

2023-2029年中国跨境电商 行业深度研究与市场全景评估报告

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

《2023-2029年中国跨境电商行业深度研究与市场全景评估报告》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/R0904/202308/17-548097.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。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国跨境电商行业深度研究与市场全景评估报告》共十六章。首先介绍了中国跨境电商行业市场发展环境、跨境电商整体运行态势等，接着分析了中国跨境电商行业市场运行的现状，然后介绍了跨境电商市场竞争格局。随后，报告对跨境电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国跨境电商行业发展趋势与投资预测。您若想对跨境电商产业有个系统的了解或者想投资中国跨境电商行业，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 跨境电商行业发展环境

第一章 跨境电商的界定及意义

第一节 跨境电商的定义及优势

一、跨境电商的定义

二、跨境电商流程

三、跨境电商企业类型

四、跨境电商的优势

第二节 跨境电商分类

一、以产业终端用户类型分类

二、以服务类型分类

三、以平台运营方分类

第三节 跨境电商的特征

一、全球性

二、无形性

三、匿名性

四、即时性

五、无纸化

六、快速演进

第四节 跨境电商对外贸转型升级的意义

- 一、促进外贸转型升级
- 二、促使中小企业进入国际市场
- 三、提升中小企业外贸经济效益

第二章 2019-2022年中国跨境电子商务行业发展环境分析

第一节 政策环境分析（Political）

- 一、监管部门
- 二、整体市场政策
- 三、海关监管政策
- 四、出口电商政策
- 五、进口电商政策
- 六、跨境支付政策
- 七、区域政策特色

第二节 经济环境分析（Economic）

- 一、全球经济运行态势分析
- 二、中国宏观经济运行状况
- 三、中国对外贸易发展规模
- 五、中国宏观经济发展趋势

第三节 社会环境分析（Social）

- 一、人口环境分析
- 二、居民收入水平
- 三、居民消费水平
- 四、网购的普及化

第四节 技术环境分析（Technological）

- 一、网络技术
- 二、Web浏览技术
- 三、安全技术
- 四、数据库技术
- 五、电子支付技术

第二部分 跨境电子商务行业深度分析

第三章 2019-2022年中国跨境电子商务市场深度分析

第一节 中国跨境电子商务发展历程

一、跨境电商1.0阶段

二、跨境电商2.0阶段

三、跨境电商3.0阶段

第二节 中国跨境电子商务市场运行分析

一、总体发展分析

二、市场发展特点

三、市场发展规模

四、市场变革特征

五、消费群体分析

第三节 中国跨境电子商务市场格局分析

一、市场结构状况

二、区域发展格局

三、营销方式结构

四、品类结构状况

第四节 国内外两大跨境电商企业的比较

一、平台的比较

二、集货模式比较

三、物流服务比较

四、清关模式比较

五、价格优势比较

第五节 中国跨境电商知识产权的探析

一、电商与知识产权

二、纠纷特点分析

三、存在的问题

四、知识产权风险

五、应对策略分析

第六节 中国跨境电商市场面临的问题及建议

一、通关问题

二、物流问题

三、信用问题

四、产品国际竞争力

五、发展政策建议

第七节 企业开展跨境电商业务的步骤

一、确定模式及经营场所

二、获得相关部门认可

三、海关注册及备案

四、数据对接

第四章 2019-2022年出口电子商务市场分析

第一节 中国出口电子商务市场参与主体分析

一、买家的分布及规模

二、卖家环境分析

第二节 中国出口电子商务市场发展态势分析

一、整体发展状况

二、行业生命周期

三、市场规模状况

四、市场发展热点

五、主流模式分析

六、服务市场状况

七、市场发展趋势

第三节 出口电商产业链分析

一、产业链简况

二、产业链上游

三、产业链中游

四、产业链下游

第五章 2019-2022年进口电子商务市场分析

第一节 进口电子商务市场整体分析

一、市场发展态势

二、市场规模状况

三、市场投资潜力

第二节 进口电商消费者分析

- 一、消费者属性
- 二、跨境购物动机偏好
- 三、跨境购物频率
- 四、主要跨境购国家
- 五、跨境购品类偏好
- 六、海淘平台的选择
- 七、产品的注重因素
- 八、支付方式的选择
- 九、物流的选择

第三节 进口电商主要竞争主体分析

- 一、国内电商企业
- 二、国外电商企业
- 三、物流/支付企业

第六章 2019-2022年跨境电子商务市场重点区域格局分析

第一节 广东省跨境电商市场发展分析

- 一、政策环境
- 二、国内地位
- 三、市场规模
- 四、分布状况
- 五、区域特色
- 六、发展动态

第二节 浙江省跨境电商市场的发展

- 一、国内地位
- 二、整体状况
- 三、市场规模
- 四、主要园区
- 五、主要县市发展
- 六、发展规划

第三节 福建省跨境电商市场的发展

- 一、政策环境
- 二、市场规模

三、市场动向

四、主要市县发展

第四节 江苏省跨境电商市场的发展

一、政策环境

二、市场格局

三、主要市县发展

第七章 2019-2022年中国跨境电商试点城市分析

第一节 中国跨境电商试点城市整体分析

一、试点城市分布

二、试点城市规模

三、发展模式对比

四、试点条件分析

第二节 上海跨境电商市场的发展

一、相关鼓励政策

二、市场结构分析

三、市场发展规模

四、发展态势分析

第三节 重庆跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展特点

三、市场发展规模

四、市场发展动力

五、未来发展展望

第四节 杭州跨境电商市场的发展

一、建立综合试验区

二、发展态势分析

三、商务园区布局

四、市场发展动态

五、未来发展展望

第五节 宁波跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展规模

三、市场发展动态

四、发展经验借鉴

第六节 郑州跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展规模

三、市场发展概况

四、未来发展规划

第七节 广州跨境电商市场的发展

一、行业扶持政策

二、市场规模状况

三、出口模式分析

四、市场发展动态

五、面临的问题

第八节 深圳跨境电商市场的发展

一、行业相关政策

二、市场发展规模

三、市场发展特点

四、市场发展优势

五、市场发展动态

第九节 苏州跨境电商市场的发展

一、行业扶持政策

二、市场发展态势

三、面临的问题

第十节 青岛跨境电商市场的发展

一、行业发展鼓励

二、市场发展环境

三、市场发展规模

四、市场发展条件

五、市场发展动态

第十一节 其他试点城市跨境电商的发展

一、北京

二、长沙

三、银川

四、哈尔滨

五、西安

第三部分 跨境电商行业市场竞争格局

第八章 2019-2022年出口跨境电商主要平台分析

第一节 eBay

一、平台简介

二、主要产品及潜力产品

三、区域投资分布

四、国内市场特点

五、区域分布特征

六、战略动态

第二节 亚马逊

一、平台简介

二、发展优势

三、经营状况

四、战略动态

第三节 速卖通

一、平台简介

二、交易规模

三、发展态势

四、战略动态

第四节 敦煌网

一、平台简介

二、市场规模

三、业务模式

四、盈利模式

五、核心竞争力

六、SWOT分析

第五节 Wish

一、平台简介

二、盈利模式

三、融资状况

四、战略动态

第六节 兰亭集势

一、平台简介

二、发展优势

三、主要品类

四、战略动态

第七节 大龙网

一、平台介绍

二、发展模式

三、融资状况

四、战略动态

第八节 其他出口电商平台的发展

一、零米海淘

二、唯一品

三、宝贝格子

第九章 2019-2022年进口跨境电商主要平台分析

第一节 进口电商平台类型分析

一、海外代购平台

二、直发/直运平台模式

三、导购/返利平台模式

四、海外商品闪购模式

五、自营类

第二节 天猫国际

一、平台简介

二、运营模式

三、经营状况

四、面临的挑战

第三节 京东海外购

一、平台简介

二、品类特征

三、运营模式

四、经营状况

五、战略动态

第四节 苏宁易购

一、平台简介

二、品类特征

三、运营模式

四、产业链布局

五、跨境电商的发展

第五节 洋码头

一、平台简介

二、品类特征

三、经营状况

四、运营模式

五、融资状况

六、物流体系的建立

七、服务保障

第六节 其他进口电商平台

一、唯品会

二、顺丰海淘

三、聚美海淘

四、1号店

五、考拉海购

六、万国优品

七、蜜芽宝贝

第十章 中国跨境电子商务平台建设分析

第一节 跨境电商服务平台类型

一、通关服务平台

二、公共服务平台

三、综合服务平台

第二节 平台建设流程分析

一、平台建设

二、团队的建立

三、客户体验障碍

第三节 提高跨境电子商务平台信任度的策略

一、专业的设计外观和用户体验

二、国际第三方资质认证和服务

三、客户的推荐和评论

四、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

第一节 跨境电商商业运营模式介绍

一、模式结构

二、B2B模式

三、B2C模式

四、C2C模式

第二节 进口电商模式分析

一、海外代购模式

二、直发/直运平台模式

三、自营B2C模式

四、导购/返利平台模式

五、海外商品闪购模式

六、各模式的比较

第三节 出口跨境电商B2C模式优劣势分析

一、优势分析

二、劣势分析

第四节 中国跨境电商开启产业园发展模式

一、产业园模式的需求分析

二、建立产业园的作用

三、产业园区区域布局

四、典型产业园分析

五、产业园建设动态

第十二章 2019-2022年跨境电子商务产业链分析

第一节 跨境电商供应链

- 一、供应链发展现状
- 二、供应链的管理
- 三、供应链金融分析
- 四、供应链面临的问题
- 五、供应链风险分析
- 六、国外供应链建设的借鉴
- 七、供应链整合成未来竞争点

第二节 跨境支付

- 一、主要支付方式
- 二、国内发展总况
- 三、市场结构状况
- 四、面临的问题
- 五、未来发展趋势

第三节 跨境物流

- 一、跨境物流规模
- 二、主要物流模式
- 三、主要物流企业
- 四、进关方式
- 五、海外仓的发展
- 六、面临的风险
- 七、存在的问题
- 八、未来发展焦点
- 九、投资逻辑分析

第十三章 中国跨境电子商务领先企业发展分析

第一节 阿里巴巴集团

- 一、企业发展概况
- 二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第二节 北京敦煌禾光信息技术有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第三节 焦点科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第四节 环球资源集团有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第五节 环球市场集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第六节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第七节 兰亭集势控股有限责任公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态

第四部分 跨境电子商务行业投资预测

第十四章 中国跨境电子商务市场投资机会及建议分析

第一节 中国跨境电商市场融资分析

一、区域分布状况

二、融资项目结构

三、融资方式结构

四、市场融资动向

第二节 中国跨境电子商务市场投资机会

一、进口电商投资机会

二、通关服务成行业投资机会

三、供应链领域的投资机会

四、融资领域的投资机会

五、支付领域的投资机会

六、物流领域的投资机会

第三节 出口跨境电商的投资机会分析

一、卖家的机会

二、物流商的机会

三、金融服务商的机会

四、代运营服务的机会

五、投资商的机会

六、其他投资机会

第四节 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

第一节 全球跨境电商市场发展分析

一、行业发展历程

二、市场规模状况

三、市场调查分析

四、市场竞争状况

第二节 国际跨境电商区域格局特征分析

一、区域格局分析

二、欧洲市场规模最大

三、北美市场最受欢迎

四、亚洲市场增长最快

第三节 美国

一、美国跨境电商消费市场规模

二、美国跨境电商市场调查分析

三、美国跨境电商主要平台介绍

第四节 西班牙

一、西班牙电子商务状况

二、西班牙跨境电商的机遇

三、西班牙电商首选支付方式

四、西班牙电子商务法律法规

五、进入西班牙电商市场的风险及措施

第五节 俄罗斯

一、俄罗斯跨境电商状况

二、俄罗斯电商支付方式

三、进入俄罗斯电商市场的风险

第六节 波兰

一、波兰电子商务状况

二、波兰跨境电商的机遇

三、波兰电商支付方式

四、波兰电子商务法律

五、进入波兰电商市场的风险

第七节 加拿大

一、加拿大电商状况

二、加拿大跨境电商的机遇

三、加拿大电商支付方式

四、加拿大电子商务法律

五、进入加拿大电商市场的风险及措施

第八节 土耳其

一、土耳其电商市场状况

二、土耳其跨境电商的机遇

- 三、土耳其电商支付方式
- 四、土耳其电子商务法律
- 五、进入土耳其电商市场的风险

第九节 日本

- 一、日本电商状况
- 二、日本跨境电子商务的机遇
- 三、日本电商支付方式
- 四、进入日本市场的风险

第十节 法国

- 一、法国电商市场状况
- 二、法国跨境电子商务的机遇
- 三、法国电商支付方式
- 四、法国电子商务法律
- 五、进入法国市场的风险

第十六章 对跨境电子商务市场发展前景分析

第一节 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势

- 一、发展前景分析
- 二、市场发展趋向
- 三、交易平台的发展趋势

第二节 对2023-2029年中国跨境电子商务市场预测

- 一、对中国跨境电子商务发展因素分析
- 二、对2023-2029年中国跨境电子商务交易总额预测
- 三、对2023-2029年中国进口电子商务交易额预测
- 四、对2023-2029年中国出口电子商务交易额预测

图表目录：

图表：跨境电商平台的交易流程

图表：2019-2022年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2022年国民经济初步核算

图表：2019-2022年中国固定资产投资（不含农户）统计

图表：2022年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2022年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2022年社会消费品总额同比增速

图表：2022年规模以上工业增加值同比增速

图表：2022年累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2022年累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表：2022年规模以上工业企业主要财务指标

图表：2022年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2019-2022年中国对外贸易月度进、出口增速

图表：2019-2022年中国对外贸易季度进、出口增速

图表：2022年中国进出口贸易方式和企业性质情况

图表：2022年中国与主要贸易伙伴进出口额及比重

图表：2022年中国区域（不包括港澳台）进出口情况

图表：2022年中国出口主要商品量值表

图表：2019-2022年中国重点商品月度出口增速

图表：2022年中国进口主要商品量值表

图表：2019-2022年中国卫生技术人员人数统计

图表：2022年中国居民消费价格总水平

图表：2019-2022年中国网民规模和互联网普及率

图表：2019-2022年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2019-2022年我国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表：2019-2022年中国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202308/17-548097.html>