

2017-2022年中国跨境电商 行业全景调研及投资前景分析报告

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年中国跨境电商行业全景调研及投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/Y16189OLFE.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。跨境电子商务是基于网络发展起来的，网络空间相对于物理空间来说是一个新空间，是一个由网址和密码组成的虚拟但客观存在的世界。网络空间独特的价值标准和行为模式深刻地影响着跨境电子商务，使其不同于传统的交易方式而呈现出自己的特点。

跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础，具有非常重要的战略意义。跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。对企业来说，跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了进入国际市场的路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢；对于消费者来说，跨境电子商务使他们非常容易地获取其他国家的信息并买到物美价廉的商品。

随着互联网的发展，中国进口贸易中的电商渗透率持续增长。2015年，进口电商市场交易规模达9千亿元，增长率为38.5%，渗透率达8.6%。

2012-2018年中国进口电商市场交易规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国跨境电商行业全景调研及投资前景分析报告》共十六章。首先介绍了跨境电商产业相关概念及发展环境，接着分析了中国跨境电商行业规模及消费需求，然后对中国跨境电商行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国跨境电商行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国跨境电商行业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 跨境电商的定义

1.1.2 跨境电商流程

- 1.1.3 跨境电商企业类型
- 1.1.4 快速发展的优势
- 1.2 跨境电商分类
 - 1.2.1 以产业终端用户类型分类
 - 1.2.2 以服务类型分类
 - 1.2.3 以平台运营方分类
- 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 2012-2015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 监管部门
 - 2.1.2 整体市场政策
 - 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 区域政策特色
 - 2.1.7 政策趋向分析
- 2.2 经济环境分析 (Economic)
 - 2.2.1 全球经济发展形势
 - 2.2.2 国际经济对我国的影响分析
 - 2.2.3 中国宏观经济发展现状
 - 2.2.4 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 收入及消费水平

2.3.3 居民恩格尔系数

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 Web浏览技术

2.4.3 安全技术

2.4.4 数据库技术

2.4.5 电子支付技术

第三章 2012-2015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 (2013年至今)

3.2 中国跨境电子商务市场发展分析

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

2015年,中国进出口贸易总额下行。其中出口贸易下降1.7%,进口贸易下降13.2%。未来,随着国际经济形势的变化,以及国内经济结构性调整的进一步加深,我国进出口贸易将有所回暖。

2012-2018年中国进口贸易总额及出口贸易总额

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 物流比较
 - 3.4.4 清关比较
 - 3.4.5 价格比较
- 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 纠纷特点分析
 - 3.5.3 存在的问题
 - 3.5.4 知识产权风险
 - 3.5.5 应对策略分析
- 3.6 中国跨境电商市场面临的问题及建议
 - 3.6.1 通关问题
 - 3.6.2 物流业的问题
 - 3.6.3 信用问题
 - 3.6.4 产品国际竞争力问题
 - 3.6.5 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 2012-2015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 2012-2015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
 - 5.2.2 跨境购物动机偏好
 - 5.2.3 跨境购物频率
 - 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 2012-2015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的发展

6.1.1 政策环境

6.1.2 国内地位

6.1.3 市场规模

6.1.4 分布状况

6.1.5 区域特色

6.1.6 市场动向

6.2 浙江省跨境电商市场的发展

6.2.1 国内地位

6.2.2 整体状况

6.2.3 市场规模

6.2.4 主要园区

6.2.5 主要县市的发展

6.2.6 发展规划

6.3 福建省跨境电商市场的发展

6.3.1 政策环境

6.3.2 市场规模

6.3.3 主要市县的发展

6.3.4 市场动向

6.4 江苏省跨境电商市场的发展

6.4.1 政策环境

6.4.2 市场格局

6.4.3 主要市县的发展

第七章 2012-2015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 试点城市模式比较

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 鼓励政策

- 7.2.2 市场结构状况
- 7.2.3 市场模式分析
- 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 鼓励政策
 - 7.3.2 市场发展特点
 - 7.3.3 市场规模状况
 - 7.3.4 快速发展推动力
 - 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 鼓励政策
 - 7.4.2 发展态势分析
 - 7.4.3 市场布局状况
 - 7.4.4 市场发展动态
 - 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 鼓励政策
 - 7.5.2 市场规模状况
 - 7.5.3 市场发展动态
 - 7.5.4 发展措施借鉴
- 7.6 郑州跨境电商市场的发展
 - 7.6.1 鼓励政策
 - 7.6.2 市场规模状况
 - 7.6.3 市场发展动态
 - 7.6.4 发展规划分析
- 7.7 广州跨境电商市场的发展
 - 7.7.1 鼓励政策
 - 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 鼓励政策
- 7.8.2 整体态势分析
- 7.8.3 市场规模状况
- 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 鼓励政策
 - 7.9.2 整体态势分析
 - 7.9.3 市场发展动态
 - 7.9.4 面临的问题
- 7.10 青岛跨境电商市场的发展
 - 7.10.1 鼓励政策
 - 7.10.2 市场规模状况
 - 7.10.3 发展特点分析
 - 7.10.4 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 平潭
 - 7.11.3 银川
 - 7.11.4 牡丹江
 - 7.11.5 哈尔滨
 - 7.11.6 西安
 - 7.11.7 北京

第八章 2012-2015年出口跨境电商主要平台分析

- 8.1 eBay
 - 8.1.1 平台简介
 - 8.1.2 主要产品及潜力产品
 - 8.1.3 区域投资分布
 - 8.1.4 国内市场特点
 - 8.1.5 战略动态
- 8.2 亚马逊

- 8.2.1 平台简介
- 8.2.2 发展优势
- 8.2.3 经营状况
- 8.2.4 战略动态
- 8.3 速卖通
 - 8.3.1 平台简介
 - 8.3.2 交易规模
 - 8.3.3 发展态势
 - 8.3.4 战略动态
- 8.4 敦煌网
 - 8.4.1 平台简介
 - 8.4.2 市场规模及分布
 - 8.4.3 业务模式
 - 8.4.4 盈利模式
 - 8.4.5 核心竞争力
 - 8.4.6 SWOT分析
 - 8.4.7 战略动态
- 8.5 Wish
 - 8.5.1 平台简介
 - 8.5.2 融资状况
 - 8.5.3 战略动态
- 8.6 兰亭集势
 - 8.6.1 平台简介
 - 8.6.2 发展优势
 - 8.6.3 主要品类
 - 8.6.4 战略动态
- 8.7 大龙网
 - 8.7.1 平台介绍
 - 8.7.2 发展模式
 - 8.7.3 融资状况
 - 8.7.4 战略动态
- 8.8 其他出口电商平台的发展

- 8.8.1 零米海淘
- 8.8.2 唯一品
- 8.8.3 宝贝格子

第九章 2012-2015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
- 9.1.5 自营类

9.2 天猫国际

- 9.2.1 平台简介
- 9.2.2 运营模式
- 9.2.3 经营状况
- 9.2.4 面临的挑战

9.3 京东海外购

- 9.3.1 平台简介
- 9.3.2 品类特征
- 9.3.3 运营模式
- 9.3.4 经营状况
- 9.3.5 战略动态

9.4 苏宁易购

- 9.4.1 平台简介
- 9.4.2 品类特征
- 9.4.3 运营模式
- 9.4.4 产业链的布局
- 9.4.5 跨境电商的发展

9.5 洋码头

- 9.5.1 平台简介
- 9.5.2 品类特征
- 9.5.3 经营状况

- 9.5.4 运营模式
- 9.5.5 融资状况
- 9.5.6 物流体系的建立
- 9.5.7 服务保障
- 9.6 其他进口电商平台
 - 9.6.1 唯品会
 - 9.6.2 顺丰海淘
 - 9.6.3 聚美
 - 9.6.4 1号店
 - 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 团队的建立
 - 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 专业的设计外观和用户体验
 - 10.3.2 国际第三方资质认证和服务
 - 10.3.3 客户的推荐和评论
 - 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 直发/直运平台模式
 - 11.2.3 自营B2C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 各模式的比较
- 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 产业园模式的需求分析
 - 11.4.2 建立产业园的作用
 - 11.4.3 产业园区区域布局
 - 11.4.4 典型产业园分析
 - 11.4.5 产业园建设动态

第十二章 2012-2015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 供应链的管理
 - 12.1.3 供应链金融分析
 - 12.1.4 供应链面临的问题
 - 12.1.5 供应链风险分析
 - 12.1.6 国外供应链建设的借鉴
 - 12.1.7 供应链整合成未来竞争点
- 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 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
 - 12.3.5 海外仓的发展
 - 12.3.6 面临的风险
 - 12.3.7 存在的问题
 - 12.3.8 未来发展焦点
 - 12.3.9 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

- 13.1 阿里巴巴集团
 - 13.1.1 企业简介
 - 13.1.2 经营状况分析
 - 13.1.3 跨境电商业务的发展
 - 13.1.4 跨境电商战略动态
- 13.2 北京敦煌禾光信息技术有限公司
 - 13.2.1 企业简介
 - 13.2.2 经营状况分析
 - 13.2.3 跨境电商业务的发展
 - 13.2.4 跨境电商战略动态
- 13.3 焦点科技股份有限公司
 - 13.3.1 企业简介
 - 13.3.2 经营状况分析
 - 13.3.3 跨境电商业务的发展
 - 13.3.4 跨境电商战略动态
- 13.4 环球资源集团有限公司
 - 13.4.1 企业简介

- 13.4.2 经营状况分析
- 13.4.3 跨境电商业务的发展
- 13.4.4 跨境电商战略动态
- 13.5 环球市场集团
 - 13.5.1 企业简介
 - 13.5.2 经营状况分析
 - 13.5.3 跨境电商业务的发展
 - 13.5.4 跨境电商战略动态
- 13.6 浙江网盛生意宝股份有限公司
 - 13.6.1 企业简介
 - 13.6.2 经营状况分析
 - 13.6.3 跨境电商业务的发展
 - 13.6.4 跨境电商战略动态
- 13.7 兰亭集势控股有限责任公司
 - 13.7.1 企业简介
 - 13.7.2 主要业务
 - 13.7.3 企业经营状况
 - 13.7.4 企业收购状况
 - 13.7.5 跨境电商战略动态

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 通关服务成行业投资机会
 - 14.2.3 供应链领域的投资机会
 - 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 金融服务商的机会
 - 14.3.4 代运营服务的机会
 - 14.3.5 投资商的机会
 - 14.3.6 其他投资机会
- 14.4 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

- 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 跨境电子商务市场发展前景分析（ZY CW）

16.1 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势分析

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

16.2.1 2017-2022年中国跨境电子商务市场规模预测分析

16.2.2 2017-2022年中国进口电子商务市场规模预测分析

16.2.3 2017-2022年中国出口电子商务市场规模预测分析

16.2.4 2017-2022年中国跨境电商交易额占中国外贸总额的比例预测分析

图表目录：

图表 跨境电商流程（按进出口分）

图表 跨境电商业务流程

图表 跨境电商产品及渠道等整体布局图

图表 跨境电商的交易流程

图表 跨境电商企业分类

图表 中国跨境电商的PEST分析图

图表 中国跨境电商相关政策概览

图表 2015-2016年世界工业生产同比增长率

图表 2011-2015年世界三大经济体GDP环比增长率

图表 2013-2015年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表 2015-2016年三大经济体零售额同比增长率

图表 2015-2016年世界贸易量同比增长率

图表 2015-2016年波罗的海干散货运指数

图表 2015-2016年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表 2015-2016年美国、日本和欧元区失业率

图表 1980-2013年全球贸易量实际值和长期趋势

图表 2015年全球进口贸易量

图表 2015年世界降息经济体

图表 2015年世界升息经济体

图表 2015年美国道琼斯工业指数走势

图表 2015年新兴市场股指走势

图表 2015年美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表 2015年美元兑卢布走势

图表 2015年每单位外币兑美元走势

图表 2011-2015年国际市场初级产品价格名义指数走势 (2010 = 100)

图表 2002-2015年欧元区CPI上涨率

图表 四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测

图表 2017-2022年中国跨境电子商务市场规模预测

图表 2017-2022年中国进口电子商务市场规模预测

图表 2017-2022年中国出口电子商务市场规模预测

图表 2017-2022年中国跨境电商交易额占中国外贸总额的比例预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/Y16189OLFE.html>