

2021-2027年中国跨境电商 物流产业发展现状与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国跨境电商物流产业发展现状与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202108/235817.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国2019年跨境电商交易规模达到8.8万亿元。近年来中国进口零售跨境电商平台相继成立，在激烈竞争中不断提升用户体验，推动中国进口零售跨境电商交易规模持续稳步增长，进口零售跨境电商在进出口跨境电商交易规模中占比将不断提升。2013-2018年跨境电商交易规模及增长走势

按业务模式划分，我国跨境电商主要以B2B为主，占比达到80%以上。但随着智能手机、网购消费的兴起，以及物流、支付系统的完善，跨境电商零售（B2C、C2C）增长势头强劲。

从产品种类上细分，成本优势强、标准化程度高的3C电子和服饰类商品的占比较高，而健康美容、母婴产品等增长势头强劲。2017年中国出口跨境电商卖家品类主要分布在：3C电子产品20.8%、服装服饰9.5%、家居园艺6.5%、户外用品5.4%、健康美容5%、鞋帽箱包4.7%、母婴玩具3.3%、汽车配件3.1%、灯光照明2.8%、安全监控2.2%、其他36.7%。2017年中国出口跨境电商卖家品类分布

中企顾问网发布的《2021-2027年中国跨境电商物流产业发展现状与市场调查预测报告》共十二章。首先介绍了中国跨境电商物流行业市场发展环境、跨境电商物流整体运行态势等，接着分析了中国跨境电商物流行业市场运行的现状，然后介绍了跨境电商物流市场竞争格局。随后，报告对跨境电商物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国跨境电商物流行业发展趋势与投资预测。您若想对跨境电商物流产业有个系统的了解或者想投资中国跨境电商物流行业，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 2012-2019年跨境电商物流所属行业分析

第一节 2012-2019年世界跨境电商物流发展总体状况

一、国际跨境电商物流行业结构面临发展变局

二、2014-2019年全球跨境电商物流市场持续扩张

三、2014-2019年国际跨境电商物流市场发展态势

四、经济全球化下国外跨境电商物流开发的策略

第二节 2012-2019年中国跨境电商物流行业的发展

- 一、我国跨境电商物流行业发展取得的进步
- 二、2014-2019年中国跨境电商物流行业发展态势
- 三、中国跨境电商物流行业逐步向优势区域集聚
- 四、我国跨境电商物流行业的政策导向分析

第三节 跨境电商物流行业的投资机遇

- 一、我国跨境电商物流行业面临的政策机遇
- 二、产业结构调整为发展跨境电商物流发展提供良机
- 三、我国跨境电商物流行业投资潜力

第四节 跨境电商物流行业发展存在的问题

- 一、中国跨境电商物流行业化发展发展的主要瓶颈
- 二、我国跨境电商物流行业发展中存在的不足
- 三、制约中国跨境电商物流行业发展的因素
- 四、我国跨境电商物流行业发展面临的挑战

第五节 促进我国跨境电商物流行业发展的对策

- 一、加快我国跨境电商物流行业发展的对策
- 二、促进跨境电商物流行业健康发展的思路
- 三、发展壮大中国跨境电商物流行业的策略简析
- 四、区域跨境电商物流行业发展壮大的政策建议

第二节 2012-2019年中国跨境电商物流产业政策环境分析

- 一、跨境电商物流产业政策分析
- 二、跨境电商物流标准分析
- 三、进出口政策分析

第二章 2012-2019年中国跨境电商物流所属产业运行走势分析

第一节 2012-2019年中国跨境电商物流产业发展概述

- 一、跨境电商物流产业回顾
- 二、世界跨境电商物流市场分析
- 三、跨境电商物流产业技术分析

第二节 2012-2019年中国跨境电商物流产业运行态势分析

- 一、跨境电商物流价格分析
- 二、世界先进水平的跨境电商物流

第三节 2012-2019年中国跨境电商物流产业发展存在问题分析

第三章 中国跨境电商物流行业发展环境

第一节 跨境电商物流行业及属性分析

- 一、行业定义
- 二、国民经济依赖性
- 三、经济类型属性
- 四、行业周期属性

第四章 2019年中国市场分析

第一节 我国整体市场规模

- 一、总量规模
- 二、增长速度
- 三、各季度市场情况

第二节 原材料市场分析

第三节 市场结构分析

- 一、产品市场结构
- 二、品牌市场结构
- 三、区域市场结构
- 四、渠道市场结构

第二节 跨境电商物流行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年跨境电商物流行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年跨境电商物流行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年跨境电商物流行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年跨境电商物流同业竞争风险及控制策略
- 五、2021-2027年跨境电商物流行业其他风险及控制策略

第五章 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 跨境电商的优势

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

第六章 2012-2019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 海关监管政策

2.1.4 出口电商政策

2.1.5 进口电商政策

2.1.6 跨境支付政策

2.1.7 区域政策特色

第七章 2012-2019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运行分析

3.2.1 总体发展分析 在出口跨境电商卖家地域分布上，2017年中国出口跨境电商卖家主要集中在广东24.8%、浙江16.8%、江苏11.3%、北京8.6%、上海6.5%、福建5.4%、山东3.6%、河南3.2%、其他19.8%。广东、浙江、江苏三省跨境电商卖家贡献的收入占全国52.9%。广东庞大的经济基础、高度集中的生产制造基地、丰富的外贸人才储备成为出口电商卖家集聚地的主要因素。2017年中国出口跨境电商卖家地区分布

在主要的出口跨境电商国家分布中，2017年中国出口跨境电商的主要目的国，美国15%、俄罗斯12.5%、法国11.4%、英国8.7%、巴西6.5%、加拿大4.7%、德国3.4%、日本3.1%、韩国2.8%、印度1.6%、其他30.2%。新兴市场仍然有待发展，新兴市场如东南亚、南美、非洲等市场都处于初级阶段，拉美、中东欧、中亚、中东、非洲是快速增长的新兴市场，跨境电商发展市场仍较为广阔。2017年中国出口跨境电商主要目的国分布

- 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 物流问题
 - 3.6.3 信用问题
 - 3.6.4 产品国际竞争力
 - 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

第八章 2012-2019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

第九章 2012-2019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 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 发展动态

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 市场动向

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 政策环境

6.4.2 市场格局

6.4.3 主要市县发展

第十章 2012-2019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 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 北京
 - 7.11.2 长沙
 - 7.11.3 银川
 - 7.11.4 哈尔滨
 - 7.11.5 西安

第十一章 2012-2019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 聚美海淘

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

第十二章 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

第十三章 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

第十四章 2012-2019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
12.3.7 存在的问题
12.3.8 未来发展焦点
12.3.9 投资逻辑分析

图表目录：

图表 1 “单一”跨境电子商务物流模式
图表 2 “两段中转”跨境电子商务物流模式
图表 3 “两段收件”跨境电子商务物流模式
图表 4 传统外贸和跨境电商各环节对比图
图表 5 跨境电商出口和进口各环节流程
图表 6 跨境电商产业链各主要组成部分及重点企业
图表 7 跨境电商服务平台对比
图表 8 跨境电商服务平台关系图
图表 9 2010-2017年中国进出口贸易及跨境电商交易规模
图表 10 跨境电商占进出口总额比重进入上升通道
图表 11 跨境电商是中国电商增长的主要驱动力
图表 12 出口电商仍然是跨境电商主力但进口占比逐年提升

图表 13 进口消费品以高附加值商品为主

图表 14 中国主要进口消费品品类及其进口国家

图表 15 海淘群体以80后为主

图表 16 东南沿海区域是海淘主力军

图表 17 海淘阳光化带来860亿美元市场

图表 18 直邮模式流程

图表 19 转运模式流程

图表 20 以美中路线为例比较不同物流模式比较

图表 21 保税+直邮模式

图表 22 跨境电商经营模式

图表 23 跨境电商进口模式更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235817.html>