

2017-2022年中国跨境电商 市场调查与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国跨境电商市场调查与行业发展趋势报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/4410439MN5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

跨境电子商务面对的是全球200多个国家和地区的商家和消费者，市场潜力巨大，而在中国政府大力扶持和企业转型的共同需求下，已经围绕整个跨境贸易形成了一条从营销到支付、物流和金融服务的清晰、完整的产业链，行业格局日渐稳固。

中国跨境电子商务行业处于初级发展阶段，近年，投资、融资事件如雨后春笋，整体行业资产快速增长。截至2015年8月初，全国共有跨境电商进口试点城市为宁波、郑州、上海、重庆、杭州、广州、深圳、福州、平潭9个；全国跨境贸易电子商务服务试点城市包括郑州、杭州、重庆、上海、宁波、广州、深圳、天津共8个城市。

2015年，出口跨境电商纷纷转型进口，大量传统外贸开始触及跨境电商。2015年，中国跨境电子商务市场规模将达5.3万亿元，同比增长32%；中国跨境电子商务行业交易额占进出口贸易总额19.4%。从2015年中国跨境电子商务交易模式来看，目前，中国跨境电子商务B2B交易额占比90.4%，跨境电子商务B2B优势明显，且跨境电子商务B2B交易量大，订单未定，未来B2B跨境电子商务仍是主流。

跨境电子商务占电商市场份额越来越大，从2013年28%提升到2015年31%。预计“十三五”期间，跨境电子商务占电商市场的份额进一步上升。随着我国跨境电子商务政策的利好，跨境电子商务服务业必将迎来高速发展期。从跨境电子商务进、出口结构分布情况来看，2015年超过80%的交易规模由出口电商贸易贡献；进口电商比重较低，但随着中国跨境网购市场的开放、跨境网购基础环境的完善和消费者跨境网购习惯的养成，未来进口电商比重将逐步增大。从外贸形势特征来看，小额跨境电子商务逐渐成为外贸发展趋势；从外贸目标市场来看，跨境电子商务与海外新兴市场的崛起不谋而合；从外贸商品种类来看，跨境电子商务涉及的行业类别也在不断扩大。此外，随着全球网上购物市场的迅猛发展，消费和跨境网购需求日益强烈，诸多支付机构已经通过与海外电商企业及银行等金融机构合作涉足跨境支付业务，快速进入境外支付市场。

1999年阿里巴巴实现用互联网连接中国供应商与海外买家后，中国对外出口贸易就实现了互联网化。在此之后，经历从信息服务，到在线交易、全产业链服务的跨境电商产业转型。跨境电商占进出口总额的比重进入上升通道，预计到2016年该比重将达20%，不仅如此跨境电商在电商的占比也逐年提升，2014年跨境电商占电商的比重达30%。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国跨境电商市场调查与行业发展趋势报告》共十六章。首先介绍了跨境电商相关概念及发展环境，接着分析了中国跨境电商规模及消费需求，然后对中国跨境电商市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国跨境电商面临的机遇及发展前景。您若想对中国跨境电商有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可

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 2012-2015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 2012-2015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 (1999-2003年)
- 二、跨境电商2.0阶段 (2004-2012年)
- 三、跨境电商3.0阶段 (2013年至今)

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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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、平台建设调查
- 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、产业园区域布局
- 四、典型产业园分析
- 五、产业园建设动态

第十二章 2012-2015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 2012-2015年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、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

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、业务模式分析

四、企业目标客户

五、风险因素分析

第五节 环球市场集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、企业盈利模式

四、企业运营特征

五、跨境电商动态

第六节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第七节 兰亭集势控股有限责任公司

一、企业简介

二、主营业务分析

三、企业经营状况

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2017-2022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2017-2022年中国跨境电子商务交易总额预测
- 三、对2017-2022年中国进口电子商务交易额预测
- 四、对2017-2022年中国出口电子商务交易额预测 (ZY ZM)

图表目录：

图表：跨境电商平台的交易流程

图表：2011-2015年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2015年前三季度国民经济初步核算

图表：2011-2015年中国固定资产投资（不含农户）统计

图表：2015年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2015年社会消费品总额同比增速

图表：2015年规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2015年累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表：2015年规模以上工业企业主要财务指标

图表：2015年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2015-2016年中国对外贸易月度进、出口增速

图表：2012-2015年中国对外贸易季度进、出口增速

图表：2015年中国进出口贸易方式和企业性质情况

图表：2015年中国与主要贸易伙伴进出口额及比重

图表：2015年中国区域（不包括港澳台）进出口情况

图表：2015年前三季度中国出口主要商品量值表

图表：2015-2016年中国重点商品月度出口增速

图表：2015年前三季度中国进口主要商品量值表

图表：1980-2015年中国与美国货物贸易增速比较

图表：1980-2015年中国和美国在世界货物贸易中所占份额比较

图表：2010-2015年中国卫生技术人员人数统计

图表：2015年中国居民消费价格总水平

图表：2011-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2015-2016年我国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表：2015-2016年中国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表：2011-2015年中国跨境电子商务市场规模统计

图表：2011-2015年中国跨境电子商务交易在对外贸易中占比统计

图表：2011-2015年中国跨境电子商务市场结构

图表：2015年中国跨境电子商务试点城市分布

图表：跨境电商企业经营模式

图表：跨境电商企业进口模式

图表：2011-2015年中国出口电子商务市场规模统计

图表：2011-2015年B2B在出口电商交易中占比走势

图表：2011-2015年中国出口电商交易结构

图表：出口电商产业链

图表：2011-2015年中国进口电子商务市场规模统计

图表：2011-2015年中国进口跨境电子商务占跨境电商走势

图表：2015年跨境购物用户年龄分布

图表：敦煌网SWOT分析

图表：考虑用来提高信任度的资质和服务的大品牌

图表：跨境电子商务服务供应链模型

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/4410439MN5.html>