

# 2023-2029年中国跨境电商 行业发展态势与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国跨境电商行业发展态势与市场年度调研报告》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/202309/407308.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国跨境电商行业发展态势与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一部分 行业发展环境 第一章 跨境电商行业发展概述 1 第一节 跨境电商的定义及优势 1 一、跨境电商的定义 1 二、跨境电商流程 2 三、跨境电商企业类型 2 四、跨境电商的优势 2 第二节 跨境电商分类 4 一、以产业终端用户类型分类 4 二、以服务类型分类 5 三、以平台运营方分类 5 第三节 跨境电商的特征 6 第四节 跨境电商对外贸转型升级的意义 9 第二章 跨境电商行业发展环境 14 第一节 经济环境 14 一、国内经济运行现状 14 1、粮食生产再获丰收，畜牧业生产形势基本稳定 15 2、工业生产平稳增长，企业效益明显好转 16 3、固定资产投资缓中趋稳，商品房待售面积减少 17 4、市场销售平稳较快增长，消费升级类商品增长较快 19 5、出口降幅收窄，进口由负转正 20 6、居民消费价格温和上涨，工业生产者价格月度同比由降转升 20 7、居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小 21 8、供给侧结构性改革取得积极进展，经济结构继续优化 22 9、货币信贷平稳增长，新增贷款同比多增 23 二、国内经济趋势判断 24 1、十三五国内经济趋势 24 2、全年对外贸易形势 37 3、中国对外贸易发展前景 41 4、世界经济和贸易投资形势 45 三、经济环境对行业的影响分析 52 第二节 社会环境 53 一、人口环境分析 53 二、文化环境分析 54 三、生态环境分析 58 四、中国城镇化率 61 第三节 政策监管环境 62 一、管理体制 62 二、主要政策法规 62 1、整体市场政策 62 2、海关监管政策 70 3、出口电商政策 74 4、进口电商政策 76 5、跨境支付政策 127 6、区域政策特色 129 三、政策法规影响 136 第四节 技术环境 139 一、中国跨境电商技术进展分析 139 1、网络技术 139 2、Web浏览技术 148 3、安全技术 152 4、数据库技术 154 5、电子支付技术 159 二、技术现状及特点 160 三、跨境电商技术的未来发展趋势 161 第二部分 行业运行分析 第三章 中国出口电子商务市场分析 163 第一节 中国出口电子商务市场参与主体分析 163 一、买家的分布及规模 163 二、卖家环境分析 164 第二节 中国出口电子商务市场发展态势分析 165 一、市场竞争格局 165 二、主流模式分析 166 三、市场发展趋势 168 第三节 出口电商产业链分析 170 一、产业链分析 170 二、产业链上游 171 三、产业链中游 172 四、产业链下游 180 第四章 出口跨境电商主要平台分析 182 第一节 亚马逊 182 一、平台发展概况 182 二、平台发展优势 183 三、业务模式分析 183 四、主要产品品类 184 第二节 eBay 185 一、平台发展概况 185 二、平台发展优势 186 三、业务模式分析 186 四、主要产品品类 187 第三节 敦煌网

188	一、平台发展概况	188	二、平台发展优势	188	三、业务模式分析	189	四、主要
产品品类	191	第四节 速卖通	193	一、平台发展概况	193	二、平台发展优势	193
三、业务模式分析	193	四、主要产品品类	195	第五节 零米海淘	195	一、平台发展概况	
195	二、平台发展优势	195	三、业务模式分析	196	四、主要产品品类	196	第五章 中国
中国进口电子商务市场分析	197	第一节 中国进口电子商务市场整体分析	197	一、市场发展	动力	197	二、市场发展态势
202	三、企业运营模式	202	四、市场投资潜力	211	第	二节 中国进口电商消费者分析	212
212	一、跨境购物动机偏好	212	二、主要跨境购国家	212	三、海淘平台的选择	213	四、跨境购品类偏好
213	五、支付方式的选择	217	六、物	流方式的选择	220	第三节 中国进口电商竞争要素分析	222
222	一、流量获取	222	二、产品特	色	224	三、供应链管理	224
224	第四节 中国进口电商主要竞争主体分析	225	一、国内电商企	业	225	二、国外电商企业	228
228	三、物流/支付企业	230	第六章 中国跨境电商行业经	济运行指标分析	232	第一节 中国跨境电商行业总体规模分析	232
232	一、企业数量结构分析	232	二、行业供给规模分析	233	三、跨境电商供给预测	235	第二节 中国跨境电商行业产销
235	一、行业产品情况总体分析	235	二、行业产品销售收入总体分析	236	第三	节 中国跨境电商行业财务指标总体分析	237
237	一、行业盈利能力分析	237	二、行业偿债能力分	析	237	三、行业营运能力分析	238
238	四、行业发展能力分析	238	第七章 中国跨境电商	市场需求分析及预测	239	第一节 跨境电商市场需求分析	239
239	一、跨境电商行业需求市场	239	二、跨境电商行业客户结构	239	三、跨境电商行业需求的地区差异	241	第二节 供求
平衡分析及未来发展趋势	242	一、跨境电商行业的需求预测	242	二、跨境电商供求平衡	预测	244	第三部分 行业深度分析
第八章 跨境电商行业区域市场发展分析及预测	245	第	一节 长三角区域市场情况分析	245	第二节 珠三角区域市场情况分析	245	第三节 环渤海区
域市场情况分析	253	第四节 主要省市市场情况分析	256	一、上海	256	1、试点方案	256
256	2、政策	260	3、跨境电商发展	260	二、杭州	263	1、试点方案
263	2、政策	263	3、进口补贴	264	4、跨境电商发展	265	三、宁波
266	1、试点方案	266	2、政策	267	3、规划方案	267	4、跨境电商发展
268	四、天津	271	1、试点方案	271	2、政策	273	3、规划方案
273	4、跨境电	商发展	273	五、郑州	274	1、试点方案	274
274	2、政策	275	3、跨境电商综试区建设进展	275	4、跨境电商发展	276	六、青岛
280	1、试点方案	280	2、进口补贴	280	3、青岛跨境电商综	合试验区	281
281	4、跨境电商发展	282	七、苏州	283	1、试点方案	283	2、政策
284	3、进口	补贴	284	4、跨境电商发展	285	八、大连	287
287	1、试点方案	287	2、政策	287	3、规划建议	288	4、跨境电商发展
289	九、广州	291	1、试点方案	291	2、政策	294	3、跨境电商发展
295	4、跨境电商格局	297	5、跨境电商发展方向	298	十、深圳	298	1、试点
298	2、试点方案	299	3、政策	299	4、跨境电商发展	300	第五节 跨境电商行业主要区域市场发展状况及竞争力

研究 301 一、华北大区市场分析 301 1、市场规模现状 301 2、市场需求现状及预测 301 3、未来发展前景预测 303 二、华中大区市场分析 303 1、市场规模现状 303 2、市场需求现状及预测 304 3、未来发展前景预测 305 三、华南大区市场分析 305 1、市场规模现状 305 2、市场需求现状及预测 306 3、未来发展前景预测 306 四、华东大区市场分析 307 1、市场规模现状 307 2、市场需求现状及预测 307 3、未来发展前景预测 308 五、东北大区市场分析 309 1、市场规模现状 309 2、市场需求现状及预测 309 3、未来发展前景预测 312 六、西南大区市场分析 313 1、市场规模现状 313 2、市场需求现状及预测 313 3、未来发展前景预测 315 七、西北大区市场分析 316 1、市场规模现状 316 2、市场需求现状及预测 316 3、未来发展前景预测 317 第四部分 行业竞争格局 第九章 跨境电商市场竞争格局分析 318 第一节 跨境电商行业竞争结构分析 318 一、现有企业间竞争 318 二、潜在进入者分析 318 三、替代品威胁分析 319 四、供应商议价能力 320 五、客户议价能力 320 第二节 跨境电商行业集中度分析 322 一、市场集中度分析 322 二、企业集中度分析 323 三、区域集中度分析 323 第三节 跨境电商行业国际竞争力比较 323 一、生产要素 323 二、需求条件 324 三、支援与相关产业 324 四、企业战略结构与竞争状态 326 五、政府的作用 326 第四节 跨境电商行业竞争格局分析 326 一、跨境电商行业竞争分析 326 二、国内外跨境电商竞争分析 336 三、中国跨境电商市场竞争分析 336 第十章 跨境电商行业重点领先企业经营状况及前景规划分析 338 第一节 阿里巴巴集团 338 一、企业概况 338 二、市场定位情况 340 三、市场经营情况 340 四、公司发展战略分析 341 第二节 环球资源集团有限公司 341 一、企业概况 341 二、市场定位情况 342 三、市场经营情况 343 四、公司发展战略分析 345 第三节 兰亭集势控股有限责任公司 345 一、企业概况 345 二、市场定位情况 346 三、市场经营情况 346 四、公司发展战略分析 348 第四节 环球市场集团 349 一、企业概况 349 二、市场定位情况 350 三、市场经营情况 350 四、公司发展战略分析 350 第五节 上海跨境通国际贸易有限公司 350 一、企业概况 350 二、市场定位情况 351 三、市场经营情况 351 四、公司发展战略分析 351 第六节 北京敦煌禾光信息技术有限公司 352 一、企业概况 352 二、市场定位情况 354 三、市场经营情况 354 四、公司发展战略分析 354 第五部分 行业发展预测 第十一章 跨境电商行业发展趋势及影响因素 355 第一节 跨境电商行业市场前景分析 355 一、跨境电商市场容量分析 355 二、跨境电商行业利好利空政策 356 三、跨境电商行业发展前景分析 356 第二节 跨境电商行业未来发展预测分析 357 一、中国跨境电商发展方向分析 357 二、中国跨境电商行业发展规模 357 三、中国跨境电商行业发展趋势预测 358 第三节 跨境电商行业供需预测 359 一、跨境电商行业供给预测 359 二、跨境电商行业需求预测 359 第四节 影响企业经营的关键趋势 360 一、市场整合成长趋势 360 二、需求变化趋势及新的商业机遇

预测 361 三、企业区域市场拓展的趋势 361 四、科研开发趋势及替代技术进展 361 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 362 六、中国跨境电商行业SWOT分析 363 1、优势分析 363 2、劣势分析 364 3、机会分析 365 4、风险分析 366 第十二章 跨境电商行业投资方向与风险分析 368 第一节 跨境电商行业发展的有利因素与不利因素分析 368 一、有利因素 368 二、不利因素 370 第二节 跨境电商行业产业发展的空白点分析 370 第三节 跨境电商行业投资回报率比较高的投资方向 371 第四节 跨境电商行业投资潜力与机会 371 第五节 跨境电商行业新进入者应注意的障碍因素 374 第六节 中国跨境电商行业投资风险分析 375 一、市场竞争风险 375 二、上游压力风险分析 375 三、技术风险分析 375 四、政策和体制风险 376 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 376 第十三章 跨境电商行业发展环境与渠道分析 378 第一节 全国经济发展背景分析 378 一、宏观经济数据分析 378 二、宏观政策环境分析 385 三、“十三五”发展规划分析 385 第二节 主要跨境电商产业聚集区发展背景分析 390 一、主要跨境电商产业聚集区市场特点分析 390 二、主要跨境电商产业聚集区社会经济现状分析 391 1、长三角 391 2、珠三角 394 三、未来主要跨境电商产业聚集区经济发展预测 397 1、长三角 397 2、珠三角 398 第三节 竞争对手渠道模式 400 一、跨境电商市场渠道情况 400 二、跨境电商竞争对手渠道模式 401 三、跨境电商直营代理分布情况 405 第十四章 跨境电商行业市场策略分析 406 第一节 跨境电商行业营销策略分析及建议 406 一、跨境电商行业营销模式 406 二、跨境电商行业营销策略 407 第二节 跨境电商行业企业经营发展分析及建议 408 一、跨境电商行业经营模式 408 1、经营模式 408 2、跨境电子商务行业经营模式建议 408 二、跨境电子商务行业生产模式 409 第三节 多元化策略分析 410 一、行业多元化策略研究 410 二、现有竞争企业多元化业务模式 412 1、模式结构 412 2、B2B模式 418 3、B2C模式 419 4、C2C模式 419 三、上下游行业策略分析 420 第四节 市场重点客户战略实施 421 一、实施重点客户战略的必要性 421 二、合理确立重点客户 421 三、重点客户战略管理 422 四、重点客户管理功能 424 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/407308.html>