

2017-2023年中国跨境电商物流行业市场全景评估 及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国跨境电商物流行业市场全景评估及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/319796.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2015年，中国人已经超过美国人，成为全球出境旅游花销最多的群体。据统计，2015年中国游客境外旅游购物人均花费11205元，同比增长了21%，其中80后和90后是旅游消费的两大大主力消费人群。

伴随互联网成长的一代，对于网络有天生的喜好，比较喜欢网购。全球第一的境外商品花费，叠加年轻人对于互联网的倚赖，以及更注重品质而不是价格，都推动了跨境电商的发展。

2015年我国进口跨境电商行业交易规模约7600亿，同比增长43%，预计2015到2017年的年复合增长率超过35%，大幅超过电商整体行业增速。

中国跨境电商交易额、进出口总额变化情况

数据来源：公开数据整理

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 2012-2015年跨境电商物流行业分析19

第一节 2012-2015年世界跨境电商物流发展总体状况19

一、国际跨境电商物流行业结构面临发展变局19

二、2014-2015年全球跨境电商物流市场持续扩张21

三、2014-2015年国际跨境电商物流市场发展态势22

四、经济全球化下国外跨境电商物流开发的策略23

第二节 2012-2015年中国跨境电商物流行业的发展24

一、我国跨境电商物流行业发展取得的进步24

二、2014-2015年中国跨境电商物流行业发展态势25

三、中国跨境电商物流行业逐步向优势区域集聚26

四、我国跨境电商物流行业的政策导向分析27

第三节 跨境电商物流行业的投资机遇27

一、我国跨境电商物流行业面临的政策机遇27

二、产业结构调整为发展跨境电商物流发展提供良机28

三、我国跨境电商物流行业投资潜力29

第四节 跨境电商物流行业发展存在的问题30

一、中国跨境电商物流行业化发展的主要瓶颈30

- 二、我国跨境电商物流行业发展中存在的不足30
- 三、制约中国跨境电商物流行业发展的因素31
- 四、我国跨境电商物流行业发展面临的挑战32
- 第五节 促进我国跨境电商物流行业发展的对策34
 - 一、加快我国跨境电商物流行业发展的对策34
 - 二、促进跨境电商物流行业健康发展的思路36
 - 三、发展壮大中国跨境电商物流行业的策略简析37
 - 四、区域跨境电商物流行业发展壮大的政策建议38
- 第二节 2012-2015年中国跨境电商物流产业政策环境分析40
 - 一、跨境电商物流产业政策分析40
 - 二、跨境电商物流标准分析43
 - 三、进出口政策分析44
- 第三章 2012-2015年中国跨境电商物流产业运行走势分析44
 - 第一节 2012-2015年中国跨境电商物流产业发展概述44
 - 一、跨境电商物流产业回顾44
 - 二、世界跨境电商物流市场分析45
 - 三、跨境电商物流产业技术分析48
 - 第二节 2012-2015年中国跨境电商物流产业运行态势分析50
 - 一、跨境电商物流价格分析50
 - 二、世界先进水平的跨境电商物流51
 - 第三节 2012-2015年中国跨境电商物流产业发展存在问题分析52
- 第二章 中国跨境电商物流行业发展环境53
 - 第一节 跨境电商物流行业及属性分析53
 - 一、行业定义53
 - 二、国民经济依赖性53
 - 三、经济类型属性54
 - 四、行业周期属性54
- 第三章 2015年中国市场分析55
 - 第一节 我国整体市场规模55
 - 一、总量规模55
 - 二、增长速度55
 - 三、各季度市场情况55
 - 第二节 原材料市场分析56

第三节 市场结构分析58

一、产品市场结构58

二、品牌市场结构58

三、区域市场结构59

四、渠道市场结构59

第二节 跨境电商物流行业投资风险及控制策略分析60

一、2016-2021年跨境电商物流行业市场风险及控制策略60

二、2016-2021年跨境电商物流行业政策风险及控制策略60

三、2016-2021年跨境电商物流行业经营风险及控制策略61

四、2016-2021年跨境电商物流同业竞争风险及控制策略61

五、2016-2021年跨境电商物流行业其他风险及控制策略62

第四章 跨境电商的界定及意义62

1.1 跨境电商的定义及优势62

1.1.1 跨境电商的定义62

1.1.2 跨境电商流程63

1.1.3 跨境电商企业类型64

1.1.4 跨境电商的优势66

1.2 跨境电商分类67

1.2.1 以产业终端用户类型分类67

1.2.2 以服务类型分类67

1.2.3 以平台运营方分类68

第五章 2012-2015年中国跨境电子商务行业发展环境分析69

2.1 政策环境分析 (political) 69

2.1.1 监管部门69

2.1.2 整体市场政策72

2.1.3 海关监管政策74

2.1.4 出口电商政策77

2.1.5 进口电商政策78

2.1.6 跨境支付政策80

2.1.7 区域政策特色81

第六章 2012-2015年中国跨境电子商务市场深度分析88

3.1 中国跨境电子商务发展历程88

- 3.1.1 跨境电商1.0阶段（1999-2003年）88
- 3.1.2 跨境电商2.0阶段（2004-2012年）88
- 3.1.3 跨境电商3.0阶段（2013年至今）89
- 3.2 中国跨境电子商务市场运行分析91
 - 3.2.1 总体发展分析91
 - 3.2.2 市场发展特点91
 - 3.2.3 市场发展规模93
 - 3.2.4 市场变革特征94
 - 3.2.5 消费群体分析95
- 3.3 中国跨境电子商务市场格局分析95
 - 3.3.1 市场结构状况95 2015年中国跨境电商交易额占进出口总额比重变化情况
数据来源：公开数据整理
 - 3.3.2 区域发展格局97
 - 3.3.3 营销方式结构102
 - 3.3.4 品类结构状况105
- 3.4 国内外两大跨境电商企业的比较107
 - 3.4.1 平台的比较107
 - 3.4.2 集货模式比较107
 - 3.4.3 物流服务比较107
 - 3.4.4 清关模式比较108
 - 3.4.5 价格优势比较109
- 3.5 中国跨境电商知识产权的探析109
 - 3.5.1 电商与知识产权109
 - 3.5.2 纠纷特点分析110
 - 3.5.3 存在的问题111
 - 3.5.4 知识产权风险112
 - 3.5.5 应对策略分析113
- 3.6 中国跨境电商市场面临的问题及建议115
 - 3.6.1 通关问题115
 - 3.6.2 物流问题120
 - 3.6.3 信用问题120
 - 3.6.4 产品国际竞争力122
 - 3.6.5 发展政策建议123
- 3.7 企业开展跨境电商业务的步骤124
 - 3.7.1 确定模式及经营场所124

3.7.2 获得相关部门认可125

3.7.3 海关注册及备案125

3.7.4 数据对接125

第七章 2012-2015年出口电子商务市场分析126

4.1 中国出口电子商务市场参与主体分析126

4.1.1 买家的分布及规模126

4.1.2 卖家环境分析126

4.2 中国出口电子商务市场发展态势分析127

4.2.1 整体发展状况127

4.2.2 行业生命周期127

4.2.3 市场规模状况128

4.2.4 市场发展热点128

4.2.5 主流模式分析128

4.2.6 服务市场状况129

4.2.7 市场发展趋势129

4.3 出口电商产业链分析131

4.3.1 产业链简况131

4.3.2 产业链上游132

4.3.3 产业链中游133

4.3.4 产业链下游134

第八章 2012-2015年跨境电子商务市场重点区域格局分析135

6.1 广东省跨境电商市场发展分析135

6.1.1 政策环境135

6.1.2 国内地位136

6.1.3 市场规模137

6.1.4 分布状况137

6.1.5 区域特色138

6.1.6 发展动态138

6.2 浙江省跨境电商市场的发展139

6.2.1 国内地位139

6.2.2 整体状况139

6.2.3 市场规模140

6.2.4 主要园区141

- 6.2.5 主要县市发展143
- 6.2.6 发展规划144
- 6.3 福建省跨境电商市场的发展149
 - 6.3.1 政策环境149
 - 6.3.2 市场规模153
 - 6.3.3 市场动向156
 - 6.3.4 主要市县发展156
- 6.4 江苏省跨境电商市场的发展159
 - 6.4.1 政策环境159
 - 6.4.2 市场格局162
 - 6.4.3 主要市县发展162

第九章 2012-2015年中国跨境电商试点城市分析163

- 7.1 中国跨境电商试点城市整体分析163
 - 7.1.1 试点城市分布163
 - 7.1.2 试点城市规模164
 - 7.1.3 发展模式对比164
 - 7.1.4 试点条件分析165
- 7.2 上海跨境电商市场的发展166
 - 7.2.1 相关鼓励政策166
 - 7.2.2 市场结构分析171
 - 7.2.3 市场发展规模171
 - 7.2.4 发展态势分析172
- 7.3 重庆跨境电商市场的发展173
 - 7.3.1 行业发展政策173
 - 7.3.2 市场发展特点173
 - 7.3.3 市场发展规模174
 - 7.3.4 市场发展动力174
 - 7.3.5 未来发展展望175
- 7.4 杭州跨境电商市场的发展175
 - 7.4.1 建立综合试验区175
 - 7.4.2 发展态势分析177
 - 7.4.3 商务园区布局177
 - 7.4.4 市场发展动态178
 - 7.4.5 未来发展展望179

- 7.5 宁波跨境电商市场的发展180
 - 7.5.1 行业发展政策180
 - 7.5.2 市场发展规模184
 - 7.5.3 市场发展动态185
 - 7.5.4 发展经验借鉴186
- 7.6 郑州跨境电商市场的发展187
 - 7.6.1 行业发展政策187
 - 7.6.2 市场发展规模187
 - 7.6.3 市场发展概况188
 - 7.6.4 未来发展规划189
- 7.7 广州跨境电商市场的发展191
 - 7.7.1 行业扶持政策191
 - 7.7.2 市场规模状况192
 - 7.7.3 出口模式分析193
 - 7.7.4 市场发展动态193
 - 7.7.5 面临的问题194
- 7.8 深圳跨境电商市场的发展195
 - 7.8.1 行业相关政策195
 - 7.8.2 市场发展规模195
 - 7.8.3 市场发展特点196
 - 7.8.4 市场发展优势196
 - 7.8.5 市场发展动态196
- 7.9 苏州跨境电商市场的发展197
 - 7.9.1 行业扶持政策197
 - 7.9.2 市场发展态势199
 - 7.9.3 面临的问题200
- 7.10 青岛跨境电商市场的发展202
 - 7.10.1 行业发展鼓励202
 - 7.10.2 市场发展环境203
 - 7.10.3 市场发展规模203
 - 7.10.4 市场发展条件204
 - 7.10.5 市场发展动态204
- 7.11 其他试点城市跨境电商的发展205
 - 7.11.1 北京205
 - 7.11.2 长沙207

7.11.3 银川210

7.11.4 哈尔滨210

7.11.5 西安216

第十章 2012-2015年进口跨境电商主要平台分析220

9.1 进口电商平台类型分析220

9.1.1 海淘插件类220

9.1.2 资讯导购类220

9.1.3 一站代购类221

9.1.4 平台类222

9.1.5 自营类222

9.2 天猫国际223

9.2.1 平台简介223

9.2.2 运营模式223

9.2.3 经营状况224

9.2.4 面临的挑战224

9.3 京东海外购225

9.3.1 平台简介225

9.3.2 品类特征225

9.3.3 运营模式225

9.3.4 经营状况225

9.3.5 战略动态225

9.4 苏宁易购226

9.4.1 平台简介226

9.4.2 品类特征226

9.4.3 运营模式227

9.4.4 产业链布局227

9.4.5 跨境电商的发展228

9.5 洋码头230

9.5.1 平台简介230

9.5.2 品类特征230

9.5.3 经营状况230

9.5.4 运营模式230

9.5.5 融资状况231

9.5.6 物流体系的建立231

9.5.7 服务保障232

9.6 其他进口电商平台233

9.6.1 唯品会233

9.6.2 顺丰海淘236

9.6.3 聚美海淘237

9.6.4 1号店238

9.6.5 考拉海购241

9.6.6 万国优品242

9.6.7 蜜芽宝贝244

第十一章 中国跨境电子商务平台建设分析246

10.1 跨境电商服务平台类型246

10.1.1 通关服务平台246

10.1.2 公共服务平台247

10.1.3 综合服务平台248

10.2 平台建设流程分析249

10.2.1 平台建设调查249

10.2.2 团队的建立250

10.2.3 客户体验障碍250

10.3 提高跨境电子商务平台信任度的策略252

10.3.1 专业的设计外观和用户体验252

10.3.2 国际第三方资质认证和服务252

10.3.3 客户的推荐和评论252

10.3.4 全面的内容和网站基本信息253

第十二章 中国跨境电子商务商业模式分析253

11.1 跨境电商商业运营模式介绍253

11.1.1 模式结构253

11.1.2 b2b模式254

11.1.3 b2c模式255

11.1.4 c2c模式255

11.2 进口电商模式分析255

11.2.1 海外代购模式255

11.2.2 直发/直运平台模式256

11.2.3 自营b2c模式257

- 11.2.4 导购/返利平台模式258
- 11.2.5 海外商品闪购模式259
- 11.2.6 各模式的比较259
- 11.3 出口跨境电商b2c模式优劣势分析263
 - 11.3.1 优势分析263
 - 11.3.2 劣势分析265
- 11.4 中国跨境电商开启产业园发展模式266
 - 11.4.1 产业园模式的需求分析266
 - 11.4.2 建立产业园的作用266
 - 11.4.3 产业园区域布局267
 - 11.4.4 典型产业园分析267
 - 11.4.5 产业园建设动态268

第十三章 2012-2015年跨境电子商务产业链分析268

- 12.1 跨境电商供应链268
 - 12.1.1 供应链发展现状268
 - 12.1.2 供应链的管理269
 - 12.1.3 供应链金融分析270
 - 12.1.4 供应链面临的问题272
 - 12.1.5 供应链风险分析273
 - 12.1.6 国外供应链建设的借鉴274
 - 12.1.7 供应链整合成未来竞争点276
- 12.2 跨境支付278
 - 12.2.1 主要支付方式278
 - 12.2.2 主要支付系统283
 - 12.2.3 国内发展总况286
 - 12.2.4 市场结构状况287
 - 12.2.5 面临的问题287
 - 12.2.6 未来发展趋势288
- 12.3 跨境物流289
 - 12.3.1 跨境物流规模289
 - 12.3.2 主要物流模式290
 - 12.3.3 主要物流企业293
 - 12.3.4 进关方式295
 - 12.3.5 海外仓的发展296

12.3.7 存在的问题298

12.3.8 未来发展焦点300

12.3.9 投资逻辑分析301

图表目录：

图表 1 “单一”跨境电子商务物流模式46

图表 2 “两段中转”跨境电子商务物流模式47

图表 3 “两段收件”跨境电子商务物流模式48

图表 4 传统外贸和跨境电商各环节对比图63

图表 5 跨境电商出口和进口各环节流程63

图表 6 跨境电商产业链各主要组成部分及重点企业64

图表 7 跨境电商服务平台对比69

图表 8 跨境电商服务平台关系图70

图表 9 2010-2017年中国进出口贸易及跨境电商交易规模93

图表 10 跨境电商占进出口总额比重进入上升通道95

图表 11 跨境电商是中国电商增长的主要驱动力96

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97

图表 13 进口消费品以高附加值商品为主98

图表 14 中国主要进口消费品品类及其进口国家98

图表 15 海淘群体以80后为主100

图表 16 东南沿海区域是海淘主力军100

图表 17 海淘阳光化带来860亿美元市场101

图表 18 直邮模式流程102

图表 19 转运模式流程102

图表 20 以美中路线为例比较不同物流模式比较104

图表 21 保税+直邮模式105

图表 22 跨境电商经营模式124

图表 23 跨境电商进口模式124

图表 24 交易产品扩展130

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/319796.html>