

2021-2027年中国 “ 一带一路 ” 跨境电商行业深度研究与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国 ” 一带一路 ” 跨境电商行业深度研究与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202108/20-423602.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

随着互联网应用加深，跨境运输网络日益发达，海淘从困难重重变得像日常购物一样便利。海淘具有其特有的价格、品类等优势，近年来我国海淘用户规模不断扩大。2018年我国海淘用户规模突破1亿人。2019年，我国海淘用户规模将近1.55亿人，预计2020年有望扩大至2.35亿人。2018-2020年中国海淘用户规模走势预测

66.4%的海淘用户会经常通过线上渠道购物，代购渠道占比最低，仅有25.2%的人通过代购购买海外商品。

中国产业研究报告网师认为，电商法正式实施，对小型海外代购团队造成了较大打击，再加上各大跨境电商平台在正品保障方面的不断升级，选择代购的消费者不断减少。随着各大跨境电商平台在线下的布局，线下渠道的比例也得到了一定程度的提升。2019年中国海淘消费者海淘渠道偏好分布 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国“一带一路”跨境电商行业深度研究与报告》共十二章。首先介绍了中国“一带一路”跨境电商行业市场发展环境、“一带一路”跨境电商整体运行态势等，接着分析了中国“一带一路”跨境电商行业市场运行的现状，然后介绍了“一带一路”跨境电商市场竞争格局。随后，报告对“一带一路”跨境电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国“一带一路”跨境电商行业发展趋势与投资预测。您若想对“一带一路”跨境电商产业有个系统的了解或者想投资中国“一带一路”跨境电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 “一带一路”跨境电商行业发展综述

第一节 “一带一路”跨境电商行业定义及分类

一、跨境电商的定义

二、跨境电商的业务模式

三、跨境电商的分类及介绍

四、跨境电商的发展意义及作用

第二节 “一带一路”跨境电商行业发展面临的机遇与挑战

一、“一带一路”战略构想

二、中国跨境电商发展背景

三、“一带一路”战略给跨境电商带来机遇

1、经济信息化引领跨境电商时代到来

2、国际市场潜力大

3、跨境电商将成为中国出口重要推动力

四、“一带一路”战略下跨境电商面临挑战

1、中国政策和贸易国相关法律法规

2、贸易壁垒和外界冲击

3、交易手段复杂落后

五、关于“一带一路”背景下跨境电商发展的建议

1、企业加快融合

2、做中国的世界品牌

3、逐步完善跨境电子商务法律法规

第二章 “一带一路”战略背景下跨境电商产业发展环境分析

第一节 “一带一路”战略背景下跨境电商产业政策环境分析

一、“一带一路”沿线国家政治环境分析

二、“一带一路”沿线国家产业监管分析

三、“一带一路”战略国内推动政策分析

四、政策环境对跨境电商产业发展影响分析

第二节 “一带一路”战略背景下跨境电商产业经济环境分析

一、“一带一路”沿线国家区域经济发展状况

二、“新常态”背景下国内经济发展思路分析

三、“新常态”背景下国内经济发展现状分析

四、“新常态”背景下国内经济发展趋势分析

五、经济环境对跨境电商产业发展影响分析

第三节 “一带一路”战略背景下跨境电商产业投资环境分析

一、“一带一路”背景下中国对外投资政策分析

二、 “一带一路”背景下中国对外投资规模分析

三、 “一带一路”背景下中国对外投资结构分析

四、 “一带一路”背景下中国对外投资平台分析

五、 投资环境对跨境电商产业发展影响分析

第四节 “一带一路”战略背景下跨境电商产业金融支持分析

一、 金砖开发银行金融支持分析

二、 亚洲基础设施投资银行金融支持

三、 “丝路基金”金融支持分析

四、 金融环境对跨境电商产业发展影响

第三章 “一带一路”沿线国家跨境电商行业发展分析

第一节 “一带一路”跨境电商市场总体情况分析

一、 全球“一带一路”跨境电商行业的发展特点

二、 全球“一带一路”跨境电商市场结构

三、 全球“一带一路”跨境电商行业发展分析

四、 全球“一带一路”跨境电商行业竞争格局

五、 全球“一带一路”跨境电商市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）“一带一路”跨境电商发展分析

一、 欧洲“一带一路”跨境电商发展分析

1、 欧洲“一带一路”跨境电商行业发展概况

2、 欧洲“一带一路”跨境电商市场规模分析

3、 欧洲“一带一路”跨境电商商品进出口结构分析

4、 欧洲“一带一路”跨境电商市场发展趋势分析

二、 俄罗斯“一带一路”跨境电商发展分析

1、 俄罗斯“一带一路”跨境电商行业发展概况

2、 俄罗斯“一带一路”跨境电商市场规模分析

3、 俄罗斯“一带一路”跨境电商商品进出口结构分析

4、 俄罗斯“一带一路”跨境电商市场发展趋势分析

三、 阿联酋“一带一路”跨境电商发展分析

1、 阿联酋“一带一路”跨境电商行业发展概况

2、 阿联酋“一带一路”跨境电商市场规模分析

3、 阿联酋“一带一路”跨境电商商品进出口结构分析

4、阿联酋“一带一路”跨境电商市场发展趋势分析

四、东南亚“一带一路”跨境电商发展分析

1、东南亚“一带一路”跨境电商行业发展概况

2、东南亚“一带一路”跨境电商市场规模分析

3、东南亚“一带一路”跨境电商商品进出口结构分析

4、东南亚“一带一路”跨境电商市场发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 “一带一路”跨境电商所属行业运行现状分析

第一节 “一带一路”跨境电商行业发展状况分析

一、 “一带一路”跨境电商行业发展概况及特点

二、 “一带一路”跨境电商行业发展存在的问题

三、 “一带一路”跨境电商行业市场驱动因素分析

第二节 “一带一路”跨境电商所属行业发展现状分析

一、 “一带一路”跨境电商所属行业投资规模分析

二、 “一带一路”跨境电商所属行业市场规模分析

三、 “一带一路”跨境电商行业商品结构分析

四、 “一带一路”跨境电商所属行业交易额分析

五、 “一带一路”沿线国家海淘用户规模分析

六、 中国对“一带一路”沿线国家进出口总额

第三节 “一带一路”跨境电商行业品牌巨头分析

一、 手机——doogee

二、 假发——allrun

三、 家电——小狗电器puppyoo

四、 耳机——bluedio

五、 男装——自由兵freesoldier

第四节 “一带一路”跨境电商发展方向

一、 “一带一路”跨境电商的新机遇

二、 “一带一路”跨境电商的新玩法

三、 “一带一路”跨境电商的新思维

四、 “一带一路”跨境电商的新模式

五、 “一带一路”跨境电商的新格局

第五章 “一带一路”跨境电商所属行业进出口数据分析

第一节 “一带一路”跨境电商所属行业进出口综述

- 一、中国“一带一路”跨境电商所属行业进出口的特点分析
- 二、中国“一带一路”跨境电商所属行业进出口地区分布状况
- 三、中国“一带一路”跨境电商V进出口的贸易方式及经营企业分析
- 四、中国“一带一路”跨境电商所属行业进出口政策与国际化经营

第二节 “一带一路”跨境电商所属行业出口商品数据分析

- 一、出口商品总额分析
- 二、出口商品销量占比结构
- 三、出口商品海外销售占比增长较快的品类分析

第三节 “一带一路”跨境电商行业进口商品数据分析

国民消费的升级和与之带来用户对于产品质量和产品种类的要求提高，而跨境电商平台能满足消费者对高品质商品的追求。需求发展、以及国际之间物流链的完善推动着跨境电商交易规模逐年增长。

2018年我国跨境电商零售进出口交易额突破1000亿元。2019年，中国跨境电商零售进出口额达到1862.1亿元人民币，是2015年的5倍，年均增速49.5%。随着跨境电商综试区增加，跨境电商市场规模将进一步扩大，2020年进出口交易额有望达到2800亿元。2018-2020年中国跨境电商零售进出口交易额走势预测

- 一、进口商品总额分析
- 二、进口商品销量占比结构
- 三、进口爆品数据分析
- 四、进口特色商品销量增长分析

第四节 中国“一带一路”跨境电商所属行业商品出口面临的挑战及对策

- 一、中国“一带一路”跨境电商行业商品出口面临的挑战
- 二、中国“一带一路”跨境电商行业未来出口展望
- 三、中国“一带一路”跨境电商行业商品出口对策
- 四、“一带一路”跨境电商行业商品进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第六章 中国跨境电商产业园区发展现状及趋势

第一节 跨境电商产业园区运营现状

- 一、中国跨境电商产业发展现状分析
- 二、跨境电商产业园区发展规模分析
- 三、跨境电商产业园区发展类型分析
- 四、跨境电商产业园区用地情况分析

- 1、用地概括
- 2、用地特点
- 3、用地需求

第二节 跨境电商产业园区开发模式

- 一、政府主导型园区开发模式
- 二、政企合一型园区开发模式
- 三、企业主导型园区开发模式
- 四、产业主导型园区开发模式
- 五、社区主导型园区开发模式
- 六、服务主导型园区开发模式

第三节 跨境电商产业园区运营模式

- 一、跨境电商产业园区主要运营模式
 - 1、自发成长型产业园区
 - 2、资源驱动型产业园区
 - 3、规划引导型产业园区
 - 4、产业转移型产业园区

二、跨境电商产业园区功能提升方向

- 1、资源整合的提升方向
- 2、专业能力的提升方向
- 3、服务平台的提升方向
- 4、产业链条的提升方向
- 5、创业成长的提升方向
- 6、互补性提升方向

三、跨境电商产业园区盈利模式

- 1、物业租赁收入分析
- 2、增值服务收入分析
- 3、金融投资收入分析

第四节 跨境电商产业园区经营效益

一、跨境电商产业园区开发成本分析

二、跨境电商产业园区交易规模分析

三、跨境电商产业园区进出口量分析

第五节 跨境电商产业园区投资分析

一、跨境电商产业园区投资规模

二、跨境电商产业园区投资主体

三、跨境电商产业园区投资方式

第六节 跨境电商产业园区发展趋势

一、跨境电商产业园区发展趋势

二、跨境电商产业园区前景预测

第七节 跨境电商产业园区发展建议

一、跨境电商产业园区生态圈建设

二、跨境电商产业园软硬环境兼顾

三、市场定位与本地特色产业与经济结合

四、坚持市场运作为主，行政调控为辅

五、科学利用各种电商产业园

第七章 “一带一路”跨境电商主要品类市场分析

第一节 电子产品跨境电商市场分析

一、电子产品跨境电商主要项目及介绍

二、电子产品跨境电商市场规模分析

三、电子产品跨境电商市场结构分析

四、电子产品跨境电商市场竞争格局

五、电子产品跨境电商市场趋势预测

第三节 服装跨境电商市场分析

一、服装跨境电商主要项目及介绍

二、服装跨境电商市场规模分析

三、服装跨境电商市场结构分析

四、服装跨境电商市场竞争格局

五、服装跨境电商市场趋势预测

第四节 户外用品跨境电商市场分析

一、户外用品跨境电商主要项目及介绍

二、户外用品跨境电商市场规模分析

三、户外用品跨境电商市场结构分析

四、户外用品跨境电商市场竞争格局

五、户外用品跨境电商市场趋势预测

第五节 健康与美容产品跨境电商市场分析

一、健康与美容产品跨境电商主要项目及介绍

二、健康与美容产品跨境电商市场规模分析

三、健康与美容产品跨境电商市场结构分析

四、健康与美容产品跨境电商市场竞争格局

五、健康与美容产品跨境电商市场趋势预测

第六节 家居用品跨境电商市场分析

一、家居用品跨境电商主要项目及介绍

二、家居用品跨境电商市场规模分析

三、家居用品跨境电商市场结构分析

四、家居用品跨境电商市场竞争格局

五、家居用品跨境电商市场趋势预测

第四部分 竞争格局分析

第八章 “一带一路”跨境电商行业区域市场分析

第一节 中国“一带一路”跨境电商重点区域市场分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业企业数量的区域分布

第二节 北京“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第三节 上海“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第四节 广东“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第五节 浙江“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第六节 江苏“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第七节 福建“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第八节 宁夏“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第九节 青海“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第十节 内蒙古“一带一路”跨境电商市场分析

一、跨境电商市场发展概况

二、跨境电商市场交易规模

三、跨境电商产品主要出口国家分析

四、跨境电商主要产品出口结构分析

五、跨境电商市场发展方向

第九章 “一带一路”跨境电商行业领先企业经营形势分析

第一节 国外领先跨境电商平台分析

一、亚马逊

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

二、cdiscout

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

三、kilimall

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

四、shopee

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位

五、wish

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位

六、souq

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位

七、bol

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位

第二节 国内领先跨境电商平台分析

一、网易考拉海购

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位
- 5、用户规模
- 6、跨境电商交易额

二、天猫国际

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位

5、用户规模

6、跨境电商交易额

三、唯品会

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

5、用户规模

6、跨境电商交易额

四、京东全球购

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

5、用户规模

6、跨境电商交易额

五、洋码头

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

5、用户规模

6、跨境电商交易额

六、小红书

1、平台介绍

2、平台特色

3、主营产品

4、消费者定位

5、用户规模

6、跨境电商交易额

七、ebay

1、平台介绍

- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位
- 5、用户规模
- 6、跨境电商交易额

八、jollychic

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位
- 5、用户规模
- 6、跨境电商交易额

九、速卖通

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位
- 5、用户规模
- 6、跨境电商交易额

十、中非桥

- 1、平台介绍
- 2、平台特色
- 3、主营产品
- 4、消费者定位
- 5、用户规模
- 6、跨境电商交易额

第五部分 发展前景展望

第十章 2021-2027年“一带一路”跨境电商行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年“一带一路”跨境电商市场前景

- 一、2021-2027年“一带一路”跨境电商市场发展潜力
- 二、2021-2027年“一带一路”跨境电商市场前景展望

三、2021-2027年“一带一路”跨境电商细分领域发展前景分析

第二节 2021-2027年“一带一路”跨境电商市场发展趋势预测

一、2021-2027年“一带一路”跨境电商行业发展趋势

- 1、仍将继续保持高速增长
- 2、b2c模式将迅速发展
- 3、出口占主导，进口增长极快
- 4、阳光化将是大势所趋
- 5、保税模式潜力巨大
- 6、“自营+平台”类是主流

二、2021-2027年“一带一路”跨境电商市场规模预测

三、2021-2027年“一带一路”跨境电商商品类结构预测

四、2021-2027年“一带一路”跨境电商用户规模预测

第三节 中国“一带一路”跨境电商行业发展影响因素分析

- 一、国家因素
- 二、社会因素
- 三、经济因素

第十一章 2021-2027年“一带一路”跨境电商行业投资价值与风险防范分析

第一节 “一带一路”跨境电商行业投资潜力分析

- 一、“一带一路”跨境电商行业投资现状
- 二、“一带一路”跨境电商行业投资规划
- 三、“一带一路”跨境电商行业投资动向
- 四、“一带一路”跨境电商行业投资潜力

第二节 2021-2027年“一带一路”跨境电商行业投资机会

- 一、跨境物流投资机会
- 二、细分领域投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 2021-2027年“一带一路”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“一带一路”跨境电商行业投资建议

一、“一带一路”跨境电商行业未来发展方向

二、“一带一路”跨境电商行业主要投资建议

三、中国“一带一路”跨境电商企业融资分析

1、中国“一带一路”跨境电商企业IPO融资分析

2、中国“一带一路”跨境电商企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 “一带一路”跨境电商行业研究结论及建议

第二节 “一带一路”跨境电商子行业研究结论及建议

第三节 “一带一路”跨境电商行业发展建议

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：2015-2019年“一带一路”跨境电商行业投资规模分析

图表：2015-2019年“一带一路”跨境电商行业市场规模分析

图表：2015-2019年“一带一路”跨境电商行业商品结构分析

图表：2015-2019年“一带一路”跨境电商行业交易额分析

图表：2015-2019年“一带一路”沿线国家海淘用户规模分析

图表：2015-2019年中国对“一带一路”沿线国家进出口总额

图表：2015-2019年跨境电商出口商品总额分析

图表：2015-2019年跨境电商出口商品销量占比结构

图表：2015-2019年跨境电商出口商品海外销售占比增长较快的品类分析

图表：2015-2019年跨境电商进口商品总额分析

图表：2015-2019年跨境电商进口商品销量占比结构

图表：2015-2019年跨境电商进口爆品数据分析

图表：2015-2019年跨境电商进口特色商品销量增长分析

图表：2021-2027年“一带一路”跨境电商市场规模预测

图表：2021-2027年“一带一路”跨境电商品类结构预测

图表：2021-2027年“一带一路”跨境电商用户规模预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202108/20-423602.html>