

2020-2025年中国跨境电商行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国跨境电商行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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/497241.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

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。

随着网民规模的逐渐壮大，我国跨境电商市场规模也逐年扩大，据网经社数据显示，2019年中国跨境电商交易规模达10.5万亿元，较2018年增加1.5万亿元。

2014-2019年中国跨境电商行业交易规模及增速

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 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

- 1、最惠国税率分析
- 2、协定税率分析
- 3、特惠税率分析
- 4、普通税率分析

2.暂定税率分析

3.配额税率分析

4.信息技术产品税率（下称ITA税率）分析

5.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》影响分析

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、《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》对个人交易额度限制分析

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 2015-2019年跨境电商行业发展现状

- 一、2015-2019年我国跨境电商行业市场规模
- 二、2015-2019年我国跨境电商行业发展分析

渗透率方面，2014-2019年，我国跨境电商行业渗透率逐年走高，2019年中国跨境电商行业渗透率达到33.29%，较2018年提升4.09%。

2014-2019年中国跨境电商行业渗透率走势图

- 三、2015-2019年中国跨境电商企业发展分析

第三节 2015-2019年跨境电商市场情况分析

- 一、2015-2019年中国跨境电商市场总体概况
- 二、2015-2019年中国跨境电商产品市场发展分析

第四节 我国跨境电商市场价格走势分析

- 一、跨境电商市场定价机制组成
- 二、跨境电商市场价格影响因素
- 三、2015-2019年跨境电商产品价格走势分析
- 四、2020-2025年跨境电商产品价格走势预测

第三章 我国跨境电商所属行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年中国跨境电商所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2015-2019年中国跨境电商所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 1、我国跨境电商所属行业销售利润率

2、我国跨境电商所属行业成本费用利润率

3、我国跨境电商所属行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国跨境电商所属行业资产负债比率

2、我国跨境电商所属行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国跨境电商所属行业应收帐款周转率

2、我国跨境电商所属行业总资产周转率

3、我国跨境电商所属行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国跨境电商所属行业总资产增长率

2、我国跨境电商所属行业利润总额增长率

3、我国跨境电商所属行业主营业务收入增长率

4、我国跨境电商所属行业资本保值增值率

第四章 跨境电商行业产业结构分析

第一节 跨境电商产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国跨境电商行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第五章 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》影响分析

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》影响分析

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》影响分析

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》影响分析

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》影响分析

第六章 2020-2025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

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 2015-2019年跨境电商行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外跨境电商竞争分析
- 二、2015-2019年我国跨境电商市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国跨境电商市场集中度分析

四、2015-2019年国内主要跨境电商企业动向

五、2015-2019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

第七章 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》影响分析

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》影响分析

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》影响分析

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》影响分析

第八章 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 跨境电商最新投资机会及案例

一、三维度——开创另类跨境电商新大陆

1、“红条购物”投资+购物模式

2、商业模式上的独特性体现

二、拉拉米——跨境电商获5000万A轮融资

1、主营商品类目

2、“N+1”盈利模式

3、知名品牌代理

4、产业链的整合

5、获得融资情况

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、五洲会海购——进口电商平台获2亿元投资

1、主打商品

2、供货方式

3、运营模式

4、采购团队

五、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、创业团队

5、技术优势

6、发展规划

第九章 2020-2025年跨境电商行业投资价值评估分析

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 2020-2025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 2020-2025年跨境电商行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十章 2020-2025年跨境电商行业投资机会与风险防范

第一节 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

1、跨境电商产业投资经历的阶段

2、2015-2019年跨境电商行业投资状况回顾

3、2015-2019年中国跨境电商行业风险投资状况

4、2020-2025年我国跨境电商行业的投资态势

第二节 2020-2025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

第三节 2020-2025年跨境电商行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国跨境电商行业投资建议

一、跨境电商行业未来发展方向

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

1、中国跨境电商企业IPO融资分析

2、中国跨境电商企业再融资分析

第十一章 2020-2025年跨境电商行业面临的困境及对策

第一节 2019年跨境电商行业面临的困境

第二节 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

1、重点跨境电商企业面临的困境

2、重点跨境电商企业对策探讨

二、中小跨境电商企业发展困境及策略分析

1、中小跨境电商企业面临的困境

2、中小跨境电商企业对策探讨

三、国内跨境电商企业的出路分析

第三节 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

第四节 中国跨境电商市场发展面临的挑战与对策

第十二章 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、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

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 跨境电商经营策略分析

一、跨境电商市场细分策略

二、跨境电商市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、跨境电商新产品差异化战略

第四节 跨境电商行业投资战略研究

一、2019年跨境电商行业投资战略

二、2020-2025年跨境电商行业投资战略

三、2020-2025年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 跨境电商行业研究结论及建议

第二节 跨境电商子行业研究结论及建议

第三节 跨境电商行业投资建议（AK LWY）

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 传统企业与跨境电商外贸模式对比分析图

图表 出口电商行业平台发展历程分析图

图表 进口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 跨境易对保税进口（B2B2C）的综合解决方案示意图

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 跨境支付企业经营模式分析表

图表 出口电商主要结汇方式列表

图表 国内公有云市场规模走势图

图表 新信息基础设施三要素

图表 不同行业对云服务的需求特点

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/497241.html>