

2017-2021年中国跨境电商市场运营态势及投资趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2021年中国跨境电商市场运营态势及投资趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/292798292798.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

跨境电子商务是指分属不同环境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

中国跨境电商发展历程 资料来源：中国报告网数据中心整理

1.海淘与代购的区别和问题：

所谓海淘，是指通过互联网搜索国外商品信息，并以电子订单形式发出购物需求，通过国外购物网站由国际快递或转运公司代收货物，再转寄到买方所在国。

所谓代购，是指通过身在国外的个人从当地购买所需要的商品，以国际邮政包裹、快递等方式递送到买方所在国，或者随人直接携带回国。海淘与代购在跨境电商尚未兴起之前，一直是消费者购买国外商品的主要途径。不过，海淘与代购存在很多痛点，主要表现在货源、价格、物流、售后等方面。

海淘存在的主要问题，一是商品品类存在局限性，这样的问题同样存在于代购方面，如海淘商品品类主要集中于母婴用品、化妆品、服装鞋包等；二是商品自身存在使用上的劣势，如语言、质量标准、市场准入限制等；三是购物体验差，消费者需要提前针对商品做大量工作，特别是需要熟悉国外网站的语言，适应其网站布局形式以及商品销售方式等；四是物流时间久，从国外网站配送到国内的时间周期较长，短则一个月，长则几个月，还有些网站并不支持直邮，需要买方自行联系转运公司进行转运；五是售后服务得不到保障，大部分国外网站不支持对其他国家消费者的售后服务，商品出现问题产生退换货的风险也比较高，使消费者的购物无法得到充分的保障。

代购存在的主要问题，一是商品品类存在局限性，这一点与海淘相同；二是货源价格高，大部分个人代购是通过居住在国外的亲戚朋友进行的，商品的价格也体现为市场零售价，再加上跨境物流费用等，最终抬高了商品最终购买价格；三是货源供应不稳定，由于是从市场零售渠道购买商品，因此会受到渠道商品库存与供应的制约；四是法律风险高，大多数商品流入国内是不需要缴税的，一旦被发现就需要补缴，并可能承担相应的法律责任，此外还存在商品被海关扣留的风险；五是卖家投入高，卖家需要事先购买商品，资金上存在垫付现象，同时还要负责商品的挑选、销售以及分拣、包装、物流等过程，付出的精力也很多；六是物流风险，代购商品大多选用国际邮政包装方式，大部分无法跟踪物流进度，运输中也很容易出现货物丢失、毁损等问题。

2.跨境电商需求的刺激因素

（一）经济发展，生活水平提升，消费需求旺盛

随着我国经济的发展，人民生活水平不断提高。2015年，我国人均GDP约为8016美元，尽管与欧美等发达国家相比仍然存在一定差距，但已经接近中等发达国家水平。随着收入水平的不断提高，国内消费者的消费需求逐渐旺盛，特别是对国外优质商品的需求得到了很大程度的释放。

（二）跨境消费主力群体剧增在经济发展与人民收入水平不断提高的背景下，我国的中产阶级与具备中产阶级消费能力的群体规模不断攀升。这个群体2015年大约有1.2亿人，2016年估计大约有3.6亿人。中产阶级群体崛起，成为跨境消费的主力。

（三）消费观念升级经济水平和人民收入水平的提高会刺激消费观念的转变与升级。特别是随着“80后”“90后”人群成为消费的主流，他们对商品的关注点更倾向于安全、品质、品类多样化以及个性化等方面，对商品价格的敏感度有所降低。

（四）国内商品种类、质量等问题凸显从2008年的奶制品污染事件到“僵尸肉”，再到2016年青岛查获的日本福岛核污染区海鲜走私案等，国内商品质量、安全等问题频发，这些都刺激了人们对海外高品质商品的消费需求。

（五）出境群体规模攀升，对国外商品更加了解出国旅游与留学人数逐年攀升，从2010年的0.6亿人次增加到2015年的1.2亿人次。这个群体对国外商品接触较多，更加了解国外的商品，也成为个人代购与海淘的主流。而对国外商品接触的不断深入，也刺激了对国外商品的消费需求。

中国报告网发布的《2017-2021年中国跨境电商市场运营态势及投资趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章 中国报告网视点

1.1 行业投资要点

1.2 报告研究思路

第二章 跨境电商行业概念界定及产业链分析

2.1 跨境电商行业定义及分类

2.1.1 跨境电商行业定义

2.1.2 跨境电商行业分类

2.2 跨境电商行业特点及模式

2.2.1 跨境电商行业地位及影响

2.2.2 跨境电商行业发展特征

2.2.3 跨境电商行业经营模式

2.3 行业产业链分析

2.3.1 产业链结构

2.3.2 上下游行业影响

第三章 跨境电商行业发展状况分析

3.1 国外跨境电商行业发展分析

3.1.1 全球市场格局

3.1.2 国外技术动态

3.1.3 国外经验借鉴

3.1.4 中外发展差异

3.2 中国跨境电商行业规模结构

3.2.1 行业经济规模

3.2.2 市场结构分析

3.2.3 区域布局状况

3.3 中国跨境电商行业供需状况

3.3.1 行业供给状况

3.3.2 行业需求状况

3.3.3 供需平衡分析

3.4 中国跨境电商行业竞争结构分析

3.4.1 新进入者威胁

3.4.2 替代品威胁

3.4.3 上游供应商议价能力

3.4.4 下游用户议价能力

3.4.5 现有企业间竞争

3.5 中国跨境电商行业区域格局

3.5.1 华北地区

3.5.2 华东地区

3.5.3 华中地区

3.5.4 华南地区

3.5.5 西南地区

3.5.6 西北地区

第四章 中国跨境电商行业市场趋势及前景预测

4.1 行业发展趋势分析

4.1.1 行业发展机遇

4.1.2 行业发展趋势

4.1.3 技术发展趋势

4.2 行业需求预测分析

4.2.1 应用领域展望

4.2.2 未来需求态势

4.2.3 未来需求预测

4.3 “十三五”跨境电商行业前景预测分析

4.3.1 行业影响因素

4.3.2 市场规模预测

第五章 跨境电商行业确定型投资机会评估

5.1 出口电商平台

5.1.1 市场发展状况

5.1.2 竞争格局分析

5.1.3 龙头企业分析

5.1.4 行业盈利性分析

5.1.5 市场空间分析

5.1.6 投资风险分析

5.1.7 投资策略建议

5.2 垂直类进口电商平台

5.2.1 市场发展状况

5.2.2 竞争格局分析

5.2.3 龙头企业分析

5.2.4 行业盈利性分析

5.2.5 市场空间分析

5.2.6 投资风险分析

5.2.7 投资策略建议

5.3 跨境通关服务

5.3.1 市场发展状况

5.3.2 竞争格局分析

5.3.3 龙头企业分析

5.3.4 行业盈利性分析

5.3.5 市场空间分析

5.3.6 投资风险分析

5.3.7 投资策略建议

第六章 中国跨境电商行业风险型投资机会评估

6.1 海外直采

6.1.1 市场发展状况

6.1.2 竞争格局分析

6.1.3 龙头企业分析

6.1.4 行业盈利性分析

6.1.5 市场空间分析

6.1.6 投资风险分析

6.1.7 投资策略建议

6.2 跨境电商体验店

6.2.1 市场发展状况

6.2.2 竞争格局分析

6.2.3 龙头企业分析

6.2.4 行业盈利性分析

6.2.5 市场空间分析

6.2.6 投资风险分析

6.2.7 投资策略建议

第七章 中国跨境电商行业未来型投资机会评估

7.1 跨境支付

7.1.1 市场发展状况

7.1.2 竞争格局分析

7.1.3 龙头企业分析

7.1.4 行业盈利性分析

7.1.5 市场空间分析

7.1.6 投资风险分析

7.1.7 投资策略建议

7.2 跨境电商供应链

7.2.1 市场发展状况

7.2.2 竞争格局分析

7.2.3 龙头企业分析

7.2.4 行业盈利性分析

7.2.5 市场空间分析

7.2.6 投资风险分析

7.2.7 投资策略建议

7.3 智慧物流配送网络

7.3.1 市场发展状况

7.3.2 竞争格局分析

7.3.3 龙头企业分析

7.3.4 行业盈利性分析

7.3.5 市场空间分析

7.3.6 投资风险分析

7.3.7 投资策略建议

第八章 中国跨境电商行业投资壁垒及风险预警

8.1 跨境电商行业投资壁垒

8.1.1 政策壁垒

8.1.2 资金壁垒

8.1.3 技术壁垒

8.1.4 贸易壁垒

8.1.5 地域壁垒

8.2 跨境电商行业投资外部风险预警

8.2.1 政策风险

8.2.2 资源风险

8.2.3 环保风险

8.2.4 产业链风险

8.2.5 相关行业风险

8.3 跨境电商行业投资内部风险预警

8.3.1 技术风险

8.3.2 价格风险

8.3.3 竞争风险

8.3.4 盈利风险

8.3.5 人才风险

8.3.6 违约风险

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

资料来源：公开资料，中国报告网整理，转载请注明出处（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/292798292798.html>