

# 2017-2022年中国跨境电商 市场调查与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国跨境电商市场调查与投资战略研究报告》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/P28941TVMU.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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。

2016年3月15日，央视3.15晚会曝光跨境电商进口儿童用品超三成不合格

2015年，中国跨境电商零售交易额达到7512亿元，同比增长69%。其中，跨境电商零售出口额5032亿元，同比增长60%；跨境电商零售进口额2480亿元，同比增长92%。预计到2020年，中国跨境电商零售交易额将超过3.6万亿元，在2017-2022年区间，年均增幅约37%。根据测算，2020年跨境电商零售进出口额将达到约2.16万亿元，年均增幅34%；2020年跨境电商零售进口额约1.5万亿元，年均增幅约43%。

2015年，中国跨境电商交易规模达4.8万亿元，同比增长28%。预计2020年，跨境电商市场交易规模将达12万亿元，在2017-2022年区间，复合年均增长率为20.1%。

中国跨境电商交易额、进出口总额变化情况

2015年，跨境电商交易额占中国进出口总额的19.5%，预计到2020年，该占比将达到37.6%。

2015年中国跨境电商交易额占进出口总额比重变化情况

2020年中国跨境电商交易额占进出口总额比重变化情况

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投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了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 跨境电商流程
- 1.1.3 跨境电商企业类型
- 1.1.4 跨境电商发展优势
- 1.2 跨境电商分类
  - 1.2.1 以服务类型分类
  - 1.2.2 以平台运营方分类
  - 1.2.3 以产业终端用户类型分类
- 1.3 跨境电商的特征
  - 1.3.1 全球性
  - 1.3.2 无形性
  - 1.3.3 匿名性
  - 1.3.4 即时性
  - 1.3.5 无纸化
  - 1.3.6 快速演进
- 1.4 跨境电商对外贸转型升级的意义
  - 1.4.1 促进外贸转型升级
  - 1.4.2 促使中小企业进入国际市场
  - 1.4.3 提升中小企业外贸经济效益

## 第二章 2015-2016年中国跨境电子商务行业发展环境分析

- 2.1 政策环境分析 (Political )
  - 2.1.1 整体市场政策
  - 2.1.2 海关监管政策
  - 2.1.3 出口电商政策
  - 2.1.4 进口电商政策
  - 2.1.5 跨境支付政策
  - 2.1.6 行业指导意见
  - 2.1.7 行业税改方案
  - 2.1.8 区域政策特色
- 2.2 经济环境分析 (Economic )
  - 2.2.1 全球经济运行态势分析

- 2.2.2 中国宏观经济运行状况
- 2.2.3 中国对外贸易发展规模
- 2.2.4 人民币汇率的变动状况
- 2.2.5 中国宏观经济发展趋势
- 2.3 社会环境分析 ( Social )
  - 2.3.1 人口环境分析
  - 2.3.2 居民收入水平
  - 2.3.3 居民消费水平
  - 2.3.4 网购的普及化
- 2.4 技术环境分析 ( Technological )
  - 2.4.1 网络技术
  - 2.4.2 安全技术
  - 2.4.3 数据库技术
  - 2.4.4 电子支付技术
  - 2.4.5 Web浏览技术

### 第三章 2015-2016年中国跨境电子商务市场深度分析

- 3.1 中国跨境电子商务发展历程
  - 3.1.1 跨境电商1.0阶段 ( 1999-2003年 )
  - 3.1.2 跨境电商2.0阶段 ( 2004-2012年 )
  - 3.1.3 跨境电商3.0阶段 ( 2014年至今 )
- 3.2 中国跨境电子商务市场运行分析
  - 3.2.1 总体发展分析
  - 3.2.2 市场发展特点
  - 3.2.3 市场发展规模
  - 3.2.4 市场变革特征
  - 3.2.5 消费群体分析
- 3.3 中国跨境电子商务市场格局分析
  - 3.3.1 市场结构状况
  - 3.3.2 区域发展格局
  - 3.3.3 营销方式结构
  - 3.3.4 品类结构状况

- 3.4 国内外两大跨境电商企业的比较
  - 3.4.1 平台的比较
  - 3.4.2 集货模式比较
  - 3.4.3 物流服务比较
  - 3.4.4 清关模式比较
  - 3.4.5 价格优势比较
- 3.5 中国跨境电商知识产权的探析
  - 3.5.1 电商与知识产权
  - 3.5.2 纠纷的特点分析
  - 3.5.3 产权存在的问题
  - 3.5.4 知识产权的风险
  - 3.5.5 应对策略的分析
- 3.6 中国跨境电商市场面临的问题及建议
  - 3.6.1 通关方面的问题
  - 3.6.2 物流方面的问题
  - 3.6.3 信用方面的问题
  - 3.6.4 产品国际竞争力
  - 3.6.5 行业发展政策建议
- 3.7 企业开展跨境电商业务的步骤
  - 3.7.1 确定模式及经营场所
  - 3.7.2 获得相关部门认可
  - 3.7.3 海关注册及备案
  - 3.7.4 数据对接

#### 第四章 2015-2016年出口电子商务市场分析

- 4.1 中国出口电子商务市场参与主体分析
  - 4.1.1 买家的分布及规模
  - 4.1.2 卖家环境分析
- 4.2 中国出口电子商务市场发展态势分析
  - 4.2.1 整体发展状况
  - 4.2.2 行业生命周期
  - 4.2.3 市场规模状况

- 4.2.4 市场发展热点
- 4.2.5 主流模式分析
- 4.2.6 服务市场状况
- 4.2.7 市场发展趋势
- 4.3 出口电商产业链分析
  - 4.3.1 产业链简况
  - 4.3.2 产业链上游
  - 4.3.3 产业链中游
  - 4.3.4 产业链下游

## 第五章 2015-2016年进口电子商务市场分析

### 5.1 进口电子商务市场整体分析

- 5.1.1 市场发展态势
- 5.1.2 市场规模状况
- 5.1.3 市场投资潜力

### 5.2 进口电商消费者分析

- 5.2.1 消费者属性分析
- 5.2.2 跨境购物动机偏好
- 5.2.3 跨境购物的频率
- 5.2.4 主要跨境购国家
- 5.2.5 跨境购品类偏好
- 5.2.6 海淘平台的选择
- 5.2.7 产品的注重因素
- 5.2.8 支付方式的选择
- 5.2.9 物流方式的选择

### 5.3 进口电商主要竞争主体分析

- 5.3.1 国内电商企业
- 5.3.2 国外电商企业
- 5.3.3 物流/支付企业

## 第六章 2015-2016年跨境电子商务市场重点区域格局分析

### 6.1 广东省跨境电商市场发展分析

- 6.1.1 区域政策环境
- 6.1.2 国内发展地位
- 6.1.3 市场发展规模
- 6.1.4 企业分布状况
- 6.1.5 区域行业特色
- 6.1.6 市场发展动态
- 6.2 浙江省跨境电商市场的发展
  - 6.2.1 国内发展地位
  - 6.2.2 整体市场情况
  - 6.2.3 市场发展规模
  - 6.2.4 主要产业园区
  - 6.2.5 主要县市发展
  - 6.2.6 区域市场规划
- 6.3 福建省跨境电商市场的发展
  - 6.3.1 政策发展环境
  - 6.3.2 市场发展规模
  - 6.3.3 市场动向分析
  - 6.3.4 主要市县发展
- 6.4 江苏省跨境电商市场的发展
  - 6.4.1 政策发展环境
  - 6.4.2 市场竞争格局
  - 6.4.3 主要市县发展

## 第七章 2015-2016年中国跨境电商试点城市分析

- 7.1 中国跨境电商试点城市整体分析
  - 7.1.1 试点城市分布
  - 7.1.2 试点城市规模
  - 7.1.3 发展模式对比
  - 7.1.4 试点条件分析
- 7.2 上海跨境电商市场的发展
  - 7.2.1 相关鼓励政策
  - 7.2.2 市场结构分析



- 7.2.3 市场发展规模
- 7.2.4 发展态势分析
- 7.3 重庆跨境电商市场的发展
  - 7.3.1 行业发展政策
  - 7.3.2 市场发展特点
  - 7.3.3 市场发展规模
  - 7.3.4 市场发展动力
  - 7.3.5 未来发展展望
- 7.4 杭州跨境电商市场的发展
  - 7.4.1 建立综合试验区
  - 7.4.2 发展态势分析
  - 7.4.3 商务园区布局
  - 7.4.4 市场动态分析
  - 7.4.5 未来发展展望
- 7.5 宁波跨境电商市场的发展
  - 7.5.1 行业发展政策
  - 7.5.2 市场发展规模
  - 7.5.3 市场发展动态
  - 7.5.4 发展经验借鉴
- 7.6 郑州跨境电商市场的发展
  - 7.6.1 行业发展政策
  - 7.6.2 市场发展规模
  - 7.6.3 市场发展概况
  - 7.6.4 未来发展规划
- 7.7 广州跨境电商市场的发展
  - 7.7.1 行业扶持政策
  - 7.7.2 市场规模状况
  - 7.7.3 出口模式分析
  - 7.7.4 市场发展动态
  - 7.7.5 面临的问题
- 7.8 深圳跨境电商市场的发展
  - 7.8.1 行业相关政策

- 7.8.2 市场发展规模
- 7.8.3 市场发展特点
- 7.8.4 市场发展优势
- 7.8.5 市场发展动态
- 7.9 苏州跨境电商市场的发展
  - 7.9.1 行业扶持政策
  - 7.9.2 市场发展态势
  - 7.9.3 面临的问题
- 7.10 青岛跨境电商市场的发展
  - 7.10.1 行业发展鼓励
  - 7.10.2 市场发展环境
  - 7.10.3 市场发展规模
  - 7.10.4 市场发展条件
  - 7.10.5 市场发展动态
- 7.11 其他试点城市跨境电商的发展
  - 7.11.1 长沙
  - 7.11.2 银川
  - 7.11.3 西安
  - 7.11.4 北京
  - 7.11.5 哈尔滨

## 第八章 2015-2016年出口跨境电商主要平台分析

- 8.1 eBay
  - 8.1.1 平台发展概况
  - 8.1.2 重点产品分析
  - 8.1.3 区域投资分布
  - 8.1.4 国内市场特点
  - 8.1.5 区域分布特征
  - 8.1.6 战略发展动态
- 8.2 亚马逊
  - 8.2.1 平台发展概况
  - 8.2.2 平台发展优势

- 8.2.3 经营状况分析
- 8.2.4 战略发展动态
- 8.3 速卖通
  - 8.3.1 平台发展概况
  - 8.3.2 平台交易规模
  - 8.3.3 平台发展态势
  - 8.3.4 战略动态
- 8.4 敦煌网
  - 8.4.1 平台发展概况
  - 8.4.2 市场发展规模
  - 8.4.3 业务模式分析
  - 8.4.4 平台盈利模式
  - 8.4.5 平台核心竞争力
  - 8.4.6 平台SWOT分析
- 8.5 Wish
  - 8.5.1 平台发展概况
  - 8.5.2 平台盈利模式
  - 8.5.3 平台融资状况
  - 8.5.4 战略发展动态
- 8.6 兰亭集势
  - 8.6.1 平台发展概况
  - 8.6.2 平台发展优势
  - 8.6.3 主要产品品类
  - 8.6.4 战略发展动态
- 8.7 大龙网
  - 8.7.1 平台发展概况
  - 8.7.2 平台发展模式
  - 8.7.3 平台融资状况
  - 8.7.4 战略发展动态
- 8.8 其他出口电商平台的发展
  - 8.8.1 唯一品
  - 8.8.2 零米海淘

### 8.8.3 宝贝格子

## 第九章 2015-2016年进口跨境电商主要平台分析

### 9.1 进口电商平台类型分析

#### 9.1.1 海淘插件类

#### 9.1.2 资讯导购类

#### 9.1.3 一站代购类

#### 9.1.4 平台类平台

#### 9.1.5 自营类平台

### 9.2 天猫国际

#### 9.2.1 平台发展概况

#### 9.2.2 运营模式分析

#### 9.2.3 平台经营状况

#### 9.2.4 发展面临挑战

### 9.3 京东海外购

#### 9.3.1 平台发展概况

#### 9.3.2 平台品类特征

#### 9.3.3 运营模式分析

#### 9.3.4 平台经营状况

#### 9.3.5 战略发展动态

### 9.4 苏宁易购

#### 9.4.1 平台发展概况

#### 9.4.2 品类产品特征

#### 9.4.3 平台运营模式

#### 9.4.4 产业链的布局

#### 9.4.5 跨境电商发展

### 9.5 洋码头

#### 9.5.1 平台发展概况

#### 9.5.2 产品品类特征

#### 9.5.3 平台经营状况

#### 9.5.4 运营模式分析

#### 9.5.5 平台融资规模

- 9.5.6 物流体系建立
- 9.5.7 服务保障体系
- 9.6 其他进口电商平台
  - 9.6.1 1号店
  - 9.6.2 唯品会
  - 9.6.3 顺丰海淘
  - 9.6.4 聚美海淘
  - 9.6.5 考拉海购
  - 9.6.6 万国优品
  - 9.6.7 蜜芽宝贝

## 第十章 中国跨境电子商务平台建设分析

- 10.1 跨境电商服务平台类型
  - 10.1.1 通关服务平台
  - 10.1.2 公共服务平台
  - 10.1.3 综合服务平台
- 10.2 平台建设流程分析
  - 10.2.1 平台建设调查
  - 10.2.2 设立建设团队
  - 10.2.3 客户体验障碍
- 10.3 提高跨境电子商务平台信任度的策略
  - 10.3.1 客户的推荐和评论
  - 10.3.2 专业的设计外观和用户体验
  - 10.3.3 国际第三方资质认证和服务
  - 10.3.4 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

- 11.1 跨境电商商业运营模式介绍
  - 11.1.1 模式结构
  - 11.1.2 B2B模式
  - 11.1.3 B2C模式
  - 11.1.4 C2C模式

- 11.2 进口电商模式分析
  - 11.2.1 海外代购模式
  - 11.2.2 自营B2C模式
  - 11.2.3 直发/直运平台模式
  - 11.2.4 导购/返利平台模式
  - 11.2.5 海外商品闪购模式
  - 11.2.6 各种进口模式比较
- 11.3 出口跨境电商B2C模式优劣势分析
  - 11.3.1 优势分析
  - 11.3.2 劣势分析
- 11.4 中国跨境电商开启产业园发展模式
  - 11.4.1 产业园需求分析
  - 11.4.2 建立产业园作用
  - 11.4.3 产业园区域布局
  - 11.4.4 典型产业园分析
  - 11.4.5 产业园建设动态

## 第十二章 2015-2016年跨境电子商务产业链分析

- 12.1 跨境电商供应链
  - 12.1.1 供应链发展现状
  - 12.1.2 供应链管理体系
  - 12.1.3 供应链金融分析
  - 12.1.4 供应链发展问题
  - 12.1.5 供应链风险分析
  - 12.1.6 国外的建设借鉴
  - 12.1.7 供应链发展前景
- 12.2 跨境支付
  - 12.2.1 主要支付方式
  - 12.2.2 主要支付系统
  - 12.2.3 国内发展总况
  - 12.2.4 市场结构状况
  - 12.2.5 发展面临的问题

- 12.2.6 未来发展趋势
- 12.3 跨境物流
  - 12.3.1 跨境物流规模
  - 12.3.2 主要物流模式
  - 12.3.3 主要物流企业
  - 12.3.4 进关方式选择
  - 12.3.5 海外仓的发展
  - 12.3.6 发展存在问题
  - 12.3.7 发展面临风险
  - 12.3.8 未来发展焦点
  - 12.3.9 投资逻辑分析

### 第十三章 2015-2016年中国跨境电子商务领先企业发展分析

- 13.1 阿里巴巴集团
  - 13.1.1 企业发展概况
  - 13.1.2 经营状况分析
  - 13.1.3 跨境电商业务
  - 13.1.4 跨境电商战略
- 13.2 北京敦煌禾光信息技术有限公司
  - 13.2.1 企业发展概况
  - 13.2.2 经营状况分析
  - 13.2.3 跨境电商业务
  - 13.2.4 跨境电商战略
- 13.3 焦点科技股份有限公司
  - 13.3.1 企业发展概况
  - 13.3.2 经营效益分析
  - 13.3.3 业务经营分析
  - 13.3.4 财务状况分析
  - 13.3.5 未来前景展望
- 13.4 环球资源集团有限公司
  - 13.4.1 企业发展概况
  - 13.4.2 经营状况分析

- 13.4.3 企业盈利模式
- 13.4.4 企业运营特征
- 13.4.5 跨境电商动态
- 13.5 环球市场集团
  - 13.5.1 企业发展概况
  - 13.5.2 经营状况分析
  - 13.5.3 业务模式分析
  - 13.5.4 企业目标客户
  - 13.5.5 风险因素分析
- 13.6 浙江网盛生意宝股份有限公司
  - 13.6.1 企业发展概况
  - 13.6.2 经营效益分析
  - 13.6.3 业务经营分析
  - 13.6.4 财务状况分析
  - 13.6.5 未来前景展望
- 13.7 兰亭集势控股有限责任公司
  - 13.7.1 企业发展概况
  - 13.7.2 主营业务分析
  - 13.7.3 经营状况分析
  - 13.7.4 跨境电商战略

## 第十四章 中国跨境电子商务市场投资机会及建议分析

- 14.1 中国跨境电商市场融资分析
  - 14.1.1 区域分布状况
  - 14.1.2 融资项目结构
  - 14.1.3 融资方式结构
  - 14.1.4 市场融资动向
- 14.2 中国跨境电子商务市场投资机会
  - 14.2.1 进口电商投资机会
  - 14.2.2 通关服务投资机会
  - 14.2.3 供应链领域投资机会
  - 14.2.4 融资领域的投资机会



- 14.2.5 支付领域的投资机会
- 14.2.6 物流领域的投资机会
- 14.3 出口跨境电商的投资机会分析
  - 14.3.1 卖家的机会
  - 14.3.2 物流商的机会
  - 14.3.3 投资商的机会
  - 14.3.4 金融服务商机会
  - 14.3.5 代运营服务机会
  - 14.3.6 其他领域投资机会

## 第十五章 国际跨境电商市场机遇及中国企业进入风险

- 15.1 全球跨境电商市场发展分析
  - 15.1.1 行业发展历程
  - 15.1.2 市场规模状况
  - 15.1.3 市场调查分析
  - 15.1.4 市场竞争状况
- 15.2 国际跨境电商区域格局特征分析
  - 15.2.1 区域格局分析
  - 15.2.2 欧洲市场规模最大
  - 15.2.3 北美市场最受欢迎
  - 15.2.4 亚洲市场增长最快
- 15.3 美国
  - 15.3.1 美国跨境电商消费市场规模
  - 15.3.2 美国跨境电商市场调查分析
  - 15.3.3 美国跨境电商主要平台介绍
- 15.4 西班牙
  - 15.4.1 西班牙电子商务状况
  - 15.4.2 西班牙跨境电商的机遇
  - 15.4.3 巴西跨境电商消费市场规模
  - 15.4.4 西班牙电商首选支付方式
  - 15.4.5 西班牙电子商务法律法规
  - 15.4.6 进入西班牙电商市场的风险及措施

## 15.5 俄罗斯

### 15.5.1 俄罗斯跨境电商状况

### 15.5.2 俄罗斯跨境电商的机遇

### 15.5.3 俄罗斯电商支付方式

### 15.5.4 进入俄罗斯电商市场的风险

## 15.6 波兰

### 15.6.1 波兰电子商务状况

### 15.6.2 波兰跨境电商的机遇

### 15.6.3 波兰电商支付方式

### 15.6.4 波兰电子商务法律

### 15.6.5 进入波兰电商市场的风险

## 15.7 加拿大

### 15.7.1 加拿大电商状况

### 15.7.2 加拿大跨境电商的机遇

### 15.7.3 加拿大电商支付方式

### 15.7.4 进入加拿大电商市场的风险及措施

## 15.8 土耳其

### 15.8.1 土耳其电商市场状况

### 15.8.2 土耳其跨境电商的机遇

### 15.8.3 土耳其电商支付方式

### 15.8.4 进入土耳其电商市场的风险

## 15.9 日本

### 15.9.1 日本电商状况

### 15.9.2 日本跨境电子商务的机遇

### 15.9.3 日本电商支付方式

### 15.9.4 进入日本市场的风险

## 15.10 法国

### 15.10.1 法国电商市场状况

### 15.10.2 法国跨境电子商务的机遇

### 15.10.3 法国电商支付方式

### 15.10.4 进入法国市场的风险

## 第十六章 2017-2022年跨境电子商务市场发展前景分析（ZY GXH）

### 16.1 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势

#### 16.1.1 发展前景分析

#### 16.1.2 市场发展趋向

#### 16.1.3 交易平台的发展趋势

### 16.2 2017-2022年中国跨境电子商务市场预测分析

#### 16.2.1 中国跨境电子商务发展因素分析

#### 16.2.2 2017-2022年中国跨境电子商务交易总额预测

#### 16.2.3 2017-2022年中国进口电子商务交易额预测

#### 16.2.4 2017-2022年中国出口电子商务交易额预测（ZY GXH）

### 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 跨境电商产品及渠道等整体布局图

图表4 跨境电商平台的交易流程

图表5 跨境电商企业分类

图表6 跨境电商企业模式分类

图表7 中国跨境电商的PEST分析图

图表8 中国跨境电商相关政策概览（一）

图表9 中国跨境电商相关政策概览（二）

图表10 中国跨境电商相关政策概览（三）

图表11 中国跨境电商相关政策概览（四）

图表12 2011-2016年国内生产总值及其增长速度

图表13 2016年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表14 2011-2016年全国一般公共预算收入

图表15 2011-2016年年末国家外汇储备

图表16 2011-2016年粮食产量

图表17 2011-2016年全部工业增加值及其增长速度

图表18 2016年主要工业产品产量及其增长速度

图表19 2011-2016年建筑业增加值及其增长速度

图表20 2011-2016年全社会固定资产投资

- 图表21 2016年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比
- 图表22 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
- 图表23 2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表24 2016年房地产开发和销售主要指标及其增长速度
- 图表25 2011-2016年社会消费品零售总额
- 图表26 2016年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表27 2016年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表28 2011-2016年快递业务量及增长速度
- 图表29 2011-2016年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数
- 图表30 2016年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/P28941TVMU.html>