

2023-2029年中国跨境电商 行业分析与产业竞争格局报告

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

《2023-2029年中国跨境电商行业分析与产业竞争格局报告》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/202308/388033.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分析与产业竞争格局报告》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，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 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 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   1.3 跨境电商的特征     1.3.1 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 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   2.2 经济环境分析（ Economic ）     2.2.1 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 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 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      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 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 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 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 第七章 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

第八章 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 
区域分布特征     8.1.6 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     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   8.5 Wish

    8.5.1 平台简介     8.5.2 盈利模式     8.5.3 融资状况
    8.5.4 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 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 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 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 企业发展概况
    13.2.2 经营状况分析
    13.2.3 跨境电商业务发展
    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 企业简介
    13.7.2 主营业务分析
    13.7.3 企业经营状况   13.7.4 跨境电商战
略动态

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/388033.html>