - 4.3.5 按清关模式分类
- 4.4 中国跨境电商知识产权的探析
 - 4.4.1 跨境电商知识产权形势解析
 - 4.4.2 跨境电商知识产权主要类型
 - 4.4.3 B2C跨境电商知识产权分析
 - 4.4.4 跨境电商出口知识产权风险
 - 4.4.5 中美知识产权立法对比分析

4.4.6 跨境电商知识产权保护问题

4.4.7 跨境电商知识产权对策建议

4.4.8 跨境电商知识产权发展展望

4.5 中国跨境电商行业发展问题分析

4.5.1 关税征收不明确

4.5.2 支付体系不成熟

4.5.3 物流配套不健全

4.5.4 平台自身的问题

4.5.5 用户存在的问题

4.5.6 监管体系不完善

4.6 中国跨境电商行业发展建议

4.6.1 完善关税体制

4.6.2 健全支付体系

4.6.3 创新物流模式

4.6.4 强化跨境监管

第五章 2017-2018年中国跨境出口电商发展分析

5.1 中国跨境出口电商发展综述

5.1.1 行业发展现状

5.1.2 相关支持政策

5.1.3 产业链图谱

5.1.4 跨境出口流程

5.1.5 行业发展痛点

5.2 2017-2018年中国跨境出口电商市场分析

5.2.1 市场规模分析

5.2.2 出口区域结构

5.2.3 出口品类格局

5.2.4 卖家地域分布

5.2.5 行业发展趋势

5.2.6 中美贸易站对出口电商影响

5.3 中国跨境出口电商商业模式分析

5.3.1 B2B商业模式

5.3.2 B2C商业模式

5.3.3 B2B交易规模

5.3.4 B2B企业格局

5.3.5 B2C交易规模

5.4 对华招商的国外出口平台分析

5.4.1 主要出口平台

5.4.2 其他出口平台

第六章 2017-2018年中国跨境进口电商发展分析

6.1 中国跨境进口电商发展综述

6.1.1 行业发展历程

6.1.2 行业发展现状

6.1.3 行业发展动态

6.1.4 产业链分析

6.1.5 跨境进口流程

6.2 2017-2018年中国跨境进口电商市场分析

6.2.1 市场发展规模

6.2.2 零售进口规模

6.2.3 品牌竞争格局

6.2.4 进口国家分布

6.2.5 行业发展趋势

6.2.6 中美贸易战对进口电商影响

6.3 2017-2018年中国跨境进口电商用户分析

6.3.1 用户规模分析

6.3.2 用户偏好分析

6.3.3 用户年龄分布

6.3.4 用户地域分布

6.3.5 用户关注重点

6.3.6 用户海淘模式

6.4 中国跨境进口电商商业模式案例分析

6.4.1 主要模式对比

6.4.2 综合自营模式

6.4.3 平台型进口模式

6.4.4 自营+平台型进口模式

6.4.5 自营型进口模式

6.4.6 买手制+海外直邮模式

6.5 中国跨境进口电商壁垒

6.5.1 通关过程壁垒

6.5.2 税收监管壁垒

6.5.3 检验检疫壁垒

6.5.4 支付问题壁垒

6.5.5 物流体系壁垒

6.5.6 信用风险壁垒

第七章 2017-2018年中国跨境电商物流产业分析

7.1 跨境进口电商物流发展分析

7.1.1 跨境进口物流模式

7.1.2 保税仓储基本概念

7.1.3 保税仓优势与缺点

7.1.4 天猫国际物流分析

7.1.5 网易考拉物流分析

7.2 跨境出口电商物流发展分析

7.2.1 跨境出口物流模式

7.2.2 出口电商物流布局

7.2.3 海外仓储形式分类

7.2.4 海外仓优势和风险

7.2.5 海外仓储政策分析

7.2.6 跨境通物流分析

7.2.7 海外仓储发展对策

7.3 跨境电商物流发展问题及对策分析

7.3.1 跨境物流难点

7.3.2 发展存在问题

7.3.3 物流模式创新

第八章 2017-2018年跨境电子商务产业链分析

8.1 跨境电商供应链

8.1.1 供应链发展现状

8.1.2 供应链管理体系

8.1.3 供应链金融分析

8.1.4 供应链风险分析

8.1.5 供应链发展阻碍

8.1.6 供应链发展阻碍

8.2 跨境电商服务平台

8.2.1 服务平台分类

8.2.2 通关服务平台

8.2.3 公共服务平台

8.2.4 综合服务平台

8.3 跨境电商支付体系

8.3.1 国家政策支持

8.3.2 跨境支付现状

8.3.3 跨境支付方式

8.3.4 跨境支付流程

8.3.5 跨境支付风险

8.3.6 人民币跨境支付

8.3.7 国内外支付平台

8.4 中国跨境电商线下自提门店

8.4.1 行业发展动态

8.4.2 行业发展优势

8.4.3 行业发展趋势

第九章 2017-2018年中国跨境电子商务市场重点区域格局分析

9.1 广东省

9.1.1 区域政策环境

9.1.2 国内发展地位

9.1.3 市场发展规模

9.1.4 区域行业特色

9.1.5 南沙跨境电商发展

9.2 浙江省

9.2.1 市场发展特征

9.2.2 市场发展规模

9.2.3 零售出口情况

9.2.4 企业发展动态

9.2.5 主要产业园区

9.2.6 市场发展机遇

9.2.7 市场发展趋势

9.3 福建省

9.3.1 市场发展历程

9.3.2 政策发展环境

9.3.3 市场发展规模

9.3.4 自贸区发展现状

9.3.5 市场发展策略

9.4 江苏省

9.4.1 国内发展地位

9.4.2 市场发展现状

9.4.3 区域发展状况

9.4.4 市场发展机遇

第十章 2017-2018年中国跨境电商试点城市发展分析

10.1 上海

10.1.1 行业扶持政策

10.1.2 市场发展规模

10.1.3 市场发展特点

10.1.4 示范园区建设

10.1.5 行业问题及对策

10.1.6 发展经验启示

10.2 杭州

10.2.1 市场发展规模

10.2.2 市场发展特征

10.2.3 区域进口模式

10.2.4 企业发展动态

10.2.5 产业园区建设

10.3 重庆

10.3.1 行业发展动态

10.3.2 电商发展现状

10.3.3 市场发展规模

10.3.4 区域业务模式

10.3.5 区域发展优势

10.3.6 跨境电商园区

10.3.7 行业创新实践

10.4 郑州

10.4.1 行业市场规模

10.4.2 区域发展优势

10.4.3 经济试验区发展

10.4.4 相关企业发展

10.4.5 发展存在问题

10.4.6 发展对策建议

10.5 宁波

10.5.1 相关政策支持

10.5.2 行业发展现状

10.5.3 区域业务模式

10.5.4 区域竞争优势

10.5.5 综合试验区发展

10.6 深圳

10.6.1 产业环境分析

10.6.2 行业发展现状

10.6.3 区域发展优势

10.6.4 保税港区建设

10.7 广州

10.7.1 行业监管政策

10.7.2 行业发展现状

10.7.3 发展存在问题

10.7.4 未来发展规划

10.8 天津

10.8.1 政策支持环境

10.8.2 行业市场现状

10.8.3 保税港区发展

10.8.4 行业发展问题

10.8.5 发展对策分析

10.9 苏州

10.9.1 行业扶持政策

10.9.2 行业发展现状

10.9.3 市场发展态势

10.9.4 发展面临问题

10.9.5 发展对策建议

10.10 其他试点城市跨境电商的发展

10.10.1 青岛

10.10.2 长沙

10.10.3 北京

10.10.4 哈尔滨

第十一章 2017-2018年国外主要跨境电商企业分析

11.1 Amazon

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 企业营收情况

11.1.3 企业商业模式

11.1.4 FBA配送模式

11.1.5 全球站点分布

11.1.6 未来发展动态

11.1.7 与阿里巴巴对比

11.2 Wish

11.2.1 平台发展概况

11.2.2 平台融资进程

11.2.3 商业模式分析

11.2.4 收益来源分析

11.2.5 平台技术手段

11.3 eBay

11.3.1 平台发展历程

11.3.2 运营模式分析

11.3.3 平台营收状况

11.3.4 平台销售产品

11.3.5 高潜力品类分析

11.3.6 未来发展动态

第十二章 2017-2018年中国跨境电商企业发展分析

12.1 网易考拉

12.1.1 平台发展概况

12.1.2 平台市场份额

12.1.3 商业运营模式

12.1.4 新零售模式

12.1.5 自有品牌对比

12.1.6 未来发展战略

12.2 天猫国际

12.2.1 平台发展概况

12.2.2 显性商业模式

12.2.3 隐性商业模式

12.2.4 平台竞争优势

12.2.5 用户偏好分析

12.2.6 面临的挑战

12.3 京东全球购

12.3.1 平台发展概况

12.3.2 运营模式分析

12.3.3 平台竞争优势

12.3.4 面临的挑战

12.4 唯品会

12.4.1 平台发展概况

12.4.2 企业经营状况

12.4.3 运营模式分析

12.4.4 供应链体系

12.4.5 物流配送体系

12.4.6 平台营销策略

12.4.7 竞争优势分析

12.4.8 平台面临的挑战

12.4.9 平台发展的建议

12.5 洋码头

12.5.1 平台发展概况

12.5.2 企业经营状况

12.5.3 商业模式分析

12.5.4 移动端APP内容

12.5.5 消费保障体系

12.5.6 物流配送体系

12.5.7 平台竞争优势

12.6 小红书

12.6.1 平台发展概况

12.6.2 商业运行模式

12.6.3 物流配送模式

12.6.4 竞争优势分析

12.6.5 特色年度活动

12.7 蜜芽

12.7.1 行业发展背景

12.7.2 平台发展概况

12.7.3 经营模式分析

12.7.4 平台竞争优势

12.8 阿里巴巴国际站

12.8.1 平台发展概况

12.8.2 运营模式分析

12.8.3 盈利模式剖析

12.8.4 平台竞争优势

12.8.5 面临的挑战

12.8.6 未来战略布局

12.9 中国制造网

12.9.1 企业发展概况

12.9.2 平台运营模式

12.9.3 盈利模式分析

12.9.4 平台竞争优势

12.10 敦煌网

12.10.1 平台发展概况

12.10.2 商业运营模式

12.10.3 平台服务模式

12.10.4 利润来源分析

12.10.5 营销配套体系

12.10.6 资金管理服务

12.10.7 物流配套体系

12.11 速卖通

12.11.1 平台发展概况

12.11.2 平台运作模式

12.11.3 企业对比分析

12.12 焦点科技

12.12.1 企业发展概况

12.12.2 经营效益分析

12.12.3 业务经营分析

12.12.4 财务状况分析

12.12.5 核心竞争力分析

12.12.6 未来前景展望

12.13 环球资源

12.13.1 企业发展概况

12.13.2 平台运营模式

12.13.3 利润来源分析

12.13.4 竞争优势分析

12.14 生意宝

12.14.1 企业发展概况

12.14.2 经营效益分析

12.14.3 业务经营分析

12.14.4 财务状况分析

12.14.5 核心竞争力分析

12.14.6 公司发展战略

12.14.7 未来前景展望

12.15 兰亭集势

12.15.1 平台发展概况

12.15.2 平台发展优势

12.15.3 主要产品品类

12.15.4 经营状况分析

12.15.5 平台合作动态

12.16 跨境通

12.16.1 企业发展概况

12.16.2 主营业务分析

12.16.3 企业商业模式

12.16.4 公司经营状况

12.16.5 发展竞争优势

第十三章 跨境电商行业的投资分析

13.1 2017-2018年出口跨境电商融资情况

13.1.1 行业融资规模

13.1.2 融资轮次分布

13.1.3 融资金额分布

13.1.4 融资地域格局

13.1.5 融资事件统计

13.2 2017-2018年进口跨境电商融资状况

13.2.1 行业融资回顾

- 13.2.2 行业融资现状
- 13.2.3 行业投资机会
- 13.2.4 行业投资前景
- 13.3 跨境电商产业投资机会分析
 - 13.3.1 跨境电商投资机会
 - 13.3.2 供应链投资机会
 - 13.3.3 通关服务投资机会
 - 13.3.4 平台建设投资机会
 - 13.3.5 支付体系投资机会
- 13.4 跨境电商投资价值评估及建议
 - 13.4.1 投资价值综合评估
 - 13.4.2 市场进入时机判断
 - 13.4.3 行业投资壁垒分析
 - 13.4.4 行业投资风险提示
 - 13.4.5 行业投资建议

第十四章 中国跨境电商行业项目投资建设案例深度解析

- 14.1 品渥食品公司项目投资案例分析
 - 14.1.1 项目基本概述
 - 14.1.2 投资价值分析
 - 14.1.3 建设内容规划
 - 14.1.4 资金需求测算
 - 14.1.5 实施进度安排
 - 14.1.6 经济效益分析
- 14.2 弘业股份跨境电商构建项目案例分析
 - 14.2.1 项目基本概述
 - 14.2.2 项目投资价值
 - 14.2.3 建设内容规划
 - 14.2.4 项目实施方式
 - 14.2.5 经济效益分析
- 14.3 弘业股份服装跨境业务建设案例分析
 - 14.3.1 项目基本概述
 - 14.3.2 项目投资价值
 - 14.3.3 建设内容规划
 - 14.3.4 项目实施方式

14.3.5 经济效益分析

第十五章 “一带一路”背景下中国跨境电商发展机遇分析

15.1 “一带一路”倡议及对中国跨境电商的影响分析

15.1.1 “一带一路”倡议

15.1.2 沿线国家需求分析

15.1.3 对跨境电商的影响

15.2 “一带一路”沿线国家跨境电商市场分析

15.2.1 沿线国家特色商品

15.2.2 沿线国家ECI指数

15.2.3 沿线国家贸易规模

15.2.4 出口品类偏好分析

15.2.5 进口规模区域排名

15.3 “一带一路”背景下中国跨境电商发展机遇与挑战

15.3.1 国家政策支持

15.3.2 市场空间广阔

15.3.3 消除贸易壁垒

15.3.4 贸易政策限制

15.3.5 市场营销困境

15.3.6 支付体系滞后

15.3.7 物流配送问题

15.4 “一带一路”背景下中国跨境电商的发展建议

15.4.1 扩展产业链

15.4.2 完善物流模式

15.4.3 加强人才培养

15.4.4 推动品牌国际化

15.4.5 服务与监管并重

15.4.6 加强创新与合作

第十六章 2019-2025年跨境电子商务市场发展前景及趋势分析

16.1 跨境电商发展趋势分析

16.1.1 市场发展趋势

16.1.2 平台发展趋势

16.1.3 营销发展趋势

16.2 2019-2025年中国跨境电商预测分析（AK CY）

16.2.1 2019-2025年中国跨境电商行业影响因素分析

16.2.2 2019-2025年中国跨境电商交易总额预测

16.2.3 2019-2025年中国进口电子商务交易额预测

16.2.4 2019-2025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 跨境电商平台的交易流程

图表4 跨境电商企业分类

图表5 跨境电商企业模式分类

图表6 传统国际贸易零售渠道

图表7 跨境电商零售渠道

图表8 2016-2018年国务院相关跨境电商政策

图表9 2016-2018年海关总署相关跨境电商政策

图表10 2016-2018年商务部等部门相关跨境电商政策

图表11 中国跨境电商试点城市分布图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/456746.html>