

# 2020年中国跨境电商行业前景分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国跨境电商行业前景分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/464400464400.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

跨境电商又称跨境电子商务，是指分属不同关境的交易主体，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。具有全球性、无形性、匿名性、无纸化与快速演进等特征。

随着经济的快速发展，我国居民消费需求升级，我国跨境电商行业市场规模不断扩大，而在2020年受疫情影响，我国跨境电商受到冲击，消费红利同比有明显下降，其市场规模呈轻微下滑态势。数据显示2019年我国跨境电商交易规模达10.8万亿元，预计2020年其交易规模为10.3亿元，同比增长为-4.6%。

2016-2020年我国跨境电商交易规模

数据来源：中国电子商务协会

而在疫情下，我国跨境电商迎来政策利好，2020年我国政府出台大量政策支持跨境电商发展，虽受疫情影响其市场规模将有所下降，但整体呈现良好发展态势。

2020年我国跨境电商发展部分政策

时间

主体

政策名称

内容

1月1日起

国家税务总局

税收新政

跨境电商企业采用应税所得率方式核定征收企业所得税，统一按照4%确定。

多部门

扩大进口商品清单

增加了冷冻水产、酒类、电器等92个税目商品。

4月7日

国务院

增设试验区

增设46个跨境电商综合试验区实行对综试区跨境电商零售出口货物按规定免征增值税和消费税、企业所得税核定征收等支持政策。资料来源：公开资料整理

同时，各大跨境电商平台积极响应国家政策号召，加快布局，逐步改善消费者购物体验、践行社会公益事业。疫情后，直播带货以及贸易链各环节线上交易促成的云经济将成为跨境电商的发展趋势。

## 2020年我国跨境电商热点事件

时间

主体

事件

影响

1-5月

天猫国际、央视等平台

开

### 展公益直播带货

直播电商新兴消费模式表现强劲。

1月21日

京东

启动抗击疫情专项行动

累计投入了近10亿元用于抗疫情;累计承运医疗应急物资3000万件、1万吨;3.5万个就业岗位助力复工复产。

2月

奥买家3店一体双线购模式

优势凸显。线上订单呈现爆发

式增长

App线上订单量同比增长超100%，咨询量较往年同比增长8倍，门店社

群用户单日订单量翻番。

3月10日

京东国际

推出“海外商家版”专项扶持计划

4月7日

国务院

第127届广交会将于6月中下旬在网上举办。

以B2B为主，兼顾部分B2C平台，打造10X24小时全天候线上外贸平台为参展企业和采购商提供网上推介、供采对接、在线洽谈等服务。资料来源：公开资料整理

而平台的公益行为在一定程度上影响用户对于平台的看法以及偏好，有利于增加用户粘度，提高企业效益。数据显示，2020年Q1我国跨境电商平台的社会公益行为对92.2%的用户产生正面影响，提高用户在该平台的购买倾向。

## 2020年Q1我国跨境电商用户受平台公益行为影响购买意愿提升度占比情况

资料来源：公开资料整理

在疫情期间，我国消费者的购买力以及对于跨境电商平台的需求呈上升趋势。数据显示，2020年Q1我国有40.3%的跨境电商用户购买力增加，跨境电商平台使用频率增加用户占比高达65.3%，其中，奥买家、京东全球购以及速卖通均有提升，奥买家增幅显著。

从消费倾向来看，2020年Q1我国消费者在跨境电商平台上更倾向于购买食品饮料、洗护用品以及营养保健品，占比分别为57.1%、50.6、36.4%。

## 2020年Q1我国跨境电商用户主要购买商品占比

资料来源：公开资料整理

从跨境电商平台来看，正品保障成为我国消费者择平台时所考虑的主要因素。数据显示，2020年Q1我国有72.7%的跨境电商用户表示正品保障是自身选择跨境电商平台的影响因素。

## 2020年Q1我国跨境电商用户平台选择因素占比

资料来源：公开资料整理

跨境电商作为海内外贸易交流的重要环节，发挥着巨大作用，而近年中国积极出台各项政策的扶持，鼓励跨境贸易发展，众多企业入局，未来跨境电商市场的竞争将更趋激烈。

## 我国跨境电商发展趋势

趋势

内容

规范化

政策扶持以及未来其市场入局者增多，竞争激烈，为促进其稳步发展，我国跨境电商将规范化

社会责任意识增强

疫情冲击下，越企业以及消费者的社会责任意识不断提高，平台的社会公益行为以及社会责任感对于消费者潜在影响将会越来越明显。

直播带货

电商直播所拥有的巨大能量以及其自身具备的天然引流特性必将成为跨境电商发展热点与趋势。

多样化购物模式

未来跨境电商线上线下之间的融合将不断加深，平台也将更注重商品池的打通和利用科技助力用户体验，个性化的购物模式也逐渐增强用户的购物体验感以及用户粘度。资料来源：公开资料整理（shz）

【报告大纲】

## 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跨境电商定义

#### 1.1.2行业基本特征

#### 1.1.3跨境电商流程

#### 1.1.4跨境电商企业类型

#### 1.1.5跨境电商与传统外贸区别

### 1.2跨境电商行业发展意义分析

#### 1.2.1利润增长引擎

#### 1.2.2传统外贸转型

#### 1.2.3重构国贸生态

#### 1.2.4建立信用体系

#### 1.2.5开放新窗口

#### 1.2.6全球经济开放

## 第二章2017-2020年中国跨境电子商务行业发展环境分析

### 2.1政策环境

#### 2.1.1国家政策回顾

#### 2.1.2跨境电商试点

#### 2.1.3国家进口关税

#### 2.1.4行业监管政策

#### 2.1.5零售出口货物

#### 2.1.6跨境电商新政

### 2.2经济环境

#### 2.2.1国际经济形势

#### 2.2.2宏观经济概况

#### 2.2.3对外经济分析

#### 2.2.4固定资产投资

#### 2.2.5宏观经济展望

### 2.3社会环境

#### 2.3.1社会消费规模

#### 2.3.2居民收入水平

#### 2.3.3居民消费水平

#### 2.3.4消费市场特征

### 2.3.5居民网购环境

## 2.4产业环境

### 2.4.1电商监管现状

### 2.4.2电商发展规模

### 2.4.3电商发展特点

### 2.4.4电商发展机遇

## 2.5技术环境

### 2.5.1网络技术

### 2.5.2支付技术

### 2.5.3大数据技术

### 2.5.4区块链技术

### 2.5.5云计算技术

## 第三章2017-2020年全球跨境电商行业发展分析

### 3.1全球电子商务发展分析

#### 3.1.1全球发展形势

#### 3.1.2行业发展规模

#### 3.1.3区域发展分析

#### 3.1.4行业投资分析

#### 3.1.5消费群体分析

#### 3.1.6新兴市场发展

### 3.2全球跨境电子商务发展解析

#### 3.2.1行业市场规模

#### 3.2.2区域发展特点

#### 3.2.3跨境高端市场

#### 3.2.4市场消费分析

#### 3.2.5国际经验借鉴

### 3.3全球跨境电子商务用户消费行为分析

#### 3.3.1再次海外购物情况

#### 3.3.2商业诚信的重要性

#### 3.3.3消费者购买期望分析

### 3.4全球跨境电商发展趋势及问题对策分析

#### 3.4.1行业发展建议

#### 3.4.2行业发展趋势

## 第四章2017-2020年中国跨境电子商务市场深度分析

### 4.1中国跨境电商行业发展概述

#### 4.1.1行业发展历程

#### 4.1.2行业发展概况

#### 4.1.3行业发展特点

### 4.22017-2020年中国跨境电子商务市场运行分析

#### 4.2.1市场交易规模

#### 4.2.2市场渗透率分析

#### 4.2.3用户画像分析

#### 4.2.4市场结构状况

### 4.3中国跨境电商商业模式分析

#### 4.3.1商业模式概述

#### 4.3.2商业模式份额

#### 4.3.3按运营模式分类

#### 4.3.4按经营品类分类

#### 4.3.5按清关模式分类

### 4.4中国跨境电商知识产权的探析

#### 4.4.1跨境电商知识产权形势解析

#### 4.4.2跨境电商知识产权主要类型

#### 4.4.3B2C跨境电商知识产权分析

#### 4.4.4跨境电商出口知识产权风险

#### 4.4.5中美知识产权立法对比分析

#### 4.4.6跨境电商知识产权保护问题

#### 4.4.7跨境电商知识产权对策建议

#### 4.4.8跨境电商知识产权发展展望

### 4.5中国跨境电商行业发展问题分析

#### 4.5.1关税征收不明确

#### 4.5.2支付体系不成熟

#### 4.5.3物流配套不健全

#### 4.5.4平台自身的问题

#### 4.5.5用户存在的问题

#### 4.5.6监管体系不完善

### 4.6中国跨境电商行业发展建议

#### 4.6.1完善关税体制

#### 4.6.2健全支付体系

4.6.3创新物流模式

4.6.4强化跨境监管

## 第五章2017-2020年中国跨境出口电商发展分析

5.1中国跨境出口电商发展综述

5.1.1行业发展现状

5.1.2相关支持政策

5.1.3产业链图谱

5.1.4跨境出口流程

5.1.5行业发展痛点

5.22017-2020年中国跨境出口电商市场分析

5.2.1市场规模分析

5.2.2出口区域结构

5.2.3出口品类格局

5.2.4卖家地域分布

5.2.5行业发展趋势

5.2.6中美贸易站对出口电商影响

5.3中国跨境出口电商商业模式分析

5.3.1B2B商业模式

5.3.2B2C商业模式

5.3.3B2B交易规模

5.3.4B2B企业格局

5.3.5B2C交易规模

5.4对华招商的国外出口平台分析

5.4.1主要出口平台

5.4.2其他出口平台

## 第六章2017-2020年中国跨境进口电商发展分析

6.1中国跨境进口电商发展综述

6.1.1行业发展历程

6.1.2行业发展现状

6.1.3行业发展动态

6.1.4产业链分析

6.1.5跨境进口流程

6.22017-2020年中国跨境进口电商市场分析

6.2.1 市场发展规模

6.2.2 零售进口规模

6.2.3 品牌竞争格局

6.2.4 进口国家分布

6.2.5 行业发展趋势

6.2.6 中美贸易战对进口电商影响

6.3 2017-2020年中国跨境进口电商用户分析

6.3.1 用户规模分析

6.3.2 用户偏好分析

6.3.3 用户年龄分布

6.3.4 用户地域分布

6.3.5 用户关注重点

6.3.6 用户海淘模式

6.4 中国跨境进口电商商业模式案例分析

6.4.1 主要模式对比

6.4.2 综合自营模式

6.4.3 平台型进口模式

6.4.4 自营+平台型进口模式

6.4.5 自营型进口模式

6.4.6 买手制+海外直邮模式

6.5 中国跨境进口电商壁垒

6.5.1 通关过程壁垒

6.5.2 税收监管壁垒

6.5.3 检验检疫壁垒

6.5.4 支付问题壁垒

6.5.5 物流体系壁垒

6.5.6 信用风险壁垒

第七章 2017-2020年中国跨境电商物流产业分析

7.1 跨境进口电商物流发展分析

7.1.1 跨境进口物流模式

7.1.2 保税仓储基本概念

7.1.3 保税仓优势与缺点

7.1.4 天猫国际物流分析

7.1.5 网易考拉物流分析

## 7.2跨境出口电商物流发展分析

### 7.2.1跨境出口物流模式

### 7.2.2出口电商物流布局

### 7.2.3海外仓储形式分类

### 7.2.4海外仓优势和风险

### 7.2.5海外仓储政策分析

### 7.2.6跨境通物流分析

### 7.2.7海外仓储发展对策

## 7.3跨境电商物流发展问题及对策分析

### 7.3.1跨境物流难点

### 7.3.2发展存在问题

### 7.3.3物流模式创新

## 第八章2017-2020年跨境电子商务产业链分析

### 8.1跨境电商供应链

#### 8.1.1供应链发展现状

#### 8.1.2供应链管理体系

#### 8.1.3供应链金融分析

#### 8.1.4供应链风险分析

#### 8.1.5供应链发展阻碍

#### 8.1.6供应链发展阻碍

### 8.2跨境电商服务平台

#### 8.2.1服务平台分类

#### 8.2.2通关服务平台

#### 8.2.3公共服务平台

#### 8.2.4综合服务平台

### 8.3跨境电商支付体系

#### 8.3.1国家政策支持

#### 8.3.2跨境支付现状

#### 8.3.3跨境支付方式

#### 8.3.4跨境支付流程

#### 8.3.5跨境支付风险

#### 8.3.6人民币跨境支付

#### 8.3.7国内外支付平台

### 8.4中国跨境电商线下自提门店

8.4.1行业发展动态

8.4.2行业发展优势

8.4.3行业发展趋势

## 第九章2017-2020年中国跨境电子商务市场重点区域格局分析

9.1广东省

9.1.1区域政策环境

9.1.2国内发展地位

9.1.3市场发展规模

9.1.4区域行业特色

9.1.5南沙跨境电商发展

9.2浙江省

9.2.1市场发展特征

9.2.2市场发展规模

9.2.3零售出口情况

9.2.4企业发展动态

9.2.5主要产业园区

9.2.6市场发展机遇

9.2.7市场发展趋势

9.3福建省

9.3.1市场发展历程

9.3.2政策发展环境

9.3.3市场发展规模

9.3.4自贸区发展现状

9.3.5市场发展策略

9.4江苏省

9.4.1国内发展地位

9.4.2市场发展现状

9.4.3区域发展状况

9.4.4市场发展机遇

## 第十章2017-2020年中国跨境电商试点城市发展分析

10.1上海

10.1.1行业扶持政策

10.1.2市场发展规模

10.1.3市场发展特点

10.1.4示范园区建设

10.1.5行业问题及对策

10.1.6发展经验启示

10.2杭州

10.2.1市场发展规模

10.2.2市场发展特征

10.2.3区域进口模式

10.2.4企业发展动态

10.2.5产业园区建设

10.3重庆

10.3.1行业发展动态

10.3.2电商发展现状

10.3.3市场发展规模

10.3.4区域业务模式

10.3.5区域发展优势

10.3.6跨境电商园区

10.3.7行业创新实践

10.4郑州

10.4.1行业市场规模

10.4.2区域发展优势

10.4.3经济试验区发展

10.4.4相关企业发展

10.4.5发展存在问题

10.4.6发展对策建议

10.5宁波

10.5.1相关政策支持

10.5.2行业发展现状

10.5.3区域业务模式

10.5.4区域竞争优势

10.5.5综合试验区发展

10.6深圳

10.6.1产业环境分析

10.6.2行业发展现状

10.6.3区域发展优势

#### 10.6.4保税港区建设

#### 10.7广州

##### 10.7.1行业监管政策

##### 10.7.2行业发展现状

##### 10.7.3发展存在问题

##### 10.7.4未来发展规划

#### 10.8天津

##### 10.8.1政策支持环境

##### 10.8.2行业市场现状

##### 10.8.3保税港区发展

##### 10.8.4行业发展问题

##### 10.8.5发展对策分析

#### 10.9苏州

##### 10.9.1行业扶持政策

##### 10.9.2行业发展现状

##### 10.9.3市场发展态势

##### 10.9.4发展面临的问题

##### 10.9.5发展对策建议

#### 10.10其他试点城市跨境电商的发展

##### 10.10.1青岛

##### 10.10.2长沙

##### 10.10.3北京

##### 10.10.4哈尔滨

### 第十一章 国外主要跨境电商企业分析

#### 11.1Amazon

##### 1、企业发展简况分析

##### 2、企业产品服务分析

##### 3、企业经营状况分析

##### 4、企业竞争优势分析

#### 11.2Wish

##### 1、企业发展简况分析

##### 2、企业产品服务分析

##### 3、企业经营状况分析

##### 4、企业竞争优势分析

### 11.3eBay

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

## 第十二章 中国跨境电商企业发展分析

### 12.1 网易考拉

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

### 12.2 天猫国际

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

### 12.3 京东全球购

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

### 12.4 唯品会

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

### 12.5 洋码头

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

### 12.6 小红书

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.7蜜芽

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.8阿里巴巴国际站

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.9中国制造网

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.10敦煌网

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.11速卖通

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.12焦点科技

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

12.13环球资源

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

### 3、企业经营状况分析

### 4、企业竞争优势分析

#### 12.14生意宝

### 1、企业发展简况分析

### 2、企业产品服务分析

### 3、企业经营状况分析

### 4、企业竞争优势分析

#### 12.15兰亭集势

### 1、企业发展简况分析

### 2、企业产品服务分析

### 3、企业经营状况分析

### 4、企业竞争优势分析

#### 12.16跨境通

### 1、企业发展简况分析

### 2、企业产品服务分析

### 3、企业经营状况分析

### 4、企业竞争优势分析

## 第十三章跨境电商行业的投资分析

### 13.12017-2020年出口跨境电商融资情况

#### 13.1.1行业融资规模

#### 13.1.2融资轮次分布

#### 13.1.3融资金额分布

#### 13.1.4融资地域格局

#### 13.1.5融资事件统计

### 13.22017-2020年进口跨境电商融资状况

#### 13.2.1行业融资回顾

#### 13.2.2行业融资现状

#### 13.2.3行业投资机会

#### 13.2.4行业投资前景

### 13.3跨境电商产业投资机会分析

#### 13.3.1跨境电商投资机会

#### 13.3.2供应链投资机会

#### 13.3.3通关服务投资机会

#### 13.3.4平台建设投资机会

13.3.5支付体系投资机会

13.4跨境电商投资价值评估及建议

13.4.1投资价值综合评估

13.4.2市场进入时机判断

13.4.3行业投资壁垒分析

13.4.4行业投资风险提示

13.4.5行业投资建议

第十四章中国跨境电商行业项目投资建设案例深度解析

14.1品渥食品公司项目投资案例分析

14.1.1项目基本概述

14.1.2投资价值分析

14.1.3建设内容规划

14.1.4资金需求测算

14.1.5实施进度安排

14.1.6经济效益分析

14.2弘业股份跨境电商构建项目案例分析

14.2.1项目基本概述

14.2.2项目投资价值

14.2.3建设内容规划

14.2.4项目实施方式

14.2.5经济效益分析

14.3弘业股份服装跨境业务建设案例分析

14.3.1项目基本概述

14.3.2项目投资价值

14.3.3建设内容规划

14.3.4项目实施方式

14.3.5经济效益分析

第十五章“一带一路”背景下中国跨境电商发展机遇分析

15.1“一带一路”倡议及对中国跨境电商的影响分析

15.1.1“一带一路”倡议

15.1.2沿线国家需求分析

15.1.3对跨境电商的影响

15.2“一带一路”沿线国家跨境电商市场分析

- 15.2.1 沿线国家特色商品
- 15.2.2 沿线国家ECI指数
- 15.2.3 沿线国家贸易规模
- 15.2.4 出口品类偏好分析
- 15.2.5 进口规模区域排名
- 15.3 “一带一路”背景下中国跨境电商发展机遇与挑战
- 15.3.1 国家政策支持
- 15.3.2 市场空间广阔
- 15.3.3 消除贸易壁垒
- 15.3.4 贸易政策限制
- 15.3.5 市场营销困境
- 15.3.6 支付体系滞后
- 15.3.7 物流配送问题
- 15.4 “一带一路”背景下中国跨境电商的发展建议
- 15.4.1 扩展产业链
- 15.4.2 完善物流模式
- 15.4.3 加强人才培养
- 15.4.4 推动品牌国际化
- 15.4.5 服务与监管并重
- 15.4.6 加强创新与合作

## 第十六章 2021-2026年跨境电子商务市场发展前景及趋势分析

- 16.1 跨境电商发展趋势分析
- 16.1.1 市场发展趋势
- 16.1.2 平台发展趋势
- 16.1.3 营销发展趋势
- 16.2 2021-2026年中国跨境电商预测分析
- 16.2.1 2021-2026年中国跨境电商行业影响因素分析
- 16.2.2 2021-2026年中国跨境电商交易总额预测
- 16.2.3 2021-2026年中国进口电子商务交易额预测
- 16.2.4 2021-2026年中国出口电子商务交易额预测

## 图表目录

图表1 跨境电商流程（按进出口分）

图表2 跨境电商业务流程

图表3跨境电商平台的交易流程

图表4跨境电商企业分类

图表5跨境电商企业模式分类

图表6传统国际贸易零售渠道

图表7跨境电商零售渠道

图表82017-2020年国务院相关跨境电商政策

图表92017-2020年海关总署相关跨境电商政策

图表102017-2020年商务部等部门相关跨境电商政策

图表11中国跨境电商试点城市分布图

图表122017-2020年国内生产总值及其增长速度

图表132017-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表142020年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表详见报告正文..... (GY YXY)

## 【简介】

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。《2020年中国跨境电商行业前景分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。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。

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/464400464400.html>