

2017-2022年中国跨境电商 市场竞争策略及前景发展趋势预测报告

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竞争策略及前景发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/M932712Q9W.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

跨境电商（跨境电子商务，cross-border electronic commerce）就是指两个存在于不同关境的交易主体，通过电子商务平台使得双方达成交易，然后由买方进行支付，接着由卖方通过跨境物流使商品送达买方手中，从而完成整个交易的一种跨境商业活动。从广义上说可以认为是外贸电商。是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务的手段将传统进出口贸易中的展示、洽谈和成交环节电子化，并通过跨境物流送达商品、完成交易。跨境电商从狭义上可以认为是跨境零售，即跨境 B2C 电商，指的是分属于不同关境的交易主体，借助电商平台达成交易、进行支付结算，并采用快件、邮件、保税仓发货等方式通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程。跨境零售市场表现出的高成长性，以及其对传统贸易、物流模式形成冲击。

跨境电商流程

2015 年我国进出口总值 24.59 亿，同比下降 7%。其中出口 14.14 万亿，下降 1.8%；进口 10.45 万亿，下降 13.2%；贸易顺差 3.69 万亿，扩大 56.7%。进出口贸易总额下降主要是受世界经济复苏态势缓慢及国内劳动力价格上涨、人民币升值等成本要素上升和贸易摩擦加剧等因素影响。

2001-2015 年中国进出口贸易规模

在全球经济下行压力下，中国传统外贸增长呈现出停滞的势头，而跨境电商却保持 30% 以上的增速，成为中国进出口贸易增长最快的领域。

中国跨境电商市场规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022 年中国跨境电商市场竞争策略及前景发展趋势预测报告》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：

第一章 跨境电商的界定及意义 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

一、全球性 6

二、无形性 6

三、匿名性 7

四、即时性 8

五、无纸化 8

六、快速演进 9

第四节 跨境电商对外贸转型升级的意义 10

一、促进外贸转型升级 10

二、促使中小企业进入国际市场 10

三、提升中小企业外贸经济效益 12

第二章 2012-2015年中国跨境电子商务行业发展环境分析 14

第一节 政策环境分析（Political） 14

一、监管部门 14

二、整体市场政策 14

三、海关监管政策 18

四、出口电商政策 21

五、进口电商政策 22

六、跨境支付政策 23

七、区域政策特色 25

第二节 经济环境分析 (Economic) 26

一、全球经济运行态势分析 26

二、中国宏观经济运行状况 31

三、中国对外贸易发展规模 36

四、人民币汇率变动状况 36

五、中国宏观经济发展趋势 37

第三节 社会环境分析 (Social) 40

一、人口环境分析 40

二、居民收入水平 41

三、居民消费水平 42

四、网购的普及化 43

第四节 技术环境分析 (Technological) 45

一、网络技术 45

二、Web浏览技术 45

三、安全技术 46

四、数据库技术 46

五、电子支付技术 47

第三章 2012-2015年中国跨境电子商务市场深度分析 52

第一节 中国跨境电子商务发展历程 52

一、跨境电商1.0阶段 (1999-2003年) 52

二、跨境电商2.0阶段 (2004-2012年) 52

三、跨境电商3.0阶段 (2013年至今) 53

第二节 中国跨境电子商务市场运行分析 55

一、总体发展分析 55

二、市场发展特点 55

三、市场发展规模 57

2015年我国跨境电商交易规模约为4.8万亿元。随着国家对跨境电商监管的正规化、消费者需求的释放、大小电商平台的积极推动以及配套软硬件的逐渐完善,预计我国跨境电商将继续保持平稳快速发展。2016年10月中国跨境电商领袖峰会上,工信部中小企业局局长马向晖表示,上半年跨境电子商务的规模为2.6万亿元,同比增长30%。预计至2020年我国跨境电

商交易规模将达到 12 万亿元，复合增长率将到达 20.11%。渗透率方面，2015 年跨境电商交易在进出口贸易总额中的渗透率为 19.5%，到 2020 年该数据将增长至 37.6%。

从广义上看，跨境电商包括跨境 B2B 和 B2C。而狭义的跨境电商指的是 B2C，即跨境零售。跨境 B2B 与传统贸易相对比较接近，区别只是在于将传统进出口贸易中的各项环节（如洽谈，成交等环节）电子化，在规模化方式出口的情况下，按货物方式进行的一般贸易进出口本质上仍属于传统贸易，流程规范，运作相对成熟。而跨境 B2C 与国内网购的区别主要是购买活动中的两个主题分属不同国境。

跨境电商行业发展历程图

跨境电商交易规模进出口结构

根据预测，2015 年中国跨境进口电商交易额约为 0.81 万亿元，未来五年跨境进口电商交易规模复合年均增速约为 30%，2020 年跨境进口电商规模将达 3 万亿元人民币。2015 年中国跨境 B2C 电商交易额约为 0.75 万亿元，未来五年跨境进口电商交易规模复合年均增速约为 37%，2020 年跨境进口电商规模将达 3.66 万亿元人民币。

跨境 B2C 电商规模高速增长

四、市场变革特征 58

五、消费群体分析 59

第三节 中国跨境电子商务市场格局分析 60

一、市场结构状况 60

二、区域发展格局 61

三、营销方式结构 61

四、品类结构状况 63

第四节 国内外两大跨境电商企业的比较 65

一、平台的比较 65

二、集货模式比较 66

三、物流服务比较 66

四、清关模式比较 66

五、价格优势比较 67

第五节 中国跨境电商知识产权的探析 68

一、电商与知识产权 68

二、纠纷特点分析 68

三、存在的问题	69
四、知识产权风险	69
五、应对策略分析	69
第六节 中国跨境电商市场面临的问题及建议	70
一、通关问题	70
二、物流问题	71
三、信用问题	71
四、产品国际竞争力	71
五、发展政策建议	72
第七节 企业开展跨境电商业务的步骤	73
一、确定模式及经营场所	73
二、获得相关部门认可	74
三、海关注册及备案	74
四、数据对接	74
第四章 2012-2015年出口电子商务市场分析	75
第一节 中国出口电子商务市场参与主体分析	75
一、买家的分布及规模	75
二、卖家环境分析	76
第二节 中国出口电子商务市场发展态势分析	78
一、整体发展状况	78
二、行业生命周期	79
三、市场规模状况	80
四、市场发展热点	81
五、主流模式分析	81
六、服务市场状况	82
七、市场发展趋势	83
第三节 出口电商产业链分析	85
一、产业链简况	85
二、产业链上游	86
三、产业链中游	87
四、产业链下游	96

第五章 2012-2015年进口电子商务市场分析 98

第一节 进口电子商务市场整体分析 98

一、市场发展态势 98

二、市场规模状况 98

三、市场投资潜力 99

第二节 进口电商消费者分析 99

一、消费者属性 99

二、跨境购物动机偏好 100

三、跨境购物频率 100

四、主要跨境购国家 100

五、跨境购品类偏好 100

六、海淘平台的选择 100

七、产品的注重因素 101

八、支付方式的选择 101

九、物流的选择 101

第三节 进口电商主要竞争主体分析 102

一、国内电商企业 102

二、国外电商企业 103

三、物流/支付企业 105

第六章 2012-2015年跨境电子商务市场重点区域格局分析 108

第一节 广东省跨境电商市场发展分析 108

一、政策环境 108

二、国内地位 109

三、市场规模 109

四、分布状况 110

五、区域特色 110

六、发展动态 113

第二节 浙江省跨境电商市场的发展 115

一、国内地位 115

二、整体状况 116

三、市场规模 119

四、主要园区 119

五、主要县市发展 126

六、发展规划 126

第三节 福建省跨境电商市场的发展 132

一、政策环境 132

二、市场规模 133

三、市场动向 134

四、主要市县发展 136

第四节 江苏省跨境电商市场的发展 138

一、政策环境 138

二、市场格局 140

三、主要市县发展 141

第七章 2012-2015年中国跨境电商试点城市分析 142

第一节 中国跨境电商试点城市整体分析 142

一、试点城市分布 142

二、试点城市规模 142

三、发展模式对比 142

四、试点条件分析 143

第二节 上海跨境电商市场的发展 143

一、相关鼓励政策 143

二、市场结构分析 144

三、市场发展规模 144

四、发展态势分析 144

第三节 重庆跨境电商市场的发展 146

一、行业发展政策 146

二、市场发展特点 146

三、市场发展规模 146

四、市场发展动力 146

五、未来发展展望 147

第四节 杭州跨境电商市场的发展 148

- 一、建立综合试验区 148
- 二、发展态势分析 149
- 三、商务园区布局 150
- 四、市场发展动态 150
- 五、未来发展展望 152
- 第五节 宁波跨境电商市场的发展 161
 - 一、行业发展政策 161
 - 二、市场发展规模 162
 - 三、市场发展动态 163
 - 四、发展经验借鉴 163
- 第六节 郑州跨境电商市场的发展 166
 - 一、行业发展政策 166
 - 二、市场发展规模 166
 - 三、市场发展概况 167
 - 四、未来发展规划 168
- 第七节 广州跨境电商市场的发展 169
 - 一、行业扶持政策 169
 - 二、市场规模状况 170
 - 三、出口模式分析 170
 - 四、市场发展动态 171
 - 五、面临的问题 172
- 第八节 深圳跨境电商市场的发展 175
 - 一、行业相关政策 175
 - 二、市场发展规模 178
 - 三、市场发展特点 179
 - 四、市场发展优势 180
 - 五、市场发展动态 180
- 第九节 苏州跨境电商市场的发展 184
 - 一、行业扶持政策 184
 - 二、市场发展态势 185
 - 三、面临的问题 186
- 第十节 青岛跨境电商市场的发展 187

- 一、行业发展鼓励 187
- 二、市场发展环境 188
- 三、市场发展规模 188
- 四、市场发展条件 189
- 五、市场发展动态 190
- 第十一节 其他试点城市跨境电商的发展 191
 - 一、北京 191
 - 二、长沙 192
 - 三、银川 193
 - 四、哈尔滨 195
 - 五、西安 196

第八章 2012-2015年出口跨境电商主要平台分析 198

第一节 eBay 198

- 一、平台简介 198
- 二、主要产品及潜力产品 198
- 三、区域投资分布 198
- 四、国内市场特点 199
- 五、区域分布特征 199
- 六、战略动态 200

第二节 亚马逊 200

- 一、平台简介 200
- 二、发展优势 201
- 三、经营状况 201
- 四、战略动态 201

第三节 速卖通 202

- 一、平台简介 202
- 二、交易规模 202
- 三、发展态势 202
- 四、战略动态 202

第四节 敦煌网 203

- 一、平台简介 203

- 二、市场规模 203
- 三、业务模式 204
- 四、盈利模式 204
- 五、核心竞争力 204
- 六、SWOT分析 205

第五节 Wish 205

- 一、平台简介 205
- 二、盈利模式 207
- 三、融资状况 207
- 四、战略动态 207

第六节 兰亭集势 207

- 一、平台简介 207
- 二、发展优势 208
- 三、主要品类 208
- 四、战略动态 208

第七节 大龙网 209

- 一、平台介绍 209
- 二、发展模式 210
- 三、融资状况 210
- 四、战略动态 210

第八节 其他出口电商平台的发展 210

- 一、零米海淘 210
- 二、唯一品 211
- 三、宝贝格子 213

第九章 2012-2015年进口跨境电商主要平台分析 214

第一节 进口电商平台类型分析 214

- 一、海外代购平台 214
- 二、直发/直运平台模式 214
- 三、导购/返利平台模式 215
- 四、海外商品闪购模式 216
- 五、自营类 217

第二节 天猫国际 218

一、平台简介 218

二、运营模式 218

三、经营状况 218

四、面临的挑战 219

第三节 京东海外购 219

一、平台简介 219

二、品类特征 220

三、运营模式 220

四、经营状况 221

五、战略动态 221

第四节 苏宁易购 222

一、平台简介 222

二、品类特征 223

三、运营模式 226

四、产业链布局 226

五、跨境电商的发展 227

第五节 洋码头 227

一、平台简介 227

二、品类特征 228

三、经营状况 228

四、运营模式 228

五、融资状况 229

六、物流体系的建立 229

七、服务保障 230

第六节 其他进口电商平台 230

一、唯品会 230

二、顺丰海淘 231

三、聚美海淘 231

四、1号店 232

五、考拉海购 232

六、万国优品 233

七、蜜芽宝贝 233

第十章 中国跨境电子商务平台建设分析 235

第一节 跨境电商服务平台类型 235

一、通关服务平台 235

二、公共服务平台 236

三、综合服务平台 237

第二节 平台建设流程分析 238

一、平台建设调查 238

二、团队的建立 238

三、客户体验障碍 241

第三节 提高跨境电子商务平台信任度的策略 243

一、专业的设计外观和用户体验 243

二、国际第三方资质认证和服务 243

三、客户的推荐和评论 244

四、全面的内容和网站基本信息 244

第十一章 中国跨境电子商务商业模式分析 245

第一节 跨境电商商业运营模式介绍 245

一、模式结构 245

二、B2B模式 250

三、B2C模式 251

四、C2C模式 251

第二节 进口电商模式分析 252

一、海外代购模式 252

二、直发/直运平台模式 253

三、自营B2C模式 255

四、导购/返利平台模式 256

五、海外商品闪购模式 257

六、各模式的比较 258

第三节 出口跨境电商B2C模式优劣势分析 260

一、优势分析 260

二、劣势分析 262

第四节 中国跨境电商开启产业园发展模式 266

一、产业园模式的需求分析 266

二、建立产业园的作用 266

三、产业园区域布局 266

四、典型产业园分析 267

五、产业园建设动态 269

第十二章 2012-2015年跨境电子商务产业链分析 272

第一节 跨境电商供应链 272

一、供应链发展现状 272

二、供应链的管理 273

三、供应链金融分析 277

四、供应链面临的问题 277

五、供应链风险分析 278

六、国外供应链建设的借鉴 281

七、供应链整合成未来竞争点 283

第二节 跨境支付 284

一、主要支付方式 284

二、国内发展总况 284

三、市场结构状况 285

四、面临的问题 285

五、未来发展趋势 287

第三节 跨境物流 288

一、跨境物流规模 288

二、主要物流模式 288

三、主要物流企业 289

四、进关方式 290

五、海外仓的发展 290

六、面临的风险 291

七、存在的问题 292

八、未来发展焦点 292

九、投资逻辑分析 293

第十三章 2012-2015年中国跨境电子商务领先企业发展分析 295

第一节 阿里巴巴集团 295

一、企业发展概况 295

二、经营状况分析 297

三、跨境电商业务发展 298

四、跨境电商战略动态 300

第二节 北京敦煌禾光信息技术有限公司 300

一、企业发展概况 300

二、经营状况分析 302

三、跨境电商业务发展 303

四、跨境电商战略动态 303

第三节 焦点科技股份有限公司 304

一、企业发展概况 304

二、经营效益分析 304

三、业务经营分析 304

四、财务状况分析 304

五、未来前景展望 305

第四节 环球资源集团有限公司 305

一、企业发展概况 305

二、经营状况分析 306

三、业务模式分析 306

四、企业目标客户 306

五、风险因素分析 307

第五节 环球市场集团 307

一、企业发展概况 307

二、经营状况分析 308

三、企业盈利模式 308

四、企业运营特征 308

五、跨境电商动态 308

第六节 浙江网盛生意宝股份有限公司 309

一、企业发展概况	309
二、经营效益分析	309
三、业务经营分析	309
四、财务状况分析	310
五、未来前景展望	310
第七节 兰亭集势控股有限责任公司	311
一、企业简介	311
二、主营业务分析	312
三、企业经营状况	312
四、跨境电商战略动态	313
第十四章 中国跨境电子商务市场投资机会及建议分析	314
第一节 中国跨境电商市场融资分析	314
一、区域分布状况	314
二、融资项目结构	314
三、融资方式结构	315
四、市场融资动向	316
第二节 中国跨境电子商务市场投资机会	321
一、进口电商投资机会	321
二、通关服务成行业投资机会	321
三、供应链领域的投资机会	322
四、融资领域的投资机会	323
五、支付领域的投资机会	324
六、物流领域的投资机会	325
第三节 出口跨境电商的投资机会分析	326
一、卖家的机会	326
二、物流商的机会	326
三、金融服务商的机会	326
四、代运营服务的机会	327
五、投资商的机会	327
六、其他投资机会	327
第四节 跨境电商投资建议	328

第十五章 国际跨境电商市场机遇及中国企业进入风险 330

第一节 全球跨境电商市场发展分析 330

一、行业发展历程 330

二、市场规模状况 331

三、市场调查分析 331

四、市场竞争状况 332

第二节 国际跨境电商区域格局特征分析 332

一、区域格局分析 332

二、欧洲市场规模最大 333

三、北美市场最受欢迎 333

四、亚洲市场增长最快 335

第三节 美国 337

一、美国跨境电商消费市场规模 337

二、美国跨境电商市场调查分析 337

三、美国跨境电商主要平台介绍 338

第四节 西班牙 340

一、西班牙电子商务状况 340

二、西班牙跨境电商的机遇 343

三、西班牙电商首选支付方式 344

四、西班牙电子商务法律法规 344

五、进入西班牙电商市场的风险及措施 346

第五节 俄罗斯 347

一、俄罗斯跨境电商状况 347

二、俄罗斯电商支付方式 348

三、进入俄罗斯电商市场的风险 348

第六节 波兰 348

一、波兰电子商务状况 348

二、波兰跨境电商的机遇 349

三、波兰电商支付方式 349

四、波兰电子商务法律 351

五、进入波兰电商市场的风险 353

第七节 加拿大 354

- 一、加拿大电商状况 354
- 二、加拿大跨境电商的机遇 355
- 三、加拿大电商支付方式 356
- 四、加拿大电子商务法律 357
- 五、进入加拿大电商市场的风险及措施 364

第八节 土耳其 365

- 一、土耳其电商市场状况 365
- 二、土耳其跨境电商的机遇 367
- 三、土耳其电商支付方式 367
- 四、土耳其电子商务法律 369
- 五、进入土耳其电商市场的风险 371

第九节 日本 373

- 一、日本电商状况 373
- 二、日本跨境电子商务的机遇 374
- 三、日本电商支付方式 374
- 四、进入日本市场的风险 377

第十节 法国 378

- 一、法国电商市场状况 378
- 二、法国跨境电子商务的机遇 380
- 三、法国电商支付方式 380
- 四、法国电子商务法律 383
- 五、进入法国市场的风险 385

第十六章 跨境电子商务市场发展前景分析 386 (ZY ZM)

第一节 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势 386

- 一、发展前景分析 386
- 二、市场发展趋向 386
- 三、交易平台的发展趋势 387

第二节 2017-2022年中国跨境电子商务市场预测 388

- 一、中国跨境电子商务发展因素分析 388
- 二、2017-2022年中国跨境电子商务交易总额预测 390

三、2017-2022年中国进口电子商务交易额预测 391

四、2017-2022年中国出口电子商务交易额预测 391

图表目录：

图表：跨境电商平台的交易流程 2

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值（%） 26

图表：世界工业生产同比增长率（%） 27

图表：三大经济体GDP环比增长率（%） 28

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率（%） 28

图表：三大经济体零售额同比增长率（%） 29

图表：世界贸易量同比增长率（%） 29

图表：波罗的海干散货运指数（%） 30

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率（%） 30

图表：美国、日本和欧元区失业率（%） 31

图表：2013-2015年我国整体网民及移动网民规模 43

图表：2013-2015年我国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率 44

图表：电子支付系统的基本构成 47

图表：信用卡网上支付系统 48

图表：电子支付关键技术 48

图表：2013-2015年中国跨境电子商务市场规模统计 57

图表：2013-2015年中国跨境电子商务交易在对外贸易中占比统计 58

图表：2013-2015年中国跨境电子商务市场结构 60

图表：2015年中国跨境电子商务试点城市分布 61

图表：2013-2015年中国跨境电子商务试区域市场规模分布 61

图表：2013-2015年中国跨境电子商务市场品类结构 63

图表：跨境电商企业经营模式 73

图表：跨境电商企业进口模式 74

图表：2015年中国对外贸易统计 76

图表：2015年中国货物贸易统计 76

图表：2013-2015年中国出口电子商务市场规模统计 80

图表：2013-2015年B2B在出口电商交易中占比走势 82

图表：2013-2015年中国出口电商交易结构 82

图表：出口电商产业链 85

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/M932712Q9W.html>