

2019年中国跨境电商行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

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《2019年中国跨境电商行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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/463247463247.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

根据报道消息，11月19日，在越南胡志明市，上海圆通蛟龙投资发展有限公司与越南越捷航空公司签署战略合作协议。协议显示，双方将通过自身或旗下所属的公司及平台在航空货运、国际货运代理、跨境国际快递等领域深度合作，进一步促进东南亚跨境物流市场发展。

根据协议显示，越捷航空与圆通蛟龙旗下的货运航空平台将成为双方在国际航线服务上的首选，以实现航空网络的互补，推动越南发展成为重要的快递物流枢纽，为“一带一路”以及东南亚跨境电商服务。

据了解，越捷航空是越南首家私营航空公司，同时也是越南领先的廉价航空公司，是名列全球营运效率最佳航空公司之一，其母公司索维克控股集团是越南最大的私营企业之一，目前在越南建立了15000多家银行和加油站。与此同时，圆通航空自有全货机已达12架、开通国际航线16条。双方均表示，此次合作是两国经贸的发展趋势，未来将共同开发中越跨境贸易，特别是跨境电子商务这一领域。

随着电商法与跨境电商系列新政出台以及全球化趋势、消费升级的推动，使得近年来我国跨境电商交易规模持续增长。根据数据显示，2018年我国跨境电商交易规模达到9.1万亿元，预计到2019年将达10.8万亿元。

2016-2020中国跨境电商交易规模及预测 数据来源：商务部

同时，随着一带一路的不断推进，我国海外贸易领域不断扩展，新增长点不断出现，为我国企业开拓海外市场提供了良好的机遇。而在一带一路中，东南亚地区占有举足轻重的地位，因此东南亚也成为我国企业主要布局的市场。根据资料显示，一带一路沿线涉及东南亚地区11国，人口总计约6.39亿。另外根据《“一带一路”贸易合作大数据报告2018》显示，预计未来10年，东南亚地区的电子商务市场每年将增长30%；到2025年整体市场价值将达到1020亿美元。

东南亚电商市场的优势

东南亚电商市场具有庞大的消费力

跨境电商的时代来临，继中国大陆强势崛起后，东南亚电商是下一颗闪耀新星，除了电商销售成长空间大之外，成长速度也十分惊人。除了新加坡早迈入成熟国家，中产阶级正在快速崛起，若以4千美元人均GDP为迈向消费社会的指标，泰国、印尼成长最快，越南有60%人

口在30岁以下，具有庞大的消费力。

另外，马来西亚、印尼、泰国、菲律宾这四个国家的特点是人口红利高、拥有年轻的劳动人口、智能型手机普及高，这就加速了国家上网行为跳过PC，直接往移动方向发展。

东南亚地区互联网发展速度快

这个市场拥有6.5亿人口，其中，印尼是世界第四人口大国，接下来的五年，单单印尼的市场增幅就会超过八倍，所有的权威数据都指向同一个结论：目前，东南亚正处于一个电商高速增长阶段。

东南亚地区互联网覆盖面大

1) 在互联网用户上，东南亚地区具有极为突出的数量优势。在全球范围内，到2018年1月，东南亚地区是全球第三大互联网用户数最多的地区，仅次于东亚地区和南亚地区。东南亚的互联网用户超过3.5亿，有研究估计，在未来的五年中，每天会有12万新的互联网用户，基本每个月就有接近380万的用户在东南亚市场产生，这使得东南亚将成为2015年至2020年间全球增长最快的互联网市场。

2) 在使用互联网的时长上，东南亚人在移动互联网上花费的时间比全球其他任何地区都更多。

东南亚人平均每天花费3.6小时在移动互联网上，其中排名第一的泰国平均每天花费4.2小时，其次是印度尼西亚，平均每天花费3.9小时。相比较之下，美国、英国、日本消费者平均每天花费在移动互联网上的时长分别仅为2小时、1.8小时、1小时。

东南亚地区的互联网用户数量和平均每天使用互联网的时长，表现出该地区在互联网使用上具有充足的发展空间，为中国卖家出口东南亚地区打下了良好的互联网基础。

东南亚电商市场正值红利

东南亚一直是Lazada和Shopee的天下，但东南亚人民的购物习惯并没有完全被平台电商控制，这就让独立站电商有了入驻的机会，使得平台与独立站在东南亚地区能得以共存，并都处于上升发展中。

社交媒体的发展使得电商加大了在社媒上的营销广告投入，不管是平台还是独立站都把社媒作为了营销重点，特别是以Facebook为主流的社交软件，是各大商家不会放过的平台。ww

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国跨境电商行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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。

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策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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国跨境电商行业发展概述

第一节 跨境电商行业发展情况概述

- 一、跨境电商行业相关定义
- 二、跨境电商行业基本情况介绍
- 三、跨境电商行业发展特点分析

第二节 中国跨境电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、跨境电商行业产业链条分析
- 三、中国跨境电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国跨境电商行业生命周期分析

- 一、跨境电商行业生命周期理论概述
- 二、跨境电商行业所属的生命周期分析

第四节 跨境电商行业经济指标分析

- 一、跨境电商行业的赢利性分析
- 二、跨境电商行业的经济周期分析
- 三、跨境电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国跨境电商行业进入壁垒分析

- 一、跨境电商行业资金壁垒分析

- 二、跨境电商行业技术壁垒分析
- 三、跨境电商行业人才壁垒分析
- 四、跨境电商行业品牌壁垒分析
- 五、跨境电商行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球跨境电商行业市场发展现状分析

- 第一节 全球跨境电商行业发展历程回顾
- 第二节 全球跨境电商行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲跨境电商行业地区市场分析
 - 一、亚洲跨境电商行业市场现状分析
 - 二、亚洲跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲跨境电商行业市场前景分析
- 第四节 北美跨境电商行业地区市场分析
 - 一、北美跨境电商行业市场现状分析
 - 二、北美跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美跨境电商行业市场前景分析
- 第五节 欧盟跨境电商行业地区市场分析
 - 一、欧盟跨境电商行业市场现状分析
 - 二、欧盟跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟跨境电商行业市场前景分析
- 第六节 2020-2026年年世界跨境电商行业分布走势预测
- 第七节 2020-2026年年全球跨境电商行业市场规模预测

第三章 中国跨境电商产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品跨境电商总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国跨境电商行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规

第三节 中国跨境电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国跨境电商行业运行情况

第一节 中国跨境电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国跨境电商行业市场规模分析

第三节 中国跨境电商行业供应情况分析

第四节 中国跨境电商行业需求情况分析

第五节 中国跨境电商行业供需平衡分析

第六节 中国跨境电商行业发展趋势分析

第五章 中国跨境电商所属行业运行数据监测

第一节 中国跨境电商所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国跨境电商所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国跨境电商所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2016-2019年中国跨境电商市场格局分析

第一节 中国跨境电商行业竞争现状分析

一、中国跨境电商行业竞争情况分析

二、中国跨境电商行业主要品牌分析

第二节 中国跨境电商行业集中度分析

一、中国跨境电商行业市场集中度分析

二、中国跨境电商行业企业集中度分析

第三节 中国跨境电商行业存在的问题

第四节 中国跨境电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国跨境电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2019年中国跨境电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国跨境电商行业消费市场动态情况

第二节 中国跨境电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 跨境电商行业成本分析

第四节 跨境电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国跨境电商行业价格现状分析

第六节 中国跨境电商行业平均价格走势预测

一、中国跨境电商行业价格影响因素

二、中国跨境电商行业平均价格走势预测

三、中国跨境电商行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国跨境电商行业区域市场现状分析

第一节 中国跨境电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区跨境电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区跨境电商市场规模分析
- 四、华东地区跨境电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区跨境电商市场规模分析
- 四、华中地区跨境电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区跨境电商市场规模分析
- 四、华南地区跨境电商市场规模预测

第九章 2016-2019年中国跨境电商行业竞争情况

第一节 中国跨境电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国跨境电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国跨境电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 跨境电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2020-2026年年中国跨境电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国跨境电商行业未来发展前景分析

一、跨境电商行业国内投资环境分析

二、中国跨境电商行业市场机会分析

三、中国跨境电商行业投资增速预测

第二节 中国跨境电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国跨境电商行业市场发展预测

一、中国跨境电商行业市场规模预测

二、中国跨境电商行业市场规模增速预测

三、中国跨境电商行业产值规模预测

四、中国跨境电商行业产值增速预测

五、中国跨境电商行业供需情况预测

第四节 中国跨境电商行业盈利走势预测

一、中国跨境电商行业毛利润同比增速预测

二、中国跨境电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2020-2026年年中国跨境电商行业投资风险与营销分析

第一节 跨境电商行业投资风险分析

一、跨境电商行业政策风险分析

二、跨境电商行业技术风险分析

三、跨境电商行业竞争风险

四、跨境电商行业其他风险分析

第二节 跨境电商行业企业经营发展分析及建议

一、跨境电商行业经营模式

二、跨境电商行业销售模式

三、跨境电商行业创新方向

第三节 跨境电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2020-2026年年中国跨境电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国跨境电商行业品牌战略分析

一、跨境电商企业品牌的重要性

二、跨境电商企业实施品牌战略的意义

三、跨境电商企业品牌的现状分析

四、跨境电商企业的品牌战略

五、跨境电商品牌战略管理的策略

第二节 中国跨境电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国跨境电商行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2020-2026年年中国跨境电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国跨境电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国跨境电商行业定价策略分析

第三节 中国跨境电商行业营销渠道策略

- 一、跨境电商行业渠道选择策略
- 二、跨境电商行业营销策略

第四节 中国跨境电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国跨境电商行业重点投资区域分析
- 二、中国跨境电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/463247463247.html>